

fdrum

D

EEN TALENT VOOR PROMINENTIE  
VERSLAG VAN EEN PANELGESPREK  
OVER LECTOREN IN DE MEDIA

fdrum  
VOOR  
PRAKTIJKGERICHT  
ONDERZOEK





EEN TALENT VOOR PROMINENTIE  
VERSLAG VAN EEN PANELGESPREK  
OVER LECTOREN IN DE MEDIA

April 2012



- Door Roelf Middel
- Met een inleiding van Bas Levering

## INLEIDING

Praktijkgericht onderzoek, zoals dat binnen het hbo wordt uitgevoerd, vraagt om afzet bij een vijftal doelgroepen. Daarin onderscheidt het zich sterk van het onderzoek dat aan universiteiten wordt gedaan. Universitaire onderzoekers worden uitsluitend beoordeeld op hun bijdrage aan de wetenschap. Daar tellen alleen de A1 publicaties, de bijdragen aan de internationale toptijdschriften. Ook voor lectoren geldt dat ze hun kennisproducten moeten voorleggen aan hun 'kenniscollega's' en is er sprake van (blind) peer review, maar hun werk is daarmee niet gedaan. Van lectoren wordt uitdrukkelijk een bijdrage aan de praktijk verwacht, en er is meer. Daarnaast is het de bedoeling dat de uitkomsten van hun onderzoekswerk in het onderwijs terechtkomen en dat studenten en docenten worden meegenomen in het proces van onderzoek doen. Vaak ook zullen de uitkomsten van hun onderzoek een uitdrukkelijke bijdrage aan het (overheids)beleid leveren. En ten slotte wordt er van lectoren verwacht dat zij hun deskundigheid zichtbaar maken voor de samenleving. Om dat laatste gaat het hier. Welke bijdrage leveren lectoren en lectoraten aan media zoals radio en televisie? Hoe manifesteren zij zich op de opiniepagina's van dagbladen en in de kolommen van publiekstijdschriften?

Vanuit het Forum voor Praktijkgericht Onderzoek kwam het verzoek om de mogelijkheden na te gaan om een expertisekring 'Lectoren in de media' in te richten. Mijn vak, pedagogiek, is een praktische wetenschap. Opvoeding en onderwijs vormen al jarenlang een prominent gespreksonderwerp in actualiteitenrubrieken en krantenbijlagen. Zelf ben ik de afgelopen jaren zeer actief geweest in de media. Sinds ik in 2004 het lectoraat Algemene Pedagogiek bij Fontys Hogescholen ging vervullen zijn die activiteiten alleen maar uitgebreid. Van meet af aan heb ik geprobeerd de voorwaarden voor een geslaagd media-optreden systematisch te doordenken. Dit resulteerde in het verzoek van de KU Leuven om in 2007 een cursus pedagogische wetenschapsjournalistiek te verzorgen. Op de jaarlijkse Forum-conferentie op 1 oktober 2010 in Radio Kootwijk verzorgde ik samen met Huub Evers, lector Ethiek in de journalistiek bij Fontys een workshop onder de titel 'Lectoren in en over de media'.

Al snel werd duidelijk dat de opzet van een expertisekring niet de aangewezen manier was om collega-lectoren meer in activiteiten in de media te interesseren. Van de opzet van een masterclass werd afgezien na consultatie van de hoofden communicatie van hogescholen. Die bleken, op een enkeling na, verrassend weinig belangstelling voor het werk van lectoren en lectoraten aan de dag te leggen. Druk als de meesten waren met het neutraliseren van de negatieve publiciteit die het hbo de laatste jaren trof, zagen zij blijkbaar die voor de hand liggende mogelijkheid voor positieve publiciteit over het hoofd. Vervolgens werd het plan gesmeed om een gesprek te organiseren tussen een vijftal media-actieve lectoren uit verschillende domeinen en van verschillende hogescholen over hun ervaringen met de media. Van dat gesprek vormt dit document de neerslag.

dr. Bas Levering  
lector algemene pedagogiek, Fontys Hogescholen

## INHOUDSOPGAVE

Inleiding	4
Een talent voor prominentie	6
Is het moeilijk om als lector toegang tot de media te krijgen?	6
Lector zoekt media	6
Media zoeken deskundigen	7
Hoe wordt een lector mediaproof?	7
Faciliteren hogescholen hun lectoren?	8
Is de lector spreekbuis van de hogeschool?	8
Is er een relatie tussen het optreden in de media en het onderwijs?	8
Is de toekomst aan de lector?	9
Naschrift: Overwegingen bij de toekomst na het Forum voor Praktijkgericht Onderzoek	10
Deelnemers panelgesprek	11

## EEN TALENT VOOR PROMINENTIE

Op een dinsdagochtend in maart proberen de eerste voorjaarsstralen het statige pand van de HBO-raad aan de Prinsessegracht in Den Haag binnen te dringen. Binnen is de vergadertafel gevuld met vijf lectoren. Waarom zien we zo betrekkelijk weinig lectoren hun opwachting in de media maken? Natuurlijk zijn er uitzonderingen op deze constatering. Vijf van hen hebben zich verzameld aan de gesprekstafel om over dit onderwerp van gedachten te wisselen. Een kleine greep van hun activiteiten gericht op een breed publiek. Waar komen wij hen tegen?

Marli Huijter maakt deel uit van het Filosofisch Elftal van het dagblad *Trouw* en levert zo'n vier keer per jaar daarvoor een opiniërend artikel. Haar onderwerp is tijd en de beleving van tijd. Vorig jaar verscheen haar boek *Ritme* dat veel aandacht kreeg. Zo was zij een uur lang te gast in het radioprogramma Brands met boeken. Jaap Timmer geldt als een specialist op het gebied van geweldsvraagstukken in relatie tot het optreden van de politie. Naar aanleiding van het schietincident in het winkelcentrum van Alphen aan den Rijn was hij in het Journaal te zien met een pleidooi om een test te ontwikkelen voor mensen met een wapenvergunning. Dat is een effectievere strategie dan het verbieden van wapens. Het idee heeft inmiddels een uitwerking gekregen. Giep Hagoort komt regelmatig aan het woord over het onderwerp cultureel ondernemerschap. Hij schrijft daarover in *Het Financieele Dagblad*, is te beluisteren in BNR Nieuwsradio of te zien in het televisieprogramma Opium. Joke Hermes geeft aan elke week wel een keer benaderd te worden door de media met een verzoek om toelichting. Zij geldt als een specialist op het terrein van de populaire cultuur. Zij promoveerde op het onderwerp het lezen van vrouwenbladen. Als de langst lopende soapserie *As the world turns* na vijftig jaar stopt, kloppen de media bij haar aan. Zij meldt en passant dat deze serie zich onderscheidde door een divers beeld van vrouwen. Er kwamen vrouwen in voor met kort haar, wat hoogst ongebruikelijk is. Bas Levering was te zien in een uitzending van Buitenhof over het thema hersenwetenschap. Daar bracht hij als pedagoog in het gezelschap van twee neurobiologen een relativerend geluid in over het belang van de hersenwetenschap. Ook heeft hij inmiddels meer dan twintig keer in Editie NL commentaar geleverd op de actualiteit bijvoorbeeld over een onderwerp als de eerste schooldag. Hou de moeders bij de ramen van de klas weg, is zijn tip om het afscheid voor de kinderen niet nog moeilijker te maken. De voorbeelden illustreren dat lectoren op een breed terrein een bijdrage kunnen leveren aan het publieke debat.

### Is het moeilijk om als lector toegang tot de media te krijgen?

De meningen lopen op dit punt uiteen. Het blijkt van belang om een onderscheid te maken in aanleidingen om met de media contact te hebben. Allereerst zijn er de reguliere activiteiten van lectoren zoals het doen van praktijkgericht onderzoek. De lector doet onderzoek, publiceert een artikel of schrijft een boek over zijn onderwerp. De aanleiding voor publiciteit ligt dan bij de lector zelf. Daarnaast is er de actualiteit en de berichtgeving daarover. In dat geval ligt de aanleiding bij de media. Zij hebben de behoefte aan commentaar of achtergrondinformatie en gaan op zoek naar deskundigheid. In het eerste geval is er sprake van een spin-off bij de eigen kernactiviteiten; in het tweede geval van een maatschappelijke expertrol. In het eerste geval is het de vraag of de media behoefte hebben aan informatie van een lector, in het laatste geval is die behoefte het vertrekpunt.

### Lector zoekt media

Hermes geeft aan het vaak teleurstellend te vinden in hoeverre het lukt om met je eigen producten de media te halen. De belangstelling is beperkt. Huijter is optimistischer. Zij geeft aan dat het met enige moeite altijd mogelijk is om aandacht van journalisten te verwerven. Vaak helpt een goede planning. Zij heeft eens met een collega uit de kenniskring, die de opiniëring van *de Volkskrant* wilde halen, de afspraak gemaakt om op voorhand een artikel te schrijven en vervolgens het goede moment af te wachten. Het artikel werd in het begin van het jaar geschreven en verscheen in de zomer. Toen was er een aanleiding, en in die komkommertijd is de concurrentie minder hevig. Zorg dat je klaar bent op het moment dat een onderwerp voorbij komt. Huijter heeft verder de gewoonte om alles wat zij doet samen te vatten in een kernachtige boodschap. Dat helpt om in de belangstelling te komen. Hagoort wijst erop dat het een goede aanpak kan zijn om social media te benutten. Die kunnen belangrijk zijn als het gaat om agendasetting. De gevestigde media speuren twitter af op zoek naar onderwerpen. Social media kunnen echter ook later in de nieuwscyclus een rol spelen. Via LinkedIn of Facebook kunnen onderwerpen uit de media in discussies een vervolg krijgen. Om succesvol te opereren moet de lector bereid zijn om het onderwerp waar hij mee bezig is in verband te brengen met onderwerpen uit de actualiteit. Dan ontmoeten de verschillende agenda's elkaar. Eigen initiatief en vasthoudendheid kunnen eveneens helpen. Levering

heeft ooit zelf als coauteur van een boek contact opgenomen met krantenredacties met de oproep: “Als jullie hier geen aandacht aan besteden dan zijn jullie gek.”

### Media zoeken deskundigen

Media hebben een onstilbare honger naar deskundigheid. Welke mensen kunnen de kolommen en de zendtijd vullen met wat statements? Het gaat erom dat je in hun rolodex terecht komt. Hermes geeft aan dat een goede personal branding helpt. Waar ben je wel en waar niet van. Je kunt zelf aan zo'n passend profiel werken met behulp van social media. Het onderwerp van de openbare les is voor een lector bij uitstek de mogelijkheid om zich te positioneren in relatie tot een maatschappelijke thematiek. Personal branding impliceert ook dat je verzoeken niet honoreert. Huijjer geeft als illustratie dat zij onlangs een uitnodiging liet passeren om in het programma Moraalridders te verschijnen over het invriezen van eicellen. Zij wil zich nu concentreren op haar onderwerp tijd en de medische onderwerpen waar zij zich als arts ooit mee bezig hield achter zich laten. Timmer hanteert twee criteria om uit te maken of hij aan een verzoek van de media gevolg geeft. Ten eerste behoor je zelfkritisch te zijn. Je moet van een onderwerp voldoende af weten, anders moet je er niet aan beginnen. Je kunt dan altijd nog doorverwijzen. Ook Levering heeft zich die gewoonte eigen gemaakt. Het tweede criterium van Timmer is of je iets toe kunt voegen aan het dominante opinieklimaat van dat moment. Herhalen van wat er al is, heeft weinig zin. Vaak kun je op basis van de kennis die je hebt opgebouwd een nieuw licht op een kwestie werpen. Een toegevoegde waarde kan ook zijn dat je een standpunt inbrengt dat afwijkt van de common sense opvatting. Een bijkomend voordeel kan zijn dat een lector een onafhankelijke status heeft. Als de politie onder vuur ligt dan is het standpunt van een korpschef makkelijk uit te leggen als preken voor eigen parochie. Een lector is in zo'n situatie een neutrale woordvoerder. Allen onderschrijven dat je kennis inzetten in het publieke debat een verantwoordelijkheid is die onderdeel uitmaakt van de inkleuring die men aan de functie van lector wil geven. Je kunt iets terug doen met de kennis die je hebt verworven. Hagoort wijst erop dat de behoefte aan duiding en toelichting te midden van het overweldigende aanbod van media voortdurend stijgt. Voor Levering is een extra dimensie dat hij zo een lans voor zijn vakgebied kan breken. Iedereen heeft immers ervaring met opvoeden. Iedereen is naar school geweest. “Op deze manier kan ik laten zien dat wij er meer verstand van hebben dan leken.” Levering houdt een pleidooi om niet te afhoudend te zijn. Menig lector bedankt voor medewerking aan de publiciteit als hij niet precies op het onderwerp dat in de actualiteit speelt onderzoek heeft gedaan. De media houden zich veelal bezig met nieuwe onderwerpen. Dan kun je altijd nog je kennis over verwante onderwerpen benutten.

### Hoe wordt een lector mediaproof?

Veel van wat besproken is valt op het conto te schrijven van lectoren met ruime ervaring in de omgang met de media. Welke stappen kan een beginnend lector zetten om een dergelijke ervaring op te bouwen? Hagoort brengt naar voren dat een lector de kwaliteiten voor een expertrol in huis moet hebben. Een benoeming als lector veronderstelt de ambitie om je op je vakgebied te willen roeren. Een prominentie hoort het startpunt te zijn. Toch werkt een te grote gretigheid contraproductief. Vraag niet aan een journalist direct nadat je aan elkaar bent voorgesteld waarom hij geen aandacht heeft besteed aan je laatste boek. Bouw eerst een relatie op voordat je zoiets aan de orde stelt. Het opbouwen en onderhouden van een netwerk is van veel waarde. Levering geeft aan dat je ruimhartig moet zijn naar anderen die voor jou een onderwerp hebben aangebracht. Geef hen de credits. Hagoort vult aan met de opmerking dat je het gewoon moet gaan doen. Zorg dat je vlieguren maakt zoals Petra Stienen in een interview aangaf naar aanleiding van haar succesvolle deelname aan talkshows. Je moet er lol aan beleven dan komt het wel goed. Voor een beginnend lector zou het goed zijn om een beroep te kunnen doen op de ervaring van een collega. Je kunt een optreden in de media oefenen in een tweegesprek. Het kan evenmin kwaad dat het onderwerp publiciteit een plek krijgt in functioneringsgesprekken. Van elke lector mag je vragen wat de maatschappelijke urgentie van zijn onderwerp inhoudt. Je kunt met publieke optredens kritiek oogsten maar daar moet je tegen kunnen, zelfs als die venijnig onder woorden is gebracht. Huijjer heeft dat wel eens bij de hand gehad. Ze laat zich echter niet in haar schulp terug duwen maar levert weerwoord. “Ik stel dan gewoon de vraag waarom iemand zo onaardig reageert.” Dat ontlokt menigmaal de reactie dat de ander zich verontschuldigt voor de gebezigde toon. Hermes heeft als tip dat zij journalisten aanbiedt om enkele citeerbare uitspraken op de mail te zetten. Dan houd je zelf de regie over de formulering. Journalisten nemen vaak contact op via een hele algemene vraag. Je kunt daarin bijsturen. Helpen bij de vraagarticulatie is ook een vorm van ondersteuning bieden. Om je rol als vraagbaak te spelen is het noodzakelijk dat je snel kunt reageren en goed bereikbaar bent. Het beschikbaar stellen van je mobiele nummer hoort daarbij. Timmer geeft een voorbeeld van hoe zijn hogeschool structureel lectoren inzet in maatschappelijke discussies. Windesheim organiseert samen met de regionale krant *de Stentor* smaak-

makende gesprekken onder de naam Peper en Zout. Tijdens een bijeenkomst op een locatie in de Zwolse binnenstad vindt reflectie plaats op een actueel onderwerp, bijvoorbeeld de introductie van de nationale politie. Voorafgaand aan de bijeenkomst schrijft een lector een opiniestuk. Aan de discussie nemen ook altijd vertegenwoordigers uit de praktijk deel.

### Faciliteren hogescholen hun lectoren?

Lectoren hoeven natuurlijk niet alles op eigen houtje uit te vinden. Bij het krijgen van ondersteuning gaan de gedachten uit naar de afdeling communicatie. Is het niet hun vakgebied om met de media om te gaan? De meeste gespreksdeelnemers geven aan dat zij op dit punt teleurstellende ervaringen hebben opgedaan. Het in de publiciteit brengen van de uitkomsten van praktijkgericht onderzoek zit bij communicatieadviseurs maar matig tussen de oren. Het valt op dat zij weinig contacten bij de media hebben die een entree vergemakkelijken. Lectoren die uit eigen ondervinding de situatie kunnen vergelijken met de universitaire gang van zaken merken op dat wetenschapsvoorlichters beter in staat zijn om de vertaalslag naar een breed publiek te maken. Communicatieadviseurs bij hogescholen gaan nog wel eens op de rem staan. Timmer kreeg te horen dat hij tegen de huisstijl had gezondigd toen hij voor zijn lectoraat aan het logo van de hogeschool een veiligheidsspeld als symbool had toegevoegd. Dat staat voor puntig en veerkrachtig, een passende uitdrukking waar het lectoraat veiligheid en sociale cohesie voor staat. Hagoort vertelt dat het communicatiebeleid van zijn hogeschool hem verbiedt om zelf persberichten uit te brengen. Daar houdt hij zich keurig aan. In plaats daarvan verstuurt hij persbrieven. Huijer laat een ander geluid horen. Bij haar op de hogeschool is er periodiek contact met de afdeling communicatie. Een paar keer per jaar worden de komende activiteiten doorgenomen. Voor elk onderwerp wordt een publiciteitsplannetje opgesteld. Huijer onderkent dat deze communicatieprofessionals goed in staat zijn om de vertaalslag naar een breed publiek te maken. Ter verdediging van de communicatieafdeling wordt vastgesteld dat de mensen die hier werken hun prioriteiten opgelegd krijgen door de top van de organisatie. Colleges van bestuur bepalen waar communicatie zich mee bezighoudt. Communiceren over praktijkgericht onderzoek staat niet bovenaan. Komt een hogeschool publicitair in opspraak dan slokt damage control veel aandacht op. Daarnaast is het werven van studenten een zaak die veel inspanning vergt. Toch kan het werk van lectoren ook daarin wel iets betekenen. Huijer geeft aan dat zij van de communicatieafdeling overzichten krijgt waarin de gerealiseerde publiciteit is omgerekend naar een tegenwaarde in euro's. Op die manier kunnen de mediacontacten een substantieel aandeel leveren in de reputatie van de hogeschool en daarmee in de werving van studenten.

### Is de lector spreekbuis van de hogeschool?

Allen onderkennen een zekere spanning tussen de individuele taakopvatting van de lector en de institutionele lijn van de hogeschool. De strategie van de hogeschool krijgt nadrukkelijker gestalte. De keuze voor de gerichtheid op topsectoren laat dat zien. Hagoort heeft kenbaar gemaakt dat hij over dit onderwerp niet namens de hogeschool het woord wil voeren. Vanuit het perspectief van de lector is er de vrees dat men binnen een keurslijf moet gaan opereren. Dat doet afbreuk aan de zeggingskracht van de lector. Zijn statuus is immers gebaseerd op de combinatie van deskundigheid en onafhankelijkheid. Dat moet gewaarborgd blijven. Geen lector wil een propagandapion voor het college van bestuur zijn. Als de handelwijze van een hogeschool maatschappelijke kritiek oogst dan is het college van bestuur verantwoordelijk. Het college heeft de taak om het probleem op te lossen. Wel kan de lector door zijn eigen ding te doen het succes van een hogeschool helpen uitdragen. Dat kan onder meer gebeuren door attent te zijn op het vermelden van de juiste functie bij publicitaire optredens. Als de lector het goed doet in de media straalt dat automatisch af op de hogeschool.

### Is er een relatie tussen het optreden in de media en het onderwijs?

De relatie tussen praktijkgericht onderzoek en het optreden in de media ligt bij lectoraten voor de hand. Is er ook een relatie tussen het onderwijs en de publiciteit? Levering heeft daartussen een hechte link aangebracht. Hij bespreekt systematisch zijn optreden in de media met studenten. Zo'n evaluatie is voor alle betrokkenen leerzaam. Hagoort heeft studenten die stage lopen bij mediabedrijven en maakt op die manier een koppeling. Timmer heeft zelf een afstudeerklas in het leven geroepen. Bij hem op de hogeschool hebben de lectoren gezamenlijk een standaard ontwikkeld waar onderzoek aan moet voldoen. Die norm geldt voor alle sectoren waarna per domein nadere verdieping kan plaatsvinden. In de afstudeerklas verrichten studenten in duo's onderzoek. Het lectoraat fungeert als opdrachtgever, een docent neemt de rol van eerste begeleider op zich. De scripties waarin deze projecten uitmonden verschijnen op de site van het lectoraat. Bij de eindpresentatie zijn vertegenwoordigers van het werkveld aanwezig en leveren de studenten commentaar op elkaars werk. Deze aanpak heeft in mooie opbrengsten geresulteerd. Het is enkele keren voorgekomen dat scripties zijn genomineerd voor de landelijke scriptieprijs. Allen onderschrijven de gedachte dat er veel winst te boeken valt in het betrekken van studenten bij lectoraten.



## Is de toekomst aan de lector?

Aan het eind van het gesprek is de blik naar de nabije toekomst gericht. Gaat het vak van lector veranderen en leidt dat tot een ander verkeer met de media? Huijjer doet de aftrap en geeft aan dat ook lectoren niet om de tijdgeest heen kunnen. Bezuinigen en schrappen beheersen de tijdgeest. Lectoren zijn een betrekkelijk nieuw verschijnsel waardoor het bestaansrecht nog niet voor zich spreekt. Het is zaak om de maatschappelijk en onderwijskundige meerwaarde zichtbaar te maken. De anderen vertolken een optimistisch geluid. Je mag aan de prestaties van lectoren geen onredelijke eisen verbinden. Universiteiten hebben een traditie van vier eeuwen met onderzoek. Bij hogescholen gaat het om een jaar of tien. Journalisten weten de weg naar universiteiten makkelijker te vinden. Die zijn sexy en gezaghebbend. Lectoren zijn nu nog te onbekend. Daar staat tegenover dat de individuele kwaliteiten van een persoon zwaar wegen. Als hij zich goed weet te manifesteren dan verdwijnt de instelling die hij representeert naar het tweede plan. Praktijkgericht onderzoek biedt veel kansen. Een verbinding met een beroepspraktijk en met de samenleving is steeds nabij. Hermes merkt op dat docenten op hogescholen nog heel vaak kennis overdragen die stoelt op intuïtie en niet op grond van onderzoek. Dat is een wankel basis. Anderen geven aan dat ook de internationale ontwikkeling een beeld laat zien van een emancipatiebeweging. Hogescholen kunnen niet zonder onderzoek. Praktijkgericht onderzoek aan hogescholen kan zich onafhankelijk opstellen tegenover opdrachtgevers. Er is minder druk dan bij commerciële bureaus. De experimentele fase van lectoraten is voorbij. Er is gewoon geen weg terug ook al is de acceptatie op de werkvloer nog niet overal geslaagd. Het is wenselijk dat lectoren zichtbaar zijn in de media. Niet alle lectoren zijn daar nu al van overtuigd. Dat besef verdient meer aandacht. Lectoren zullen zelf het initiatief naar zich toe moeten trekken. Anderen zullen die noodzaak minder voelen. Opnieuw Hermes: "Als een collega lector zegt dat ik een slogan moet ontwikkelen voor het onderwerp waar ik mee bezig ben, zal ik dat in overweging nemen; als een communicatieadviseur dat vraagt haak ik vermoedelijk af." Misschien moeten we iets ontwikkelen als een studierichting onderzoekscommunicatie. Dan leg je een verband tussen praktijkgericht onderzoek en het optreden in de media. Het zoeken van de publiciteit wordt daarmee een vanzelfsprekendheid. Op veel plaatsen zijn overlegvormen tussen lectoren op een laag pitje komen te staan. Er is al zoveel te doen. Uitwisselingen tussen lectoren zijn essentieel om dit type vraagstukken aan de orde te stellen. De deelnemers aan het gesprek voelen zich aangesproken om hieraan een bijdrage te leveren. Hagoort merkt op dat we tot nu toe op hogescholen geen systeem hebben ontwikkeld om op een goede manier naar buiten te treden met de resultaten van onze werkzaamheden. Er is een maatschappelijke urgentie om dat wel te doen. Daar moeten we mee aan de slag. Met die constatering nemen de deelnemers afscheid van elkaar. De zon straalt met iets meer kracht op het Malieveld dan bij het begin van het gesprek.



Achterste rij v.l.n.r.: Jaap Timmer, Bas Levering, Roelf Middel (gespreksleiding en verslag), Giep Hagoort  
Op de voorgrond v.l.n.r.: Joke Hermes en Marli Huijjer

## OVERWEGINGEN BIJ DE TOEKOMST NA HET FORUM VOOR PRAKTIJKGERICHT ONDERZOEK

Het panelgesprek heeft laten zien dat er lectoren zijn voor wie een positie als deelnemer aan het publieke debat een vanzelfsprekend onderdeel uitmaakt van de functie. De opvattingen die vielen te beluisteren moeten echter meer als indicatief dan als representatief worden opgevat. Het optreden van lectoren in de media gericht op een algemeen publiek zijn nog lang niet overal gemeengoed. Uit de voorbeelden verschijnt een beeld dat sommigen hun weg weten te vinden als gevolg van eigen initiatieven en toevallige feiten en omstandigheden. Zien we lectoren in de media dan lijkt dit allerminst het gevolg van beleid dat weloverwogen door hogescholen in gang is gezet. Dat maakt de vraag actueel wat een dergelijk beleid zou kunnen inhouden. De deelnemers aan het panelgesprek hebben een aantal duidelijke suggesties aangedragen. Die komen er op neer dat de verschillende actoren het eigen speelveld beter kunnen benutten.

In de eerste plaats is er de verrassende vaststelling dat de buitenwereld de lector soms makkelijker weet te vinden dan de hogeschool zelf. Bij het onderbouwen van de beleidskeuzes waar hogescholen zelf voor staan blijken de hogescholen de relevante expertise van lectoren veelal onbenut te laten. Daar waar men onvoldoende op de hoogte is van de in eigen huis aanwezige expertise ligt het voor de hand dat men zich ook niet druk maakt om de vraag hoe die deskundigheid beter in het vizier van de publieke opinie gebracht kan worden. Een systeem om de uit onderzoek verkregen kennis te delen met de samenleving ontbreekt. Het onderbrengen van uitkomsten in databanken vormt daarin slechts een schakel. Dat is een noodzakelijke maar geen voldoende voorwaarde. Daarvoor is een dergelijke oplossing een te passieve kennisbron. Ook die kennisbron schiet trouwens tekort, zoals recent naar voren is gekomen in een onderzoek dat SURF heeft laten uitvoeren. De conclusie luidde toen dat er geen groei zit in de openbare toegankelijkheid van onderzoekgegevens afkomstig uit het hoger onderwijs via internet.

Ten tweede vormen de communicatieafdelingen vanzelfsprekend een waardevol aangrijpingspunt. Bij de voorbereiding van het panelgesprek, net als tijdens het panelgesprek, is gebleken dat er bij veel communicatieprofessionals een blinde vlek lijkt te bestaan voor de kennisproducten van lectoraten. Hier ligt een uitgelezen kans om de samenleving te laten zien welke inzichten verworven zijn door hogescholen, met alle kansen op profilering van dien.

Ten derde kunnen lectoraten vooral zelf via onderlinge uitwisseling hun meerwaarde etaleren. Gezien de praktijkgerichtheid van het onderzoek ligt het voor de hand om aan lectoraten te verzoeken om de meerwaarde van de eigen expertise uit te drukken in termen die sporen met die van de maatschappelijke actualiteit. Verder is het wenselijk dat beginnende lectoren die vanuit een vorige functie niet vertrouwd zijn om als gesprekspartner voor de media te fungeren bij hun aanstelling de mogelijkheid krijgen de ervaring van een door de wol geverfde collega in te roepen. De lector als coach of mentor voor een collega. Lectoren zouden, meer dan nu het geval is, studenten kunnen betrekken bij hun werkzaamheden. Als studenten nauwer in aanraking komen met praktijkgericht onderzoek vergroot dit voor alle betrokkenen de armslag inclusief de spin-off van deze activiteiten naar de media. Dit kan ook de worteling van de lector binnen de hogeschool ten goede komen. Het management van de hogeschool, de communicatieafdeling en de lector zelf kunnen op instellingsniveau de nodige verbeterpunten doorvoeren. Werkzaamheden in de hier bepleite richting zijn uitdagend en maatschappelijk relevant.

Om grote stappen voorwaarts te zetten is vermoedelijk meer nodig. Het Rathenau Instituut heeft een publicatie uitgebracht onder de titel *Beleid en het bewijsbeest* waarbij verkend is hoe wetenschap meer kan bijdragen aan evidence based policy. Een excellent wetenschapper is nog geen waardevol beleidsadviseur. Daarvoor zijn andere kwalificaties nodig. Het rapport maakt een vergelijking tussen de rol van wetenschapper en de rol van expert. Langs die lijn redenerend zou de rol van lector als kennisexpert niet alleen voor het praktijkveld maar ook voor een breed publiek invulling kunnen krijgen. Dit veronderstelt dat de contouren van deze rol nader getekend zijn. De expertrol zou een volwaardig onderdeel dienen te zijn van de functie. Input leveren aan het publieke debat stelt eisen aan de deelnemers. Het gaat erom aanspreekbaar te zijn om de eigen inzichten te plaatsen in een context waarin common sense opvattingen leidend zijn. Naast durf om niet alleen thuiswedstrijden te spelen veronderstelt dit ook de bereidheid om de grenzen van de eigen kennis over het voetlicht te brengen. Inzichten van wetenschappers staan soms diametraal tegenover elkaar. Het gaat zowel om het met verve presenteren van de eigen bevindingen als om het onderkennen van de begrenzingen in de reikwijdte

daarvan. De lector dient meer een gezaghebbend gesprekspartner te zijn dan een alwetende bovenmeester. Hij moet in staat zijn om de leek van de relevantie van zijn kennis te overtuigen.

Het belang van het ontwikkelen van de lector in een expertrol voor de samenleving stijgt uit boven het niveau van de afzonderlijke instellingen. Dat betekent dat de tijd van de vrijblijvendheid voorbij is. De lector als expert vraagt om een portefeuillehouderschap. De HBO-raad is de instantie waar de gedachten snel naar uitgaan. Hier ligt een taak voor het op te richten Lectors Advies College dat als een van zijn opdrachten heeft wat door het Forum voor Praktijkgericht Onderzoek in gang is gezet continuïteit te geven. Het concretiseren van de expertrol vormt een veel belovend perspectief inclusief het bieden van de daarbij benodigde faciliteiten. Veel lectoren staan al te trappelen in de coulissen. De honger van de samenleving dient gestild.

Roelf Middel

## DEELNEMERS PANELGESPREK

### **mr. dr. Giep Hagoort**

Opgeleid als jurist  
Lector Art and Economics  
Lector sinds 2000  
Hogeschool voor de Kunsten Utrecht  
Ook verbonden aan de Universiteit Utrecht

### **dr. Joke Hermes**

Opgeleid als politicoloog  
Lector Media, Cultuur en Burgerschap  
Lector sinds 2004  
Hogeschool InHolland  
Ook verbonden aan de Universiteit van Amsterdam

### **dr. Marli Huijjer**

Opgeleid als arts en filosoof  
Lector Filosofie en Beroepspraktijk  
Lector sinds 2007  
Haagse Hogeschool  
Ook verbonden aan de Erasmus Universiteit

### **dr. Bas Levering**

Opgeleid als pedagoog  
Lector Algemene Pedagogiek  
Lector sinds 2004  
Fontys Hogeschool  
Ook verbonden aan Universiteit Utrecht

### **dr. Jaap Timmer**

Opgeleid als socioloog  
Lector Veiligheid en Sociale Cohesie  
Lector sinds 2006  
Christelijke Hogeschool Windesheim  
Ook verbonden aan Vrije Universiteit

