

LECTORALE REDE

# Met media het verschil maken

Verbinding en verbeelding als  
sleutel tot sociale verandering

**Tamara Witschge**

Lector Creative Media  
for Social Change



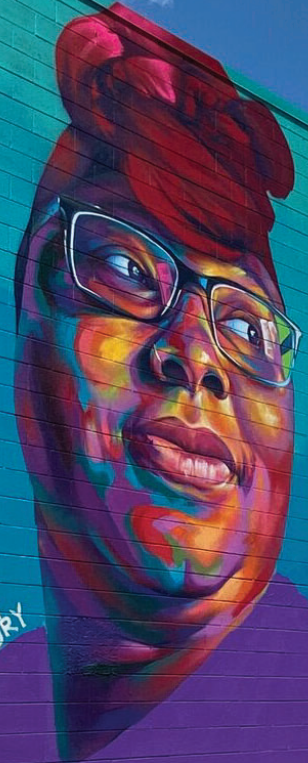
YOUR WIZDOM  
IS NEEDED  
+ MAKES THE  
WORLD GO  
'ROUND

COVER TEACHING  
CURRENT IS 2:00  
EVENTS  
LISTEN TO  
YOUR STUDENTS

TEACH  
Eggh

WE DEMAND  
A BETTER  
CURRICULUM  
HISTORY

TEACH  
OUR F  
ON THE  
NICE D



Met media het verschil maken  
Verbinding en verbeelding als sleutel tot sociale verandering





# Met media het verschil maken

Verbinding en verbeelding als  
sleutel tot sociale verandering

Lectorale rede

In verkorte vorm uitgesproken

op dinsdag 11 mei 2021 door

Prof. dr. Tamara Witschge

Lector Creative Media for Social Change

ISBN 978-94-6301-351-2

Academische Uitgeverij Eburon, Utrecht  
[www.eburon.nl](http://www.eburon.nl)

Beeld omslag: Thomas "Detour" Evans  
Omslagontwerp: Hanneke Laaning, Studio Vensterbank  
Opmaak tekst: Studio Iris

© 2021 Tamara Witschge/Hogeschool van Amsterdam. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of op enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de rechthebbende.



## Inhoud

De rol van informatie in onze samenleving	11
Wanneer is informatie relevant?	13
Behoeftte aan een nieuwe taakinvulling	17
Verbeelding: Het verbreden van perspectief	21
Verbinding: De relevantie van publieke instanties	25
Verandering: De rol van creatieve media	30
“De rede, de rede...”	37
Verwijzingen	41





“Ik ga me dus echt niet laten vaccineren.” Ik weet niet of het de stelligheid of de inhoud is, maar ik spring direct in de “rationele onderzoeker”-modus. Waarom laat ze zich niet vaccineren? Waar heeft ze haar informatie vandaan, wat zijn haar bronnen en hoe is zij tot haar conclusie gekomen? Nog altijd ga ik in dit soort gesprekken, vooral met mijn familie en dierbare vrienden, direct op zoek naar “rationele” argumenten, of eerlijker, op zoek naar de gaten in hun betoog.

Het gesprek over vaccineren, dat ik met mijn moeder voerde, doet me denken aan hoe ik als tiener mijn vader vroeg wat zijn redenen waren om op de VVD te stemmen terwijl deze partij in mijn ogen vooral voor sociaaleconomisch beleid stond dat tegen mijn vaders belangen was. En aan hoe ik in mei 2002, net na de moord op Pim Fortuyn, bij mijn promotor beklag deed over het stemgedrag van het Nederlandse volk. Of preciezer, over het deel dat gestemd had op Pim Fortuyn. Ik schreef mijn proefschrift over het maatschappelijke debat over immigratie en onderzocht de rol ervan in de democratie. De moed was me in de schoenen gezakt, want datgene dat ik zou moeten beschrijven, snapte ik niet. Ik zocht de antwoorden in de rationele redenen voor het stemmen en wist me geen raad met de overdaad aan gevoelens die door het land en het politieke domein raasden.

Ik deelde mijn diepste oordeel met mijn promotor, Kees Brants: als de democratie er zo uit zag, dan wist ik niet of ik dat wel steunde. Ik wist niet hoe ik hier onderzoek naar kon doen en was mijn kompas kwijt. Kees was duidelijk in zijn antwoord: “Tamara, als je denkt dat jij en ik op een ‘betere’ manier stemmen, of op een meer rationele manier, dan heb je het mis.” Waren ook onze stemmen niet gewoon op een basis van gevoel gestaafd? Dat wij in staat waren deze beter te verpakken dan anderen, maakte het niet per se een meer geïnformeerd besluit.

Wat is dan eigenlijk een geïnformeerd besluit? En hoe komen we daartoe? En is informatie echt de meest belangrijke basis van besluiten? In mijn promotieonderzoek onderzocht ik, geïnspireerd door de politicoloog Iris Marion Young,<sup>1</sup> de rol van niet-rationele elementen in het politieke debat. Ik conclu-

---

1 Young (2000).



deerde dat deze vormen van communicatie, zoals het groeten van de ander als erkenning van de anders aanwezigheid en het bedanken van de ander voor diens bijdrage, een belangrijke basis vormden. Hoe meer deze elementen aanwezig waren, hoe inclusiever en constructiever de gesprekken online over het beladen onderwerp van migratie waren. Juist deze vormen van communicatie, die aanvullend zijn op rationele communicatie, bleken een middel tegen de polarisatie, uitsluiting en miscommunicatie.<sup>2</sup>

En toch, het inzicht over het belang van andere vormen van communicatie en de relevantie van het gevoelsmatige in onze besluitvorming, behouden mij er niet van mijn moeder direct te ondervragen naar de rationele redenen van haar besluit. Hoewel ik als onderzoeker schrijf over de waarde van nieuwsgierigheid,<sup>3</sup> beantwoord ik mijn moeders stelligheid met een verhoor over haar bronnen. Terugkijkend zie ik dat dezelfde nieuwsgierigheid mij ontbrak in mijn onderzoek 15 jaar geleden: ik stond niet open om te leren van en over diegenen die anderen uitsloten van het gesprek of het debat polariseerden. Hoewel ik keek naar het belang van niet-rationele communicatie, zocht ik toch vooral ook naar dat wat ik als redelijk beschouwde.

In gesprek met Deb Lavoy, oprichtster van *Reality Team*,<sup>4</sup> haal ik het gesprek met mijn moeder over vaccineren aan. Met *Reality Team* wil Deb misinformatie en geruchten tegengaan met nieuwe verhalen en deze zo breed mogelijk delen. Deb herinnert mij eraan dat mijn moeder waarschijnlijk zeer terecht zorgen heeft over de inenting en zekerheid zoekt over een complex thema. Ik realiseer me dat ik waarschijnlijk helemaal niet “beter” geïnformeerd ben, als we daaronder verstaan hoeveel ik erover gelezen heb en hoezeer ik opensta voor argumenten tegen en voor de vaccinaties. Het grootste verschil is misschien wel dat ik me tot andere bronnen richt en geen eenduidig antwoord verwacht: ik ben niet per se op zoek naar datgene dat mij zekerheid biedt.

Dat wat misinformatie zo effectief maakt, vertelt Deb, is dat ze voedt op verwarring en verdeeldheid en daarin een stellig en simpel alternatief tegenover de meer genuanceerde en complexe werkelijkheid stelt. Daar waar de meeste vraagstukken waar we nu in de samenleving voor staan enorm complex zijn, geeft misinformatie “duidelijkheid,” of althans een zeer simpel, krachtig

---

2 Witschge (2007).

3 Zie Stevenson en Witschge (2020).

4 <https://realityteam.org>

narratief.<sup>5</sup> Juist het feit dat het “simpel,” of beter “simplistisch” is, maakt het krachtig in een tijd waarin er veel onrust, zorgen en onduidelijkheid zijn. Als deze inhoud de boventoon voert (ofwel omdat deze meer appelleert aan onze onzekerheid, angst, behoefte aan sensatie of omdat hij gewoonweg sterker in volume is), heeft daadwerkelijke, genuanceerde informatie die context en duiding biedt veel minder kans ons te bereiken. En we hebben deze context en duiding als samenleving harder dan ooit nodig om de grote maatschappelijke vraagstukken waar we voor staan aan te kunnen gaan.

Desalniettemin is deze informatie, die context en duiding biedt, er wel degelijk in overvloed. En dat niet alleen: er zijn vele publieke instellingen en ook private organisaties die het als hun missie hebben om deze informatie te bewaren en/of beschikbaar te stellen aan het publiek. Al in 2015 schreef het Netwerk Digitaal Erfgoed in haar strategie: “Voor archieven, bibliotheken en musea zijn het opwindende tijden. Ze realiseren zich dat ze met hun unieke collecties goud in handen hebben in de informatiesamenleving.”<sup>6</sup> Tegelijkertijd stelt het Netwerk Digitaal Erfgoed dat de organisaties met dit goud in handen “zich genoodzaakt [zien] hun rol opnieuw te definiëren. Vragen die zich daarbij aandienen zijn bijvoorbeeld: Hoe bereiken we (nieuwe) gebruikersgroepen? Welke relatie gaan we met ze aan, welke diensten bieden we aan?”<sup>7</sup> En daar zou ik nog een vraag aan willen toevoegen: Hoe kunnen deze instanties de nieuwe rol vormgeven op een manier die recht doet aan de erkenning dat zij meer inclusief moeten zijn?<sup>8</sup>

Een belangrijke beroepsgroep in dit informatielandschap is de journalistiek, waar ik de afgelopen 15 jaar onderzoek naar heb gedaan. Ook voor de journalistiek en andere mediamakers zijn dit centrale vragen, welke nog urgenter zijn geworden in de huidige tijd waarin hun “geloofwaardigheid systematisch wordt ondermijnd”.<sup>9</sup> Deze systematische ondermijning omvat, zoals José van Dijck aangeeft, de meer structurele vormen van ondermijning (in haar woorden “malafide trollenlegers in Rusland die desinformatie in omloop brengen” en “sociale medianetwerken die er maar niet in slagen hun kanalen te zuive-

---

5 <https://www.youtube.com/watch?v=d5piGe23R-w>

6 Netwerk Digitaal Erfgoed (2015: 6).

7 Netwerk Digitaal Erfgoed (2015: 6).

8 Zie bijvoorbeeld Friedman-Rudovsky en Haynes (2020), Papaikonmou (2020) en Lodijs (2020).

9 Van Dijck (2020: 9).

ren").<sup>10</sup> Echter, wij, als het publiek van de misinformatie die via deze kanalen tot ons komen, spelen ook een rol.

De, wat José van Dijck benoemt als "naïeve gebruikers die desinformatie en misinformatie doorsturen zonder na te denken over de consequenties"<sup>11</sup> zijn een belangrijke spil in de huidige informatieproblematiek.<sup>12</sup> In een tijd waarin nepnieuws, filterbubbels,<sup>13</sup> en nieuwskoppen die verwarring, wantrouwen en polarisatie voeden gesprek van de dag zijn, is het logisch dat we veel aandacht besteden aan deze problemen. Echter, in de hoeveelheid aandacht die er is over de rol van platformen als Facebook en Instagram en algoritmes, missen we wellicht een belangrijk onderdeel in dit vraagstuk. Is de informatieproblematiek daadwerkelijk een *informatie*probleem, of zoeken we het probleem dan in de verkeerde hoek, zoals ik ook in het gesprek met mijn moeder deed? In deze rede bespreek ik wat de rol van informatie is in onze samenleving, en hoe informatieverstrekkers hun rol zien en opnieuw (kunnen) vormgeven. Wat is er nodig voor instanties als archieven, musea, bibliotheken en de journalistiek om een bredere relevantie en aansluiting te vinden in de samenleving? Uiteindelijk richt ik me op de vraag wat we als samenleving nodig hebben om maatschappelijke vraagstukken aan te gaan. Ik bespreek hoe we vanuit het lectoraat Creative Media for Social Change de rol van verbeelding en verbinding onderzoeken met innovatieve media en creatieve methoden.

---

10 Van Dijck (2020: 9).

11 Van Dijck (2020: 9-10).

12 Rogers en Niederer (2020).

13 Ik gebruik de termen nepnieuws en filterbubbels hier niet om onkritisch hun bestaan te bevestigen, maar wel als een term die veel gebruikt wordt in het discours over informatieproblemen. Rogers en Niederer (2020) geven een uitvoerige beschrijving van de verschillende termen in het eerste hoofdstuk van hun boek.



## De rol van informatie in onze samenleving

Informatie wordt als cruciaal beschouwd voor burgers, voor het vervullen van hun taak in de samenleving en democratie. Zoals ik hierboven aangeef is er een veelheid aan publieke en private actoren die actief een rol spelen in het informeren van de samenleving. Ik zal hier en in de komende hoofdstukken inzoomen op journalistiek. Deze beroepsgroep neemt van oudsher een specifieke rol in de informatieverstrekking in de samenleving in. In de literatuur waarin de rol van journalistiek wordt besproken, is een van de kernelementen die steeds weer terugkomt haar rol in het informeren van burgers. Hoewel er enorm veel is veranderd in de manier waarop mensen informatie tot zich nemen, is de taakopvatting van journalisten opmerkelijk standvastig. Zij zien zichzelf en worden gezien als waakhonden, als diegenen die burgers van die betrouwbare informatie voorzien die nodig is voor de samenleving.<sup>14</sup>

De klassieke opvatting van de rol van de journalistiek is dan ook, zoals Barbie Zelizer het verwoordt, haar “capacity to convey information”.<sup>15</sup> Journalistiek wordt in deze opvatting als centraal gezien voor de gezondheid en vitaliteit van een actief burgerschap. Nieuws “should provide citizens with the basic information necessary to form and update opinions on all of the major issues of the day”.<sup>16</sup> En hoewel er wel degelijk nieuwe nieuwsformats zijn gekomen, staat de rol van informatie veelal buiten kijf. Zo laaide er eind jaren negentig een discussie op over de waarde van genres als “infotainment”.<sup>17</sup> De centrale vraag was hoe relevant dit nieuwe genre is waarbij televisienieuws gebruik maakt van entertainment formats.<sup>18</sup>

Een latere discussie richtte zich op hoe actief burgers zouden moeten zijn in het vergaren van informatie. Daar waar eerder de verwachtingen zeer hoog waren van burgers in het proactief geïnformeerd blijven (zij moesten al het nieuws volgen), kwamen er alternatieven die de verwachtingen temperden,

---

14 Deuze en Witschge (2018).

15 Zelizer (2017: 176).

16 Zaller (2003: 110).

17 Brants (1998); Blumler (1999).

18 Ook in de museale wereld is een soortgelijke verschuiving te herkennen, waarbij de belevingswaarde als belangrijke onderdeel van het bezoek wordt gekenmerkt (zie Versloot (2015) en Schrandt et. al (2019)).

zoals het idee van *monitorial citizenship*<sup>19</sup> en de rol van de journalistiek als inbrekersalarm.<sup>20</sup> Volgens deze opvattingen dient de journalistiek er te zijn voor de burger wanneer zij het nodig hebben. Wanneer het voor hen relevant is moet de informatie voor burgers beschikbaar zijn. Net als in de traditionele opvatting is de basis voor beide alternatieven het idee van “rationele, betrokken burgers,” burgers die kiezen uit een selectie van bronnen van nieuws om geïnformeerd te zijn.<sup>21</sup>

Het idee van de rol van journalistiek als onafhankelijke informatieverstrekker in democratische samenlevingen is hardnekkig, zelfs nu de manieren waarop informatie beschikbaar is en geconsumeerd wordt fundamenteel gewijzigd zijn. Zelfs in het essay “The one thing journalism just might do for democracy” van Rasmus Kleis Nielsen, is de conclusie dat de journalistiek dit te bieden heeft: “relatively accurate, accessible, diverse, relevant, and timely independently produced information about public affairs”.<sup>22</sup> Ik haal deze conclusie niet aan om in twijfel te trekken dat de journalistiek dit soort informatie te bieden heeft. Ik haal deze conclusie aan, om een belangrijke aanname die aan al deze modellen ten grondslag ligt te benoemen en te bevragen, namelijk dat informatie het belangrijkste is dat burgers nodig hebben van de journalistiek om hun rol als burgers te vervullen.<sup>23</sup>

Deze vrij statische en nauwe opvatting van wat burgers nodig hebben van de journalistiek, roept een belangrijke vraag op in het licht van de hierboven benoemde informatieproblematiek. Nederland kent met het rijke informatielandschap naast de journalistiek vele andere instanties die een rol spelen in de manier waarop we verhalen bewaren, vertellen en hervertellen (met het eerdergenoemde “goud” in de vorm van collecties). Met de huidige informatieproblematiek, van misinformatie, filterbubbels en polarisatie, is de vraag hoe deze instanties mensen beter kunnen bereiken en hen van context en duiding bij maatschappelijke thema's kunnen voorzien. Hoe kan de informatie die zij beschikbaar hebben ook daadwerkelijk leiden tot nieuwe perspectieven, inzichten of anderszins bijdragen aan het aangaan van de maatschappelijke kwesties die er nu leven in de samenleving?

---

19 Schudson (1998).

20 Zaller (2003).

21 Peters en Witschge (2015).

22 Nielsen (2017: 1252).

23 Zie ook Zelizer (2013) over de beperkingen van deze relatie tussen journalistiek en democratie.



## Wanneer is informatie relevant?

In een tijd waarin nepnieuws, filterbubbels en andere informatieproblemen gesprek van de dag vormen, is het verleidelijk onze aandacht geheel te richten op deze problemen en meer informatie ook als sleutel tot de oplossing te zien. Ofwel, ik vraag aan mijn moeder, op welke informatie haar mening gebaseerd is en bevrage de kwaliteit van de bron van haar informatie. En, als gevolg hiervan, zoeken we de antwoorden in het versterken van de rol van *informatie* ten opzichte van *desinformatie*. Het gevaar van deze aanpak is dat we ons dan te veel richten op de symptomen, en niet op het mogelijk onderliggende probleem. We zitten vast in het rationele model. David Ryfe<sup>24</sup> stelt in een hoofdstuk over de connectie tussen journalistiek en democratie: we zijn zo gesocialiseerd, dat we geloven dat onze politieke voorkeuren en opvattingen over maatschappelijk relevante kwesties een rationele basis zouden moeten hebben. Zoals Ryfe aangeeft, en zoals mijn promotor Kees Brants mij al eerder zei, is dit voor de meeste mensen, in de meeste gevallen niet het geval. We willen het misschien niet aan onszelf toegeven, laat staan aan een ander, maar er gaat meestal weinig rationeel denken aan onze meningen vooraf.

Daarmee wil ik niet suggereren dat er een hard onderscheid te maken is tussen ratio en gevoel, noch dat de één een betere basis biedt dan de ander. Het is te complex voor deze rede om de werking van ons brein te beschrijven, bovendien zijn experts op dit terrein daar veel beter toe in staat.<sup>25</sup> Het geeft wel aan dat we elders ons antwoord op de informatieproblematiek moeten zoeken. Hoe zien we de relatie tussen informatie en onze standpunten en gedrag? Al in 1989 stelde James Carey<sup>26</sup> dat het lezen van nieuws een "situatie is waarin niets nieuws geleerd wordt, maar waarin een specifieke blik op de wereld gepresenteerd en bevestigd wordt." David Bohm<sup>27</sup> betoogt in "On Dialogue" dat het communicatieprobleem van de samenleving verergert en de verwarring toeneemt als we dit probleem proberen op te lossen met meer

---

24 Ryfe (2019: 300).

25 Zie bijvoorbeeld George Lakoffs (2014: xi, vertaling TW) *Don't Think of an Elephant*, waarin hij beschrijft dat "98% van wat ons brein doet buiten ons bewustzijn plaatsvindt. Als gevolg hiervan weten wij waarschijnlijk niet alles, of zelfs het meeste, van wat ons brein bepaalt ten aanzien van onze diepste morele, sociale, en politieke overtuigingen."

26 Carey (1989: 20, vertaling TW).

27 Bohm (2004: 2).

communicatie. Als dit klopt zoeken we dan wel het antwoord op de huidige informatieproblematiek op de juiste plek? Is er überhaupt sprake van een informatieprobleem, of is er iets anders aan de hand? Is informatie echt wat wij nodig hebben in dit tijdperk? En wat is de rol van instanties die als doel hebben het publiek te informeren?

Nina Simon haalt in haar prachtige boek "The art of relevance" over hoe publieke instanties maatschappelijk relevant kunnen zijn, de cognitieve wetenschappers Wilson en Sperber aan in haar bespreking van wat informatie relevant maakt. Er zijn twee criteria, zo stellen Wilson en Sperber,<sup>28</sup> die maken dat informatie relevant is:

- 1) "Hoe waarschijnlijk het is dat de informatie een positief, cognitief effect genereert, zodat je tot nieuwe conclusies komt die jou raken.
- 2) Hoeveel moeite je moet doen om die nieuwe informatie te verkrijgen en te verwerken."

Deze criteria laten ten eerste zien waarom misinformatie, die makkelijk te verkrijgen en te verwerken is, zo effectief en verleidelijk is. Margriet Sitskoorn, hoogleraar Klinische Neuropsychologie, beschrijft het zo: "Nepnieuws geeft vaak sterke emotionele prikkels die onze aandacht trekken. Als het je vervolgens ook nog persoonlijk raakt en het voelt 'lekker' dan zijn we snel geneigd om iets aan te nemen als werkelijkheid."<sup>29</sup>

De criteria voor wanneer informatie relevant is geven ook aan, zoals *The Art of Relevance* uiteenzet, wat publieke instellingen die het verschil willen maken met de informatie die zij hebben, zouden moeten doen. Wat gebeurt er als we de problemen niet als informatieproblemen zien, maar als een probleem van relevantie? Informatie lijkt een objectief begrip, relevantie is altijd contextafhankelijk. Het roept de vraag op wanneer informatie mensen tot verandering kan inspireren. Wat zijn daar de voorwaarden voor? Het meest fundamentele probleem van de journalistiek en andere instanties in Nederland die informatie beheren en beschikbaar maken is dan ook niet per se de kwaliteit van die informatie, maar de mate waarin deze instanties in staat zijn mensen te bereiken en te stimuleren nieuwe conclusies te trekken. Wat is daarvoor nodig?

---

28 Geciteerd in Simon (2016: 32, vertaling TW).

29 <https://www.isdatechtzo.nl/nepnieuws/hoe-werkt-het-bij-onszelf/>

Relevantie, contextafhankelijk als zij is, vraagt om te starten bij de behoeften van de gemeenschap die je als maker wilt bereiken. Wat zij nodig hebben en zouden willen van de journalistiek en andere instanties is misschien wel radicaal anders dan de dominante opvatting van hoe de rol van journalistiek en andere instanties nu wordt gezien. Voor de journalistiek weten we hoe moeilijk het is om deze opvatting open te breken, niet alleen voor de professionals en onderzoekers werkzaam in het veld, maar ook voor het publiek zelf. Collega's Irene Costera Meijer en Tim Groot Kormelink<sup>30</sup> beschrijven in hun boek "Changing News Use: Unchanged News Experiences?" hoe opmerkelijk onveranderd de ervaringen van gebruikers van nieuws zijn in een tijdperk waarin het aanbod en de consumptiepraktijken aan enorme verandering onderhevig zijn geweest. Om deze ervaring met nieuws positief te veranderen, zo betogen Costera Meijer en Groot Kormelink, moeten nieuwsorganisaties zich richten op wat relevant en plezierig is voor gebruikers.

Willen journalistieke organisaties relevant zijn, en mensen tot nieuwe inzichten inspireren, dienen zij zich, zoals Costera Meijer en Groot Kormelink aangeven, te richten op hoe zij mensen kunnen *dienen*, in plaats van hoe zij hen kunnen *bereiken*.<sup>31</sup> Daarmee doen we recht aan het verschil dat mensen aangeven tussen "*being* informed (they receive information or news) and the impact of their use: whether they actually *feel* informed or not".<sup>32</sup> Voor individuele gebruikers is het niet genoeg dat journalistiek informatief is. De journalistiek moet aansluiten bij de ervaring van gebruikers: pas als het als relevant ervaren wordt, kan het een effect en nieuwe inzichten genereren.

Dit lijkt een simpele opgave, maar juist de manier waarop journalistiek nog altijd gekoppeld wordt aan het informeren van rationele burgers, staat in de weg van het openbreken van de formats en de functie van het genre. De nadruk op rationaliteit en het informeren van burgers staat in de weg van haar potentiële, bredere relevantie.<sup>33</sup> Om die relevantie op nieuwe manieren vorm te geven, zodat journalisten bredere groepen van betekenisvolle ervaringen kunnen voorzien, moeten we de relatie tussen informatie en journalistiek en de rol van informatie in de samenleving kritisch bezien.

---

30 Costera Meijer en Groot Kormelink (2020: 3).

31 Costera Meijer en Groot Kormelink (2020: 5).

32 Costera Meijer en Groot Kormelink (2020: 9).

33 Zelizer (2017: 135).



Frédérique Geerdink<sup>34</sup> bespreekt hoe alternatieve opvattingen van de journalistieke rol te weinig ruimte krijgen. Het idee dat je als journalist het meeste bijdraagt door de onafhankelijke waakhondsfunctie te vervullen, zo stelt Geerdink, is een positie die “alleen maar houdbaar is als je zélf tot de dominante groep behoort”. Het idee van de journalistiek als onafhankelijke *watchdog* doet geen recht aan diegenen die de journalistiek ingaan om juist sociale verandering teweeg te brengen, om een andere vorm van impact te bereiken. Te vaak worden deze journalisten minachtend weggezet als activisten, juist omdat zij relevant voor specifieke groepen willen zijn.

Toch is het hebben van een specifiek soort impact een belangrijke motivatie van journalisten, zo liet onderzoek dat ik deed met Mark Deuze,<sup>35</sup> en met Andrea Wagemans en Frank Harbers<sup>36</sup> zien. Lang niet alle journalisten voelen zich thuis bij de heersende opvatting over de rol van de journalistiek.<sup>37</sup> Het is hier dat de mogelijke ruimte voor verandering zit: journalisten zijn op zoek naar andere manieren waarop zij invulling kunnen geven aan hun beroep en functie in de samenleving. Ik bespreek in de volgende twee hoofdstukken de manieren waarop journalisten een andere rol opvatting hebben dan de dominante die ik hierboven uiteenzet. Dit laat zien hoe zij op zoek zijn naar hun relevantie in een veranderend informatielandschap. De journalistiek is hier niet alleen in. De nationale kennisagenda's van bibliotheken<sup>38</sup> en het museale veld,<sup>39</sup> en de vele nieuwe initiatieven op dit gebied waarvan ik er hieronder een aantal aanhaal, laten zien dat ook voor professionals in die sectoren de vraag leeft hoe zij hun rol opnieuw vormgeven.

---

34 Geerdink (2020).

35 Deuze en Witschge (2020).

36 Wagemans, Witschge, Harbers (2019).

37 De beperkende werking van de heersende opvatting van wat journalistiek is, blijkt ook uit het promotieonderzoek dat Amanda Brouwers en Sofie Willemsen deden in het kader van het project “Entrepreneurship at Work.” Zie bijvoorbeeld Brouwers en Witschge (2020).

38 Hermans en Oomes (2019).

39 Versloot (2015).



## Behoeftte aan een nieuwe taakinvulling

Om inzicht te geven in de manier waarop journalisten een andere taakopvatting hebben dan de dominante opvatting, bespreek ik hier een aantal inzichten uit eerder onderzoek dat ik deed in deze sector. Deze inzichten bieden een basis vanuit welke we nieuwe manieren van werken kunnen ontwikkelen, niet alleen voor journalisten, maar ook voor andere professionals die het publiek willen faciliteren in maatschappelijke vraagstukken. In het boek *Beyond Journalism*<sup>40</sup> doen Mark Deuze en ik verslag van onderzoek dat wij samen met studenten deden naar journalistieke startups in de gehele wereld. Dit onderzoek, met meer dan 125 geïnterviewde journalisten, liet zien hoe divers de werkwijze, motivatie en output van startupjournalisten is. Startupjournalisten worden niet voor niets “pioniers” in het veld genoemd:<sup>41</sup> zij rekken het begrip van wat journalistiek is op en geven nieuwe invulling aan de dagelijkse praktijk en werken met innovatieve formats. In het kader van deze rede wil ik twee dingen uitlichten: 1) de motivatie om het anders te doen in de startup is veelal een gevolg van frustratie met de heersende praktijk en definitie van journalistiek; 2) het doel van veel van de geïnterviewde journalisten is een specifiek maatschappelijke impact.

Er is een grote mate van frustratie over de heersende praktijk in de journalistiek en zowel startende als ervaren journalisten streven specifiek naar vernieuwing ten opzichte van wat de gevestigde journalistiek kan worden genoemd. Een grote groep van startupjournalisten uit haar onvrede met de traditionele pers en besluiten buiten de geijkte kaders te treden, waarbij zij nieuwe manieren van werken opzoeken. Zij blijven dus wel in het werkveld actief, maar keren zich bewust af van wat zij zien als traditionele en, in hun woorden, falende journalistiek. Ze besluiten een startup op te zetten en voor zichzelf te beginnen.

Om deze onvrede verder uit te diepen en er woorden aan te geven, besloten we in het project “Entrepreneurship at work: Analysing practice, labour, and creativity in journalism”,<sup>42</sup> journalisten uit te nodigen een ontslagbrief te schrijven aan de journalistiek. Als onderdeel van de serie van creatieve onder-

---

40 Deuze en Witschge (2020).

41 Hepp en Loosen (2021).

42 Dit project is een door NWO gesubsidieerd VIDI-project dat ik leidde en dat van 2015-2021 liep.

zoekswerkshops “Wetenschapper (onder)zoekt Journalist,” schreef een dertigtal journalisten een brief waarin zij hun redenen voor hun (fictieve) ontslag aan de professie benoemden. Alle journalisten werd gevraagd hun brief aan te vangen met een uiteenzetting van waarom zij gestart waren in het vak (“Toen ik begon met werken als journalist”), om vervolgens aan te geven waarom zij nu ontslag indienden (“Maar nu ....”).<sup>43</sup>

In de handgeschreven brieven delen de deelnemers hun frustraties, onvervulde verlangens, en zelfs de wanhoop en teleurstelling die zij voelen ten aanzien van hun beroep. De terugkerende thema’s zijn gevat in de samengestelde brief, die een compilatie is van zinnen uit de verschillende brieven. Gezamenlijk geven zij een beeld van wat journalisten motiveert en ook wat ze frustreert in de huidige dominante invulling van het vak.<sup>44</sup> Steeds meer journalisten willen een onderdeel van de oplossing zijn, en niet simpelweg “neutraal” vanaf de zijlijn het probleem beschrijven en machthebbende instanties controleren. En, zoals ik hierboven aangeef, wordt hen daarbij verweten de grens tussen activisme en journalistiek te overschrijden.<sup>45</sup> Hiermee wordt de journalistiek in een normatief kader geplaatst waarin lang niet alle journalisten zich thuis voelen. En juist dit kader maakt misschien ook wel dat niet alleen deze journalisten zich niet thuis voelen, maar ook de mensen die zij met hun werk zouden kunnen bereiken en betrekken.

---

43 Zie ook Witschge, Deuze en Willemsen (2019).

44 De samenstelling is gemaakt door Sofie Willemsen, die de brieven geanalyseerd heeft, terugkerende thema’s heeft geselecteerd, en exemplarische zinnen voor deze thema’s uit de brieven overgenomen heeft in deze samengestelde brief.

45 Deze grens stond centraal in het door NWO gesubsidieerde onderzoek “Exploring Journalism’s Limits.” dat we vanuit de Rijksuniversiteit Groningen (RUG) samen met de Hogeschool Utrecht (HU), VersPers en A-Lab deden (zie bijvoorbeeld Hølsgens, de Wildt en Witschge, 2020a). Momenteel onderzoeken we hoe deze grens wordt ervaren door documentairemakers, in het kader van het project “Documenting Complexity” (NWO Smart Culture, 2019-2021) waarin we vanuit de RUG samenwerken met HU, MU, Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, VersPers en WORM.

*Geachte journalistiek,*

*Bij deze dien ik mijn ontslag in. In deze brief deel ik u de belangrijkste redenen voor mijn besluit.*

*Toen ik begon met werken als journalist was schrijven mijn lust en mijn leven, en ik dacht dat ik de wereld kon veranderen. Ik hoopte op een baan op een redactie waar ik mijn kennis van de wereld en creativiteit kon inzetten. Ik zocht naar een plek om verhalen te vertellen en ruimte te geven aan mijn stem. Ik zou de democratie bewaken en bevragen.*

*Maar nu, na een aantal jaren voor je te hebben gewerkt, merk ik dat deze dromen niet zijn uitgekomen.*

*Altijd dat concurreren om opdrachten, in plaats van met, tegen je collega's moeten strijden. Al die eilandjes. We kunnen met elkaar meedenken. Ik geloof nog wel dat je creatiever wordt van samenwerken, dat een product beter wordt door er met anderen naar te kijken. Maar in de praktijk werkt het niet zo. Het feit dat je als freelancejournalist steeds bezig moet zijn met pitchen, je publiek en commerciële belangen maakt je soms een verkapte stofzuigerverkoper.*

*Wat me ook met enige regelmaat tegen de borst stuit is het napraten van elkaar. Te snel willen scoren op een onderwerp waardoor voorbij wordt gegaan aan de journalistieke principes van hoor, wederhoor en vooral onderzoek naar hoe een bepaalde situatie is ontstaan. Werkgevers geven niet meer om kwaliteit, maar om een zo groot mogelijke bereikbaarheid, zoveel mogelijk publiek. Confirmation bias is wat de klok slaat, samen met cherry-picking. Als er geen ruimte en tijd gegeven wordt om de ware feiten te vinden en delen, dan is er voor mij ook geen reden om te blijven.*

*Dan de inhoudelijke bemoeienissen. Journalistiek is een ander woord voor 'ruzie maken'. Bij het schrijven van artikelen kom je met veel verschillende mensen in aanraking die allemaal een eigen visie hebben. Uiteindelijk maak je van alle meningen en feiten die je in je onderzoek bent tegengekomen, je eigen verhaal. Er zijn altijd mensen die het daar niet mee eens zijn. Geloof me nu toch dat ik een expert ben in het achterhalen van informatie en dit weet te vertalen naar mijn doelgroep. Ik vertik het mijn artikel nog een keer aan te passen omdat iemand er weer wat van vindt, of er nog wat extra's bij moet. Weet u wel hoeveel tijd er al in zit en wat ik betaald krijg?*

*Ik heb jarenlang gestudeerd, heb een masterdiploma, en ik verdien minder dan de loodgieter. Kan ik niet elders veel meer verdienen? De honorering voor mijn kennis, kunde en producten is absurd laag. De onzekerheid en slechte verdiensten trek ik niet meer. Het elke maand niet weten of je genoeg kunt verdienen om rond te komen breekt me op. De stress, oh de stress, van een leven als freelancer!*

*Dan is er nog het feit dat de onderzoeksjournalistiek altijd op zoek is naar het slechte in de mens; belangenverstrengeling, machtsmisbruik, corruptie, zodat het lijkt alsof de hele wereld bestaat uit slechteriken. Door te publiceren over negatieve zaken, schetsen we als journalisten een scheef beeld van de werkelijkheid. Journalistiek vertelt op deze manier niet hoe de wereld in elkaar zit, maar werpt een gigantisch rookscherp op.*

*Voor de status hoef je het ook niet te doen. Het maatschappelijk aanzien van mijn vak is laag. Je eigen omgeving kijkt je soms meewarig aan. "Dat je daar zin in hebt," is een veelgehoorde uitspraak, die niet echt motiveert.*

*Ik wou dat je meer open stond voor andere perspectieven en voor sparren, voor het delen van ideeën en enthousiasme om samen tot nieuwe hoogtes te komen. Maar jij wil geen verandering en verrijking. Ga eens buiten de gebaande paden en bekende namen. Ik zoek een werkgever die open staat voor vernieuwing en een oprecht nieuwsgierige blik. Ik ga ergens werken waar er wel ideeën zijn over de toekomst, waar ideeën toegejuicht worden in plaats van ingedamd, waar minder onderlinge rivaliteit is en waar ik energie krijg in plaats van als een zombie thuiskomen na het werk. Ik kan beter een echt vak leren. Beter verdienen, meer vrije tijd en minder gedoe.*

*Vriendelijke groeten,*

*Een journalist*



## Verbeelding: Het verbreden van perspectief

Wat deze brief laat zien, net als de interviews die we deden voor zowel de projecten “Beyond Journalism” en “Entrepreneurship at Work” is hoezeer journalisten verlangen naar een andere werkwijze. Het laat ook zien hoe maatschappelijk geëngageerd en gemotiveerd zij zijn. Het vak is (natuurlijk!) veel diverser en veelomvattender dan de heersende opvatting van journalist als informatieverstrekker suggereert. Hier ligt de sleutel tot een nieuwe taakopvatting: want zoals de brief en ook de interviews laten zien, zijn er genoeg journalisten die een bijdrage willen leveren aan de sociale verandering die nodig is om complexe vraagstukken aan te pakken. Hoe kan deze alternatieve invulling van het vak ruimte krijgen, zodat er nieuwe vormen kunnen ontstaan die ons kunnen helpen om een daadwerkelijk antwoord te geven op de informatieproblematiek? Hoe kan de rol van instanties die als taak hebben het publiek te informeren, opnieuw worden verbeeld? Het is precies deze verbeelding die van belang is om deze publieke instanties te helpen in de zoektocht naar wat de samenleving nodig heeft en hoe de instanties daarin kunnen voorzien.<sup>46</sup>

Onderzoek kan een belangrijke rol spelen in het verbreden van ons perspectief. Het kan ons in staat stellen de rol van de publieke instanties opnieuw vorm te geven en het kan inzicht bieden in wat de samenleving nodig heeft van deze instanties. Ik zet hier uiteen hoe eerder onderzoek, waarbij we gebruik maakten van creatieve methoden, ons in staat stelde voorbij de standaardopvatting van wat journalistiek is te komen. Ik haal dat hier aan, enerzijds om de meerwaarde van creatieve methoden uiteen te zetten, en anderzijds om te laten zien hoe journalisten zelf een andere rol voor zichzelf zien in de samenleving dan de meer enge opvatting van wat journalistiek is. De voorbeelden die ik aanhaal in deze rede laten zien wat er gebeurt als we, in plaats van de rol van de kritische analist aan te nemen, vanuit een positie van verwondering kijken naar het journalistieke veld.<sup>47</sup> De voorbeelden laten zien dat datgene dat wij als het centrale ijkpunt van de journalistiek hebben genomen, namelijk de rol van de journalist in de maatschappij als informatieverstrekker, maar één opvatting binnen vele opvattingen en werkwijzen is. Als onderzoekers kunnen we

---

46 Voor een bespreking van de relevantie van verbeelding, zie ook de Kennis- en Innovatieagenda voor de Creatieve Industrie 2020-2023, CLICKNL (2020).

47 Zie ook Witschge en Deuze (2020).

juist ook andere opvattingen over de rol van de journalistiek op de voorgrond brengen en zo de diversiteit en innovatie in het veld faciliteren.

In het kader van het project “Entrepreneurship at Work”, organiseerden we in mei 2018 een workshop samen met kunstenaarscollectief *OneDayArtist*, waar we een groep van journalisten vroegen: welk object in de publieke ruimte symboliseert jouw rol in de maatschappij het beste?<sup>48</sup> Waar de geijkte methoden van onderzoek, zoals interviews en vragenlijsten, de standaardrolopvattingen voornamelijk bevestigen, haalden we met deze creatieve methode juist de meer persoonlijke rolopvattingen naar boven, die voorbijgaan aan de standaardrolopvattingen. Yotka Kroeze en Jobbe Holtes van *OneDayArtist* begeleidden de journalisten in de workshop en hielpen de journalisten voorbij het standaardraamwerk te denken door middel van specifieke opdrachten.

De journalisten werd eerst gevraagd naar de drie kernwaarden die centraal staan in hun werk. Daarna werden ze door Jobbe en Yotka begeleid in een meditatieve visualisatie: met stadsgeluiden op de achtergrond, werden de journalisten uitgenodigd een denkbeeldige wandeling door een stad te maken. Nadat de stad zich meer en meer openbaarde voor hen, werd hen gevraagd welk object in de stad hun werk het best symboliseert. Welk object is in staat om hun werk, of misschien henzelf als journalist te representeren, de kernwaarden die zij eerder hadden genoemd in acht nemend? Onder begeleiding van Jobbe en Yotka maakten de journalisten vervolgens schetsen van hun gekozen object.

De antwoorden, gevat in schetsen door de journalisten zelf, laten een opvallende verscheidenheid zien, die door de kunstenaars van *OneDayArtist* verzameld is in een stadslandschap (Figuur 1). Ik zal er een aantal uitlichten, met de uitleg van de journalist die de metafoor gekozen heeft en het object geschetst heeft.<sup>49</sup> Allereerst, de vluchtheuvel, door *OneDayArtist* in het midden van het stadslandschap geplaatst. De vluchtheuvel is een rustpunt te midden van de chaos, volgens de journalist die deze metafoor gekozen heeft. Vanuit eenzelfde soort plek, rustig en met overzicht, kijkt de journalist naar haar omgeving.

---

48 Voor een verslag zie Hölsgens, de Wildt en Witschge (2020b).

49 Tamilla Ziyatdinova heeft op basis van de opnames tijdens de workshops een beschrijving gemaakt van de objecten die de journalisten als object in de publieke ruimte hebben gekozen dat hun rol in de samenleving symboliseert. De interactieve versie van het kunstwerk met alle beschrijvingen, is hier te zien: <https://indd.adobe.com/view/21bf1902-0a77-4536-b40b-2b2cf-6f7a113>.



Figuur 1. Gezamenlijk kunstwerk met journalistieke rol in de samenleving wordt gevangen in stadslandschap (gemaakt door OneDayArtist met de schetsen van journalisten)

Ze observeert met name hoe mensen zich tot elkaar verhouden terwijl ze langs elkaar heen razen, de sporen die zij daarbij achterlaten en hoe die lijnen lopen. Ze staat in een interessant gebied; er komt van alles voorbij en er staat van alles omheen. Die drukte roept vragen op bij de journalist. Door middel van het verkeersbord wijst de vluchtheuvel de langs-scheurende weggebruikers erop dat ze zich op een punt bevinden waar ze even kunnen afremmen en in alle rust hun verhaal kwijt kunnen. Door haar positie kan de journalist die verhalen in de context bekijken en opschrijven.

In een tweede voorbeeld, de rondslingerende plastic tas (links van het verkeersbord op de rotonde), staat de rol van verbinding, vertaling en het verhaal centraal. De nieuwsgierige tas bezoekt op onopvallende wijze verschillende plekken. Zo ontdekt ze steeds weer nieuwe werelden en perspectieven. Ze kan overal terecht komen en daar een verhaal oppikken. Een andere uitleg die mogelijk is, is als de plastic tas onderweg gerecycled wordt. In dat geval kan het beeld symbool staan voor de vertaalfunctie van de journalist. De journalist die de tas tekende ziet zichzelf als een vertaler tussen groepen of mensen die elkaar ogenschijnlijk niet begrijpen. In die specifieke rol hoopt ze wederzijds begrip te creëren tussen betrokkenen in een verhaal, bijvoorbeeld door hun



visies op verbindende wijze aan hen uit te leggen. De plastic tas zwerft dus niet alleen maar rond, maar is ook in staat iets nieuws toe te voegen aan de plekken die ze bezoekt.

Tot slot, het voorbeeld van de hotdogkar (linksonder de rotonde). Deze is getekend door een documentairemaker die gelooft in dialoog en verbinding, zelfs tussen twee extreme uitersten binnen een samenleving. Voor deze maker is de hotdogverkoper een personificatie van het proces van verbinding. Hij staat klaar voor iedereen en maakt terwijl hij aan het bakken is graag een praatje met zijn klanten, ongeacht welke standpunten zij innemen. De plek waar de hotdogverkoper staat, aan een oever, heeft ook te maken met de rol die deze maker voor zichzelf ziet weggelegd: hij bevindt zich graag op een grens.

Deze voorbeelden laten de ruimte zien voor een andere taakinving van professionals: het laat zien hoe divers de journalistieke rolopvatting is, en laat ook een aantal kernwaarden zien die voor journalisten centraal staan in hun werk, zoals verbinding en relevantie. De manier waarop de journalisten invulling geven aan die waarden is divers. De hotdogverkoper staat voor iedereen klaar, ongeacht standpunt. De plastic tas verbindt mensen die elkaar niet verstaan door verhalen te vertalen. De rotonde biedt een moment waarop diegenen die langs racen hun verhaal kwijt kunnen. Het is van belang deze ruimte voor een andere taakinving te benoemen, omdat innovatie in het journalistieke veld vooral van technologische aard is geweest.<sup>50</sup> De meer culturele innovatie, waarbij ook het doel van de journalistiek bevraagd wordt, komt slechts langzaam tot stand.<sup>51</sup>

Met deze methode, waarbij journalisten gevraagd werd hun rol in de samenleving te *verbeelden*, komt een rijkere invulling van hun rol naar voren dan in het dominante discours over journalistiek. Het informeren van burgers komt maar marginaal naar voren in de schetsen, en laat zien dat hoewel de standaard rolopvatting misschien dominant is in het discours over de journalistiek, journalisten zelf ook een andere rol willen innemen. Dit roept de vraag op hoe een andere taakinving vormgegeven kan worden op een manier die aansluit bij de behoeften van de diverse gemeenschappen in Nederland. En hoe journalisten en andere professionals die maatschappelijke relevantie nastreven, zoals ik hierboven beschrijf, deze relevantie bereiken en de samenleving in staat stellen maatschappelijke vraagstukken aan te gaan.

---

50 Spyridou et al. (2013).

51 Zie bijvoorbeeld Deuze en Witschge (2020).



## Verbinding: De relevantie van publieke instanties

Wanneer is informatie relevant? Daar is geen eenduidig antwoord op te geven. Informatie kan wel degelijk tot nieuwe inzichten leiden, maar daarvoor moet ze makkelijk toegankelijk zijn en herkend worden als relevant. We weten allemaal uit eigen ervaring hoe moeilijk het is om van perspectief te veranderen.<sup>52</sup> Hoe kunnen instanties ons faciliteren om iets vanuit een ander perspectief te bezien en zo de samenleving in staat te stellen maatschappelijke vraagstukken aan te gaan? Zoals ik hierboven beschreef is relevantie contextueel, en instanties zullen op zoek moeten gaan naar de behoeften en wensen van individuen en gemeenschappen. Dit betreft een luisteren als een vorm van ophalen wat er leeft en wat mensen nodig hebben om te voelen dat ook zij als belanghebbende ertoe doen.

Daarvoor is een bepaalde grondhouding nodig: instanties dienen zich dienstbaar op te stellen naar gemeenschappen. Hoe fundamenteel de benodigde verschuiving in werkwijze en rolopvatting is voor publieke instanties, wordt duidelijk in het omvangrijke traject dat het platform OF/BY/FOR ALL biedt voor bibliotheken, theaters, musea, en andere publieke instanties die “meer inclusief, rechtvaardig en relevant voor hun gemeenschappen” beogen te zijn.<sup>53</sup> Met meer dan 40 tools, faciliteren zij die instituties die meer inclusief willen werken, door hen te helpen “[to] map community assets, build authentic partnerships, listen and learn from community members, rethink hiring practices”.<sup>54</sup>

Het is duidelijk dat er geen makkelijk antwoord is op de vraag hoe publieke en private organisaties gemeenschappen kunnen faciliteren in maatschappelijke vraagstukken. Wat wel duidelijk is, is het belang van luisteren naar gemeenschappen, zodat verbinding ontstaat tussen instanties en mensen in de ge-

---

52 Oproep: als u zich niet herkent in dit statement, meld u graag aan als proefpersoon voor het lectoraat. We leren graag wat u open maakt voor nieuwe inzichten, ook als deze tegengesteld zijn aan uw overtuigingen. Voor mijn promotieonderzoek zette ik een survey uit onder diegenen die deelnamen aan het publieke debat over migratie. Hieruit bleek dat, hoewel 86% aangaf dat ze deelnamen vanwege de diversiteit in het forum, bijna 60% het (zeer) eens was met de stelling en dat ze bijna nooit hun mening bijstelden naar aanleiding van het online gesprek (Witschge, 2007: 77).

53 <https://www.ofbyforall.org>

54 <https://www.ofbyforall.org>

meenschappen.<sup>55</sup> Alleen op deze manier kunnen organisaties ontdekken wat relevant is. Dat vergt een moedige vorm van openheid, empathie en zelfkennis van deze instanties: “Relevance is an exercise in empathy—in understanding what matters to your intended audience, not what matters to you.”<sup>56</sup> Echte verbinding betekent inleven in de ander.

In de periode dat ik deze rede schreef heb ik me twee keer laten testen op Corona. Tot twee keer toe de angst: wat als ik het heb en mijn moeder, die twee dagen in de week voor mijn dochters zorgt en in de risico-leeftijdsgroep zit, heb besmet? Dan daagt het me: misschien is mijn sterke reactie op mijn moeders “ik ga me dus echt niet laten vaccineren” wel helemaal niet zo “rationeel” als ik dacht. Ik vertel mezelf dat ik vooral het grotere belang voor ogen heb wanneer ik vind dat mijn moeder zich zou moeten laten vaccineren. Wat als het (tenminste deels) ingegeven is door mijn eigen angst, en mijn hoop op een oplossing? Als ik haar vanuit deze gevoelens zou vragen (of probeer om te praten) om toch te besluiten te vaccineren, dan ben ik er medeverantwoordelijk voor als mijn moeder negatieve bijwerkingen ervaart, wat haar angst is. En mij deze verantwoordelijkheid (en mijn eigen angst) toe-eigenen voelt heel kwetsbaar. En toch is het precies deze kwetsbare combinatie van empathie, zelfkennis, en verantwoordelijkheid die ik hier betoog als dat wat nodig is: dat we gaan voelen dat we hier en in alle maatschappelijke vraagstukken er samen verantwoordelijkheid in dragen.

De instanties die een maatschappelijke rol te vervullen hebben zullen deze vorm van empathie, zelfkennis en het nemen van verantwoordelijkheid als eerste in moeten zetten. Er is al een aantal dappere pioniers die hierin het voortouw neemt. Ik bespreek een aantal voorbeelden, die laten zien hoe dienstbaarheid en inleving centraal staan. De voorbeelden illustreren hoe publieke instanties die context en duiding bieden bij maatschappelijke vraagstukken actief op zoek zijn naar nieuwe manieren waarop zij de relatie met hun gemeenschappen vormgeven. Zij zoeken naar manieren waarop zij relevant kunnen zijn in de samenleving, juist ook voor gemeenschappen die voorheen minder bediend werden.

---

55 Over het belang van luisteren door organisaties, zie Macnamara (2018); over de rol van media in het faciliteren van luisteren, zie Dreher (2009).

56 Simon (2016: 51).

*KennisCloud* is een voorbeeld van hoe bibliotheken zoeken naar een nieuwe taakinvulling. Vanuit het idee van “community librarianship” is het doel van de *KennisCloud*-methodiek om “mensen, community’s en organisaties met elkaar te verbinden, waardoor nieuwe kennis en nieuwe samenwerkingen ontstaan.” De Bibliotheek LocHal in Tilburg, waar de *KennisCloud*-methodiek is ontwikkeld, beoogt nieuwe manieren te vinden “om mensen met elkaar te verbinden”, en “kennis en verhalen op andere manieren [te delen] dan alleen het boek”.<sup>57</sup> In gesprek met Jantien Borsboom, Projectleider *KennisCloud* en programmamaker bij de Bibliotheek LocHal in Tilburg, wordt duidelijk dat de inwoners van Tilburg hierbij centraal staan. De bibliotheek is er nog steeds voor kennisdeling, maar het gaat om *bottom-up* projecten en *peer-to-peer* kennisdeling. Zoals Jantien het verwoordt: “Iedereen heeft iets te brengen, niet alleen te halen.”

Gebaseerd op het werk van David Lankes, staat de gemeenschap centraal in het werk van de bibliothecaris die werkt met *KennisCloud*: “The mission of librarians is to improve society through facilitating knowledge creation in their communities.”<sup>58</sup> In deze opvatting over de rol van de bibliothecaris is verbinding een cruciale voorwaarde: hoe kan de bibliothecaris aansluiten bij wat er in de gemeenschap leeft en de gemeenschap het beste dienen met haar vaardigheden? En dit is een nieuwe invulling van hun taak. Veel publieke instanties, zo stelt Simon, denken vanuit wat zij aan te bieden hebben in plaats van wat mensen nodig hebben en wensen van deze organisaties. En dit kan kleinerend zijn en leiden tot gevoelens van onmacht. Het suggereert, “dat de instantie alle antwoorden heeft” en dat “de mensen die zij bedienen passieve consumenten zijn”. De vraag is dan ook hoe instanties de deelnemers kunnen “uitnodigen om actieve actoren te zijn in hun eigen ervaring”.<sup>59</sup> Nico Gendron, *audience interaction producer* van *The Wall Street Journal* beaamt dit: organisaties moeten op zoek naar hoe zij de behoefte van hun gemeenschappen kunnen dienen. Daarbij zouden zij “moeten leunen op de leden van hun gemeenschap (abonnees, volgers, lezers, etc.) om hen te helpen te bepalen welke richting zij uitgaan”.<sup>60</sup>

---

57 <https://lochal.nl/werken-ontmoeten/ruimtes/kennismakerij>

58 <https://www.cubiss.nl/actueel/schrijf-je-voor-de-post-hbo-opleiding-community-librarian>

59 Simon (2016: 95, vertaling TW).

60 Gendron (2020, vertaling TW).

Daarnaast staat samenwerking centraal in de LocHal en bij KennisCloud. Dat is niet alleen samenwerking met inwoners van de gemeenschap, maar ook met andere relevante organisaties, klein en groot. Jantien stelt: "De bibliotheek wordt een organisatie die mensen en netwerken aan elkaar koppelt, om zo kenniscreatie te bewerkstelligen die past bij de inwoners die zij dient". Deze netwerkaanpak staat ook centraal in het Bibliotheekconvenant 2020-2023: Met het "lokaal (of regionaal) opgabegericht organisatienetwerk", waarin de bibliotheek samenwerkt met andere partners, draagt de bibliotheek "bij aan een geïnspireerde, geïnformeerde en betrokken samenleving". Vanuit de wetenschap dat zij, noch andere instanties, *alleen* de informatieproblematiek kunnen oplossen, voert de bibliotheek haar opdracht uit in samenwerking met overheden en andere partijen.

*FactoryTilburg*, een concept dat nog voornamelijk in de startblokken staat gezien de Corona-maatregelen, richt zich ook op vragen die het publiek heeft rond wat waar is en wat hen bezighoudt. Zij zoeken hierin specifiek de verbinding met inwoners van wijken. Om te horen wat er leeft in de samenleving en wat *Factory* kan bijdragen, bezoeken ze buurthuizen en inspraakavonden, en andere plekken waar mensen samenkomen, zoals sportwedstrijden, kerken en moskeeën. Daarnaast werken zij waar mogelijk samen met wijkinstanties, zoals de maatschappelijke organisatie ContourdeTwern, bibliotheken, wijk-regisseurs en gebiedsmanagers, de gemeente en dorpsraden.

In gesprek met Monique Hamers-Regimbal, bedenker en medeoprichter van *Factory Tilburg*, blijkt hoezeer de *Factory* de inwoners van Tilburg wil dienen, maar ook hoe moeilijk het is om los te komen van ideeën van traditionele journalistieke formats waarin de studenten van Fontys Hogeschool Journalistiek die meewerken aan dit initiatief getraind zijn. Hoewel de inwoners en wat de *Factory* aan hen te bieden heeft centraal staan, is het moeilijk om niet te denken in termen van "het stuk" dat er gecreëerd gaat worden naar aanleiding van de gesprekken. Het denken in termen van nieuwswaarde maakt het moeilijk echt open te luisteren naar de inwoners. Monique geeft aan: "Misschien moeten we wel helemaal af van het stuk als eindproduct als we echt willen bieden wat de inwoners nodig hebben." Een van de centrale vragen die zij daarin stelt is hoe de deelnemers van *Factory* als *gesprekspartner* in plaats van als journalist de wijk in kunnen gaan en hoe zij de bevindingen kunnen delen met de inwoners: "Hoe doen we recht aan het proces in plaats van de focus op het eindproduct te leggen?"

Hoe speels en interactief een eindproduct kan zijn dat in samenwerking met journalisten gemaakt wordt, laat City Lab van NEMO Kennislink zien, de journalistieke poot van wetenschapsmuseum NEMO dat zich richt op het inzichtelijk maken van wetenschappelijk onderzoek. City Lab “onderzoekt publieksperspectief op maatschappelijke vraagstukken over wetenschap en technologie in relatie tot de grote transities en uitdagingen van deze tijd”.<sup>61</sup> Zij doen dit bewust op een speelse manier, zodat de inzichten en de vraagstukken toegankelijk worden voor een breed publiek. Juist op deze manier beogen zij tot reflectie te inspireren. Zo hebben ze al op verschillende evenementen burgers en experts met elkaar in contact gebracht, en hen gezamenlijk laten reflecteren op complexe thema’s zoals artificiële intelligentie, duurzaamheid, gezondheid en biotechnologie.

Deze voorbeelden van initiatieven in het veld laten zien hoe bestaande instituties in staat zijn hun rol opnieuw vorm te geven, waarbij de eindgebruiker centraal staat. Zulke vernieuwing vergt zelfinzicht en antwoord op de vraag, welke gemeenschappen dienen wij op dit moment nog niet, maar willen wij wel dienen? Daarvoor is meer inzicht nodig, ook over de mate waarin de bovenstaande voorbeelden inderdaad in staat zijn bredere gemeenschappen te dienen. Hiervoor is niet alleen een nieuwe rol van de instanties nodig, maar ook van de gemeenschappen zelf: om effectief en inclusief te zijn, zal de sociale verandering gezamenlijk vormgegeven dienen te worden. En daar zijn nieuwe methoden, en nieuwe professionele kennis en vaardigheden voor nodig. Vanuit het lectoraat *Creative Media for Social Change* ontwikkelen en testen we de specifieke rol die media hierin kunnen spelen: hoe kunnen professionals die sociale verandering willen faciliteren, verbeelding en verbinding vormgeven via media, samen met en voor gemeenschappen?

---

61 <https://www.nemokennislink.nl/pagina/city-lab/>



## Verandering: De rol van creatieve media

De maatschappelijke uitdagingen waar we voor staan in de samenleving zijn groot. Duurzame mobiliteit, verantwoorde consumptie, diversiteit en inclusie, het tegengaan van armoede. Voor al deze vraagstukken zijn niet alleen instanties nodig, maar ook gemeenschappen. Dit geldt ook voor de democratie: ook zij heeft burgers nodig. En dit betreft niet alleen een stem geuit tijdens verkiezingen, maar juist ook het meedenken en meedoen buiten de verkiezingen.<sup>62</sup> Hierbij is het essentieel dat inwoners, burgers, of consumenten allemaal en op gelijkwaardige manier een podium krijgen en kunnen ervaren dat zij er toe doen, zodat zij ook echt in staat worden gesteld het verschil te maken. De vraag is dan ook, wat hebben mensen en gemeenschappen van instanties, zoals bibliotheken, musea, gemeentes, of publieke media, nodig om hun verantwoordelijkheid te kunnen nemen?<sup>63</sup> En gezien de observaties over de beperkte diversiteit en inclusie in publieke instanties waar veel aandacht voor is geweest in de laatste jaren:<sup>64</sup> hoe kan die nieuwe rol meer inclusief vormgegeven worden?<sup>65</sup>

We staan voor een grote opgave, de maatschappelijke vraagstukken zijn complex en prangend. Maar er is veel hoop: de journalisten die ik hier heb aangehaald zijn net als professionals in musea, bibliotheken en andere instanties op zoek naar manieren om de aansluiting met bredere gemeenschappen te

---

62 Zie bijvoorbeeld het betoog van Van Reybrouck (2016).

63 Daarbij speelt ook de vraag hoe het publieke, digitale domein eruitziet, zoals besproken in de lectorale rede van Marleen Stikker (2021) en Martijn de Waal (2021). Het initiatief Public Spaces laat zien hoe een groot aantal actoren hierin hun verantwoordelijkheid willen nemen (<https://publicspaces.net>).

64 Voorbeelden zijn, hoe de journalistiek te weinig diversiteit aan bronnen en een te witte redactie heeft (Yang, 2021; Sung et. al, 2021); musea en bibliotheken een te beperkt publiek bedienen (zie bijvoorbeeld Nina Simon: <https://www.youtube.com/watch?v=uyZYjBwcpb0>); en archieven bepaalde perspectieven onderbelicht laten (zie bijvoorbeeld <https://www.theblackarchives.nl>). Het gaat echter ook om diversiteit en inclusie breder. Zoals het Amsterdams akkoord voor hoger onderwijs het verwoordt, is de centrale vraag "op welke manier we samen tot een rechtvaardige en inclusieve samenleving voor iedereen kunnen komen, waarin gelijke behandeling op het gebied van gender en etniciteit, maar ook op dat van seksualiteit, religie, sociaaleconomische achtergrond en het hebben van een functiebeperking, centraal staat." (<https://www.hva.nl/binaries/content/assets/subsites/hva-in-beeld/onderwijsakkoord-getekend.pdf>).

65 Zie ook het Europese Verdrag van FARO dat de nadruk legt op de "maatschappelijke en verbindende waarde van erfgoed en het belang van deelname door de samenleving" (<https://www.cultureelerfgoed.nl/onderwerpen/erfgoedparticipatie-faro>).

vinden en sociale verandering vorm te geven. En staan hier niet alleen in: er is een creatieve sector die hieraan wil en kan bijdragen. De Kennis- en Innovatieagenda 2020-23<sup>66</sup> bespreekt hoe de kennisbasis van creatieve professionals hen in staat stelt maatschappelijke verandering vorm te geven. De creatieve maker is bij uitstek geschikt om innovatie te bevorderen en vorm te geven op een inclusieve en duurzame wijze. Dit is het snijvlak waarop het lectoraat *Creative Media for Social Change* zich richt: het onderzoeken en faciliteren van sociale verandering middels participatieve, creatieve interventies, in het bijzonder via media.

Media staan centraal in het lectoraat, maar wel media met een specifieke focus. Het gaat om media formats, technologieën en vormen van storytelling die ons perspectief verbreden en ons helpen nieuwe oplossingen en werelden te verbeelden. Het gaat om hoe we recht kunnen doen aan de behoeften en leefwereld van diverse gemeenschappen. Om de inzet van media om inzicht te bieden in wat er leeft in de samenleving, en de inzet van media om samen met gemeenschappen oplossingen te verbeelden en maatschappelijke verandering vorm te geven. Dat is waar de toevoeging "creative" naar verwijst in de naam van het lectoraat. We kunnen hier voortbouwen op inzichten en onderzoek dat eerder gedaan is vanuit het lectoraat Crossmedia, waarvan het lectoraat *Creative Media for Social Change* een voortzetting is. Het lectoraat Crossmedia richtte zich op het onderzoeken van de verbindende rol van media, met de nadruk op gebruikerservaring.

Op z'n slechtst kunnen media gebruikt worden om verwarring te zaaien, polarisatie te versterken en ervoor te zorgen dat wij ons dieper terugtrekken in de forten van onze overtuigingen. Op z'n best bereiken media het tegenovergestelde. Dan bieden ze aan een diversiteit van gemeenschappen een podium en vertellen ze inclusieve verhalen. Op deze manier verbinden media en helpen zij ons maatschappelijke vraagstukken in gezamenlijkheid aan te gaan.<sup>67</sup> Het gaat er dus om hoe we media inzetten en vormgeven. De Kennis- en Innovatieagenda 2020-23 bespreekt een aantal sleutelmethodeën die hiervoor ingezet kan worden. Hieronder vallen user-design-onderzoeksmethoden zoals *context mapping*, methoden om belanghebbenden te betrekken zoals *participatory design* en co-creatie, en diverse creativiteitstechnieken die

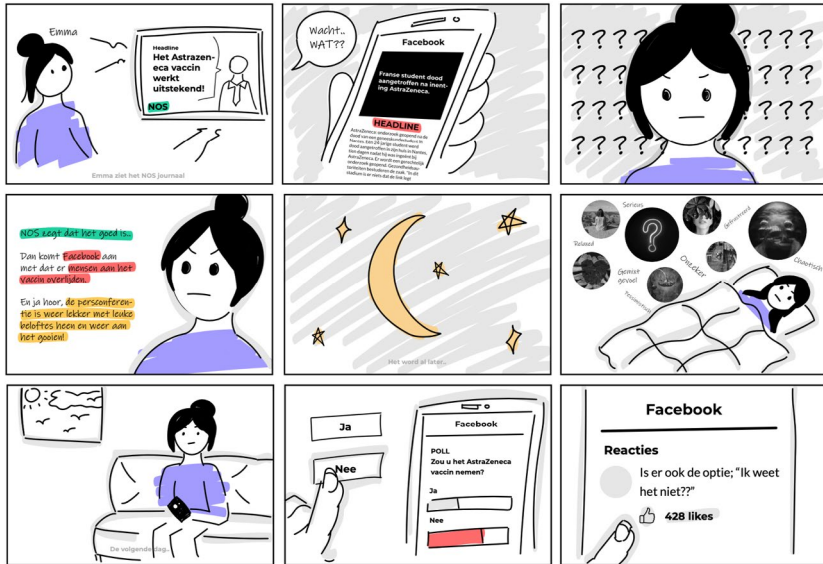
---

66 CLICKNL (2020).

67 Zie bijvoorbeeld Couldry (2020) voor een overzicht van het belang en relevantie van media in de samenleving.



helpen een probleem vanuit een nieuw perspectief te bezien en nieuwe werelden te verbeelden.<sup>68</sup> In het lectoraat zetten we een reeks van deze methoden in, samen met studenten en docenten van onder meer *Communicatie + Creative Business* en *Communication and Multimedia Design*.



Figuur 2. Comic gemaakt door Mirai van Dun, Naomi Nazar en Antonie Oortwijn.

Zo hebben studenten uit de minor *Designing User Research* via “designerly interviews”, vrouwelijke studenten bevroegd over hun onzekerheden over het AstraZeneca-vaccin. Ze legden hun respondenten 24 foto's en woorden voor, en vroegen welke voor hen het meeste aansloten bij wat ze voelden en dachten bij het vaccin. Vervolgens verwerkten de studenten de resultaten in een comic: hiermee verbeelden ze de resultaten op een manier die aanspreekt en in een oogopslag weergeeft wat de geïnterviewden bezighoudt (zie Figuur 2). Hun inzichten benadrukken het belang van empathie voor de onzekerheden

68 CLICKNL (2020: par. 3.2).

van de respondenten en suggereren manieren van communiceren die hier recht aan doen.<sup>69</sup>

Vanuit het lectoraat *Creative Media for Social Change* ontwikkelen en testen we dit soort methoden om enerzijds inzicht te krijgen in de behoefte van gebruikers, en anderzijds hoe je deze inzichten verwerkt in platformen, tools, of storytellingformats die sociale verandering kunnen faciliteren.<sup>70</sup> In ons onderzoek werken we, naast studenten en docenten uit de faculteit Digitale Media en Creatieve Industrie, samen met instanties en creatieve makers die maatschappelijke vraagstukken willen aangaan. Hiermee richten we ons ook expliciet op het ontwikkelen van expertise die professionals en toekomstige professionals helpt om vanuit de principes van empathie en co-creatie media vorm te geven, voor en met gemeenschappen.

Omdat de vraagstukken waar we voor staan als samenleving groot zijn, is co-creatie nodig. Als we willen begrijpen wat er nodig is, niet alleen van instanties, maar juist ook van individuen, om de grote maatschappelijke thema's aan te gaan, is samenwerking essentieel. Er is geen simpele interventie die de oplossing biedt. Alleen als we allemaal worden uitgenodigd om mee te doen en te denken, is duurzame verandering mogelijk. We zullen moeten investeren in vertrouwen en het luisteren naar wat er leeft, ook als we dat moeilijk vinden. De complexiteit van de vraagstukken maakt niet alleen dat er geen simpele oplossingen zijn, maar ook dat er zelfs geen eenduidige kennis is over het probleem. Waar we geneigd zijn te zoeken naar zekerheid en eenduidigheid is het van belang nieuwsgierigheid, openheid en creativiteit te cultiveren, wat cruciale eigenschappen zijn bij het oplossen van complexe vraagstukken.<sup>71</sup>

Op weg naar de teststraat, om mij voor de tweede maal te laten testen, fiets ik voorbij een *banner* op een bouwplaats. "Zien we iets over het hoofd? Meld het ons." Het is een uitnodiging te melden wat er misgaat, beter kan, of waar je als buurtbewoner overlast door ervaart. Dit is het soort van uitnodiging dat gedaan zal moeten worden vanuit instanties, die onvermijdelijk tekort zullen

---

69 Het inzicht van de studenten wordt gedeeld door hoogleraar risicocommunicatie Daniëlle Timmermans die het belang benadrukt van het benoemen en serieus nemen van de angst die leeft over het vaccin (zie <https://www.nrc.nl/nieuws/2021/04/07/suggestie-gevaar-rond-astrazeneca-vaccin-gaat-niet-meer-weg-a4038773>).

70 Zie het overzicht aan het eind van deze hoofdstuk voor een aantal voorbeelden van de activiteiten van het lectoraat.

71 Zie Montuori (2003) over de rol van improvisatie en creativiteit in relatie tot complexiteit.

schieten op momenten in het proces van het zoeken naar een nieuwe rol. En het vergt vertrouwen van individuen en gemeenschappen, die instanties erop mogen wijzen wanneer zij het mis hebben, of fouten maken, met de verwachting dat deze instanties hun verantwoordelijkheid nemen. We zullen moeten durven elke keer weer de aansluiting bij elkaar te vinden en te groeien in dit proces.

Ook vanuit onze rol als onderzoekers hebben we een belangrijke keuze te maken: nemen wij als onderzoeker de rol aan van de kritische buitenstaander die van een afstand met een sceptische blik haar oordeel velt?<sup>72</sup> Of durven we aan te sluiten bij de dromen en hoop van diegenen naar wie wij onderzoek doen?<sup>73</sup> Daarin is het soms nog belangrijker om bij de moeilijkheden stil te staan, dan dat we direct in oplossingen gaan denken.<sup>74</sup> Er zijn geen makkelijke oplossingen voor de maatschappelijke uitdagingen waar we voor staan. Het proces van het vormgeven van de oplossing is hierin richtinggevend, juist omdat het om het creëren van verbinding gaat waarbij we ons gezamenlijk nieuwe wegen voorstellen. Ik hoop dat de lezer van deze rede mijn vertoog vooral leest als uitnodiging om hier samen met ons in het lectoraat over na te denken en de verbeelding op te zoeken. En het ons vooral ook laten weten als wij het mis of niet helemaal juist hebben. Zien we iets over het hoofd? Meld het ons.

---

72 Felski (2015).

73 Ingold (2018: 218); zie ook Witschge en Deuze (2020).

74 Donna Haraway (2016) nodigt ons hiertoe uit in "Staying with the Trouble."

## Wat houdt ons op dit moment bezig?

Deze rede biedt de context voor de missie van het lectoraat Creative Media for Social Change. Het team van het lectoraat werkt met groot plezier aan een scala van projecten waarmee we invulling geven aan onze opdracht. Hieronder volgt een aantal voorbeelden van wat ons op dit moment bezighoudt. Voor een overzicht en mogelijkheden voor samenwerking: <http://www.hva.nl/creativemedia>.

**Eline Bingen** rondt haar afstudeeropdracht voor de opleiding Communicatie af en ontwikkelt samen met het lectoraat inclusieve en aansprekende manieren van communiceren met studenten: hoe kunnen wij hen als lectoraat meer betrekken bij onze activiteiten?

**Fabiola Eekhout** en **Ouejdane Sabbah** maken de aftermovie voor de creatieve workshop "Filterbubbels, fake news en misinformatie?!" In deze workshop verbeeldden studenten onder begeleiding van *OneDayArtist* hun positie in het informatielandschap.

**Esther Hammelburg** hoopt na de zomer haar proefschrift te mogen verdedigen. Dit proefschrift draait om *liveness*, wat ze beschrijft als unieke momenten van "hier nu samen". Ze onderzocht hoe mensen deze momenten, ter plekke en op afstand, vormgeven met media.

**Annika Kuyper** wacht met smart op de uitslag van de EU-aanvraag "JourTools: Journalism toolkit for strengthening media literacy and countering disinformation". De centrale vraag: hoe kunnen journalisten misinformatie onderzoeken en effectief verslag doen van misinformatie?

**Ruben Logjes** treft de voorbereidingen voor het project "Designing the Place to Be." Daarin onderzoeken we met servicedesignbedrijven hoe winkeliers en culturele organisaties samen een winkelgebied kunnen vormgeven en zo bijdragen aan de leefbaarheid van de stad.

**Anne Moes** is nieuwsgierig naar de invloed van *mindfulness* op het tegengaan van impulsaankopen. Helpt *mindfulness* mensen om verantwoord te consumeren of heeft het "in het moment zijn" ook een keerzijde? Met dit onderzoek wil ze bijdragen aan een groenere wereld.

**Bernadette Schrandt** kan niet wachten tot de cursus 'auto-etnografie met artistieke methoden' start. Met deze methode wil ze inzicht krijgen in *mixed-reality*-ervaringen, en met name hoe deze een veelzijdigheid aan perspectieven, interesses, sensaties en emoties faciliteren.

**Isabeau Vellinga** rondt haar opleiding Communicatie af. Zij onderzocht hoe het lectoraat een sterkere relatie kan opbouwen met docenten van de Faculteit Digitale Media en Creatieve Industrie. Zij geeft advies over op welke manier lectoraat relevant kan communiceren.

**Nadja van der Weide** doet interviews met bibliothecarissen om te ontdekken welke gemeenschappen zij nu nog niet (goed) bereiken, zodat het lectoraat tools kan ontwikkelen en testen en de bibliothecaris beter aan kan sluiten bij de behoefte van deze gemeenschappen.

**Tamara Witschge** onderzoekt samen met studenten van de Minor *Designing User Research* hoe gebruikers omgaan met misinformatie en ontwikkelt tools waarmee we misinformatie tegen kunnen gaan. Dit vormt de basis voor een Nederlandse versie van *Reality Team*.

In onze activiteiten werken we samen met een scala van partners: studenten, docenten, onderzoekers, creatieve makers, bedrijven, publieke instanties en netwerken, en worden we gesteund door subsidieverstrekters. Wil je meer weten over onze activiteiten, meedenken of -doen, of ben je benieuwd of naar de creatieve methoden en inzichten van het lectoraat, bezoek onze website (<http://www.hva.nl/creativemedia>) of mail: [t.a.c.witschge@hva.nl](mailto:t.a.c.witschge@hva.nl).



## “De rede, de rede...”

*baby, air and light and time and space  
have nothing to do with it  
and don't create anything  
except maybe a longer life to find  
new excuses  
for.*

~ Charles Bukowski

Deze lectorale rede (hoewel alleen mijn naam erboven staat) is een co-creatie geweest. Zonder alle input van de vele mensen die hebben meegedacht en meegeleefd zou deze tekst er niet zijn, in ieder geval niet op de manier waarop deze er nu staat. Net als de persoon in het gedicht van Charles Bukowski, dacht ik dat ik lucht, licht, tijd en ruimte nodig had om te kunnen schrijven. Met name tijd en ruimte stonden danig onder druk in de maanden dat ik deze rede schreef. Maar zoals Bukowski schrijft, “if you’re going to create, you’re going to create,” onder welke omstandigheden dan ook. Tijd en ruimte bleken minder essentieel dan ik dacht. Mensen die meedachten, meeleefden en perspectief boden bleken essentieel.

Tijdens het schrijfproces kreeg ik dagelijks nieuwe input, of dat nu feedback op mijn eerdere versies was, een brainstormsessie over het centrale argument of verwijzingen naar relevante teksten en personen. Lezers van het eerste uur waren Amanda Brouwers, Mark Deuze, Sander Hölsgens, Saskia de Wildt, Sofie Willemsen, en Tamilla Ziyatdinova. Zij hebben niet alleen invloed gehad op de tekst die hier voor u ligt. Zij zijn tevens de gemeenschap geweest met en door wie ik gegroeid ben als onderzoeker en persoon. Met hen heb ik mijn visie op wetenschap en journalistiek ontwikkeld en mijn rol hierin bevestigd. Door hen heb ik de moed ontwikkeld om een ander soort onderzoek te doen en uit te dragen.

In het team van het lectoraat Crossmedia dat mij in januari 2020 een warm welkom bood, heb ik een thuis gevonden voor dit andersoortige, praktijkgerichte, creatieve onderzoek. Met dit team, Wouter Groot, Esther Hammelburg, Annika Kuyper, Ruben Logjes, Anne Moes, Sewdath Ritoe, en Bernadette Schrandt, hebben we de opdracht van het lectoraat zoals deze in deze rede benoemd wordt vormgegeven. Het is de uitkomst van een diepgravend traject waar-

in we onze centrale missie, visie en waarden vormgaven. In dit proces zijn we begeleid door Vincent Deinum van U-turn. Hanneke Laaning van Studio Vensterbank heeft ons verder geholpen om de essentie van het lectoraat te vatten in woorden en beeldtaal (zoals ook in het *cover design* van deze rede).

In 2021 hebben we nieuwe leden in het team mogen verwelkomen: Eline Bingen, Fabiola Eekhout, Ouejdane Sabbah, Beau Vellinga en Nadja van der Weide. Gezamenlijk hebben we het lectoraat dat nu de naam "Creative Media for Social Change" draagt, verder vormgegeven. Hun inzichten en manieren van werken hebben een belangrijke bijdrage geleverd aan de inhoud van deze rede. Daarnaast hebben Bernadette en Anne meerdere malen input geleverd op verschillende versies van de rede. Eline, Fabiola en Beau doen onderzoek naar hoe studenten en docenten op een meer integrale manier bij het lectoraat kunnen worden betrokken en inspireren ons om meer vanuit en met studenten te denken.

Het lectoraat is ingebed in de Faculteit Digitale Media en Creatieve Industrie. De mensen, opleidingen en initiatieven die deze faculteit rijk is, vormen een belangrijke motivatie hier lectorschap te ambiëren. Het is de dynamische combinatie van de vele mensen, opleidingen en initiatieven die de Faculteit maakt wat ze is, maar ik zal hier een aantal mensen en initiatieven uitlichten die in het bijzonder relevant zijn geweest voor het tot stand komen van deze rede. Collega-lectoren Sabine Niederer en Geert Lovink hebben meegelezen en mij van waardevolle feedback voorzien. Nanda Piersma en Somaya Ben Allouch hebben taken in het Management Team van de Faculteit tijdelijk waargenomen zodat ik tijd vrij kon maken voor het schrijven. De decaan van de Faculteit, Frank Kresin, heeft mij vanaf dag 1 welkom en gewaardeerd doen voelen en mij het vertrouwen gegeven het lectoraat verder vorm te geven. Ook heeft hij op meerdere momenten meegelezen en mij voorzien van kritisch commentaar, dat mij heeft geholpen de ambities voor het lectoraat scherper te formuleren.

In de groep docenten van Communicatie en Creative Business "Verbinders en veranderaars," met wie ik nadacht over hoe het onderwijs er in de toekomst uit moet zien op dit onderwerp, vond ik herkenning en erkenning over de thema's die centraal staan in de rede en het lectoraat. Loes Wernsen heeft daarnaast ook constructief-kritisch meegelezen met de rede. De Learning Community hoofddocenten Silvana Berends-Pavlovic (Storytelling) en Charlie Mulholland (Ethiek) zijn een niet-aflatende bron van inspiratie op de thema's van het lectoraat en hebben bij menige gelegenheid meegedacht over de nieuwe projecten

van het lectoraat. Marije ten Brink en Michel Alders en studenten van de minor *Designing User Research* hebben mij voorzien van inspiratie en bevestigd in het idee dat design een centrale rol kan spelen in het opnieuw vormgeven van verbinding en verbeelding.

Het lectoraat is verder ingebed in een netwerk van professionals uit het veld. Daarvan wil ik er een aantal noemen die mijn denken en doen in het bijzonder hebben beïnvloed. Geesje van Haren (VersPers), met wie ik nu al een aantal jaren met groot plezier samenwerk, laat mij keer op keer zien wat het betekent om de grenzen van de journalistiek op te zoeken en op te rekken. Erik Boekesteijn van de Koninklijke Bibliotheek is een niet te evenaren bron van inspiratie en energie en brengt mij bijna wekelijks in contact met nieuwe initiatieven. Ook heeft hij meegelezen en meegedacht met de rede. In Giovanni Stijnen van NEMO-Kennislink heb ik een onderzoekspartner gevonden die laat zien hoe echte co-creatie en speelse communicatie van wetenschappelijke inzichten eruitzien.

Harry Zengerink heeft mij in maandelijkse coaching-sessies moeilijke vragen gesteld die de kern van mijn wezen en mijn werk raakten. Hij hield op liefdevolle wijze een spiegel voor en nodigde mij uit te reflecteren op mijn bijdrage in de gemeenschap en de waarden te formuleren die richtinggevend zijn in mijn werk. Harm van Vugt, met wie ik samen studenten *Communication en Multimedia Design* begeleid in hun afstuderen, maakte dat ik mijzelf niet te serieus nam tijdens het schrijven. Elke keer dat ik mijn rede noemde, exclameerde Harm (al dan niet in chat), "Oh, de rede, de rede, Tamara!" Het is een groot goed mensen in je omgeving te hebben die je met beide benen op de grond houden. Ik dank al deze mensen. Zij hebben mij gevoed, niet alleen intellectueel, maar ook als mens: zij maken niet alleen dat ik *kan* creëren, maar ook dat ik *wil* creëren op de manier waarop het in deze rede is geformuleerd.

Dan rest mij nog mijn moeder en mijn dochters te bedanken. Mijn moeder heeft mij toegestaan met haar de rede te openen. En zij is het die mij in het afgelopen jaar extra heeft bijgestaan door voor Salome en Susie te zorgen en mij daarbij ruimte heeft geboden om te landen in mijn nieuwe functie. Die ruimte zou onder normale omstandigheden al onontbeerlijk zijn, maar in deze tijd, waarin ik vanuit huis (en, in lange perioden, met twee meiden thuis) werkte, al helemaal. Tot slot wil ik mijn dochters bedanken: mijn beste (en meest onverbiddelijke en onvermoeibare) leermeesters, die mij laten zien hoe weinig ik echt zeker weet en mij tot nederigheid stemmen. Het zijn Salome en Susie



die mij mijzelf elke keer weer doen heruitvinden. Zij zijn het die maken dat ik alles dat ik als waar acht bevraag en de wereld in nieuw licht bezie. En zij maken mijn leven onvoorstelbaar rijk.



# Verwijzingen

- Blumler, Jay G. (1999). Political Communication Systems All Change: A Response to Kees Brants. *European Journal of Communication*. 14(2): 241-249.
- Bohm, David (2004). *On Dialogue*. Abingdon: Routledge.
- Brants, Kees (1998). Who's Afraid of Infotainment? *European Journal of Communication*. 13 (3): 315-335.
- Brouwers, Amanda D. en Tamara Witschge (2020). Hope as a Portal to Change: Reimagining Journalism's Value(s). *Sociologica*, 14(2): 201-216. <https://doi.org/10.6092/issn.1971-8853/11238>.
- Carey, James W. (1989). *Communication as culture: Essays on media and society*. London: Routledge.
- CLICKNL (2020). *Kennis- en Innovatieagenda voor de Creatieve Industrie 2020-2023*. Eindhoven, CLICKNL.
- Costera Meijer, Irene en Tim Groot Kormelink (2020). *Changing News Use: Unchanged News Experiences?* Abingdon: Routledge.
- Couldry, Nick (2020). *Media: Why it matters*. Cambridge: Polity Press.
- Deuze, Mark en Tamara Witschge (2018). Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism. *Journalism*. 19(2):165-181.
- Deuze, Mark en Tamara Witschge (2020). *Beyond journalism*. Cambridge: Polity Press.
- Dijck, José van (2020). Journalisten waken over onze democratie. In: Ireton, Cheryl en Julie Posetti (2020). *Journalistiek, nepnieuws en desinformatie: Handboek voor Journalistiek Onderwijs*. UNESCO Series on Journalism Education.
- Dreher, Tanja (2009). Listening Across Difference: Media and Multiculturalism Beyond the Politics of Voice. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies* 23(4): 445-458.
- Felski, Rita (2015). *The limits of critique*. The University of Chicago Press.
- Friedman-Rudovsky, Jean en Cassie Haynes (2020). A shift from conversation to action. *NiemanLab*. <https://www.niemanlab.org/2020/12/a-shift-from-conversation-to-action/>
- Geerdink, Frédérique (2020). Diversiteit is nog steeds ver te zoeken in de Nederlandse journalistiek. En dat komt hierdoor. *Vrij Nederland* (24 augustus).
- Gendron, Nico (2020). Ask your readers to help build your products. *NiemanLab*. <https://www.niemanlab.org/2020/12/ask-your-readers-to-help-build-your-products/>
- Haraway, Donna J. (2016). *Staying with the trouble: Making kin in the chthulucene*. Duke University Press.
- Hepp, Andreas en Wiebke Loosen (2021) Pioneer journalism: Conceptualizing the role of pioneer journalists and pioneer communities in the organizational re-figuration of journalism. *Journalism*. 22(3): 577-595.

- Hermans, Marianne en Marjolein Oomes (2019). Samen bouwen aan kennis. Kennisagenda Openbare Bibliotheken. Koninklijke Bibliotheek.
- Hölsgens, Sander, Saskia de Wildt en Tamara Witschge (2020a) Walking the Newsroom: Towards a Sensory Experience of Journalism. *Journal of Artistic Research*, issue 21. <https://www.jar-online.net/exposition/abstract/walking-newsroom-towards-sensory-experience-journalism>.
- Hölsgens, Sander, Saskia de Wildt en Tamara Witschge (2020b) Towards an Experientialist Understanding of Journalism: Exploring Arts-based Research for Journalism Studies. *Journalism Studies*, 21(7): 928-946, DOI: 10.1080/1461670X.2019.1703121
- Ingold, Tim (2018). From science to art and back again: The pendulum of an anthropologist. *Interdisciplinary Science Reviews*, 43(3-4), 213-227.
- Lakoff, George (2014). *The ALL NEW don't think of an elephant!* White River Junction, VT: Chelsea Green Publishing.
- Lankes, R. David (2011). *The Atlas of New Librarianship*. Cambridge, Ma: MIT Press.
- Lodik, Chanel (2020) 'Als het om diversiteit gaat, kijken redacties te weinig naar binnen' Stimuleringsfonds voor de Journalistiek. <https://www.svdj.nl/chanel-lodik-als-het-om-diversiteit-gaat-kijken-redacties-te-weinig-naar-binnen/>
- Macnamara, Jim (2018). Toward a Theory and Practice of Organizational Listening, *International Journal of Listening*, 32(1), 1-23.
- Montuori, Alfonso (2003). The complexity of improvisation and the improvisation of complexity: Social science, art and creativity, *Human Relations*, 56(2), 237-255.
- Netwerk Digitaal Erfgoed (NDE). 2015. *Nationale Strategie Digitaal Erfgoed*. Den Haag.
- Nielsen, Rasmus Kleis (2017). The One Thing Journalism Just Might do for Democracy, *Journalism Studies*, 18(10), 1251-1262.
- Papaikonomou, Zoë (2020). Het is tijd voor grondige zelfanalyse van de media. *Stimuleringsfonds voor de Journalistiek*. <https://www.svdj.nl/zoe-papaikonomou-tijd-voor-grondige-zelfanalyse-van-de-media/>
- Peters, Chris en Tamara Witschge (2015). From Grand Narratives of Democracy to Small Expectations of Participation: Audiences, citizenship, and interactive tools in digital journalism. *Journalism Practice*. 9(1): 19-34.
- Reybrouck, David van (2016). *Tegen verkiezingen*. De Bezige Bij.
- Rogers, Richard en Sabine Niederer (2020). *The politics of social media manipulation*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Ryfe, David (2019). Journalism and Democracy. In: Wahl-Jorgensen, Karin en Thomas Hanitzsch (eds) *The Handbook of Journalism Studies*. Abingdon: Routledge.
- Schrandt, Bernadette, Harry van Vliet, Guusje Hallema en Annika Kuyper (2019). *De tentoonstellingsmaker van de 21<sup>ste</sup> eeuw. Ontwerpen voor beleving*. Amsterdam: Hogeschool van Amsterdam.

- Schudson, Michael (1998). *The Good Citizen*. New York: Free Press.
- Simon, Judith (2015). Distributed Epistemic Responsibility in a Hyperconnected Era. In: L. Floridi (eds). *The Onlife Manifesto*. Springer, Cham.
- Simon, Nina (2016). *The Art of Relevance*. Santa Cruz, CA: Museum 2.0.
- Spyridou, Lia-Paschalia, Maria Matsiola, Andreas Veglis, George Kalliris, Charalambos Dimoulas (2013). Journalism in a state of flux: Journalists as agents of technology innovation and emerging news practices. *International Communication Gazette*, 75 (1): 76–98.
- Stevenson, Michael, en Tamara Witschge (2020). Methods we live by: Proceduralism, process, and pedagogy. *NECSUS*, 9(2), 117-138. <https://doi.org/10.25969/mediarep/15344>
- Stikker, Marleen (2021). Benoemingsceremonie Professor of Practice, Hogeschool van Amsterdam, <https://www.youtube.com/watch?v=L8LSh41hd60>
- Sung, Ki, Jonathan Blakley, en Vinnee Tong (2021). Want to know if your news organization reflects your community? Do a source audit. Here's how. *NiemanLab*, 5 maart.
- Versloot, Anne (Ed.). (2014). *Nationale kennisagenda voor het museale veld*. Amersfoort: Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed.
- Waal, Martijn de (2021). Civic Interaction Design: Shaping Public Life in a Network Society. Lectorale rede, Hogeschool van Amsterdam.
- Wagemans, Andrea, Tamara Witschge, en Frank Harbers (2019). Impact as driving force of journalistic and social change. *Journalism* 20(4): 552–67.
- Witschge, Tamara (2007). (In)difference Online: the openness of public discussion on immigration. Dissertatie, Universiteit van Amsterdam.
- Witschge, Tamara, Mark Deuze en Sofie Willemsen (2019). Creativity in (Digital) Journalism Studies: Broadening our Perspective on Journalism Practice, *Digital Journalism*, 7(7), 972-979, DOI: 10.1080/21670811.2019.1609373
- Witschge, Tamara en Mark Deuze (2020) From Suspicion to Wonder in Journalism and Communication Research. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 97(2): 360-375. doi: 10.1177/1077699020912385
- Yang, Angela (2021). Journalism is a public service. So why doesn't it represent the public? *Poynter*, 5 maart. <https://www.poynter.org/reporting-editing/2021/journalism-is-a-public-service-so-why-doesnt-it-represent-the-public/>
- Young, Iris Marion (2000). *Inclusion and democracy*. Oxford New York: Oxford University Press.
- Zaller, John (2003). A New Standard of News Quality: Burglar Alarms for the Monitorial Citizen. *Political Communication* 20 (2): 109–130.
- Zelizer, Barbie (2013). On the shelf life of democracy in journalism scholarship. *Journalism*, 14 (4): 459–473.
- Zelizer, Barbie (2017). *What Journalism Could Be*. Cambridge: Polity Press.

Informatie kan polariseren en misleiden, maar ook verbinden en sociale verandering teweegbrengen. Nepnieuws, filterbubbels en polariserende nieuwskoppen zijn het gesprek van de dag. Hebben we als samenleving een informatieprobleem?

In deze rede, onderzoekt Tamara Witschge de relevantie van informatie en wat er nodig is om maatschappelijke vraagstukken in gezamenlijkheid aan te kunnen gaan.

Zij bespreekt de sleutelrol van publieke instanties, zoals nieuwsorganisaties, musea en bibliotheken. Hoe kunnen zij met media meer aansluiting vinden en het verschil maken in de samenleving? Samen met studenten, docenten en creatieve professionals ontwikkelt, onderzoekt en test het lectoraat Creative Media for Social Change innovatieve en informatieve media waarmee sociale verandering kan worden vormgegeven *met* en *voor* iedereen.



ISBN 9789463013512



9 789463 013512 >