

VISIE



# Getuigenissen in de media

Wanneer een journalist een verhaal brengt, is hij steeds op zoek naar het menselijke gezicht/het concrete verhaal achter het thema. Zeker wanneer het gaat over een persoonlijk onderwerp zoals gezondheid en welzijn of alcohol, drugs en verslaving. Hoe voelt het om in een bepaalde situatie te zitten (kampen met een verslaving, een vader hebben met alcoholprobleem, ...)? Hoe reageert en handelt een persoon in een bepaalde situatie? Een mogelijke manier om die vragen te beantwoorden, is met een getuigenis. Die invalshoek maakt het verhaal toegankelijker, herkenbaarder en aantrekkelijker voor de lezer, luisteraar of kijker. En zo leveren reportages met getuigenissen meer luisteraars, kijkers en lezers op. De media zijn dus vaak op zoek naar getuigenissen – dat is een realiteit die niet zal veranderen.

Het omgekeerde gebeurt soms ook. Soms schuift een organisatie uit de sector van de alcohol- en drughulpverlening en -preventie uit eigen beweging een getuige naar voor, in de hoop dat het verhaal door de media opgepikt zal worden. Ook voor de sector kan zo'n getuigenis namelijk een positief gegeven zijn: het is een manier om een thema, organisatie of campagne op een herkenbare en taboedoorbrekende manier onder de aandacht te brengen.

Tegelijkertijd heeft de sector als geheel haar bedenkingen en bezorgdheden bij het in de media brengen van getuigen. Een getuigenis op televisie, op de radio of in de pers heeft niet altijd het gewenste effect en kan vervelende gevolgen hebben voor alle partijen. Er is geen consensus binnen de sector over het al dan niet te werken met getuigen in de media en dat hoeft ook niet. De doelstellingen en belangen (profilieren, informeren, ...) van iedere organisatie zijn anders en bepalen wat zinvol en gewenst is op dit vlak. In die zin zijn er organisaties die werken met getuigenissen en andere die geneigd zijn dit om dit systematische te weigeren.

Toch is het waardevol om even stil te staan bij de vraag: hoe gaan we als sector om met getuigenissen in de media? Als alle betrokken organisaties een doordacht standpunt over getuigenissen opnemen in hun breder mediabeleid, dan biedt dit heel wat kansen.

## De voor- en nadelen van getuigenissen in de media

- Het grote **nadeel** van getuigenissen in de media, is dat de precieze impact voor de getuige, zijn omgeving of de betrokken organisatie op voorhand moeilijk in te schatten is.
- Zelfs als een verhaal sereen gebracht wordt, kan het **confronterend** zijn voor een getuige of voor zijn omgeving.
- Soms zijn er ook **slechte ervaringen**, met journalisten die niet duidelijk zijn over de invalshoek van het artikel, het verhaal oplazen of woorden verdraaien of uit hun context halen.
- **De boodschappen** die uit zo'n getuigenis naar voor komen, stroken in die gevallen meestal niet met de boodschappen die wij aan de patiënten, (ex-) gebruikers, hun omgeving, of de maatschappij als geheel willen brengen.

Iedere organisatie heeft dan ook het recht om de vraag **te weigeren** om een getuige te zoeken of leveren. In heel wat situaties is dit zelfs de enige juiste reactie (zie 'Voorwaarden'). Toch zijn er ook aan het weigeren van getuigenissen weer een aantal nadelen verbonden:

- Vaak zal een journalist, na een weigering van een organisatie uit de sector, **via andere kanalen** (social media, eigen netwerk, ...) op zoek gaan naar een getuige. Zo verliezen we alle controle:
- Er is geen begeleiding of opvang voor de getuige.
- De getuigenis kan een extremer, negatiever of sensationeler verhaal zijn dan de getuigenissen die we zelf naar voor zouden schuiven.
- We hebben geen enkele inbreng in de boodschappen die gebracht worden.
- Een getuigenis kan een voorwaarde van een journalist zijn om een bepaald onderwerp op te nemen. **Geen getuigenis, dan geen artikel of reportage.**

Een geweigerde getuigenis kan dus een gemiste kans op positieve media-aandacht zijn. Want getuigenissen in de media, kunnen ook heel wat **voordelen** bieden. Wanneer een getuigenis op een correcte manier verloopt en goed omkaderd wordt, dan kan het resultaat...

- ...een **positieve ervaring** zijn voor de getuige zelf.
- ...een **herkenbaar, hoopgevend** verhaal zijn voor (ex-)gebruikers, patiënten in de hulpverlening en hun omgeving.
- ...een herkenbare **sensibiliserende boodschap** voor het grote publiek inhouden (bijvoorbeeld: een getuigenis over beginnend problematisch alcoholgebruik).
- ...de **drempel** naar de hulpverlening verlagen.
- ...een hulpverleningsorganisatie **bekendmaken/promoten**.
- ...een **stigma doorbreken** en een bepaalde thematiek bespreekbaar maken.
- ...**aandacht vragen**, van het grote publiek of van de politici, voor een onderbelichte problematiek (bijvoorbeeld: een getuigenis over FAS).

Soms is het dus toch aangewezen om op een vraag naar getuigen in te gaan. Onder 'Voorwaarden' beschrijven we in welke gevallen dit wel of niet kan. Onder 'Tips' bespreken we hoe dit concreet aangepakt kan worden.

## Voorwaarden

Als een organisatie beslist om open te staan voor de vraag naar getuigenissen, moet ze elke vraag wel aftoetsen aan een aantal voorwaarden. We maken een onderscheid tussen noodzakelijke voorwaarden die vast liggen, en optionele voorwaarden die geval per geval bekeken moeten worden.

### Noodzakelijke voorwaarden

De volgende voorwaarden zijn **absoluut**. Als een journalist contact neemt met de vraag naar een getuigenis, moet het volledig duidelijk zijn dat de situatie aan al deze voorwaarden voldoet. Is dat niet het geval, dan wordt de getuigenis sowieso geweigerd.

- De getuige moet **duidelijk weten** wat de bedoeling van de journalist is.
  - Wat is het onderwerp van de reportage of het artikel? Wat is de aanleiding/ invalshoek?
  - Voor welk magazine, programma, website, krant, ... is het?
  - Waarom wil de journalist een getuige bij dit onderwerp?
  - Kan het anoniem? Komt er een foto bij?
- De getuige moet daarop zijn **uitdrukkelijke toestemming** geven voor het interview.
- De getuige krijgt de kans om het finale artikel (inclusief titel en foto's!) **na te lezen** of de reportage **op voorhand te bekijken of beluisteren**. Is dit qua timing niet haalbaar, dan wordt er met de journalist afgesproken om aan het einde van het gesprek met de getuige even te herhalen wat er precies in het finale artikel zal verschijnen. Er moet dan ook rekening gehouden worden met de feedback die de getuige hierop geeft.
- De getuige heeft eigenaarschap van zijn verhaal en dus tot na het lezen/bekijken van het interview **vetorecht**. Hij kan de samenwerking in elke stap van het proces stopzetten.
- Het moet gaan om een **positief verhaal/proces**. Er moet hoop spreken uit de getuigenis.

Meer concreet wil dit twee dingen zeggen:

- Het moet relatief goed gaan met de getuige: iemand die het gevoel heeft op een dieptepunt te zitten, kan je niet in de kijker zetten.
- Het verhaal dat de journalist wil brengen, moet een eerlijk, menselijk, herkenbaar verhaal zijn, dat niet afschrikwekkend of veroordelend overkomt. Een getuige mag dus niet afgeschilderd worden als loser, 'junkie', boeman, hopeloos geval,... Een getuige aan bod laten komen als 'sappig verhaal' kan niet.

Getuigenissen van **minderjarigen** kunnen enkel in uitzonderlijke gevallen. Ze brengen een aantal bijkomende voorwaarden met zich mee:

- Als het verhaal ook door een meerderjarige gebracht kan worden, dan wordt de getuigenis door een meerderjarige gebracht.
- Een getuigenis van een minderjarige kan enkel in aanwezigheid van een begeleider.

- Voor een getuigenis van een minderjarige is steeds de toelating nodig van de ouders, voogd of rechtbank;

Lezers, kijkers of luisteraars met vragen moeten **doorverwezen** worden. Ofwel komt de betrokken organisatie in het artikel aan bod (telefoonnummer, website, omschrijving, ...). Ofwel wordt er gezegd dat iedereen met vragen over drank, drugs, pillen of gokken terecht kan op [www.druglijn.be](http://www.druglijn.be).

### Optionele Voorwaarden

Elke vraag en elk verhaal is anders. Bij een uitgebreid interview in een weekblad is er zowel de nood als de mogelijkheid om andere eisen te stellen dan bij, bijvoorbeeld, een kort telefooninterview voor de krant van morgen. Vandaar de opsplitsing in noodzakelijke en optionele voorwaarden. Aan de noodzakelijke voorwaarden moet in elke situatie voldaan zijn. Het belang van de optionele voorwaarden, daarentegen, moet geval per geval bekeken worden. **Toch kunnen ook deze een breekpunt zijn.** Als bijvoorbeeld een getuige of zijn of haar begeleider van mening is dat een bepaald verhaal enkel anoniem gebracht kan worden, en de journalist staat hier niet voor open, dan gaat de getuigenis niet door.

Hieronder staan de mogelijke optionele voorwaarden. Er moet dus geval per geval bekeken worden of ze van toepassing zijn of niet.

- De getuigenis moet **anoniem**. De meeste gebruikers en hun omgeving zullen niet snel bereid zijn om hun verhaal, onder hun eigen naam (of gezicht), in de media te laten verschijnen.
- De getuige moet voldoende **tijd krijgen** om het interview voor te bereiden. Zo kan hij nadenken over wat hij zeker wel of zeker niet wil vertellen. Het geeft hem ook de kans om het interview op voorhand met een begeleider of vertrouwenspersoon te bespreken.
- Betrokkenheid **begeleider**
  - Een begeleider moet tijdens het gesprek **aanwezig** zijn. Op het einde van het gesprek wordt er wat tijd vrijgehouden voor een nabespreking.
  - Een begeleider moet zelf ook **aan het woord** komen in het artikel of in de reportage.
  - Niet alleen de getuige zelf, maar ook de begeleider kan het artikel **nalezen** of de reportage op **voorhand bekijken of beluisteren**.
- Er moet, in het artikel of de reportage, ruimte zijn voor **duiding**. Het verhaal van de getuige moet goed gekaderd zijn, door bijvoorbeeld ook een hulpverlener of expert aan het woord te laten, of door een goed kaderstuk of inleiding bij de getuigenis te schrijven.

## Tips

Deze tips bieden houvast wanneer er een vraag komt om een getuige te zoeken of leveren, en/of wanneer een getuige voorbereid wordt op het brengen van zijn verhaal in de media.

### Contactopname journalist: vraag om getuigenis

Wanneer een journalist contact opneemt met de vraag om een getuigenis, dan helpen onderstaande tips bij het reageren en bij de verdere communicatie met de journalist.

- Besef dat alle informatie die je in de gesprekken met de journalist geeft (over de eventuele getuige, over de thematiek, over je organisatie) ook in het artikel of de reportage gebruikt kan worden. Ook in de gesprekken die nog puur ter voorbereiding lijken te zijn. 'Off the record' bestaat niet.
- Vraag alle nodige informatie om de vraag te kunnen beoordelen, en eventueel op de vraag te kunnen ingaan:
  - Wie stelt de vraag? (Naam, tijdschrift/programma, contactgegevens)
  - Naar wat voor getuige is de journalist op zoek?
  - Wat is het onderwerp van de reportage of het artikel? Wat is de invalshoek/aanleiding?
  - Kan het anoniem? Komt de getuige herkenbaar in beeld/op foto?
  - Wanneer en waar moet het interview plaatsvinden?
  - Wanneer verschijnt het artikel of wordt de reportage uitgezonden?

Controleer of aan alle **voorwaarden** voldaan is.

- Het gaat hier over de noodzakelijke/optionele voorwaarden die hierboven opgelijst staan. **Het is niet realistisch om te denken dat elk punt uitgebreid met de journalist moet of kan besproken worden.** Uiteraard zal er voor een aantal voorwaarden een vraag gesteld moeten worden, maar voor heel wat voorwaarden zal het gaan om een inschatting van de kant van de organisatie / begeleider, op basis van de eerste briefing van de journalist, de vroegere ervaringen van de organisatie met het specifieke medium, enzovoort.
- Als de eerste contactname telefonisch gebeurt, aarzel dan niet om, indien nodig, het gesprek hier even **te onderbreken** en te zeggen dat je zal terugbellen. Journalisten werken vaak tegen tijdsdruk, maar dan nog kan je, al is het maar tien minuten, de tijd nemen om de vraag te overdenken of bespreken met een collega. Zo kan je rustig evalueren of de noodzakelijke voorwaarden vervuld zijn, welke optionele voorwaarden van toepassing zijn, en of je extra informatie van de journalist nodig hebt. Zorg er dan wel voor dat je snel kan terugbellen.
- Als niet aan de voorwaarden voldaan is, **weiger** dan beleefd om te helpen zoeken naar een getuige. Leg kort uit waarom de organisatie niet ingaat op deze specifieke vraag. Je kan hiervoor verwijzen naar dit document, uitleggen dat dit de **visie van de sector** is.

Als je bereid bent om mee te zoeken naar een getuige:

- Geef nooit de **contactgegevens** van een mogelijke getuige door aan de journalist. Het is nooit de bedoeling dat een journalist onaangekondigd een mogelijke getuige opbelt of opzoekt. Als een getuige instemt, dan zal, afhankelijk van de situatie, de getuige zelf contact opnemen met de journalist, of jij of een collega contact opnemen om een afspraak te regelen.
- **Beloof geen getuige.** Je zal contact opnemen met één of meerdere mogelijke getuigen en de vraag van de journalist met hem of haar bespreken.
- Als je **niemand** vindt, zal je dit ook zo snel mogelijk laten weten.
- Maak concrete afspraken met de journalist, wat betreft **planning**. Hou rekening met de, vaak krappe, deadline van de journalist, maar laat je er ook niet door onder druk zetten.
- Maak de nodige **afspraken** m.b.t. de voorwaarden (zie boven: vetorecht getuige, op voorhand lezen/bekijken/beluisteren, anonimiteit, betrokkenheid van een begeleider, vermelding organisatie, timing, ...). Dit hoeft uiteraard niet allemaal in het eerste gesprek, en hangt ook deels af van de verwachtingen van de getuige zelf.
- Bespreek met de journalist ook wat er **na de verschijnings- of uitzenddatum** nog met het materiaal kan gebeuren. Is het mogelijk om te vermijden dat foto's, beelden, geluidsfragmenten later opnieuw gebruikt zullen worden? Zonee, maak duidelijke afspraken, zorg dat de getuige hiervan goed op de hoogte is, en vraag aan de getuige om toestemming te vragen wanneer het materiaal hergebruikt zou worden.

#### Contactopname eventuele getuige + voorbereiding

Je contacteert de eventuele getuige(n) en bespreekt de vraag van de journalist. Afhankelijk van de situatie (nog een telefonisch interview de dag zelf, of een uitgebreid interview binnen een paar dagen) bereid je de getuige meteen op het gesprek voor, of maak je een afspraak om het gesprek grondiger voor te bereiden.

- Zorg dat de getuige **goed doordacht kan instemmen of weigeren**:
  - Bezorg de getuige **alle informatie** over de vraag van de journalist (zie boven).
  - Sta met de getuige, en eventueel met zijn familie, stil bij de mogelijke **impact** van een getuigenis voor hemzelf en zijn omgeving werkgevers, ouders, kinderen, ...). Maak duidelijk dat hij herkend en op het interview aangesproken kan worden. Wie kan die getuigenis allemaal zien, en wat zou dat teweeg brengen?
  - Maak ook duidelijk dat getuigenissen vaak **langer blijven bestaan** dan enkel de eerste uitzending of publicatie: ze komen op het internet, worden hergebruikt, ... Sta zeker bij minderjarigen stil bij de impact die een getuigenis op het internet zelfs in de (verre) toekomst nog steeds kan hebben.
  - Kan het interview onder de eigen naam/herkenbaar in beeld, of moet het **anoniem**? Maak de getuige wel duidelijk dat die 'anonimiteit' een relatief begrip is. Zelfs een vervormde stem, onduidelijke foto of verhaal onder valse naam kan, door iemand die de getuige goed kent, nog herkend worden.

- Bespreek met de getuige of hij een **meerwaarde** ziet in het deelnemen aan het interview, voor zichzelf, zijn omgeving en/of het algemene publiek.
- Maak duidelijk dat hij steeds het eigenaarschap, en dus **vetorecht**, over zijn verhaal behoudt, en dat hij dit mag afdwingen. Let wel op dat dit geen valse verwachtingen creëert. In de realiteit is de controle die de getuige over het eindresultaat heeft (omwille van timing, aanpassingen door eindredacteuren, ...), vaak erg beperkt. Als de getuige instemt, maak dan **afspraken** met de getuige:
  - Over **herkenbaarheid of anonimiteit**.
  - Over het **nalezen/op voorhand bekijken** van het interview.
  - Over de **concrete opvolging** (Hoe afspreken met journalist, en eventueel met de begeleider? Welke neutrale plaats is geschikt als opnamelocatie?).
- **Bereid het gesprek voor:**
  - **Wat** wil de getuige vertellen?
  - Wat wil de getuige met zijn verhaal **overbrengen**?
  - Wat is het **positieve, hoopgevende** in zijn verhaal? Hoe kan hij dat uit de verf laten komen?
  - Wat kan of wil de getuige **beter niet** vertellen? Wat is te persoonlijk, of mogelijk kwetsend voor de getuige zelf of voor zijn omgeving, als het in de media zou komen? Zijn er elementen uit het verhaal van de getuige die sommige mensen (ouders, partner, werkgever, ...) nog niet weten?
  - Maak duidelijk dat de getuige **niet verplicht** is om dingen te vertellen, ook al dringt de journalist aan.

#### Tijdens/onmiddellijk na het gesprek

- Als een begeleider bij het gesprek aanwezig kan zijn, houdt hij zich best **op de achtergrond**. Hij is er ter ondersteuning van de getuige, maar de getuige brengt zijn verhaal. Ingrijpen is enkel nodig als zou blijken dat de getuige de controle over het gesprek verliest, en het gesprek een richting uitgaat die de getuige duidelijk niet wil.
- Op het einde van het gesprek gaat de begeleider even na of het interview voor de getuige **goed verlopen** is. Zowel terwijl de journalist er nog bij is (zodat het eindresultaat gemakkelijk bijgestuurd kan worden), als nadat die vertrokken is (zodat de getuige vrijuit kan spreken). Als de begeleider niet bij het interview aanwezig was, doet hij dit telefonisch. Is hij tevreden met wat hij verteld heeft? Heeft hij uitspraken gedaan waarmee hij minder gelukkig is? Als hieruit een probleem zou blijken, wordt dit opnieuw met de journalist besproken.
- Zodra het artikel/de reportage doorgegeven wordt, bekijkt de begeleider het resultaat, en **overloopt** het even met de getuige. Opnieuw: Is de getuige tevreden of niet? Zou hij graag hebben dat er iets aangepast wordt? (Wees er bewust van dat, ondanks de goede bedoelingen van alle betrokkenen, de feedback in dit stadium van het proces soms toch verloren gaat.)

#### Na publicatie/uitzending

- De begeleider neemt opnieuw even contact op met de getuige, en bespreekt met hem het resultaat.



## Colofon

Deze tekst werd opgemaakt door een ad-hocwerkgroep 'Getuigenissen in de media' met als leden Lieve Jordens, Tineke Wancour, Filip Claeys, Jan De Brabander en An Schelpe

Redactie: Jonathan Deleener, stafmedewerker VAD

V.U.: P. Van Deun, Vanderlindenstraat 15, 1030 Brussel

© 2015

VAD, Vanderlindenstraat 15, 1030 Brussel  
T 02 423 03 33 | F 02 423 03 34 | [vad@vad.be](mailto:vad@vad.be) | [www.vad.be](http://www.vad.be)



VLAAMS EXPERTISECENTRUM  
ALCOHOL EN ANDERE DRUGS