Tijdschrift voor Communicatiewetenschap - jaargang 33 - nr. 5 2017

FREEM

THE FUTURE

REPORTAGE BIJ PURPLE PILL

INTERVIEW MET JONNA TER VEER

ALLE NIEUWE COMMISSIES

DE NIEUWE FREEM OMA

TOEKOMST QUIZ

Redactieadres
Mycelium t.a.v. Freem
Postbus 9104
6500 HE Nijmegen
freemcw@gmail.com

Oplage
500 exemplaren

Hoofdredactie
Elze Roes

Eindredactie
Elze Roes
Evelien Schreurs
Lisanne Vergouwen
Marthe Kamphuis
Puck van Overvest

Beeldredactie
Celesta Kuling
Karsten Albers
Marthe Kamphuis
Lisanne Vergouwen

Tekstredactie
Elze Roes
Kelly Verbunt
Yannick Chalkiopoulos
Ming Ebbinkhuijsen
Cedra van Erp
Mart Megens
Puck van Overvest
Felix Radius
Evelien Schreurs
Milou Verhagen

Speciale bijdrage van
Myceliumbestuur
OLC

Copyright
Het is niet toegestaan zonder voorafgaande en uitdrukkelijke toestemming van de hoofdredacteur door *Freem* gepubliceerde artikelen geheel of gedeeltelijk over te nemen, te publiceren of anderzijds openbaar te maken of te verveelvoudigen.

Advertenties
Malle Babbe
Rabobank

Social Media
FreemCW
FreemCW

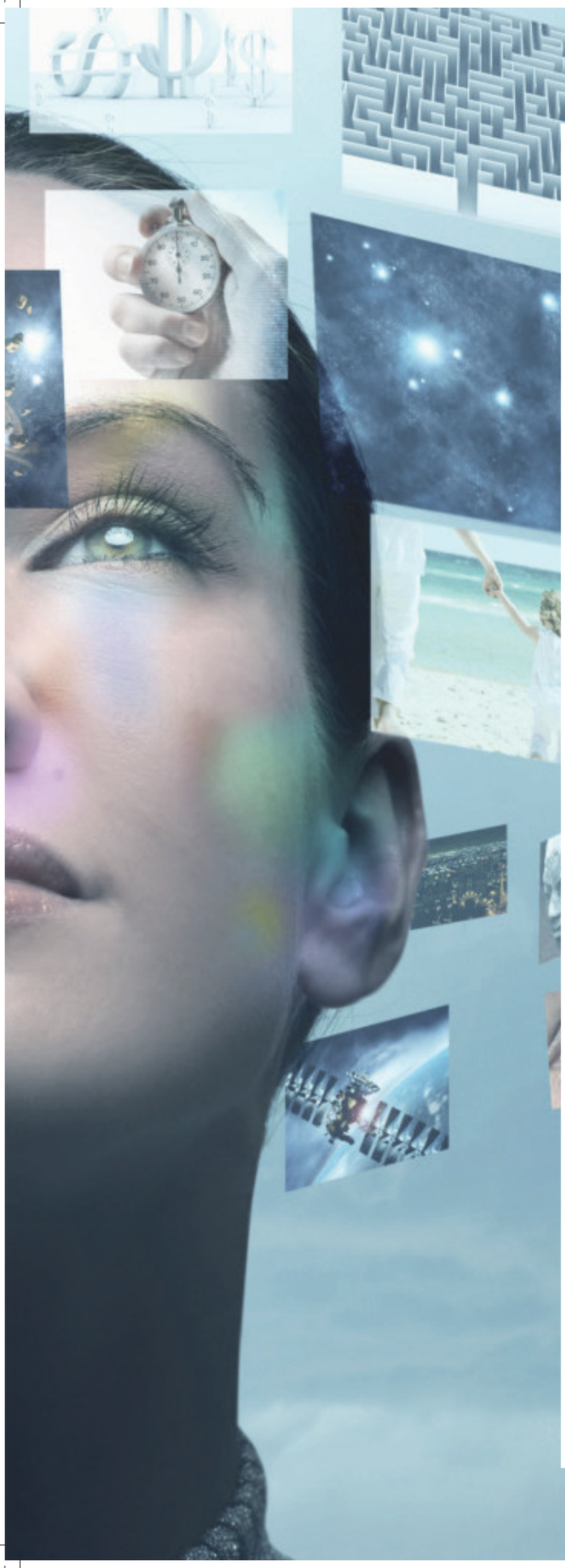
VOORWOORD

Terwijl ik bezig ben met de laatste *Freem* van 2017, kijk ik terug op een jaar waarin onder andere Londen, Stockholm, Manchester en Barcelona slachtoffer werden van terrorisme. Het jaar waarin *fitgirls* uit moesten kijken dat er geen fipronil in hun proteïnerijke eitjes zat en het jaar waarin Irma meer werd dan alleen een meisjesnaam. Vanaf januari werd Trump officieel president in Amerika en stond heel Facebook vol met *memes* waarin hij als een enorme domoor werd bestempeld. Dit terwijl wij in Nederland zelf Prinsjesdag moesten vieren zonder een nieuw kabinet. Al deze ontwikkelingen konden we bovendien volgen op de nieuwe, futuristische *iPhone X* en vastleggen op een *#bothie* in plaats van een *#selfie*. Dit lijkt normaal, maar tien jaar geleden was ik nog dolgelukkig met mijn uitklaptelefoon die niet meer kon dan sms'en en bellen. Waar *social influence* nu dé manier van reclame is, kan dit over een paar jaar weer helemaal anders zijn. Wat gaat het toch allemaal snel.

Daarom kijken we deze *Freem* niet terug, maar juist **vooruit**: we kijken naar de toekomst. We gaan 2018 in, een goednieuw jaar waarin (bijna) alles nog mogelijk is. Misschien haal jij dit jaar wel je diploma, ontmoet jij de liefde van je leven of publiceer jij jouw scriptie in *The Journal of Marketing*. Maar ook op communicatiewetenschappelijk gebied is de toekomst enorm interessant. Daarom zijn wij voor jou de toekomst in gedoken.

Voor je ligt de eerste *Freem* van een gloednieuwe redactie met mij als hoofdredactrice. In deze editie spreekt social media redacteur Jonna ter Veer (NOS op 3) over nieuws in de toekomst. We zijn op bezoek geweest bij Virtual Reality bedrijf Purple Pill en we verdiepten ons in burnouts onder millennials. In de nieuwe rubriek Trends laten wij de nieuwste ontwikkelingen en producten zien. Maar we gaan ook terug in de tijd: wat vindt onze eigen oma Tos van alles wat er tegenwoordig gebeurt? En hoe is het om je telefoon een tijdje uit te zetten en een *digital detox* te ondergaan? Dit en nog veel meer kun je lezen in deze nostalgische, papieren *Freem*!

Elze Roes
Hoofdredactrice 2017-2018



4

8

27

INHOUDSOPGAVE

Reportage Purple Pill	**4**
Docenteninterview	**7**
Interview met Jonna ter Veer	**8**
Gelukkig 2028	**11**
De nieuwe *Freem* redactie	**12**
Trends	**14**
Het studentenportret	**16**
De toekomst quiz	**17**
Milennials & burn-outs: hoe te voor-komen?	**19**
Uit je digitale bubbel	**20**
The (C) Way Up	**22**
Mycelium Inside	**24**
Tos brandt los	**27**
Storing	**28**
Vraag van vandaag	**29**
OLC Update	**30**
Het Nawoord	**31**

REPORTAGE: PURPLE PILL

In het kader van de toekomst is er één bedrijf dat niet mag ontbreken en bij vele studenten al bekend in de oren zal klinken: Purple Pill, een bedrijf dat werkt met Virtual Reality (VR) en Augmented Reality (AR). Virtual Reality is een toepassing binnen de audiovisuele industrie die nog niet zo lang bestaat, maar steeds meer aan het groeien is en een groot deel van de digitale toekomst zal gaan uitmaken. Cassandra de Klerck, oud Communicatiewetenschap studente, nam ons mee in de wereld van VR. Wij mochten een kijkje nemen op kantoor en in de studio om erachter te komen hoe een productie van VR eruitziet en wat de plannen voor de toekomst zijn.

TEKST MART MEGENS
& MING EBBINKHUIJSEN
BEELD CELESTA KULING

Na een flinke autorit van Nijmegen naar onze hoofdstad, ligt er vlak bij Nemo, aan het IJ, een deels militair bedrijventerrein waar Purple Pill gevestigd is. In een gebouw waar ook andere kleine audiovisuele bedrijven zitten, zoals het bedrijf Solo's dat onder andere de trailermuziek voor de film Dunkirk maakte, bevindt zich aan het einde van de gang het kantoor van Purple Pill. Anders dan verwacht ziet het er vanbinnen eigenlijk heel normaal uit. Een paar computers, hier en daar wat technische snufjes en een mooi uitzicht op Amsterdam. Maar ook deuren die nog met een klink opengaan, lampen met schakelaars en geen robots die je eten komen brengen. Ze zijn toch nog zo lekker gewoon gebleven. Nadat we iets te drinken krijgen, neemt Cassandra ons even apart om wat te vertellen over het bedrijf.

Purple Pill bestaat eigenlijk nog niet heel lang. Ze zijn nu bijna vier jaar bezig sinds dat collega Thierry, afkomstig vanuit de architectuur, in Italië stuitte op een kunstwerk dat hij ruimtelijk wilde kunnen namaken. Met dit idee kwam ook *co-founder* Nick spreekwoordelijk in beeld, zij zijn samen het bedrijf gestart, na het bouwen van een camera met de benodigde techniek. Een bedrijfskundige, in combinatie met *development*, bleek de juiste aanvulling te zijn en zorgde voor het begin van vele producties. Cassandra zelf is sinds twee jaar verantwoordelijk voor het creëren van deze producties. Ze schrijft scripts en regisseert vervolgens het project. Een andere tak van het bedrijf zorgt er achteraf voor dat deze producties toegankelijk worden voor de doelgroep met behulp van speciale software tijdens de post-productie.

"Als je met je hoofd beweegt, kun je helemaal om je heen kijken."

Maar wat is Virtual Reality dan precies? Het is een door technologie gestuurde manier om in een film, game of kunstwerk te stappen. Je wordt namelijk, doordat je een 'VR-bril' op hebt, omringd door 360 graden beeld en audio. Als je met je hoofd beweegt, kun je helemaal om je heen kijken. Virtual Reality en Augmented Reality zijn wel twee verschillende toepassingen binnen deze wereld van technisch illusionisme. In VR kom je in een andere wereld terecht en ben je afgesloten van de realiteit. Door middel van AR kun je juist een virtuele laag creëren over de bestaande wereld heen. Een bekend voorbeeld hiervan is het spel *Pokémon Go*, dat in de zomer van 2016 zorgde voor veel ophef. Daarin kun je als speler op jacht gaan naar verschillende Pokémon in je eigen buurt, tot ergernis van vele buren. De markt voor VR is over het algemeen het grootst voor de entertainment en trainingen. Zo kunnen mensen met hoogtevrees digitaal bungeejumpen om deze angst te overwinnen. AR kan ook veel praktische mogelijkheden bieden. Een presentatie op school zal over een enkele jaren à la 'Nederland Kiest' worden aangevuld met hologrammen in de lucht. Het Amerikaanse bedrijf Apple is al ingehaakt op AR, en heeft daarbij eigenlijk VR overgeslagen. Zij verwachten namelijk dat er volgend jaar een hype in marketingland gaat komen met behulp van deze techniek.

Als een bedrijf aanklopt bij Purple Pill, dan ziet de rest van het productieproces er als volgt uit: op de eerste dag wordt het verzoek van een klant behandeld. Dit is vaak iemand vanuit de kunst of commerciële sector, met een vraag over de mogelijkheden van Purple Pill, of met een specifieke opdracht. Er volgt dan een algemene presentatie over VR. Mensen die niet in de VR-wereld zitten, weten vaak niet goed wat ze kunnen verwachten. Om inzicht te geven in het hele proces, worden er daarom demo's getoond, die de mogelijkheden laten zien. Er wordt ook altijd geadviseerd om een VR-bril aan te schaffen. Heeft de klant dit niet, dan komen ze niet ver met hun eigen opdracht. Daarna volgen drie sessies met de klant om de vraag helemaal goed te begrijpen. Vanuit daar wordt de vraag verder ontwikkeld in een concept, wat uitgewerkt wordt in een script. Met dit script gaan ze terug naar de klant om goedkeuring te krijgen. Als zij akkoord gaan wordt de pre-productie opgezet. Hierin worden de benodigdheden om het script te kunnen realiseren verzameld en worden de partijen die erbij betrokken moeten worden opgetrommeld. Als dit geregeld is, kan het draaien gaan beginnen. Dit duurt vaak één

tot twee weken. Hierna begint de post-productie: de periode waarin alle beelden worden *gestitched*, geëdit en eventuele visuele effecten worden toegevoegd aan de beelden. Als laatste wordt er een app gebouwd die ervoor zorgt dat de beelden te zien zijn in de brillen. Dan is het afhankelijk van de opdrachtgever of er ook nog een campagne omheen moet worden gebouwd. Na drie maanden is het hele commerciële project dan afgerond, bij kunstprojecten duurt dit soms wel een jaar.

"Met behulp van VR en een hologram kan het bedrijfsverhaal in een andere vorm gepresenteerd worden."

Het soort project dat op gang wordt gezet is afhankelijk van de opdrachtgever. Kunstenaars komen vaak met een vraag of een zelf ontwikkeld idee. Zij willen gebruik maken van VR, omdat je hiermee op een hele andere manier een verhaal kan vertellen of een gevoel kan overbrengen. Uit de commerciële sector komen vragen van bedrijven zoals O'Neill voor next level marketing, of softwarebedrijf zoals SAP voor het creëren van een experience door hun eigen bedrijfsgebouw. Met behulp van VR en een hologram kan het bedrijfsverhaal in een andere vorm gepresenteerd worden. De mogelijkheden binnen VR zijn dus bijna eindeloos. Ook internationaal is er veel belangstelling voor samenwerkingen met Purple Pill. Thierry is net terug uit Los Angeles om contacten te leggen met bedrijven in de filmwereld, zoals Universal Studios, die geïnteresseerd zijn in de software die Purple Pill ontwikkelt. Concurrentie is er in dit segment van de markt nauwelijks, Purple Pill zit namelijk in het hoogste segment. Zij zijn eigenlijk het enige bedrijf dat projecten maakt, maar daarnaast ook software ontwikkelt. Er zijn wel wat bedrijven die dergelijke cameraatjes kopen voor een paar duizend euro om VR te filmen, maar het verschil met de kwaliteit van Purple Pill is dan ook erg groot. Om hoogwaardig VR te maken moet je veel kennis hebben van de technologie en de financiële investering ligt op ongeveer één ton om een dergelijke VR-film voor elkaar te krijgen.

Zelf hebben wij natuurlijk ook mogen ervaren hoe het is om de virtuele wereld binnen te treden. Cassandra heeft ons verschillende projecten laten zien, waaronder 'April': een film over connectie, verlies en de acceptatie daarvan. Het verhaal wordt verteld door middel van muziek en symboliek, waarin een meisje centraal staat als hoofdpersonage. Omdat je met een VR-bril 360 graden om je heen kan kijken, lijkt het alsof je zelf deel uitmaakt van het verhaal, waardoor de betrokkenheid bij een film ontzettend wordt vergroot. Een ander project, genaamd 'Superstar', draait het om een bekende DJ, die jouzelf moet voorstellen. Je begint in een limousine, waar gillende meiden om je handtekening vragen. Vervolgens wordt er een interview afgenomen door Dennis Weening, waarin het zo echt lijkt dat jij bijna zelf wilt gaan antwoorden. Je krijgt op deze manier een exclusief kijkje in het leven van een superster. Het is zo realistisch vormgegeven, dat je bijna gelooft dat je het zelf ook daadwerkelijk bent. Op het moment dat je de bril weer afzet, moet je weer even aarden. Je komt vanuit een hele andere wereld weer terug in de werkelijkheid.

"Op het moment dat je de bril weer afzet, moet je weer even aarden."

Als afsluiter van de dag neemt Cassandra ons mee naar de andere kant van het terrein, waar de studio's zich bevinden. Als er een concept klaar ligt, gaat hier het echte werk beginnen: het opnemen van de beelden. Waar de verwachting is dat de studio's groot en futuristisch zouden aandoen, blijkt het eigenlijk een doodnormale, kleine, witte ruimte te zijn waar greenscreens en wat grote lampen hangen. We uiten dan ook de verbazing over het feit dat alles zo groot lijkt en hoe dat dan ooit in die ruimte zou kunnen passen, als je zo'n VR-bril op hebt. Ze vertelt ons dat de beleving van tijd en ruimte heel anders is in VR en dat alles dus gemakkelijk past op een kleine set. Daarnaast vroegen wij ons af hoe er wordt gezorgd dat er 360 graden geluid aan de film wordt toegevoegd. Dit gebeurt blijkbaar door middel van speciale microfoons. Op de camera zelf staat een microfoon die de verschillende sporen van geluiden om zich heen kan opnemen. In de ruimte zelf bevinden zich nog losse zendertjes. Er zijn door een bedrijf naast hen, Spook, tools ontwikkelt zodat je geluid in de ruimte kan plaatsen. Door die tools kan er worden laten zien waar het geluid zich bevindt en welke bewegingen het maakt, omdat geluid zich in een soort cirkels beweegt. Op die manier wordt het bewegend beeld gecombineerd met de geluiden.

De verwachting van Cassandra over de toekomst van VR en AR is dat VR een nog groter deel van de entertainment- en training industrie gaat zijn en AR een grote maatschappelijke toepassing zal worden. Beide vormen zullen zich net als smartphones integreren. Zelf had ze verwacht dat in 2017 en 2018 VR toch al wel mainstream zou zijn, terwijl het voor veel mensen nog als best wel nieuw wordt ervaren. De integratie kan nog wel eens acht tot vijftien jaar gaan duren, voordat we er in de samenleving allemaal echt gebruik van zullen maken. De prognoses van deze integratie liggen nu op 2023. In de toekomst zal waarschijnlijk een groot deel van de huishoudens een dergelijke bril in huis hebben, maar niet in deze vorm. De brillen die nu bestaan zijn lomp, zwaar, dragen niet prettig en zien er daarbij ook nog eens niet aantrekkelijk uit. Het zal er waarschijnlijk meer gaan uitzien als een fancy bril of een klepje. In ieder geval iets dat ook gewoon hip is en te 'branden' valt. Ondertussen zijn wij weer een beetje geaard vanuit de VR-wereld in de echte wereld. Al met al een bijzondere ervaring en een heel interessante dag. Nadat we afscheid hebben genomen van Cassandra stappen we weer in onze tastbare auto om de helaas levensechte file tegemoet te gaan.

docenten-interview

De docentenrubriek is vernieuw. Iedere editie van Freem gaan we in gesprek met een wisselend duo en vragen we hen het hemd van het lijf over communicatie, hun vak en proberen we de docenten wat beter te leren kennen. Vandaag zitten we in het Cultuurcafé aan tafel met Paul Hendriks Vettehen en Thabo van Woudenberg. Paul Hendriks Vettehen zou je bijvoorbeeld kunnen kennen van de cursus Theorieën over media-effecten en Thabo van Woudenberg houdt zich onder andere bezig met het MyMovez project.

TEKST EVELIEN SCHREURS & MILOU VERHAGEN
BEELD KARSTEN ALBERS

Om te beginnen willen we weten welke ontwikkeling binnen de communicatie de docenten het meest interessant vinden. Paul heeft hier een duidelijke visie over. In één woord samengevat: infobesitas. Informatie werkt eigenlijk op dezelfde manier als voedsel. Tegenwoordig is er heel veel concurrentie en is informatie in overvloed verkrijgbaar tegen een hele lage prijs. Bovendien overheerst er vaak één soort: de soort die ingrediënten bevat waar mensen gevoelig voor zijn. Voor eten ligt dit voor de hand, we houden van zoet, zout en vet. Maar aandacht werkt net zo, stelt Paul, want mensen reageren van nature sterk op sensatie, emoties en korte verhalen. Hoe Trump communiceert op *Twitter* is hier een perfect voorbeeld van. Infobesitas is de ziekte van het heden, dit wordt echt een maatschappelijke bedreiging, omdat dit op een hele grote schaal gebeurt. Een mooie vergelijking tussen mediaboodschappen en de voedselmarkt.

Thabo komt met een hele andere insteek. Hij vindt de ontwikkeling op het gebied van communicatie die buiten de mens om plaatsvindt erg interessant. Hij heeft het over "the internet of things", waarbij apparaten met elkaar communiceren. Denk hierbij bijvoorbeeld aan zelfrijdende auto's en de bitcoin. Thabo beschrijft dat hoe het internet er nu uit ziet - gecentraliseerd en in handen van een paar grote bedrijven- grondig verandert. De nieuwe ontwikkeling van blockchain, waarbij data niet meer staan op één server maar alle stukjes data bij heel veel gebruikers liggen in een gezamenlijk netwerk. Een hele nieuwe internetervaring dus.

Een tweede vraag gaat over een onderwerp dichter bij huis. We vragen de docenten hoe zij denken dat colleges er over 10 jaar uitzien. Ze zijn erg met elkaar eens. Thabo stelt dat de explosie aan informatie ervoor zorgt dat de oude manier van een professor die vele studenten onderwijst niet meer efficiënt is. "Ik denk wel dat er nog colleges komen waarin één persoon informatie geeft, maar dat dit gecombineerd wordt met meer interactie. Zo is er software die jou individueel feedback kan geven over of je de stof snapt." Paul vult aan: "Studenten hebben tegenwoordig veel te maken met afleidingen. Het is bijvoorbeeld lastig om te studeren terwijl je via sociale media van alles hoort over een leuk feestje. Paul erkent dat hij als student erg serieus was. Hij vindt dat de manier van lesgeven minder schools moet worden. "Toekomstige communicatiewetenschappers moeten echt flexibel zijn en razendsnel op ontwikkelingen kunnen inspelen. Je moet zelf je vaardigheden op pijl houden, en dat soort mensen leiden we nu niet op. Een docent moet dus meer een coach worden zodat studenten zelf hun weg vinden."

Ook vragen we ons af wat nou een echte belangrijke skill is voor studenten om te hebben. Thabo vertelt enthousiast: "Misschien een combinatie van zelfredzaamheid en avontuurlijkheid. Dat maakt ook dat je het leukste je studie doorkomt. Ook in mijn jaar waren er mensen die al een eigen bedrijfje hadden of interessante stages liepen. Je moet zelf op avontuur gaan!" Paul sluit zich hierbij aan, en voegt ook toe dat studenten goede vragen moeten stellen. Dat brengt je ver in het leven!

Thabo van Woudenberg

Paul Hendriks Vettehen

Tenslotte vroegen we naar de toekomst van de docenten zelf. Hoewel Paul Hendriks al een langere tijd op de universiteit werkt is hij hier nog lang niet klaar. Hij zou zich nog met zaken zoals infobesitas bezig willen houden en een rol willen spelen in de veranderingen die in het onderwijs komen. Op het moment dat hij bij de uni weggaat moet hij het nog steeds leuk vinden om er te werken. Dit is geen probleem, want Paul Hendriks is een echte liefhebber van het werk dat hij doet. Thabo denkt dat hij over tien jaar niet meer op de uni werkt, zijn interesses liggen namelijk breder dan alleen de wetenschap. Hij heeft de ambitie om een eigen bedrijf op te zetten. Hier merken de mannen een generatieverschil, want in de generatie van Paul hoorde je dit niet vaak.

Als zowel de drankjes als de vragen op zijn sluiten we het gesprek af. We hebben een leuk gesprek gevoerd met de docenten en uiteenlopende, interessante en verrassende antwoorden gekregen. In de volgende Freem zullen we aan tafel schuiven met twee andere docenten om meer over ze te weten te komen!

INTERVIEW

MET

JONNA TER VEER

NOS

Het nieuws is iets van alle tijden. Iedere dag gebeuren er nieuwe dingen die nieuwswaardig zijn en waarvan mensen willen weten wat er nou eigenlijk is gebeurd. Hoe vertel je het nieuws en leg je onderwerpen het beste uit? Hoe betrek je de sociale media hierbij als nationale nieuwsorganisatie? Dit zijn zaken waar *social media*-redacteur Jonna ter Veer zich dagelijks mee bezighoudt bij NOS op 3, de deelredactie van de NOS die nieuws maakt voor twintigers. Jonna vertelt ons wat ze precies doet en hoe het nieuws meebeweegt met de sociale media-trends van jongeren, de generatie van de Nederlandse toekomst.

TEKST PUCK VAN OVERVEST & YANNICK CHALKIOPOULOS
BEELD KARSTEN ALBERS

Hoe ziet een dag bij NOS op 3 eruit voor jou?

"Als *social media* redacteur bekijk ik eerst alle kanalen op *social media* of er mensen hebben gereageerd en of er dingen gebeurd zijn waar ik op moet reageren. Ik doe dus eerst aan '*community management*'. Dan gaan we met de redactie de redactievergadering van 10 uur 's ochtends in en overleggen we welke onderwerpen we vandaag willen maken. Ik probeer dan ook te kijken welke ideeën er geschikt zijn voor een *follow-up* op Instagram. We zijn sinds kort aan het experimenteren met een nieuwsquiz op *Instagram stories*. Ik ben dus bezig met *social media*, zowel met het plaatsen als het bekijken van content. Ik doe dit op *YouTube*, *Twitter*, *Facebook* en *Instagram* Ik ben nauw in contact met de andere redacteuren, daarbij geef ik advies over de publicatiestrategie en opbouw. Onlangs hebben we een serie gemaakt, genaamd #Opgebrand, waarin studenten over hun burn-out vertellen door de hoge verwachtingen die ze aan zichzelf stellen, maar ook die hun studie of omgeving aan hen stelt. Ik word bij aanvang gevraagd mee te denken over wat er allemaal nodig is om deze serie succesvol bij ons publiek te krijgen. Op *Facebook* worden we voornamelijk door studenten gevolgd en is de emotionele betrokkenheid hoog. Daarom publiceren we deze serie eerst in delen op *Facebook*. Daarna kijken we pas of en hoe we de serie op andere kanalen publiceren. Voor Instagram kozen we een andere vorm, video's van een minuut, en een ander moment van publiceren."

Op de sociale media zitten veel jongeren. Hoe krijgen jullie als redactie deze groep aan het nieuws?

"Dat is een hele goede en relevante vraag voor ons. Wat wij al vroeg merkten is dat wij jongeren kunnen bereiken via de platforms waar zij uit nature of uit interesse al actief op bezig zijn. We hebben veel geëxperimenteerd en ook fouten gemaakt, want je moet natuurlijk wel duidelijk hebben wat je merkbeleving en doelgroep zijn en hoe je iets kan toevoegen aan nieuwsbeleving. Op het moment dat er nieuwe platforms of functionaliteiten bij komen, zoals de *stories* van Instagram of de Facebook *live* functie, dan gaan we kijken – en dat vind ik het leukste om te doen – hoe we met die functie iets kunnen doen met ons publiek, die natuurlijk tegelijkertijd deze functie ook privé aan het ontdekken is. Wanneer dit kan, kijken we vervolgens kritisch of we dit kunnen gebruiken om onze doelgroep te bereiken of dat het platform nog geen groot bereik heeft. We moeten het publiek wel kunnen bereiken en een inhoudelijk verhaal kunnen vertellen. Nu experimenteren we bijvoorbeeld met de poll-functie op *Instagram*: in de *stories* van @nosop3 kunnen gebruikers zelf hun nieuwskennis testen over een actueel onderwerp. Waar ik meteen heel blij van word, is dat veel gebruikers aan de quiz mee blijven doen. De betrokkenheid is hoog. Hoger dan bij onze andere *stories*, van verslaggevers op locatie bijvoorbeeld."

Wat is de rol van beeld nu nieuws meer op *social media* wordt geplaatst?

"Beeld is heel belangrijk, belangrijker dan vroeger. Bijna alle grote social media platforms, van Facebook tot Snapchat, zijn gericht op een visuele beleving. Dat betekent dat je een verhaal daar in beelden vertelt in plaats van in woorden. Of in een reeks korte video's, die de kijker kan doorklikken. Maar de kern blijft *storytelling*, de kunst van het verhalen overbrengen. Dat is al eeuwenlang hetzelfde. Vroeger deden we dat bij een kampvuur. Nu kijken we bij dat kampvuur op onze mobieltjes. Steeds als er een nieuw medium ontstaat of populair wordt, verandert de manier waarop kijkers verhalen tot zich krijgen en dus hoe je een verhaal kan vertellen."

Wordt er dan ook gespeeld met de lengte van de video's in deze generatie met een relatief korte spanningsboog?

"De lengtes van video's zijn belangrijk, maar voorop staat altijd dat wij een goed verhaal willen vertellen. De spanningsboog van mensen op *Facebook* is inderdaad kort - veel korter dan bij YouTube – dus je moet wel een heel goed verhaal te vertellen hebben als je wilt dat het merendeel van de kijkers je video afkijkt. Wij analyseren erg veel en kijken terug naar hoe onze verhalen het hebben gedaan. We kijken bijvoorbeeld of er een lijn in de verhalen zit die mensen willen bekijken en hoe wij hier dan op in kunnen spelen. Bereik is nog steeds belangrijk, maar niet meer het enige wat telt. We kijken namelijk ook naar hoe lang een filmpje bekeken is en op welk punt mensen besluiten dat ze blijven kijken. Kortom, we kijken terug, zodat we met die informatie betere beslissingen kunnen nemen. En over die korte spanningsboog: er komt zoveel informatie op jongeren af, waardoor ze juist heel veel honger hebben naar een goede uitleg over een bepaald onderwerp, zodat ze het snappen en kunnen doorvertellen.

Sommige onderwerpen kun je nu eenmaal niet kort vertellen, want dan doe je de inhoud tekort en ook het intelligentieniveau van je doelgroep. Ik vind jongeren heel erg slim over het algemeen. Ze zijn niet alleen heel mediawijs maar ook ontzettend betrokken, omdat de wereld zo klein is geworden door de sociale media. Dus als je hun aandacht hebt, houd 'm dan vast en probeer dingen goed toe te lichten. Bij elk onderwerp is er de afweging: kunnen we dit onderwerp korter vertellen of heeft dit meer tijd en liefde nodig om uitgelegd te worden?"

Aangezien tijd zo kostbaar is; zie je bij langere uitlegvideo's dat deze diepere uitleg ook echt loont in de uitkijktijd?

"Na een goede uitlegvideo – bijvoorbeeld laatst over hoe de blockchain werkt - worden we vaak bedankt door de kijkers, omdat ze het gevoel hebben het onderwerp eindelijk te snappen. Vooral de uitlegvideo's op *Youtube* doen het heel erg goed, daar hebben we een hele hoge uitkijktijd. Soms hebben we bij video's een uitkijktijd van 96% en dat zijn dan video's die langer dan twee minuten duren. Dan denk ik wel dat we waarde toevoegen en daar reageren mensen ook vaak erg positief op. Op *Snapchat* leggen wij het nieuws uit in tien seconden, hier behandelen we drie belangrijke gebeurtenissen uit het nieuws. Ook hier krijgen we veel positieve reacties, want een behoorlijk aantal jongeren is zich door deze *snaplines* in het nieuws gaan interesseren. Dan heb ik het over tien seconden, maar dat maakt qua waarde niet zoveel uit. Als je iemand kan informeren op zo'n manier, dan voeg je ook waarde toe op dat platform met die belevingswereld."

Van de vele informatie die jongeren op zich af krijgen, zit hier ook wel eens '*fake news*' tussen. Hoe gaan jullie hiermee om?

"Op momenten dat ons verweten wordt dat wij '*fake news*' verspreiden, ga ik met jongeren in gesprek in de *comments*. Op *YouTube* geven mensen al erg snel zo'n reactie. Ik ben dan benieuwd: waarom denk jij dat we '*fake news*' verspreiden? Nieuwsmedia liggen al een tijdje onder vuur sinds Trump president is geworden. Daarom vinden we dit belangrijk. Ik heb alleen nog nooit een reactie terug gehad, wat ik oprecht heel jammer vind. Daarnaast zorgen we er voor dat we onze verhalen ook op NOS platforms delen, De verhalen van onze video's zullen ook altijd in de app of op de site verschijnen met een artikel erbij zodat helder is dat wij de afzender zijn."

Wat willen jullie bij NOS op 3 in de toekomst veranderen aan het aanbod van nieuws?

"Het nieuws is heel snel en vluchtig, iedere dag is er nieuw nieuws waar jongeren zich druk om kunnen maken. Sommige nieuwsitems zijn echter blijvend en die willen jongeren kunnen begrijpen of zich er in kunnen verdiepen. We willen ons als NOS op 3 steeds meer gaan focussen op nieuws voor twintigers dat een langere houdbaarheidsdatum heeft en dat inzichtelijk kunnen maken op een manier die herkenbaar is en blijft."

Bedoel je hiermee het persoonlijker maken van het nieuws?

"Het zijn eigenlijk twee dingen: het geven van een menselijk gezicht aan het nieuws door bijzondere, persoonlijke verhalen uit te lichten die in onze doelgroep spelen en het uitleggen van het nieuws. Het uitleggen van het nieuws is een belangrijke kant waar wij ons op richten, hier worden onder andere uitlegvideo's gemaakt over vragen die relevant zijn en blijven. Hier nemen we ook echt de tijd voor, het is niet in één seconde verteld. We maken ook nieuwsitems waarbij we voor het nieuws een onderwerp zo uitleggen, dat ook kijkers het verder kunnen vertellen. Zo hebben we onlangs naar aanleiding van het Anne Faber onderzoek uitgelegd hoe de SOS-knop op je telefoon werkt. Maar we leggen ook uit wat een klimaatvluchteling is. Of hoe Islamitische Staat opkwam en weer langzaam verdween."

Hoe denk je dat het nieuws in de nabije toekomst zal worden gebracht?

"Het is heel lastig vooruit te kijken, omdat *social media* platforms constant veranderen, het publiek verandert en wij onze strategie daarop weer veranderen. ik denk dat nieuws zich gaat aanpassen aan de beschikbare tijd en kennis die de gebruiker over een bepaald onderwerp heeft. Want aandacht is een kostbaar goed, zeker op *social media*. *The Guardian* is daar net een experiment mee begonnen, *Smarticles* heet dit. In zekere zin doet Quartz dit ook met hun *news* bot waarin je nieuws als Appjes krijgt en zelf bepaalt of je meer over iets wilt weten en in welke vorm je dat wilt. Zo experimenteren nieuwsinstellingen tegenwoordig met het brengen van nieuws, waarbij gebruikers dus zelf meer kunnen bepalen welk nieuws ze zien. Ik zie toekomst voor nieuws podcasts, waar Nu.nl in Nederland al mee experimenteert. Met NOS op 3 gaan we ons nog meer richten op verdieping van het nieuws, door mini series over één onderwerp – die we samen met ons publiek maken zoals #Opgebrand - of korte documentaires. Begin december komt er bijvoorbeeld een prachtige korte documentaire online: Door de Ogen van Aleppo."

GELUKKIG 2028!

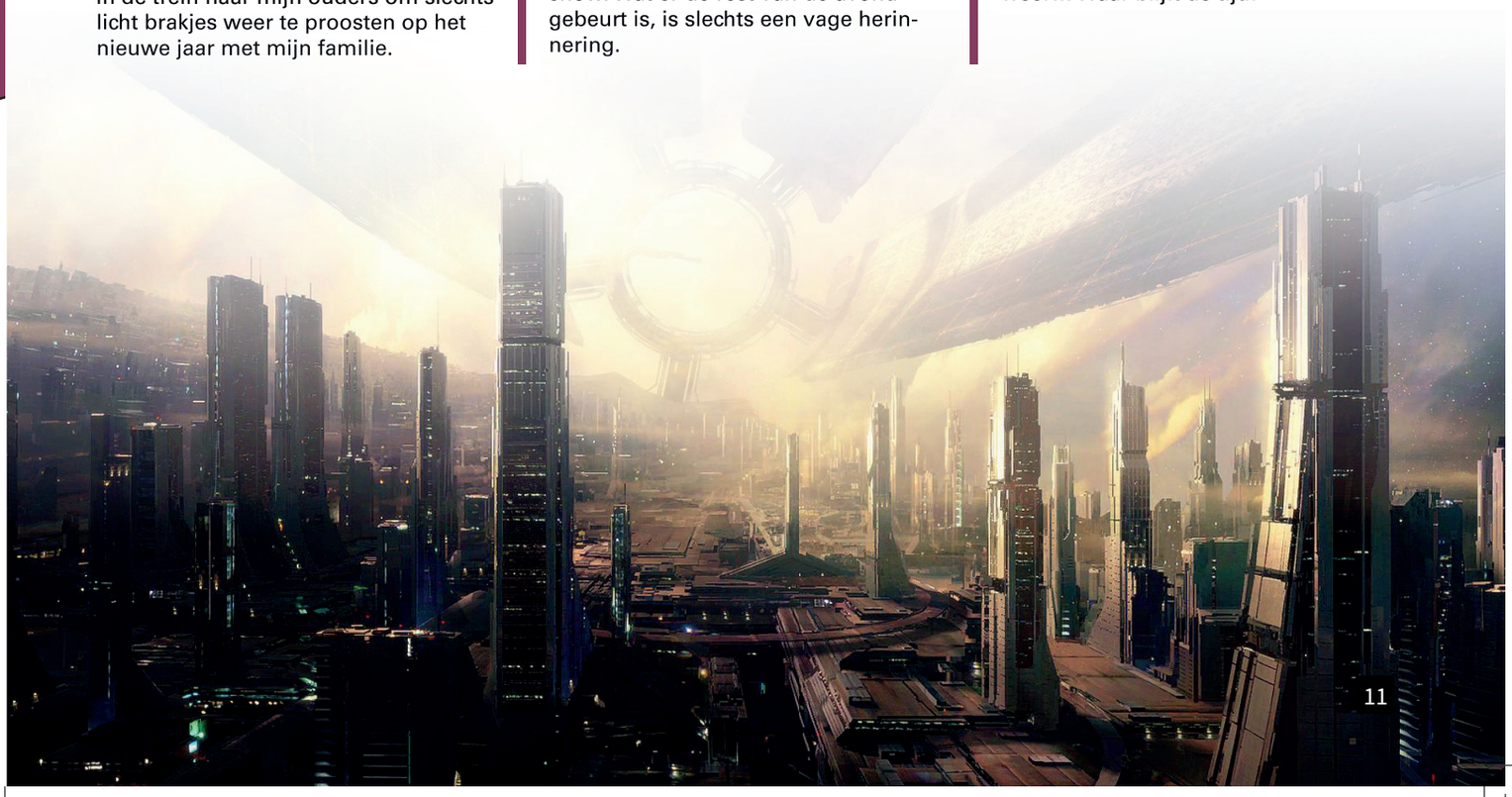
TEKST KELLY VERBUNT
BEELD KARSTEN ALBERS

Met wat vrienden zit ik op onze nieuwe designerbank. We eten oliebollen die ik vanmiddag nog vers uit mijn **3D-printer** heb gedrukt. Door de 88 inch televisie komt Jochem Meijer ons tegemoet met zijn oudejaarsconference. Na zo'n show die al een half uur gaande is hoop je toch dat je **geurtelevisie** nooit was uitgevonden. Hij maakt grappen over hoe vroeger alles anders was. "Tien jaar geleden gingen mensen nog op de fiets!" De hele zaal barst in lachen uit. Stiekem moet ik zelf ook lachen. Wat een tijden waren dat. Langzaam dwalen mijn gedachtes af naar die **goede oude tijd**. Ik herinner mij als de dag van gisteren dat ik op 31 December 2017 als 18-jarig studentje omringd door vrienden in mijn favoriete kroeg Malle Babbe stond. Het ene naar de andere shotje ging er zo in terwijl we dansten en sjansten met iedereen die we tegenkwamen. Om twaalf uur schreeuwden we gelukkig nieuwjaar, gaven we elkaar een knuffel en daarna feestten we nog door tot het vuurwerk buiten weer werd opgeruimd. Na een nacht van 2 uur zat ik vervolgens weer in de trein naar mijn ouders om slechts licht brakjes weer te proosten op het nieuwe jaar met mijn familie.

Ineens schrik ik op uit mijn gedachten door het geluid van mijn ***Iphone X798XX86.*** Het hologram van mijn ouders komt naar boven. Ze staan feestend op Times Square. "Gelukkig nieuwjaar!" Wensen ze mij toe. Sinds ook mijn jongste zusje uit huis is nemen ze het er echt van. Ze vliegen van de ene plek naar de andere. Nu ze weten dat ze nog tot hun zeventigste aan het werk zullen zijn proberen ze zoveel mogelijk dingen van hun bucketlist te schrappen. Gelijk hebben ze.

Dan is het plots tijd om te gaan. Lichtelijk aanschoten en luid lachend laten we ons vervoeren door onze nieuwe **zelfrijdende auto**. Na een kleine 10 minuten zijn we eindelijk bij onze stamkroeg. Binnen dreunt de muziek al flink. Ik dans, duw mijn verlovingsring in het gezicht van een aantal gretige mannen en neem drankje na drankje. Ineens is het weer tijd om af te tellen. 10,9,8,7 klinkt het door de hele kroeg, en dan is het zover. "Gelukkig nieuwjaar!" We nemen een VR bril aan en genieten van de prachtige vuurwerkshow. Wat er de rest van de avond gebeurt is, is slechts een vage herinnering.

De volgende middag schrik ik wakker van de wekker. Mijn hoofd voelt alsof ik gisteren de **gender neutrale toiletpot** door de kroeg heb gekopt. Het is lang geleden dat ik zoveel gedronken heb en ik realiseer mij nu toch echt dat het niet meer zo makkelijk gaat als tien jaar geleden. Toch moet ik mij uit bed hijsen om mijn ouders van het vliegveld te gaan halen. Ze zijn vanochtend al aardig vroeg teruggevlogen om nieuwjaarsdag met de familie te kunnen vieren. Ik stap snel onder de douche, zet hem op standje wassen en droogblazen en zo sta ik tien minuten later alweer fris, maar iets minder fruitig, buiten. Ik stap ik mijn auto en laat mij naar Schiphol vervoeren. Eenmaal aangekomen staan mijn ouders al te wachten. Mijn moeder rent meteen op mij af en geeft me een dikke knuffel. Ze plant een lippenstiftafdruk op mijn wang en wenst me een gelukkig nieuwjaar. Mijn vader doet hetzelfde. Terwijl we naar buiten lopen worden we nog vriendelijk begroet door één van de **robotmedewerkers** "Gelukkig 2028!" wenst hij ons toe. 2028 al weer… Waar blijft de tijd!



DE *FREEM* REDACTIE VAN 2017/2018

Wij zijn de nieuwe *Freem* redactie van 2017-2018! Van links naar rechts zijn wij Marthe Kamphuis, Cedra van Erp, Karsten Albers, Yannick Chalkiopoulos, Lisanne Vergouwen, Felix Radius, Ming Ebbinkhuijsen, Elze Roes, Kelly Verbunt, Mart Megens, Milou Verhagen, Celesta Kuling, Evelien Schreurs en Puck van Overvest. Wij kijken er naar uit om dit jaar met de tekstredactie weer een hoop inspirerende interviews, reportages, columns en andere artikelen te schrijven en deze als beeldredactie weer prachtig vorm te geven.

TRENDS

Als we praten over trends is de toekomst natuurlijk een belangrijke factor. *Trendwatching* is namelijk koffiedik kijken in de moderne tijd. Wat gaat er in de toekomst gebeuren? Wat wordt populair en relevant in de komende tijd? Het is natuurlijk niet compleet doelloos in de toekomst kijken. Kijken naar wat er zich nu al ontwikkelt is natuurlijk een goede hulpbron. Vandaar dat ook wij laten zien wat volgens Forbes.com de grootste digitale trends zullen zijn in 2018 én bespreken we een aantal aanbevelingen die we voor jullie hebben gespot! De trend van deze rubriek zullen we doorzetten, want ook in de komende edities zullen wij de nieuwste ontwikkelingen op een rijtje gaan zetten.

TEKST FELIX RADIUS & MILOU VERHAGEN
BEELD MARTHE KAMPHUIS

VR

Om de opkomst van VR (Virtual Reality) aan je voorbij te laten gaan moet je in de westerse wereld onder een steen leven. Deze ontwikkeling zal ook zeker in 2018 niet stoppen en zich doorzetten op de mainstream markten. VR is niet alleen voor games en films natuurlijk. In de zorgopleidingen en in de zorg zelfs zal het ook opkomen. VR training voor artsen, VR behandelingen in de stoel bij de psycholoog, de mogelijkheden zijn nog eindeloos.

5g

Natuurlijk is 5g internet om de hoek en is dit ook het eerste item dat we zullen noemen. Deze nog snellere variant van 4g zal hoogstwaarschijnlijk zodra deze volledig ontwikkeld en op de markt gebracht is het mobiele internet compleet overnemen.

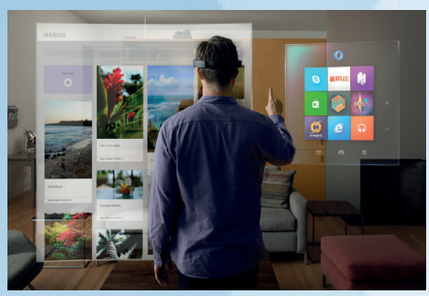
AI

Robotisering is in volle gang. Onze metalen maten nemen niet alleen fysieke arbeid op zich, maar de ontwikkelingen in Artificiële intelligentie (AI) zullen ook andere delen van onze wereld op zijn kop gaan zetten. Van het overnemen van klantenservice tot zelfs journalistiek. AI zal oprukken in 2018.

AANBEVELINGEN

Microsoft Hololens

De Hololens die Microsoft heeft ontwikkeld is een apparaat om Augmented Reality mee te bekijken. Hierbij worden er extra's zichtbaar in je beeld van de werkelijkheid, wat bijvoorbeeld al kan met een smartphone app. Volgens techjournalisten voelt een Hololens nog als het dragen van een computer op je hoofd, maar de mogelijkheden zijn eindeloos! Zo kun je hologrammen zien en gebruikt bijvoorbeeld Ford de techniek om auto's te ontwerpen. Omdat het een voorbeeld van Mixed Reality is, verwachten onderzoekers een boost in 2018 voor de Hololens. Je ziet dus digitale omgeving volledig geïntegreerd in je fysieke omgeving. Hoe lang zou het duren voordat we op de campus een Hololens spotten?



Lekker Hollands

Wat is naast stamppot en klompen nog meer kenmerkend voor onze Nederlandse cultuur? Volgens journalist en historicus Chris van der Heijden is dat de Linda! Dit tijdschrift is als een spiegel voor onze huidige samenleving, omdat het magazine en platform laten zien hoe belangrijk het individu is geworden. Dit boek gaat net een stukje dieper dan verhalen over afvallen of roddels in de Linda, maar blijft luchtig. Een aanrader voor in de kerstvakantie!
Chris van der Heijden – Het Spiegelzaal van onze tijd – €19,99

Robots

In november begon op NPO2 de serie Robo Sapiens. Altijd al willen weten hoe robots en kunstmatige intelligentie ons leven beïnvloeden en nog verder gaan veranderen? Samen met een robot gaat Jelle Brandt Corstius op reis om zich te verdiepen in de leefwereld van de mens en de gevolgen. Robo Sapiens was te zien op zondagavond om 20.15 op NPO 2 en is gratis terug te kijken

Iedereen vlogt

Vloggen alleen iets voor jonge idolen op *YouTube?* Nee hoor! SBS 6 start in 2018 met het programma Vloggende Hollanders, waarin gewone mensen zichzelf filmen in aanloop naar een bijzondere gebeurtenis. Kijkers mogen stemmen welke vlogger het leukste is en mag blijven filmen. SBS 6, Data onbekend.

Nieuw: Jumpsquare in Nijmegen

Half december opende aan de Industrieweg een nieuw concept: een indoor trampolinepark! Je moet er even een stukje voor fietsen, maar de hal vol trampolines is de perfecte combinatie tussen actief bezig zijn en veel lol. Je kunt er helemaal losgaan in het freestyle gedeelte of omver geblazen worden in de BigAirBag area. Ook kun je tegen elkaar spelen op een battle beam en proberen zo lang mogelijk overeind te blijven. Jump around!

HET STUDENTENPORTRET

Het studentenportret is terug! En vanaf nu als vaste rubriek. Elk nummer nemen we een kijkje in het leven van een CW student, omdat we allemaal weleens nieuwsgierig zijn naar het doen en laten van onze medestudent. Nienke Freije (20) mag het spits afbijten van deze nieuwe vaste rubriek.

TEKST CEDRA VAN ERP
BEELD CELESTA KULING

Vanwege haar enorme passie voor ontwikkelingswerk en haar liefde voor Afrika hoopt Nienke na haar studie weer naar Afrika te kunnen vertrekken. De ijverige studente is nu tweedejaars CW en volgt hiernaast ook nog vakken bij de opleiding ontwikkelingsstudies in Wageningen. Alsof dat nog niet genoeg is, is ze lid van de Nijmeegse studentenvereniging Navigators en zit ze in het managementteam van 'Happietaria'.

Nienkes liefde voor Afrika komt niet zomaar uit de lucht vallen. Nadat zij haar VWO diploma haalde, nam ze een tussenjaar. In dit jaar is ze twee maanden naar Zambia en Zuid-Afrika geweest, en deed ze vrijwilligerswerk met gehandicapte kinderen. Door al deze ervaringen groeide haar interesse voor ontwikkelingswerk.

"Nienkes liefde voor Afrika komt niet zomaar uit de lucht vallen."

Na dit tussenjaar was het tijd voor meer verandering! Een nieuwe studie, in een nieuwe stad. Nienke is namelijk van Gorinchem naar het prachtige Nijmegen verhuisd. Van begin af aan wist ze al zeker dat het een universitaire studie zou worden, welke dat zou zijn was nog de vraag. Vooral de beroepskeuze die de studie CW in de toekomst biedt spreekt haar erg aan. Naast de studiekeuze was een leuke stad ook van groot belang. De keuze was Amsterdam of Nijmegen, en zoals ze zelf zegt: "Dan is de keuze natuurlijk snel gemaakt."

Onder andere de leuke studentenverenigingen waren een reden om naar Nijmegen te vertrekken. Deze actieve studente is dan ook lid van de studentenvereniging Navigators. Hiernaast zit ze in het managementteam van 'Happietaria': een pop-up restaurant dat één maand open zal gaan in Nijmegen, om geld op te halen voor Eritrese vluchtelingen in Ethiopië. Uit een item van het NOS journaal (2016) blijkt dat deze vluchtelingen vaak terechtkomen in vluchtelingenkampen in Ethiopië, voordat zij hun tocht naar Europa voort kunnen zetten.

In het eerste jaar van CW heeft Nienke het extra vak 'Community Outreach Project' gevolgd. Met dit vak kreeg zij de kans om een ICT project te doen in Kameroen. Met twee andere studenten verbleef ze hier drie weken lang en legde ze de basics van het computergebruik uit aan meer dan 100 studenten. Door dit project miste ze wel één vak, maar dat is geen probleem! Die kan dit jaar gewoon weer ingehaald worden. En geloof het of niet, deze hardwerkende dame is niet eens zo heel veel tijd kwijt aan studeren…

"Ontwikkelingshulp interesseert mij heel erg. Ik vind het een hele interessante kwestie wanneer ontwikkelingshulp 'goed' is.''

Ook al was dit project in Kameroen een prachtige ervaring, Nienke realiseert zich wel dat het niet heel veel zal bijdragen aan ontwikkelingswerk: daarvoor was het simpelweg te kort en een te grote groep. Ze stelt ''Ontwikkelingshulp interesseert mij heel erg. Ik vind het een hele interessante kwestie wanneer ontwikkelingshulp 'goed' is." Hier zou ze graag meer over willen leren. Dat is een van de redenen dat ze extra vakken zoals 'Inleiding in de Internationale Ontwikkelingsstudies' en 'Globalisering in Historisch Perspectief' bij de opleiding ontwikkelingsstudies in Wageningen volgt.

Het liefst zou Nienke stage lopen bij een bureau in Afrika dat onderzoekt hoe ontwikkelingshulp verloopt. Op communicatiewetenschappelijk vlak lijkt een stage bij Metterdaad van de EO (een hulporganisatie die mensen in nood helpt) haar ook wel wat.

''Het liefst vertrek ik na mijn bachelor, en anders na mijn master, direct weer naar Afrika.''

Haar toekomstplannen heeft ze nog niet uitgestippeld, toch is een terugkeer naar Afrika vrij zeker: "Het liefst vertrek ik na mijn bachelor, en anders na mijn master, direct weer naar Afrika. Wat ik daar precies zou willen doen ben ik nog niet helemaal over uit. Maar bijvoorbeeld een adviserende rol qua ontwikkelingswerk/projecten zou mij heel tof lijken". Wat het ook wordt, één ding is zeker: Nienke werkt hard om haar dromen waar te maken.

DE TOEKOMST QUIZZZZZ

Communicatiewetenschap: het lijkt een van de breedste studies van onze universiteit. De ene afgestudeerde belandt in de reclamesector en de ander als journalist achter de schermen bij de NOS. Ben jij ook een van onze studenten die zich al een tijdje afvraagt: wat is nou precies mijn ding binnen communicatiewetenschap? Welk bedrijf zou het best bij mij passen? Waar ligt mijn toekomst in het verschiet? Doe dan snel deze 'Dag van de Toekomst' quiz!

TEKST: EVELIEN SCHREURS & PUCK VAN OVERVEST
BEELD: KARSTEN ALBERS

Vraag 1: Je loopt binnen bij een sollicitatie voor een baan die eigenlijk niet helemaal op jouw padje ligt. Wat doe je tijdens het sollicitatiegesprek?

Je bent op de juiste momenteel brutaal en beargumenteert waarom je, ondanks de eisen, met jouw kwaliteiten ook wel binnenkomt bij de job.
Je geeft je CV met een blakend zelfvertrouwen, omdat je weet dat het er goed georganiseerd, overzichtelijk en volledig uit ziet.
Je zegt dat je toch maar van de baan af ziet, omdat je iets wil doen wat jou écht leuk lijkt.
Je zet je er overheen dat de baan niet helemaal bij je past, omdat je vertrouwen hebt dat je door kunt groeien.
Als de baan maar in Nijmegen ligt, want die stad zit in je hartje.

Vraag 2: Als werknemer ben jij een persoon die:

Passievol is.
Mensen wil informeren en 'fake hypes' wil ontmaskeren.
Altijd hard werkt.
Open staat voor heel veel verschillende klusjes.
Graag vanuit resultaten van (eigen) onderzoek handelt.

Vraag 3: Als student momenteel:

Pas ik mijn CV een aantal keer per maand aan, ben actief op LinkedIn en met mijn netwerk.
Vind ik mijn eigen verhaal vertellen aan andere mensen met woorden of beelden een van de leukste dingen om te doen.
Vind ik meerdere dingen interessant, zoals gezondheid en eten.
Ligt mijn interesse vooral bij de beïnvloedingstheorieën en de persuasieve communicatie.
Vind ik het vooral leuk om onderzoek te doen.

Vraag 4: Mijn loopbaan later ziet er als volgt uit:

Als ik maar doe wat ik leuk vind.
Door meerdere interesses denk ik na een paar jaar van baan te switchen.
Ik wil genoeg ervaringen opdoen en hard werken.
Ik pak alles wat ik pakken kan, zodat ik maar bij mijn droombedrijf terecht kan komen.
Ik hoop door mijn afstudeeronderzoek ergens aan de bak te komen.

Vraag 5: In mijn vrije tijd ben ik het liefst:

Aandachtig films aan het kijken of de krant aan het lezen.
Op zoek naar studie gerelateerde ervaringen om op te doen.
Aan het feesten op techno feestjes.
Een drankje aan het doen met vrienden in de stad.
Me aan het vermaken met feestjes in Nijmegen.

UITSLAG OP VOLGENDE PAGINA →

DE UITSLAG

En? Wat is jouw toekomstige werkplek? Om dit te weten te komen tel je hoe vaak je iedere kleur hebt gekozen. De kleur die je het vaakst hebt gekozen vertelt je de uitkomst van deze quiz.

Voedingscentrum

Net als Jasper de Vries is het voedingscentrum voor jou de uitgekozen plaats om aan de slag te gaan als woordvoerder en social media redacteur. Om te beginnen vind je het leuk om je met voeding bezig te houden. Je wilt mensen goede en betrouwbare informatie geven over eten en informatie die niet klopt wil je de wereld uit helpen. Omdat je een erg brede interesse hebt, ben je niet van plan om voor altijd bij het voedingscentrum te blijven werken. Je bezorgt jezelf een nieuwe baan door op de juiste momenten brutaal te zijn. Je weet je nieuwe werkgever over te halen om jou aan te nemen, al passen de benodigdheden voor de baan eigenlijk niet helemaal bij jouw vaardigheden. Maar je bent leergierig en wil graad de ervaring opdoen. Maar voordat het zo ver komt, geniet je nog van je baan bij het voedingscentrum.

Maandag

Jij bent nu al druk bezig met waar je later wil gaan beginnen te werken. Je CV is bijna je dagboek en houdt deze constant up-to-date om jezelf zo origineel en volledig neer te zetten op de arbeidsmarkt. Je weet goed waarom je gepast bent voor een bepaalde baan en met jouw passie kan je zo nu en dan ook brutaal genoeg zijn om dit doel te bereiken door je beste kwaliteiten te laten zien voor die ene klus. Kortom: jij hebt alle tips van Franka van der Weerd van het detacheringsbureau maandag goed opgevolgd en hebt je

Reclamebureau ProductPlus

Werken bij het grootste reclamebureau van Nijmegen past helemaal bij jou. Al begin je net als Sophie Grandia misschien als tekstschrijver, je hebt jezelf omhooggewerkt tot steeds een betere functie! Je wil namelijk heel graag bij dit bedrijf werken, de functie maakt je minder uit, omdat je doorgroeimogelijkheden ziet. In je drukke en afwisselende baan mag je nu bedrijven uit de regio helpen met het oplossen van vraagstukken. Ideaal, want dit sluit perfect aan bij je interesse voor persuasieve communicatie.

Vierdaagse spreker

Als een echt Nijmegenaar ben je natuurlijk fan van de Nijmeegse Vierdaagse. Je zou dan ook het liefst gelijk de baan van Madelon Kersten overnemen. Met deze baan mag je je namelijk het hele jaar door bezighouden met onze prachtige stad. Om de Vierdaagse ieder jaar weer te verbeteren en uit te breiden, voer je verschillende onderzoeken uit. Je wil bijvoorbeeld onder andere te weten komen welke redenen mensen hebben om naar de Vierdaagse (terug) te komen.

Dag6

Net als Kees-Jan Mulder van het bedrijf Dag6 ben jij iemand die niet per se kiest voor een baan die jou het meeste geld oplevert. Jij gaat voor dingen waar je vrolijk van wordt: dit zijn onder andere film en nieuws maken. Je vindt het leuk om mensen naar joúw kader te laten kijken, door jouw beeld- of woordkeus in de klussen die jij doet. Je blijft dicht bij jezelf en zo ook in je werk.

MILLENNIALS & BURN-OUTS: HOE TE VOORKOMEN?

Bijna tweederde van de millennials heeft wel eens een psycholoog bezocht. Burn-outs zijn een toenemend probleem onder millennials, geboren tussen 1980 en 2000, onze generatie dus! Deze generatie wordt gezien als de toekomst van Nederland. En dat is nou net wat hen zoveel druk geeft en kan resulteren in burn-outs. Maar waarom zijn dan juist millennials zo vatbaar voor burn-outs?

TEKST MILOU VERHAGEN & MING EBBINKHUIJSEN
BEELD MARTHE KAMPHUIS

Thijs Launspach is psycholoog en heeft voor de Universiteit van Nederland een college gegeven over burn-outs bij millenials. Hij geeft aan wat de oorzaken zijn dat vooral deze generatie er zoveel last van heeft. Ten eerste heeft deze generatie het idee dat ze verantwoordelijk zijn voor al het succes, maar ook falen, in hun eigen leven. Ze hebben altijd te horen gekregen: 'Als je maar hard je best doet, dan kun je alles bereiken wat je wilt'. Als dit dan niet meteen lukt dan voelt dit als falen, waardoor ze de druk voor zichzelf nog eens hoger opvoeren. Een andere oorzaak ligt bij sociale media. Via sociale media kun je je heel gemakkelijk vergelijken met anderen. Dat is dan ook precies wat deze generatie doet. Wat ze daarbij niet bedenken, is dat op sociale media alles mooier wordt geplaatst dan dat het in werkelijkheid is. Op Instagram zal namelijk zelden een foto voorbij komen van iemand met een vreselijke kater, of een flinke baaldag, terwijl alle behaalde diploma's en andere geboekte successen uitgebreid gedeeld worden.

Millennials hebben vaak ook een specifiek doel voor ogen, bijvoorbeeld als ze net afgestudeerd zijn en denken dat ze meteen aan de slag kunnen bij hun droombaan. Deze generatie wil voldoen aan een zelf-gecreëerd ideaalbeeld. Als ze het idee hebben dat ze hier niet aan voldoen, is dit het optimale recept voor stress, faalangst of een burn-out. Het effect van willen voldoen aan een ideaalbeeld is juist het tegenovergestelde; hoge druk ervaren, dichtklappen, veel huilen en niet uit bed willen komen.

Hoe kun je een burn-out voorkomen? Wij geven 8 tips!

1. Stop met multitasken
Uit onderzoek blijkt dat multitasken je minder productief maakt. Je zult efficiënter leren werken als je voor taken een bepaalde tijd toekent, zodat je voor jezelf deadlines leert stellen.

2. Plan tijd in zonder technologie
Een weekend zonder je laptop of sociale media kan al helpen om meer focus te krijgen op wat je moet doen en om afleiding van niet zo belangrijke appjes of mailtjes te verminderen.

3. Leer om nee te zeggen
Vind je het moeilijk om verzoeken van bijvoorbeeld je baas te weigeren? Begin dan klein door nee te zeggen tegen een klein verzoek van anderen als je in tijdsnood zit.

4. Geef jezelf meer tijd
We zijn te veel gefocust op instant gratification, waardoor we onszelf een te grote druk opleggen als iets niet meteen gebeurt. Maar sommige keuzes vergen tijd, en dat is helemaal geen ramp.

5. Geef aan wanneer het je teveel wordt
Als anderen niet weten dat je stress hebt, kunnen ze je ook niet helpen. Dus ben er eerlijk en open over en ben niet bang dat je omgeving je zwak vindt.

6. Kom in beweging!
Hoe moeilijk het soms ook lijkt om op een zware dag uit bed te komen, als je lichaam in goede conditie is kun je ook mentaal meer aan.

7. Relativeer je gevoelens
Als je jezelf vaak genoeg vertelt dat je niet perfect hoeft te zijn en ook eens mag falen, voelt de stress minder zwaar.

8. Volg je passie
Je krijgt nu eenmaal veel meer positieve energie van dingen die je leuk vindt. Schrap dingen uit je agenda waar je te weinig plezier uit haalt, zodat je meer tijd overhoudt om na te denken over wat je wél wilt.

UIT JE DIGITALE BUBBEL

Je ouders informeren hoe je tentamen ging, waardering tonen voor een foto van een vriend en laten weten of je op dat feest van een studiegenootje aanwezig bent. Zo'n twintig jaar geleden duurde dit allemaal een stuk langer dan nu. Tegenwoordig gebruik je *WhatsApp, Instagram, Facebook* en ga zo maar door. Tot voor kort leek deze sociale media revolutie alleen maar positieve reacties op te leveren bij gebruikers. Steeds meer begint er echter een besef te komen dat het snappen, liken en swipen ook nadelige gevolgen kan hebben. Dit leidt bij sommige mensen tot het ondergaan van een 'Digital Detox'. Eén van die mensen is Bram Megens, student op de School voor Journalistiek in Utrecht. Hij besloot drie weken lang offline te gaan.

TEKST MART MEGENS & YANNICK CHALKIOPOULOS
BEELD MARTHE KAMPHUIS

Waarom deed je een *digital detox*?
"Voor mijn opleiding journalistiek zocht ik naar een onderwerp waar ik zelf iets in de praktijk kon brengen om over te bloggen. Ik had het gevoel dat ik veel op mijn mobiel zat en er om mij heen veel gebeurde wat ik miste. Vaak zat ik dan op *Facebook* te kijken, terwijl ik eigenlijk andere dingen moest doen. Zo'n platform op sociale media is een soort venster waarin je een deel van de echte wereld ziet, maar niet meemaakt. Als je bijvoorbeeld naar het nieuws kijkt, zie je veel waar je niet echt bij bent. Zo voelde dat voor mij ook op persoonlijk gebied met sociale media. Officieel is een *digital detox* letterlijk alles met een stekker eraan uitzetten. Zelf hield ik het, net als vele anderen, vooral bij het niet gebruiken van sociale media.

Hoe heb je dit aangepakt?
"Drie weken lang mocht ik alleen sms'en, bellen of mailen. De meest gebruikelijke apps als *WhatsApp, Instagram, Facebook, Twitter* en *Snapchat* had ik van mijn telefoon verwijderd. In die drie weken mocht ik elke vrijdag even online om een blog te plaatsen. Dat was eigenlijk nogal tegenstrijdig, maar de opdracht was dat de blog ook op sociale media gepromoot moest worden, dus moest ik met mijn leraren een gulden middenweg vinden."

Hoe heb je de *digital detox* ervaren?
"In de eerste paar dagen had ik vooral last van afkickverschijnselen. Dat ik dus heel vaak, zonder dat het eigenlijk zin heeft, naar mijn mobiel wilde grijpen. In een zekere zin zorgt het gebruik van sociale media voor een verslaving, waarbij dopamine een rol speelt. Dopamine is een stof in je hersenen die vaak wordt geassocieerd met genot en welzijn.
Bij een verslaving is er sprake van een verstoorde dopaminebalans. Het krijgen van veel likes bijvoorbeeld maakt bij een verslaafde dan extreem veel dopamine aan. Als dit vervolgens wegvalt, zorgt dat voor veel verwarring en wordt de drang groter om dat gevoel weer op te zoeken. In het begin is de rust heel fijn, maar later miste ik wel veel. Ik kwam er toen pas achter hoeveel er sociaal wordt opgezet via *WhatsApp* en *Facebook*. Vooral *WhatsApp* miste ik het meest. In groepsgesprekken worden daar gewoon veel plannen gemaakt die ik dan niet meekreeg."

Ook vroegen we Bram naar de voor- en nadelen van een digital detox. We zijn wel eens benieuwd of het wat voor onze *Freem*-lezers is!

Wat zijn de voordelen van een *digital detox?*
"Nadat ik was bekomen van de afkickverschijnselen in de eerste paar dagen, kreeg ik in die eerste week een fijn gevoel alsof ik wat actiever in het leven was. Ik reageerde beter op de mensen om me heen en ik was meer met mijn omgeving bezig. Als ik bijvoorbeeld bepaalde routes liep die ik vaker had gelopen en onderdeel waren geworden van een vast patroon, waren er meer dingen die me opvielen. Ook ben ik toen een lege kledingwinkel binnengelopen waar een jongen gitaar zat te spelen. Ik raakte met hem aan de praat over muziek en ben uiteindelijk een uur in die winkel gebleven. Zonder telefoon zocht ik dit soort contact zelf eerder op. Ook ging ik veel meer tijd besteden aan mijn hobby's, ik had opeens veel meer tijd om muziek te maken en te lezen."

Wat zijn de nadelen van een *digital detox?*
"In die tweede week kwam er een dip. Ik had meer last van eenzaamheid en leegte; ik leerde mezelf op een bepaalde manier beter kennen. In de derde week kwam ik erachter dat de dip wegging, zodra ik zelf mensen actief ging bellen en opzoeken. Dat heb ik dan ook als een groot nadeel ervaren, ik moest veel meer moeite doen om in contact te komen met mijn omgeving. In deze laatste week was ik vooral klaar met het hele experiment en heeft het bewustzijn van je deelname aan een experiment wel invloed gehad op mijn gevoel in die week."

Wat heb je er na de *digital detox* aan over gehouden?
"Ik ben nu zeker minder online. Ik neem zoiets wel mee, zeker omdat ik die reflex om naar mijn mobiel te grijpen verleerd ben. Helaas sluipt die reflex er wel weer heel gemakkelijk in. Ook ben ik er natuurlijk meer bewust van geworden hoeveel tijd ik online doorbreng. Daarnaast heb ik geleerd dat sociale media niet per se slecht zijn. Ze hebben natuurlijk plus- en minpunten. Het kan heel praktisch zijn, maar het menselijk contact moet niet teveel ontbreken."

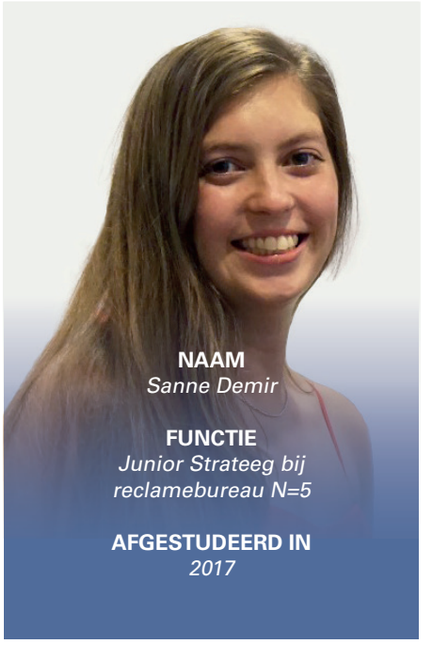
Zou je een *digital detox* aanraden aan de lezers van *Freem*?
"Ja, het is wel echt een aanrader. Je krijgt meer inzicht over sociale media. Ik verwachtte eigenlijk dat het dit jaar een hype zou worden, maar zoveel heb ik er nog niet van gezien. Natuurlijk heb ik wel programma's erover gezien en artikelen erover gelezen, maar in mijn directe omgeving heb ik weinig mensen gesproken die het zelf ook gedaan hebben. Ik denk wel dat als het ooit echt heel populair wordt, dat het eerder een hype wordt dan een blijvend fenomeen. Het hele fenomeen is toch iets dat veel impact heeft op je leven, dus is het best belangrijk om je daar meer in te verdiepen. Al met al zou ik het zeker aanraden!"

THE (C) WAY UP

Als student is het leven nog lekker overzichtelijk: naar college (of niet), studeren, soms een beetje sporten, slapen en natuurlijk bier drinken! Er komt echter een tijd dat je een prachtige bul in je handen gedrukt krijgt en je plotseling geen student meer bent; wat dan? The (C) Way Up geeft je iedere editie weer een inspirerend kijkje in het leven na de studie Communicatiewetenschap. Zo weet je toch nog een beetje wat je kunt verwachten in het 'echte' leven.

TEKST ELZE ROES
BEELD LISANNE VERGOUWEN

Sanne Demir (22 jaar) is afgelopen zomer pas afgestudeerd en mag haarzelf nu al junior strateeg noemen bij reclamebureau N=5! Dat ze al snel aan zo'n toffe baan is gekomen, heeft ze zeker aan haarzelf te danken. Omdat de studie haar goed afging, is Sanne altijd druk bezig geweest met nevenactiviteiten. Zo was Sanne vrijwilliger bij So What!, een poppodium, club en eetcafé in Gouda. Hier is ze begonnen als social media marketeer en is ze uiteindelijk doorgegroeid tot coördinator marketing. Dit kostte veel tijd en was soms moeilijk om naast de studie te doen. Vaak stuurde Sanne nog net even een mailtje de deur uit tijdens een college, wat natuurlijk niet altijd even handig is. Toch was dit vrijwilligerswerk niet het enige wat Sanne deed. Sanne is namelijk ook lid geweest van Mycelium, waar ze in de weekendcommissie heeft gezeten. Maar waar haar carrière nou echt mee begonnen is?



NAAM
Sanne Demir

FUNCTIE
Junior Strateeg bij reclamebureau N=5

AFGESTUDEERD IN
2017

Voor Sanne is de *Freem* een belangrijke schakel geweest voor de droombaan die ze nu op jonge leeftijd al vervult! Een tekstredactielid zou destijds in zijn eentje naar Amsterdam gaan voor een gesprek met Marc Oosterhout, de strategy director bij N=5. Sanne besloot met hem mee te gaan. Na een interessant gesprek en rondleiding, heeft ze hem toegevoegd op *LinkedIn*. Toen Sanne eenmaal in haar derde bachelorjaar was beland en op zoek moest naar een stage, heeft ze de grootste reclamebureaus van Nederland een mailtje gestuurd, waaronder N=5. In eerste instantie gaf het bedrijf aan geen stagiairs aan te nemen in haar vakgebied. Toen Sanne inmiddels al een andere stageplek had geregeld, had ze alsnog een berichtje terug om Marc te bellen. Wat bleek? Hij herkende Sanne nog van het interview en dat was voor hem genoeg.

Na een succesvolle stageperiode heeft Sanne zich nog altijd ingezet voor N=5, wat resulteerde in het feit dat ze op jonge leeftijd al werkt bij N=5. N=5 is het grootste onafhankelijke bureau van Nederland. Er worden hier onder andere reclames gemaakt voor NS, KPN, Telfort en ABN AMRO. Als junior strateeg houdt Sanne zich bezig met het merkbeeld, de branding van het merk. Dit is de basis waarop campagnes gebaseerd worden. Sanne verdiept zich in allerlei verschillende onderwerpen en heeft veel verschillende denkmanieren geleerd. Tijdens haar werk komen theoretische inzichten en creatief denken samen. Sanne zit goed op haar plek tussen alle inspirerende creatieven en andere knappe koppen. Tevens is er bij N=5 veel ruimte en ondersteuning om te groeien. In de toekomst zou ze graag haar naam zetten achter prachtige, ontroerende campagnes. Ook zou ze later graag haar inzichten en ideeën uitbrengen in de vorm van een boek. We wachten rustig af, Sanne….

"Connections do really matter"

Wat heeft Sanne gehad aan de studie Communicatiewetenschap? Het leren researchen en abstract kunnen denken is waar ze zeker nog veel mee doet. Ook komen af en toe communicatiewetenschappelijke theorieën voorbij, waarop werk gebaseerd wordt. Als tip aan CW-studenten zegt Sanne dat netwerken enorm belangrijk is. Ze raadt aan om naar evenementen te gaan van het vakgebied, om met mensen te kletsen en je netwerk op Linkedin uit te breiden. Je moet vooral niet bang zijn om mensen uit te nodigen. Sanne bewijst het: *connections do really matter*.

WEEKPLANNING

MALLE MAANDAG

WIJN €2,-; TROJKA EN JAGERMEISTER €2,50 KLEIN BIER €1, VAASJE €1,80 EN SHOTJES VANAF €2,-

PITCHER DINSDAG

€10 VOOR EEN PITCHER BIER, KLEIN BIER €1 EN VAASJE €1,80

TWIST-OFF WOENSDAG

EERSTE 200 HEINEKEN TWIST OFF FLESJES VOOR €1 KLEIN BIER €1, VAASJE €1,80 EN SHOTJES VANAF €2

DONDERDAG STUDENTEN N8

SHOTJES VANAF €2

VRIJDAG BEERS and BALLS

4 SPECIAAL VOOR €10 EN GRATIS BITTERBALLEN VOOR 23U SHOTJES VANAF €2

ZATERDAG Ladies NIGHT!

WIJN €2,50; TWEE GIN TONIC €8,00; GRATIS COCKTAILS VAN 22:00 TOT 00:00 SHOTJES VANAF €2

ZONDAG 3E HELFT

KLEIN BIER €1, VAASJE €1,80 EN SHOTJES VANAF €2

Myceliur

Sinds september zijn de nieuwe commissies van Mycelium onder leiding van het 29e bestuur druk bezig om te zorgen dat leden weer een tof jaar kunnen beleven. Van knallende feesten tot een congres en van een studiereis tot aan het smoelenboek: de commissies zijn van alle markten thuis. Dit verdient wel een plekje in de *Freem*, toch? Wij stellen de commissies aan je voor!

TEKST EVELIEN SCHREURS & KELLY VERBUNT
BEELD KARSTEN ALBERS

CONGRESCOMMISSIE

De Congrescommissie bestaat voor het tweede jaar en Mycelium zal dit jaar vertegenwoordigd worden door Dana Meevis, Tim van der Kallen en Noortje van Zijl. Hun taak is om weer een mooi congres voor ons te organiseren in samenwerking met studievereniging Babylon. Op dit congres zullen interessante sprekers langskomen die over de wetenschap, maar ook over het bedrijfsleven vertellen. Het belooft weer een informatieve dag te worden waarin de wetenschappelijke kant van opleiding goed wordt belicht. Wij zijn benieuwd!

EETCOMMISSIE

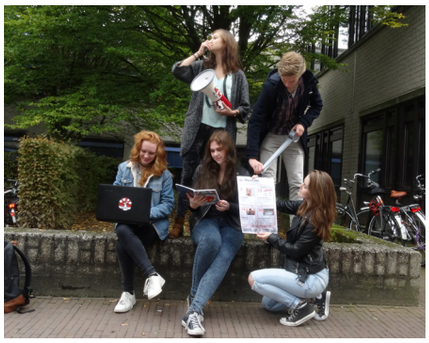
Als student mis je regelmatig het lekkere eten van je moeder. Gelukkig hebben wij bij Mycelium de eetcommissie die voor ons zorgt. Er worden namelijk verschillende tostimiddagen georganiseerd waarbij je ook je eigen "special tosti" kan aanvragen. Hiernaast zorgt de eetcommissie ook voor een heerlijk kerstdiner, lekkere cake of zoals vorig jaar voor smoothies, shoarma en appelflappen. Een ding is zeker: onze mama's Deveny de Kort, Evie Schellens, Eva Nagelkerke en Jill Evers zullen zorgen dat we altijd wat lekkers te eten en te drinken hebben.

EXCURSIECOMMISSIE

Afgelopen jaar hebben we mogen shinen in het publiek van 'Wat vindt Nederland?', en zijn we met zijn allen afgereisd naar het zuiden om een bezoekje te brengen aan de zorgverzekeraar CZ. Dit jaar is het aan Sofie Veerbeek, Sanne Reukers, Sanne Hoeks, Nicole de Boer en Max Nijhof de taak om ons weer mee nemen op een paar leerzame en gezellige excursies. De excursiecommissie verzorgt formele activiteiten voor onze studievereniging om ons zo een kijkje te kunnen geven in het communicatiewetenschappelijke praktijkleven. Wij zijn benieuwd waar we dit jaar weer naartoe mogen!

PROMOTIECOMMISSIE

Waar vroeger een postduif studenten op de hoogte moest brengen, hebben wij onze eigen promotiecommissie. Daphne Eskes, Hannah Vlastuin, Manouk van Doren, Luc Keersmaekers en Sophie Hagenbeek zullen er dit jaar voor zorgen dat er geen enkel evenement ongemerkt aan ons voorbij gaat. Daarbij hebben zij ook de belangrijke taak om zoetsappige verhalen over de actieve leden op te schrijven in het smoelenboek. Deze Mycelium-bijbel pak jij op je oude dag er nog even bij om terug te denken aan studiejaar 2017-2018. Wij zijn benieuwd wat voor een pareltje het dit jaar weer wordt.



FEEST- EN BORRELCOMMISSIE

De vrijgezellige borrel, de dolfijne (ver) zuip borrel, de BaMyPopo en ga zo maar door. We hebben met zijn allen weer heel wat afgefeest het afgelopen jaar. Om ervoor te zorgen dat we ook het komende jaar regelmatig samen biertjes en shotjes kunnen drinken, is er ook dit jaar weer onze eigen Feest- en Borrelcommissie. Frank de Groot, Fleur Stolk, Fleur Aarts, Koen Cooijmans, Nick van Laar, Jelrik van der Drift en Teng Derks zullen dit jaar verantwoordelijk zijn voor het organiseren van deze onvergetelijke avondjes. Let's get this party started!

m Inside

INTRODUCTIECOMMISSIE

Sommige studenten zijn nog van de intro aan het nagenieten terwijl het voor anderen ondertussen alweer een paar jaar geleden is. Eén ding is zeker: de start van je studententijd moet onvergetelijk zijn. De introductiecommissie zal de nieuwe studenten een drukke, vermoeiende maar bovenal onvergetelijke week te bezorgen. De eerstejaars zullen kennismaken met Mycelium, de studie en Nijmegen door leuke spellen te doen, naar feesten te gaan en soms nog een college bij te wonen. Onder leiding van Teng Derks zullen Joep Storms, Joost Bressers, Mark Schraven, Rhanna Haverkort, Marieke Boschma en Pleun Driessen zich over de eerstejaars ontfermen.

REISCOMMISSIE

Wanneer de lentezon ons prachtige Nijmegen langzaam verlicht, stapt een groep communicatiewetenschappers in het vliegtuig op weg naar een prachtige bestemming. Een week vol cultuur, plezier en buitenlandse biertjes wacht op hen. Afgelopen jaren waren Dublin, Valencia en Budapest een grandioos succes. Dit jaar is het aan Pleun Cornelis, Thijs Moors, Gijs Posthouwer, Eveline de Boer en Max Nijhof de taak om dat te evenaren of zelfs te overtreffen. Zagreb here we come! Wij kunnen niet wachten...

LUSTRUMCOMMISSIE

De Lustrumcommissie zorgt ervoor dat wij volgend jaar Mycelium's 30e verjaardag kunnen vieren. De activiteiten zullen vooral in de diesweek plaatsvinden die uiteraard vol wordt gepropt met onvergetelijke activiteiten. Een knalfeest mag zeker niet ontbreken, maar wat er nog meer wordt georganiseerd blijft nog even een verrassing. Onder leiding van Sophie Hagenbeek durven Bart Jansen, Florine Dams, Florian Duclos, Jurre Engbers, Myrthe van Boekel, Lennert van Everdingen en Thijs Onvlee zich twee jaar lang aan deze commissie te binden. Genoeg tijd dus om er een geweldige week van de maken!

WEEKENDCOMMISSIE 2018

Willem Leget, Rik Meijer, Niels Kruize, Judith de Jong, Eki Driessen en Jill Evers zijn wel heel erg enthousiast. Terwijl de weekendcommissie van 2017 nog volop bezig was met voorbereiden, is deze nieuwe weekendcommissie al gevormd voor het ledenweekend van 2018. Hierdoor is wel extra veel tijd is om een nóg legendarischer ledenweekend te organiseren met een tof thema, goede locatie en spetterende activiteiten. Dit belooft een heel erg goed en feestelijk weekend te worden.

WEEKENDCOMMISSIE 2017

Het legendarische ledenweekend van 2017 is inmiddels achter de rug. Het was er weer eentje voor in de boeken! Met als thema Netflix & Chill hadden we dan ook niet anders verwacht dan dat dit weekend weer een topper zou worden. Op locatie ergens in Nederland is er door Myceliumleden weer veel te hard gefeest tot in de late uurtjes en hebben we elkaar allemaal weer een stukje beter kunnen leren kennen. Applausje voor de organisatoren van dit weekend: Felicia Houbraken, Anniek Rinkes, Sanne Hoeks, Sanne Reukers, Gijs Posthouwer, Lotte van den Hanenberg, Jill Evers en Rianne Durenkamp.

Mycelium Inside

SPORT- EN SPELCOMMISSIE

De Sport- en Spelcommissie zorgt voor een dosis plezier en de nodige beweging van Myceliumleden. Zo kunnen sportieve hardlopers (en feestgangers) dit jaar meedoen aan de beroemde Batavierenrace. Voor minder sportieve mensen is er ook genoeg te doen, er worden namelijk ieder jaar weer toffe spelactiviteiten georganiseerd. Dit jaar bestaat de sport- en spelcommissie uit Bram van Bussel, Lotte van den Hanenberg en Roel Bors onder leiding van Teng Derks. Zij zullen ervoor zorgen dat de leden van Mycelium na het studeren heerlijk kunnen ontspannen.

Al deze commissies zijn natuurlijk goed bezig met het organiseren van leuke activiteiten, maar er kan er maar één de beste zijn. Dit jaar is er een commissiepuntensysteem bedacht. Iedere commissie kan punten winnen en strijden voor de eerste plaats.Om punten te verdienen, zing je bijvoorbeeld samen met je commissie het Myceliumlied, imiteer je Addy Weijers, ga je naar activiteiten van Mycelium en doe je tequilashots. Op de Myceliumsite kun je alle opdrachten vinden. Raap jeommissieleden dus snel bij elkaar en verzamel zoveel mogelijk punten! dus snel bij elkaar en verzamel zoveel mogelijk punten!

PUNTENSYSTEEM COMMISSIES

HET LEDENWEEKEND

Vrijdagmiddag 17 november vertrokken we met zo'n 60 Myceliumleden richting het oosten van het land. Na een lange reis belandden we ergens in de '**middle of nowhere**' op een boerderij in Nutter. We werden verwelkomd met een koeienlucht en heel veel flesjes Grolsch. Nadat iedereen zijn plekje had gevonden en de eerste biertjes al genuttigd waren, begonnen we aan de enige echte **Netflix & Chill-quiz.** In onze op genre geselecteerde teams beantwoordden we allerlei vragen over Netflix. Wie er gewonnen had, hoorden we pas later. Daarna was het tijd voor het eerste **feest**. Iedereen had z'n gekste pyjama, onesie of badjas aangetrokken om helemaal los te gaan in de schuur. Er werd gedanst, beerpong gespeeld en er werden steeds meer streepjes gezet op de lijst met genuttigde drankjes. Tegen een uur of vijf zocht iedereen zijn bedje weer op, zonder ook maar om te hoeven kleden. Hopend dat de kater de volgende dag mee zou vallen…
De zaterdagochtend viel toch zwaarder dan gehoopt. Waar de één zichzelf in leven probeerde te houden met enkel wat water, zat de ander al weer aan een lekker biertje bij het ontbijt. Tegen de middag was iedereen gelukkig weer fris genoeg om vol goede moed te beginnen aan het volgende spel. Dit bestond uit acht rondes van een kwartier waarin met **verschillende spellen** zoveel mogelijk punten behaald moesten worden. Sommige spellen pasten goed bij het thema: series uitbeelden, bekende Nederlanders raden, krantenkoppen in elkaar zetten en vragen beantwoorden bij de Postcodeloterij. Dit maakte de andere spellen niet minder leuk. De voetjes gingen van de vloer bij het lichaamsdelenspel, er werden bierflesjes omgegooid, het was erg knus bij het ballonnenspel en plastic bekers werden uit frustratie rondgegooid.

Na deze slopende spellen was er gelukkig een moment om lekker te lunchen en bij te komen. Na wat powernaps, herstelbiertjes, kaartspellen en herstelwatertjes kon iedereen er weer helemaal tegenaan. Dat was maar goed ook: het was namelijk tijd voor de **cantus**. Iedereen was druk in de weer met de themakleding van zijn team. Alle schmink, glitters en bovenal outfits werden erbij gepakt. Toen iedereen was getransformeerd tot cowboy, fee, Disneyprinses of superheld kon de cantus dan echt beginnen. De keeltjes werden gesmeerd met liederen en een hoop goudgele pretcilinders. Ook was er voor ieder team een speciaal biertje geregeld, de een wat lekkerder dan de ander. Vier uur en drie tempora comunne later was het tijd voor het laatste en het beste

NETFLIX AND CHILL?

lied: het **Myceliumlied**. Gelukkig was de avond nog niet afgelopen en werd er vrolijk verder gefeest.

Slechts enkele uurtjes later werd de korte rustige periode van stilte verbroken door het geklap met pannendeksels. Met veel moeite wist iedereen zichzelf en zijn spullen bij elkaar te rapen. Het ontbijt werd zo lang mogelijk gerekt om de minst leuke, maar toch noodzakelijke taak uit te stellen. Er moest namelijk schoongemaakt worden. Toen iedereen zijn taak had volbracht kwam er toch echt een eind aan dit geweldige weekend. Moe, maar vol met leuke ervaringen en goede verhalen begon iedereen aan de reis terug naar Nijmegen. Na een **onvergetelijk** Netflix & Chill weekend is het een goed plan om bij te komen met een bingewatch sessie op, je raadt het al, Netflix.

TOS BRANDT LOS

Oma Tos, ook wel dé oma van de *Freem*, geeft in deze nieuwe rubriek iedere editie haar mening over het onderwerp dat wij in de Freem behandelen. Ze is woonachtig in het mooie Brabant, op een romantische boerderij. Echter verlaat ze deze boerderij ongeveer vier keer per jaar om het feestleven in Spanje op te zoeken. Voor de rest is ze een echt familiebeest dat het liefst altijd met haar kinderen en kleinkinderen leuke dingen doet. Deze editie is het thema "Toekomst". We zijn bij oma Tos langs geweest om te vragen hoe zij over de toekomst denkt.

TEKST EVELIEN SCHREURS & CELESTA KULING
BEELD LISANNE VERGOUWEN & CELESTA KULING

"Op mijn 12e, in 1947, werkte ik in een fabriek. Toen was mijn droom dat er na de oorlog vrede zou heersen en dat er voor mijn kinderen later een goede mogelijkheid zou zijn om te studeren. Mijn droom over vrede is niet uitgekomen. Ik vind namelijk dat er tegenwoordig nog steeds meer haat dan vrede in de wereld is. Mijn andere wens is gelukkig wel uitgekomen; mijn kinderen hebben goed kunnen studeren. Toen ik jong was had ik op het gebied van **elektronica** nooit een wereld zoals nu verwacht. Daarvan was toen nog helemaal geen sprake. Uiteraard werden de ontwikkelingen met de jaren wel steeds aannemelijker door de technische vooruitgangen die plaatsvonden. Toen de eerste vormen van het mobieltje ontstonden kon je wel verwachten dat deze erg belangrijk zou worden in het dagelijks leven. Ik heb zelf ondertussen twee *iPhones* gehad en nu heb ik een *Samsung*. Deze gebruik ik om te communiceren met familie, dat vind ik heel belangrijk. Ook gebruik ik mijn smartphone om foto's en filmpjes te maken van onder andere mijn avonturen in Spanje. Mijn mobieltje gebruik ik ook om mijn administratie op te doen. Ik verhuur namelijk het tuinhuisje dat naast mijn boerderij staat en ik gebruik mijn telefoon voor alle administratie die hierbij komt kijken.

Smartphones zijn nu heel belangrijk voor de meeste mensen, maar ik denk dat er ook nieuwe dingen zoals de **praatpaal** belangrijk kunnen worden. Hier vertelde iemand pas over in De Wereld Draait Door. De praatpaal is een apparaat dat steeds meer mensen in Amerika in huis hebben. Dit is een apparaat waar je tegen kan praten en waar je antwoord van terugkrijgt. Je kan het muziek laten afspelen, lampen in huis aan en uit laten doen of een boodschappenlijst eraan vertellen. Deze boodschappen worden dan ook daadwerkelijk bij je thuisgebracht.
Er zijn nu al supermarkten die heel graag willen samenwerken met bedrijven die deze praatpalen maken. Je kan er echt heel veel mee doen en ik denk dat over een paar jaar iedereen een praatpaal heeft. Een andere belangrijke ontwikkeling vind ik die van de **zonne-energie**. Vroeger al, toen mijn zoon bezig was met zijn studie bouwkunde, dacht ik dat dit erg belangrijk zou worden in de toekomst. Ik denk dat we ooit zonne-energie kunnen opslaan en bijvoorbeeld in blokjes kunnen doen. Apparaten kan je dan van stroom voorzien door er zo'n blokje in te stoppen.

Dingen als de praatpaal en de zonne-energie zijn belangrijk voor de toekomst van de wereld, maar ik denk ook aan mijn **eigen toekomst**. Ik heb wel goede voornemens voor 2018, maar dunner worden en dat soort dingen maken mij weinig uit. Ik zou graag meer bewegen en dan vooral veel dansen. Ook zou ik dit jaar weer vaak naar Spanje willen. Mijn eerste reis is al gepland, lekker 17 dagen naar Barcelona. In 2018 wil ik ook heel veel plezier met mijn familie hebben. Mijn grootste wensen zijn om op mijn 85e verjaardag met de hele familie naar een chaletje in Oostenrijk te gaan en om een keer een schildercursus te nemen in Florence.

Aan studenten zou ik als **tip** willen meegeven om de kennis die ze hebben te delen. Iedereen kan namelijk de kennis over zijn of haar vakgebied delen. Neem bijvoorbeeld een tussenjaar om met jouw kennis over techniek ouderen te helpen of probeer asielzoekers te helpen met integreren. Deel je kennis en verrijk anderen hiermee, dat vind ik heel belangrijk."

STORING

Wanneer je het hebt over de zogeheten 'bubbel' denk je meestal eerst aan dingen als je eigen leefomgeving, interesses en comfortzone waar je met gruwelijk geweld uitgesleept moet worden zodat je nog eens wat origineels beleeft. Deze bubbel heb je aan jezelf te danken: hij wordt namelijk door je eigen keuzes gevormd. Ons geliefde internet maakt dit alleen maar erger. Het internet brengt niet alleen kennis, kattenfilmpjes en leuke memes, maar ook doelgerichte advertenties en gepersonaliseerde zoekopdrachten. Dit vervangt in mijn ogen de nostalgische winkelstraat die ons nog wel eens uit de bubbel kon halen…

TEKST FELIX RADIUS
BEELD LISANNE VERGOUWEN

We blijven door het internet alleen maar binnen onze eigen bubbel, die alsmaar persoonlijker wordt. Je herkent vast wel het feit dat je op Facebook en YouTube vooral dingen ziet die gebaseerd zijn op wat je eerder hebt gezien. Op het eerste gezicht zijn deze gepersonaliseerde dingen op het internet zo slecht nog niet, toch? Je vindt veelal dingen die binnen jouw interesses vallen en dingen die je wilt vinden. Dit scheelt een hoop tijd. Het maakt zoektochten over het algemeen minder tergend en advertenties minder onuitstaanbaar.
Toch heeft dit alles in mijn ogen een groot neveneffect. Het internet filtert een hoop voor ons weg. Vergelijk het internet maar eens met lopen door een grote winkelstraat. Je loopt er rond, veelal op zoek naar iets specifieks dat je wilt hebben. Je baant je een weg door alles waarvan je denkt het niet te willen hebben, maar toch zie je onderweg naar je doel iets dat je zo leuk vindt, dat je dat ook maar meeneemt. Het kostte wat meer tijd, maar voegt iets toe.

De personalisatie op het internet heeft deze winkelstraat van vroeger platgegooid en vervangen door een winkelstraat met producten die in jouw comfortzone passen. Het originele dat je wellicht had kunnen tegenkomen, wordt verborgen in andere kleine winkeltjes die je waarschijnlijk nooit meer tegen kunt komen. Hier ligt mijn zorg. Het internet creëert voor ons een winkelstraat met wat alleen wij zelf willen hebben. Het geeft je precies aan wat in jouw bubbel past, zodat je er nooit meer uit hoeft te komen. Zouden we dit fenomeen tegen kunnen houden en hier uit kunnen komen? Ik denk het niet. We zouden ons wel bewust moeten worden. Bewust worden van de grote slijmerige filterbubbel die ons zicht belemmert met wat we al kennen, terwijl achter de waas zich een schat aan onontdekte dingen bevindt. Misschien kunnen we er dan ooit toch nog eens uitstappen…

VRAAG VAN VANDAAG

Welke grote droom zou jij ooit nog in vervulling willen laten gaan?

TEKST CEDRA VAN ERP & MING EBBINKHUIJSEN
BEELD LISANNE VERGOUWEN

Fleur Stolk

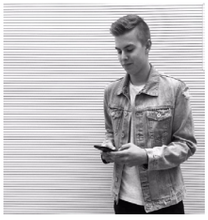
Eerstejaars

'Ik denk dat ik wel meerdere grote dromen heb. Een van de grootste (misschien ook wel de minst waarschijnlijke) is toch wel om ooit een familiebedrijfje te beginnen aan de Spaanse kust. Zo'n cocktailbarretje met van die tropische parasolletjes, een watersportvereniging en een B&B in één. Maar voordat het zover is eerst mijn studie CW even afmaken, zodat ik toch een iets solidere basis heb. De marketing van het bedrijf zal dan vast a *piece of cake* moeten zijn.'

Niels Kruize

Eerstejaars

'De grote droom die ik ooit nog in vervulling zou willen laten gaan is dat ik ergens aan de Franse Rivièra kan zitten met in mijn linkerhand een cocktail en in mijn rechter een goed boek. Niet dat ik nu al geen zin meer heb om te werken, want ook wat dat betreft heb ik een droom. Namelijk woordvoerder van een groot bedrijf worden of verantwoordelijk zijn voor de pers strategie van een sportbond als NOC*NSF.'



Gijs Posthouwer

Tweedejaars

'Het lijkt me heel leuk om ooit een keer mijn eigen reality show te hebben. Het leven als een Kardashian is niet voor iedereen weggelegd, maar ik ben daar helemaal klaar voor! Zelf geniet ik ook altijd van andermans drama, waarom zouden anderen dan ook niet van mijn drama mogen genieten?! Dus Roy Donders, Samantha en Michael, Geordie Shore, maak je borst maar nat, want hier komt Fissa met Gissa!'

Sanne Hoeks

Tweedejaars

'Een van m'n dromen is - heel cliché - om een roadtrip te maken door Amerika. Het lijkt me heel gaaf om alle mooie natuurgebieden daar te zien en steden als Las Vegas en San Francisco te bezoeken. Dus als ik klaar ben met CW (en genoeg geld heb) zullen we die droom maar eens in vervulling laten gaan!'

Myrthe van Boekel

Derdejaars

'Een reis maken naar een tropisch eiland met het meest witte strand, het helderste blauwe water en ook de palmbomen mogen natuurlijk niet ontbreken. Oh en als we dan toch bezig zijn, doe er dan ook nog maar wat puppies bij, heel veel puppies.'

Stef Hulzink

Derdejaars

'Ooit op een dag wil ik nog een roadtrip maken van St. Petersburg naar Athene in een afgetrapt krakkemikkig busje. Door alle oostbloklanden reizen en proberen niet vermoord te worden.'

Sabine Weller

Master

'Bij een grote droom denk je al snel aan van die onbereikbare, onmogelijk dingen. Maar een grote reis, naar Azië bijvoorbeeld, is ook wel iets wat ik nog altijd heel graag wil doen.'

Dominique Vlug

Master

'Op de lange termijn zou ik graag een paar jaar in Australië aan het strand willen wonen bij mijn familie, lekker in het zonnetje tussen de kangoeroes! En dit jaar zou ik natuurlijk graag een recordbedrag ophalen voor de RAGweek!'

OLC UPDATE

Wij zijn de studentleden van de Opleidingscommissie van Communicatiewetenschap, in het kort ook wel OLC genoemd. Wij zijn de stem van studenten binnen de opleiding, voor zowel bachelor- als masterstudenten. Regelmatig vergaderen wij met docenten, waarbij we ervoor zorgen dat de mening van studenten telt als het gaat om veranderingen en verbeteringen van ons onderwijs. In deze update lees je waar wij ons mee bezig houden.

TEKST NEELTJE RIJPKEMA
BEELD LISANNE VERGOUWEN

In september is het stokje overgedragen en zijn wij begonnen als nieuwe studentleden van de OLC. Nico de Kimpe en Elze Roes als bachelorstudenten, en Neeltje Rijpkema, Romy de Kinkelder, Bas Buiting en Dana Meevis als masterstudenten. Na het volgen van een aantal interessante cursussen en een inwerkdag van de oude OLC, konden wij aan de slag. We hebben ons de afgelopen periode vooral gericht op de volgende drie speerpunten:

Engelstalig onderwijs: vorig jaar heeft de OLC al een onderzoekje gedaan naar de mening van studenten over Engelstalig onderwijs. Dit jaar willen wij kijken wat we hier in de praktijk mee kunnen doen. In de vergadering met de docenten is dit ook als belangrijk punt naar voren gekomen voor dit jaar en in de vergadering met de andere OLC's van onze faculteit bleek dit een punt te zijn waar ook andere opleidingen zich nu op focussen. Ook de facultaire studentenraad (FSR) gaat dus met dit punt aan de slag.

Cursusevaluaties: dit jaar gaat een pilot van start voor een nieuw format van de cursusevaluaties. Wij gaan kijken of dit nieuwe format bevalt onder studenten. Wij hebben al uit verschillende hoeken te horen gekregen dat veel studenten ontevreden zijn met een beperkt aantal tekens bij de open vragen in de evaluatie. Wij hebben dit aangegeven en de onderwijsdirecteur heeft beloofd hierop te letten. Daarnaast is ons doel dat zoveel mogelijk mensen de cursusevaluaties dit jaar gaan invullen, zodat we optimaal kunnen handelen.

Bekendheid OLC: om ervoor te zorgen dat iedereen weet wie wij zijn en wat wij doen, hebben wij een plan opgesteld om actief te promoten binnen de opleiding. Zo hebben wij collegepraatjes gehouden, zijn wij actief op Facebook, zijn wij aanwezig geweest bij buddyvergaderingen en bij de tostimiddag van Mycelium. Wij zijn tot nu toe erg tevreden omdat wij al veel nieuwe ideeën en meningen hebben gehoord waar wij mee aan de slag kunnen. Jullie meningen zijn erg belangrijk.

De komende periode gaan we door met het nastreven van deze speerpunten. Ook gaan we meer bezig met de andere speerpunten: de evaluatie van de nieuwe masterspecialisaties en het controleren van de Onderwijs en Examenregeling (OER).

Jij als student bent voor ons ontzettend belangrijk! Voor vragen en opmerkingen kun je ons altijd aanspreken. Ook kun je een mail sturen naar olc.cw@student.ru.nl of een berichtje sturen op Facebook: facebook.com/opleidingscommissiecw. Op Facebook plaatsen wij ook regelmatig updates.

HET NAWOORD

Jullie hebben inmiddels de *Freem* al helemaal (als het goed is in één ruk) uitgelezen. Het zal je dan niet ontgaan zijn dat alles in deze editie draait om de toekomst. Omdat ik vet rebels ben en een mooi allereerste nawoord wilde schrijven, sta ik graag eerst nog even stil bij het verleden…

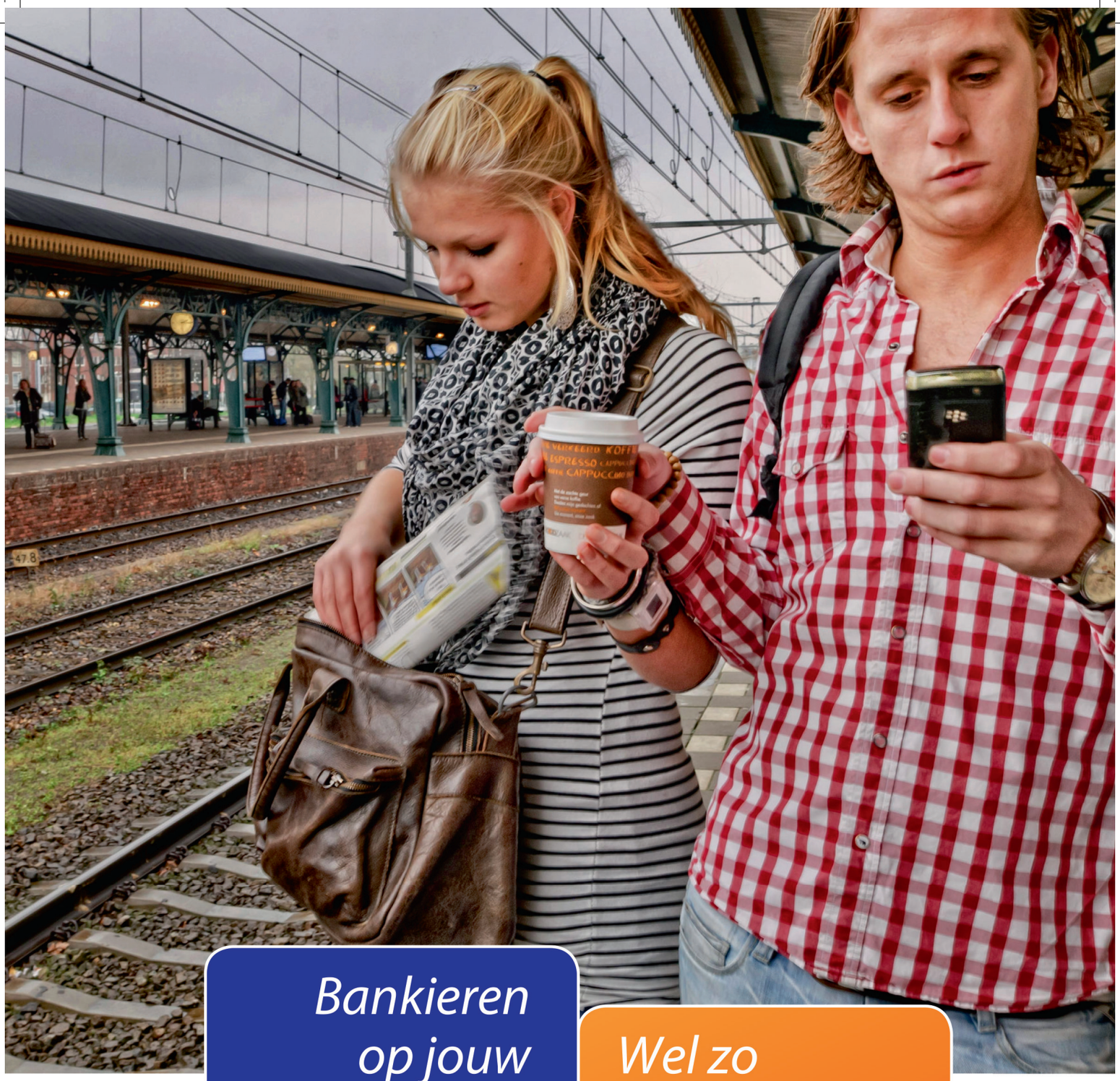
TEKST JILL EVERS
BEELD CELESTA KULING

Vroeger op de basisschool vierden wij elk jaar uitbundig Kerstmis. Een week lang werden er allerlei activiteiten georganiseerd, van kerstdiners tot kerstmarktjes en als hoogtepunt natuurlijk: de kerstviering. Terwijl ik dit schrijf besef ik trouwens dat alles tijdens Kerst gewoon een alledaagse activiteit is waar het woord 'Kerst-' voor is gepropt. Misschien een leuk idee voor Mycelium, om naast het befaamde kerstdiner ook een kerstmonopolyspel, een kersttostimiddag, een kerstdagvandetoekomst…

Ik dwaal weer af, ik was gebleven bij de kerstviering. Anyway, die kerstviering bestond dan uit allerlei toneelstukken die verschillende klassen hadden voorbereid. Toen ik in groep 5 zat, zouden we een stuk over grootma Baboushka doen. Ik had een of ander klein insignificant rolletje. Dit vond ik heerlijk, want ik had geen stem meer. Vroeger kon ik namelijk ook al lekker schreeuwen. En nu komt het. Een uur voor de grote opvoering bleek de hoofdrolspeelster echter ziek te zijn (waarom was niemand hier eerder achter gekomen?) , dus moest er halsoverkop een vervanger geregeld worden. Ik was de uitverkorene. Zonder stem en met tekst die ik een half uur van te voren nog moest leren, heb ik toen een Russisch oud vrouwtje moeten spelen in haar zoektocht naar Christus. Vet interessant klinkt het niet natuurlijk, maar voor zover een acht jarige het kán rocken, heb ik het gerockt. Vond ik zelf in ieder geval. Om een kort verhaal lang te maken:dit was het moment dat ik wist wat ik in de toekomst wilde gaan doen. Ik zou actrice worden!

"Ik zou actrice worden!"

Maar zoals dat eigenlijk met alle keuzes in het leven gaat, neem je je iets voor en pakt het totaal anders uit. Ik weet namelijk niet of het jullie is opgevallen, maar in plaats van een studie Docent theater aan ArteZ Arnhem te volgen, zit ik nu voor mijn laptop een nawoord te schrijven voor het welbekende blad van de studievereniging voor communicatiewetenschappers. Uiteindelijk blijk ik toch dicht bij mijn toekomstdroom gebleven te zijn, want dit blad is dramatisch goed! Of zoals we dat tegenwoordig zeggen: "Dikke vette 'vo voor de nieuwe redactie!" Ik vraag me af hoe er in de verre toekomst complimenten gegeven zullen worden… Iets met 'Lekker bezig, geef me een sci-five?' We zullen het nooit weten. Want dat is het mooie van de toekomst, je weet het pas zeker als het gebeurd is. Daarom weet ik nu zeker, dat ik oh zo blij ben dat ik voor Communicatiewetenschap ben gegaan. Ik zou me toch geen toekomst zonder jullie, mijn studiegenootjes, de leden van Mycelium, kunnen voorstellen!



Bankieren op jouw moment.

Wel zo relaxed.

Rabo StudentenPakket

Met het Rabo StudentenPakket regel je je bankzaken net zo makkelijk thuis als onderweg. Via de Rabo Bankieren App even je saldo checken, je vrienden terugbetalen of last minute je huur overmaken. Waar je dan ook bent.

Open jouw Rabo StudentenPakket op rabobank.nl/studeren

Een aandeel in elkaar

Rabobank