

## **Public engagement: Niet meer, maar beter** - door Madelijn Strick

De eerste keer dat ik als wetenschapper de interactie aanging met de samenleving, was op de huishoudbeurs. Die plek leek ons geschikt om een diverse groep aan te spreken. Het thema van onze activiteit was gezonde voeding. Eerst gaven we een minicollege over onze wetenschappelijke inzichten. Daarna hielden we een quiz om te zien wat mensen hadden onthouden. Tijdens de quiz kreeg het publiek uitspraken te zien over gezond eten, en ze konden met groene of rode bordjes aangeven of ze dachten dat de uitspraken waar of niet waar waren.

Terwijl we bezig waren, viel een deelnemer me op. Een vrouw van ongeveer 50 jaar oud die een tegenstrijdige indruk op me maakte. Ze beantwoordde namelijk veel quizvragen goed, dus blijkbaar had ze het minicollege goed gevolgd. Maar ze zat er wat ongeïnteresseerd en onderuitgezakt bij. Een beetje zoals ik studenten ook wel eens zie wegzakken tijdens een college. Ze keek wat afwezig om zich heen, en dan weer op haar horloge. Ze spande haar kaken aan om het geeuwen te onderdrukken.

Nu denk ik dat we met de keuze voor de huishoudbeurs heus een aantal dingen goed deden, maar ik had me blijkbaar verkeken op de effectiviteit van onze public engagement activiteit. Het geval wilde dat er bij de uitgang van de beurs een mobiele FEBO snackmuur stond. Nog geen half uur na mijn quiz over gezonde voeding zag ik haar voor de FEBO-muur staan met twee kroketten in haar linkerhand en een berenklauw in haar rechterhand. Waren dit de laatste om het af te leren, of was de boodschap toch niet helemaal geland? Ik had geen idee, en besepte hoe complex het kan zijn om de gewenste impact op een publiek te hebben.



Maatschappelijke impact is een kerntaak van universiteiten, naast onderzoek en onderwijs. Zoals we hier vandaag bij elkaar zitten, vermoed ik dat bijna iedereen wel betrokken is bij public engagement. We delen wetenschap met een breder publiek, werken met maatschappelijke partners in onderzoek of onderwijs, betrekken burgers bij het verzamelen van data, of werken in een team waar anderen die taken op zich nemen. Een pleidooi voor méér public engagement lijkt me dan ook niet nodig. Volgens mij zijn we dat stadium al gepasseerd. Wat ik wel belangrijk vind, is dat we het volgende station ook in goede orde aandoen. En daarom zou ik graag een discussie voeren over kwaliteit.

Want wat is *goede* public engagement? Hoe definiëren we dat? En wat hebben we nodig om het goed te doen? Vandaag zal ik als wetenschappelijk onderzoeker op het gebied van public engagement, die inmiddels een stuk verder gespecialiseerd is in publieksactiviteiten dan destijds op de huishoudbeurs, mijn visie op die vragen met u delen.



## Waarom goede public engagement essentieel is

Kent u de Wetenschapswinkel nog? Het waren kennisloketten die gerund werden door studenten en docenten, met als doel om wetenschappelijke kennis toegankelijk te maken voor de samenleving. Vanaf de jaren 70 schoten ze als paddenstoelen uit de grond. Later vonden de universiteiten maatschappelijke impact niet meer zo belangrijk, en verdwenen de meeste wetenschapswinkels weer. Dit is slechts een voorbeeld, maar het illustreert dat de maatschappelijke betrokkenheid van universiteiten zomaar weer kan verdwijnen. Aandacht voor public engagement is dus kwetsbaar.

Dat we public engagement zo prominent het onderwerp maken van een jaaropening moet iets betekenen. We hebben nu momentum. Dit is onze kans om goede public engagement duurzaam te verankeren in onze universiteit. Doen we dit niet, dan gaan alle tijd, energie en enthousiasme die we nu in publieksactiviteiten steken verloren. En lopen we het gevaar om het contact met de samenleving te verliezen, ten koste van het wederzijdse vertrouwen. Dan wordt het moeilijker om de grote vraagstukken van deze tijd gezamenlijk aan te pakken.

Dit risico wordt ook landelijk gevoeld. Er is een Nationaal Expertisecentrum voor Wetenschap en Samenleving (NEWS) op komst om het contact met de samenleving te versterken.<sup>1</sup> Ook dat expertisecentrum heeft niet de intentie om méér public engagement te organiseren, maar juist om de kwaliteit ervan op peil te brengen door kennisdeling en samenwerking. Het is aan ons om te beslissen over de Utrechtse aanpak.

Want ook hier in Utrecht proberen we contact te leggen met mensen buiten de universiteit. Door met mensen te praten, hen bewust te maken van ons werk of hen enthousiast te maken voor samenwerking. Effectieve communicatie en een goed begrip van mensen staan centraal in elke vorm van public engagement. Het is daarom opvallend dat zelfs onderzoekers zonder wetenschappelijke achtergrond in communicatie en menselijk gedrag geacht worden dit te doen. De Utrechtse benadering kan zich onderscheiden door academici met relevante expertise en hun kennis actief in te zetten voor dit doel.

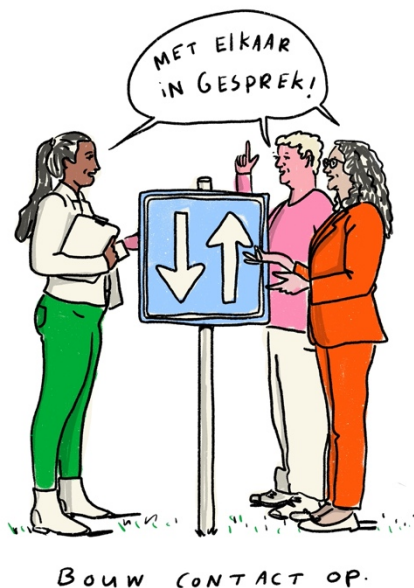
## Maar wat is goede public engagement?

Public engagement gaat vaak op intuïtie. Sommige wetenschappers zijn natuurtalenten. Ze voelen feilloos aan hoe ze een publiek kunnen betrekken bij hun werk. Maar veruit de meesten kunnen er wel wat hulp bij gebruiken. Gelukkig heeft onderzoek al veel handvatten opgeleverd voor goede public engagement.



Om te beginnen is het belangrijk te bedenken welk doel je precies wilt bereiken. Toch denken veel mensen als eerste aan een bepaald middel dat ze willen gebruiken. Dat is een eerste valkuil. Je bedenkt bijvoorbeeld dat je een kennisquiz gaat organiseren op de huishoudbeurs. Pas achteraf beseft je dat je mensen had willen inspireren tot ander gedrag, en daarvoor is een kennisquiz niet per se de beste vorm.

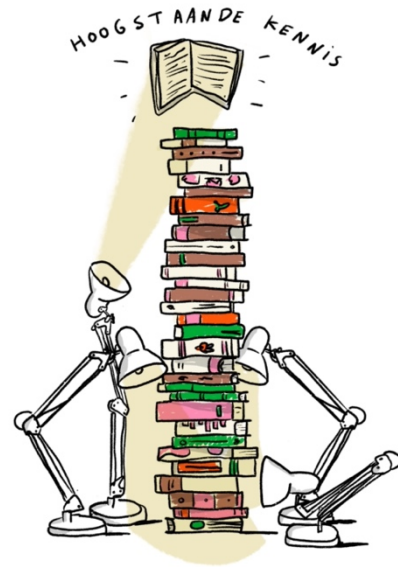
Ten tweede is het belangrijk na te gaan of het doel inderdaad is bereikt.<sup>ii</sup> Toch vergeten we vaak dit te evalueren. Dat is een tweede valkuil. Want als we de impact niet meten, weten we ook niet hoe we onze doelen de volgende keer beter kunnen bereiken.



Om mensen daadwerkelijk te betrekken bij het onderwerp en wat daarover te vertellen valt is het nodig wederzijds contact op te bouwen. Toch zijn we vaak erg gericht op het overbrengen van kennis, en hoe wij dat het beste kunnen doen. Dat is een derde valkuil.<sup>iii</sup>

Als academici die aan public engagement doen deze valkuilen weten te vermijden, bereiken ze waarvoor public engagement eigenlijk is bedoeld: tweerichtingsverkeer. Academici informeren het publiek, maar raken ook door het publiek geïnformeerd.

Een belangrijk doel van dit tweerichtingsverkeer is dat we als academici onze eigen aannames, methoden en interpretaties testen tegenover anderen, die het onderwerp misschien wel vanuit een hele frisse en relevante invalshoek benaderen. Het vergroot ook de kans dat onderzoekers door het publiek op nieuwe onderzoeksvragen worden gebracht. Public engagement is als een slijpsteen voor onze wetenschappelijke kennis. En kwaliteit van kennis - daar zijn we in ieder geval allemaal voor.



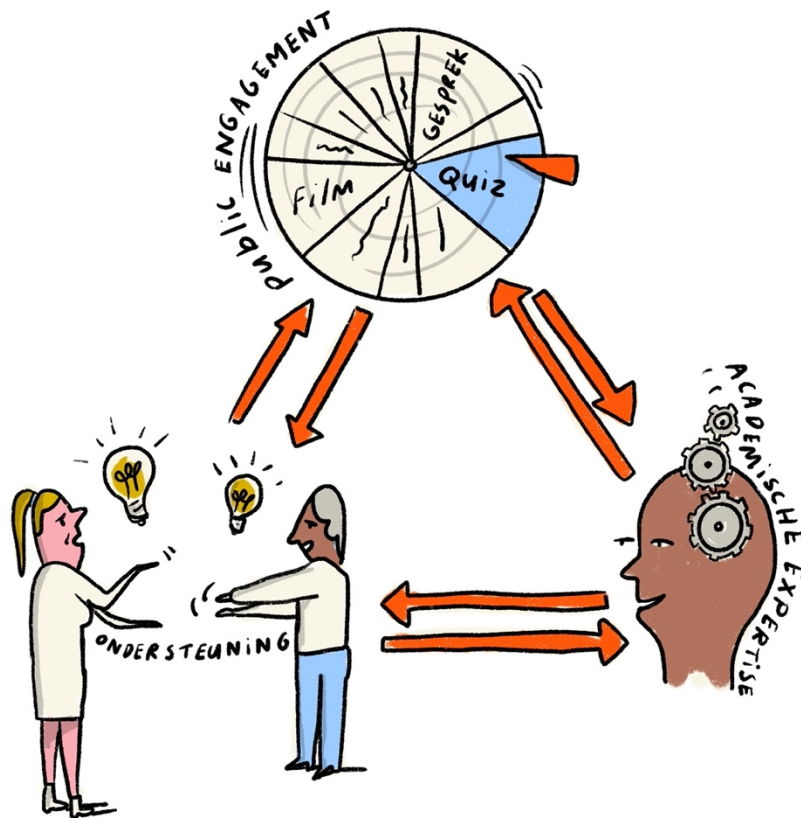
### **Wat hebben we nodig om het goed te doen?**

Ik denk nog wel eens terug aan de huishoudbeurs. Als academicus die toen net met public engagement begon had ik destijds behoefte gehad aan twee dingen:

Ten eerste, persoonlijke ondersteuning en training over hoe je zo'n publieksactiviteit opzet. Het was heel waardevol geweest als ik was gaan zitten met een public engagement expert die mij door de noodzakelijke denkstappen heen had geleid. Begin met het doel, kies dan een geschikt middel, et cetera.

Ten tweede, het toepassen van wetenschappelijke inzichten over gedrag. Bijvoorbeeld, als ik lessen had gehaald uit studies die het gedragseffect van een quiz vergelijken met andere vormen, zoals groepsgesprekken. De noodzakelijke kennis en methoden daarvoor waren voorhanden. Ik ben nota bene zelf een gedragswetenschapper, maar toen ik met public engagement begon realiseerde ik mij nog niet dat ik de inzichten uit mijn eigen vakgebied voor dit doel kon gebruiken.

Kortom, het is belangrijk dat we academici die aan public engagement doen in contact brengen met goede ondersteuning én de beschikbare wetenschappelijke expertise. Door bestaande kennis beter toe te passen, en met systematische evaluaties die kennis te vergroten, kunnen we de kwaliteit van public engagement duurzaam verbeteren.



Met de kennis van nu pakken we het op de huishoudbeurs anders aan. Minder praten, minder zenden, meer luisteren en meer vragen stellen. Want hoe persoonlijker en relevanter de kennis voor het publiek, hoe groter de impact ervan zal zijn.<sup>iv</sup> Gedrag veranderen blijft moeilijk. Maar met een gerichte aanpak is de kans groter dat we dezelfde vrouw tijdens de lunchpauze niet meer zien bij de FEBO-muur, maar bij de ertegenover opgestelde saladebar, waar ze met een opscheplepel tomaatjes op haar bordje schept.

Bovendien was haar hart dan waarschijnlijk wat harder gaan kloppen voor de wetenschap. En dat had ik dan natuurlijk willen meten. Mijn collega's gaan zelfs zo ver dat ze op locatie hartslagmetingen doen.<sup>v</sup> Ze meten dus eigenlijk letterlijk of de harten van mensen ergens sneller van gaan kloppen. Mijn hart gaat sneller kloppen bij de gedachte dat we zulke geavanceerde technieken kunnen inzetten om de impact van publieksactiviteiten beter te begrijpen.



Nu we weten wat er nodig is voor betere public engagement, volgt de vraag hoe we dit organiseren, en wie welke rol krijgt. Erkennen en Waarderen geeft ruimte om hier met een open blik naar te kijken. Het visiedocument reikt de denkstappen aan die we moeten doorlopen:

Wat is het doel? *Public engagement van hoge kwaliteit.*

Welke taken horen daarbij? *Ondersteuning voor de uitvoerders, onderzoek om de impact beter te begrijpen, effectief management.*

Wie is goed in wat?

Door het loslaten van het strikte onderscheid tussen WP en OBP kunnen we bovendien de sterke punten van individuen nog effectiever benutten. OBP'ers kunnen betrokken zijn bij wetenschappelijk onderzoek en WP'ers met kennis van communicatie en gedrag kunnen hun collega-academici ondersteunen bij het uitvoeren van hun publieksactiviteiten. We accepteren dat er geen schotten horen te staan tussen wetenschap en samenleving en tussen de verschillende collega's die het werk hier aan de universiteit mogelijk maken. We doen het samen.

### **Wat kunnen we vanaf vandaag al doen?**

JIJ, vandaag in de zaal, kan je volgende publieksactiviteit planmatig aanpakken. Er zijn allerlei hulpmiddelen die je erbij kunnen helpen (in de eindnoten vind je links naar bruikbare sites en bronnen). Betrek er ook een public engagement expert of communicatieprofessional bij.<sup>vi</sup> Liefst in een vroeg stadium van je project, dus niet pas nadat je - bij wijze van spreken - hebt bedacht een kennisquiz te organiseren.

JULLIE, de komende tijd op het werk, kunnen public engagement eens op de agenda zetten van jullie volgende teamvergadering of lab meeting. Bespreek de doelen en de vooruitgang die jullie willen boeken, en hoe dit past binnen jullie teamambities.

WIJ, als universiteit voor de toekomst, kunnen het gesprek aangaan over hoe public engagement een integraal onderdeel kan zijn van ons wetenschappelijke werk. Het maakt niet uit hoe we het noemen – onderwijs voor niet-academici, onderzoek in de publieke ruimte of professional performance – zo lang we het belang van goede public engagement maar erkennen. Door het vanuit een academisch perspectief en met een wetenschappelijke aanpak te benaderen.



## Eindnoten

---

<sup>i</sup> Over de oprichting van dit centrum, dat jaarlijks over een budget van 1 miljoen euro zal beschikken, hebben letterlijk honderden academici, musea, communicatieprofessionals en journalisten vrijwillig meegedacht. Kennelijk leeft het onderwerp binnen de academische wereld en de bredere gemeenschap.

<sup>ii</sup> Op de site van het IMPACTLAB – een samenwerking tussen de Universiteit Utrecht, de Universiteit Leiden en de Nationale Wetenschapsagenda – vind je allerlei tools en materialen voor het uitvoeren van een goede impactmeting. <https://impactlab.sites.uu.nl/>

<sup>iii</sup> Zegt die Strick nu dat eenzijdige kennisoverdracht niet meer mag, zoals een kennisquiz of de podcast van Universiteit van Nederland? Zeker niet. Wat ik wel zeg is dat zo'n vorm van public engagement een specifiek doel heeft en een zekere doelgroep bereikt, en dat we het dus niet moeten verheffen tot het universele ideaal van public engagement.

<sup>iv</sup> Strick, M., & Helfferich, S. (2023). Active ingredients of science communication impact: A quantitative study at a science festival. *Journal of Science Communication*, 22(2), N01.

<sup>v</sup> Van 't Woud, T. (2019). Hartkloppingen van schurende sociale normen. *NewScientist*.

<sup>vi</sup> Op de site van het Centrum voor Wetenschap en Cultuur is veel bruikbare informatie te vinden, zoals inspirerende voorbeelden, informatie over financieringsmiddelen en praktische ondersteuning. <https://www.uu.nl/organisatie/publiekenwetenschap/over>

## Dank

*Met dank aan Sicco de Knecht, Naomi Ellemers, Kees van den Bos en Ap Dijksterhuis voor het meedenken en hun waardevolle suggesties.*

*Illustraties: Lotte Dijkstra*