



**DENK KRACHT**  
**UTRECHT**

## **VERSLAG**

**DKC2** 9 maart

**Centrum voor Wetenschap  
en Cultuur**

**Public Engagement**

# VRAAGSTUK



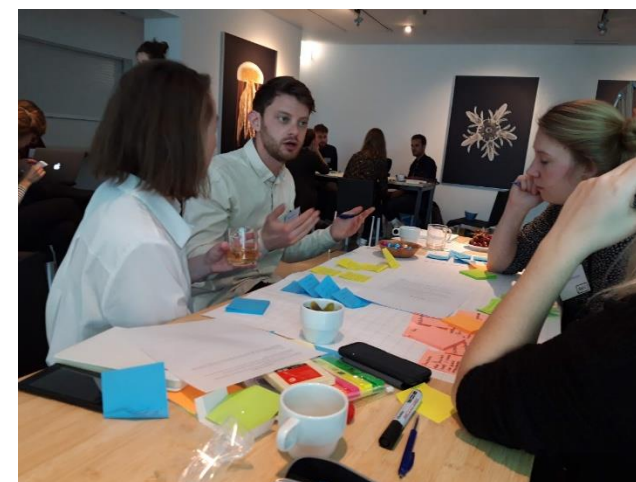
Hoe zet je het Centrum van Wetenschap en Cultuur binnen de Universiteit Utrecht neer als expertisecentrum op het gebied van publieksactiviteiten?

# HOE ZAG DE DAG ERUIT?



- Presentatie van en vragen aan Maud Radstake en Erik van Sebille
- Divergerende en convergerende brainstorm
- Presentatie ideeën a.d.h.v. filmpjes

**Resultaat:** vijf groepen met vijf verschillende ideeën



# GROEP 1



# TOELICHTING



- Het Relevantiefestival is een moment om samen met collega's na te denken over de relevantie van jouw onderzoek voor het publiek.
- De dag is specifiek bedoeld voor onderzoekers om na te denken over hoe zij met hun onderzoek naar buiten kunt treden.
- Onderzoekers gaan hier tijdens het festival mee aan de slag door praktische workshops te volgen en te netwerken.
- Onderzoekers gaan alleen naar zo'n festival als er daadwerkelijk meerwaarde te behalen is. Daarnaast is het sociale component, dus een borrel, belangrijk.
- Nadien kunnen onderzoekers zich profileren als ambassadeur van Public Engagement voor hun vakgebied.

# GROEP 2



# TOELICHTING



- CWC Embassy: Een speciale plek voor public engagement.

## Wat is het?

- Een plek waar je binnen een faculteit naartoe kan voor advies en inspiratie. Dit geldt zowel voor onderzoekers als journalisten.
- Hier wordt door middel van een 'rariteitenkabinet' fysiek invulling aan gegeven.
- Elke Embassy heeft een ambassadeur. Deze is heel proactief in het naar buiten treden en netwerken.
- Onderzoekers worden ontzorgd door de Embassy. De Embassy heeft daarom met name een faciliterende rol, vergelijkbaar met Career Services of Centre for Academic Teaching.



“De Embassy is een zichtbare plek waar je niet omheen kan. Het is belangrijk dat iedereen er bekend mee is, dus bij de introductie van studenten en medewerkers moet de Embassy al gepromoot worden.”

### Wie werkt er op de Embassy?

- Iemand die trainingen kan organiseren en die bestaande trainingen kan koppelen aan de onderzoekers.
- Iemand die een netwerk vormt en weet waar je als onderzoeker moet zijn als je op zoek bent naar public outreach.
- Iemand die vooral faciliteert!



# GROEP 3



# TOELICHTING



- Op elke faculteit is een communicatieadviseur ('huisarts') fysiek aanwezig waar je heen kunt voor een eerste advies. De 'huisarts' is getraind door het CWC om de onderzoeker te helpen een verhaal beter naar buiten te brengen, de zogenaamde 'eerste hulp bij public outreach'.
- De communicatieadviseur heeft tevens een toolbox met informatie waar onderzoekers zelf uit kunnen putten wanneer zij willen starten met public engagement.
- Promoot niet alleen het eindresultaat, maar ook (bijvoorbeeld met posters) hoe de route naar meer public engagement eruitziet.
- De communicatieadviseur ('huisarts') verwijst door naar het CWC ('specialist') als intensievere begeleiding of specifieke kennis vereist is.

# GROEP 4



# GROEP 4



# TOELICHTING



- Een begeleidingsprogramma/-cursus om Phd'ers te trainen in public outreach. CWC is daarbij aangesloten.
- Niet iedereen is goed in public engagement en niet elk onderzoek leent zich hiervoor. Daarom is er een talentenprogramma, waarbij je uit niveau 1, 2 of 3 kan kiezen. Hoe beter jij bent in public engagement, hoe hoger je niveau.
- Binnen elk niveau worden meerdere cursussen aangeboden. Het eerste niveau is laagdrempelig en start met basiscompetenties.
- Mentorprincipe: kan een gevorderde groep een beginnende groep helpen/begeleiden?
- Phd'ers hebben binnen hun programma tijd en ruimte om zichzelf te ontwikkelen. Public engagement past hierin.
- Het begeleidingsprogramma stopt echter niet bij Phd'ers, maar loopt door tot aan de hoogleraar.

# GROEP 5



# TOELICHTING



- Een CWC-expertiseteam dat de link legt met journalisten en andere mogelijkheden wat betreft public outreach.
- Het team leidt ook ambassadeurs op. Dat kan een communicatieadviseur of een onderzoeker zijn.
- Deze persoon heeft de karakteristieken van een accountmanager. Een netwerker pur sang die goed overzicht kan houden en zorgt dat er linkjes zijn en/of ontstaan tussen media en onderzoeker.
- Aan zo'n ambassadeur kan een studentassistent gekoppeld worden, zodat de mogelijkheden ook bij studenten bekend worden.



## Mogelijke activiteiten

- Cursus voor nieuwe medewerkers/Phd'ers waarin ze standaard leren wat CWC doet.
- Nieuwsbrief waarbij je één keer per maand laat zien wat iemand aan public engagement gedaan heeft: de PE'er van de maand!
- Vlogs van de ambassadeurs of andere onderzoekers.
- Website waar medewerkers en studenten naartoe kunnen.



# IN HET KORT



1. Relevantiefestival
2. CWC Embassy
3. Traject van 'huisarts' en 'specialist'
4. Begeleidingsprogramma met 3 niveaus
5. CWC Expertiseteam en ambassadeurs

# DE GROTE LIJNEN



- Er zijn drie kernwaarden gesignaleerd: activeren, faciliteren, legitimeren.
- Maak het expertisecentrum breder en breng het dichterbij de onderzoekers.
- Creëer een duidelijke route voor de onderzoeker.
- Bied trainingen en handvatten, zodat onderzoekers uiteindelijk onafhankelijk met public engagement aan de slag kunnen.
- Maak het extra leuk en interessant, door middel van uitdaging, festivals en borrels.

# TOT SLOT



## Samenvattend commentaar van de jury:

- “Opvallend dat de ideeën zo op elkaar aansluiten. Leuk dat in veel ideeën dezelfde kernwaarden zitten.”
- “Er gaat hier veel mee gebeuren. In de ideeën zit bevestiging van een aantal dingen waar we al mee bezig zijn, maar ook dingen waar we nog niet aan hebben gedacht.”
- “Public outreach moet groter dan we op dit moment doen.”





[WWW.DENKKRACHTUTRECHT.NL](http://WWW.DENKKRACHTUTRECHT.NL)