

De mediatraining

Door: Jacqueline

Op 7 en 8 mei organiseerde de Rode Draad een mediatraining. Naar aanleiding van een oproep in de Vluggertjes hadden een aantal mensen zich aangemeld. Er had al een 'voorrunde' plaatsgevonden in de Rode Kamer. Niet dat er mensen moesten afvallen, we moesten alvast wat denkwerk verrichten, met name over hoe de doelgroep er uit ziet aan wie je voorlichting geeft.

De training werd gegeven door Jules Sol, docente van het trainingsinstituut Travers, voor de meesten onder ons een bekend gezicht. Ze verwelkomde ons zondag aan het einde van de middag met soep en broodjes. Daarna gingen we van start.

De eerste stap was het vaststellen van de doelgroep. Er zijn vele doelgroepen (of doelpersonen) mogelijk zoals, politie, welzijnswerkers, huisvrouwen, maar ook collega's of iemand uit de privésfeer. Iedereen moest een doelgroep kiezen. Ik nam een journalist van een weekblad voor ogen, die me een interview zou afnemen. Het nadenken over de doelgroep is belangrijk, omdat je daar je informatie op moet afstemmen. Wat voor leeftijd, opleiding, beroep, e.d. heeft de doelgroep. En wat voor oordelen of vooroordelen zou iemand kunnen hebben?

Daaruit vloeide stap 2 voort; Wat wil je aan je doelgroep kwijt? Alleen maar informatie geven, een mening beïnvloeden of misschien iemand activeren tot iets?

Na al dit denkwerk was het tijd voor een ontspannende borrel. En zeker voor een nachtmens zoals ik, ging ik vroeg naar bed en ook vroeg weer op. Na het ontbijt gingen we verder met stap 3; De relatie tussen de toehoorder(s) en de spreekster.

Pittige vragen kregen we voorgeschoteld zoals, in hoeverre beschouw je jezelf als hoer en als lid van de Rode Draad. Ik dacht dat ik er altijd zo gemakkelijk voor uitkwam, maar ik betrapte me erop dat ik altijd zeg dat ik voor een escortbureau werk, en dat klinkt toch altijd net wat anders dan dat ik in de prostitutie werk. Weer wat geleerd. En zo maakte het bij anderen ook emoties los. Vroeg ik me van sommige deelnemers eerst nog af waarom nu juist die doelgroep was uitgekozen, nu kwamen de achterliggende emoties naar boven. En dat was soms heel ontroerend.

Stap 4 was de inhoud en de opbouw van de presentatie. Welke informatie/visie wil je kwijt en wat doe je als het gesprek uit de hand dreigt te lopen.

Stap 5 was de presentatie zelf. Deze werd opgenomen met een videocamera en tijdens het terugkijken ervan werd de presentatie geëvalueerd. Poe, dat valt niet mee! Ik stortte me helemaal in het denkbeeldig interview met de journalist en kreeg wat tips hoe ik mijn grenzen wat beter in de gaten kan houden. Want op deze manier krijg ik vast spijt van een interview. 'Oh, wat heb ik nou weer gezegd!' Helaas ontbrak de tijd om de presentatie nog eens op video op te nemen, met de tips in mijn achterhoofd. Wat dat betreft vond ik de drie dagdelen te kort van deze mediatraining. We hebben goed voorwerk verricht, maar de uiteindelijke uitwerking had ik langer willen oefenen. Hopelijk komt er een vervolg op deze training. Zelf miste ik de trucjes van 'hoe omzeil ik lastige vragen' enz. Toch was deze eerste aanzet ieder geval heel leerzaam. Maar wat mij vooral is bijgebleven is dat ik een aantal deelnemers van een andere kant heb leren kennen. Er werd soms heel wat losgemaakt!