

Jon Hermans noemde een belangrijke *do*: durf samen te werken met andere partijen. Wees opener naar elkaar. “We roepen wel dat we elkaar nodig hebben, maar meestal zijn we toch bezig met eigenbelangen. Ik denk dat we moeten durven werken aan nieuwe allianties.”

Op de opmerking vanuit de zaal dat openheid niet altijd mogelijk is (“Sommige informatie mag je niet geven”) reageerde Ronald Brouwers: “Maar ook daarover kun je open zijn. Want anders blijft de pers erover doorvragen.”

Op de vraag aan Ronald Brouwers waarom RTV Rijnmond geen wetenschapsjournalist in dienst heeft, was het antwoord eenvoudig: “Daar is helaas geen geld voor.” Willem de Regt van ZonMw bood daarop aan om mee te denken en de mogelijkheden te onderzoeken van een grotere betrokkenheid van lokale media bij de communicatie over onderzoeksresultaten, wellicht zelfs via sponsoring van een wetenschapsjournalist. “Misschien kunnen we daarmee als proef starten in Rotterdam?” Sommigen konden zich daar in vinden, maar het idee stuitte ook op weerstand: “Een wetenschapsjournalist moet kritisch zijn, die mag niet gesponsord worden.” Maar Jon Hermans vond het juist een goede mogelijkheid om nieuwe samenwerkingsverbanden aan te gaan.

Chris Aalberts vond het idee van sponsoring te ver gaan: “Ik zou niet weten waarom je dat zou moeten doen. Universiteiten zijn er om onderzoek te doen. Ik denk wel eens dat er veel te veel nadruk wordt gelegd op

communicatie met andere partijen.”

Als do noemde Chris: “Ga er van uit dat nuances niet in de media komen. Als je daar niet mee kunt leven, moet je een interview aan iemand anders overlaten.”

Marianne Donker benadrukte daarop dat je je netwerk kunt gebruiken als je media wilt inschakelen: “Na een tijdje weet je uit ervaring bij wie je je boodschap kwijt kunt.” Ook iemand in de zaal nuanceerde de opmerking van Chris: “Er zijn verschillende soorten journalisten. Tast af wie je tegenover je hebt.”

Johan Mackenbach, hoofd MGZ van het Erasmus MC, gaf als laatste een korte reflectie op het seminar. Volgens hem is media-aandacht belangrijk omdat er daarmee een grotere kans is dat het onderzoek wordt toegepast in de praktijk. Bovendien kun je via de media besluitvorming en het gedrag van burgers beïnvloeden. Maar hoe pak je het aan? “Door je te verdiepen in de wereld van de media. Weten we eigenlijk wel wat werkt? Nu gaan we nog vooral af op onze intuïtie. Maar ik wil pleiten voor meer onderzoek naar een goede aanpak en voor meer evaluatie.”

Een alliantie met verschillende partijen vond Johan een goed idee. “Of dat via een gesponsorde wetenschapsjournalist bij de media moet, weet ik niet, maar we kunnen wel een band opbouwen met bijvoorbeeld RTV Rijnmond. Het aanbod van ZonMw neem ik graag aan. Want we hebben een gezamenlijk doel: de gezondheid bevorderen van de bevolking. Dat kunnen we alleen maar samen bereiken.”

‘Ménage à trois: journalist, wetenschapper, beleidsmaker’

Positieve reacties op
levendig CEPHIR-Seminar



WWW.CEPHIR.NL

Het was levendig, interactief en volgens bezoekers en deelnemers veel te kort. Het CEPHIR-seminar 'Ménage à trois: journalist, wetenschapper, beleidsmaker' was een succes. Het onderwerp spreekt velen aan, getuige de volle zaal en de positieve reacties.

Marianne Donker, directeur GGD Rotterdam-Rijnmond, verzorgde de aftrap voor het seminar. Zij vond het debat in feite een sociologisch debat. "Er zijn partijen met verschillende functies. Ieder moet z'n eigen ding doen, met z'n eigen kleur. Dat is wel spannend, want ieder brengt eigen ervaringen mee. Soms ben je bang om onderuit te gaan als je met een andere partij te maken krijgt. Kijk bijvoorbeeld naar de huidige discussie over HPV-vaccinatie. Je kunt zeggen: 'de media zijn lastig', maar zij stellen wel fundamentele vragen over wetenschappelijke standpunten en het beleid."

Marianne Donker verwoordde waarom het CEPHIR-seminar is georganiseerd: "Dialogen tot stand brengen, met verschillende perspectieven, is de core-business van de academische werkplaats. We willen dat het een stimulerend geheel wordt, in het belang van de burger."

Chris Aalberts, docent media en journalistiek aan de Erasmus Universiteit, vertelde over de driehoek beleid-wetenschap-media, gezien vanuit de verschillende partijen. Onderzoekers bijvoorbeeld vinden media-aandacht voor hun onderzoek belangrijk omdat zij denken dat burgers er iets van kunnen leren. De media-aandacht is ook informatief voor politici en bestuurders. Daarnaast wordt onderzoek steeds meer beoordeeld op maatschappelijke relevantie en is het dus van belang om resultaten publiek bekend te maken. Ook politici krijgen input vanuit de media. Zij kunnen bijvoorbeeld lezen wat er leeft bij burgers.

Burgers ten slotte volgen politiek en andere zaken via de media. "Maar zij krijgen nooit een volledig beeld van een onderwerp. De burger kent bijvoorbeeld niet het hele debat achter het elektronisch kinddossier." Ook onderzoek kan nieuws worden. Met name als het opmerkelijke of schokkende resultaten geeft, of als het grote gevolgen heeft voor de samenleving. "Bedenk daarbij dat media zaken vaak overdrijven. Ze zoeken one-liners en willen geen nuances. Vaak zoeken ze ook bronnen buiten het onderzoeksveld, bijvoorbeeld om commentaar te geven. Dus als je als onderzoeker de publiciteit zoekt, moet je je onderzoek goed kunnen 'verkopen'."

**"De media zijn lastig',
maar zij stellen wel
fundamentele vragen over
wetenschappelijke stand-
punten en het beleid."**

Maar Chris nuanceerde meteen zijn eigen verhaal: we moeten de rol van de media niet overdrijven. "Mensen onthouden weinig van het nieuws. Tenzij een bepaald onderwerp gedurende langere tijd continu in het nieuws is of als bepaalde argumenten vaak worden herhaald. Maar het is meestal geen ramp als je niet goed in het nieuws komt. Want mensen laten zich er nauwelijks door beïnvloeden."

Ronald Brouwers, adjunct-hoofdredacteur bij RTV Rijnmond, verduidelikte voor de aanwezigen hoe een redactie is opgebouwd, hoe journalisten werken en wanneer iets nieuws is. Dat laatste hangt af van verschillende factoren. Bijvoorbeeld of een gebeurtenis afwijkend is van wat gangbaar is, of het opmerkelijk of grappig is, en welke gevolgen het heeft voor anderen. Nieuws heeft ook te maken met de tijd-

geest: "Vroeger was het nieuws als ergens een file stond, tegenwoordig is het juist nieuws als er eens géén file is op een verkeersknelpunt. En verder bepaalt ook het overige nieuwsaanbod wat er in de media komt. In de zomer is er de bekende komkommertijd, dan halen ook minder belangrijke nieuwtjes de media. Want de krant of de nieuwsuitzending moeten wel worden gevuld."

Ronald had enkele tips voor wie de media opzoekt: "Bereid je altijd goed voor, ook al is het een interview voor een plaatselijk krantje. Denk mee met de journalist, vermijd nuances maar breng je boodschap zo bondig mogelijk, bepaal de juiste timing voor de media-aandacht, en wees pro-actief: wacht niet af tot de journalist belt."

Tijdens het debat vroeg gespreksleider Liesbeth Jongkind de panelleden alvast een *do* of een *don't* te noemen, waar de zaal op kon reageren. Liesbeth vroeg geneticus prof. Jan Hoeijmakers of wetenschappers niet verplicht een cursus mediacontacten zouden moeten volgen. Verplichten vond Hoeijmakers te ver gaan. "Maar als je een bepaald niveau hebt bereikt, is een training wel zinvol. Zo kun je journalistieke regels leren en ook hoe je je hoofdboodschap goed kunt brengen."

Als *don't* noemde Hoeijmakers: wees als wetenschapper niet overenthousiast over je onderzoek. "Je moet er natuurlijk wel achter staan, maar temper je enthousiasme als je in de media komt. Want dat kan verkeerde verwachtingen scheppen bij het publiek." Een van de aanwezigen dacht daar anders over: "Je moet juist wel enthousiasme uitstralen om in de media te komen."

De vraag voor Willem de Regt (implementatiemedewerker bij ZonMw) was of implementatie van onderzoeksresultaten al

eerder in het onderzoek aan de orde moet komen. Nu is het vaak het sluitstuk van een onderzoeksproject. Willem reageerde dat ZonMw al in een vroeg stadium anticipeert op het gebruik van toekomstige onderzoeksresultaten. "Maar de wetenschap hoeft niet altijd te communiceren met het publiek. Als je dat wel wilt, zoek dan een goede doelgroep. Communiceer doelgericht." Niet iedereen was het daarmee eens: "Het is niet aan de wetenschap om te bepalen voor wie een boodschap bedoeld is", klonk het uit de zaal. Ronald Brouwers voegde er aan toe: "Onderzoek gebeurt met publiek geld. Daarover moet je je dus verantwoorden, onder andere via de media."

Onderzoeker Lex Burdorf betoogde dat je als wetenschapper wellicht via een omweg de meeste invloed kunt hebben op beleid of de publieke opinie. "Bijvoorbeeld als je een slachtoffer van asbest laat vertellen hoe gevaarlijk asbest is. Je moet niet onderschatten dat je indirect veel invloed kunt hebben. En als wetenschapper moet je in twee zinnen kunnen uitleggen waar je onderzoek over gaat. Als je dat kunt, heb je een stevige boodschap."

Vanuit de zaal kwam hierop de opmerking dat media ook gaan over opvattingen. "Die staan bijvoorbeeld in achtergrondartikelen in de krant. Dus je moet als onderzoeker ook kunnen uitleggen waarom je iets doet."

Burgemeester Jon Hermans van Ridderkerk kwam in 2007 in het nieuws toen zij een sauna liet sluiten vanwege besmetting met Legionella. Dat gebeurde op grond van informatie van de GGD. Zij merkte wel een verschil tussen de wetenschappelijke wereld en de 'praktijk': "Ik liep aan tegen de vele getallen in de informatie. Daar draait het om bij wetenschap. Terwijl wij meer te maken hebben met emoties."