

Live op locatie

Theorie, voorbeelden uit de praktijk en opdrachten

**door: Carmen Fernald en
Mireille van der Werff**

In opdracht van OLON

December 2011

Inhoud

1. Inleiding	blz. 3
2. Op locatie?	blz. 4
3. Hele uitzending of alleen de verslaggever?	blz. 5
4. Benodigdheden	blz. 7
5. De uitzending zelf	blz. 9
6. Evalueren	blz. 11
7. Aanbevolen literatuur en websites	blz. 12

1. Inleiding

Voor radiomakers is de studio hun vertrouwde omgeving. Maar soms is het belangrijk om die omgeving even te verlaten en eens buiten de studiomuren te kijken. Om op een directere manier contact met je luisteraar te hebben, een evenement in je dorp of stad te verslaan of om je eigen omroep weer eens onder de aandacht te brengen.

Een uitzending vanaf locatie is een goed middel om deze doelen te bereiken. Maar hoe pak je dat aan? Wanneer ga je wel op locatie en wanneer niet? Wat kan wel en wat niet? Welke apparatuur heb je nodig en wat voor investering hoort daar bij? Wat levert het op? Deze reader probeert het antwoord te geven op die vragen, maar is vooral bedoeld als leidraad en inspiratiebron. De mogelijkheden voor locatieuitzendingen zijn zeer verschillend per omroep, creativiteit en flexibiliteit is dus een eerste vereiste!

Deze reader is geschreven in opdracht van de OLON, de Organisatie van Lokale Omroepen in Nederland. De OLON organiseert ieder jaar verschillende cursussen op het gebied van redactie, verslaggeving en presentatie. In deze trainingen krijgen medewerkers van lokale omroepen adviezen en tips van ervaren professionals. Als ondersteuning voor deze trainingen is de lesstof nu op schrift gesteld. De combinatie van theorie, interviews met bekende presentatoren en leerzame opdrachten maken de reader tot een handige aanvulling op het cursusaanbod van de OLON.

Carmen Fernald
Mireille van der Werff

2. Op locatie?

Lokale omroepen doen verslag van de gebeurtenissen in hun eigen woonomgeving. Soms is het een goed idee om de radiostudio te verlaten en de straat op te gaan. Omdat er een bijzonder evenement in de stad is of omdat er iets gebeurt waar je als omroep bij wilt zijn. Dat kan van alles zijn, een wielerronde, een cultureel evenement of een verkiezingsdebat. Of bijvoorbeeld een jubileum van het dorpshuis, de voetbalvereniging of het afscheid van de burgemeester.

Verslag doen vanaf locatie kan op verschillende manieren. Je kunt een verslaggever op pad sturen die – live of van te voren opgenomen en gemonteerd – vertelt wat er gaande is, betrokkenen en bezoekers interviewt en op die manier een beeld geeft van wat er te doen is. Maar je kunt er ook voor kiezen om een speciale uitzending te maken vanaf locatie. Om te laten zien en horen dat je er bij bent. Dit kan je incidenteel doen, maar ook structureel. Omdat je het belangrijk vindt om een programma een andere sfeer te geven of omdat je de luisteraars een kans wilt geven actief mee te discussiëren in de uitzending.

Als lokale omroep sta je dicht bij je luisteraar. Je kent je eigen doelgroep. Je weet dan ook heel goed op wat voor manier je de luisteraar in beweging kan brengen. Wat vinden de mensen in jouw dorp of stad leuk om te doen? Waar komen ze op af? Probeer daar op in te spelen als je op locatie gaat. Want een locatie-uitzending wordt extra leuk met een enthousiast publiek. Veel mensen vinden het ontzettend leuk om te zien hoe het programma waar ze vaak naar luisteren gemaakt wordt.

Een voorbeeld: het is Koninginnedag. Er zijn allerlei activiteiten in je woonplaats en je wilt daar verslag van doen. Dan heb je verschillende mogelijkheden: je belt de verschillende organisaties en laat ze in de uitzending vertellen wat ze van plan zijn, je stuurt een verslaggever op pad die reportages maakt of je maakt een speciale uitzending vanaf locatie. In het laatste geval kun je ervoor kiezen om zelf onderdeel te worden van 'het evenement Koninginnedag'. Je zorgt dat je een plek krijgt op de vrijmarkt en doet vanaf die plek verslag van de gebeurtenissen. Als je dan zelf ook dingen verkoopt, komen er vanzelf mensen naar je toe. Inwoners en dus luisteraars. Je kunt ze interviewen, je kunt een prijsvraag organiseren, je kunt iets verloten, kortom: een mooie gelegenheid om aan je doelgroep te laten zien dat de lokale omroep er is. Misschien houd je er nog wel een paar enthousiaste vrijwilligers aan over!

uit de praktijk

Het radio programma OOG Forum van het Groningse OOG radio komt iedere zaterdag vanuit de bibliotheek in de stad. "Een bewuste keuze", vertelt medewerker Martijn Middel. "Aan de ene kant omdat het je zichtbaarheid als lokale omroep vergroot, aan de andere kant omdat de locatie past bij de sfeer van het programma. Daarnaast speelt een hele praktische overweging een rol: wij hebben bij OOG geen grote studio en in de bibliotheek hebben we een tafel waar je gemakkelijk drie of vier gasten kwijt kunt." Het programma bestaat inmiddels ruim een jaar in deze vorm en de locatie begint nu vruchten af te werpen. "Gasten komen graag langs in de bibliotheek. De laatste tijd merken we dat steeds meer mensen ons weten te vinden, ze komen nu langs om onderwerpen aan te dragen. OOG Forum is een discussieprogramma over politiek en cultuur, dus die inbreng is zeer welkom. Uitzendingen met live muziek trekken ook publiek", vertelt Martijn Middel. "Dan staan er toch vaak mensen te kijken, de bibliotheek is namelijk gewoon open tijdens de uitzending." Tijdens de uitzending zijn er verschillende mensen in de bibliotheek aan de slag: twee presentatoren één technicus, één of twee redacteurs die de gasten opvangen en wat hand- en span-diensten verrichten. De lijn wordt bewaakt door redacteurs van andere OOG-programma's die sowieso op de redactie aanwezig moeten zijn voor hun eigen programma. De verbinding gaat via internet, OOG heeft daarvoor een instreamer en extreamer gekocht. "Het is een vrij stabiele verbinding, met ongeveer anderhalve minuut vertraging. Het voordeel van dit systeem is dat het verplaatsbaar is. Dus we kunnen het ook op andere locaties gebruiken". Meer informatie over het programma: forum.oogradio.nl

3. Hele uitzending of alleen verslaggever?

Bij een locatieuitzending is het handig om van te voren rekening te houden met de volgende zaken. Er moet een geschikte locatie gezocht worden, er is extra apparatuur nodig, er zijn wellicht iets meer mensen aan de slag dan bij een reguliere uitzending. Daarnaast moet een evenement geschikt zijn voor een uitzending vanaf locatie, kortom: begin op tijd met de voorbereidingen.

Een verslaggever op pad sturen is veel gemakkelijker en sneller te realiseren. Zelfs met je mobiele telefoon kan je als verslaggever live verslag doen van een evenement. Ook als je niet de hele tijd op zender kunt zijn, kan je bijvoorbeeld via twitter een beeld geven van de gebeurtenissen. Met een simpel headsetje kan je zelfs mensen interviewen en via je oortje horen welke vragen de presentator voor je in petto heeft. De geluidskwaliteit van mobiele telefoons is niet altijd even stabiel, maar bij korte items hoeft dat geen probleem te zijn. Als je de apparatuur in huis hebt om via een betere verbinding verslag te doen is dat aan te raden. Te denken valt aan inbellen met behulp van een tieline, een comrex, een ouderwetse reportfoon of op pad met de HF.

Wanneer stuur je een verslaggever op pad? En wat is dan zijn rol als het om live verslaggeving gaat? Een verslaggever kan live het best uit de voeten met een evenement dat gaande is op het moment van de uitzending. Er moet iets gebeuren. Dat kan van alles zijn. Een sportwedstrijd bijvoorbeeld, een spannende gemeenteraadsvergadering of een speciale veiling om geld in te zamelen voor een goed doel. Een belangrijke voorwaarde is dat er iets gebeurt op het moment van de uitzending. Het mag eerder beginnen, het mag langer duren, maar tijdens de uitzending moet er wel actie zijn. De verslaggever is de hele tijd aanwezig en kan op verschillende momenten in de uitzending komen. Met iedere keer nieuwe informatie, een nieuwe tussenstand oftewel de laatste ontwikkelingen. Op die manier heeft de luisteraar het gevoel dat hij er bij is als het gebeurt, het geeft een gevoel van urgentie aan je uitzending. Meer hierover in de reader *Verslaggeving*.

Uit de praktijk: Marcel Oosten, presentator van het NOS radio 1 journaal en oud-verslaggever bij de NOS

“Live op locatie is het leukste wat er is. Het zorgt ook voor mooie radio, vooral als het een inspirerende locatie is. Ik sta liever in een museum met mooie schilderijen dan in een kantoor waar schoongemaakt wordt. Je moet iets kunnen met je locatie, je moet er doorheen kunnen lopen, dingen kunnen omschrijven, zorgen dat de luisteraar ziet waar je bent. Het mooiste is als er iets gebeurt op het moment dat je de uitzending in gaat, als het geluid van de locatie je verslag versterkt. Zorg wel dat je uitlegt wat er te horen is, zodat mensen snappen wat er gebeurt. Als je binnen staat en er zijn meeuwen te horen, moet je vertellen dat dat komt omdat je bij een brugsimulatie aanwezig bent.

Beweging in een live bijdrage is mooi. Zeker als je meerdere keren terug komt in de uitzending. Loop met je microfoon, ga de trap op, zorg dat je de ruimte laat horen. Als je in een kerk staat is het mooier om de microfoon iets verder weg te houden, zodat je ook de galm van de kerk hoort. Dit soort dingen moet je natuurlijk wel van te voren even testen.” Live verslag op locatie kan niet mis gaan, vindt de radiomaker. “Je moet creatief zijn. Het enige dat mis kan gaan is dat er teveel of hele slechte sprekers geproduceerd zijn. En de techniek kan je in de steek laten. Maar verder? Wees creatief! Kijk uit het raam, omschrijf wat je ziet. Als het stormt moet je zorgen dat je erin staat, dan maakt je beschrijving veel meer indruk. Ook hier geldt: even testen van te voren hoe je verstaanbaar blijft. Maar ga naar buiten. Het is altijd spannender om op een postzegelbeurs rond te lopen dan erover te praten in de studio.”

Een uitzending vanaf locatie kost relatief veel energie en wellicht ook extra geld. Het is belangrijk om alleen van locatie uit te zenden op het moment dat het grote meerwaarde heeft om ergens bij aanwezig te zijn. Dat kan van alles zijn. Vaak gaat het om evenementen. Denk aan de lokale omroepen die de handen ineen slaan om ieder jaar Vierdaagse radio te maken of aan Mercurius RTV die een aantal jaren in speciale uitzendingen verslag heeft gedaan van het skûtsjesilen. Maar het hoeft niet altijd om grote evenementen te draaien. De opening van de nieuwbouw van het bejaardentehuis of jongerensoos kan ook een aanleiding zijn om daar live bij te zijn. De gemeenteraadsverkiezingen of het afscheid van de burgemeester is ook zeer geschikt. Kortom: die dingen in de regio waar je als omroep en als luisteraar bij wilt zijn. Kies hoe lang de uitzending zal zijn. Laat je een programma van locatie komen en maak je er een soort themaprogramma van? Of ga je de hele dag een speciale uitzending maken? Denk daar van te voren goed over na en brainstorm met zijn allen. Want met een leuk plan is de helft van het werk al gedaan!

Opdracht

Selecteer de drie belangrijkste evenementen in het verzorgingsgebied van jouw lokale omroep. Bedenk bij alledrie met wat voor opdracht je een verslaggever op pad zou sturen. Bedenk daarnaast voor alledrie op wat voor manier je een locatieuitzending aan zou kunnen pakken. Probeer af te wegen waar je voorkeur naar uit gaat, even los van eventuele financiële en praktische consequenties. Heeft een locatieuitzending meerwaarde of niet?

4. Benodigheden

Wat moet je allemaal in huis hebben voordat je aan een uitzending op locatie begint? De benodigheden zijn op te splitsen in drie delen: techniek, logistiek en mensen. Om met het laatste te beginnen: afhankelijk van de keuzes die je als omroep maakt heb je meer mensen nodig. Een live verslag vanaf locatie betekent één verslaggever en – indien beschikbaar - één producer. Een uitzending vanaf locatie heeft meer voeten in aarde: dan heb je een technicus nodig, een presentator, iemand die in de studio de boel in de gaten houdt, een regisseur en – als het kan – een verslaggever die zich onder de mensen begeeft. Een en ander hangt af van het type uitzending dat je wilt maken, maar ook van de technische mogelijkheden die je hebt. Kortom: bespreek van te voren wat je zou willen maken, breng in kaart wat je dan nodig hebt en kijk in hoeverre dat te realiseren is.

Techniek

Wat heb je allemaal nodig qua techniek als het gaat om een locatieuitzending? Als je op één vast punt gaat zitten, is het verstandig om een kleine studio te bouwen. Afhankelijk van de keuzes die je als programmamaker maakt gaat dat om een presentatietafel met een aantal microfoons en koptelefoons, een mengpaneel met wellicht een of meer cd/md-spelers. Misschien kan je zelfs een laptop op het mengpaneel aansluiten. Op die manier kan je de hele uitzending vanaf locatie verzorgen. Je kunt het opbouwen met losse spullen, maar als het de bedoeling is om veel van dit soort uitzendingen te maken kun je er ook voor kiezen om het in te bouwen in vaste kisten of een busje. Dat kan op de lange termijn veel tijd besparen, maar is geen goed idee voor eenmalige projecten. Tijdens de uitzending zijn de presentator en de technicus allebei op de locatie aanwezig. Als het de bedoeling is om veel gasten te ontvangen is het zeer verstandig om een regisseur/producer in te schakelen, dat scheelt veel stress en gedoe voor presentatie en techniek.

Wat nou als je dit soort middelen niet in huis hebt? Is het daarmee definitief van de baan? Nee, je moet alleen iets creatiever zijn. Voor het interviewen van verschillende gasten is één microfoon immers al voldoende. De presentator kan ook in zijn eentje heel veel doen. Bij eenmalige, zeer grote projecten is het misschien de moeite waard om faciliteiten in te huren.

Essentieel is de verbinding. En ook daar zijn er weer veel wegen die naar Rome leiden. Sommige omroepen zullen een HF hebben, bij andere zal wellicht nog een codec in de kast staan. Of er staat helemaal niets in de kast en er wordt overwogen om iets nieuws aan te schaffen. Maar wat koop je dan? Een luci, een comrex of nog iets anders. Op dit moment gaan de ontwikkelingen heel snel. Apparatuur wordt steeds kleiner en betaalbaar, een verbinding leggen wordt simpeler en goedkoper. Verken de markt, informeer bij andere omroepen en beslis wat het beste bij jouw omroep past.

Opdracht

Inventariseer wat je in huis hebt om een locatie-uitzending mogelijk te maken. Hoeveel microfoons en koptelefoons zijn er? Op wat voor manieren zou je een verbinding mogelijk kunnen maken? Is er een HF-zender aanwezig? Doet alles het nog? Maak een overzicht en bedenk wat voor uitzendingen je allemaal zou kunnen maken.

Logistiek

De locatie van je uitzending is vaak af te leiden van het onderwerp van je uitzending. Je wilt dichtbij het evenement zijn wat je gaat verslaan, het liefst zit je er bovenop. Bijvoorbeeld bij de gemeenteraadsverkiezingen wil je in het gemeentehuis zitten. Je belt met de persvoorlichter en je vraagt of het mogelijk is dat jullie daar een plek krijgen. Ga ter voorbereiding van de uitzending op locatiebezoek, leg uit wat je bedoeling is met het programma en kies in overleg een goede plek uit. Je wilt ergens zitten waar je genoeg ruimte hebt en waar je kunt zien wat er gebeurt. Probeer te achterhalen wat de invloed van de ruimte is op het geluid, klap een paar keer in je handen om te horen hoe de akoestiek is. Maak goede afspraken met je contactpersoon en zorg dat iedereen weet welke afspraken er gemaakt zijn. Onderstaand productiesheet kan daarbij van pas komen.

Productiesheet locatie-uitzending

Algemene informatie:

Datum:

Onderwerp:

Adres:

Contactpersoon op de locatie:

Telefoonnr contactpersoon:

Technische informatie:

Bij opbouw op locatie:

Wagen geboekt bij:

Telefoonnummer technicus wagen:

Plek presentatietafel:

Parkeerplek techniekwag:

Contactpersoon technische dienst locatie:

Plek ISDN-verbinding:

Indien aanwezig – contactpersoon technische dienst:

Is er water/koffie e.d. geregeld voor de gasten?

Is er een werkplek voor de presentator? Computer met internet?

Inhoudelijke informatie:

Gasten (met functie en telefoonnummer):

Uitzendploeg ter plekke, met telefoonnummers

5. De uitzending zelf

Alle praktische zaken zijn geregeld, nu komt het er op aan om ook inhoudelijk de uitzending in elkaar te steken. Wat gaat er gebeuren? Welke mensen worden uitgenodigd, hoe moet de uitzending gaan klinken? Denk daar met zijn allen goed over na. Kies wat je wel en niet gaat doen.

Bij een thematische uitzending vanaf een locatie kun je misschien veel gasten uitnodigen. Bijvoorbeeld de opening van de nieuwe vleugel van het ziekenhuis. De meerwaarde van deze locatie is onder andere dat het de werkplek is van veel mensen die je graag aan tafel wilt hebben. Voor hen is aanschuiven in de hal van het ziekenhuis waarschijnlijk makkelijker dan heen en weer reizen naar de radiostudio.

Als je er voor kiest om verslag te doen van een evenement, moet je goed bedenken wat je wilt gaan doen. Op welke manier kun je de sfeer van het evenement goed overbrengen? Wil je alleen registreren en laten horen of wil je vertellen wat er gebeurt en enige duiding geven? In het laatste geval is het misschien een idee om naast de presentator en zijn gasten ook een verslaggever mee te sturen die tussen het publiek gaat staan. Is het een evenement met veel live muziek? Zoek dan een locatie waar je goed zicht hebt, maar waar je niet heel veel last hebt van de muziek. De gasten moeten wel goed verstaanbaar blijven.

Kies je ervoor om een van de reguliere uitzendingen regelmatig van locatie te laten komen, dan is het handig om daar een vaste locatie voor te zoeken. Kies een plek die bij de sfeer van het programma past. Want de radiofonische uitstraling van een café of een bibliotheek is totaal verschillend.

uit de praktijk

De radiomakers van StadsRTV Breda gaan verschillende malen per jaar op locatie. Het maandelijkse programma "Meijs en Ton op locatie" wordt 1x per maand opgenomen en daarna uitgezonden. "De live verbinding via de codec gaf teveel stress", vertelt programmaleider Michael Wesselink. "Daarom hebben we besloten om deze uitzendingen gewoon op te nemen. Als het nodig is kunnen we dan ook nog monteren. Daarnaast maken we zo'n vijf keer per jaar evenementenradio, dat is wel live". De belangrijkste reden voor dit soort speciale uitzendingen is de lokale betrokkenheid van de omroep. "Je bent heel erg zichtbaar tijdens zo'n evenement. Er hangt een groot spandoek, de microfoons trekken de aandacht, je naamsbekendheid wordt groter." Het kost relatief veel tijd om dit soort uitzendingen voor te bereiden, dus wordt er iedere keer afgewogen of het nodig is of niet. "In de praktijk komen de voorbereidingen op het bord van de programmaleider terecht", vertelt Wesselink. "Ik doe vooraf de coördinatie en tijdens het evenement vaak ook de regie. Daarnaast hebben we presentatie, techniek en verschillende verslaggevers met een draadloze microfoon. We bouwen - met behulp van losse spullen - een mobiele studio. Je merkt dat de gesprekken heel anders zijn dan in de studio, mensen zijn veel losser". Die losheid zit hem ook in het draaiboek, merkt de programmaleider: "Locatieuitzendingen lopen altijd anders dan je denkt. Zorg ervoor dat je een coördinator hebt die niet snel in de stress schiet en weet dat het nooit helemaal volgens draaiboek verloopt. Hou het simpel en overzichtelijk, dan is het heel goed te doen om een locatieuitzending te maken!"

Meer informatie: www.stadsrtvbreda.nl

Bij uitzendingen vanaf locatie is het vaak handig om een regisseur in te schakelen. In de praktijk blijkt dat dit soort uitzendingen altijd anders lopen dan je denkt, gasten komen te laat, staan nog te kletsen met anderen of vergeten door het evenement hun afspraak. Flexibiliteit is dan ook een absolute voorwaarde. Als de uitzending goed voorbereid is en iedereen weet wat de bedoeling is, kun je heel gemakkelijk op dat soort onverwachte zaken inspelen. Door één van de andere gasten alvast aan tafel te laten schuiven, even te schakelen met de verslaggever of door een beschrijving te geven wat er gebeurt. Het is belangrijk dat de presentator goed weet wat het evenement inhoudt. Als er dan even helemaal niets is, dan kan hij of zij in ieder geval nog even samenvatten wat er allemaal al gebeurd is die dag. Presentatoren en verslaggevers moeten goed naar de regisseur luisteren en rustig blijven. De meeste fouten worden door stress gemaakt. Luisteraars weten niet hoe het draaiboek in elkaar steekt, die horen alleen het eindproduct. Hou dat altijd in je achterhoofd!

Het regisseren van een uitzending

- Als regisseur ben je verantwoordelijk voor het verloop van de HELE uitzending.
- Zorg dat je helder en duidelijk communiceert, een technicus weet vaak niet wat de bedoeling is (zeker bij een locatieuitzending) en heeft dus sturing nodig. Laat iemand wel in zijn waarde!
- Doseer je informatie goed, kijk niet te ver vooruit. Stap voor stap. Zorg dat je zelf grip houdt op de uitzending door goed in de gaten te houden of je qua tijd goed uitkomt. Bel op tijd in bij de mensen die je in de uitzending wilt hebben.
- Probeer rustig te blijven. Als de regisseur onrust uitstraalt heeft dat effect op de uitzending, probeer dus kalm te blijven.
- Geef korte, heldere cues aan de presentator. Hele verhalen heeft geen zin, werkt alleen maar verwarrend. Zorg dat de presentator weet wat er gebeurt, als er iets omgedraaid wordt bijvoorbeeld. Praat alleen tegen presentator als die zelf niet spreekt.
- Reken op tijd uit hoe je uitkomt aan het eind van het programma. Als je het niet vertrouwt: vraag je technicus om het even na te rekenen.

6. Terugkijken

Na de uitzending is het verstandig om in dezelfde week te evalueren. Leer van de dingen die wat minder goed gingen. Leg vast hoe je dingen geregeld had, zodat je voor de volgende keer een soort blauwdruk hebt liggen. Bedenk hoe het beter kan, schrijf dat op. Want vlak na een locatieuitzending kun je dat veel beter bedenken dan vlak voor een uitzending. Het is zonde van de tijd en energie om iedere keer het wiel opnieuw uit te vinden. Evalueer in ieder geval de punten: logistiek, techniek en mensen. Wist iedereen wat hij/zij moest doen? Waren de dingen goed geregeld of waren er teveel losse eindjes die op de dag zelf nog aan elkaar geknoopt moesten worden? Ging het technisch goed of was de verbinding bijvoorbeeld niet stabiel genoeg? Waren er teveel of misschien wel te weinig mensen bij de uitzending aanwezig en betrokken?

Luister de uitzending terug en vraag naar de mening van je collega's. Wat vonden zij ervan? Kwam de meerwaarde van de locatie goed tot zijn recht? Hoe was de verstaanbaarheid van de gasten en de verslaggevers?

Denk na over mogelijke investeringen waarmee het op de lange termijn makkelijker kan worden. Onderzoek de mogelijkheden. Nu heb je daar de tijd voor, vlak voor een nieuw project waarschijnlijk niet.

7. Aanbevolen literatuur

- Succesvol Presenteren, Ko van Geemert & Judith Bosch
- Radiojournalistiek, geschreven door Lieneke van Schaardenburg
- Basisboek Journalistiek, geschreven door Nico Kussendrager, Dick van der Lugt en Ben Rogmans
- Werkwijzer voor Journalistiek Denken en Doen van Piet Heil
- Helder schrijven, spreken, denken van Rudolf Flesch
- Het Stijlboek van de Volkskrant
- Schrijfwijzer van Jan Renkema
- Het Groene Boekje

Aanbevolen websites:

www.google.com

www.wikipedia.nl

www.nu.nl

www.kranten.com

www.onzetaal.nl

www.villamedia.nl: de site van de Nederlandse Vereniging van Journalisten

www.cbs.nl: om cijfers en statistieken na te zoeken.

www.parlement.nl: alles over de eerste en tweede kamer

www.europa.nl: alles over het Europees Parlement

www.rechtspraak.nl: alles over het Nederlandse rechtssysteem, uitspraken

www.popinstituut.nl: voor als je info over een artiest oid zoekt

www.cultuurnet.nl: een database van cultuurminnend Nederland

www.omroep.nl

www.olon.nl

Verder: alle landelijke en regionale dagbladen, politieke partijen. Universiteiten en andere onderwijsinstellingen hebben eigen sites, vaak met zeer goede zoekmogelijkheden. Denk daaraan als je achtergrondinformatie zoekt voor je item.

Over de auteurs

Carmen Fernald (1971) is sinds 1995 werkzaam als programmamaker voor verschillende omroepen in Hilversum. 'Als kind luisterde ik 's nachts stiekem naar een transistorradiootje, zo is mijn liefde voor de radio ontstaan'. Het is daarom niet vreemd dat Carmen op de School voor Journalistiek in Zwolle radio als specialisatie kiest.

Na haar studie gaat ze aan de slag voor onder meer de NOS, NPS en de NCRV. Voor deze omroepen maakt ze verschillende programma's in binnen- en buitenland. Daarnaast geeft ze communicatie- en mediatrainingen, onder meer voor de OLON en is ze actief als tekstschrijver. Op dit moment werkt ze als bureauredacteur bij het tv-programma Kruispunt van de KRO/RKK.

Mireille van der Werff (1973) is sinds 1996 als redacteur en regisseur actief in de Hilversumse omroepwereld. Op de School voor Journalistiek in Zwolle komt Mireille voor het eerst in contact met het radiovak. 'Als vrijwilliger bij de schoolradio zat ik iedere week urenlang in de radiostudio', vertelt ze. Al tijdens haar studie komt ze bij de KRO terecht waar ze ruim 10 jaar zal blijven als redacteur en regisseur voor verschillende programma's op radio 1, 2 en 5. Een aantal jaar is ze plaatsvervangend eindredacteur bij KRO's Tijd voor Twee. Nu werkt Mireille als freelance regisseur en redacteur en geeft ze workshops, onder meer voor de OLON. Meer informatie: www.mediawerff.nl

Carmen Fernald en Mireille van der Werff zijn allebei lid van het jurysecretariaat van de LOA Awards. Meer informatie daarover is te vinden op www.olon.nl

Disclaimer:

Deze reader is geschreven in opdracht van de Organisatie voor Lokale Omroepen in Nederland, OLON. Niets uit deze publicatie mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt worden d.m.v. druk, fotokopie of op welke andere wijze ook, zonder schriftelijke toestemming van een van de auteurs of van de OLON.

Colofon

Teksten:

Carmen Fernald en
Mireille van der Werff

Coördinatie OLON:

Marie-José van den Berg en Ilja Geukers

Vormgeving: Van Domburg Ontwerp

© OLON 2011