

# Mediagids voor wetenschappers

Universiteit Leiden, 2021



Universiteit  
Leiden

Bij ons leer je de wereld kennen

# Inhoud

1. Wetenschappers in de media .....	3
2. Wanneer kom je in de media? .....	4
2.1 De universiteit heeft in overleg met jou een nieuwsbericht geplaatst en/of een persbericht aan de media verstuurd .....	5
2.2 Als een journalist je belt naar aanleiding van een actuele ontwikkeling .....	5
3. Voor, tijdens en na een interview .....	7
3.1 Praktische zaken vooraf voorafgaand aan een interview .....	9
3.2 Tijdens een interview .....	12
3.3 Na het interview .....	14
4. Hoe ga je om met kritiek in de (sociale) media? .....	15
5. Contact en meer informatie .....	17



# 1. Wetenschappers in de media

Wetenschappers zijn graag geziene gasten in de media. Ze worden dan ook regelmatig uitgenodigd voor radio- en tv-optredens en geïnterviewd voor krantenartikelen. Ze praten mee in podcasts en online features of leiden journalisten met camera's en al rond in hun labs. De Universiteit Leiden waardeert het als je je werk af en toe uitlegt aan een breed publiek. We stimuleren bijdragen in de media en we hebben mensen in dienst die je hierbij op weg kunnen helpen. Maar uiteindelijk zal je als wetenschapper zelf je verhaal moeten vertellen. Om dat gemakkelijker te maken, geven we je in deze mediagids graag enkele praktische tips over optreden in de media.

**“ Wetenschapscommunicatie is cruciaal om de impact van ons onderzoek te laten zien. Om de samenleving mee te nemen in wat we als universiteit doen, en om te laten zien waarom dat waardevol is voor iedereen. ”**

*Prof.dr.ir. Hester Bijl, rector magnificus Universiteit Leiden*

## 2. Wanneer kom je in de media?

Er zijn verschillende situaties waarin journalisten contact met je kunnen opnemen. Deze situaties hebben hun elk eigen dynamiek.

Een eerste mogelijkheid is dat een journalist contact opneemt naar aanleiding van je eigen onderzoeksresultaat, bijvoorbeeld wanneer de universiteit – in overleg met jou – een nieuwsbericht op de website heeft geplaatst of een persbericht heeft verstuurd.

In deze situatie ligt het initiatief bij jou als wetenschapper. Jij hebt nieuws in de aanbieding en wil hier graag media-aandacht voor. Er is een persbericht uitgegaan en je bent bekend met de inhoud daarvan. Het gaat om je eigen onderzoek en je kunt je dus goed voorbereiden op mogelijke vragen.

Maar soms komen contacten met journalisten wat onverwachter. Bijvoorbeeld als een journalist naar aanleiding van een actuele ontwikkeling wil weten hoe jij hier als expert over denkt. Hierop ben je niet altijd voorbereid. Misschien heb je geen tijd of ben je niet helemaal op de hoogte van de aanleiding, je weet misschien niet precies waarom de journalist uitgerekend met jou contact op neemt, of misschien komt het gewoon niet gelegen.

Deze gids gaat dieper in op deze twee situaties. Je vindt hierin praktische tips over wat je voor, tijdens en na een interview kunt verwachten, hoe je je kunt voorbereiden ook bij een onverwacht verzoek en wat je nog meer kunt doen om een mediaoptreden tot een succes te maken.

Een derde voorkomende situatie is dat een journalist je benadert naar aanleiding van je eigen, persoonlijke activiteit op sociale media, bijvoorbeeld Twitter of een persoonlijke blog. Sociale media hebben een eigen dynamiek. Lees alles hierover in de [socialemediacode](#) van de universiteit.

## 2.1 De universiteit heeft in overleg met jou een nieuwsbericht geplaatst en/of een persbericht aan de media verstuurd

Als je een onderzoeksresultaat hebt gepubliceerd waar de media mogelijk in geïnteresseerd zijn, helpt de universiteit je graag om het onder de aandacht te brengen. Je kunt hiervoor altijd contact opnemen met de adviseur wetenschapscommunicatie van de universiteit (SC&M), of met je facultaire communicatieafdeling om de mogelijkheden voor publiciteit te bespreken. Zij kunnen helpen bij het opstellen van een nieuwsbericht, en/of besluiten of dit actief bij de (vak)media onder de aandacht gebracht moet worden door het als persbericht te versturen.

Een aantal aandachtspunten in deze situatie:

- Een persbericht kun je zien als een uitnodiging aan journalisten om contact met je op te nemen over het onderzoeksresultaat en vragen te stellen. Zorg dus altijd dat je goed (telefonisch) bereikbaar bent voor de pers, tot ongeveer een week nadat het nieuws bekend is gemaakt.
- Bereid je goed voor. Bedenk van tevoren welke vragen journalisten je zouden kunnen stellen, verdiep je in het publiek, en bereid eventueel zelf een paar punten voor die je graag extra wil toelichten. Zie ook de punten in hoofdstuk 3 voor het voorbereiden op een interview, en tips om je tijdens en na afloop te helpen.

## 2.2 Als een journalist je belt naar aanleiding van een actuele ontwikkeling

Er kunnen allerlei redenen zijn waarom journalisten graag met een wetenschapper willen spreken. Soms zoeken ze naar een deskundige om een actuele gebeurtenis of ontwikkeling te duiden. In dat geval willen ze je vaak citeren in een krant, tijdschrift of op een website. Het is ook mogelijk dat een journalist enkel wat achtergrondinformatie bij een onderwerp zoekt, zonder daar direct over te publiceren. Dan is het gesprek met jou onderdeel van een journalistiek onderzoek (vaak ter voorbereiding op een publicatie). Als journalisten namens een radio- of tv-programma bellen, zoeken ze vaak iemand voor een studio-interview.

Een telefoontje van een journalist komt vaak onverwacht. Dit kan betekenen dat je niet meteen een feitelijk en genuanceerd antwoord paraat hebt op de vragen die gesteld worden. Vraag de journalist dan gerust eerst om wat meer achtergrondinformatie: waar gaat het precies om, wat wil de journalist precies van je, en waarom belt deze journalist juist jou? Denk niet alleen vanuit de vragen die gesteld worden maar ook wat je zelf kunt aanbieden. Meedenken wordt vaak gewaardeerd.

Een aantal aandachtspunten in deze situatie:

- Het is heel gebruikelijk om de journalist te zeggen dat je even over de vragen na wilt denken, dus twijfel niet om dat te doen. Als je om meer tijd vraagt, geef dan wel duidelijk aan wanneer je terugbelt.
- Soms gebeurt het dat je gebeld wordt om een onderwerp toe te lichten dat wat verder van je echte expertise ligt, of dat misschien wel beter aansluit bij de expertise van een collega. In dat geval is het een goed idee om de journalist door te verwijzen naar die collega, of naar een universitaire persvoorlichter/woordvoerder.
- Word je uitgenodigd voor een (studio-)interview, lees dan vooral ook de tips in hoofdstuk 3.
- Journalisten werken vaak met hele korte deadlines. Wees dus niet verbaasd als een journalist je belt voor een interview dat de volgende dag al in de krant moet staan, dezelfde dag nog online moet verschijnen of op de radio komt. Maar soms is er meer tijd. Gespecialiseerde wetenschapsjournalisten hebben bijvoorbeeld vaak wat ruimere deadlines, bijvoorbeeld omdat ze voor een weekendbijlage of een maandblad schrijven.
- Bij radio- en tv-programma's wil een redacteur altijd een voorgesprek, vaak op korte termijn. In zo'n gesprek wordt een onderwerp (en jouw visie erop) nader verkend, maar de redacteur kijkt vooral ook naar je deskundigheid, zelfverzekerdheid en jouw spreekvaardigheid. Het kan voorkomen dat er na een voorgesprek alsnog besloten wordt je niet in de studio uit te nodigen. Of dat een gepland interview wordt afgezegd of verplaatst, simpelweg omdat er urgenter nieuws tussen is gekomen.



### 3. Voor, tijdens en na een interview

Als je wordt gevraagd voor een interview voor een artikel, op radio of tv, weeg dan van tevoren goed de voor- en nadelen van een dergelijk mediaoptreden af.

Optreden in de media kan goed zijn om je inzichten breed te delen, de maatschappij te betrekken bij wat je doet, of maatschappelijke verantwoording af te leggen over onderzoek dat vaak wordt betaald uit publieke middelen. Je kunt op die manier ook de waarde van wetenschap voor maatschappelijke kwesties en vraagstukken laten zien.

Mediaoptredens zijn tevens een manier om je eigen bekendheid en reputatie vergroten, en/of die van je onderzoeksinstituut en de universiteit. Het is bovendien leerzaam om over je onderzoek te vertellen aan niet-vakgenoten, en veel wetenschappers vinden het erg leuk om te doen. Maar onthoud dat je zelf de teugels in handen hebt en doe niets tegen je zin in.

Als je het niet ziet zitten om met de media in gesprek te gaan, als je geen tijd hebt of het gevoel hebt er (nog) niet klaar voor te zijn, geef dat dan duidelijk aan. Als je twijfelt, kun je ook altijd overleggen met collega's, de **facultaire communicatieafdeling** of de **adviseur wetenschapscommunicatie**. Ook als je meer mediatraining wilt of wil oefenen voor je interview, kun je contact opnemen.



**“ We willen een open kennissamenleving zijn. Daar kunnen we als wetenschappers aan bijdragen door het publieke debat te voeden en verrijken met de resultaten van ons onderzoek. Maar ook door uit te leggen hoe wetenschap werkt. Debat en onzekerheid horen daarbij. ”**

*Prof.dr. Ineke Sluiter, hoogleraar Griekse taal en literatuur aan de Universiteit Leiden en president van de Koninklijke Nederlandse Akademie van Wetenschappen*





### 3.1 Praktische zaken vooraf voorafgaand aan een interview

Er zijn een aantal zaken die je bij elk interview kunt doen ter voorbereiding, ongeacht voor welk medium het is (krant, tv, radio etc.):

- Vraag om de naam van de journalist/redacteur en contactgegevens.
- Vraag om de naam van het programma, krant, tijdschrift of website, en het onderdeel daarbinnen (rubriek, katern e.d.). Ken je het? Zo niet, verdiep je hierin. Wie is de doelgroep, wat is het bereik? Vraag om een link naar een uitzending of website, of een pdf van het laatste nummer.
- Stel de journalist vragen over de context, aanleiding en invalshoek: wat wil de journalist precies van je weten en waarom?
- Vraag om het artikel of item voor publicatie in te zien (indien mogelijk), om zo feitelijke onjuistheden of quotes in een verkeerde context te kunnen corrigeren.
- Maak helder wat je, los van de gestelde vragen, nog meer te bieden hebt. De meeste journalisten waarderen het als je als deskundige meedenkt, en zo kan je het gesprek helpen sturen. Misschien is er wel veel meer te vertellen over het onderwerp als de journalist de vraag net iets anders stelt.
- Vraag de journalist of er behoefte is aan informatie vooraf, bijvoorbeeld een recente wetenschappelijke paper, waarmee de journalist zich kan inlezen.
- Vraag wie er verder in het artikel of item worden opgevoerd. Vooral bij radio en tv is het goed om te weten wie er nog meer aan tafel zitten. Bedenk ook of je je daar prettig bij voelt.
- Vraag naar het tijdpad. Wanneer moet de journalist het item of het artikel af hebben?
- Vraag naar de lengte van het artikel of item en vraag hoe groot jouw bijdrage hierin zal zijn. Gaat het om een paar korte quotes of een uitgebreid interview?

Bij radio- en tv-interviews, al dan niet live, zijn er nog een aantal specifieke zaken om vooraf na te vragen:

- Vraag bij radio en tv wie het interview gaat doen. Dat is meestal iemand anders dan de redacteur die je spreekt. Je kunt die persoon vooraf googlen en/of fragmenten opzoeken ter voorbereiding.
- Vraag bij radio of tv of het live is of dat het van tevoren opgenomen wordt.

- Vraag of je vooraf de vragen kunt ontvangen (of in elk geval de eerste vraag), zodat je je kunt voorbereiden en niet overvallen wordt. Dat is vooral voor radio en tv van belang. Vraag bij televisie ook of je vooraf de ‘instarts’ mag zien (korte filmpjes tussen het item door). Meestal kan dat kort voor de uitzending. Op die manier weet je beter waarop je geacht wordt te reageren.
- Bij live-uitzendingen: zorg dat je vooraf weet hoeveel spreektijd je hebt. Dat helpt bij het maken van keuzes in wat je wel of niet vertelt.

### **Afspraken maken en onderhandelen**

Het lijkt misschien spannend of ongemakkelijk, maar met de meeste journalisten kan je goede afspraken maken of zelfs onderhandelen voordat je je medewerking toezegt. Journalisten zijn dat gewend, en in de mediawereld is het vaak ook gewoon een ‘voor wat, hoort wat-spelletje’.

Een belangrijke afspraak om vooraf te maken, is of je het artikel of item mag inzien voor publicatie. Bij live interviews gaat dit uiteraard niet op. Dit is in Nederlandse media vrij gewoon; veel journalisten vinden het zelfs wel fijn, zeker bij een complex onderwerp. Controleer de tekst op feitelijke onjuistheden en quotes in de verkeerde context. Probeer echter niet het artikel geheel te herschrijven, dat stellen journalisten niet op prijs. Blijf constructief, respecteer de journalistieke onafhankelijkheid en wijs enkel op zaken die volgens jou echt onjuist zijn.

Het is in Nederland niet gebruikelijk om een financiële vergoeding te vragen voor een journalistiek interview. Journalistieke bijdragen vallen onder vrije nieuwsgaring en vrije uitwisseling van informatie. Onkosten, zoals vervoer naar een studio, worden in sommige gevallen wel gedekt. In andere gevallen, bijvoorbeeld als je gevraagd wordt om een heel artikel te schrijven, kan je wel een vergoeding vragen. De mogelijkheden hangen af van diverse zaken: wat voor bijdrage is het, hoeveel werk wordt van jou verwacht, wat is het kanaal waarop je bijdrage verschijnt en dergelijke.

Je kunt nog meer afspraken maken met journalisten, of over zaken onderhandelen. Als je bepaalde voorwaarden hebt of afspraken wil maken, doe dit dan

voordat je aan een interview begint zodat alles vooraf duidelijk is. Verzoeken achteraf worden door journalisten niet of minder snel gehonoreerd. Onderwerpen waar je aan kunt denken, zijn:

- **Exclusiviteit.** Soms wil een journalist je verhaal enkel hebben als hij/zij het exclusief krijgt. Je mag dan tot uitzending of publicatie niet met andere media praten. Dat kan aantrekkelijk zijn, bijvoorbeeld als er veel ruimte/tijd tegenover staat of als het medium een groot (inter)nationaal bereik heeft. Maak je een dergelijke afspraak, dan moet je je daar natuurlijk aan houden.
- **Embargo.** Wees helder over embargo's op onderzoeksresultaten of afspraken met opdrachtgevers/financiers. Journalisten zijn gewend om met embargo's te werken en respecteren die doorgaans ook. Leg duidelijk uit wat de reden is van het embargo, bijvoorbeeld een nog uit te spreken oratie of een nog niet gepubliceerd artikel in een wetenschappelijk tijdschrift.
- **Vermelding.** Bespreek met de journalist hoe je vermeld/geïntroduceerd – naam, titulatuur, functie, vakgebied, universiteit – wilt worden. Geef vooraf je voorkeur hierin aan.
- **'Off the record'** spreken. Soms wil je wel je kennis delen, maar heb je geen zin om geciteerd te worden. Maak dit vooraf duidelijk kenbaar aan de journalist, en zorg dat hij/zij akkoord is hiermee voor je verder spreekt. Bedenk dat de informatie niet alsnog herleidbaar tot jou moet zijn en beseft dat het in de wetenschappelijke wereld gebruikelijk is om met open vizier te discussiëren.

### **Voor gevorderden**

Je kunt ook andere stellen aan jouw deelname aan het interview. Denk bijvoorbeeld aan een minimum hoeveelheid spreektijd, of de garantie dat een bepaald onderwerp ter sprake komt in een interview, of juist niet. Of misschien wil je wel dat een journalist vermeldt dat je net een boek over het bewuste onderwerp hebt gepubliceerd. Je kan ook afspreken dat je het artikel/interview mag publiceren op je website.

**Let op:** onderhandelen biedt extra mogelijkheden, maar wees er voorzichtig mee. Bedenk dat journalisten altijd hun onafhankelijkheid zullen bewaken en ze willen (of kunnen) niet overal aan meewerken.



## 3.2 Tijdens een interview

Over het algemeen geldt dat de journalist en jij hetzelfde doel hebben: samen komen tot een mooi artikel of item. Maar besef dat de vraagsteller – zoals in elk ander gesprek – technieken kan toepassen om je tot een reactie te verleiden. Bijvoorbeeld stiltes laten vallen, of dezelfde vraag in andere vorm herhalen. Dat kan zowel bij studio-interviews als bij een telefonisch interview voor bijvoorbeeld een krant.

Blijf dus altijd scherp tijdens een interview. Stiltes zijn niet erg, het is niet aan jou om die op te vullen als je naar je eigen mening voldoende gezegd hebt. Als je hier meer over wil weten, of mee wilt oefenen omdat je binnenkort mediaoptredens verwacht, informeer dan bij je [facultaire communicatieafdeling](#) of de [adviseur wetenschapscommunicatie](#) naar de mogelijkheid van een media-training.

### Algemene tips tijdens het interview

- Houd altijd rekening met het medium en met de doelgroep. Is de doelgroep algemeen of specifiek? Zijn het bijvoorbeeld kinderen of intellectuele NRC-lezers? Verplaats je in je publiek, en pas de manier waarop je je verhaal vertelt daarop aan. Je zult merken dat een gesprek met een journalist voor het Jeugdjournaal anders is dan met een journalist voor Het Financieele Dagblad. Ga daar vooral in mee.
- Zorg dat je de kern van je verhaal scherp hebt. Wat is je hoofdboodschap en wat moet de lezer/kijker/luisteraar echt weten om het goed te begrijpen? Herhaal die boodschap dan ook regelmatig.
- Gebruik aansprekende, concrete voorbeelden om je verhaal kracht bij te zetten. Bij abstractere onderwerpen komen ook metaforen en vergelijkingen goed van pas. Vraag bijvoorbeeld of je tijdens een studio-interview voorwerpen mag gebruiken.
- Geef zo direct mogelijk antwoorden. Neem niet aan het begin een hele lange (wetenschappelijke) aanloop. Begin met het belangrijkste punt dat je wilt maken en zorg daarna dat je dat kan toelichten.
- Stel je niet te formeel op als je vertelt over je eigen onderzoek, laat ook je passie voor je onderzoek zien. Bereid eventueel een persoonlijke anekdote voor.

- Soms stellen journalisten ook privé-vragen naar aanleiding van je onderzoeksonderwerp. Bijvoorbeeld of je zelf wel eens drugs hebt gebruikt als je onderzoek doet naar verslaving, of wat je stemt als je politicoloog bent, of hoe vaak je zelf met het vliegtuig reist als je onderzoek gericht is op duurzaamheid. Die persoonlijke kant vinden journalisten die werken voor laagdrempelige programma's, of bijvoorbeeld programma's voor kinderen, vaak belangrijk. Ze willen graag dat hun doelgroep zich kan herkennen in een wetenschapper. Als je er niet op in wil gaan, bedenk dan een grappige/ luchtige manier om zo'n vraag te omzeilen.
- Zeg het eerlijk als je iets niet weet. Bijvoorbeeld omdat je er geen onderzoek naar hebt gedaan, of omdat je het niet passend vindt in de context van het interview. Het is dan prima om te reageren met 'Dat is niet mijn expertise', 'dat zou u iemand anders moeten vragen', of 'daar gaan wetenschappers niet over (maar bijvoorbeeld politici of diplomaten ...)'.
- Negeer bij tv de camera en kijk de interviewer en de eventuele andere gasten aan.
- Praat op radio en tv niet te snel, en praat niet door anderen heen.
- Let bij tv op je motoriek: beweeg niet te veel (ook niet met je handen). Dat leidt af van je boodschap.
- Let op als journalisten leidende vragen stellen of een al te simpele samenvatting geven van jouw genuanceerde verhaal. 'Dus u zegt eigenlijk ...?' Reageer met 'Wat ik zeg is ...' of 'Het belangrijkste punt is ...'



- Stuur het gesprek bij als de interviewer te veel van het onderwerp (jouw verhaal) afwijkt. Maak een bruggetje in een antwoord: 'Dat doet me denken aan ...' of vraag letterlijk aandacht voor iets: 'Mag ik ook nog ingaan op ...?'
- Laat je niet provoceren of uit de tent lokken door andere gasten. Word niet boos. Blijf professioneel en blijf bij je eigen onderwerp/expertise.

### 3.3 Na het interview

- Als je een interview hebt gegeven en het artikel hebt gecontroleerd op onjuistheden, kan het gebeuren dat het toch anders in de krant komt dan je verwacht. De kop en soms ook de introtekst van een artikel wordt meestal door een eindredacteur gemaakt en niet door de journalist die je gesproken hebt. Op dit proces heb je helaas weinig invloed, maar het is goed om je ervan bewust te zijn.
- Laat de universitaire of facultaire communicatieafdelingen weten dat je aan een item hebt meegewerkt, en vermeldt wanneer het gepubliceerd of uitgezonden wordt. De communicatieafdelingen van je faculteit kunnen je helpen meer aandacht voor het item te genereren.
- Soms zorgt het ene artikel of mediaoptreden ervoor dat ook andere media over je onderzoek willen schrijven. Dit zogenaamde vliegwieleffect kan je een hoop extra publiciteit opleveren. Soms word je dan opnieuw gebeld door andere journalisten, maar het kan ook zijn dat ze elkaar gewoon overschrijven. Deze dynamiek kan ten koste gaan van de juistheid en nuance van de berichtgeving. Houd dit in de gaten en neem bij foutieve berichtgeving contact op met die media, ook als je ze niet gesproken hebt.
- Bewaar de contactgegevens van journalisten die je gesproken hebt, of die interesse in je onderzoek hebben getoond. Je kunt dan later zelf het initiatief nemen als je iets nieuws te melden hebt. Dat is heel gebruikelijk, en journalisten waarderen het als je ze persoonlijk attendeert op nieuws.
- Maak aan het eind voor jezelf de balans op. Wat heb ik van dit mediaoptreden geleerd? Vond ik het leuk? Wat ging goed, wat zou ik een volgende keer beter kunnen?



## 4. Hoe ga je om met kritiek in de (sociale) media?

Aan de Universiteit Leiden wordt veel onderzoek gedaan naar maatschappelijke onderwerpen. Wees je ervan bewust dat onderwerpen soms gevoelig liggen en kritiek kunnen losmaken. Door de opkomst van internetbronnen en sociale media is bovendien het idee ontstaan van ‘alternatieve feiten’ en de opvatting dat ‘wetenschap ook maar een mening is’. Daarnaast nemen mensen op sociale media soms minder de algemene fatsoensnormen in acht. Hoe ga je met kritiek in de media, of met persoonlijke aanvallen of zelfs intimidatie op sociale media?

### **Kritiek in of tijdens een media-optreden**

Bij een interview over je onderzoek kan de journalist je uiteraard kritische vragen stellen. Deze kun je vaak goed voorbereiden, zie de tips in hoofdstuk 3. Sommige media – met name de dagelijkse talkshows – vinden het echter leuk als een wetenschapper in debat gaat met een ‘criticus’. Dan ontstaat er ‘polemie’ en zijn ‘beide kanten aan het woord geweest’. Het idee is dat de kijker zelf kan oordelen. Deze criticus is echter lang niet altijd een andere wetenschapper, en is niet zelden veel directer, persoonlijker en ongenueerder dan je wellicht gewend bent van collega’s. Informeer daarom altijd naar wie er verder aan tafel zitten en kijk of je met hen in discussie wil. Stel de vraag of er dan wel genoeg ruimte is om je boodschap over het voetlicht te brengen. Baseer je beslissing niet alleen op de informatie die je van de redacteur krijgt, maar ook op je eigen gevoel. Voelt het goed om in deze setting over dit specifieke onderwerp te praten?

Vraag advies aan ervaren collega’s of aan je facultaire communicatieafdeling, de adviseur wetenschapscommunicatie of de universitaire woordvoerder als je twijfelt. Enkele algemene tips voor een dergelijke situatie:

- Op internet is voor elke dubieuze stelling of complottheorie wel ‘bewijs’ te vinden. Niet zelden door selectief te shoppen in wetenschappelijke

publicaties of wetenschappelijke onzekerheden uit te vergroten. Bezoek websites van ‘tegenstanders’ en ken de gebruikte argumenten.

- Emoties en gevoelens spelen in veel kwesties een belangrijke rol. Wetenschappers kijken graag naar feiten en gemiddelden, maar individuele ervaringen anders kunnen zijn. Toon daar begrip voor. ‘U ervaart dat zo, dat begrijp ik heel goed, maar voor de meeste mensen is dat niet het geval!’
- Maak een onderscheid tussen je expertise/rol als expert en je eigen mening/gevoel. Emotie kan soms alleen met emotie worden beantwoord. Bedenk daar voorbeelden bij.

### **Kritiek op sociale media**

Het vrije en open academisch debat is belangrijk voor de ontwikkeling van kennis en vooruitgang van de wetenschap. Sociale media bieden een platform om je kennis te delen en laagdrempelig met mensen in gesprek te gaan erover. Helaas kun je soms ook zeer felle reacties krijgen wanneer je actief bent op social media. Geef zelf altijd het goede voorbeeld en communiceer met open vizier. Zeg wat je wil zeggen maar blijf feitelijk, inhoudelijk deskundig, genuanceerd en stel je niet onnodig provocatief op. Grof en/of dreigend taalgebruik horen daar uiteraard niet bij. Ook uitsluiting en discriminatie worden vanzelfsprekend niet getolereerd.

Meer over het gebruik van sociale media, de voordelen en nadelen ervan voor wetenschappers, staat in de [socialemediacode](#) van de Universiteit Leiden.

### **Bij bedreigingen**

Als je zelf doelwit wordt van bedreigingen en/of aanhoudend grove posts op sociale media, neem dan contact met op de [afdeling Veiligheidszaken](#) op het Bestuursbureau. De universiteit zal uiteraard al het mogelijke doen om je te helpen.





## 5. Contact en meer informatie

Voor hulp en ondersteuning bij contact met de media, kun je terecht bij de communicatieafdeling van je faculteit of de adviseur wetenschapscommunicatie van Strategische Communicatie en Marketing. Ook als je nieuws over je onderzoek bij de media onder de aandacht wilt brengen, kun je contact opnemen.

- **Adviseur Wetenschapscommunicatie (SC&M)**  
Marieke Epping: [m.epping@bb.leidenuniv.nl](mailto:m.epping@bb.leidenuniv.nl) | 071 527 1521
- **Faculteit Archeologie**  
Marten Jesse Pot: [m.j.pot@arch.leidenuniv.nl](mailto:m.j.pot@arch.leidenuniv.nl) | 071 527 2685
- **Faculteit Geesteswetenschappen**  
Joost van der Sluijs: [j.van.der.sluijs@hum.leidenuniv.nl](mailto:j.van.der.sluijs@hum.leidenuniv.nl) | 071 527 8591
- **Faculteit Governance and Global Affairs**  
Judith van Doorn: [j.e.van.doorn@fgga.leidenuniv.nl](mailto:j.e.van.doorn@fgga.leidenuniv.nl) | 070 800 993
- **Faculteit Rechtsgeleerdheid**  
Floris van der Driesche: [f.van.den.driesche@law.leidenuniv.nl](mailto:f.van.den.driesche@law.leidenuniv.nl) | 071 527 5256
- **Faculteit Sociale Wetenschappen**  
Rick Henneveld: [r.m.henneveld@fsw.leidenuniv.nl](mailto:r.m.henneveld@fsw.leidenuniv.nl) | 071 527 3395
- **Faculteit Wiskunde en Natuurwetenschappen**  
[news@science.leidenuniv.nl](mailto:news@science.leidenuniv.nl)
- **Leids Universitair Medisch Centrum/Faculteit Geneeskunde**  
[pers@lumc.nl](mailto:pers@lumc.nl)

### Bij bedreigingen

Als je doelwit wordt van bedreigingen en/of aanhoudend grove posts op sociale media, neem dan contact met op de afdeling Veiligheidszaken:

Leo Harskamp: [l.j.t.harskamp@bb.leidenuniv.nl](mailto:l.j.t.harskamp@bb.leidenuniv.nl) | 071 527 1191

Jaap van Zaanen: [j.van.zaanen@bb.leidenuniv.nl](mailto:j.van.zaanen@bb.leidenuniv.nl) | 071 527 3802

### Meer informatie over wetenschapscommunicatie

De Young Academy Leiden heeft een aantal [handige tips en informatiebronnen](#) over wetenschapscommunicatie en *outreach* verzameld.



Universiteit  
Leiden