

RELATIONEEL WERKEN IN JOURNALISTIEK EN COMMUNICATIE

Lectorale redes Korien van Vuuren-Verkerk
en Timon Ramaker
Lectoraat Journalistiek en Communicatie

Christelijke Hogeschool Ede,
29 mei 2026

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave.....	2
1 Inleiding.....	3
Referenties.....	8
2 Relationeel werken in het communicatievak – Korien van Vuuren-Verkerk	9
2.1. Inleiding.....	9
2.2. Drie voorbeelden van relationeel werken uit onze onderzoekspraktijk.....	10
2.2.1. Eerste voorbeeld: Al en duurzame relaties.....	10
2.2.2. Tweede voorbeeld: Werken aan inclusieve klantreizen in gemeentelijke communicatie.....	11
2.2.3. Derde voorbeeld: Het goede gesprek in transitievraagstukken.....	12
2.3. Van middenmaker naar interactieregisseur	15
2.4. Communicatietheorie over relationeel werken.....	19
2.4.1. Withness-thinking in taal en in organisaties	20
2.5. De kracht van relaties: een normatief fundament.....	22
2.6. Waardengerichte communicatie: werken aan maatschappelijke vraagstukken	24
2.7. Onderzoekslijnen Communicatie.....	28
2.7.1. Communicatieonderzoekslijn 1: Responsieve organisaties	29
2.7.2. Communicatieonderzoekslijn 2: Sterke netwerken en communities.....	31
2.7.3. Verbinding tussen Journalistiek en Communicatie en tussen onderwijs en onderzoek....	35
2.8. Woorden van dank.....	37
Referenties.....	39
3 Relationeel werken in journalistiek – Timon Ramaker	42
3.1. Betrokken journalistiek werkt relationeel.....	42
3.2. De relational turn	49
3.3. Relationeel werken in de journalistieke praktijk.....	54
3.4. Betrokken journalistiek als relationele journalistiek.....	61
Referenties.....	66
Over de auteurs	69

1 Inleiding

Met deze publicatie presenteren wij met enthousiasme het onderzoeksprogramma van het Lectoraat Journalistiek en Communicatie. Opvallend is dat deze uitgave twee lectorale redes bevat; een bijzondere keuze die niet voortkomt uit praktische overwegingen, maar juist uit een bewuste en inhoudelijk gemotiveerde visie.

Dit lectoraat is namelijk opgezet als een duo-lectoraat, met als centrale opdracht het vormgeven van interprofessioneel leren en werken. Journalistiek en communicatie hebben elk hun eigen professionele domein en zijn verbonden aan afzonderlijke opleidingen, maar delen tegelijkertijd tal van overlappende vraagstukken. Relatieel werken vormt daarbij een verbindend uitgangspunt én een kern van de missie van ons lectoraat. Bovendien zijn maatschappelijke vraagstukken steeds vaker verweven en complex (Rotmans, 2021), wat de meerwaarde van samenwerking over disciplinaire grenzen verder benadrukt. Juist in die context groeit het belang van samenwerking over de grenzen van disciplines heen.

Het lectoraat grijpt deze ontwikkeling aan als kans: om twee opleidingen met een gedeelde geschiedenis opnieuw met elkaar te verbinden en gezamenlijk nieuwe inzichten te ontwikkelen. Tegelijkertijd blijft er binnen het lectoraat volop ruimte voor beide kenniskringen om onderzoek te verrichten dat specifiek bijdraagt aan de eigen beroepspraktijk en het onderwijs.

In dit boekje zijn de lectorale redes van respectievelijk Korien van Vuuren-Verkerk (communicatie) en Timon Ramaker (journalistiek) opgenomen. De mondeling uitgesproken redes bevatten een samenvatting van deze tekst. De beide redes hebben een eigen stijl en een eigen benadering van de gemeenschappelijke thematiek. Wij hebben dit laten staan, als een tweeërlei belofte: in de eerste plaats is het een uitdrukking van hoe wij in dit duo-lectoraat willen werken: samenwerkend met behoud van eigenheid. Dat geldt voor ons persoonlijk, maar ook voor de beide disciplines. Journalistiek en Communicatie zijn zelfstandige vakgebieden met eigen kernwaarden, maar er is in samenwerking veel te winnen. Wij zullen daar in de redes ook voorbeelden van geven.

In de tweede plaats is het een belofte dat wij het tweegesprek dat tijdens de installatie en in dit boekje plaatsvindt nog verder vervolg geven. Korien introduceert concepten zoals *withness-thinking* die ook met oog op praktijkvragen in de journalistiek

behulpzaam kunnen zijn en andersom geeft Timon overwegingen die helpen om de professionele houding die Korian schetst uit te werken.

In onze redes voeren wij een pleidooi voor relationeel werken in Journalistiek en Communicatie. Hierbij spelen we in op actuele ontwikkelingen in beide vakgebieden. Relationeel werken is benadering die past bij de visie die beide opleidingen op het desbetreffende vak hebben. Voor journalistiek betekent dit een focus op Betrokken Journalistiek (CHE, 2016), terwijl communicatie zich richt op Waardengerichte Communicatie (CHE, 2025). Relationeel werken is de bril waardoor we komende vier jaar naar het vak kijken. We geloven dat deze benadering een vruchtbare perspectief biedt voor vakgebieden die door een instrumentalistische (communicatie) of positivistische (journalistiek) en in beide gevallen een sterk door de markt gedreven logica soms vervreemd lijken van haar kerntaak.

Met dit thema sluiten wij aan bij het centrale onderzoeksthema van de CHE. De lectoraten aan de CHE doen praktijkgericht onderzoek in het kader van het onderzoeksprofiel 'De kracht van relaties' (CHE, 2019). Naast praktijkvragen in het werkveld vormt het gedachtengoed van 'kracht van relaties' een belangrijke inspiratiebron voor het onderzoeksprogramma van het Lectoraat Journalistiek & Communicatie. In het profiel wordt de vraag gesteld hoe professionals kunnen meebouwen aan gezonde maatschappelijke verhoudingen. Het duo-lectorat gaat deze vraag verder uitdiepen en concreet maken voor de praktijk van de opleidingen en Journalistiek en Communicatie en de desbetreffende beroepenvelden:

In het hedendaagse professionele discours staan vaak waarden centraal als autonomie, neutraliteit en onafhankelijkheid. Dat zijn stuk voor stuk belangrijke waarden. Wat echter gemakkelijk vergeten wordt, is dat een gezond maatschappelijk leven gedragen wordt door wederzijdse betrokkenheid op elkaar (...) Hoe stel je je niet alleen neutraal en onafhankelijk op, maar bouw je mee aan gezonde maatschappelijke verhoudingen? (CHE, 2019, p.3).

Relationeel werken is de conceptuele onderzoekslijn die wij in de beide redes meer op de vakgebieden gericht uitwerken. We doen dat door de velerlei relaties die je als professional hebt te belichten en meer nog door wat je als professional in die relatie te doen hebt uit te lichten. Aandacht voor relationaliteit geeft kwaliteit en draagt bij aan de maatschappelijke waarde van journalistiek en communicatie. In de beide redes introduceren we ook twee beroepsspecifieke onderzoekslijnen per vakgebied.

De relationele benadering is een uitwerking van een zorgethische benadering, die in reactie op een benadering die vooral focust op professionele verplichtingen of op een pragmatische of instrumentalistische focus op de gevolgen van het professionele handelen, begint met de erkenning dat het professionele handelen is ingebed in vele relaties en in die relaties de vraag stelt wat verantwoord handelen is. 'Zorg' gaat trouwens verder dan de zorg- en welzijnssector. Het ons inspirerende boek van Joan Tronto, getiteld *Caring Democracy* (2013) benadrukt dat zorg fundamenteel is voor een goed functionerende democratie. 'Zorg is een activiteit die alles omvat wat we doen om onze "wereld" te behouden, voort te zetten en te herstellen, zodat we er zo goed mogelijk in kunnen leven' (Tronto, 2013, p. 19). Haar benadering is opzettelijk breed, omdat haar streven is om te komen tot zichtbaarheid en (her)waardering van al die vaak onzichtbare activiteiten waarop ons leven – en onze democratie – rust. Om het misverstand te voorkomen dat zorg alleen een beroepsethiek van de zorg- en welzijnssector aangaat, spreken we verder over *caring* en relationeel werken waarin naast zorgzaam, ook iets van aandachtig zijn, verantwoordelijk nemen, toewijding en wederkerigheid in zit.

Het onderzoeksprogramma 'Relationeel werken in journalistiek en communicatie' dat we hiermee presenteren is in 2024-2026 met enkele verkennende studies gestart, waardoor we ook in de masterclasses tijdens het symposium ter gelegenheid van de installatie van ons als duo-lectoren wat vruchten van ons onderzoek kunnen presenteren. De masterclasses bieden inzichten over constructieve feedback in journalistieke organisaties, praktijkvragen over trauma geïnformeerd en trauma sensitief werken, over het belang van peersupport in de journalistiek, de impact van AI op vertrouwen, duurzame klimaatcommunicatie en het voeren van gesprekken over gepolariseerde onderwerpen. Van 2026 tot 2030 willen we via vijf onderzoekslijnen verdiepende onderzoeksprojecten opzetten, grotendeels extern gefinancierd, waarbij we samenwerken met docent-onderzoekers en het werkveld. Studenten kunnen hieraan bijdragen via verkennende

studies, terwijl de kwaliteit richting opdrachtgevers en subsidieverstrekkers wordt gewaarborgd.

Ons onderzoek kenmerkt zich als:

- *Praktijkgericht participatief onderzoek.* We starten vanuit praktijkvragen en werken participatief aan bruikbare beroepsproducten zoals gespreksinstrumenten, whitepapers, trainingen en onderwijsontwikkeling (Andriessen & Ganzevles, 2019). De participatieve aanpak zorgt voor directe impact tijdens het onderzoek (vgl. Niessen, 2025). We geloven in wederkerigheid, dialoog en het betrekken van diverse perspectieven. We geven ook ruimte aan minder gehoorde stemmen in organisaties en de samenleving.
- *Co-creatief:* We werken samen met professionals, onderzoekers en studenten om kennis en praktijk met elkaar te verbinden. Co-creatie met werkveldpartners en interprofessionele samenwerking zijn daarbij essentieel.
- *Interprofessionele samenwerking:* Complexe vraagstukken vragen om multi-perspectiviteit. We werken samen zonder de eigen beroepsidentiteit te verliezen (Keestra et al., 2022). Complexe praktijkvragen, zoals het gebruik van data-analytics in redacties of het creëren van een constructieve feedbackcultuur, zijn gebaat bij een brede, gezamenlijke aanpak. Ook vraagstukken als generatieve AI, polarisatie en communiceren over klimaatverandering hebben baat bij een interprofessionele benadering. Tegelijkertijd blijft er ruimte voor onderzoek binnen de afzonderlijke vakgebieden.
- *Strategische samenwerking:* Omdat praktijkgericht onderzoek vaak complex is en naast interprofessionele samenwerking ook subsidiëring vereist, werken we vanaf het begin met strategische partners (zoals werkveldpartners, institutionele partners en subsidieverstrekkers als Regieorgaan-SIA, EU, RVO, SVDJ en particuliere fondsen).

Resteert ons om onze dank uit te spreken aan alle kenniskringleden die feedback op eerdere versies van onze teksten hebben gegeven.

En reacties blijven welkom!

Korien van Vuuren-Verkerk (kvvuuren@che.nl)

Timon Ramaker (tramaker@che.nl)



Timon Ramaker en Korien van Vuuren-Verkerk

Referenties

- Andriessen, D. & Ganzevles, M. (2019). *Cirkelen rond je onderzoek*. Hogeschool Utrecht. Verkregen van <https://husite.nl/crjo/wp-content/uploads/sites/352/2024/04/Handreiking4.0.pdf>
- Christelijke Hogeschool Ede (2016). *Position statement Betrokken journalistiek*. CHE.
- Christelijke Hogeschool Ede (2019). *Kracht van relaties*. CHE.
- Christelijke Hogeschool Ede (2025). *COMM'ON – Communication for the common good*. CHE.
- Keestra, M., Uilhoorn, A., & Zandveld, J. (2022). *An Introduction to Interdisciplinary Research*. AUP.
- Niessen, Th. (2025). *Impact als respons-abiliteit. Een binnenkant-perspectief op impact in praktijkgericht onderzoek* [Lectorale rede]. Fontys. Verkregen op 30 april 2026, van <https://publinova.nl/en/product/impact-als-respons-abiliteit-lectorale-rede>
- Rotmans, Jan (2021). *Omarm de chaos*. De Geus.
- Tronto, J.C. (2013). *Caring Democracy: Markets, Equality, and Justice*. New York University Press.

2 Relatieve werken in het communicatievak – Korien van Vuuren-Verkerk

2.1. Inleiding

Als communicatieonderzoekers binnen het lectoraat Journalistiek & Communicatie (J&C) houden we ons samen met praktijkpartners uit het werkveld bezig met de vraag: hoe kunnen we, in een tijd van toenemende maatschappelijke complexiteit, met communicatiewerk blijven bijdragen aan betekenisvolle interacties tussen mensen en organisaties? In deze rede verkennen we die vraag vanuit het perspectief van communicatie als relationele praktijk, als de plek waar verschillen zichtbaar worden, waar waarden botsen en waar nieuwe verbindingen kunnen ontstaan.

Relationeel werken in Communicatie vertrekt vanuit het inzicht dat maatschappelijke vraagstukken onlosmakelijk verbonden zijn met de relaties waarin zij ontstaan en zich ontwikkelen. Hoe mensen zich tot elkaar verhouden, bepaalt wat er gezegd kan worden, wat er gehoord wordt en wat er uiteindelijk mogelijk is. Voor communicatieprofessionals heeft deze visie verregaande implicaties. Hun rol lijkt te verbreden van zender of duider naar ontwerper en begeleider van gesprekken. Zij werken niet alleen met inhoud, maar met de condities waaronder interactie plaatsvindt: wie spreekt er, wie luistert er, en hoe veilig het is om van positie te veranderen? Dat vraagt om een focus op aanvullend vakmanschap, waar veel communicatiebureaus al mee aan het werk zijn: vakmanschap dat in belangrijke mate gericht is op luisteren, verbinden en het hanteren van spanning en daarbij wijs sturing geeft binnen dit complexe krachtenveld.

In deze rede werk ik dit perspectief verder uit voor het communicatieonderzoek van ons lectoraat J&C. Timon Ramaker, mijn gewaardeerde collega en duo-lector in het lectoraat Journalistiek & Communicatie, zal dit vraagstuk van relationeel werken in het tweede deel van de rede verder uitdiepen voor het vakgebied van de Journalistiek (zie hoofdstuk 3). In dit eerste deel laat ik zien hoe relationeel werken kan worden begrepen vanuit communicatietheorie, wat het vraagt van communicatieprofessionals en hoe het kan bijdragen aan het navigeren in complexe maatschappelijke vraagstukken. Vanuit die

verkenning werk ik vervolgens toe naar wat dit betekent voor de onderzoeksagenda en hoe dit concreet vorm krijgt in twee samenhangende onderzoekslijnen voor Communicatie.

2.2. Drie voorbeelden van relationeel werken uit onze onderzoekspraktijk

Onze visie op communicatie ontstaat niet aan de tekentafel, maar in de praktijk. Wat ik zo dadelijk conceptueel zal uitwerken, is dan ook geworteld in ons praktijkonderzoek. Daarom begin ik met drie voorbeelden die laten zien hoe wij als onderzoekers samen met praktijkpartners *nu al* werken aan deze opgaven, en hoe vraagstukken rond relationeel werken zich daarin nadrukkelijk aandienen.

2.2.1. Eerste voorbeeld: AI en duurzame relaties

Eén van onze docentonderzoekers, Erik Geluk, viel iets op in gesprek met een aantal AI-bureaus. Het gesprek ging meteen over mogelijkheden: agents inzetten, communicatieprocessen automatiseren, opschalen. Wat er technisch mogelijk is met AI, wordt steeds indrukwekkender. Maar toen Erik de vraag stelde wat dit betekent voor de relatie met de mensen, de stakeholders van de organisaties waarvoor de bureaus AI ontwikkelen, hun klanten, reizigers, burgers, werd het stil.

Hier raakt het gesprek van Erik onze onderzoeksthema's. Hij onderzoekt hoe organisaties, juist in tijden van AI, responsief kunnen blijven. In samenwerking met organisaties als TUI en AI-bureau Trojan Monkeys onderzoekt hij vragen als: hoe blijf je betrouwbaar communiceren wanneer technologie steeds vaker het gesprek overneemt? Wat ervaren mensen nog als oprecht? En: waar voegt AI waarde toe, en waar blijft menselijk contact onmisbaar om relaties duurzaam en betekenisvol te houden?

Wat daarbij opvalt, is dat veel AI-bureaus sterk gericht zijn op wat technologisch mogelijk is, maar minder op wat die mogelijkheden betekenen voor relaties tussen organisaties en mensen. Juist vragen als: 'wat doet dit met vertrouwen, reputatie en duurzame verbinding?' blijven nog vaak onderbelicht. Tegelijkertijd geven deze bureaus zelf aan behoefte te hebben aan reflectie op deze relationele dimensie. Precies daarom willen zij het onderzoek van Erik niet alleen volgen, maar ook actief bijdragen aan dit project.

2.2.2. Tweede voorbeeld: Werken aan inclusieve klantreizen in gemeentelijke communicatie

Docentonderzoeker Cateleijn Schenk is in gesprek met communicatieafdelingen van meerdere gemeenten in de regio Food Valley over een vraag die ogenschijnlijk eenvoudig is: hoe zorg je dat communicatie echt iedereen bereikt? In de praktijk blijkt dat inwoners regelmatig afhaken. Niet omdat informatie ontbreekt, maar omdat processen ingewikkeld zijn, taal niet aansluit of omdat mensen zich simpelweg niet aangesproken voelen. Denk aan een inwoner die een vergunning aanvraagt, maar vastloopt in een digitaal formulier. Of aan bewoners die wel worden uitgenodigd om mee te denken, maar niet goed begrijpen wat er van hen verwacht wordt.

Na een voorstudie met veelbelovende uitkomsten gaat Cateleijn actieonderzoek doen met communicatieadviseurs van gemeenten bij het opnieuw in kaart brengen van zulke 'klantreizen': de stappen die inwoners doorlopen in hun contact met de gemeente. Niet alleen vanuit het perspectief van de organisatie, maar juist vanuit de ervaring van verschillende inwoners met uiteenlopende achtergronden, vaardigheden en verwachtingen. Waar haken mensen af? Waar ontstaat verwarring? En waar voelen zij zich wel of juist niet serieus genomen? Belangrijk is dat het perspectief dat zij kiest gaat over de aspecten waar de communicatieafdeling invloed op kan uitoefenen: er zijn natuurlijk veel elementen in een klantreis waar inwoners op kunnen afhaken, maar waar de communicatieprofessional niet direct invloed op heeft.

Wat dit onderzoek bijzonder maakt, is dat communicatieprofessionals niet alleen meedenken, maar zelf leren om deze klantreizen inclusiever te ontwerpen. Cateleijn ontwikkelt een pilot voor een begeleidingsvorm waarin medewerkers een praktisch stappenplan direct toepassen op hun eigen projecten, zoals dienstverlening of participatietrajecten. Gaandeweg ontstaat er een ander gesprek: niet alleen over wat er gecommuniceerd moet worden, maar over hoe processen, taal en keuzes samen bepalen of communicatie werkelijk toegankelijk is.

Zo wordt zichtbaar dat inclusieve communicatie niet begint bij het schrijven van een heldere tekst, maar bij het begrijpen van hoe mensen hun weg vinden, of juist verliezen, in het contact met de overheid. En dat vraagt van communicatieprofessionals een bredere rol: niet alleen als makers van middelen, maar als begeleiders van processen waarin het perspectief van inwoners structureel wordt meegenomen.

2.2.3. Derde voorbeeld: Het goede gesprek in transitievraagstukken

Een derde voorbeeld komt uit het SIA-project *Diamant van ons Platteland*, waarin we samen met andere hogescholen onder andere werken aan de vraag hoe boeren zich verhouden tot de beelden die over hen bestaan. Penvoerder is lector Ron Methorst van Aeres Hogeschool, die als leidend adagium heeft: kansen creëren om kansen te leren zien. Vanuit ons lectoraat werken docentonderzoekers Timo Jansen en Karin van de Weerdhof aan het deelproject over *Beeldvorming & Communicatie*.

Timo en Karin organiseren door het hele land gespreksbijeenkomsten en trainingen samen met praktijkpartners als Stimuland (een adviesorganisatie voor duurzame landbouw) en Christen Contact Agrarisch (een landelijke vereniging van christelijke agrariërs). In deze dialoogbijeenkomsten met agrarisch ondernemers gaat het over hun ervaringen met beeldvorming over de agrarische sector, hoe zij daarin zelf stelling nemen en hoe zij gesprekken voeren met andersdenkenden over het landbouwvraagstuk. Aan de hand van een door de onderzoekers ontwikkelde 'praatplaat' brengen deelnemers in kaart hoe zij denken dat de buitenwereld naar hen kijkt, hoe zij zichzelf zien en hoe zij gezien willen worden. Die perspectieven, 'beelden van buiten' en 'beelden van binnen', worden naast elkaar gelegd en besproken: waar overlappen ze, waar botsen ze, en wat betekent dat voor de gesprekken die zij voeren met burgers, beleidsmakers en andere stakeholders? Door deze perspectieven expliciet te maken, ontstaat meer bewustwording van eigen aannames en komt er ruimte om ook andere perspectieven werkelijk binnen te laten.

Wat daarbij opvalt, is dat agrariërs aangaven dit soort gesprekken in de dagelijkse praktijk weinig te voeren, terwijl ze deze sessies juist als verhelderend en soms ook opluchtend ervaren. Het benoemen van beladen beelden en het uitwisselen van ervaringen maakt zichtbaar wat er onder de oppervlakte speelt en biedt aanknopingspunten voor een ander soort gesprek en soms zelfs een nieuw handelingsperspectief. In het vervolg verschuift de aandacht naar gespreksvoering: hoe ga je het gesprek aan met iemand die jou fundamenteel anders ziet dan jij jezelf ziet? Deelnemers verkennen hun eigen communicatiestijl, leren die van anderen herkennen en onderzoeken hoe zij op een respectvolle en luisterende wijze het gesprek kunnen aangaan met andersdenkenden.

Ik zou hier nog tal van praktijkvoorbeelden uit ons onderzoek kunnen aanhalen; voor nu vormen deze drie een eerste inzicht, waarop ik later in deze rede verder zal voortbouwen met aanvullende voorbeelden. In deze voorbeelden wordt zichtbaar wat relationeel werken in communicatie vraagt: het doelgericht organiseren en begeleiden van interacties waarin verschillen in perspectief, waarden en belangen expliciet worden en hanteerbaar gemaakt kunnen worden. We gebruiken veelal actieonderzoek, waarin we niet op afstand analyseren, maar samen met professionals en betrokkenen interventies ontwikkelen, toepassen en onderzoeken (Van Steden, Schuiling & Mulder, 2026). Dat betekent ook dat ons werk een ontwerpende component heeft: we ontwikkelen bijvoorbeeld instrumenten zoals een praatplaat of nieuwe begeleidingsvormen voor inclusieve communicatiepraktijken. Die ontwerpen ontstaan daarmee niet los van de praktijk, maar in nauwe samenspraak met ervaringsdeskundigen en gebruikers, en worden iteratief aangescherpt op basis van wat er in de praktijk gebeurt. In die praktijksituaties kijken we als onderzoekers nauwkeurig naar wat er in het contact gebeurt: waar ontstaat begrip, waar schuurt het, waar haken mensen af of juist aan? Communicatie verschijnt dan niet als een lineair proces van zenden en ontvangen, maar als een dynamische ontmoeting waarin gezocht wordt naar woorden, naar erkenning en naar gedeelde betekenis. In ons onderzoek verschuift de focus daardoor naar het versterken, faciliteren en vormgeven van relaties als wezenlijk onderdeel van communicatie.

Toch is dat niet altijd hoe het vakgebied zich heeft ontwikkeld. Lange tijd werd het communicatievak begrepen als het effectief overbrengen van boodschappen. *'Een organisatie zendt, een doelgroep ontvangt. Als de boodschap helder is en het kanaal goed gekozen, volgt het gewenste effect.'* Nu is een weloverwogen vormgegeven strategische communicatie en het neerzetten van mooie campagnes en andere middelen nog steeds cruciaal in de communicatieprofessie. De studenten van onze opleiding Communicatie worden daar ook goed in opgeleid. Maar wanneer we kijken naar sociale interacties en complexe organisatieomgevingen, zien we dat de instrumentele benadering tekortschiet. En juist op dat vlak is in deze tijd aanvullende communicatie-expertise nodig. Vanuit de erkenning dat communicatie geen lineair proces is, maar een sociaal proces. Een relationeel proces. Een moreel proces ook. In het lectoraat J&C richten we ons daarom expliciet op dit soort vraagstukken.

Binnen het communicatiewerkveld wordt volop gewerkt aan deze uitdaging: het is duidelijk dat veel communicatievraagstukken zich niet laten vangen in communicatietechnische analyses met één duidelijke, rationele uitkomst. Ook zijn ze vaak

niet gebaat bij één campagne of communicatiemiddel dat richting geeft alsof het vraagstuk eenduidig is. Denk bijvoorbeeld aan ruimtelijke opgaven, waar bewoners, projectontwikkelaars en overheden ieder iets anders verstaan onder een leefbare omgeving. Of aan inclusievraagstukken, waarin uiteenlopende ervaringen en gevoeligheden bepalen wat als rechtvaardig wordt gezien. En bij technologische ontwikkelingen zoals Artificial Intelligence zien we hoe kansen en zorgen voortdurend door elkaar heen lopen: efficiëntie tegenover ethiek en innovatiedrang tegenover zorgen over controle. Dit zijn situaties waarin belangen, perspectieven en waarden niet netjes naast elkaar bestaan, maar in elkaar grijpen en soms schuren. Het zijn vraagstukken die vaak worden aangeduid als *wicked problems*: complex, gelaagd en zonder eenduidige oplossing (Dentoni, Bitzer & Schouten, 2018). Bovendien worden ze zelden door één organisatie opgepakt. Ze spelen zich af in netwerken van overheden, maatschappelijke organisaties en marktpartijen, die ieder hun eigen logica, taal en belangen meebrengen (Franco, Haase & Rodrigues, 2024). Ik kom steeds meer communicatieprofessionals tegen die hier niet opereren namens één organisatie, maar werken binnen een samenwerkingsverband van organisaties waarin belangen soms botsen en prioriteiten verschillen (Boonstra & Eguiguren, 2023; Kievit, 2023). In zulke contexten volstaat het niet om informatie beter over te brengen of een boodschap scherper te formuleren. Wat gevraagd wordt, is het vermogen om met verschillen, spanningen en onzekerheden om te gaan en partijen met verschillende doelen, achtergronden en werkwijzen te verbinden.

De visie om relationeel te werken is geworteld in het onderzoeksprofiel *Kracht van Relaties* van Christelijke Hogeschool Ede (2019) en raakt aan een diepere vraag: hoe kunnen communicatieprofessionals bijdragen aan relaties die recht doen aan mensen, aan gemeenschappen en aan de samenleving als geheel? Vanuit onze christelijke levensbeschouwing zien wij mensen allereerst als relationele wezens: mensen die gevormd worden in verbinding met anderen en verantwoordelijkheid dragen voor elkaar. Dat perspectief vraagt om een communicatiepraktijk waarin niet alleen overtuigen of informeren centraal staat, maar ook luisteren, nabijheid en het zoeken naar wederzijds begrip. Bij onze opleiding Communicatie noemen wij dit centrale thema: *Communication for the common good*. In de glossy COMM'ON (2025), die we vorig jaar samen met het docententeam hebben geschreven en die tijdens dit symposium voor iedereen beschikbaar is, werken we dit thema uit aan de hand van uiteenlopende praktijkcontexten.

2.3. Van middenmaker naar interactieregisseur

We zien dat maatschappelijke vraagstukken, denk aan migratie, betaalbaarheid van de zorg, klimaatmitigatie en -adaptatie of kansenongelijkheid in het onderwijs, niet alleen draaien om kennis of informatie, maar ook om onderliggende overtuigingen, waarden en ervaringen. Juist daar ontstaat spanning: niet omdat mensen geen feiten kennen, maar omdat zij vanuit verschillende perspectieven betekenis geven aan dezelfde werkelijkheid. De crises waarin wij ons bevinden, ecologisch, sociaal en institutioneel, zijn niet zonder meer systeemfouten, maar ook een uiting van botsende waarden (Schenderling, 2025). Dit raakt de dagelijkse praktijk van communicatieprofessionals en trouwens ook van journalisten, die steeds vaker opereren in situaties waarin het gesprek vastloopt of grote weerstand optreedt. Waar feiten niet voldoende zijn om te overtuigen, omdat zorgen, emoties en identiteiten de boventoon voeren. Juist in zulke situaties wordt zichtbaar hoe snel een dynamiek van “wij” tegenover “zij” ontstaat. Polarisatie is daarbij niet per se het probleem, uit recent onderzoek wordt duidelijk dat polarisatie minder is toegenomen dan we over het algemeen denken (Nijs, 2025; SCP, 2022). Verschil en wrijving kunnen ook productief zijn, maar wanneer tegenstellingen verhard en groepen zich ingraven, verdwijnt de ruimte voor gesprek. En dat is wel aan de hand.

Dat wordt bijvoorbeeld zichtbaar in het maatschappelijke debat over de vestiging van de wolf in Nederland. Een in het communicatiewerkveld bekend bureau, Maatschap voor Communicatie, faciliteerde regiogesprekken hierover in opdracht van de Raad voor Dierenaangelegenheden. In dorpen waar de wolf opdook, kwamen bewoners bijeen die zich zorgen maakten, boos waren of zich juist verheugden op de terugkeer van het dier. Nog voordat het gesprek begon, was voelbaar hoe beladen het onderwerp was. Mensen namen hun standpunten, maar ook hun angsten en overtuigingen, mee de gespreksruimte in. Wat daar zichtbaar werd, is kenmerkend voor veel complexe vraagstukken van deze tijd (Aarts, 2025). Het ging niet alleen over de aanwezigheid van een dier, maar over onderliggende vragen: over veiligheid, over het gevoel controle te verliezen, over wat natuur betekent in een dichtbevolkt land, en over wie er gehoord wordt in besluitvorming. Angst en identiteit bleken minstens zo bepalend als feiten en argumenten. Verschillen raken steeds meer verbonden met gevoelens van erkenning, identiteit en erbij horen (De Haan, 2025). Tegelijkertijd hoeft verschil of spanning niet problematisch te zijn. Zoals De Haan benadrukt, ontstaat het echte probleem wanneer mensen elkaar niet langer proberen te begrijpen en tegenstellingen verhard. In de door De Haan gefaciliteerde

regiogesprekken bleek juist dat er weer ruimte voor wederzijds begrip ontstond zodra mensen hun persoonlijke ervaringen en zorgen met elkaar deelden.

Dit is slechts één voorbeeld, maar vergelijkbare dynamieken spelen in tal van andere maatschappelijke vraagstukken. Ook in ons eigen lectoraatsonderzoek over bijvoorbeeld diversiteitsbewuste overheidscommunicatie en spanningen in de landbouwtransitie merken wij dit, zoals geïllustreerd in de drie eerdergenoemde voorbeelden. In zulke contexten werkt het meestal niet om direct over oplossingen te beginnen of om met argumenten (proberen) te overtuigen. Integendeel: hoe sterker de emotie, hoe kleiner de bereidheid om te luisteren.

Neuropsychologisch onderzoek laat zien dat de manier waarop mensen denken en communiceren verandert wanneer zij onder druk staan of zich bedreigd voelen (Spierts & Verweij (2020); Molenberghs, 2022). Nicolien de Jong, docentonderzoeker in ons lectoraat en gespecialiseerd in neuro- en morele psychologie, ziet dat spanning en onzekerheid invloed hebben op hoe mensen informatie verwerken en besluiten nemen. Mensen gaan onder druk vaker denken vanuit bestaande aannames en biases, richten zich sterker op de korte termijn en benaderen problemen meer gefragmenteerd. Dat heeft ook directe gevolgen voor gesprekken en interacties. Mensen reageren impulsiever, trekken sneller conclusies, wisselen vaak van focus en richten zich eerder op incidenten dan op onderliggende patronen of structurele oplossingen (De Jong, de Jong & Van Bergeijk, 2023). Het vermogen om open te luisteren, nuance aan te brengen en gezamenlijk af te wege neemt daardoor af. Kortom: wanneer mensen zich bedreigd voelen door een onderwerp of situatie, wordt het moeilijker om zorgvuldig te denken en weloverwogen, rationele beslissingen te nemen.

Wat in deze groepsgesprekken over de wolf wél werkte, was een andere benadering. Het gesprek begon niet met standpunten, maar met een open vraag die ruimte liet voor verschillende antwoorden: hoe verhoudt deze situatie zich tot jouw leven? Door die vraag ontstond een verschuiving. Mensen spraken niet langer alleen als vertegenwoordiger van een positie, maar als persoon met ervaringen. In kleine, veilige settings ontstonden gesprekken van mens tot mens. Niet omdat verschillen verdwenen, maar omdat ze werden ingebed in verhalen en waarden die voor anderen invoelbaar werden. Juist daar, in die erkenning, ontstond ruimte voor nuance en beweging. Dat bood aanknopingspunten voor de provincie en de Raad voor Dierenaangelegenheden om vervolgstappen te nemen die hierbij aansloten.

Precies daar positioneert zich ons lectoraatsonderzoek. Het lectoraat vertrekt vanuit het inzicht dat maatschappelijke vraagstukken altijd relationeel zijn. Ze ontstaan, bestaan en veranderen in de relaties tussen mensen. Dat betekent dat communicatie geen neutraal middel is, maar een constitutieve kracht: zij bepaalt mede hoe een vraagstuk wordt begrepen, welke stemmen worden gehoord en welke handelingsmogelijkheden zichtbaar worden. Voor sommige communicatieprofessionals betekent dit een heroriëntatie op hun rol. Zij zijn niet alleen zenders van informatie of duiders van gebeurtenissen, maar in feite mede-vormgevers van het publieke gesprek. De manier waarop zij verhalen selecteren, vragen formuleren en tegenstellingen kaderen, heeft directe invloed op de dynamiek tussen mensen en groepen. Relationeel werken door bijvoorbeeld waardendialogen te organiseren is in dat perspectief een kernpraktijk. Waar debat gericht is op overtuigen en winnen, en onderhandelen op het uitrusten van belangen, richt de waardendialoog zich op het expliciteren van wat voor mensen werkelijk van waarde is. Het gaat om vragen als: wat staat hier voor jou op het spel? Wat wil je beschermen? Waar komt je zorg of overtuiging vandaan?

Door deze laag zichtbaar te maken, verandert de aard van het gesprek. Verschillen blijven bestaan, maar worden minder absoluut en minder emotioneel. De ander wordt vaak niet langer alleen gezien als tegenstander, maar als iemand met een begrijpelijke, zij het andere, oriëntatie op de werkelijkheid (Kardas, Nordgren & Rucker, 2026). Dat betekent niet dat verschillen verdwijnen of dat standpunten worden opgegeven. Het vraagt eerder om wat wel 'perspectivistische lenigheid' wordt genoemd: het vermogen om ergens voor te staan en tegelijk open te blijven voor andere perspectieven. Door meningen niet alleen te presenteren, maar ook invoelbaar te maken, uit te leggen waarom iets belangrijk voelt, en te luisteren naar het verhaal van de ander, ontstaat ruimte voor een waaier aan perspectieven ofwel voor meerzijdige partijdigheid.

Voor communicatieprofessionals die in deze context werken, vraagt dit om een verschuiving die verder gaat dan het aanleren van een nieuwe methodiek. Het vraagt om een aanvulling op de professionele houding. Om het vermogen om te vertragen waar versnelling de norm is. Om te luisteren waar de reflex is om te reageren. En om spanning te verdragen waar de neiging bestaat om die zo snel mogelijk op te lossen. In plaats van overtuigen, proberen te begrijpen wat er voor die ander op het spel staat.

Bij complexe vraagstukken, daar waar belangen botsen, waarden schuren en geen eenduidige oplossing voorhanden is, gaat het niet direct om het vinden van dé oplossing.

Wat misschien vooral mogelijk is, is een eerste stap vooruit: een voorlopige, soms onhandige, maar gedeelde richting waarin meerdere perspectieven zich kunnen herkennen. Het gaat om ruimte maken voor meervoudig kijken, het gevoel van bedreiging verminderen, de kans vergroten dat groepen andersdenkenden meerdere perspectieven naast elkaar kunnen zien en het vertrouwen ontwikkelen om met elkaar in contact te blijven terwijl er wordt toegewerkt naar beslissingen (Van Vuuren-Verkerk, 2026). Benaderingen zoals Deep Democracy (Kramer, 2014), Dilemmalogica (Hoppenbrouwers & Rijnja, 2025; Rijnja, 2012), Appreciative Inquiry (Van Steden, Schuiling & Mulder, 2026) en de Paradoxe dialoog (Brughmans 2026, 2016) vormen in zulke situaties relevante interventies binnen het handelingsrepertoire van communicatieprofessionals. In het lectoraat is er ervaring met deze methoden en we zijn van plan onze toolbox daarin uit te breiden, ook in gezamenlijk onderzoek met Journalistiek.

Kortom, als communicatieonderzoekers binnen dit lectoraat kiezen we ervoor om communicatie niet primair te benaderen als een middel om draagvlak te creëren, maar als een praktijk waarin gezamenlijk betekenis wordt ontwikkeld en van waaruit gedeeld begrip en gezamenlijkheid kunnen ontstaan. Dat betekent niet dat communicatieprofessionals ophouden met het formuleren van heldere en gedragen boodschappen; juist daarin ligt hun expertise. Het verschil is dat docentonderzoekers binnen dit lectoraat gedragen boodschappen juist ontwikkelen in dialoog en samenwerking met betrokkenen. De communicatieprofessional is in deze situaties meer dan een gespreksbegeleider alleen. Hij of zij brengt in het proces zelf kennis in over wat goede communicatie vraagt: welke werkwijzen en afspraken een constructief gesprek opleveren, wanneer mensen zich gehoord voelen en hoe boodschappen begrijpelijk, zorgvuldig en verbindend kunnen worden vormgegeven. Het lectoraat richt zich daarom op het versterken van het vakmanschap dat daarvoor nodig is: het ontwerpen en begeleiden van dialogen, het expliciet maken van onderliggende waarden en belangen, en het creëren van condities waarin verschillen niet worden vermeden, maar worden benut om tot beter begrip, gedragen en nieuwe handelingsperspectieven te komen (Van Vuuren-Verkerk, 2026; Doornbosch, 2025; Stamsnijder, 2025).

In de komende jaren zal het lectoraat deze ambitie concretiseren op verschillende manieren: het ontwikkelen van praktijkgerichte kennis over waardendialogen in gepolariseerde contexten, het ontwerpen en testen van communicatieve interventies in samenwerking met professionals, en het (helpen) opleiden van een nieuwe generatie

communicatiekundigen en die toegerust zijn om in deze complexe werkelijkheid te werken. Want uiteindelijk staat er meer op het spel dan de kwaliteit van communicatie alleen. Het gaat om de vraag of wij als samenleving in staat zijn om, juist in verschil, met elkaar in gesprek te blijven.

In de volgende paragraaf ga ik in op enkele theoretische perspectieven op relationeel werken binnen het communicatievak.

2.4. Communicatietheorie over relationeel werken

De benadering van relationeel werken staat niet op zichzelf, maar sluit aan bij een bredere ontwikkeling binnen de communicatiewetenschap. In de afgelopen jaren is sprake van wat wordt aangeduid als de *relationele wending* (Cali, 2013; Sools, 2012). Deze wending markeert een duidelijke verschuiving: van communicatie als overdracht van informatie naar communicatie als interactie en betekenisgeving (Aarts, 2014; Van Rooij et al., 2023).

In bepaalde klassieke modellen wordt communicatie opgevat als een lineair proces van zenden en ontvangen (Shannon and Weaver, 1949). Deze benadering heeft grote waarde gehad, met name in massamediale contexten. Maar zij schiet tekort in het begrijpen van sociale en maatschappelijke vraagstukken. Communicatie wordt daarin gereduceerd tot het overbrengen van een boodschap, alsof betekenis vastligt en simpelweg kan worden overgedragen.

Tegenover dit transmissiemodel staat een sociaal-constructivistisch perspectief, waarin communicatie wordt gezien als een proces van gezamenlijke betekenisvorming. Betekenis ligt niet vooraf vast, maar wordt voortdurend geconstrueerd in gesprekken, interpretaties en relaties (Schoenmakers & Baas, 2025). Narratieve benaderingen bouwen hierop voort. Mensen begrijpen hun ervaringen via verhalen die zij met anderen delen en vormgeven (Sools, 2012). Die verhalen beschrijven de werkelijkheid niet alleen, maar geven haar mede vorm. Wat als 'waar' of 'belangrijk' wordt gezien, ontstaat in die uitwisseling. Betekenis is daarmee per definitie relationeel en contextgebonden.

Dit wordt zichtbaar in de praktijk. Zo onderzocht Karin van de Weerdhof, hoe overheidsorganisaties mensgericht en stress-sensitief kunnen communiceren met burgers in kwetsbare situaties. In haar werk laat zij zien dat communicatie vaak vastloopt wanneer overheidsorganisaties uitgaan van rationele, handelingsbekwame ontvangers, terwijl mensen in langdurige stresssituaties juist moeite hebben met overzicht, besluitvorming en

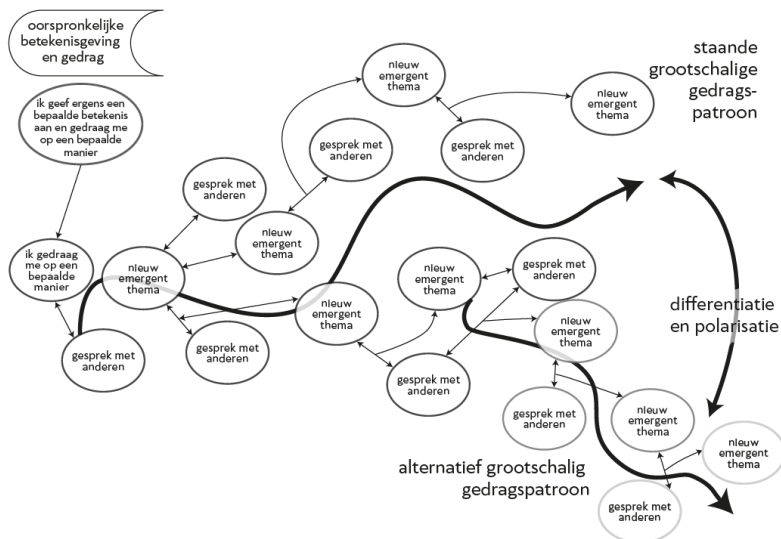
actie. Een stapel ongeopende brieven is dan geen teken van onwil, maar van verlamming. Effectieve communicatie vraagt in zulke situaties niet alleen om begrijpelijke taal, maar om een andere houding: aansluiten bij de leefwereld van de ander, regie teruggeven en letterlijk 'ernaast gaan staan'. Bijvoorbeeld door als gemeenteambtenaar een keer op te bellen in plaats van een brief sturen of via buurtbijeenkomsten of consultatiebureaus met bepaalde groepen in gesprek te komen (dit werd door medewerkers van de gemeente genoemd als succesvolle voorbeelden). Pas wanneer communicatieprofessionals rekening houden met wat stress doet met mensen, ontstaat er weer ruimte voor contact, vertrouwen en beweging.

2.4.1. Witness-thinking in taal en in organisaties

Een belangrijk concept binnen deze benadering is *witness-thinking*, zoals uitgewerkt door Thijs Homan. Waar traditionele benaderingen uitgaan van een afstandelijke, analyserende blik (*aboutness*), richt *witness-thinking* zich op betrokkenheid in het moment van interactie. Begrip ontstaat niet buiten de situatie, maar in de relatie zelf (Homan, 2013; Shotter, 2012).

Taal speelt daarin een actieve rol. Zij beschrijft niet alleen de werkelijkheid, maar brengt die mede tot stand. Elke uiting; een vraag, een erkenning, een belofte, heeft effect in de relatie en beïnvloedt wat er mogelijk wordt. Voor communicatieprofessionals betekent dit *witnessperspectief* dat zij niet van buitenaf in een communicatieproces interveniëren, maar maken deel uitmaken van dat proces. Een gemeenteambtenaar die luistert naar zorgen van burgers verzamelt niet alleen informatie, maar beïnvloedt direct de relatie tussen overheid en samenleving, zoals Karin van de Weerdhof liet zien in het onderzoek naar stress-sensitieve communicatie.

Deze relationele benadering verandert ook onze blik op organisaties. Organisaties zijn geen stabiele structuren, maar netwerken van voortdurende interactie. Homan (2013) beschrijft dit als "betekeniswolken" en "tekstwebben": dynamische patronen van betekenis die ontstaan in dagelijkse gesprekken. Verandering vindt daarin niet alleen plaats via formele interventies, maar juist in alledaagse interacties.



Figuur 1: Betekeniswolken en dynamische gedragspatronen (Homan, 2013)

Bron: <https://www.ou.nl/-/thijs-homan-over-de-je-bij-organisatieveranderingen>

Organisaties functioneren niet vanuit één centraal punt, maar als polycentrische systemen waarin meerdere actoren gezamenlijk betekenis geven en cultuur vormen. Voor communicatieprofessionals betekent dit dat de visie op hun rol verbreedt van zender naar tevens participant: zij ontwikkelen niet alleen communicatiemiddelen en informatiekanalen, maar faciliteren ook interactie en maken zelf onderdeel uit van de relationele dynamiek binnen organisaties en netwerken, waarbij zij altijd maar een klein deel van het geheel waarnemen (Van Steden, Schuiling & Mulder, 2026; De Haan, 2017).

2.5. De kracht van relaties: een normatief fundament

Relationeel werken heeft ook een normatieve component. Binnen het CHE onderzoeksprofiel *Kracht van Relaties* (2019) worden relaties opgevat als de plek waar verantwoordelijkheid vorm krijgt: hoe mensen zich tot elkaar verhouden, bepaalt wat rechtvaardig, zorgvuldig en menswaardig handelen is. Dit sluit aan bij het christelijk-sociaal denken, waarin de mens wordt gezien als fundamenteel afhankelijk van en verbonden met anderen. Vanuit dat perspectief is samenleven geen optelsom van individuele keuzes, maar een gedeelde verantwoordelijkheid om zorg te dragen voor elkaar en voor de gemeenschap.

Deze gedachte wordt versterkt door de zorgethiek van Joan Tronto (2013), die zorg niet beschouwt als iets voorbehouden aan de privésfeer, maar als een brede maatschappelijke praktijk. Zorg is volgens haar een verantwoordelijkheid die in alle rollen en sectoren terugkomt: in hoe een politieagent handelt in een gespannen situatie, hoe een leerkracht omgaat met verschillen in de klas, hoe een bestuurder besluiten neemt, of hoe een organisatie communiceert met haar omgeving. In al deze situaties gaat het volgens Tronto om een vorm van zorg voor de ander, het erkennen van wederzijdse afhankelijkheid en het nemen van verantwoordelijkheid voor de effecten van je handelen op het grotere geheel.

Toegepast op communicatie betekent dit dat het vak nooit neutraal is. Elke interactie draagt bij aan, of doet afbreuk aan, de kwaliteit van relaties. Dat maakt communicatie tot een ethische praktijk. Een boodschap is niet alleen effectief of ineffectief, maar ook rechtvaardig of onrechtvaardig in haar impact op anderen. Zeker in een tijd waarin reputatiemanagement en branding dominant zijn, vraagt dit om kritisch vakmanschap: wanneer draagt communicatie bij aan vertrouwen en wederkerigheid, en wanneer ondermijnt zij die?

Relaties kunnen een bron van kracht zijn. Sterke netwerken vergroten vertrouwen, samenwerking en veerkracht (Boonstra & Eguiguren, 2023; De Haan, 2017). Communicatie is daarin geen bijproduct, maar een voorwaarde voor het functioneren van die netwerken. Voor veel communicatieprofessionals betekent dit dat zij opereren op meerdere niveaus tegelijk: tussen individuen, groepen, organisaties en de samenleving als geheel. Zij bewegen zich tussen organisatie en samenleving, waar zij interne processen verbinden met externe verwachtingen en belangen. Tegelijk laveren zij tussen strategie en uitvoering: zij vertalen

organisatiedoelen naar middelen en betekenisvolle interacties. Hun werk bevindt zich daarmee op het snijvlak van belangen en waarden, waar economische, sociale en ethische afwegingen samenkomen.

In het communicatievak blijft het ontwerpen van effectieve en begrijpelijke communicatiemiddelen nog steeds 'key'. Het formuleren van heldere boodschappen, afgestemd op doelgroepen en passende middelen: die basis blijft onverminderd belangrijk. Tegelijkertijd zien wij dat communicatieprofessionals in steeds meer contexten ook een aanvullende rol vervullen: zij helpen interactie tussen mensen, groepen en organisaties mogelijk te maken, juist wanneer vraagstukken complex zijn en verschillende perspectieven samenkomen. De specifieke expertise van communicatieprofessionals ligt daarbij niet simpelweg in 'goed kunnen praten' of algemene sociale vaardigheden, maar in hun kennis van hoe communicatieprocessen werken. Zij begrijpen hoe betekenis ontstaat, hoe frames en taal invloed hebben op relaties, hoe vertrouwen door de verwoording van vragen en antwoorden wordt opgebouwd of juist afgebroken, en onder welke voorwaarden gesprekken productief kunnen worden. Vanuit die expertise kunnen zij bijdragen aan het communicatiever maken van organisaties, teams en samenwerkingsverbanden.

Het ontwerpen en ondersteunen van zorgvuldige interactie zien wij daarom als een belangrijke verbreding van het vak. Dat vraagt van communicatieprofessionals een breed en verdiept vakmanschap. Het begint bij empathisch en mentaliserend vermogen: het kunnen ophalen, begrijpen en verwoorden van perspectieven en emoties van stakeholders. Daarnaast is analytisch inzicht in netwerken essentieel, waarbij professionals niet alleen invloedrijke actoren, informele structuren en machtsevenwichten herkennen, maar ook oog hebben voor minder gehoorde stemmen die een plek verdienen in het gesprek. Ook vraagt dit om vaardigheid in dialoog en facilitatie: het creëren van omstandigheden waarin gezamenlijke betekenisvorming mogelijk wordt. Tot slot is ethisch bewustzijn onmisbaar, om communicatieactiviteiten en strategieën te kunnen beoordelen op hun effect op relaties, vertrouwen en maatschappelijke legitimiteit.

2.6. Waardengerichte communicatie: werken aan maatschappelijke vraagstukken

In een samenleving waarin organisaties steeds zichtbaarder en invloedrijker opereren, groeit de verwachting dat zij verantwoordelijkheid nemen voor maatschappelijke vraagstukken (Stamsnijder, 2019). Van organisaties wordt niet alleen gevraagd om informatie te verstrekken, maar om bij te dragen aan betekenisvolle interactie met hun omgeving. Dit vraagt om een benadering van communicatiewerk dat niet tot doel heeft om sec organisatiedoelen te realiseren, maar ook om te werken aan maatschappelijke waarden en in het publieke belang.

Het perspectief van *communication for the common good* (Benecke, 2026; Toledano, 2018; O'Brien, 2009; Nullens et al, 2022; Hummels & Nullens, 2022) biedt hiervoor een belangrijke denkrichting. Communicatie wordt daarin opgevat als een praktijk die niet uitsluitend gericht is op het belang van de organisatie, maar op het versterken van de samenleving als geheel. Binnen dit lectoraat spreken we daarom van waardengerichte communicatie: communicatie die expliciet rekening houdt met de sociale en morele impact van interacties. Dat betekent dat communicatie nooit neutraal is, maar altijd bijdraagt aan, of afbreuk doet aan, vertrouwen en sociale samenhang.

Om dit concreet te maken, werken we binnen het lectoraat met een model van sociale waarden waaraan we met ons onderzoek willen bijdragen, gebaseerd op het werk van Tromp en Vial (2023). In hun onderzoek naar *social design* laten zij zien dat ontwerp- en veranderprocessen niet waardenvrij zijn, maar invloed hebben op hoe mensen samenleven, samenwerken en zich tot elkaar verhouden. Zij beschrijven een reeks sociale waarden die vaak het onderwerp zijn van social design en richting geven aan maatschappelijk innovatieonderzoek. Binnen ons lectoraat gebruiken wij dit model als een soort 'waardenwaaier': niet als een afvinklijst, maar als een manier om concreet te maken welke maatschappelijke kwaliteit we met communicatieonderzoek proberen te versterken. Het helpt ons om in projecten expliciet te bespreken aan welke sociale waarden een interventie of communicatiepraktijk bijdraagt, welke waarden mogelijk onder druk staan en hoe communicatie kan helpen om relaties, gemeenschappen en samenwerking duurzaam vorm te geven. Daarmee biedt het model een gedeeld vocabulaire om relationeel werken niet alleen theoretisch te beschrijven, maar ook praktisch richting te geven.



Figuur 2: Raamwerk Sociale waarden voor ontwerpend communicatieonderzoek

Bron: Tromp, N., & Vial, S. (2023). Five components of social design: A unified framework to support research and practice. *The Design Journal*, 26(2), 210-228.

Tromp en Vial onderscheiden vijf samenhangende waarden die ons onderwijs en ons ontwerp- en actieonderzoek richting geven: zorg, responsiviteit c.q. reactievermogen, politieke vooruitgang, sociaal en maatschappelijk kapitaal en veerkracht. Zorg verwijst naar aandacht voor het welzijn van (kansarme) mensen; responsiviteit naar het vermogen van (overheids)organisaties om te luisteren en adequaat te reageren; politieke vooruitgang gaat over het versterken van zelfredzaamheid van burgers; sociaal en maatschappelijk kapitaal verwijst naar het versterken van onderling vertrouwen in gemeenschappen en netwerken; en veerkracht naar het ondersteunen van duurzame relaties en het vermogen om met (systeem)verandering om te gaan. Dit overzicht maakt concreet hoe

communicatiewerk ingebed is in bredere sociale structuren en dat professionele keuzes gevolgen hebben voor de kwaliteit van maatschappelijke relaties. Voor communicatieprofessionals betekent dit dat zij niet alleen bijdragen aan het realiseren van organisatiedoelen, maar ook, ten goede of ten kwade, aan maatschappelijke vraagstukken waarbinnen de organisaties een positie hebben.

In de hele communicatieopleiding werken studenten aan dit soort waardengerichte praktijkopdrachten. Een mooi voorbeeld is de derdejaars module waarin diversiteitsbewust communiceren centraal staat. Na een driedaagse in Rotterdam waarin studenten onder meer vrijwilligerswerk doen in de Pauluskerk en bij gemeente Rotterdam op bezoek gaan om te praten over de uitdagingen in een zeer diverse stad, gaan ze aan de slag voor een opdrachtgever. Gemeenten, zorg- en welzijnsorganisaties, onderwijsinstellingen en maatschappelijke netwerken vragen de studenten om onderzoek te doen en te adviseren. De derdejaars studenten onderzoeken bijvoorbeeld hoe een gemeente begrijpelijker kan communiceren met laaggeletterde of anderstalige inwoners, hoe een mbo-opleiding studenten met beperkte digitale vaardigheden beter kan bereiken, hoe een zorgorganisatie haar digitale voordeur toegankelijker maakt, of hoe een welzijnsorganisatie inwoners met een migratieachtergrond beter betreft bij ondersteuning en activiteiten. Daarmee oefenen studenten niet alleen met het maken van betere teksten, websites of communicatiemiddelen, maar vooral met de vraag: wie wordt nu wel bereikt, wie nog niet, en welke waarden staan daarbij op het spel en hoe kan het beter? In termen van Tromp en Vial gaat het dan om inclusie, toegankelijkheid, erkenning, autonomie en participatie, bijdragend aan responsiviteit, sociaal kapitaal en zorg. Studenten leren communicatie zo te benaderen als een interventie in relaties: een manier om mensen beter toegang te geven tot informatie, dienstverlening, onderwijs, zorg of gemeenschap (Schoenmakers & Van Staveren, 2025).

Tegelijkertijd brengt de waardengerichte benadering onvermijdelijk spanningen met zich mee in organisatiecommunicatie. Organisaties opereren in een context waarin economische doelen, efficiëntie en reputatie vaak zwaar wegen. Dat kan botsen met de ambitie om daadwerkelijk bij te dragen aan maatschappelijke waarden. Dit wordt bijvoorbeeld zichtbaar in de manier waarop organisaties omgaan met duurzaamheid en positionering.

Een illustratief voorbeeld is Bever. Het bedrijf zet actief in op het verminderen van consumptie, bijvoorbeeld door klanten aan te moedigen bewuster te kopen, producten te laten repareren, te huren of tweedehands aan te schaffen. Met initiatieven zoals een terugkoopservice voor kleding en alternatieve campagnes zoals *For Future Fridays* positioneert Bever zich nadrukkelijk tegen de logica van 'meer, meer, meer'. Daarmee lijkt het bedrijf bewust te kiezen voor een koers die niet vanzelfsprekend is in een commerciële context, maar wel volgens de waardencirkel van Tromp en Vial (2023) wil bijdragen aan duurzame toekomstige systemen door recycling en consuminderen te stimuleren. Tegelijkertijd zit er spanning op deze bedrijfsstrategie, en de communicatiestrategie zal binnen het spanningsveld moeten blijven opereren. Want natuurlijk is het zo dat Bever een commercieel opererende organisatie blijft, waarin winst en groei een rol spelen. De keuze om minder consumptie te stimuleren staat daarmee op gespannen voet met traditionele bedrijfsmodellen. Juist in die spanning wordt zichtbaar waar waardengerichte communicatie over gaat: niet alleen over het uitdragen van waarden, maar over de mate waarin deze waarden daadwerkelijk doorwerken in strategie, besluitvorming en praktijk.

Een vergelijking met Patagonia maakt dit duidelijker. Want alhoewel Bever mooie stappen zet, gaat Patagonia nog veel verder in het werken aan een duurzame toekomst. Patagonia heeft haar bedrijfsstructuur fundamenteel aangepast om haar missie ('zorg voor de aarde') leidend te maken. In 2022 besloot oprichter Yvon Chouinard het eigendom van het bedrijf over te dragen aan twee entiteiten: een *Patagonia Purpose Trust* en een non-profitorganisatie, het *Holdfast Collective*. Het trustfonds bewaakt de missie en waarden van het bedrijf en zorgt ervoor dat deze niet onder druk komen te staan van commerciële of aandeelhoudersbelangen. De winst die niet opnieuw in het bedrijf wordt geïnvesteerd, vloeit via de non-profit naar projecten die bijdragen aan de bescherming van natuur en klimaat. Deze constructie maakt dat de duurzaamheidsambities van Patagonia niet alleen communicatief worden uitgedragen en in de bedrijfsvoering zijn ingebed, maar ook juridisch en organisatorisch zijn verankerd. De missie is daarmee niet onderhandelbaar, maar ingebouwd in de structuur van het bedrijf zelf. Dat vergroot de geloofwaardigheid van hun communicatie: wat zij zeggen, wordt ondersteund door hoe het bedrijf is ingericht en opereert.

De voorbeelden van Bever en Patagonia maken duidelijk de mate waarin een organisatie kan werken aan maatschappelijke waarden afhankelijk is van veel factoren, waaronder de inrichting van de organisatie. Veel factoren vallen ook buiten de invloedssfeer van de communicatieprofessional, dat is ook belangrijk om te noteren. Wel kan de communicatiestrategie intern onderliggende keuzes, belangen en spanningen zichtbaar en bespreekbaar maken. Dat vraagt om het vermogen om de *issue arena* te analyseren: het geheel van actoren, perspectieven en publieke discussies rond een maatschappelijk vraagstuk, waarin verschillende waarden en belangen met elkaar botsen en betekenis voortdurend wordt gevormd. In die rol opereert communicatieprofessionals ook als *critical friend*: niet alleen als versterker van het organisatienarratief, maar ook als interne tegenspeler die scherpte aanbrengt. Vanuit hun positie in organisaties en hun verbinding met 'buiten' kunnen zij vragen stellen, dilemma's zichtbaar maken en bijdragen aan het bewaken van waarden en maatschappelijke relevantie. Daarmee dragen zij bij aan verbeterde communicatie(middelen), maar ook aan de kracht van relaties in de samenleving waarvan organisaties deel uitmaken (Luoma-Aho, 2009).

Deze benadering vormt de basis voor de onderzoekslijnen van dit lectoraat. Het vraagt om responsieve organisaties die zich openstellen voor hun omgeving, om waardengerichte communicatiepraktijken die betekenisvolle interactie mogelijk maken, en om het verankeren van inclusieve en rechtvaardige relaties in de dagelijkse praktijk. Juist in de spanning tussen organisatiedoelen en maatschappelijke waarden ligt het onderzoeksveld waarin dit lectoraat zich positioneert en waar het, samen met praktijkpartners, verder aan wil bouwen (Hummels & Nullens, 2022; Toledano, 2018, Willis, 2012).

2.7. Onderzoekslijnen Communicatie

Alles bij elkaar laat dit zien waar wij als communicatieonderzoekers binnen dit lectoraat 'van zijn'. We zien communicatie als een relationele praktijk waarin mensen gezamenlijk betekenis ontwikkelen, verschillen leren hanteren en verbinding vormgeven. We werken samen met organisaties en we doen onderzoeksprojecten die bijdragen aan sociale waarden als inclusie, veerkracht, betrokkenheid en gemeenschapsvorming.

Ook in onze manier van onderzoeken maken wij daarin een duidelijke keuzes. We werken praktijkgericht en participatief, vanuit een *witness*-perspectief: niet onderzoek doen óver mensen en praktijken op afstand, maar samen met betrokkenen leren, ontwerpen en reflecteren. Dat vraagt om aandacht voor interactie, gesprek en dialoog, juist op de plekken waar spanning, verschil of onzekerheid zichtbaar worden.

Vanuit deze visie krijgt het praktijkgerichte communicatieonderzoek van ons lectoraat vorm in twee onderzoekslijnen waar wij de komende jaren aan werken: **Responsieve organisaties** en **Sterke netwerken en communities**. In het vervolg lichten we deze onderzoekslijnen kort toe en laten we zien aan welke vraagstukken en praktijken wij als onderzoeksteam inmiddels al werken. In de komende jaren hopen wij deze onderzoekslijnen uit te bouwen in samenwerking met lectoraten en partners binnen en buiten de CHE.

2.7.1. Communicatieonderzoekslijn 1: Responsieve organisaties

Responsiviteit verwijst naar het vermogen van organisaties om af te stemmen op hun omgeving en adequaat te reageren op signalen van stakeholders. In een complexe en dynamische context is communicatie geen sluitstuk van strategie, maar constitutief voor de werking van de organisatie zelf (Van Ruler, 2020).

Deze onderzoekslijn richt zich op de vraag hoe organisaties zich kunnen verhouden tot een dynamische en vaak onvoorspelbare omgeving: niet alleen door te reageren op ontwikkelingen, maar door daadwerkelijk responsief te worden. Dat uit zich bijvoorbeeld in de gevoeligheid voor signalen uit de samenleving en de aandacht voor uiteenlopende perspectieven van stakeholders; ook de minder machtige en minder gehoorde stemmen rond een organisatie. Het lectoraat ondersteunt organisaties met onderzoek over het verbinden van uiteenlopende perspectieven en het creëren van handelingsruimte in situaties waarin geen eenduidige oplossingen voorhanden zijn.

Kernvraag:

Hoe kunnen organisaties zich zo organiseren dat zij responsief zijn en relationeel werken in complexe vraagstukken?

In de dagelijkse praktijk betekent dit concreet dat een communicatieprofessional in een organisatie die responsief wil zijn, onderscheidend: niet alleen boodschappen formuleert, maar vooral luistert, interpreteert en meebeweegt met stakeholders; niet alleen informeert, maar vooral ook verbindt en faciliteert (Kujala et al, 2022). Inclusiviteit betekent ook dat communicatie rekening houdt met macht en kwetsbaarheid. Wie spreekt, wie luistert, en wie wordt gehoord? Deze vragen zijn essentieel voor het opbouwen van vertrouwen. Empathie is een praktische sleutel voor responsieve communicatie. Het stelt organisaties in staat om proactief signalen uit de omgeving te interpreteren. Empathische interactie versterkt het vermogen om relaties te onderhouden en crises te voorkomen (De Leeuw & Fonck, 2024). In onderzoek wordt steeds duidelijker dat responsieve communicatie bijdraagt aan organisatorische veerkracht, legitimiteit en maatschappelijk draagvlak (Hummels & Ten Klooster, 2003).

Binnen de onderzoekslijn *Responsieve organisaties* werken we nu en in de komende vier jaar aan verschillende projecten waarin organisaties leren om communicatie niet alleen efficiënter, maar vooral menselijker, inclusiever en relationeler vorm te geven. De drie grootste projecten binnen deze onderzoekslijn zijn:

1. Inclusieve en diversiteitsbewuste communicatie in gemeenten

Docentonderzoeker Cateleijn Schenk werkt samen met communicatieafdelingen van gemeenten in de regio Food Valley aan de vraag hoe overheidscommunicatie toegankelijker kan worden voor diverse groepen inwoners. In dit project worden zogenoemde klantreizen opnieuw in kaart gebracht vanuit het perspectief van inwoners zelf: waar raken mensen de weg kwijt, waar ontstaat verwarring en waar voelen zij zich wel of niet serieus genomen? Samen met communicatieprofessionals ontwikkelt zij een praktische begeleidingsvorm waarmee gemeenten leren hoe zij processen, taal en dienstverlening inclusiever kunnen vormgeven, juist op die onderdelen waarop communicatieprofessionals daadwerkelijk invloed kunnen uitoefenen.

2. **AI en responsieve communicatie**

Docentonderzoeker Erik Geluk onderzoekt hoe organisaties responsief kunnen blijven in een tijd waarin AI een steeds grotere rol speelt in communicatieprocessen. In samenwerking met onder meer reisorganisatie TUI en AI-bureau Trojan Monkeys verkent hij vragen rond vertrouwen, authenticiteit en menselijke verbinding: wanneer ervaren mensen communicatie nog als oprecht, en waar blijft menselijk contact onmisbaar? Dit onderzoek vormt de basis voor een SIA KIEM MKB-aanvraag die de komende maanden wordt voorbereid, gericht op de (relationele) impact van AI in communicatiepraktijken.

3. **Wereldburgerschap en verbindende communicatie Woord en Daad**

Samen met Woord en Daad (een Nederlandse christelijke ontwikkelingsorganisatie die zich inzet voor armoedebestrijding en duurzame ontwikkeling wereldwijd) gaan we in het komende jaar verkennen of ons onderzoek kan bijdragen aan hun communicatie over wereldburgerschap en het verbinden van gemeenschappen in een tijd van toenemende polarisatie. In deze samenwerking zullen studenten en docentonderzoekers onderzoeken hoe Woord en Daad op een uitnodigende en ruimtegevende manier kan (blijven) communiceren over mondiale vraagstukken, klimaat en solidariteit. Daarbij staat centraal hoe de organisatie responsief kan zijn naar uiteenlopende stemmen, perspectieven en maatschappelijke gevoeligheden, zowel lokaal als wereldwijd.

2.7.2. **Communicatieonderzoekslijn 2: Sterke netwerken en communities**

Deze onderzoekslijn richt zich op de vraag hoe communicatie kan bijdragen aan het zichtbaar, bespreekbaar en productief maken van waarden in netwerken en communities. Bijvoorbeeld het faciliteren van gesprekken en dialogen waarin verschillen worden benut om tot beter begrip, samenwerking en gezamenlijke handelingsperspectieven te komen. Maar ook onderzoek naar communityvorming en andere vormen van netwerkcommunicatie passen binnen deze lijn (Willis, 2012; Luoma-Vos, 2009).

Kernvraag

Hoe kunnen communicatieprofessionals met relationeel communicatiewerk bijdragen aan sterke netwerken en communities?

Bij complexe maatschappelijke vraagstukken, zoals klimaatverandering, migratie, digitalisering of de toekomst van de zorg is samenwerking tussen verschillende partijen, sectoren en gemeenschappen noodzakelijk. Communicatieprofessionals ondersteunen de relationele infrastructuur waarin samenwerking kan ontstaan. Dat vraagt niet alleen om heldere communicatie, maar ook om het begeleiden van interactie tussen groepen met verschillende belangen, waarden en werkelijkheden. Daarbij wordt het onderscheid tussen netwerken en communities relevant. Waar netwerken vaak functioneel en doelgericht georganiseerd zijn, draaien communities sterker om gedeelde identiteit, betrokkenheid en onderlinge verbondenheid. Beide vragen om andere vormen van communicatie en relationeel vakmanschap. Een belangrijk onderdeel van deze onderzoekslijn is dialoog en depolarisatie. Dialoog is meer dan een gesprek; het is een gesprek met vooraf gezamenlijk goedgekeurde regels waarin ruimte ontstaat om verschillen te onderzoeken zonder dat één perspectief direct dominant wordt. Dat wordt steeds relevanter in maatschappelijke discussies die gepolariseerd raken (Van Vuuren-Verkerk, 2026; Doornbosch, 2025; Stamsnijder, 2025). Binnen deze onderzoekslijn werken we vooral aan de volgende projecten:

1. Relationele duurzaamheidscommunicatie Stichting Klimaatpsychologie

Een mooie ontwikkeling is de samenwerking tussen het lectoraat J&C en Stichting Klimaatpsychologie. In deze samenwerking is Timo Jansen de centrale onderzoeker die is gespecialiseerd in de manier waarop gesprekken over duurzaamheid en klimaatverandering op een relationele en verbindende manier gevoerd kunnen worden, juist in organisaties en gemeenschappen waar andersdenkenden samenkomen.

Timo verdiept zich in duurzaamheidscommunicatie vanuit een relationeel perspectief: gericht op het begeleiden van gesprekken waarin mensen gezamenlijk betekenis geven aan duurzaamheid en hun eigen rol en verantwoordelijkheid daarin. Dat gebeurt bijvoorbeeld binnen organisaties, maar ook in buurten, wijken en lokale communities waar duurzaamheid direct raakt aan dagelijkse leefwerelden.

Een concreet voorbeeld binnen deze samenwerking is een project van stichting Klimaatpsychologie voor de Nederlandse Vereniging van Ziekenhuizen. Ziekenhuizen staan voor grote duurzaamheidsopgaven, terwijl medewerkers tegelijkertijd te maken hebben met hoge werkdruk, complexe zorgvragen en organisatorische veranderingen. In dit project onderzoekt Timo hoe communicatie over duurzaamheid binnen ziekenhuizen zo kan worden vormgegeven dat medewerkers zich betrokken voelen en duurzaamheid niet wordt ervaren als een extra belasting, maar als een gezamenlijke verantwoordelijkheid die verbonden is met goede zorg.

Daarbij is er specifiek aandacht voor het versterken van zogenoemde ‘groene teams’ binnen ziekenhuizen: communities van medewerkers die duurzaamheid binnen hun organisatie proberen aan te jagen. Timo bespreekt met deze teams hoe ze ondersteund kunnen worden in hun communicatie, hoe ambassadeurschap in het ziekenhuis vorm krijgt en hoe medewerkers elkaar kunnen inspireren en meenemen in duurzame verandering. Niet alleen formele communicatie staat daarbij centraal, maar ook de informele gesprekken, voorbeeldrollen en relationele dynamiek waardoor verandering in de organisaties daadwerkelijk gedragen raakt.

2. SIA-project Leren in Gebiedsprocessen

In het kader van de landbouwtransitie werken we samen met partners aan vraagstukken waarin samenwerking, leren en betekenisgeving centraal staan. Een belangrijk voorbeeld daarvan is de voorbereiding van een grootschalige SIA-aanvraag binnen het programma *Praktijkkennis voor Voedsel en Groen* rond het thema *Leren in gebiedsprocessen*. In dit consortium werken wij als Christelijke Hogeschool Ede samen met Aeres Hogeschool, HAS Green Academy en Hanzehogeschool Groningen. In een setting van actieonderzoek bestuderen we hoe leren ontstaat in complexe gebiedsprocessen waarin overheden, boeren, bewoners, maatschappelijke organisaties en kennisinstellingen samen werken aan de toekomst van het landelijk gebied in de vorm van een financieel haalbaar plan.

We verkennen de samenwerking met een landelijk samenwerkingsinitiatief waarin zeven gebieden verspreid over heel Nederland werken aan toekomstbestendige gebiedsontwikkeling. Binnen deze gebiedsprocessen komen uiteenlopende belangen, perspectieven en waarden samen: landbouw, natuur, leefbaarheid, economie en gemeenschapsvorming: een continu gesprek tussen andersdenkenden waar voor iedereen

veel op het spel staat. Dit initiatief is een tweejarige leiderschapsaanpak in de vorm van een lerende beweging waarin mensen en organisaties samenwerken aan regeneratief landschapsherstel en duurzame gebiedsontwikkeling.

Binnen dit project richt ons lectoraat zich specifiek op de communicatieve en relationele dimensie van leren in netwerken. Hoe ontstaan gedeelde verhalen en gezamenlijke taal in zulke gebiedsprocessen? Hoe bouwen mensen vertrouwen op wanneer belangen uiteenlopen? En welke rol spelen communicatie, dialoog en communityvorming in het mogelijk maken van langdurige samenwerking? Hoe werken diverse methodieken (dialoog, deep democracy, dilemmalogica, appreciative inquiry) als er verschil van mening is of de spanningen oplopen? Daarmee sluit dit project direct aan bij onze onderzoekslijn rond sterke netwerken en communities: het versterken van verbinding, betekenisvolle interactie en gezamenlijke leerprocessen in complexe maatschappelijke transitieën.

3. Regiodealproject Maatschappelijke dialoog in de Food Valley over duurzaam wonen

Een ander veelbelovend project binnen de onderzoekslijn *Sterke netwerken en communities* is een aanvraag die is ingediend bij de Regio Foodvalley Regio Deal, waarvan de uitslag in juni wordt verwacht. In dit project werken wij samen met het CHE lectoraat Samen Divers van Gert-Jan Veerman, met Wageningen University & Research (Dialogue Centre) en met gemeenten en bouwondernemers in de regio aan de vraag hoe complexe besluitvorming over de energietransitie en duurzame woningbouw inclusiever en maatschappelijk beter gedragen kan worden georganiseerd.

Juist bij zulke vraagstukken ontstaan gemakkelijk spanningen en vormen van polarisatie. Verschillende belangen, zorgen en toekomstbeelden komen samen: over ruimte, leefbaarheid, betaalbaarheid, duurzaamheid en eigenaarschap. In veel participatietrajecten blijkt het lastig om al deze perspectieven daadwerkelijk een plek te geven, terwijl juist dat essentieel is voor vertrouwen en langdurige samenwerking.

Binnen dit project onderzoeken we hoe communicatie en dialoog kunnen bijdragen aan meer gezamenlijke betekenisvorming en betere besluitvorming. Daarbij wordt gewerkt met interventies zoals dilemmakaarten, dialoogsessies en scenario-oefeningen, waarmee complexe keuzes inzichtelijker en bespreekbaar worden gemaakt voor uiteenlopende betrokkenen; van bouwondernemers, specialisten in duurzame energie en stakeholders tot jongeren en woningzoekenden. Niet het overtuigen van één partij staat centraal, maar het

gezamenlijk bespreken van waardenconflicten en toekomstscenario's. Een belangrijk doel van het project is ook om minder machtige en minder gehoorde stemmen in de bouwwereld een plaats aan de overlegtafel te geven. Zo kunnen jongeren en woningzoekenden zich laten horen en mee richting geven aan de toekomst van hun leefomgeving. Het participatieproject met maatschappelijke dialogen richt zich nadrukkelijk op het ontwikkelen van een herbruikbare aanpak die ook toepasbaar is in andere regio's en maatschappelijke transitie's.

2.7.3. Verbinding tussen Journalistiek en Communicatie en tussen onderwijs en onderzoek

Naast deze projecten zoeken we ook nadrukkelijk de samenwerking op tussen Communicatie en Journalistiek. Zo zal Timon Ramaker deelnemen aan het Regio Deal-project wanneer de aanvraag wordt gehonoreerd, en sluit ikzelf aan bij journalistieke projecten rond constructieve feedbackcultuur en polarisatie. Voor de komende jaren zien wij veel kansen om deze samenwerking verder te verdiepen, ook door docentonderzoekers van beide opleidingen gezamenlijk te laten participeren in onderzoeksprojecten. Tot nu toe hebben zowel de journalistieke projecten als de interprofessionele samenwerkingen bij communicatie zich zo snel ontwikkeld, dat structurele gezamenlijke projectvorming tussen J&C er nog niet altijd van kwam. Tegelijkertijd ervaren we juist daar veel potentie. Daarom willen we de komende jaren bewust meer ruimte creëren voor gezamenlijke onderzoeksinitiatieven, voortbouwend op de vele kansen en samenwerkingen die zich inmiddels rondom beide vakgebieden aandienen.

Binnen het lectoraat bevinden projecten zich voortdurend in verschillende fasen van ontwikkeling. Zo start docentonderzoeker Nicolien de Jong na de zomer bij ons en gaat zij verder bouwen aan haar onderzoek over morele psychologie en gesprekvoering. Vanuit haar eerdere onderzoekswerk, onder meer uitgevoerd met subsidies van het Europees Sociaal Fonds, heeft zij veel kennis opgebouwd over hoe professionals omgaan met morele spanning, complexiteit en tegenstrijdige verwachtingen in maatschappelijke en beleidsmatige contexten. Daarbij richt zij zich op de vraag hoe professionals, begeleiders en beleidsuitvoerders kunnen leren navigeren tussen uiteenlopende perspectieven, waarden en belangen, zonder te vervallen in polarisatie, rigiditeit of morele overbelasting. In het lectoraat werkt zij aan het verdiepen van deze inzichten en het vertalen naar

publicaties, en ontwikkelen we samen praktijkgerichte werkvormen en toepassingen voor onder meer communicatieprofessionals. Tegelijkertijd bevindt ander onderzoek zich juist in de afbouwfase: het SIA-onderzoek naar beeldvorming en communicatie onder agrarisch ondernemers wordt in de komende maand afgerond.

Ook binnen het onderwijs krijgt het onderzoek van het lectoraat concreet vorm. Vanuit het lectoraat wordt een bijdrage geleverd aan de onderzoekslijn binnen de opleiding Communicatie en de docentonderzoekers en ik geven in meerdere jaarlagen college. Daarnaast wordt er samengewerkt in het begeleiden van *learning communities* rond thema's als AI, inclusieve communicatie en klimaatcommunicatie. Studenten werken hierin samen met docentonderzoekers en praktijkpartners. Juist die combinatie van onderwijs en onderzoek blijkt waardevol. Studenten brengen nieuwe perspectieven en vragen binnen vanuit de praktijk, terwijl docentonderzoekers actuele kennis en onderzoekservaring meenemen het onderwijs in. De praktijkpartners profiteren van de opgedane inzichten en werken mee om toepassingen te testen en te verbeteren. In toenemende mate kiezen afstudeerders ook voor vormen van actieonderzoek, waarbij zij niet alleen onderzoek doen naar een praktijk, maar samen met betrokkenen werken aan verandering en verbetering in die praktijk zelf.

Wat het lectoraat en het communicatieonderwijs verbindt, is een gedeeld uitgangspunt: maatschappelijke vraagstukken zijn niet alleen inhoudelijk, maar zeker ook relationeel van aard. Daaruit volgen drie samenhangende praktijkvraagstukken waar we aan werken: Ten eerste *organiseren*: hoe richten we de communicatie zo in dat organisaties responsief zijn voor wat er in de omgeving gebeurt? Ten tweede *communiceren*: hoe geven we interactie en betekenisvorming vorm, juist waar verschillen en spanningen zichtbaar worden? En ten derde *verankeren*: hoe dragen we bij aan een cultuur waarin waardengerichte gesprekken niet de uitzondering zijn, maar een normaal en organisch onderdeel van het samenwerken in teams, netwerken en communities? In samenhang vormen deze lijnen een programma dat niet vertrekt vanuit het ontwerpen van oplossingen, maar vanuit relaties, en daarmee bijdraagt aan manieren van werken die in een complexe samenleving onmisbaar zijn, maar nog lang niet overal vanzelfsprekend.

2.8. Woorden van dank

Relationeel werken doe je niet alleen. Ook deze rede is gevormd in samenwerking met de mensen die de afgelopen jaren hebben meegedacht, meegelezen en meegebouwd in het werk van het lectoraat. Daarom wil ik tot slot een aantal mensen in het bijzonder bedanken.

Allereerst dank aan de meelezers van deze rede. Dank voor jullie scherpe vragen, kritische opmerkingen en bemoedigende reacties. Jullie hielpen mij om gedachten verder aan te scherpen, woorden preciezer te kiezen en steeds opnieuw terug te gaan naar de kern van wat we willen onderzoeken en uitdragen.

Daarnaast wil ik de docentonderzoekers van het lectoraat bedanken. Het is bijzonder om samen met jullie te werken aan onderzoek dat midden in de praktijk staat en tegelijk verbonden blijft met onderwijs en maatschappelijke vragen. Jullie expertise, betrokkenheid en nieuwsgierigheid maken het lectoraat tot een plek waar gezamenlijk geleerd en ontwikkeld wordt. Ik geniet daar enorm van.

Ook dank aan mijn directeuren, collega-lectoren en onderzoekspartners, binnen en buiten de Christelijke Hogeschool Ede. De gesprekken, gezamenlijke projecten en onderlinge uitwisseling laten telkens weer zien hoe waardevol interprofessionele samenwerking is, juist bij complexe maatschappelijke vraagstukken die geen eenvoudige antwoorden kennen.

En dan een grote 'shout out' naar mijn gezin: Mark, Tim & Marije en Anoek. Dank voor jullie geduld, vertrouwen, relativeringsvermogen en steun. Onderzoek en lectoraat vroegen afgelopen jaren veel tijd en aandacht, en juist daarom is het zo waardevol om een thuisbasis te hebben waar ruimte en betrokkenheid is. Tegelijkertijd besef ik dat de verdeling van mijn tijd en aandacht de afgelopen jaren niet altijd liet zien hoe belangrijk jullie voor mij zijn. Dank dat jullie al dat gezwoeg van mij hebben doorstaan, inclusief de eindeloze gesprekken over onderzoek, de to-do-lijstjes en de stapels papier op tafel én de vele kopjes thee die precies op tijd verschenen. Ik hou van jullie!

Bovenal ben ik God dankbaar voor de gezondheid, de kracht en de mogelijkheden om dit werk te mogen doen, en voor de mensen die daarin steeds opnieuw op mijn pad zijn gekomen. Juist in een tijd waarin zoveel onzeker en kwetsbaar is, ervaar ik het als een voorrecht om te mogen werken aan onderwijs, onderzoek en relaties die hopelijk iets bijdragen aan het goede samenleven en het floreren van mensen.



De kenniskring Communicatie: Timo Jansen, Nicolien de Jong, Korien van Vuuren-Verkerk, Cateleijn Schenk – Van Rheenen, Karin van de Weerdhof en Erik Geluk.

Referenties

- Aarts, M. N. C. (2025). *Onderweg naar morgen: Gedachten over natuur en communicatie in een complexe wereld*. Radboud Universiteit.
- Aarts, N., Steuten, C. D. M., & Van Woerkum, C. M. (2014). *Strategische communicatie. Principes en toepassingen*. Van Gorcum.
- Benecke, D. R. (2026). Purposeful PR education for common good: mapping a dynamic framework for purposeful PR education. *Journal of Communication Management*, 1-20.
- Bakker, M., Geluk, E., Jansen, T., Poppe, M., Schaaf, D., Schenk, C., Timmerman, A., Van Vugt, A., Van Vuuren-Verkerk, K., Van de Weerdhof, K., & Van der Zeeuw, J. (2025). *COMM'ON: Communication for the common good*. Lectoraat Journalistiek & Communicatie en opleiding Communicatie, Christelijke Hogeschool Ede.
- Boonstra, J., & Eguiguren, M. (2023). *Allianties voor een duurzame toekomst: Naar waardengedreven samenspel tussen organisaties*. Boom.
- Brughmans, I. (2016). *Paradoxaal leiderschap: Soepel schakelen tussen tegenpolen*. Boom.
- Brughmans, I. (2026). *(De)polarisatie: Een paradoxale aanpak voor samenleving en organisatie*. Boom.
- Cali, D. (2013). Trinity as trope: The relational turn in communication studies. *Claritas: Journal of Dialogue and Culture*, 2(2), 1-18.
- De Caluwé, M., & Kaats, E. (2023). *Samenwerken aan maatschappelijke opgaven: Plaats maken voor gedeelde verantwoordelijkheid*. Boom.
- De Haan, E. (2017). *Transities van sectoren: Systeemleren als succesfactor*. Boom.
- De Haan, F. (2025). *Bruggen bouwen tussen wij en zij. C - Tijdschrift over communicatie*, 2025(3), 28-31. Logeion.
- De Jong, N., De Jong, A., & Van Bergeijk, T. (2023). *Morele psychologie in patronen: Handreiking voor begeleiders van asielzoekers en statushouders in het kader van ESF-project "Your Global Future"*. Christelijke Hogeschool Ede.
- De Leeuw, B., & Fonck, M. (2024). *Empathie werkt*. Pelckmans.
- Dentoni, D., Bitzer, V., & Schouten, G. (2018). Harnessing wicked problems in multi-stakeholder partnerships. *Journal of Business Ethics*, 150(2), 333-356.
- Doornbosch-Akse, L. (2025). *Building Bridges Through Talk: Exploring Intergroup Dialogue to Strengthen Weak Ties in Polarized Democracies*.
- Franco, M., Haase, H., & Rodrigues, M. (2024). The role of inter-organisational communication in the performance of strategic alliances: a relational perspective. *EuroMed Journal of Business*, 20(4), 1073-1094.

- Homan, T. (2013). *Het et-cetera-principe: Over verandering, betekenis en context*. Boom.
- Homan, T., & Wetzels, R. (2023). *Wat nu!?: Nieuw perspectief op gedragsverandering voor klimaat*. Boom Management.
- Hoppenbrouwers, C., & Rijnja, G. (2025). *Overheidscommunicatie voor professionals*. Boom.
- Hummels, H., & Nullens, P. (2022). 'Other-wise' Organizing. A Levinasian approach to agape in work and business organisations. *Humanistic Management Journal*, 7(2), 211-232.
- Hummels, G. J. A., Ten Klooster, A. C., & Paape, L. (2003). *De responsieve onderneming: over verantwoordelijkheden bij de interactie tussen stakeholders*. Koninklijke Van Gorcum.
- Kardas, M., Nordgren, Rucker, D. (2025). Unnecessarily divided: Civil conversations reduce attitude polarization more than people expect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 130 (2), 187-214.
- Kievit, H. (2023). *Ondernemen in ecosystemen: Commons als voertuig voor transities* [Oratie, Nyenrode Business Universiteit]. Nyenrode Business Universiteit.
- Kramer, J. (2014). *Deep democracy: De wijsheid van de minderheid*. Thema.
- Kujala, J., Sachs, S., Leinonen, H., Heikkinen, A., & Laude, D. (2022). Stakeholder engagement: Past, present, and future. *Business & Society*, 61(5), 1136-1196.
- Luoma-Aho, V. (2009). On Putnam: Bowling together—Applying Putnam's theories of community and social capital to public relations. In *Public Relations and Social Theory* (pp. 239-259). Routledge.
- Molenberghs, P. (2022). *The Neuroscience of Intergroup Relations Global Perspectives on the Neural Underpinnings of Intergroup Behaviour, Ingroup Bias and Prejudice*. Routledge.
- Nijs, T. (2025). Breaking false polarization: How information on descriptive norms mitigates worry rooted in polarization (mis) perceptions. *Social Inclusion*, 13, 1-18.
- Nullens, P. (2006). *Verlangen naar het goede. Bouwstenen voor een christelijke ethiek*. Boekencentrum.
- Nullens, P., Van den Heuvel, S. C., & Van Nes, J. (2022). Homo amans: Op zoek naar een bredere economische antropologie. *M&O: Tijdschrift voor Management en Organisatie*, 76(1), 41-51.
- O'Brien, T. (2009). Reconsidering the common good in a business context. *Journal of Business Ethics*, 85(Suppl 1), 25-37.
- Rijnja, G. (2012). *Genieten van weerstand*. Gildeprint.
- Schenderling, P. (2025). *Continent van de kwaliteit: Hoe Europa een eigen economische koers kan varen*. Bot Uitgevers.
- Schoenmakers, L., & Baas, D. (Red.). (2025). *Sociale constructie: Een uitnodiging tot het cocreëren van onze toekomst*. Uitgeverij Van Gorcum.

- Schoenmakers, L., & Van Staveren, A. (2025). *Interventies: Voor onderzoekers, veranderaars en vernieuwers*. Uitgeverij Van Gorcum.
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *The mathematical theory of communication*. University of Illinois Press.
- Shotter, J. (2012). More than cool reason: “Witness-thinking” and the creation of ethical sensibilities. *International Journal of Collaborative Practices*, 4(1), 27–43.
- Sociaal en Cultureel Planbureau. (2022, 29 december). *Continu Onderzoek Burgerperspectieven – Bericht 2 2022*.
- Sools, A. (2012). Narratief onderzoek en de relationele wending. *KWALON*, 17(1), 1–18.
- Spierds, M., & Verweij, S. (2020). Beslissen onder hoogspanning: Sociale wijkteams in actie. Movisie.
- Stamsnijder, P. (2025). *Van debat naar dialoog: Waarderend communiceren in tijden van polarisatie*. Boom.
- Toledano, M. (2018). Dialogue, strategic communication, and ethical public relations: Lessons from Martin Buber’s political activism. *Public Relations Review*, 44(1), 131–141.
- Tromp, N., & Vial, S. (2023). Five components of social design: A unified framework to support research and practice. *The Design Journal*, 26(2), 210–228.
- Tronto, J. C. (2013). *Caring democracy: Markets, equality, and justice*. New York University Press.
- Van Rooij, H. J. M. (2023). *Luisteren naar ruis: Een onderzoek bij de Belastingdienst naar communicatie als spanningsreductie*.
- Van der Stoep, J., Noordegraaf, M., & Dekker, W. (2019). *De kracht van relaties: Bouwen aan een gezonde samenleving* [Onderzoeksprofiel]. Christelijke Hogeschool Ede.
- Van Ruler, B. (2020). Communication theory: An underrated pillar on which strategic communication rests. In *Future directions of strategic communication* (pp. 39–53). Routledge.
- Van Steden, R., Schuiling, G., & Mulder, J. S. (Red.). (2026). *Impact met actieonderzoek: Een werkwijze in vele disciplines*. Boom.
- Van Vuuren-Verkerk, H. C. (2026). *Talk for food and food for talk: Conversations, interactional framing and collective action for sustainable farming futures*.
- Willis, P. (2012). Engaging communities: Ostrom’s economic commons, social capital and public relations. *Public Relations Review*, 38(1), 116–122.

3 Relatieve werken in journalistiek – Timon Ramaker

3.1 Betrokken journalistiek werkt relationeel

Ede is de school van betrokken journalistiek. Sinds tien jaar gebruiken we deze term voor onze visie op journalistiek (CHE, 2016). Het herneemt de overtuiging waarmee de Evangelische School voor Journalistiek (ESJ) in 1978 begon dat journalistiek werk nooit neutraal kan zijn, maar normatief bepaald is. In de decennia die volgden is het uitgewerkt tot een opvatting die niet alleen het idee van neutrale journalistiek bekritiseerd, maar heeft uitgewerkt hoe eigen betrokkenheid samen kan gaan met professionele waarden zoals waarheidsgetrouwheid, onafhankelijkheid, zorgvuldigheid en verantwoordelijkheid. Of sterker nog: hoe betrokkenheid nodig is om recht te doen aan feiten en aan mensen. Want zo vertaalden we waarheidsvinding als richtinggevende waarde in journalistiek: recht doen aan feiten en mensen (Van der Stoep, 2013). In 2024 publiceerde het lectoraat een bundel die de balans opmaakt, maar ook wel een pluriformiteit van invullingen laat zien (Snel, 2024). De ene betrokken journalist legt de nadruk op de motiverende kracht van diens christen-zijn, de ander wijst op de gevoeligheid voor ethische vragen in het werkproces en een derde wijst vooral op de betrokkenheid bij het publiek. Laat duizend bloemen bloeien, maar toch: het is een mooi ideaal, maar waar zit die betrokkenheid nu precies in, hoe onderscheidend is het van bijvoorbeeld constructieve journalistiek of wat in het Engels heet 'engaged journalism', zeg: publieksgerichte journalistiek? (Ramaker, 2026). Wat kun je als journalist of als redactie concreet doen om betrokken te zijn en tegelijk kritisch?

In deze lectorale rede breek ik een lans voor relationeel werken in de journalistiek. Ik denk dat dat een lens is, een benadering die ons helpt om dat wat diffuse begrip 'betrokkenheid' uit te werken. Het is niet mijn bedoeling 'betrokkenheid' voor 'relationaliteit' in te ruilen, maar om door de lens van relationaliteit dat appellerende concept 'betrokken journalistiek' concreter te maken. Betrokkenheid zoals we dat tot nu toe hadden uitgewerkt, verwijst primair naar de journalistiek-ethische basis van het vak – recht doen aan feiten en mensen – en relationaliteit zoekt een concretisering daarvan in de diverse relaties waarin de journalist staat. Het is relatie-ethische uitwerking van betrokken journalistiek.

Het is nodig om ‘betrokkenheid’ concreet te maken, want het woord resoneert en wordt velerlei gebruikt. Ik sprak met een adjunct-hoofdredacteur die onder verwijzing naar de achterflap van de bundel zei: “Dit gaat over onze junior-journalisten. De nieuwe generatie wil meer ruimte voor betrokkenheid en ja dat botst wel eens met de oudere generatie.” Ook buiten de CHE wordt het gebruikt, recent nog in de juryrapport van de Saskia Stuiveling prijs, waarin Pointer “een journalistiek sieraad van betrokkenheid” werd genoemd (Laroës, 2026) en in het essay van Frédérique Geerdink (2025) dat breed resoneerde (en ook tegenspraak kreeg). In haar essay betoogt ze dat alle journalistiek activisme is. Als journalist wil je wat met je werk en als je dat ontkent en vooral ‘neutraal’ wilt zijn, bevestig je de status quo in de samenleving. “Ik ben geen ‘objectieve waakhond’ meer, ik ben betrokken. Dat botst, knettert en knalt soms met gevestigde media, die zichzelf wél objectief wanen.” (2025, p. 17). Dit elan doet terugdenken aan de vroege ESJ-tijd (hoe ideologisch anders ook geladen). Het essay van Geerdink past in een trend. Een jongere generatie journalisten is veel minder bang voor actiejournalistiek, of omarmen het als geuzennaam. Je wilt toch wat bereiken met je werk? Er verschenen diverse academische papers over *standpoint journalism* (Schmid, 2024; Souza Neuls et al., 2026; Velloso, 2026). Recent sprak Acuña (2025) wat voorzichtiger over *change-centric journalism*.

Meer dan Geerdink benadrukken wij aan de CHE wel de journalistieke ondergrens van verificatieroutines en het belang van het zoeken naar tegenspraak. Er zit in goede journalistiek altijd een objectiverend moment, een moment van afstand nemen, juist om recht te kunnen doen aan de situatie. Maar dat woord ‘objectiviteit’ heeft een slechte pers en het is dus belangrijk uit te leggen wat je wel en wat je niet ermee bedoelt.

Ons gaat het om recht doen en dat vraagt ook betrokkenheid. Om zorg. En dat hangt ook in de lucht. Op het International Journalism Festival dat afgelopen maand voor de twintigste keer in Perugia plaatsvond, viel me op dat panelleden vaak iets zeiden als dat journalisten ‘connection driven’ moet zijn, zij een ‘professional-caring tone’ moeten aannemen, ‘sense of community’ de kracht van journalistiek is, het de eerste taak van de journalistiek is “to look beyond direct experience”, dat vertrouwen groeit door het bouwen aan authentieke relaties, journalisten community-stewards zijn met ‘community-building practices’. Ook spraken verschillende sprekers over het belang van solidariteit met collega’s die onder druk staan, de ‘emotional labour’ die journalisten dragen en zo veel meer. De erkenning en roep om relationeel werken hangt in de lucht. Ik wil dat met deze

rede graag verder helpen. De erkenning is er steeds meer, maar hoe kunnen we daar praktisch aan werken? Individueel, maar misschien vooral ook als organisaties en als institutie? Hoe werken we aan deze competenties in de opleiding, in redacties, op straat en in de wijken met ons publiek?

Veel journalisten werken ook al lang relationeel, het is niet een nieuwigheidje, alleen doen we dat vaak impliciet. We hebben weinig taal daarvoor, praten daar weinig met elkaar over, besteden er in opleidingen wellicht ook weinig aandacht aan. En dat terwijl de praktijk smeekt om aandacht voor relationaliteit in het werk.

Ik definieer relatiewerk hier voorlopig als het bewustzijn van journalisten dat de kwaliteit van de relaties met bijvoorbeeld bronnen, collega's, het publiek, maar ook met jezelf (denk aan zelfkennis, zelfregulering en zelfzorg), essentieel is voor waardevolle journalistiek. Dat betekent niet dat je even goede vrienden met iedereen moet zijn. Als het goed is, blijf je journalist. Scherp waar het nodig is. De kernwaarde van de journalistiek is immers waarheidsvinding (CHE, 2016). Je kunt als journalist goed naast mensen staan, maar er blijft een zekere professionele distantie of beter journalistieke onafhankelijkheid omdat je vanuit en met een epistemische-bescheidenheid een waarheidszoeker bent. Je bent betrokken, maar vanuit een eigenstandige positie (Ramaker, 2025).

Ik noem wat voorbeelden van casussen waarin relatiewerk een verschil maakt. Al decennialang wordt de noodklok geluid dat het vertrouwen in journalistiek afneemt (Commissariaat voor de Media, 2025). Nu is het in Nederland nog iets beter gesteld dan sommige landen om ons heen, maar we moeten ons niet rijk rekenen. Mensen voelen zich niet gerepresenteerd in het nieuws, vermoeden eigen politieke agenda's en twijfelen of je nieuwsbeelden en verhalen überhaupt wel kunt vertrouwen. De enorme – excuser le mot – 'shitstorm' aan AI gegenereerde nepbeelden en andere gemanipuleerde informatie baart zorgen of er nog wel een besef van een gedeelde werkelijkheid is, "een term geboren uit wanhoop" (Comvalius, 2025). In deze brede legitimiteitscrisis zoeken klassieke nieuwsmidia geïnspireerd door de beweging van *engaged journalism* naar een nieuwe betrokkenheid bij hun publiek. Ik geef een citaat van een mij inspirerend onderzoeker, Sue Robinson:

Trust building happens through the nurturing of personal, organizational and institutional relationships that people have with information, sources, news brands, journalists, and each other during what is commonly referred as engagement. For trustbuilding to occur, engagement needs to be practiced with identity-aware caring and enacted through listening and learning.

(Robinson 2023, p. xix)

De tijd van zenden is al decennia voorbij (Rosen, 1999), maar de praktijk van meer responsief werken met je publiek is pover (Holton et al., 2016). Enkele media daargelaten. Ik noemde al de redactie van Pointer, maar denk ook aan de onlineredactie van EenVandaag die volop inzet op de relatie met haar publiek (EenVandaag, 2025) vanuit de overtuiging dat relatiewerk bijdraagt aan vertrouwen.

Ander voorbeeld. De journalistiek krijgt veel kritiek, wordt onder meer verweten dat zij door de focus op extreme standpunten de maatschappelijke polarisatie vergroot, dat zij zich laat gebruiken als roepstoeter voor politici, niet alleen, maar toch wel vooral aan de rechterkant van het politieke spectrum. Journalisten willen misschien een debat, maar de mediacontent wordt in termen van polarisatie expert Bart Brandsma brandhout in de polarisatiedynamiek. Journalisten beroepen zich op hun neutraliteit, maar dragen intussen wellicht bij aan groeiend vijandschapsdenken. Brandsma suggereert dat journalisten bewust over hun positie moeten nadenken door bijvoorbeeld ook meer vanuit ervaren dilemma's te berichten. Dat vraagt "leiderschap vanuit de zesde positie", schrijft hij (Brandsma, 2025). Relatiewerk is mijn term.

Derde voorbeeld. Ik heb afgelopen jaar met verschillende redacties kunnen meedenken over het versterken van een constructieve feedbackcultuur. Het viel me op hoezeer journalisten in hun onderlinge communicatie op de inhoud zitten en hoe lastig ze het vinden om op betrekkingniveau te communiceren (Watzlawick et al. 1970). En dat terwijl de vraag naar goed samenwerken cruciaal is om te komen tot goede journalistiek.

Relatiewerk is ook belangrijk in het werken met bronnen. Vanuit onderzoek naar ervaringen met journalisten na de Katrina-orkaan en de overstromingen in New Orleans

blijkt dat bronnen, individueel maar ook hele gemeenschappen zich gebruikt voelen. Zij worden op kwetsbare momenten bevraagd en zodra de beelden zijn geschoten en quotes zijn gehaald vervolgens aan hun lot overgelaten. Dit soort ervaringen vreten door en vergroten wantrouwen en cynisme. Ik hoorde dat journalisten van *Bureau Spotlight* dit onlangs ook van bewoners in Ede-Zuid hebben gehoord... Relatieve werken, onder meer door meer trauma geïnformeerd te interviewen en langdurige aanwezigheid en betrokkenheid zou niet alleen kunnen bijdragen aan het vertrouwen in de journalistiek, maar ook de kwaliteit van de gesprekken zelf kunnen versterken en kunnen leiden tot tot meer creatieve verhalen en vervolgh verhalen. Betekent dit dat journalisten maatschappelijk werkers zijn geworden? Nee, maar wel dat zij werken aan maatschappelijk relevante en verantwoordelijke journalistiek.

Nog een voorbeeld. De Utrechtse collega Kiki de Bruin heeft fantastisch onderzoek gedaan naar nieuwsmijding (2025). Misschien ligt het probleem niet zozeer bij nieuwsconsumenten, maar bij ons eigen product. Wat zijn de nieuwsbehoefte van gebruikers eigenlijk? Werken journalisten niet teveel vanuit hun beeld van hun publiek (Nelson, 2021)? Als zij zeggen dat ze naar hun publiek luisteren, doen ze dat wel echt? Hoe zouden journalisten beter kunnen luisteren? Misschien ook door meer met hun publiek samen te werken? Binnen het Incubator-programma van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek heeft een groep innovatieve journalisten de RAAK-methode ontwikkeld en een essay geschreven dat wijst op de waarde van echt luisteren, wederkerigheid en zorg (SvdJ, 2025).

Relatiewerk is er altijd geweest, het contact leggen, interviewen, samenwerken, observeren, luisteren, invoelen ook, maar zodra journalisten erover praten wordt het ongemakkelijk. "Natuurlijk luisteren we. Dat is ons vak". O ja? Het zal verschillen. Natuurlijk zijn er journalisten die sterk zijn in relationeel werk. Ik verwacht dat dat ook de goede journalisten zijn. Meesterinterviewers als Frénk van der Linden en Coen Verbraak wijzen erop: relatie is alles. Een citaat van Van der Linden:

Veel journalistieke handboeken en opleidingen leggen de nadruk op techniek: stel open vragen, formuleer helder, laat de botte bijl thuis, wees niet te suggestief en te wijdlopig, kijk uit met kwinklagen, enzovoorts. Maar in de kern gaat het niet om techniek. Zelfs als je bent gezegend met alle interviewtechniek van de wereld, kun je nog thuiskomen met een onvoldoende. Het draait in de essentie om iets anders: het vermogen contact te maken met een ander mens.”
(Van der Linden, 2017, pp. 62-63).

Dat is relatiewerk.

Vaak is relatiewerk impliciet en kunnen journalisten er lastig over praten. Je doet het gewoon. Hier ligt echter een belangrijke professionaliseringsopdracht voor de journalistiek. Relatoneel werken is essentieel om opnieuw contact met je publiek te krijgen, of te werken aan gezonde en innovatieve redacties, om waarachtige producties te maken die bijdragen aan maatschappelijke rechtvaardigheid en vrede en om te bouwen aan een journalistiek die de publieke ruimte vormgeeft in een tijd dat democratische en rechtstatelijke waarden onder druk staan.

Misschien dat door het schetsen van deze vragen al duidelijk wordt waarom aandacht voor relatoneel werken journalistiek relevant is en niet een uitholling van de journalistieke functie is. Relatoneel werken in de journalistiek bouwt voort op de vier journalistieke kernwaarden zoals ik de Leidraad van de Raad voor de journalistiek (2024) samenvat: de journalist werkt waarheidsgetrouw en dus controleerbaar, want waarheidsvinding is de kernwaarde van de journalistiek; de journalist werkt onafhankelijk, met *independence of mind*, zeggen Kovach en Rosenstiel mooi (2021, p. 163), zorgvuldig (de Leidraad heeft het over fair) en verantwoordelijk (integer zegt de Leidraad).

Ik wil ook gelijk een tweede misverstand tackelen. Relatoneel werken is meer dan iets interpersoonlijks. Het gaat niet alleen om bewust handelen in de relatie tot andere mensen. De relatonele benadering is ook relevant voor waarheidsvinding. Niet alleen doordat het journalisten kan helpen in hun zoeken naar waarheid, maar ook omdat het kan helpen in hun zoeken naar een onafhankelijke blik. Het relatonele uit zich in het jezelf

kritisch bevragen op blinde vlekken of bias, jezelf onder de loep nemen of jouw drang om dit onderwerp nú op te pakken, misschien meer met jouw ego dan het maatschappelijk belang te maken heeft. Journalisten staan niet boven de werkelijkheid, zijn geen neutrale beschouwers, hebben geen *view from nowhere* maar zijn gepositioneerd, hebben een *view from somewhere*, schrijft Wallace (2019) verwijzend naar het beroemde werk van Thomas Nagel (1986).

In dit verhaal over relationeel werken neem ik afstand van het ‘individueel-rationalistische model’ van journalistiek (Schmidt, 2024; Schudson, 2001), de op het positivisme geënte opvatting dat journalistiek objectief, neutraal en onafhankelijk is. Ja, waarheid is de kritische norm en dat vraagt een onafhankelijke geest, maar neutraal kan je niet zijn. Zie wat je meeneemt in je werk: je achtergrond, je netwerk, je drijfveren, je competenties, de manier waarop jij werkt en zet dat op een manier in waarop je je publiek journalistiek dient (Ramaker 2025; Velloso, 2026). Dat vraagt relationeel werk.

Dat relationeel werken meer is dan iets interpersoonlijks blijkt ook daaruit dat de relationele benadering zich uitstrekt naar de materiële context. De steeds meer zich opdringende generatieve AI bijvoorbeeld doet iets met je. Misschien ben je eigenlijk bang dat je je baan verliest. Dat vraagt identiteitswerk. Wat maakt je eigenlijk journalist? Relationeel werken vraagt iets in de omgang met AI en de manier waarop we met AI experimenteren en AI-agents ontwerpen. Relationeel werken strekt zich ook uit naar de manier waarop redacties ingericht worden, content managementsystemen productief flow sturen en vergaderingen worden geleid.

Tijd om het begrip wat meer conceptueel uit te werken.

3.2 De relational turn

In de journalistiek worden laatste jaren pleidooien gehouden om het vak vanuit de lens van zorgethiek te zien, zowel vanuit de wetenschap als de praktijk (Robinson, 2023; Wasserman, 2025). In Nederland is er vanuit het SVDJ Incubator programma de RAAK-methode ontwikkeld die gebaseerd is op zorgethiek (2025).

Zorg – dat klinkt ‘soft’. Het is het niet. Zorg kan ‘tough’ zijn, ingrijpend, kritisch, vasthoudend, pijnlijk, gedisciplineerd. Het gaat om waardevol handelen. Zorgvuldig. Om waardigheid van de mens. Zorg vraagt getraide mensen, oefening, excellentie. In de journalistiek wordt steeds meer erkend dat journalistiek vooral een dienst is aan het publiek. Denk aan de ontwikkeling dat redacties met gebruikersbehoeften werken: wat wil het publiek en hoe kunnen we daarin voorzien? Journalistiek als dienst... de stap naar de journalist die zorgt is niet groot.

De kracht van zorgethiek is dat het een relationele benadering van ethiek is, die steeds begint bij de situationele context. Wat is er *nu* aan de hand? Wat wordt er nu van mij door de ander gevraagd? Ik zie het niet als een alternatief voor andere ethische theorieën, zoals de plichtsethiek of de gevolgenethiek, maar als een aanvullend perspectief (zie hiervoor Nullens, 2006; Ramaker, 2009). Omdat professionele autonomie zich vaak afspeelt in situaties die complex zijn en waar spanning op staat, is dit een zinnige benadering. In mijn proefschrift (2025) beschrijf ik autonomie als het vermogen om in concrete situaties zelfstandige beoordelingen te kunnen maken en zelfstandig te kunnen handelen in het licht van professionele normen en waarden. Dat vraagt relationeel werk.

Het woord ‘zorgen’ kan de associatie hebben van ‘soft’ of enkel betrokken worden op de sectoren zorg en welzijn, maar Joan Tronto wijst erop dat het veel breder is. Zij beschrijft ‘care’ als “a species activity that includes everything that we do to maintain, continue, and repair our ‘world’ so that we can live in it as well as possible” (2013, p. 19). In alle menselijke relaties speelt zorg een rol. Elk werk kan daarom geïnterpreteerd worden als zorgdragen en in de uitoefening speelt een norm als zorgvuldigheid en een kwaliteit als afstemming snel een belangrijke rol.

De thematisering van relationeel werk in journalistiek is een uitwerking van dit zorgethische kader. Hierbij heb ik me laten inspireren door een recent boek van de Nederlandse filosoof Andries Baart: *Iemand voor iemand* (2025). Die titel zegt al heel wat. Twee iemanden die in relatie tot elkaar staan en wat voor elkaar kunnen betekenen. Soms

is de relatie vrij eenzijdig en dat is ook ok. Als ik sokken koop, hoeft de verkoper niet zo nodig bij mij te informeren hoe het gaat. En ik hoef ook echt geen ongevraagd contact van journalisten die iets van me willen (dat gebeurt ja). Het productmatige van journalistiek biedt de mogelijkheid van een transactionele relatie, passend bij de consumptiemaatschappij die we zijn. Maar nu de producten niet meer aansluiten bij nieuwsbehoeften is het hoog tijd om te werken aan een meer wederkerige relatie tussen journalistiek en publiek.

Er zijn ook situaties in de journalistiek vandaag de dag waarin er wel wederkerigheid is. Ik denk dat in veel goede journalistieke interviews iets wederkerigs zit. Beide partijen worden er beter van. Dat is in ieder geval iets om naar te streven. Ik memoreerde al onderzoek waaruit de ervaring spreekt dat bronnen zich gebruikt voelen. Ze hebben hun hart gelucht, hebben misschien de indruk gekregen dat de interviewer er even voor ze was, al is het door naar hun verhaal te luisteren, maar horen daarna nooit mee iets, terwijl ze wel veel soms ook negatieve reacties op de mediaexposure krijgen... Dat kan leiden tot gevoelens van verlatenheid.

Maar in beide situaties gaat het om twee iemanden. Twee personen. Mensen die niet gereduceerd kunnen worden tot een functie. In termen van de dialogische filosoof Martin Buber: het gaat om ik-jij relaties en niet ik-het relaties (Buber, 2016). Je bent iemand en je betekent als iemand wat voor een ander. Is dat in de journalistiek ook zo? Natuurlijk zijn er vele nieuwsberichtjes waar de maker onbekend van is. (Trouwens zo'n nieuwsberichtje is een product van een heleboel mensen. Niet alleen de bureauredacteur, die afhankelijk is van een heleboel anderen: eindredacteur, beeldredacteur, ANP. Journalistiek werk is collectief werk en vraagt afstemmen, overleg, relatiewerk.) Maar in een tijd van afnemend vertrouwen in journalistiek als institutie en journalistieke titels, zijn nieuwsgebruikers wel genegen bepaalde journalisten te vertrouwen. *De Correspondent* was hier voorloper door te werken met correspondenten die je kon volgen en waar je ook contact mee kon hebben. Iemand voor iemand. De persoon van de correspondent doet ertoe en jij als lezer, jouw expertise en reacties doen er ook toe. Dat schept vertrouwen.

Koloiska et al. (2023) betogen dat het versterken van vertrouwen in journalistiek vraagt dat journalisten verder gaan dan traditionele, op inhoud gerichte evaluaties, maar het concept van relationeel vertrouwen omarmen, dat door directe interacties en de erkenning van emotionele en sociale factoren wordt opgebouwd. De Pointer-aanpak zeg maar. Koloiska en collega's (2023) spreken hier expliciet over relationeel werk (*relational*

work). Dit is extra belangrijk in het licht van de transformatieve impact van digitale technologie en het polariserende politieke landschap.

Terug naar Baart. In zijn kloeke boek van ruim 900 pagina's wijst hij op de 'relational turn' in de wetenschap. Hij schetst de ontwikkeling als volgt. Het begint in de sociologie als kritiek op individualisme en structureel denken als sociologen relaties als primaire sociale realiteit gaan zien (hij noemt hier sociologen als Bourdieu en Emirbayer). Vervolgens ziet Baart dat in de psychologie vanaf de jaren '80-'90 een vergelijkbare verschuiving plaatsvindt: de mens wordt minder opgevat als een autonoom innerlijk brein en meer als een wezen dat in relaties ontstaat. Daarna is de wending zichtbaar in andere disciplines — van ethiek tot organisatiekunde en zorg; relationaliteit wordt een nieuw paradigma, waarin kwaliteit en betekenis voortkomen uit het relationele veld.

Ik hoop dat de breedte van wetenschappelijke benaderingen waarin de *relational turn* plaatsvindt ook bereidheid geeft om eens kritisch te kijken naar de epistemologische aannames van veel journalistiek werk. Natuurlijk: verslaggeving begint bij het zoeken van de feiten, de stand van zaken, maar journalistiek is meer dan geschiedschrijving van de dag. Het heeft een maatschappelijke functie: mensen informeren, ook door agenderen ("Kijk! Dit vraagt aandacht!"), helpen navigeren in de info- en meningenbrij, het versterken publieke ruimte en het bouwen aan een open, democratische samenleving, die gebaseerd is op erkenning van de waardigheid van mensen, waar geluisterd wordt naar minderheden en mensenrechten worden gerespecteerd. Met de media-ethicus Stephen Ward (2019) geloof ik dat journalisten weliswaar objectief in hun methode moeten zijn, maar toegewijd aan de waarden van de democratische rechtsstaat en gericht op het floreren van de mens. *Objectively engaged journalism* noemt hij dat. Objectiviteit met een menselijk gezicht.

"Journalistiek begint bij de feiten", zei ik, maar dat is trouwens maar de vraag. Veel journalistiek begint bij een intuïtie, bij verwondering, bij een emotie en het is belangrijk om daar niet lacherig of badinerend over te doen, maar de professionele waarde daarvan te zien. Zet het in en zoek vervolgens uit hoe het zit.

In journalism studies kom ik een *relational turn* niet letterlijk tegen. Wel een *practice turn* (Witschge & Habers, 2018), een *audience turn* (Costera Meijer, 2020), de *affective turn* (Richards & Rees, 2011), *emotional turn* (Wahl-Jorgensen, 2020), *humanistic turn* (Parks, 2020) en er zijn er meer; allemaal 'turns' die samenhangen met een post-cartesiaanse epistemologie, die niet rationalistisch wilt zijn, maar oog heeft voor het hele bestaan. Er wordt wel veel geschreven over een "relational approach" naar publieken

(Badham & Mykkänen, 2022) en ik zie relationele interpretatie van concepten zoals accountability en autonomie (Örnebring & Karlson, 2022). Een van de belangrijke door zorg- en relatie-ethiek geïnspireerde onderzoekers is Sue Robinson (2023) die stelt dat de journalistiek zich in een vertrouwenscrisis bevindt die niet kan worden opgelost door alleen "betere" feiten te leveren. Ze pleit voor een fundamentele verschuiving naar wat ze noemt *engaged journalism*, waarbij de focus verplaatst van het zenden van informatie naar het opbouwen van duurzame relaties met gemeenschappen. Robinson betoogt dat vertrouwen in de journalistiek een relationeel proces is. Het gaat niet alleen om objectiviteit, maar om hoe journalisten zich verhouden tot hun publiek. Zij benadrukt dat journalisten niet neutraal zijn. Hun eigen identiteit (ras, klasse, gender, etc.) beïnvloedt hoe ze vertrouwen opbouwen en welke verhalen ze zien. Ze roept op tot transparantie en *identity-aware care*.

Al met al toont de literatuur een verschuiving van journalistiek als geïsoleerde, individuele praktijk naar de interpretatie van journalistiek als geconstitueerd door relaties – tussen journalisten, publieken, bronnen, platformen, en organisaties. Volgens Uth et al. (2023) is er veel empirisch onderzoek naar de relaties tussen journalistiek en publiek (denk m.n. aan het werk van Robinson, maar in Nederland ook bijv. aan het werk van Irene Costera-Meijer en collega's in Zwolle), maar nog weinig theoretische conceptualisatie in de literatuur. Wat mij betreft is het werk van de genoemde Sue Robinson daar een belangrijke uitzondering op en er zijn ongetwijfeld meer aanzetten.

Om hier een steetje aan bij te dragen kijk ik in deze paragraaf naar de uitwerking van Baart van relationaliteit in professionele relaties. Baart staat bekend om zijn werk over presentie, de term die hij introduceerde voor de houding van de zorgverlenende professional die niet direct het probleem van de ander wil oplossen, maar eerst luistert en probeert te begrijpen zonder te oordelen. Presentie gaat uit van een relationeel mensbeeld: mensen bestaan in en door relaties. De kwaliteit van die relatie bepaalt wat er mogelijk is aan begrip, vertrouwen en verandering. Volgens Baart is de kern van de presentiebenadering gelegen in relationaliteit: het gaat daarbij niet zozeer om het benutten van de relatie tussen hulpverlener en cliënt (en – zo probeer ik te vertalen: – tussen journalist en bron) om doelen te bereiken, maar een manier van werken waarin de relatie zelf sturend wordt. De presentiebenadering wijst op het belang van context-specifiek en situationeel passend handelen. Wat is hier en nu passend?' (Baart 2025, p. 87). Het vraagt een sensitiviteit en afstemmen.

Twee voorbeelden. Een verslaggever maakt een verhaal over overlast in een wijk. De journalist belt bewoners op, vraagt een paar reacties, noteert citaten die passen in het vooraf bedachte frame ('buurt is onveilig'). De relatie stopt zodra de quotes binnen zijn. De verslaggever hoeft niet te weten wat de bredere context van die mensen is. Ander voorbeeld: Na een ongeluk interviewt de journalist iemand die net een schokkende gebeurtenis heeft meegemaakt. De verslaggever voelt wel de verplichting "empathisch" over te komen. Maar de relatie blijft instrumenteel: het doel is een menselijke invalshoek krijgen.

Baart maakt een onderscheid tussen zwakke en sterke relationaliteit. Bij zwakke relationaliteit gaat het om de relatie als instrument; de journalist gebruikt de relatie om een doel te bereiken. Bij sterke relationaliteit gaat het om een manier van werken, om relationeel en niet transactioneel werken. Het is niet zo dat zwakke relationaliteit 'fout' is en sterke 'goed', maar het onderscheid helpt om te zien waar de relatie geïnstrumentaliseerd is, waar bronnen, maar misschien ook het product 'een ding' is geworden. Is het gek dat vertrouwen dan erodeert?

Baart maakt het onderscheid ook duidelijk met de typering dat het bij zwakke relationaliteit om het zelfstandig naamwoord draait en bij sterke relationaliteit om het werkwoord. Het zelfstandig naamwoord is een ding dat gebruikt kan worden, terwijl het bij sterke relationaliteit om een proces en houding gaat. Zwakke relationaliteit kan best beleefd en invoelend zijn, maar de relatie stuurt het werk niet. De journalist behoudt volledige controle over agenda en richting. Sterke relationaliteit daarentegen is radicaal anders: de relationaliteit bepaalt en reguleert wat er gebeurt, in plaats van dat de relatie wordt ingevoegd in een vooraf gedefinieerd doel. In deze variant is het werken vanuit de relatie zelf, in verbinding met de ander, de basis voor handelen — niet het voorbedachte plan of het protocol. De journalist durft zich te laten verrassen, zij luistert echt. In sterke relationaliteit staat de journalist meer open voor wat zich in de relatie ontvouwt — voor de vragen, het leven, de context van de ander. De relatie is dan geen instrument, maar een kader waarbinnen de professional vergezelt, afstemt, aanwezig is en echt luistert.

Het onderscheid helpt om scherp te maken hoe relationeel werken werkelijk vorm krijgt — niet als een menselijk extraatje, maar als richtinggevend principe. In de praktijk betekent het dat je werkt in en door de relatie. Baart toont aan dat veel werk (in zorg, welzijn, onderwijs) blijft steken in de zwakke variant: wel vriendelijk, wel relationeel genoemd, maar in wezen doelgericht, instrumenteel, methodisch. Bij presentie gaat het om

iets anders: ‘welke relatie is hier, hoe kan ik aanwezig zijn, wat roept deze situatie me toe?’.

Deze benadering helpt mij om het begrip autonomie–als–vermogen dat ik in mijn proefschrift heb ontwikkeld (Ramaker, 2025) verder te operationaliseren. Met autonomie–als–vermogen bedoel ik een actieve vorm van autonomie, niet het ideaal van ‘vrij zijn van alles’, maar het vermogen om in concrete situaties zelfstandige journalistieke beoordelingen te maken en daarna te handelen. Dat vraagt onderhoud. En dat doe je door reflectie. Een autonome journalist spreekt iemand als bron voor een verhaal en heeft de intuïtie dat die niet alles verteld. De journalist merkt dat op en overweegt wat in die situatie opportuun is. Dat reflecteren is relationeel werk en helpt dus in je zoeken naar waarheid.

3.3 Relationeel werken in de journalistieke praktijk

Ik wil de waarde van de relationele benadering samenvatten in drie punten. Ten eerste het **tegoed van het subjectieve**. Bij Baart zien we niet enkel de erkenning dat relaties constituties zijn, maar dat de kwaliteit van die relatie bepalend is voor de mate waarin er journalistieke waarde wordt toegevoegd. Die relatie is van een iemand naar een iemand.

Laten we even kijken naar het iemand van de journalist. Journalisten hebben veelal geleerd dat ze objectief en neutraal moeten zijn en dat wie zij zijn er niet toe doet. Dat lijkt me funest. Vanuit een relationele benadering is het juist belangrijk om wie je bent in te zetten. De journalist laat zich betrekken. Zij wordt niet opgeslokt, blijft een kritische distantie behouden – dat is het objectiverende moment in waarheidsvinding –, maar neemt zichzelf en haar rol mee. Ook haar subjectiviteit mag er in de relatie zijn. Natuurlijk is die subjectiviteit ook een valkuil waar je als professioneel journalist terdege bewust van moet zijn, maar de subjectiviteit is ook een kans. De betrokkenheid zorgt dat de context van de ander beter wordt begrepen dan in afstandelijke, objectieve journalistiek. Eigen ideeën zijn niet per se vertekend, maar juist mogelijke openingen tot “het andere” (vgl. Maso & Smaling, 2004, pp. 79–80). Wel dient de journalist zich bewust te zijn van de rol van deze vooroordelen en openheid van geest te hebben (Dahlberg & Halling, 2001).

Het gaat bij het tegoed van het subjectieve om:

- a. *Eigen persoonlijkheid, competenties en lichamelijkeheid*: jouw persoonlijkheidsprofiel zoals die door de BIG-5 worden getypeerd (mate van openheid, zorgvuldigheid, extraversie, vriendelijkheid, emotionele stabiliteit) en jouw competenties, je neurodivergente profiel; het kan allemaal van betekenis zijn. Ja, je bent journalist. Dat betekent dat je het op een professionele manier moet inzetten. Dat vraagt zelfkennis en zelfreflectie; kennis van persoonlijke en professionele grenzen en weten hoe je die ter sprake brengt. Helpt het om je publiek journalistiek te dienen? Je hele menszijn is relevant: niet alleen je scherpe denken, maar ook je gevoel, intuïtie en lichaam. Herken je de signalen die je lichaam geeft als het spannend bij een demonstratie wordt? Dat is professionele competentie. De laatste jaren is er meer aandacht voor het lichaam van de journalist. Dat werd hoog tijd (Francoeur, 2021; Wahl-Jorgensen, 2025).
- b. *Eigen netwerk*: jouw ervaring en betrokkenheid bij een onderwerp zoals bijvoorbeeld de positie van mensen met een handicap kan een sterke pre zijn in het maken van reportages. Je betrokkenheid bij bijvoorbeeld mensen met een beperking kan je blinde vlekken geven, maar ook een ingang zijn in thematiek en gemeenschap. Wat journalistiek geëigend is te doen hangt heel erg af van de situatie. Dat vraagt dus reflectie en een sterke professionele identiteit.
- c. *Eigen overtuigingen en waarden*: journalisten zijn nooit neutrale waarnemers buiten de samenleving. Jouw overtuigingen en waarden kunnen we extra alert maken op maatschappelijke ontwikkelingen. Natuurlijk toets je het bij collega's. Je zoekt tegenspraak. Maar als professioneel journalist doe je er goed aan je eigen waarden in je werk mee te nemen. Dat vraagt wel relationeel werk, namelijk reflectie op wie jij in je werk bent: wat zijn je eigen overtuigingen en waarden en hoe verhouden die zich tot de beroepsethiek en de journalistieke visie van de organisatie waar je in werkt?

Het tegoed van het subjectieve sluit aan bij de startmotivatie van de ESJ, de voorloper van de opleiding journalistiek van de CHE. Journalisten zijn altijd al ingebed in sociale werelden, geschiedenissen en waardegeladen contexten. In plaats van deze subjectiviteit te behandelen als een tekortkoming die geminimaliseerd moet worden, beschouwt een relationele benadering deze als een vorm van professioneel kapitaal. De ervaringen, morele intuïties, emoties en motivaties van journalisten – vaak geworteld in een gevoel van onrechtvaardigheid of zorg – kunnen fungeren als uitgangspunten voor journalistiek onderzoek.

De uitdaging is niet om subjectiviteit uit te bannen, maar er journalistiek mee te werken: door middel van reflexiviteit, transparantie, verificatie en dialoog.

Het tweede kernpunt dat ik wil maken is dat journalistiek ook **relationeel werk** is en niet louter contentproductie. Journalisten zijn van ouds sterk op inhoud gericht, niet expliciet op betrekkeningsniveau (Watzlawich et al., 1970). Natuurlijk, goede interviewers weten dat relatie alles is. Ik gaf eerder al de quote van Frénk van der Linden. Relaties maken of breken vaak journalistiek werk. Met bronnen, met collega's en andere samenwerkingspartners, maar ook in relatie tot publiek is betrekking belangrijk.

Wat je nodig hebt om relationeel te werken, is in potentie bij journalisten aanwezig. Waarnemen en luisteren – dat zijn toch kernactiviteiten van journalistiek grondwerk. Maar er zijn vele vormen. Voor luisteren zie bijv. werk van Otto Scharmer (2009), die vier vormen van luisteren onderscheidt: downloaden, feitelijk luisteren, empathisch luisteren en generatief luisteren. Ook Baart geeft in zijn boek fijngevoelige uitwerkingen van waarnemen (2025, p. 503-508).

In lopend onderzoek van het lectoraat verkennen we waar human interest-redacties tegenaan lopen bij het interviewen van mensen die recent of langer geleden verschrikkelijke dingen hebben meegemaakt. Er is een groeiend bewustzijn dat een onderdeel van ethisch verantwoord werken is dat journalisten trauma geïnformeerd en trauma sensitief werken. Maar hoe doe je dat? Hoe begeleid je ook junior-collega's, kun je stagiaires dit soort interviewopdrachten geven, hoe steun je collega's die door de zwaarte van een onderwerp "het even gehad hebben"? Allemaal vragen die relationeel werk vragen.

In journalistiek werk zullen mensen regelmatig vrij instrumenteel worden benaderd. Plat gezegd: er moet een quote gehaald worden. Ook het denken over engagement kan vrij plat zijn: hoe kan de interactie en ons bereik vergroot worden? De interactie met het publiek is dan een hulpmiddel dat aan bestaande routines wordt toegevoegd. Een relationele benadering verschuift het perspectief: de relatie zelf wordt leidend in plaats van instrumentaal. Ga je de straat op om echt te luisteren, sta je open voor het onverwachte, ook als dat ongemakkelijk is of meer tijd vraagt? Het onderscheid van Baart tussen zwakke relationaliteit – waarbij relaties worden gebruikt om vooraf gedefinieerde doelen te bereiken – en sterke relationaliteit, waarbij aandacht voor de ander en de situatie bepaalt welke vragen worden gesteld, welke verhalen worden verteld

en hoe verantwoordelijkheid wordt begrepen, kan helpen om bewuster te zijn van hoe je als journalist met bronnen omgaat. In sterke relationaliteit is luisteren geen techniek maar een professionele oriëntatie; vertrouwen wordt niet gemanaged maar in de loop van de tijd opgebouwd.

Relationeel werken betekent dat de journalist balanceert tussen nabijheid (vertrouwen, relatie, nabij de bron) en professionele afstand (kritische reflectie, onafhankelijkheid, verantwoordelijkheid). Deze spanning is bekend uit methodieken van sociaal werk, maar is in journalistiek veel minder besproken. Ja, de afstand, die wordt bejubeld, maar hoe dat zich verhoudt tot luisteren en empathie, en hoe je hierin pendelt?

In zijn laatste werk (2025) gaat Baart uitgebreid op deze spanning in. Vaak, zegt hij, wordt het onderscheid gebruikt met de boodschap: bewaak de balans. Betrokken, maar niet te betrokken. Baart radicaliseert dat. Er zijn momenten dat je wel met huid en haar je betrokkenheid laat zien. Soms is dat wat de concrete situatie van je vraagt. Bijvoorbeeld waar democratische en rechtstatelijke waarden op het spel staan. Daar ben je als journalist mee verbonden en die breng je in de situatie in. Hier zien we zijn opvatting van sterke relationaliteit. Maar jij zit als journalist wel als journalist in die relatie, dus je probeert telkens ook uit te zoomen en je af te vragen: 'wat gebeurt hier?', maar wat betrokkenheid kan het zeker 'volop gas' zijn. Baart geeft hier goede adviezen. Het gaat er niet zozeer om dat je 'op afstand' zorg verleent, maar 'met afstand', dat wil zeggen: "houd je kop erbij, denk er kritisch over na, raadpleeg liefst een collega, weeg af en spreek er met anderen over" (2025, p. 455). Ik lees hier een beschrijving van een reflectieve professional die het gesprek met collega's zoekt om zo te komen tot autonome beoordelingen. Baart is scherp. De relatie kan sterke betrokkenheid vragen. Je bent toch ook altijd mens? Het niet tonen van mens zijn met de ander, is een vorm van wreedheid, schrijft hij (2025, p. 456). Ook tussen journalist en bronnen kan geweld een rol spelen. Zie je als journalist je machtspositie en wat je werk voor consequenties kan hebben?

Ik geloof dat we in de opleiding en in collegiale gesprekken meer moeten spreken over de spanning tussen afstand en nabijheid. Die spanning raakt de kern van relationeel werk en de kern van de professionele identiteit van journalisten. Het vraagt goed zicht hebben op je professionele identiteit: weten waartoe jij als journalist op aarde bent en zicht hebben op de verbinding tussen je persoonlijke en professionele identiteit. Baart helpt zien dat het niet een soort continuüm is waar je een balans in moet vinden, maar dat het om twee registers gaat. Hoeveel afstand is nodig en hoeveel betrokkenheid past? Je

kunt heel betrokken zijn en toch glashelder dat je journalist bent en niet een vertrouwenspersoon. Transparantie over de journalistieke werkwijze en soms gewoon ook uitleggen wat journalistiek is, helpt hierbij om verwachtingen zuiver te houden en rolvast te blijven.

De relationele benadering laadt het belang van luisteren en waarnemen. Sterke relationaliteit biedt een begrippenkader voor wat betrokken journalistiek kan zijn: niet een stijlfeature (bijv. 'empathisch schrijven'), maar een professionele oriëntatie. Door relationeel te werken, kan de journalist recht doen aan de waardigheid van mensen over wie wordt bericht. In plaats van hen te reduceren tot 'case' of 'slachtoffer' wordt hun stem gehoord binnen hun eigen leefwereld. Dit leidt tot eerlijkere en menselijkere representaties.

De journalist hanteert een houding van aanwezig zijn, het stellen van open vragen, het "uithouden" wanneer een verhaal complex is en dan de verleiding weerstaan met een te simpel of zelfs sensationeel verhaal te komen. Een presentie-achtige benadering herinnert de journalist eraan dat ook zijn of haar aanwezigheid iets doet met de ander. De journalist heeft een morele verantwoordelijkheid om zorgvuldig om te gaan met de relatie – niet enkel informatief, maar ook affectief en ethisch.

Ook de evaluatie van het journalistieke werk wordt relationeel: is de ander gezien en gehoord, welke effecten heeft de publicatie op de het leven van de bron en de gemeenschap waarin die leeft? Deze vragen brengen de journalist dicht bij de ethiek en de consequenties van haar werk. In zijn laatste publicatie benadrukt Baart ook dat presentie om aandacht voor macht en de invloed van institutionele kaders vraagt. Voor journalistiek betekent dit dat nabijheid niet neutraal is: wie verslaat wie, wie 'selecteer' je als bron, als tafelgenoot en wie niet, welke stemmen gehoord worden, welke niet – relationaliteit vraagt kritische reflectie op deze machtsvraagstukken.

Nog niet overtuigd van het belang van relationeel werken? Door relationeel werken worden verhalen ook gewoon beter. Relationaliteit is een actief concept: het is niet alleen 'er zijn met', maar sterke relationaliteit betekent: aansluiten bij leefwereld, afstemmen, erkennen dat de ander al in een netwerk van relaties staat. Dat zien maakt verhalen genuanceerder, complexer ook. Het biedt ook zicht op vervolgh verhalen (maar dat klinkt weer meer instrumenteel). De verslaggever zoekt niet alleen de bron, maar betreedt tijdelijk het netwerk en leven van de gesprekspartner, herkent diens relaties, context en betekenis. Journalistieke verhalen zijn vaak in dienst van duidelijkheid, conclusies, uitkomsten. Baarts visie nodigt uit tot verhalen zonder einde, of verhalen in ontwikkeling.

Het is acceptabel én waardevol om te rapporteren vanuit een relatie, terwijl het grotere plaatje nog onduidelijk is – nabijheid dus zonder druk naar resultaat.

Relationaliteit maakt het mogelijk om diepere waarheden te ontdekken: niet enkel wat mensen zeggen, maar ook wat er speelt tussen de regels, in hun emoties, routines en stiltes. Zulke inzichten zijn cruciaal voor journalistiek die wil begrijpen in plaats van enkel beschrijven. Bij sterke relationaliteit bouwt de journalist vertrouwen op, brengt tijd door, luistert in de context, en laat de woorden, het leven, het verhaal van de ander zichtbaar worden. Relationeel werken draagt zo bij aan waarheidsvinding.

Het derde kernpunt dat ik hier wil maken is dat relationeel werken ook binnen de **eigen organisatie** aandacht vraagt. Journalistiek is van vanouds een beroep met een individualistisch ethos. In de av-wereld wat minder dan in de geschreven journalistiek, omdat daar door de aard van het werk meer moet worden samengewerkt (bureauredactie, presentator, regie, camera, geluid, productie). Steeds meer moeten journalisten echter samenwerken, niet alleen met andere journalisten, maar ook met andere professies, zoals data-analisten, marketeers en vormgevers. Omdat de RTL Nieuwsredactie steeds vaker in teams aan onderwerpen werkt, is zij de redactievloer opnieuw gaan ontwerpen en inrichten.

Afgelopen jaar heb ik samen met Karel van den Berg onderzoek gedaan naar het versterken van een constructieve feedbackcultuur *voor, met en in* twee landelijke redacties – een mooi voorbeeld van wat praktijkonderzoek zoals we dat vanuit het lectoraat willen doen: beginnend bij praktijkvragen, voor de praktijk, met de praktijk en bij voorkeur ook in de praktijk. In dat onderzoek bleek hoezeer journalisten op de inhoud zitten en hoe weinig gewend ze het zijn om over de samenwerking feedback te geven. “We praten altijd over de inhoud, maar niet over het proces.” Goed werk vraagt dat je met elkaar niet alleen over de kwaliteitsnormen van de journalistieke productie praat, maar ook over hoe je met elkaar wilt samenwerken. Als het werkeethos van verschillende generaties uiteenloopt, lukt het dan om daar een goed gesprek over te hebben waarin beide kanten geïnteresseerd zijn in wat ze van de ander kunnen leren? Journalisten hebben moeite om het gesprek van inhouds- naar betrekkningsniveau te verleggen (Watzlawick, Beavin & Jackson, 1970) wat wel nodig is voor leren en innoveren en te werken aan een duurzame organisatie. Een van onze gesprekpartners zei heel treffend: “we werken veel *in* de organisatie, maar eigenlijk niet *aan* de organisatie”. Niet alleen impliciete normen die dat

hinderen, of gebrek aan vaardigheden, maar ook een onveilig redactiecultuur kan een belangrijke reden daarvoor zijn. Voor verbetering op al deze aspecten is relatiewerk belangrijk. Veiligheid en kennisdeling, vraagt vertrouwen. Vertrouwen groeit in relaties.

Journalistiek brengt intensieve emotionele arbeid met zich mee (*emotional labour*, Pantti & Wahl-Jorgensen, 2021; Wahl-Jorgensen, 2020); het geconfronteerd worden met lijden, conflict, woede en morele ambigüiteit. Wanneer deze arbeid niet wordt erkend, ondermijnt dit zowel het welzijn als het professionele oordeel. Een relationeel perspectief benadrukt het belang van zelfkennis, emotionele geletterdheid en collegiale reflectie als voorwaarden voor journalistieke autonomie. Onafhankelijkheid is niet de afwezigheid van invloed, maar het gecultiveerde vermogen om weloverwogen oordelen te vellen in complexe situaties – vaak in gesprek met collega's.

Onderzoek van Mark Deuze (2025) wijst erop dat in de media-industrie – waaronder de journalistiek – er sprake is van ongezond werk. Er is bovengemiddeld veel stress, burn-out en vertrek van veelbelovend personeel. Dat heeft te maken met hoe het werk structureel is georganiseerd. Hij wijst op drie factoren (2025, pp. 186–205). In de eerste plaats een gebrek aan wederkerigheid tussen de moeite die in het werk wordt gestopt (denk ook aan de hoeveelheid *emotional labour*) en wat het oplevert (niet alleen materieel, maar ook affectief, denk aan erkenning). Ten tweede lage organisatorische rechtvaardigheid, wat gaat over of mensen procedures, interacties en uitkomsten fair vinden. Hier kun je bijvoorbeeld denken aan een situatie waarin een bepaalde groep altijd de leuke opdrachten krijgt. De derde factor die Deuze op basis van bestaand onderzoek noemt, is tenslotte: hoge eisen aan het werk. "In alle redacties waar ik kom", zei de ervaren redactietrainer Karel van den Berg eens tegen mij, "moeten minder mensen met minder geld meer doen" (persoonlijke communicatie, 2024).

De organisatieadviseur Joost van Kampen schrijft in zijn proefschrift over verwaarloosde organisaties (2023). Hij is door een pedagogische bril gaan kijken naar organisaties en kwam tot de conclusie dat er organisaties verwaarloost kunnen zijn. Ik denk dat zijn diagnose ook voor veel journalistieke organisatie hout snijdt: in veel gevallen ontbreekt het in deze organisaties aan aandacht voor relationeel werk en ontwikkeling van professionals en de organisatie.

Gelukkig is er de afgelopen jaren meer erkenning van het belang van goed leiderschap in journalistieke organisaties. Het lectoraat is ook betrokken bij een onderzoek naar innovatief leiderschap bij publieke en commerciële landelijke omroepen en publieke

regionale omroepen. Met deze rede wil ik benadrukken dat leidinggeven niet alleen zorgen voor een gesmeerde organisatie is, maar vooral ook het zorgen voor een intellectuele en creatieve gemeenschap en dat vraagt heel veel relationeel werk. In hoop dat deze rede bijdraagt aan het in beeld krijgen van die menselijke kant. Die menselijke kant is de hoop van de journalistiek.

3.4 Betrokken journalistiek als relationele journalistiek

In het laatste deel van deze rede stel ik de vraag hoe relationeel werken zich verhoudt tot de visie die we als opleiding op journalistiek hebben: betrokken journalistiek.

Betrokkenheid, betrekking, relatie... het zijn vrijwel synoniemen. Johan Snel (2024) wijst erop dat betrokken journalisten betrokken zijn op de inhoud (vroeger noemden we dat: je *beat*, een mooi *embodied* beeld) en op je publiek. Het *Reformatorisch Dagblad* bijvoorbeeld is betrokken op haar achterban en heeft meer aandacht dan andere kranten voor theologie en kerk. De huidige hoofdredactie wil echter niet zonder meer een spreekbuis voor de achterban zijn, maar haar achterban dienen door eigenstandige journalistiek te maken. Zij wil vanuit haar journalistieke rol zelfstandige keuzes maken. In bijvoorbeeld een onderzoeksjournalistiek dossier naar misbruik wil zij haar achterban journalistiek dienen, ook al roept het feit dat de krant haar blik richt op problemen in de achterban ook vragen en onbegrip op. Betrokken journalistiek gaat hier goed samen met journalistieke waarden als waarheidsgetrouw en onafhankelijk (“eigenstandig” zijn). Ja, het vraagt zorgvuldigheid en bereidheid om je te verantwoorden. Om zo’n onderzoeksjournalistieke productie goed te doen is heel veel relatiewerk nodig. Niet in de laatste plaats door de druk die er op journalisten wordt gelegd.

Deze rede bouwt voort op de traditie van betrokken journalistiek, maar wil ook een meer relationele uitwerking geven van het begrip betrokken journalistiek. Het is een relationele uitwerking aan de traditie van denken over journalistiek die de afgelopen decennia aan de ESJ en later de CHE is ontwikkeld en we sinds 10 jaar betrokken journalistiek noemen. Ik hoop hiermee niet alleen het belang relationeel werken te belichten (ongeacht je visie op journalistiek), maar ook het concept betrokken journalistiek nader te operationaliseren waardoor het niet alleen een ideaal is, maar ook vertaald kan worden naar praktische methoden voor de journalistieke praktijk.

De bundel uit 2024 beschrijft betrokken journalistiek als:

Betrokken journalistiek is een correctie op de school van de objectieve journalistiek. Waar objectieve journalistiek verbonden dreigde te worden met noties als distantie en desinteresse, daar legt betrokken journalistiek alle nadruk op het subject. Tegelijk wil betrokken journalistiek niet minder objectief zijn in haar methoden en verantwoording (...). (2024, p. 7)

Hiermee sluiten we aan bij critici van het rationele-individuele model, zonder het belang van het blijven zoeken naar waarheid, van feiten en verificatieroutines te ontkennen. Integendeel. Maar journalistiek is naar haar aard betrokken. Betrokken bij de maatschappij, bij het publiek dat je als journalist wil dienen. Je staat daar niet buiten, maar bent deel van de maatschappij. Je gaat naar buiten, de straat op, gaat praten, kijken, luisteren. Je zit er met huid en haar in. Maar niet uitgeleverd. Daarom cultiveer je als journalist een innerlijke afstand, een reflectieruimte, waarin je bevraagt, meedenkt, en wat je ziet en hoort verbindt met andere ervaringen. Een ruimte waarin je je eigen betrokkenheid (of aversie) opmerkt en daar professioneel mee omgaat. In de bundel *Betrokken journalistiek* (Snel, 2024) zijn vele verhalen opgenomen van journalisten over hoe zij hun betrokkenheid vormgeven. Best divers. De CHE is al decennia een plek waar we met studenten spreken over hun betrokkenheid en met hen zoeken naar hoe zij dat op een professionele manier kunnen inzetten.

In deze paragraaf verken ik de betekenis van relationeel werken voor betrokken journalistiek. Ik bespreek het als een verbreding, verdieping en uitwerking van betrokken journalistiek.

a. Verbreding

In de eerste plaats helpt het het begrip betrokken journalistiek te verbreden. Het gaat niet alleen om de relatie van de journalist tot diens publiek en de relatie van de journalist tot de inhoud, maar het gaat om veel meer relaties, denk aan de relaties met bronnen, collega's en andere belanghebbenden. In de inleiding van de bundel (p. 7) is sprake van een drievoudige relatie (jezelf, bronnen en publiek); ik zie er in lijn van Tronto nog meer.

b. Verdieping

In de tweede plaats is het een verdieping. Het relationele denken van Baart helpt om te zien dat de kwaliteit van relaties de kwaliteit van journalistiek werk kan bepalen. Het wijst erop dat basisvaardigheden als luisteren, waarnemen, beoordelen 'deliberate practice' (Ericsson et al., 1993) vragen. Het lijkt gemakkelijk, maar het vraagt aandacht en reflectie, het vraagt gesprek en vreemde ogen, het vraagt moed en nederigheid. Journalisten kunnen de relatie met bijvoorbeeld een bron instrumenteel zien ("quote halen"), maar ook de relatie zelf sturend laten zijn, door niet met een vooropgezet doel een wijk in te gaan, maar echt te kijken en luisteren wat er op hun af komt.

c. Uitwerking

Ten slotte biedt het relationele denken van Baart, maar ook het zorgethische frame van Tronto praktische taal en denkinstrumenten die richting het praktische handelen vertaald kunnen worden. Het helpt het 'recht doen aan feiten en mensen' te operationaliseren. Ik zie voor me dat we komende jaren geïnspireerd door de visie op betrokken journalistiek werken aan inspiratiekaarten, reflectiemodellen, checklists voor betrokken interviewen, betrokken pop-uppen, betrokken feedback, betrokken leidinggeven, betrokken onderzoeksjournalistiek, betrokken sportjournalistiek en veel meer. We kunnen werken aan meer gerichte reflectie op je eigen subjectieve tegoed, als student en als professional. En waarom ook niet verder kijken dan naar de professionele identiteit en kijken naar de teamidentiteit en organisatie-identiteit (Ruijters, 2016)?

De verbreding, verdieping en uitwerking willen we laten zien in de twee journalistieke onderzoekslijnen van het lectoraat. In de onderzoekslijn 'De mens in de journalistiek' maken we relationeel werk in de vele relaties van journalisten concreet. Ik wijs op onlangs afgerond onderzoek naar het versterken van constructieve feedback wat we samen met NRC en het Nederlands Dagblad hebben uitgevoerd, onderzoek dat student-onderzoeker Renske Roodenburg heeft afgerond naar peersupportsystemen in de journalistiek, lopend onderzoek naar trauma geïnformeerd werken in mediaorganisaties door Denise van Laar en Martineke Poppe en onderzoek naar innovatief leiderschap dat we samen met het Lectoraat Ontwerpen aan de Journalistiek van Fontys Hogeschool zijn opgestart.

In de tweede onderzoekslijn 'Praktijken van betrokken journalistiek' willen we samen met werkveldpartners betrokken vormen van journalistiek verder ontwikkelen. Koos-Jan de Jager onderzoekt vanuit het idee van betrokken journalistiek andere vormen van onderzoeksjournalistiek, zoals bijvoorbeeld in de serie columns van Julia ter Beek die over haar ervaring als zorgprofessional schrijft en daarmee dilemma's belicht en agendeert. Douwe Schaaf onderzoekt de impact van artistieke journalistiek in ons onderwijsprogramma. Maar liefst vijf onderzoekers uit de kenniskring zijn betrokken bij een vooronderzoek naar hoe redacties meer bewust kunnen acteren in polariserende debatten. We hopen dat dit onderzoek naar polarisatie een van de twee projecten wordt dat de komende vier jaar deze tweede onderzoekslijn uitwerkt. Het tweede project is een lokaal community journalism project dat we in samenwerking met andere CHE-lectoraten en gekoppeld aan ons onderwijsprogramma willen ontwikkelen.

In deze rede heb ik betoogd dat journalistiek niet louter een praktijk is *over* relaties met het publiek, maar fundamenteel een praktijk *van* relaties: tussen journalisten en de mensen over wie zij verslag doen, tussen journalisten en hun publiek, en – cruciaal – tussen journalisten en zichzelf, evenals met collega's en professionele gemeenschappen. Voortbouwend op een relationeel-ethisch kader van Joan Tronto (2013) en Andries Baart (2025) heb ik laten zien hoe journalistiek kan worden geheroriënteerd als een normatieve, relationele praktijk die erop gericht is het democratische leven te dienen, niet door jezelf als journalist onzichtbaar te maken, maar door juist jezelf-als-journalist in te zetten. Relationeel werken is geen methode, maar een benadering, zeg ik met Baart (2025, pp. 122-123). Het gaat om een benadering die schakelt tussen objectief en subjectief, afstand en betrokkenheid, kritiek en constructie, en het cognitieve en affectieve. Dat vraagt

danskunst, een balanceren tussen uitzoomen en inzoomen, afstandelijkheid en nabijheid, kritiek en empathie. Relationale journalistiek draagt hiermee bij aan waarheid, recht en – dat is mijn hoop: – een open en democratische samenleving waarin mensen met hun onderlinge verschillen in vrede samenleven.



Kenniskring Journalistiek: Bart Noorlander, Gerrit van den Berg, Denise van Laar, Timon Ramaker, Koos-jan de Jager, Martineke Poppe – van Duuren, Alec Timmerman, Rimme Mastebroek

Referenties

- Acuña, Jazmín (2025). Change-Centric Journalism: reframing the value proposition of news for the AI age. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/change-centric-journalism-reframing-value-proposition-news-ai-age#:~:text=In%20Change%2DCentric%20Journalism%2C%20publication,a%20large%20vision%20of%20change> [ook <https://www.changejournalism.com/framework/>]
- Baart, A. (2025). *Iemand voor iemand. Handboek presentie*. Boom.
- Badham, M. and Mykkänen, M. (2022). Relational Approach to How Media Engage With Their Audiences in Social Media. *Media and Communication* 10/1, 54–65 <https://doi.org/10.17645/mac.v10i1>.
- Buber, M. (2016). *Ik en jij*. Bijleveld.
- Christelijke Hogeschool Ede (2016?). Position statement Betrokken journalistiek.
- Commissariaat voor de Media (2025). *Digital News Report Nederland 2025*. Verkregen op 24 april 2026, van <https://www.cvdvm.nl/documents/3284/Digital-News-Report-2025-1.pdf>
- Comvalius, E. (2025). Gedeelde werkelijkheid: een term geboren uit wanhoop, vermoed ik [uitgesproken column]. Verkregen op 1 mei 2026, van <https://sdm.nl/ernestine-comvalius-gedeelde-werkelijkheid-een-term-geboren-uit-wanhoop-vermoed-ik/>
- Costera Meijer, I. (2020). Understanding the Audience Turn in Journalism: From Quality Discourse to Innovation Discourse as Anchoring Practices 1995–2020. *Journalism Studies*, 21(16), 2326–2342. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1847681>
- Dahlberg, K., & Halling, S. (2001). Human Science Research as the Embodiment of Openness: Swimming Upstream in a Technological Culture. *Journal of Phenomenological Psychology*, 32(1), 12–21. <https://doi.org/10.1163/156916201753534714>
- Dahmen, N. S. (2019). Restorative narrative as contextual journalistic reporting. *Newspaper Research Journal*, 40(2), 211–221.
- de Bruin, K. (2025). *Seeking nuance in news avoidance : implications for individuals, journalism and society* [Dissertation]. Wageningen University. <https://doi.org/10.18174/682405>
- Deuze, M. (2025). *Well-Being and Creative Careers. What Makes You Happy Can Also Make You Sick*. Intellect.
- EenVandaag (2025). *Handboek interactiejournalistiek*.
- Ericsson, K. A., Krampe, R. T., & Tesch-Römer, C. (1993). The role of deliberate practice in the acquisition of expert performance. *Psychological Review*, 100(3), 363–406. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.100.3.363>
- Francoeur, C. (2021). Bodying the Journalist. *Brazilian Journalism Research*, 17(1), 202–227. <https://doi.org/10.25200/BJR.v17n1.2021.1354>
- Geerdink, Frédérique (2025). *Alle journalistiek is activisme. Een manifest*. De Bezige Bij.
- Goossen, Karlijn (2025). Verkenning SVDJ Incubator 2025 Borgen van betrouwbaarheid en kwaliteit.
- Koliska, M., Moroney, E., & Beavers, D. (2023). Trust Through Relationships in Journalism. *Journalism Studies*, 26(16), 2092–2109. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2209807>

- Kotišová, J. (2025). Journalism and Embodied Knowledge: Conceptualizing Affective Epistemology and Epistemic Affordances of Emotions and Affect Across News Beats. *Journalism Studies*, 1–18. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2025.2495726>
- Kovach, B. en Rosenstiel, T. (2021). *The Elements of Journalism* (4th ed.). Crown.
- Laroës, H. (2026). *Anne Vondeling- en Saskia Stuivelingprijs 2025. Juryrapport*. Verkregen op 4 april 2026, van <http://www.annevondelingprijs.nl/wp-content/uploads/2026/03/Juryrapport-over-2025.docx>
- Maso, I. & Smaling, A. (2004). *Kwalitatief onderzoek: praktijk en theorie*. Boom.
- McIntyre K. E., Dahmen N. S., Abdenour J. (2018). The contextualist function: U.S. newspaper journalists value social responsibility. *Journalism: Theory, Practice and Criticism*, 19, 1657–1675.
- Nelson, J. L. (2021). *Imagined Audiences: How Journalists Perceive and Pursue the Public*. Oxford Academic.
- Nullens, P. (2006). Verlangen naar het goede. Bouwstenen voor een christelijke ethiek. Boekencentrum.
- Pantti, M., & Wahl-Jørgensen, K. (2021). Journalism and Emotional Work. *Journalism Studies*, 22(12), 1567–1573. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1977168>
- Raad voor de Journalistiek (2024). *Leidraad van de Raad voor de Journalistiek*. Verkregen op 4 april 2026, van <https://rvdj.nl/assets/uploads/2025/03/Leidraad-aanpassing-jan-2024.pdf>
- Ramaker, T. (2009). *Vrij om te kiezen. Keuzes maken in een mediacultuur*. Boekencentrum.
- Ramaker, T. (2024). Hoe een betrokken journalist onafhankelijk kan en moet zijn (p. 42–53). In J. Snel (red.). *Betrokken journalistiek*. CHE
- Ramaker, T. (2025). *Journalistiek onder druk. Versterken van autonomie door reflectie* [Dissertatie]. Universiteit van Amsterdam.
- Ramaker, T. (2026). *Is betrokken journalistiek 'engaged journalism'?* [Whitepaper]. CHE.
- Richards, B., and G. Rees. (2011). The Management of Emotion in British Journalism. *Media, Culture & Society* 33 (6): 851–867. <https://doi.org/10.1177/0163443711411005>
- Robinson, Sue (2023). *How journalists engage. A theory of trust building, identities and care*. Oxford University Press.
- Rosen, Jay (1999). *What Are Journalists For?* Yale University Press.
- Schäfer, S., Greber, H., Sülflow, M., & Lecheler, S. (2024). A Matter of Perspective: An Experimental Study on Potentials of Constructive Journalism for Communicating a Crisis. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 101(3), 774–796.
- Scharmer, O. (2016). *Theory U. Leading from the Future As It Emerges: The Social Technology of Presencing*. Berrett-Koehler.
- Schmidt, T. R. (2024). Challenging journalistic objectivity: How journalists of color call for a reckoning. *Journalism*, 25(3), 547–564. <https://doi.org/10.1177/14648849231160997>
- Schudson, M. (2001) The objectivity norm in American journalism. *Journalism* 2(2): 149–170.
- Schultz, T. (2021). Der Reporter-Blick von nirgendwo? Journalismus in der Spannung zwischen Objektivität und Subjektivität. *Publizistik*, 66: 21–41.
- Simunjak, Maja (2023). *Managing Emotions in Journalism. A Guide to Enhancing Resilience*. Springer.

- Snel, Johan (2016). *Tien journalistieke idealen*. Boom
- Snel, Johan (red.) (2024). *Betrokken journalistiek*. CHE.
- Souza Neuls, G., Battocchio, A. F., & da Silva, M. P. (2026). Learning from Indigenous Journalism: A Case for Standpoint Journalism. *Journalism Studies*, 27(4), 439–459.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2025.2593450>
- SvdJ (2025). *How do I care? De RAAK-methode*. Verkregen op 4 april 2026, van
https://www.svdj.nl/wp-content/uploads/2025/11/RAAK_lowres.pdf
- SvdJ (2025). *Why do I care? Op zoek naar een menselijke journalistiek* [brochure].
- Tronto, J. C. (2013). *Caring democracy: Markets, equality, and justice*. New York University Press.
- Uth, B., Stehle, H., Wilhelm, C., Detel, H., & Podschuweit, N. (2023). *The journalism–audience relationship in the digital age: A theoretical literature review*. <https://doi.org/10.1177/14648849231221611>
- Van der Linden, F. (2017). *Onder Hollandse helden. Valkuilen en levenslessen van een vragensteller*. Luitingh–Sijthoff.
- Van der Stoep, Jan (2013). Is de journalistiek de waakhond van de democratie? Pleidooi voor een betrokken journalistiek. *Sophie* 6, 4–9.
- Van der Stoep, Jan (2016). *Deugt het verhaal? Herontdekking van het ambacht in journalistiek en communicatie* [Lectorale rede]. Christelijke Hogeschool Ede
- Velloso, C. (2026). Traditional Journalism Norms Revisited: Journalistic reconceptualisations of Objectivity. *Journal of Communication Theory* 50(1), 52–72.
<https://doi.org/10.1177/01968599251325847>
- Wahl-Jorgensen, K. (2020). An Emotional Turn in Journalism Studies? *Digital Journalism*, 8(2), 175–194.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1697626>
- Wahl-Jorgensen, K. (2025, online first). Bringing Up the Body: Uncovering the Subjectivity of Journalists. *Journalism Studies*. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2025.2505940>
- Ward, Stephen J.A. (2019). *Objectively engaged journalism. An ethic*. McGill–Queen’s University Press.
- Wasserman, Herman (2024). *Making media matter: on truth, dignity and love* [Inaugural lecture]. Stellenbosch University.
- Watzlawick, P., Helmick Beavin, J. & Jackson, D. D. (1970). *De pragmatische aspecten van de menselijke communicatie*. Van Loghum Slaterus.
- Witschge, T., & Harbers, F. (2018). Journalism as practice. In: T.P. Vos (ed.), *Journalism* (pp. 105–124). De Gruyter Mouton.
- Zahay, M. L., Jensen, K., Xia, Y., & Robinson, S. (2021). The Labor of Building Trust: Traditional and Engagement Discourses for Practicing Journalism in a Digital Age. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 98(4), 1041–1058.

Over de auteurs

Dr. Korien van Vuuren-Verkerk

Dr. Korien van Vuuren-Verkerk (1977) studeerde Communicatie- en Informatiewetenschappen aan de Universiteit van Tilburg. Daarnaast volgde ze vakken bij Beleids- en Organisationswetenschappen. Voor haar master thesis deed zij onderzoek naar afstemmingscommunicatie en narratieve strategieën in psychotherapeutische gesprekken. Na haar afstuderen werkte zij als adviseur en trainer op het gebied van kennismanagement en interne communicatie bij verandering. Sinds 2002 is zij verbonden aan de opleiding Communicatie van de Christelijke Hogeschool Ede, waar zij onderwijs verzorgde in onder meer interne communicatie, verandermanagement en schrijfvaardigheid. Daarnaast vervulde zij verschillende coördinerende en bestuurlijke rollen binnen de opleiding.

In 2019 ontving Van Vuuren-Verkerk een Promotiebeurs voor Leraren van NWO en startte zij haar promotieonderzoek naar communicatie, framing en collectieve actie in agrarische transitie (promotores: prof. dr. Noelle Aarts en prof. dr. ir. Jan van der Stoep). In 2020 kreeg zij voor één van de proefschriftstukken de Emerald Professional Impact Award. Sinds 2024 geeft zij samen met Timon Ramaker leiding aan het lectoraat Journalistiek en Communicatie van de CHE. Haar onderzoek richt zich op relationeel werken, klimaat- en inclusieve communicatie, communityvorming en communicatie in maatschappelijke transitie. Zij is getrouwd en heeft twee kinderen.



Dr. mr. Timon Ramaker

Dr. mr. Timon Ramaker (1968) studeerde rechten, communicatie, filosofie en theologie. Na zijn studie, werkte hij als dienstplichtig officier als voorlichter in voormalig Joegoslavië en tien jaar voor verschillende christelijke studiecentra op het gebied van geloof, wetenschap en samenleving. Sinds 2005 is hij als docent journalistiek en ethiek verbonden aan de Christelijke Hogeschool Ede. In deze periode volgde hij nog een beroepsopleiding coaching, ontwikkelde en coördineerde hij verschillende onderwijsprogramma's, was lid van het curriculumteam van de opleiding journalistiek en lid van de kenniskring journalistiek. Hij promoveerde in 2025 aan de Universiteit van Amsterdam op een proefschrift over reflectie in de journalistieke praktijk (promotores: prof. dr Mark Deuze en prof. dr. ir. Jan van der Stoep). Vanaf 2024 geeft hij samen met Korien van Vuuren-Verkerk leiding aan het lectoraat Journalistiek en Communicatie (CHE). Hij is getrouwd en heeft drie kinderen.



In het hedendaagse professionele discours staan vaak waarden centraal als autonomie, neutraliteit en onafhankelijkheid. Dat zijn stuk voor stuk belangrijke waarden. Wat echter gemakkelijk vergeten wordt, is dat een gezond maatschappelijk leven gedragen wordt door wederzijdse betrokkenheid op elkaar (...) Hoe stel je je niet alleen neutraal en onafhankelijk op, maar bouw je mee aan gezonde maatschappelijke verhoudingen? (CHE, 2019, p.3).

Christelijke Hogeschool Ede

Adres: Oude Kerkweg 100, 6717 JS Ede

Telefoon: 0318 696 300

www.che.nl