



# WAT DOE JE AAN OP TV ?

## Zorg dat niets afleidt van waar het u om gaat: uw boodschap

Door Sander Wieringa, communicatietrainer BDRP

U bent gevraagd voor een vraaggesprek op de televisie. En al gauw gaat u denken als een tv-maker: in beelden dus. Hoe kom ik over op tv? En natuurlijk: wat doe ik aan? Belangrijker dan dat is toch allereerst de vraag: waarom zou ik op tv verschijnen? En daarna: wat heb ik dan te melden, en aan wie? Pas als u daar uit bent resteert: hoe wil ik er uit zien? Want de kijker hoort u niet alleen praten, de kijker ziet u ook. De reden dat u op tv wilt komen is doorgaans wel: omdat u iets te vertellen heeft. Tenzij u kunstenaar bent, modepopje, artiest of showfiguur. Dan draait veel om uw verschijning. Maar als u iets te vertellen heeft kan uw verschijning uw boodschap in de weg zitten. De basisregel is dus: zorg ervoor dat niets in het beeld afleidt van uw

woorden. De mensen moeten u in de ogen kijken en niet naar uw outfit. Voorkom dus dat die opvalt, afwijkt of afleidt.

### Daarom deze tips en adviezen:

- Pas uw kleding aan aan de situatie. Niet overdressed en niet underdressed. Ben sportief bij een sportevenement, casual bij een vrijetijdspubliek, zakelijk in een zakenomgeving, feestelijk op een feest.
- De mensen moeten u in de ogen kijken en uw gezicht moet dus de aandacht trekken. Kies daarom voor kleding in gedekte kleuren. Grijs en donkerblauw zijn altijd goed.

■ Mijd wit, zwart en rood: die kleuren doen het slecht op tv. Liever dus gedekte effen kleuren.

■ Voorzichtig met sieraden: geen losse armbanden (kletteren op de tafel), geen oorhangers, geen blingbling, geen broches. Niet meer dan één ring per hand.

■ Geen fijne streepjes, visgraat- of ruitjesdessin: het raster van de tv veroorzaakt moiré. Effen is altijd goed.

■ Kies voor een eenvoudige, saaie snit, die niet opvalt. Zorg wel dat alles perfect zit: hals recht, boord goed, das recht, colbert aansluitend, manchetten iets uit de mouwen. Kijk vooraf even in een spiegel. Als u staand wordt geïnter-

viewd, trek alles even recht. Als u zittend in beeld komt, even de rug van uw jasje strak trekken.

- Kijkers moeten u in de ogen kijken en dus niet naar andere lichaamspartijen. Geen décolletés, geen borstharen, geen blote knieën, geen blote bovenarmen.
- Geen zichtbare kledingmerken, tenzij ze van uzelf zijn.
- Geen bijzondere make-up, geen lipgloss, geen glanzende haarlak.
- Uitzonderingen bevestigen de regels: als u vaak genoeg op tv komt kan een uitgesproken kledingstijl uw boodschap ondersteunen. Voorbeelden: Maarten van Rossum, Pim Fortuyn, Marlies Dekkers, Inez Weski.

Maar hoe zit dat dan met dat verhaal dat op tv alles draait om uiterlijk? Dat wel 80 procent van de impact non-verbaal is? Dit is een zeer misbruikt broodje-aap-verhaal. Als het zou kloppen hoefde geen enkele Finse of Russische film ondertiteld te worden: 80 procent zouden we immers begrijpen? Nee dus. Wel is het zo – en dat werd destijds onderzocht – dat bij tegenstrijdige signalen (iemand zegt “ja” maar schudt nee) de meeste mensen naar de non-verbale communicatie kijken. De lichaamstaal mag de boodschap dus niet tegenspreken. Iemand die bijvoorbeeld vertelt dat hij of zij alles onder controle heeft moet er dus niet zenuwachtig en bedeesd uitzien. In principe is mijn advies daarom, nogmaals: zorg dat het beeld en dus ook uw kleding niet afleidt van uw boodschap. □

**Sander Wieringa is directeur en trainer bij Bob de Ronde Partners. Zijn bureau geeft jaarlijks honderden media- en presentatietrainingen aan bestuurders van grote bedrijven en aan overheidsfunctionarissen. [www.bdrp.nl](http://www.bdrp.nl)**