



# Effectieve communicatie

Over het verleidelijke  
van wensmodellen

**Prof. dr. C.M.J. van Woerkum**

Rede bij het afscheid als hoogleraar Communication Strategies  
aan Wageningen University op 17 november 2011



WAGENINGEN UNIVERSITY  
WAGENINGEN **UR**

# Effectieve communicatie

*Over het verleidelijke van wensmodellen*

PROF. DR. C.M.J. VAN WOERKUM

Rede bij het afscheid als hoogleraar Communication Strategies  
aan Wageningen University op 17 november 2011



WAGENINGEN UNIVERSITY  
WAGENINGEN **UR**

ISBN 978-94-6173-163-0

# Effectieve communicatie

## *Over het verleidelijke van wensmodellen*

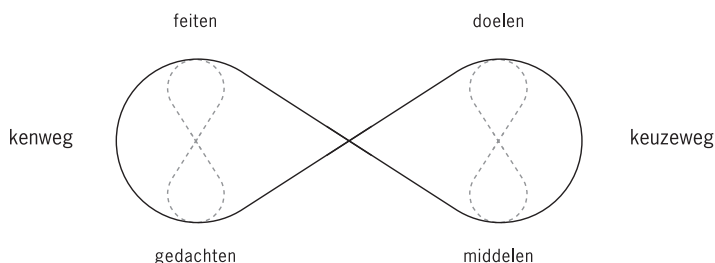
Mijnheer de rector magnificus, beste toehoorders,

De titel van deze afscheidsrede, waarmee ik na ruim 40 jaar afscheid neem van Wageningen Universiteit, luidt: effectieve communicatie. Dit is natuurlijk eigenlijk een nogal onzinnige titel, want wij zijn zeker zo geïnteresseerd in niet effectieve communicatie, en die is er gelukkig genoeg, maar U weet wat ik bedoel: communicatie vanuit het oogpunt van haar effectiviteit. Dat is waar het bij mijn leerstoel Communicatie Strategieën om gaat: hoe professionals en gewone mensen er in slagen om met communicatie te bereiken wat ze willen.

Wat wil ik daar over zeggen? Het zou heel onderhoudend zijn om te laten zien waar het in de communicatie allemaal mis kan gaan en wat dit voor gevolgen heeft. Ik zou dit verhaal kunnen kruiden met vele vermakelijke voorbeelden, zodat er nog iets te lachen zou zijn vanmiddag, en met drama, van pijnlijke mislukkingen zoals in Barendrecht (de CO<sub>2</sub>-opslag) of bij de campagne voor het inenten tegen baarmoederhalskanker. Maar daar kies ik niet voor. Liever heb ik het over iets anders, niet over goede of foute communicatie, maar over hoe je communicatie kunt bestuderen, over de benadering van het verschijnsel communicatie in ons vakgebied van de toegepaste communicatiewetenschap.

Ik heb me namelijk de vraag gesteld wat ik in dit opzicht in die ruim veertig jaar wijzer ben geworden. Dát ik wijzer ben geworden, neem ik maar even aan. Ik zeg dit niet zonder reden, want ik heb me eerder vergist en daar wil ik het juist over hebben. Ik wil drie zaken aan de orde stellen, drie gedachten, die in mijn hoofd post gevat hebben, en die ik beschouw als overwinningen op mezelf. De drie punten hebben steeds te maken met de neiging om met communicatie van alles te willen bereiken, met wenselijkheden, in plaats van met een beter inzicht in wat met communicatie kan en niet kan. De ondertitel van mijn verhaal is: over het verleidelijke van wensmodellen. Ik ga dit verduidelijken.

Vooraf wil ik even stilstaan bij die veertig jaar, die mij deze lessen hebben geleerd. Wat is dit voor een tijd geweest? Ik deel die tijd graag in in vier perioden. Grofweg vier keer tien jaar. De eerste periode lag in het verlengde van mijn studie in Nijmegen: massamediale communicatie. Ik had in Nijmegen een scriptie geschreven over hoe vrouwen elkaar beïnvloeden bij het al dan niet volgen van modetrends. Ik had een schaal ontworpen om informele opinieleiders op modegebied te lokaliseren (Van Woerkum, 1972). Voor het eerst heb ik toen een computer gebruikt. De Nijmeegse universiteit had er maar één, die stond bij wiskunde. Maar die computer besloeg dan ook een hele ruimte. Ik ging er heen met een bak vol ponskaarten en kwam – als het goed ging – met een pak papier (grote vellen) terug. In deze periode kwam ik in aanraking met het werk van Van den Ban, die misschien niet zo veel had, die misschien niet zo veel had met ‘vrouwen en mode’ maar wel met opinieleiders.



### Feiten en gedachten m.b.t.

- de boodschap
- de doelgroep
  - algemene predisposities
  - situationele predisposities:
    - informatieve behoefte
    - voorkennis
    - houding t.a.v. zender en boodschap
- het medium
  - mediumgebruik
  - algemene mediumeigenschappen
- logistiek
  - kosten
  - in- en externe samenwerking

### Doelen

- gewenst effect
- doelgroep

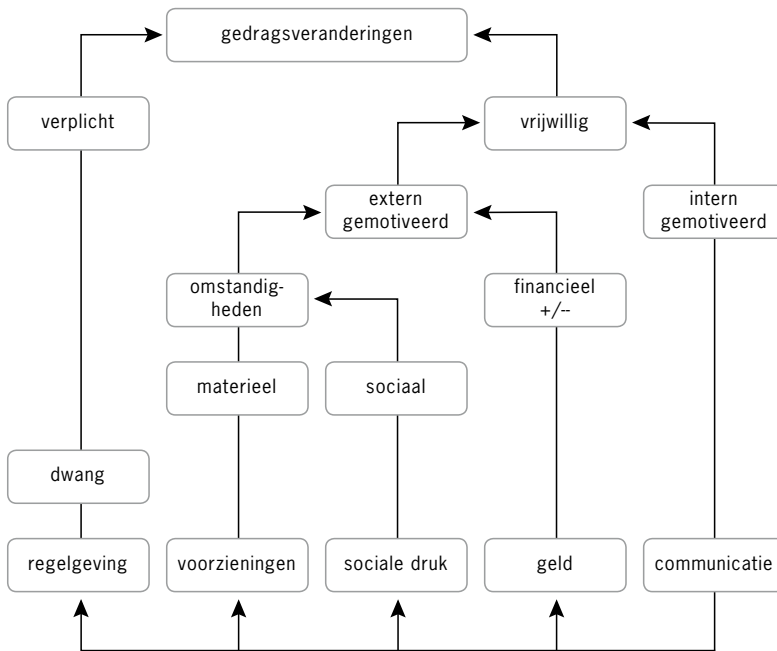
### Middelen

- mediakeuze
- keuze van thema en benadering
- budgettering
- in- en externe samenwerking

Figuur 1 De besluitvorming t.b.v. communicatieplannen

In mijn scriptie noteer ik: ‘Om enig inzicht te krijgen in het werk van Van den Ban: hij wordt in het boek van Rogers (bedoeld is “Diffusion of innovations”, een internationale klassieker) 42 keer geciteerd’. Ik ontmoette diezelfde Van den Ban voor het eerst in Wageningen in 1971 en ben toen gebleven. In het verlengde dus van die scriptie hield ik me bezig met massamediale communicatie. Ik probeerde de belangrijkste beslissingen die een voorlichter moest nemen in kaart te brengen en in een systeem onder te brengen, waarbij ik een onderscheid maakte tussen keuzes die de voorlichter moet maken en de kennis die nodig is om die keuzes te rechtvaardigen, zoals kennis over de doelgroep, de zogenaamde communicatieve predisposities: interesse, voorkennis en houdingsaspecten. Ik besteedde veel aandacht aan de wijze van besluitvorming daarover. Ik keek daarnaast hoe je op de kenweg gedachtes kon voeden met bruikbare theorie en feiten met in de praktijk bruikbare onderzoeksmethoden. Dit alles om optimale keuzes te maken gebaseerd op optimale kennis t.a.v. (samenhangend) communicatie-doelen, de doelgroep, kanalen, de boodschap en de logistiek (tijdsplanning, budgettering, samenwerking).

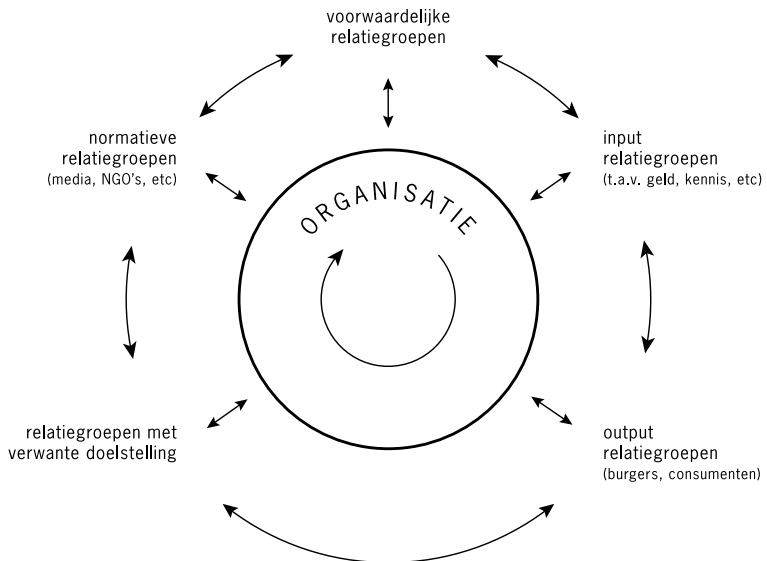
Die eerste periode wordt – in 1982 – afgesloten met mijn proefschrift over massa-mediale voorlichting en met een boek hierover (Van Woerkum, 1984). Einde verhaal. Het boek is nog vijf keer, tot in 1992 herdrukt, maar ik deed er niets meer aan. Passieve euthanasie noemde ik het. Ik ben me in de tachtiger jaren volledig gaan richten op een ander thema: voorlichting als beleidsinstrument, naast en vooral ook in combinatie met regelgeving, voorzieningen, het financiële instrumentarium en sociale druk. Het opkomende milieuprobleem heeft deze omslag zeker beïnvloed, die problematiek raakte me sterk (en nu nog trouwens), maar hetzelfde denken kon je ook toepassen op gezondheidsproblemen, verkeer of hoe mensen met energie omgaan. Intellectueel is dit een uitdagend thema. Je hebt een maatschappelijk probleem. Dat heeft te maken met gedrag van burgers. Dat gedrag wordt weer bepaald door een aantal determinanten, en die kun je weer proberen te beïnvloeden met interventies. Ik heb daarvoor een schema opgesteld, met onderin de ‘tools of government’ inclusief communicatie, op zichzelf, autonoom, en ondersteunend ten opzichte van de andere instrumenten, die door de burger begrepen en liefst ook geaccepteerd moesten worden (Van Woerkum, 1990). De vraag is nu welke combinatie van beleidsinstrumenten je daarvoor inzet. Zoals ik zei: interessante materie, maar hoe meer ik er over te weten kwam, hoe sceptischer ik werd over het beïnvloedingspotentieel. ‘Regels’ betekent nog niet ‘geregeld’, mede vanwege het gigantische probleem van de handhaving, en ook het communicatie-instrument heeft z’n beperkingen, zeker ook gezien de manier waarop dat instrument wordt toegepast. ‘To act on society’, vanuit een politiek-bestuurlijk machts-centrum, het zou vanwege het milieu, de natuur, of onze gezondheid mooi zijn dat het kon. Ik zag het vaak mislukken.



*Figuur 2 Beleidsinstrumenten en gedragsverandering*

De oorzaak hiervan, zo dacht ik gaandeweg, is juist dat idee van eenzijdige sturing. De burger moest meer bij het beleid betrokken worden, dan zou het beter gaan. Dit is het thema van de derde periode: interactieve beleidsvorming (Van Woerkum, 1997/2000). Je krijgt dan namelijk én effectiever, realistischer en rechtvaardiger beleid, én mensen leren al doende. Dat was het idee.

Na tien jaar had ik van dit thema schoon genoeg: ook hier was de praktijk nogal anders dan de schone theorie. De overheid deed aan interactieve beleidsvorming, kun je zeggen, maar vormde het beleid toch niet wat je noemt interactief, althans niet op een transparante, voor iedereen zichtbare en controleerbare wijze. Het politiek-bestuurlijke systeem gedroeg zich in hoge mate zelfreferentieel d.w.z. in zichzelf gekeerd. Ik kom daar op terug. Ik had in die tijd wel 30 lezingen per jaar, vooral hierover, en ik werd er een beetje moe van. Ik voelde veel begrip maar tegelijk ook veel weerstand. Maar ik raakte er zelf ook op uitgekeken. Ik hoorde mezelf praten en ben vrij abrupt overgestapt op een vierde thema: organisaties en hun omgeving, en hoe communicatie ervoor kan zorgen dat de veranderingen in organisaties qua



*Figuur 3 Organisaties in hun omgeving*

tempo en richting passen bij de veranderingen in de omgeving van die organisaties. Hoe oriënteren organisaties zich op die veranderingen om hen heen? Ik verwijdde de blik tot ook commerciële organisaties, naast NGO's en de overheid. Organisaties leven in een biotoop, zo zei ik het, waarvan ze volledig afhankelijk zijn. Die omgeving bepaalt of hun producten of diensten ergens voor dienen of niet. Zijn ze in tune met hun omgeving dan kunnen ze groeien en gedijen. Zijn ze dat niet dan sterven ze af. Het middel om dat contact met die omgeving te bewerkstelligen heet natuurlijk communicatie. Daarover heb ik heel wat gepubliceerd, vaak met Noelle Aarts. Een schema dat ik daarvoor graag gebruik, ziet er zo uit.

Het idee hierachter is dat je met die groepen in de omgeving effectief moet leren communiceren, wat interactie impliceert. Belangrijk is dat er ook binnen die groepen van alles gebeurt, de burgers bijvoorbeeld praten met elkaar via de sociale media, en dat er tussen de groepen een hoop contact is, wat een heel eigen dynamiek oplevert. Om met die veranderende buitenwereld, steeds in beweging, te kunnen schakelen heb je een flexibele organisatie nodig. En dit vraagt weer om intensieve interne communicatie. Die buitenwereld moet in de organisatie worden ingeplugd en daar moet wat mee gedaan worden.



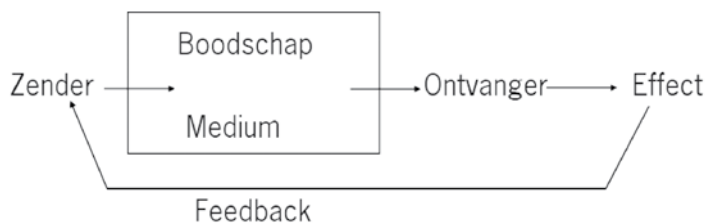
Maar u raadt het al, op dit thema ben ik op dit moment uitgekeken. Ik ben nog met een artikel bezig, met Noelle Aarts, over de externe oriëntatie van organisaties, waardoor die bepaald wordt, maar dat is het dan. Wat er daarna komt weet ik nog niet, maar ik krijg in ieder geval alle tijd om daarover na te denken.

Ik wil toch nog iets zeggen over die vaak abrupte en drastische veranderingen van thema. U kunt dit opvatten als een vorm van wispelturigheid. Of zelfs dat deze jongen zijn eigenlijke thema nooit gevonden heeft en dus maar bleef zoeken. Ik denk daar anders over. Voor mij staat vast dat het in ieder geval voor een bepaald soort onderzoeker (zoals ik dus) zeer nuttig is om regelmatig helemaal opnieuw te beginnen. Als je dan niet van baan verandert, moet je je baan zelf veranderen, zo denk ik erover. Hoe meer je over iets weet, des te meer steeds dezelfde concepten, theorieën en modellen zich in je hoofd opdringen, en nieuw denken verhinderen. Alleen als je concepten etc. weggooit creëer je 'space for change'. Zo heet ook ons onderzoeksprogramma, maar dat slaat ook op onszelf. Wetenschap is niet dat je veel weet, maar een truc om iets aan de weet te komen. Het heeft in mijn geval daarbij enorm geholpen dat ik ook in het onderwijs mee kon switchen, er was veel flexibiliteit. Dit zou nu niet of nauwelijks meer mogelijk zijn.

In al deze vier perioden heb ik moeten leren om niet alleen te denken in wensmodellen, wat er op grond daarvan zou moeten gebeuren met communicatie, maar ook in termen van wat er feitelijk aan de hand is, en waarom het gaat zoals het gaat. Dit klinkt heel abstract. Ik wil e.e.a. verduidelijken door drie punten aan de orde te stellen. Het eerste punt behelst de visie op communicatie, daar start ik mee.

## De visie op communicatie

Het is niet de eerste keer dat ik me verzet tegen het klassieke communicatiemodel: een zender stuurt een boodschap via een medium naar een ontvanger, resulterend in een effect dat via feedback zichtbaar kan worden.



Figuur 4 Het klassieke communicatiemodel

We weten dat het zo niet gaat. Mensen ontvangen niets, maar construeren aan de hand van waargenomen boodschappen bepaalde betekenissen, die dus voor een groot deel 'eigen werk' zijn. Ik heb wel honderd keer de leesmetafoor voorgelegd, aan ieder die het horen wilde en ook, vrees ik, aan wie het niet horen wilde. De leesmetafoor beschrijft de ervaring van de lezer bij het lezen van bijvoorbeeld een roman. Lezers zien in dat boek woorden, zinnen. Maar dan begint het constructieproces: ze associëren en visualiseren constant vanuit wat ze tekstueel waarnemen. De hoofdpersoon wordt beschreven, hoe die er uitziet. Maar, kun je zeggen, wij als lezer kleden hem of haar aan. We maken onze eigen film, die dan ook vaak veel rijker is dan de film die van zo'n boek gemaakt wordt (stel dat). Die valt vaak tegen, weten we uit ervaring. We zeggen dan: het boek was beter. Maar we moesten zeggen: mijn film was beter. Veel woorden in de tekst hebben bovendien voor een bepaalde lezer een heel selectieve wolk van associaties. Al lezende worden die geactiveerd. Maar dat geldt natuurlijk voor alle communicatie, ook in deze zaal. Als ik hier het woord 'Limburger' laat vallen, dan zullen dat bij u wellicht heel verschillende associatie-wolkjes zijn, of het woord 'vader' of dichterbij huis, 'biotechnologie'. Die wolkjes bepalen het effect van dat woord en het effect van communicatie is dus per definitie een co-creatie, van de zender en de zogenaamde ontvanger, die geen ontvanger is, maar een actieve partner. Mensen associëren, verbaal, en mensen visualiseren non-verbaal. Dat is het cognitieve kernproces van communicatie.

Ik ga hier niet verder op in, het is evident dat dit actieve aandeel van de zogenaamde ontvanger, die dus geen ontvanger is, groot is. Dit wordt onderkend door communicatiewetenschappers, filosofen, maar ook door de befaamde sociaal psycholoog Ajzen, die je toch niet snel een constructivist zult noemen.

Waar het mij om gaat, is de moeite die het kost om afscheid te nemen van het zender-ontvanger model. Wij denken maar al te graag dat communicatie iets is wat je met de ander kan doen. Het communicatiemodel is een wensmodel.

Nu komt het. In de jaren '70 schreef ik een boek, getiteld 'Sociologen over communicatie; het begrip en verschijnsel communicatie in de sociologie'. Ik schreef daarin dat de eenzijdige voorstelling van het communicatieproces herzien moest worden, omdat, ik citeer, 'de activiteit van de ontvanger in deze voorstelling te weinig tot zijn recht komt' (Van Woerkum, 1979, p.125). 'Het proces heeft bijgevolg twee richtingen; bij een adequate voorstelling moeten we aan twee polen denken die beide een bepaalde autonomie bezitten en als uitgangspunt genomen kunnen worden' (Ibidem). Het is dus geen 'sluitend geheel'.

Het wonderlijke is dat ik een paar jaar later in mijn boek over massamediale voorlichting deze interessante gedachte volkomen vergeten ben. Het is weer gewoon de ontvanger, die je kunt leren kennen, wat zijn interesses zijn, zijn voorkennis en houding en waar je de boodschap adequaat op af kunt stemmen zodat je het gewenste effect bereikt. Zoals je na bemonstering op een bodem kalk of fosfor gooit. Communicatie is weer één regelsysteem, met de stellige belofte dat dit systeem voor je werkt als je er professioneel gebruik van maakt.

Jarenlang heb ik in al die jaren studenten en praktijkmensen dit klassieke communicatiemodel voorgehouden. Ik zou ze terug moeten roepen zoals Toyota dit doet, voor een kleine maar cruciale reparatie: dat model moet eruit. Intussen hebben we ook genoeg ideeën over hoe je wetenschappelijk verantwoord kunt interveniëren, zonder dit naïeve interventie-denken. We gebruiken daar bijvoorbeeld concepten bij als framing: hoe mensen tegen iets aankijken. Dat bepaalt hun interpretatie van boodschappen. Frames zijn veranderbaar, maar zelden via een simpele boodschap. Het vergt doorgaans intensieve interactie. Dit is ook een van de redenen waarom ik ook veel meer in termen van interpersoonlijke communicatie ben gaan denken dan van massacommunicatie. De ontwikkeling van Internet, met name de sociale media, is een andere reden voor de belangstelling richting interpersoonlijke communicatie.

Het ontwikkelen van een alternatief voor het zender-ontvanger model heeft mij tot op de dag van vandaag sterk geïnspireerd. Zo doe ik boete voor mijn dwaling. Volgend jaar wordt een artikel gepubliceerd over de actieve lezer ('The active reader: what is active?', Van Woerkum, 2012). Al voordat een lezer een boek ter hand neemt, maakt hij al een voorstelling van de wereld waarin dat boek speelt. En achteraf praat de lezer mogelijk met anderen erover. Ook daartussen gebeurt van alles, los van de schrijver. Een boek is aanleiding om bepaalde associaties te activeren. Verder heb ik een artikel geschreven waarin ik het idee van een medium of kanaal probeer te ontcrachten. Een kanaal verbindt en dat leidt gemakkelijk tot het idee van transport, dat er iets van de zender naar de ontvanger gaat. Ik prefereer een model waarin we input-zintuigen hebben zoals ogen en oren, en output-zintuigen, ons lijf, onze spraak, onze vingers, waarmee we e-mails schrijven. Zo hebben we contact. Maar niet via een zogenaamd kanaal. Die verbinding, het is misschien wenselijk dat die bestond, maar hij bestaat niet. En zoals een Eerselse boer ooit zei: dat is een feit, maar wel waar.

Dit alternatieve denken heb ik vooral in mijn laatste twee periodes ontwikkeld. Ik heb daarin ook veel meer aandacht besteed aan onbewust afgegeven signalen in plaats van bewust verstuurd boodschappen. Zo is de invloed van managers in bedrijven volgens een met Noelle Aarts gepubliceerd artikel wellicht niet alleen of

zozeer te danken aan fraaie verhalen die ze afsteken, maar vooral aan hoe ze in de interactie onbewust reageren op de boodschappen en signalen van anderen (Van Woerkum en Aarts, 2011).

Het zal u intussen duidelijk zijn wat de aantrekkelijke kanten van het zender-ontvanger model zijn. Waarom het een echt wensmodel is. Het suggereert impact: met communicatie valt het een en ander te regelen, door een handig gebruik van de communicatiemiddelen. Dit is een heel verleidelijke suggestie waarmee je ook veel aandacht krijgt, ook bij studenten: die doen niets liever dan beïnvloeden. Een verleidelijke suggestie dus, maar lang niet alle verleiding is goed voor ons. We moeten de realiteit onder ogen zien en vooral de ontvanger niet zien als ontvanger. Wetenschappelijk is het alternatief, co-creatie, bovendien zeker zo interessant.

## **Normatief en empirisch**

Ik kom nu op mijn tweede punt, de omslag van normatief naar empirisch. Als ik terugkijk naar die vier periodes neem ik steeds hetzelfde verschijnsel waar. Ik begin met wat er zou moeten gebeuren om campagnes succesvol te maken, om maatschappelijke problemen met uitgekiend beleid op te lossen, om via interactie met burgers beter beleid te maken en om organisaties meer in tune te brengen met veranderende omgevingen (de vier periodes). Ik noem dat normatief, je geeft aan wat nodig is, voorschrijvend. Na een tijdje zie je dat je vanzelfsprekende gelijk niet zo vanzelfsprekend door de praktijk wordt overgenomen. Pas dan ga je je verdiepen in hoe die praktijk eigenlijk in elkaar zit, wat de drijvende krachten zijn die verklaren waarom ze het zo doen en niet anders. Dat noem ik de empirische benadering. Let wel: met normatief bedoel ik voorschrijvend en niet 'op waarden gebaseerd'. Wetenschappers mogen zich best door waarden laten inspireren, dat doen misschien wel de meeste sociale wetenschappers en ook vele technische onderzoekers. Maar dit moet het wetenschappelijke bedrijf zelf niet te zeer beïnvloeden. Ik bedoel: ik kan het ideologisch met wetenschappers volledig oneens zijn en toch hun onderzoek zeer nuttig vinden. En omgekeerd.

Voor het eerst heb ik gevoeld wat dit verschil is tussen het normatieve, voorschrijvende, en het empirische, wat er feitelijk gebeurt, bij het begrijpelijkheidsonderzoek uit de zeventiger jaren. In die periode was ik lid van een buitengewoon stimulerende groep van onderzoekers, psychologen, linguïsten, reclame-onderzoekers, die zich richtte op het probleem van onduidelijke teksten. We hadden de beschikbare kennis bijeengebracht en konden precies – en duidelijk – uitleggen hoe duidelijke van onduidelijke teksten te onderscheiden waren. Iedereen kon van ons leren hoe je helder kunt communiceren, de overheid voorop. Ook hier hadden we wensmodellen

paraat die aangaven welke dimensies verantwoordelijk waren voor begrijpelijkheid, zoals eenvoudige taal, een goede structuur, een niet te grote en niet te kleine informatiedichtheid en een stimulerende tekstbehandeling. Ze hoefden het maar over te nemen. Alleen, het gebeurde niet. Ik ben toen voor het eerst afgestapt van het normatieve en heb gekozen voor het empirische. Ik schreef een stuk over de bronnen van onduidelijkheid: een troebele bron geeft troebel water. In het overheidsapparaat zitten perverse tendensen die begrijpelijkheid fundamenteel in de weg staan. Praten over begrijpelijkheidsonderzoek heeft dan niet veel zin, je moet echt het systeem in waar die onbegrijpelijkheid geproduceerd wordt.

Later, in de periode dat ik me vooral op overheidsbeleid richtte, instrumenteel of interactief, ben ik na een normatieve start met veel should-be ideeën, wat er zou moeten gebeuren, gaandeweg meer gaan onderzoeken waarom de overheid niet werkt zoals dit zou behoren. Een belangrijk begrip werd zelfreferentialiteit. Overheden ontwikkelen a) een heel bepaald perspectief op maatschappelijke problemen en oplossingen en b) , en dit is misschien nog belangrijker: zonder dat ze dit in de gaten hebben. Dit perspectief is vanzelfsprekend voor hen, zo is het gewoon. Dat ze dan in grote problemen komen in contact met burgers zal duidelijk zijn, maar dit brengt hen toch niet gemakkelijk uit het lood. De krachten achter zelfreferentieel denken zijn buitengewoon sterk, zoals ik met Margit van Wessel en Janneke Buur in onderzoek naar de socialisatie van nieuwkomers in overheidsdienst weer bevestigd kreeg. Men zit daar toch niet echt op frisse blikken te wachten. Die worden dan ook al snel dof.

Het begint ermee dat overheden zich het domein van discussie toe-eigenen. Voor mij was een eye-opener een middag, doorgebracht op het ministerie van VROM. Daar ging het over milieucommunicatie. Na zo'n twee uren de discussie aangehoord te hebben, kreeg ik de ingeving dat voor de VROM-voorlichter milieucommunicatie volledig samenviel met VROM-communicatie. 99% van de milieurelevante communicatie speelt zich uiteraard buiten VROM af, en zo dacht ik, moet je daar niet van uit gaan om verder te komen. Hetzelfde geldt natuurlijk voor gezondheidscommunicatie; wij praten in het dagelijks leven wat af over gezondheid, informeren elkaar, steunen elkaar. En het geldt voor een groot deel zelfs voor wetenschapscommunicatie. Mensen refereren in hun contacten zeer vaak aan wetenschap of wetenschappelijke bronnen. Ik heb daar met Hedwig te Molder nog een hoofdstuk over geschreven voor een boek over wetenschapscommunicatie (Van Woerkum en Te Molder, 2007). Die communicatie zouden we moeten leren begrijpen, wat voor Hedwig te Molder ook steeds het vertrekpunt is.

Dat is empirisch denken: wat gebeurt er feitelijk? Zo heb ik ook leren inzien dat je interactieve beleidsvorming op kunt vatten als een leerproces (dat er geleerd wordt is natuurlijk heel wenselijk) maar dat het in werkelijkheid toch met name gaat om onderhandelingen tussen de partijen, vanwege verschillen in visie en belang. Ik heb hier met Noelle Aarts veel aan gewerkt.

Het verschil tussen het normatieve en het empirische heb ik ook in de laatste periode ervaren. Opnieuw was ik – voorschrijvend, normatief – begonnen om aan bedrijven uit te leggen hoe ze met hun omgeving moesten omgaan. Daar zijn allerlei ideeën voor ontwikkeld. Ik ben geëindigd met een artikel over wat er feitelijk die externe oriëntatie van bedrijven bepaalt, waarom het ene bedrijf wel goed om zich heen kijkt en de signalen benut en het andere niet. Had ik daar niet mee moeten beginnen? Ik denk het wel. Maar ook hier kreeg het wenselijke de overhand.

Een heel ander voorbeeld: huisartsen. Eerst maakte ik modellen voor hoe ze met patiënten moesten omgaan, normatief. Ze konden informatie geven, ze konden – persuasief – ook motiveren en ze konden – interactief – de patiënt betrekken, zowel bij de vraag waarom ze ziek werden als wat ze daar aan konden doen. Het laatste, de interactieve variant, vond ik natuurlijk eigenlijk het beste en daar had ik goede argumenten voor. Pas later ben ik gaan denken - empirisch – over wat die huisartsen nu eigenlijk doen in die gemiddeld 10 minuten per consult. Sonja van Dillen heeft bij Gert Jan Hiddink en mijzelf een proefschrift geschreven o.a. over de communicatiestijlen, die je bij huisartsen feitelijk kunt terugvinden. Op dit moment kijken we (met PhD Bob Mulder en Marijn de Bruin) hoe in de huisartsenpraktijk diabetespatiënten worden voorgelicht. Wat doen professionals in de praktijk en waarom, dat is de vraag.

Ik stel vast dat althans bij mij het normatieve snel de overhand krijgt ten koste van het empirische. Ik stel gelukkig ook vast dat ik dit na een tijdje door krijg en de empirische kant op ga. Ik denk dat het normatieve in de wetenschap maar zeker in de praktijk gemakkelijk scoort. Men hoort graag hoe het moet. Reflectie op bestaande praktijken is daarentegen altijd analytisch complexer en vaak ook confronterend en onaangenaam. Toch moet het die kant op. Dit is natuurlijk weer een normatief idee, maar laat ik hier dan toch de argumenten hiervoor geven. Het belangrijkste argument is dat wie normatief naar de praktijk kijkt, dus vooral denkt te weten wat daar moet gebeuren, veelal niet goed ziet wat er feitelijk gebeurt. Het is als in de roman de Gezusters Materassi van Aldo Palazzeschi, waar de twee gezusters zich uitputten in droombeelden over wat hun aan hen toevertrouwde neefje later zou moeten worden. Wat een toekomst heeft die jongen! Intussen hebben ze een heel gebrekkig idee wat

die jongen eigenlijk door de dag heen uitvoert. Ik citeer 'Pas toen ze hun pogingen (hun dromen, Cees van Woerkum) opgaven, begonnen ze heel wat te zien'. Tot schade en wat blijkt in de roman ook tot schande van henzelf.

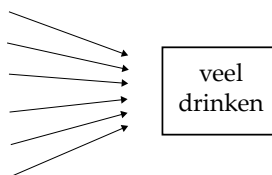
Wie normatief denkt over de praktijk ziet vaak onvoldoende wat er in die praktijk omgaat. Je komt met een boodschap die wenselijk is, maar doorgaans slecht in de context van benutting past. Die boodschap gaat dan vaak blind. De vraag is of u zo wel een toegepaste wetenschapper bent. In naam wel, maar in het echt? Kan dat: een toegepaste wetenschapper die niet wordt toegepast?

## Factorenmodellen en procesmodellen

Ik heb nóg iets geleerd, wat wel verwant is aan het vorige, maar dat ik toch graag een eigen plek geef. Dat is het verschil tussen het denken in factoren die gedrag bepalen en het denken in processen, hoe iets in de tijd verloopt, wat er gebeurt als iemand zich anders gaat gedragen.

voorbeeld: veel drinken

- sexe
- sociale omgeving
- beschikbaarheid alcohol
- uitgaanspatroon
- risicobewustzijn
- persoonlijke problemen



*Figuur 5 Factorenmodellen*

Het denken in factorenmodellen is uiterst lucratief. Rechts heb je de afhankelijke variabele, een bepaald gedrag. Links staan al die factoren die dat gedrag beïnvloeden. Ik geef het voorbeeld van drinken: het gaat hier natuurlijk niet om water en zeker niet om melk. Het is maar een voorbeeld, in een minuut verzonnen. Niet alle factoren kun je manipuleren, sexe bijvoorbeeld is een gegeven. Hoogstens kun je de perceptie van mensen over hun sexe beïnvloeden: moet een man vanwege zijn manzijn veel kunnen drinken? Maar een aantal factoren kun je wel aansturen, en ook met communicatie. Wat mensen weten, hoe ze iets waarderen, wat ze kunnen, wat ze denken te kunnen, wat ze denken wat sociaal gezien wenselijk is, etc., dat alles is met communicatie te beïnvloeden. Je hebt dan een instrumentarium dat je kunt inzetten, een soort toetsenbord, waarbij je als je het goede akkoord aanslaat, de juiste snaren worden geraakt en het gewenste deuntje klinkt.

Als ik met studenten aan een scriptie ga werken begin ik vaak met een factoren model. Als ze dat voor elkaar hebben, zijn ze al een heel eind. Maar gaandeweg in mijn loopbaan ben ik gaan inzien dat dit het halve verhaal is. Je weet dan wel wat bepaalt óf iemand van A naar B gaat, maar je moet ook weten hoé dat proces dan verloopt. Dat vraagt om een ander soort model, een procesmodel. Ik ben op dit idee gekomen na vele, vele malen gewerkt te hebben met het model van Fishbein en Ajzen, wat gedrag verklaart vanuit intenties en die weer vanuit de attitude t.o.v. het gedrag en de sociale norm. Ik ga hier niet verder op in. Dit befaamde model biedt veel inzicht in hoe gedrag bepaald wordt en hoe dus ook nieuw gedrag mogelijk kan worden, en is terecht een hit. Maar het nadeel ervan is, zo begon ik in te zien, dat het mechanisme, hoe mogelijke veranderingen tot stand komen, het proces dat daarmee gepaard gaat, zo onbelicht blijft.

Laat ik een voorbeeld geven, drinkgedrag van jongeren. De gevaren van veel drinken worden door jongeren zwaar onderschat. Dat jongeren drinken, ik bedoel alcohol drinken, komt doordat ze een bepaald positief idee over dat drinken hebben, dat het lekker is, stoer, gezellig, relaxed. En ook omdat hun omgeving er precies zo over denkt. Hun ouders misschien niet, maar die tellen even minder mee in die periode. Het is goed om dit allemaal te weten maar toch is het niet genoeg. Wat ik vooral graag ook wil weten, is wat er gebeurt als in een groep jongeren op een moment meer gedronken gaat worden. Er zijn groepen waar dit gecorrigeerd wordt, en er zijn groepen waar dit niet gebeurt en waar er zodoende een echte drankcultuur ontstaat. Mij interesseert vooral die eerste groep. Hoe komt het zelfreinigend vermogen van die groep tot stand? Heel concreet: welk soort gesprek ontstaat er waardoor zo'n groep zijn drankgedrag onder controle houdt? Als we dit soort discussies begrijpen kunnen we in de communicatie naar jongeren toe veel dichter bij de actie komen, waaruit wenselijke veranderingen ontstaan.

Als je mensen wilt veranderen moet je veranderen hoe mensen met elkaar omgaan en ze helpen een bepaald wenselijk gedrag mogelijk te maken. Dit kan via soaps, waarin je dit verbale of discursieve gedrag kunt laten zien en horen. Ik heb hier met Martine Bouman, Reint Jan Renes en Karen Mutsaers aan gewerkt. Je kunt fora openen om mensen de kans te geven om ervaringen te delen, je kunt zelfs natuurlijke gesprekken tapen en ze daarop laten reflecteren, waarmee bij ons Hedwig te Molder en Joyce Lamerichs bezig zijn geweest. Een heel interessante methodiek, die bredere toepassing in meer sectoren verdient.

Gezonder eten is een ander voorbeeld. Dit vraagt om actie. Hoe doen mensen dit? Hoe beïnvloedt de ene partner de ander om minder en vooral minder verkeerde



producten in te kopen? Hoe gaan mensen om met aangeboden snoep, taart en chips, hoe leren ouders kinderen groente eten? Ik heb met Laura Bouwman de Action Approach ontwikkeld. We blijven hopen dat onze twee artikelen, één over voeding, de ander over bewegen, gepubliceerd worden. Voor één ervan ziet het er intussen goed uit, al mogen we het dan niet meer de Action Approach noemen, maar bijvoorbeeld over een everyday life perspective. We weten veel over de tientallen factoren die voedingsgedrag vanuit de persoon, vanuit diens directe omgeving, vanuit de gemeenschap beïnvloed wordt, maar we weten nog weinig over hoe veranderingen tot stand komen, hoe men in de eigen omgeving een nieuwe routine opbouwt.

Die concrete veranderingen zijn altijd deel van een sociale context. Die context is doorgaans heel dynamisch, soms zelfs chaotisch. Onverwachte initiatieven, zoals het Sonja Bakker dieet, krijgen soms een enorme weerklank. Als er in Duitsland doden vallen door een nare bacterie, stoppen hele hordes met het eten van verse groenten. Maar er is altijd, ook dichtbij, van alles aan de hand. Dat maakt de procesbenadering minder grijpbaar en daardoor wellicht ook minder populair. Je zit liever achter de toetsen om het gewenste akkoord te laten klinken. Nu moet je je eigenlijk steeds in die wisselende situaties verdiepen om van daar uit de volgende stap te zetten. Het betekent dus ook een andere vorm van planning, waar ik om die reden ook enkele artikelen over geschreven heb, met o.a. Noelle Aarts en Ann van Herzele (Van Woerkum, Aarts, Van Herzele, 2011).

Je zou zo graag de sociale werkelijkheid willen bespelen. In plaats daarvan moet je vaak vanuit die werkelijkheid werken, vanuit wat daar gebeurt, en zoals Van Ginneken zegt: surfen op de golven die daar gemaakt worden. Factorenmodellen worden in de toegepaste communicatiewetenschap in geïsoleerde vorm veelal wensmodellen. Ze geven aan waarmee je tot een bepaald product kunt komen, maar ik wil in de fabriek kijken waar dit gebeurt, om een idee te krijgen van hoe dit concreet in zijn werk gaat.

## **Ter afsluiting**

Wensmodellen zijn modellen die als ze worden toegepast ogenschijnlijk datgene opleveren wat gewenst wordt. Daardoor zijn ze aantrekkelijk en gevaarlijk. Wetenschappelijke femmes fatales. Dat geldt voor communicatiemodellen á la het zender-ontvangermodel dat ik noemde, het geldt voor allerlei normatieve modellen die voorschrijven hoe een professional moet communiceren, en het geldt voor factorenmodellen als die niet worden gecombineerd met een model van het proces van verandering.

Wat zijn de risico's? Ik recapituleer, daarbij vooral lettend op ons contact met de beroepspraktijk. Op de eerste plaats verhinderen ze ons om goed naar die praktijk te kijken, zoals hij is. In die zin zijn wij net zo zelfreferentieel als de door ons verhuisde overheid. We zien in die praktijk vooral wat daar niet gebeurt, namelijk wat wij willen. En wij zien onvoldoende wat er wél gebeurt, en waarom. Inclusief effectieve strategieën die daar al doende via trial and error worden ontwikkeld door professionals. Toch zou dit het startpunt moeten zijn.

Dit alles leidt, ten tweede, bij ons onvermijdelijk tot frustratie. Zonder erkenning van de empirische realiteit van de mechanismes die de praktijk aansturen, gaan onze interventies mank. De oorzaak hiervoor wordt vervolgens – geheel voorspelbaar – bij die zelfde professionele praktijk gelegd, die gemakzuchtig, routineus is en vooral niet-professioneel, omdat men niet naar ons, de wetenschap, wil luisteren. De frustratie is wederzijds: de praktijk voelt zich miskend. Weliswaar maakt de praktijk zeker gebruik van onze wensmodellen, die zijn daar best populair, om daarmee een plan op te tuigen waarmee geld verkregen kan worden. Maar die modellen spelen in het dagelijks werk, zoals Anne Wevers, Reint Jan Renes, en ikzelf vonden, een heel wat minder prominente rol, to put it mildly, als de communicatie daadwerkelijk georganiseerd wordt (Van Woerkum & Renes, 2010). De praktijk klaagt over het nog onaangepaste aanbod van onze wetenschap. We zijn te traag, we zijn veraf, en te theoretisch. Ik wil hiermee niet zeggen dat de professionele praktijk goed functioneert. Alleen, dat onze pogingen om ze via wensmodellen te sturen niet goed werken.

Het resultaat is – ten derde – een slechte werkrelatie. Ons onderzoek wordt met name door collega-onderzoekers benut. Daarmee hebben we ook een goed contact, dat praat gemakkelijk. Als we aan impact denken gaat het ons niet zelden om de score op de citatie-index. Maar de slogan 'science for impact' is natuurlijk anders bedoeld. Er zijn vele perverse prikkels die ons als wetenschappers op ons eigen wereldje binden. Ik kan me nog het Wageningse voorstel herinneren om het derde kwaliteitscriterium van de VSNU, relevantie, voor de beoordeling van excellentie maar buiten beschouwing te laten. Ook in visitaties krijgt de praktijk, die toch een beslissend oordeel zou moeten vellen over ons rendement, een sub-rol of zelfs minder: ze praten gewoon niet mee. Daarom hecht ik veel waarde aan initiatieven als het Agora project met collega Pieter van 't Veer, waar in een zogenaamde academische werkplaats professionals uit de wereld van de gezondheidsbevordering gekoppeld worden aan lokale autoriteiten en aan ons als onderzoekers. Zo leer je anders kijken, en zo leer je bovendien ook omgaan met andere disciplines, in dit geval van epidemiologen en voedingsdeskundigen.

Ik wens dus dat we voorbij onze wensmodellen gaan kijken naar hoe de wereld in elkaar zit, met de complexiteit en dynamiek, het ongeregelde, dat daarbij hoort. De groep waaruit ik voortkom heeft op dit vlak veel potentie en menigeen heeft het wensdenken al lang verlaten. Maar laat ik voor mezelf spreken, want ik ben de enige waar ik nu nog wat vat op heb. Ik weet hoe sterk de verleiding is en ik moet me dwingen het rechte pad te volgen, de wereld in, waar het leven zich afspeelt volgens een eigen logica. De praktijk moet leidraad zijn en geen interventie-object, op afstand bestuurbaar. Dat is ook de reden voor het plaatje op de cover van deze rede. Dat plaatje was natuurlijk een beetje verwarrend, want inderdaad, dit lijken geen wensmodellen. Maar het plaatje geeft precies aan wat ik in communicatie belangrijk vind. Dat je geraakt kunt worden door een wereld die niet de jouwe is. Dat je dit intrigeert. Dat je wilt weten waarover die vrouwen praten en hoe ze daarover praten. Als je maar lang genoeg naar dit plaatje kijkt dan snap je dat je niet simpelweg met een slimme boodschap in die wereld doordringt, dat daar werk voor nodig is. Wat voor werk, daar gaat ons vak nu juist over.

## **Dank!**

Ik ga nu afscheid nemen. Dat kan ik niet doen zonder een aantal personen nadrukkelijk te bedanken. Laat ik beginnen met degenen waarmee ik het meeste contact had, dat zijn de secretaresses die me – op hun eigen manier – al die jaren hebben ondersteund. Ik wil de laatste drie noemen, in volgorde: Regina van den Brink, Maarit Junnikala en Sylvia Holvast. Het valt moeilijk aan te geven hoe belangrijk hun rol is geweest in het zeven van de informatie die in bakken op ons afkwam, in het prioriteren ervan, in de interactie met de buitenwereld, met aardige en minder aardige mensen, in de planning van het werk, de agenda, de voorbereiding van bijeenkomsten of lezingen. Ik heb veel aan jullie te danken en een groot deel van mijn betrekkelijke gemoedsrust was puur gebaseerd op jullie inspanningen. Waar ik zonder jullie terecht gekomen was weet ik niet, maar ik heb daar wel bange vermoedens over.

Ten tweede moet ik noemen Joke Janssen en Vera Mentzel, de adjunctbeheerders, in chronologische volgorde. Met Joke Janssen heb ik een bepaald concept ontwikkeld over het beheer van een leerstoelgroep: een gezond financieel beleid en een stimulerend personeelsbeleid, zeker ook t.a.v. AIO's en contractmedewerkers. Ik wou bij mijn aantreden in '89 per sé een adjunctbeheerder, en jij hebt die rol voortreffelijk vormgegeven. Vera Mentzel is een waardige opvolger, zeer verantwoordelijk, met veel inzet en kundigheid. Je taak wordt er niet lichter op, de komende tijd, maar als iemand het kan ben jij het.

Ook het overig OBP, Mirjam Cevat, Annette Dijkstra en eerder Sjoukje Atema, ik kan ze niet allen noemen, zijn van grote waarde geweest voor het laten rijden van de vakgroepsmobiel. Misschien zijn jullie er samen niet de motor van, maar dan toch wel het elektrische systeem, wat zoals we weten in nieuwe auto's zeer belangrijk is. Dan wil ik even teruggaan naar het begin: 1971. Ik arriveerde voor een sollicitatiegesprek in Wageningen, vanuit het woelige Nijmegen. Daar waren alle prikborden volgehangen met affiches die opriepen tot discussie en actie, hier trof ik op een groot prikbord één klein briefje aan van iemand die vroeg of iemand zijn dictaat bijenteelt soms gevonden had. Dat was dus wel even wennen. Van het sollicitatiegesprek met Anne van den Ban herinner ik me nog dat hij het van belang vond dat ik boerenfamilie had en wist hoe het er op een boerderij aan toe ging – ken de doelgroep. Hij gaf me vanaf het begin veel ruimte om mijn ideeën te ontwikkelen, ook, en dit vind ik heel bijzonder, ook als ze afweken van de zijne. Hij was mijn promotor en gaf me als vertegenwoordiger van Wageningen naar buiten toe veel verantwoordelijkheid. Hij heeft tot op de dag van vandaag (en morgen ook nog) een stimulerende rol gespeeld voor onze hele groep.

Niels Röling was zijn opvolger. Ook Niels moet ik danken voor zijn vertrouwen in mij. Bij hem ben ik UHD geworden. Hij ademde innovatietheorie, kun je zeggen, en zijn aanstekelijke enthousiasme en – zo leek het – onuitputtelijke energie was doping van de beste soort. We waren het lang niet altijd eens maar ook die controverses waren niet te onderschatten bron van inspiratie. Niels is bovendien promotor van zo'n 70 dissertaties, een heel bijzonder aantal, waarvoor we hem zeer dankbaar moeten zijn. Ik geraak misschien tot de helft.

Ik kom nu dichterbij de leerstoelgroep van nu. Eerst was ik hoogleraar voorlichtingskunde. Die benaming is in overleg met mijn groep – heel gelukkig – veranderd in Communicatie- en Innovatiestudies, een ook achteraf goede beslissing. In 2002 kreeg ik de kans een nieuwe leerstoel op te zetten: communicatiestrategieën. Mijn beide UHD's, Hedwig te Molder en Noelle Aarts, zijn van grote betekenis geweest voor het verrijken van het concept strategie. Hedwig heeft een eigen onderzoekslijn ontwikkeld over hoe mensen in alledaagse conversaties interactionele doelen realiseren. Zij is sinds een jaar halftijds hoogleraar in Twente in Science Communication. Hedwig, ik heb veel van je geleerd en bewaar zeer goede herinneringen aan alle discussies in diverse PhD trajecten, die gelukkig nog doorgaan. Je bent eigenzinnig en briljant en een bron van vernieuwing.

Met Noelle Aarts heb ik vele artikelen op het gebied van strategische communicatie, vooral rond organisaties, gepubliceerd. We schreven samen een boek over strategi-

sche communicatie en verzorgden het inleidend college. Noelle is buitengewoon hoogleraar strategische communicatie aan de UvA, een ook voor ons gelukkige benoeming. Noelle combineert een uitgesproken theoretische interesse met een goed gevoel voor de praktijk. Bovendien is het een sociaal iemand die niet bang is om vuil werk voor de groep op te knappen. Noelle, jij was voor mij vaak een partner in crime en ik denk met groot plezier terug aan de vele stimulerende gesprekken die – mooi is dat – niet zullen ophouden.

Met Margit van Wessel heb ik jaren het college Communication and Organisations gegeven. Jij hebt zeer originele ideeën op het gebied van overheid-burger relaties. Van jou zullen we nog het e.e.a. horen. Ik moet je danken voor de uitstekende samenwerking.

Marijn de Bruin, Anne Marike Lokhorst en Marijn Poortvliet. Jullie vormen een gedroomd trio waar ik trots op ben. Ik verwacht veel van jullie. Ik heb altijd gedacht dat ik mensen moest aanstellen die beter waren dan ikzelf. U zult zeggen dat dat misschien niet zo moeilijk was. Maar ze moeten het wel willen. Mijn opvolger mag in zijn of haar handen knijpen met zo'n stel. Prof. Gert Jan Hiddink, buitengewoon hoogleraar Voedingsvoorlichting via intermediairen, dank ik voor zijn energieke bijdrage aan PhD-onderzoek. Veel van dat onderzoek is puur aan hem te danken. Hij is de grote animator achter de Heelsum conferenties, een bijzonder fenomeen met een grote internationale uitstraling.

Dan ga ik naar een hoger niveau, de sectie communicatiewetenschap. Vooreerst moet ik Cees Leeuwis bedanken voor de werkelijk voortreffelijke samenwerking (Cees is van Communicatie en Innovatie Studies). Cees, jij hebt met je analytische geest veel betekend voor het ontwerpen van ons gezamenlijke sectiebrede onderzoeksprogramma Space for Change. Maar ik dank je zeker ook voor hoe we samen de sectie beheerden en knopen hebben doorgehakt. Jij hebt een groot gevoel voor verantwoordelijkheid, wat er wel toe leidt dat je het nu heel druk krijgt. Ik heb vaak gedacht: gelukkig is er CeesL nog, maar nu natuurlijk helemaal. Ik wens je veel sterkte de komende tijd.

Ook de andere leden van de leerstoelgroep Communicatie- en Innovatiestudies moet ik hier noemen. Met jullie heb ik heel plezierig samengewerkt en we hebben samen ook veel bereikt.

Sommigen hebben de sectie recent of even terug verlaten. Daarvan moet ik noemen Maria Koelen, waarmee ik in vele PhD-trajecten uitstekend heb samengewerkt. Zij is nu hoogleraar Gezondheid en Maatschappij. En Reint Jan Renes, nu lector aan de Hogeschool Utrecht. Het was een genot met jou onderzoek te begeleiden. Gelukkig is het niet voorbij.

Nog hoger ligt het niveau van het departement. Ik dank Ruud Huirne en Laan van Staalduinen voor de ondersteuning. Jullie zijn niet verantwoordelijk voor de protocolisering en de bureaucratische omknelling waaronder wij allen zuchten. Jullie zijn toegankelijk, flexibel en houden niet van spelletjes. Ik heb verder altijd ingezet op constructieve contacten met de diverse staf-afdelingen in de Leeuwenborch en we hebben daar goed mee samengewerkt. Ook het bestuur van de onderzoeksschool, ik noem Tuur Mol, en van de opleidingen, ik noem Maria Smetsers, die veel voor ons gedaan heeft.

De Universiteit dank ik voor de geboden kans om Strategische Communicatie in het Wageningse domein neer te zetten. Ik meen te weten dat de rector, Martin Kropff, het belang hiervan helder voor ogen heeft. Hopelijk kan hij ertoe bijdragen dat mijn opvolger snel gevonden wordt.

En natuurlijk moet ik, weer terug naar de basis, de studenten noemen die voor mij een bron van inspiratie zijn geweest, zo eigenwijs als ze waren, of beter: juist als ze eigenwijs waren. Ik zal jullie missen. En ik moet de PHD's noemen, die veel voor mij hebben betekend. Ik ben blij dat ik dit werk nog door kan zetten, ook met collega's van buiten de sectie zoals Bart Gremmen en Jeanne de Vries.

Er breekt nu een andere tijd aan. Ik blijf voorlopig nog wel in het vak en heb nog zo'n tien PhD's. Ik wil zeker nog lezingen blijven geven; de praktijk gaat me aan het hart. Toch, er komt space for change. Ik ga hoe dan ook meer aan muziek doen. Met mijn professionele fluitbroer Martien, die helaas wel aan de schönen blauen Donau woont, maar vooral ook met fluitvriend Martin, de best fluitspelende statisticus van Nederland, waarmee ik overigens ook artikelen schrijf. Beide Marti(e)ns wil ik beter tegenspel gaan bieden. Met trouwe vriend Koen Blokker wil ik het vaker op een lopen zetten, waarbij we de WUR, nu van op meer afstand kunnen analyseren en verder alle dingen des levens.

Maar zeker wil ik meer tijd besteden aan mijn kinderen Mariken (met Wick), Karlijn (met Martijn) en Ward. En de kinderen van Joke: Jonas (met Colette) en Leoni (met Lucca). Samen hebben we tien kleinkinderen, van het levendige soort mag ik wel zeggen. Ik blijf me verbazen over jullie creativiteit.

En vooral wil ik meer tijd hebben voor en met mijn lieve Joke. We hebben door ziekte een zwaar jaar achter de rug. Het is tijd voor iets lichters. Hoewel, we hebben nog ons Europese project. Daar weet ik niets van, zult u zeggen. Dat komt nog wel. Het gaat om het volgende, het betreft een recreatieve faciliteit. In Europa staan, weten wij uit ervaring, veel, echt veel, niet normaal veel bankjes verkeerd. Heeft u het? Ooit stonden ze misschien goed, maar nu niet meer. Die bankjes moeten verplaatst

worden. Daar hebben wij in veel gevallen ook heel concrete ideeën over. Het zit hem vooral in de implementatie. Wij gaan dat natuurlijk niet allemaal doen, maar willen het wel coördineren. Van die dingen dus.

Ik dank u.

## Referenties

Van Woerkum, Cees (1984). *Massamediale voorlichting: een werkplan*. Meppel, Boom.

Van Woerkum, Cees (1990). Het instrumentele nut van voorlichting in beleidsprocessen. *Massacommunicatie*, 18, 263-278.

Van Woerkum, Cees (2000). *Communicatie en interactieve beleidsvorming*. Alphen aan de Rijn, Samsom. (eerste druk in 1997; de tweede druk is aanzienlijk gewijzigd).

Van Woerkum, Cees (1979). Sociologen over communicatie; het begrip en verschijnsel communicatie in de sociologie. Wageningen, Veenman.

Van Woerkum, Cees (2012). The active reader: what is active? *Journal for communication and technical writing* (forthcoming).

Van Woerkum, Cees (1972). De selectie van opinieleiders: een aanzet tot een nieuwe method. *Sociologische gids*, 19, 2, 15-26.

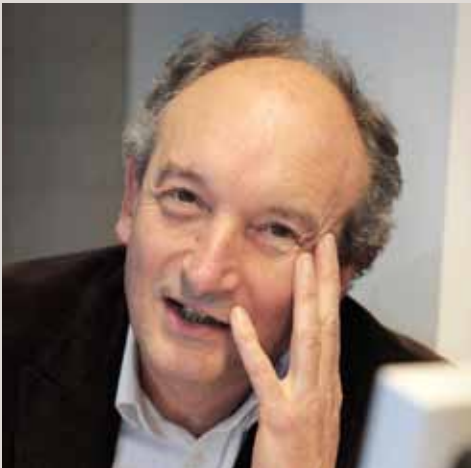
Van Woerkum, Cees & Noelle Aarts (2011). Organizing by projective hearing: the active use of a passive sense. *International Journal of Strategic Communication*, 5, 3, 171-182.

Van Woerkum, Cees & Hedwig te Molder (2007). Wetenschap in alledaagse communicatie, in: Jaap Willems, *Basisboek wetenschapscommunicatie*, Amsterdam, Boom, 222-234.

Van Woerkum, Cees, Noelle Aarts en Ann van Herzele (2011). Changed planning for planned and unplanned change. *Planning Theory*, 10, 2, 144-160.

Van Woerkum, Cees & Reint Jan Renes (2010). Health Communication as applied science: what is applied? *Health Communication*, 25, 6/7, 572-573.





Prof. dr. C.M.J. van Woerkum

*'Veertig jaar Wageningse Communicatiewetenschap heeft me geleerd hoe verleidelijk het is om met communicatie van alles te willen regelen, waardoor je vergeet goed te kijken naar wat er werkelijk in de praktijk gebeurt. Ik heb ook geleerd om met die verleiding beter om te gaan.'*