Tijdschrift voor Communicatiewetenschap - jaargang 34 - nr. 1 2018

FREEM

GET CREATIVE



INTERVIEW MET RACHID FINGE

REPORTAGE BIJ FILMIT

16 PERSONALITIES TEST

WERKEN ALS EIGEN BAAS

CREATIEVE TRENDS

Redactieadres
Mycelium t.a.v. Freem
Postbus 9104
6500 HE Nijmegen
freem@mycelium.nu

Fysieke oplage
250 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
Pathé
Rabobank

Social Media
FreemCW
FreemCW

VOORWOORD



Creativiteit, wat is dat nou? Toen één van de redactieleden tijdens de vergadering met het idee voor het thema creativiteit kwam, werd ik niet eens meteen razend enthousiast. Ik dacht aan knutselwerkjes en de langdradige lessen over beeldende vorming op de middelbare school. **Positiever** werd ik toen mijn mede-redactieleden met heel veel creatieve ideeën kwamen: creatieve communicatiebureaus, studenten met een eigen bedrijfje, studenten die veel met *Photoshop* kunnen, productiebedrijven – en ga zo maar door. Hoe meer ik na ging denken, hoe leuker ik het onderwerp begon te vinden.

Is creativiteit niet eigenlijk gewoon de **basis van alles**? Als creativiteit niet bestond, hoe moesten bedrijven dan hun producten promoten? En hoe zouden er dan iedere keer nieuwe TV-programma's bedacht worden? Nieuwe media waren dan ook ver te zoeken, want zonder creativiteit was niemand erop gekomen om *Instagram* op de markt te brengen of een virtual reality bril te maken. Zonder dit alles had Communicatiewetenschap niet zoveel relevantie. Als Communicatiewetenschap niet bestond, was er niemand die ooit de *Freem* bedacht had. Ho is even: hoe heb ik dit onderwerp ooit saai kunnen vinden?

Besef dus even wat voor **geluk** jij hebt dat nu de *Freem* voor je ligt... Wij, creatievelingen, hebben weer ons best gedaan deze **creativiteitseditie** te vullen met interessante artikelen. Zou jij graag lezen hoe Richard Finge, oud-nieuwslezer van **3FM** en huidig communicatiemanager bij **Google**, over creativiteit denkt? Of ben jij meer van de productiekant en wil jij graag weten hoe het er bij productiebedrijf **Filmit** aan toe gaat? Verder lees je over ambitieuze CW'ers met een eigen bedrijfje, over de '*16 personalities test*' en natuurlijk weer de nieuwste trends. Ook staat deze *Freem* in het teken van liefde, want **Valentijnsdag** staat weer voor de deur...

Dit is natuurlijk niet alles. Er is nog veel meer te lezen in de eerste editie van 2018. Ben je nu net zo **enthousiast** geworden over het thema creativiteit als ik? Lees dan snel verder!

Elze Roes
Hoofdredactrice 2017-2018







INHOUDSOPGAVE

Interview: Rachid Finge	**4**
Column	**7**
Eigen Baas	**8**
Creatieve Clichés	**10**
Docenteninterview	**11**
Reportage: Filmit	**12**
It Wasn't Me, It Was Patricia!	**15**
Handige Tricks Voor Je Valentijn Fix	**16**
Mycelium Inside	**18**
Trends	**20**
Studentenportret	**22**
The (C) Way Up	**23**
Wonderlijke Woorden	**24**
Tos Brandt Los	**26**
Storing	**28**
Vraag Van Vandaag	**29**
OLC Update	**30**
Het Nawoord	**31**



INTERVIEW
RACHID FINGE

Foto Hans-Peter van Veldhoven

VAN A NAAR B
VIA ONBEWANDELDE PADEN

Veel studenten Communicatiewetenschap zouden Rachid Finge (32) eigenaar noemen van een jaloersmakend CV: voorheen actief als nieuwslezer bij de NOS en momenteel werkzaam bij Google Nederland, waar hij zichzelf Communications Manager mag noemen. Deze loopbaan heeft hij al vroeg in zijn leven in gang gezet. Finge is namelijk al op zijn achtste begonnen met programmeren en is drie jaar later bij de lokale radio aan de slag gegaan. Een alumnus Communicatiewetenschap van de Radboud Universiteit zoals Rachid is dan ook zeer interessant om even te kunnen spreken!

TEKST MART MEGENS
BEELD CELESTA KULING

Je bent Communications Manager bij Google. Wat houdt dat precies in?
"Ik verzorg samen met mijn collega alle **communicatie** van Google in Nederland. Bijvoorbeeld met de pers, tijdens events en de directe communicatie met onze gebruikers via YouTube. Er komt ook nog interne communicatie bij kijken, maar de meeste tijd zit in de externe communicatie."

Hiervoor werkte je als nieuwslezer bij de NOS op 3FM. Op welke manier is de switch naar Google tot stand gekomen?
"In de laatste paar jaar van de elf jaar die ik bij de NOS heb gewerkt, was ik ook bezig met **technologieverslaggeving** en kwam ik daardoor veel in contact met de grote techbedrijven als Microsoft, Apple en Google. Op een gegeven moment kwam er een plek vrij in het team van Google en werd mij gevraagd om te solliciteren."

Na eerst zelf de vragen gesteld te hebben als journalist bij de NOS, kwamen de vragen bij Google door de communicatie met de pers plotseling jouw kant op. Hoe was dat?
"Dat viel me nog mee. Uiteindelijk weet ik als journalist vaak wat andere journalisten willen weten en waar ze wel of niet op aanslaan. Dus dat helpt natuurlijk wel een beetje. Maar ik denk ook dat mijn verleden in de journalistiek goed is omdat ik een **basishouding** heb waarbij ik journalisten graag wil helpen. Ik vind dat journalisten belangrijk werk doen en dat ze hun werk goed moeten kunnen doen. Daar wil ik dan aan kunnen bijdragen. Dus wat dat betreft is een journalistieke achtergrond een goede achtergrond voor communicatiewerk."

Wanneer zette je de eerste stap richting journalistiek?
"Mijn interesse in journalistiek en nieuws ontstond toen ik op mijn elfde begon bij de lokale radio. Na de middelbare school hoorde ik tijdens een **tussenjaar** dat de NOS een nieuwslezer zocht voor 's nachts. Ik heb toen een demo opgestuurd en kon mede dankzij de ervaring bij de lokale omroep op mijn negentiende, een maand voordat mijn studie begon, aan de slag als freelance redacteur."

"Ik begon op mijn elfde bij de lokale radio"

Had je er veel moeite mee om dat te kunnen combineren met je studie?
"Dat kon soms zeker lastig zijn. Als freelancer kun je eigenlijk elk moment worden **opgeroepen** om te komen werken, bijvoorbeeld als er plots iemand ziek is. Als ik dan op het laatste moment werd opgebeld om de volgende ochtend te komen werken, deed ik dat meteen. Als ik daardoor mijn tentamen moest missen, dan was dat maar zo. Hierdoor duurde het ook wat langer voordat ik mijn propedeuse haalde. Dit was echter voor mij prima te verantwoorden omdat ik veel bij de NOS had gewerkt."

"Het academische denken is extreem nuttig op een nieuwsvloer"

Merkte je tijdens je studie dat je veel van de studie kon toepassen in je werk?
"Zeker. Ik zat bijvoorbeeld in een werkgroep bij de NOS die onderzocht hoe een bepaalde vorm van nieuwsverslaggeving geoptimaliseerd zou kunnen worden en dan helpt het heel erg om zo'n onderzoek te kunnen doen als je methoden van onderzoek kent en statistiek snapt. Ook zitten er bepaalde filosofische aspecten in dat werkveld zoals wat 'de waarheid' precies is en of het niet per definitie al subjectief is. Dus het **academische denken** is extreem nuttig op een nieuwsvloer. Maar buiten de studie is het wel belangrijk om zelf de praktijk in te gaan, zoals het bijhouden van een blog of bij de lokale omroep aan de slag te gaan.



Foto Hans-Peter van Veldhoven

Communicatiewetenschap is uiteindelijk wel een betere keuze dan journalistiek, maar doe er wel iets naast behalve alleen je colleges volgen."

Het is dus belangrijk om creatief te blijven naast je studie. Laat 'creativiteit' nou net het thema zijn van deze Freem. Hoe zou jij dit begrip omschrijven?
"Ik denk dat je vaak bij het werken in de communicatiewereld van A naar B moet komen. Creativiteit helpt je om niet meteen de eerste de beste weg te bewandelen. Vaak is de eerste manier die in je opkomt een wat saaiere, minder unieke manier. Door middel van creativiteit loop je misschien wel een **omweg** maar kom je een veel interessantere route tegen. Het is dus het avontuur willen en durven aangaan om op een andere manier bij je doel te komen."

Op welke manier wordt creativiteit bij jouw werk bij Google gestimuleerd?
"Een nogal taai onderwerp bij Google, maar iets waar wel veel vragen over bestaan, is **privacy**. Daar moet je dus met creativiteit een aantrekkelijke manier zien te vinden om een gesprek te beginnen over een lastig onderwerp. Zo zijn we met de Google Privacy Tour met een caravan langs twintig steden gegaan om daar 'offline' met mensen een gesprek aan te gaan over privacy. Het is met zo'n soort project belangrijk dat er van Google uit het vertrouwen is in de werknemers. Die steun en het willen helpen is bij het ontwikkelen van creativiteit ook nodig. Buiten het vertrouwen is er bij Google ook ontzettend veel **vrijheid**. Bijvoorbeeld in hoe je je agenda indeelt, maar ook door dingen als een sportschool, een prettig restaurant en een ontspanningsruimte. Ik denk dat de aanwezigheid van die services ook wel een bekend beeld is wat mensen hebben van een Google werkvloer. Het feit dat we elke ochtend met elkaar kunnen ontbijten, zorgt ervoor dat ik soms op die momenten met die mensen tot totaal andere inzichten kom."





Foto Hans-P[illegible] van Veldhoven

"Creativiteit is het avontuur willen en durven aangaan om op een andere manier bij je doel te komen."

Hoe ziet een werkdag na het ontbijt er dan verder uit?
"Het ontbijt zelf kan voor iedereen op zijn eigen manier, thuis of op het werk. Daarna is het voor de meeste mensen even in de inbox kijken om te kijken of er vragen zijn van journalisten die beantwoord moeten worden. Dat loopt vaak wel als een rode draad door de dag heen. Verder is het heel **verschillend**: het kan zijn dat je iets hebt aan te kondigen zoals een nieuw product of een update van een bepaald product, maar je kunt bijvoorbeeld ook bezig zijn met het voorbereiden van zo'n soort project als die Privacy Tour. Ook maken we wekelijks een video op YouTube waarin we vragen van onze gebruikers beantwoorden. Dit kan dan variëren van 'Hoe maak ik het beste een foto met een bepaald Android-toestel?' tot 'Gebruiken kale mannen nou wel of geen shampoo?'"

Over YouTube gesproken, zorgt de opkomst van dit platform volgens jou voor een perfect podium voor creatievelingen of juist een overschot aan niet-creatievelingen?
"Om eerlijk te zijn denk ik dat dit podium fantastisch is. Tien tot vijftien jaar geleden was er maar een klein clubje mensen dat besloot wie er succes kon hebben met zijn of haar idee. Als je bijvoorbeeld muzikant was, maar de platenmaatschappij vond jouw muziek niet leuk, dan kon je jouw verhaal niet kwijt. Zo is er met YouTube eigenlijk een heel **democratisch systeem** ontstaan waarin het grote publiek beslist wie er succes heeft."

Wat zijn jouw eigen manieren om creatief te blijven?
"Ik denk dat creativiteit vaak komt als je voldoende **rust** in je hoofd hebt. Dus als je alleen maar met deadlines bezig bent en tegen de klok aan het racen bent werkt dat niet goed voor je creativiteit. Het is goed om niet alleen op kantoor te werken en juist **afwisseling** daarin te zoeken. In mijn ervaring komen nieuwe creatieve ideeën vaak naar boven op onverwachte plekken en niet als je een heel voorspelbaar leven leidt. Het is echter nog wel belangrijk om daar bovenop open te blijven staan voor nieuwe ideeën. Als je vanaf het begin al heel standvastig bent in de manier waarop je iets wil gaan bereiken, zal je niet snel tot iets nieuws komen."

Heb je al enig idee welk avontuur er na Google op je staat te wachten?
"Ik weet dat eigenlijk niet zo goed. Op het moment dat Google op mijn pad kwam tijdens het werken bij de NOS besefte ik dat zoiets niet vaak in je leven gebeurt. Ik besloot die stap te nemen en eigenlijk moest dan nog maar blijken of ik er ook goed in was. Vooraf had ik niet een heel CV met **communicatie-ervaring**, dat is namelijk wel even iets anders dan alleen een studie Communicatiewetenschap en de journalistiek. Daardoor ben ik nu vooral bezig met steeds beter worden in mijn werk. Toen ik bij de lokale omroep begon, was ik eigenlijk net een klein voetballertje dat bij het Nederlands elftal wilde gaan spelen. Nadat ik dat tien jaar lang heb mogen doen, is er nu een soort omslag waarbij ik totaal geen idee heb hoe de toekomst eruit moet komen te zien. Het is ook lastig om alles vooraf zo precies vast te leggen en vooruit te plannen. Wat dat betreft leef ik nu best wel van **dag tot dag** en dat bevalt me eigenlijk wel prima!"

TWEE MILJOEN COMMUNICATIE-WETENSCHAPPERS

Op de Dag van de Toekomst van Mycelium vorig jaar sprak Joris van Meel over zijn ervaring met het studentenleven als communicatiewetenschapper in opleiding. Zijn presentatie ging grotendeels over één ding: Communicatiewetenschap geeft je de nodige basiskennis van het vak, maar doe alsjeblieft ook vaardigheden op naast je studie. Verrijk jezelf, onderscheid jezelf, ga photoshoppen of vlog erop los. Wees niet iemand met alleen een papiertje. De eerstejaars knikten geïnteresseerd en enthousiast. Mijn mede derdejaars zag ik daarentegen zenuwachtig slikken terwijl ik ze bijna zag denken aan hun huidige baantje bij de supermarkt of het plaatselijke restaurantje. Want hoeveel van ons hadden dit nu werkelijk gedaan?

TEKST PUCK VAN OVERVEST
BEELD LISANNE VERGOUWEN

Ik dacht net aan mijn net nieuwe job bij een videoproductiebedrijf, die toevallig in mijn schoot rolde. Het luchtte iets op: ik had voor nu dus geluk gehad. Maar hoe nu verder? 'Ons land telt twee miljoen communicatiewetenschappers,' zei Pieter Derks in zijn scherpe column over opleidingsfetisj bij Radio 1. Hoe win je deze massale marathon?

"Wees altijd extra"

"Creatief zijn", is vaak het antwoord. Daag jezelf zoveel mogelijk uit, doe precies niét wat anderen doen en solliciteer ook niet via de normale paden. Wees altijd extra. Wat een beste opgave is binnen een studie waar juist de meeste mensen terechtkomen die niet echt een antwoord kunnen geven op de vraag wat ze nu precies later willen worden. Wel is het een terecht antwoord in dit creatieve vakgebied. Door de jaren heen worden we aangemoedigd met en beleerd over manieren hoe je als expert je doelgroep op een originele manier bereikt en hoe je opvalt in deze wereld die om aandacht schreeuwt.

De 'homo ludens' van Huizinga, oftewel de spelende mens, krijgt steeds meer aandacht binnen deze cultuur van creativiteit. Maar hoe kunnen wij kinderlijk blijven spelen met zakgeld veranderend van materiele financiering naar een "rijkdom" van oneindige levenskeuzes? Bij tientallen van de 'millenials' en ik denk specifiek bij CW'ers, drukt deze combinatie van creativiteit en het bijna móeten nastreven van je dromen tot een onzichtbare zwaarte op de schouders. Leidt het constant verwachten van creativiteit nog wel naar echte, zuivere creativiteit?

Aan de andere kant kan deze invalshoek natuurlijk ook nogal verwend klinken. In dit vredige tijdperk hebben we het beter dan ooit. Obstakels om te doen wat je echt graag wil zijn er bijna niet of de hulpmiddelen liggen hiervoor binnen handbereik. Daarom is een 'change of mindset' nodig bij de aanstormende generaties om hier daadwerkelijk van te kunnen genieten. Keuzemogelijkheden zijn in feite een luxegoed, maar vormen zeker geen bucketlist. Het kost tijd om erachter te komen waar je warm van wordt en je een deel van je leven aan wil wijden. En tijd hebben we als student gelukkig zat.



EIGEN BAAS

Heb je ook wel eens getwijfeld om van je hobby je eigen bedrijf te maken? Misschien hebben velen er al eens over nagedacht, maar daadwerkelijk de stap zetten naar de Kamer van Koophandel is niet altijd zo gedaan. Freem sprak met drie studenten die naast hun studie CW veel uurtjes stoppen in hun eigen bedrijf, waar ze al hun creativiteit in kwijt kunnen. Wat een bazen!

TEKST MILOU VERHAGEN & ELZE ROES
BEELD MARTHE KAMPHUIS



RED FROG MEDIA

Wie? Pim Ottenheim, masterstudent CW

Bedrijf? Red Frog Media - want Engels klinkt altijd beter ;)

Wat? Het ontwikkelen van videoproducties en trouwvideo's en het bouwen van websites. Red Frog Media werkt voor een aantal vaste klanten, waaronder een televisiebedrijf. Ook bewerkt het bedrijf vlogs van Rob Geus (van de Smaakpolitie) en Maureen du Toit (bekend van SBS6).

Achtergrond? Pim liep tijdens zijn Hbo-opleiding stage bij een bedrijf in Almere dat bedrijfsvideo's maakte. Hij leerde daar meer over filmen en het bewerken van video's. Hieruit ontstond het idee om dit werk ook in zijn thuisstad Breda te gaan doen. Samen met zijn goede vriend Mark schreef hij Red Frog Media in bij de Kamer van Koophandel. Pim had al een eerste opdracht, waarna het balletje begon te rollen. Pim is nu naast zijn studie gemiddeld 15 uur kwijt met zijn onderneming.

"We bewerken vlogs van Rob Geus en Maureen du Toit"

Grootste uitdaging? Klanten vinden blijft het moeilijkste deel van het werk. Pim en Mark vinden nieuwe klanten door mond-op-mond-reclame en door koude acquisitie. Pim vertelt: 'We bellen veel mensen op en vertellen wat we doen. Ook weddingplanners bijvoorbeeld, die we korting bieden zodat ze ambassadeurs voor ons worden. Maar de concurrentie is groot.'

Toekomst? Pim zou heel graag verder gaan met zijn bedrijf na zijn studie en proberen te groeien. Hij hoopt dat zijn master Commerciële Communicatie hierbij gaat helpen. Een leuke hobby blijft het zeker!



MATIA Studio

Wie? Matia Heesakkers, vierdejaars student CW

Bedrijf? MATIA Studio

Wat? Persoonlijke illustraties met aquarel verf
Matia is voornamelijk bezig met het maken van portretillustraties in de vorm van schilderijen, wenskaarten, tasjes en nog veel meer. Klanten sturen foto's op en aan de hand daarvan maakt Matia een portret. Dit kan een illustratie zijn van familie of een groep vrienden, maar ook van één persoon. Dit doet ze niet alleen van foto's: creatieveling Matia staat namelijk ook wel eens 'live' te illustreren op feestjes en evenementen, waarbij ze binnen enkele minuten een illustratie klaar heeft! Zo heeft ze recent mogen illustreren op een bruiloft. De gasten konden door Matia een portretje laten maken en die kregen ze als aandenken mee naar huis. Kunnen we je alvast inhuren voor later, Matia?

"Persoonlijke illustraties met aquarel verf"

Achtergrond? Matia heeft altijd al met veel plezier getekend. Eind 2016 ontdekte ze het portret tekenen en maakte ze voor haar plezier vaak een leuk portretje die ze vervolgens als cadeau gaf als er iemand jarig was. Bij de kledingwinkel waar Matia toen werkte, maakte ze veel gebruik van haar tekentalenten. Ze mocht daar illustreren voor de webshop, etalages en voor de mail. In die tijd besloot ze een eigen Instagram pagina te maken om tekeningen op te plaatsen. Er kwamen al snel heel veel leuke reacties en verzoeken van mensen die ook zo'n portretje wilden! Omdat het zo goed ging, heeft ze zich in november 2017 ingeschreven als MATIA Studio bij de Kamer van Koophandel. Rond de feestdagen heeft ze dit zelfs als fulltime job kunnen doen. Het loopt dus als een trein!

Grootste uitdaging? Dit is toch wel het werk combineren met de studie. Studeren komt steeds vaker op de tweede plek te staan. Matia wil haar bedrijfje graag uitbreiden en ze heeft veel leuke ideeën. Hiervoor wil ze toch eerst nog 'even' afstuderen...

Toekomst? Ze wil graag doorgaan met MATIA Studio en het liefst zou ze CW erop toepassen. Ook zou Matia leren over grafisch design en digitaal illustreren. Het lijkt haar heel gaaf als reclamebureaus haar illustraties dan gaan gebruiken.



CPHERE.

Wie? Celesta Kuling, tweedejaars student CW

Bedrijf? Cphere (cpherewear.com)

Wat? Eigen kledingmerk in T-shirts. Het concept is dat ongeveer elke twee maanden een nieuwe collectie online komt, met unieke designs.

Achtergrond? Celesta is pas net begonnen als eigen baas, maar loop al heel lang rond met het idee van een eigen kledinglijn. Aan het starten van een bedrijf hing niet alleen een prijskaartje. Celesta was namelijk ook op zoek naar goede kwaliteit voor de shirts. Bij het runnen van haar bedrijfje komt meer kijken dan het ontwerpen, zoals op zoek gaan naar nieuwe stoffen, de website, sociale media, reclame, inpakken en versturen van bestellingen.

Grootste uitdaging? Zowel op inspiratieniveau als praktisch niveau vindt Celesta het eigen baas zijn van een klein bedrijf wel eens lastig. Celesta wil graag boeiend blijven voor haar publiek door bijvoorbeeld een aantal keer per week nieuwe posts maken voor de sociale media. Daarnaast vindt ze de prijs van haar producten moeilijk te bepalen en kost het ontwikkelen van nieuw materiaal veel tijd.

"Uitgroeien tot een skatemerk zou mooi zijn"

Toekomst? Celesta heeft genoeg inspiratiebronnen en zou graag een eigen stijl ontwikkelen. Als voorbeeld noemt ze het merk 'Parra', omdat deze tekeningen heel gaaf en stijlvol zijn. Ook zou Celesta graag een partnerschap met een bedrijf aangaan in de toekomst, zodat prijs en variaties in de shirts wat beter overlegd kunnen worden. Uitgroeien tot een soort skatemerk zou Celesta graag willen, maar hiervoor zijn nog wel meer kennis en middelen nodig. Daarom gaat Celesta volgend jaar een half jaar Graphic Design studeren aan de kunstacademie om illustreren en ontwerpen nog beter onder de knie te krijgen. Dit belooft veel moois!

CREATIEVE *clichés*

Stap een willekeurig huis binnen in een willekeurige stad en je zult meteen kunnen zeggen of dit een 'normaal' huis is of een studentenhuis. Nee, niet omdat de bewoners aanzienlijk wat jonger zijn en duidelijk niet dezelfde genen delen, maar omdat de studentenhuis clichés je om de oren vliegen. Veel studenten willen hun huisje zo vrolijk en gezellig mogelijk maken. Met een budgetje waarmee ze zichzelf nog net niet uit hoeven laten uithongeren iedere maand, heeft een investering in fatsoenlijke accessoires echter vaak niet de prioriteit . Gelukkig zijn we met z'n allen super creatief en maken we er wel wat van. En daarvoor halen we alle nodige inspiratie uit andere huizen. *Freem* zet de grootste clichés even voor je op een rijtje.

TEKST KELLY VERBUNT
BEELD CELESTA KULING

SLINGERS

"Is er iemand jarig?" Vraagt mijn huisbaas nog altijd als hij even langskomt. Ja, ik maak mij ook schuldig aan het cliché. Vlaggetjes zie je in elk studentenhuis wel ergens hangen. Vaak puur en alleen omdat de bewoners na de eerste verjaardag te lui waren om ze weer weg te halen, maar regelmatig worden ze ook bewust opgehangen. Niet gek ook, want wat vrolijkt de boel nou beter op dan een paar kleurrijke driehoekjes aan een touwtje?! Daarbij staan vlaggetjes ook symbool voor feest. Link feest aan stappen, stappen aan studenten en tadaa je komt weer in het studentenhuis uit! Volkomen logisch dus.

VERZAMELING VAN (LEGE) DRANKFLESSEN

Of deze nou ontstaan is uit luiheid om naar de glasbak te lopen of niet, ieder studentenhuis heeft het wel. Bij de één staan ze toch subtiel in een hoekje, maar bij het meerderendeel staan ze trots uitgestald op een plank. Je kunt dit zien als troep, maar vergis je niet, het is ook kunst! De verzameling is een prachtig symbool van jouw studententijd en iedere lege fles kent zijn eigen herinnering (als je de desbetreffende avond überhaupt nog kan herinneren dan). Super leuk! Iets minder wel als je ouders langs komen, maar ach zij zijn ook ooit jong geweest.

GESTOLEN VERKEERSATTRIBUTEN

Het begint allemaal zodra je blij en voldaan met veel te veel biertjes op de kroeg weer verlaat en naar huis fietst. Onderweg zie je een verkeersbord liggen en hoe leuk is het nou om die even mee te nemen! De volgend ochtend presenteer je je aanwinst vol trots aan je huisgenoten. Terugbrengen is geen optie meer dus ja dan moet het wel een mooi plekje in huis krijgen. Veel studenten maken een sport van het 'lenen' van attributen die ze 'vinden' tijdens het stappen. Het maakt van je huisje een mooi museum zullen we maar zeggen toch?

FOTO'S

Heb je na alle bovengenoemde dingen nog steeds lege plekken op je muren en deuren? Dan kunnen deze prima opgevuld worden met wat leuke foto's! Hoe leuk Nijmegen ook is, iedereen mist stiekem wel zijn of haar vrienden van thuis. Ook de hond en de hamster die je van je ouders écht niet mee mocht nemen worden toch wel gemist. De oplossing om je vrienden van thuisthuis en je favoriete pluizenbolletjes toch nog een beetje bij je te hebben zijn natuurlijk foto's! In de meeste studenthuizen maken ze dan ook deel uit van het behang en zijn ze echt niet weg te denken.



docenten-interview

Terwijl Nijmegen bedekt lag onder een laagje sneeuw, vond in het Cultuurcafé alweer de tweede docentendiscussie plaats. In de trant van het thema 'creativiteit' vroegen wij niemand minder dan onze statistiekhelden Manfred te Grotenhuis en Maurice Gesthuizen de hemd van het lijf over verschillende zaken.

TEKST PUCK VAN OVERVEST & KELLY VERBUNT
BEELD LISANNE VERGOUWEN



Om de discussie aan te wakkeren vroegen wij beiden heren hoe zij nou creativiteit gebruiken om de stof in hun colleges minder saai te maken. Maurice gaf direct aan daar niet zozeer mee bezig te zijn. Wel vindt hij het belangrijk om **dicht bij de studenten** te staan. Dat maakt het persoonlijker en minder saai. Manfred geeft hem gelijk. "Mijn leraar praatte altijd in termen van x en y en iedereen viel daarbij zowat in slaap of viel bijna om van onbegrip. In het begin heb ik het vak statistiek ook zelf nogal statisch gegeven, maar ik kwam er al snel achter dat dit niet werkt voor studenten. Je moet ze laten zien hoe je aan het vak statistiek daadwerkelijk iets kunt hebben. Je moet **concrete voorbeelden** geven en vervolgens aan de hand van die voorbeelden de stof uitleggen." Daar is Maurice het mee eens. "Het vertelt veel makkelijker uit voorbeelden en houdt studenten ook meer alert."

Vervolgens vroegen wij de docenten naar de **digitalisering** binnen de studie. Wat vinden zij daar nou van? "Het is een **zegen**!" stelt Manfred meteen. "Mobiels en laptops zijn dan echter geen goede zaken en leiden alleen tot afleiding, maar de digitale tentamens, weblectures en blackboard zijn zeker een aanwinst. Ik zou niet terug willen naar de oude situatie." Hier is Maurice het niet zo mee eens. "Er zit ook wel een **nadeel** aan die weblectures. Ik zie studenten veel liever gewoon voor mij zitten. Dan heb je veel meer invloed op de studenten en de stof zelf en voel je veel beter aan of iemand het echt begrijpt. Zo kun je de stof veel beter overbrengen." Hier moet Manfred hem toch wel gelijk in geven. Desondanks blijft hij bij zijn standpunt. "Dat is wel zo, maar door middel van weblectures kunnen docenten ook juist weer een hoop van elkaar leren."

Ook vragen wij ons af of ze nog **verbeterpunten** zijn in de Radboud Universiteit om studenten te simuleren. Deze vraag leidt weer toch een kleine discussie. Waar Manfred stellig aangaf dat vakken meer met elkaar **verknoopt** zouden moeten raken, en dat er meer overleg moet zijn tussen docenten, gaf Maurice aan het hier juist niet zo mee eens te zijn. "Ik vind overleg ook wel belangrijk, maar ik doe het uiteindelijk toch echt liever op mijn **eigen manier**. Dat vakken verknoopt raken is ook wel iets goed, maar ik ben bang dat dat ten koste gaat van de duidelijkheid omdat je het niet meer op je eigen manier kan uitleggen."

Tot slot vroegen wij nog naar in hoeverre de docenten hun collega's **creatief** vonden. Manfred maakte hier gelijk de vergelijking van wetenschap met muziek. "Wetenschap is vergelijkbaar met muziek. Je wilt iets onder de knie krijgen. Een college is eigenlijk ook een **stukje muziek**. Het is als optreden. Soms gaat het goed, soms niet." Hier was Maurice het zeker mee eens. "De **interactie** inspireert heel erg en wetenschap komt altijd terug in colleges. Dat maakt het creatief."

Voldaan sluiten we het gesprek af. We bedanken de docenten voor hun openheid en nog voor code rood echt van start gaat gaan we snel naar huis.

READY SET ACTION BIJ FILMIT

Wat is nu typisch een beroep waar je je creatieve ei kwijt kan? Het bedenken en maken van video's is er zeker een! We gingen op bezoek bij het jonge bedrijf Filmit, gevestigd in de Tilburgse spoorzone. Medewerkers van Filmit noemen zichzelf dé videomarketeers. Tijd om er achter te komen wat Filmit zo bijzonder maakt en wat er allemaal bij videomarketing komt kijken.

TEKST MILOU VERHAGEN & LISANNE VERGOUWEN
BEELD MARTHE KAMPHUIS

Stefan Broeren, jonge ondernemer en eigenaar van Filmit, besloot een half jaar geleden na 4 jaar freelancen een **eigen bedrijf** op te bouwen. Aan ambitie geen gebrek! Hij stelt nu al hoge verwachtingen voor de toekomst. Zo wil hij het team van vijf uitbreiden naar een team van twintig man. Het liefst ziet Stefan het bedrijf ook **groeien** naar een groter en mooier pand. Daar hoort een groot team aan vaste krachten bij, bestaande uit onder andere een office manager, editors en cameramensen.

De groei is meteen de **grootste uitdaging** voor het bedrijf. Stefan heeft het druk met het werven van klanten, het verdelen van mensen over de juiste opdrachten en het bijhouden van afspraken. Een volle agenda dus! Tegelijkertijd wil hij zich bezig houden met het promoten van zijn eigen bedrijf, zodat hij een goede basis creëert voor de toekomst. Er zijn echter meer mensen en meer tijd nodig om al deze opdrachten tot een succes te kunnen maken.

“Het is belangrijk om het randje op te zoeken, dat moet in marketing als je wil opvallen.”

Filmit maakt **promotievideo's, instructievideo's** of **animaties** voor verschillende bedrijven. Of het nu een gemeente is, een uitzendbureau in de transport (Logistic Force) of het Ronald McDonald Kinderfonds, Filmit gaat aan de slag om ze in *'the picture'* te zetten. Stefan helpt bedrijven om hun doelstellingen te bereiken. De eerste vraag die hij stelt bij een gesprek is dan ook wat de organisatie wil bereiken met de video's - wat is nu hun **doelstelling**? Vervolgens gaat Filmit aan de slag met het bedenken van **concepten** en daarna het **creëren** van de video. Elke dag is daarbij anders, vertelt Stefan: “Soms ben je al om vijf uur 's ochtends op pad om te filmen, soms zit je de hele dag op kantoor om video's te monteren.”

De video's worden gemaakt met het oog op conversie; de kijker moet erdoor geprikkeld worden. In plaats van saaie bedrijfsvideo's waar een medewerker vertelt over het bedrijf, maakt Filmit video's gericht op **sociale media**. Korte video's met een goede kop werken volgens Stefan namelijk beter dan lange bedrijfsfilms. Wie kijkt er nu op een website nog tien minuten naar een werknemer die het verhaal van het bedrijf staat uit te leggen?
Het proces begint vaak met een bestaand idee van de klant. Dit idee is in de meeste gevallen nog niet optimaal en kan volgens Stefan vaak nog wel een stuk beter, door het minder ingewikkeld of meer gedurfd te maken. Het idee wordt uitgewerkt en aangepast en er wordt aan de klant duidelijk gemaakt hoe deze video het beoogde resultaat op gaat leveren. Belangrijk hierbij is dat je altijd het randje opzoekt, dat moet in marketing als je wilt opvallen volgens Stefan. Niet altijd heeft Filmit de vrijheid om alles te maken, omdat klanten soms hun eigen stempel willen drukken op de boodschap of sommige ideeën toch net iets te gedurfd vinden.

Hoe groot is eigenlijk de **concurrentie** in de videowereld? Stefan stelt dat videomarketing nu op een hoogtepunt zit, maar dat de rol van videobedrijven in de toekomst zal veranderen. Bedrijven zullen zich steeds meer bezig houden met het verhaal achter een video. De **technologie** ontwikkelt zich zo snel dat bijna iedereen zelf kwalitatieve video's kan maken met bijvoorbeeld de nieuwste iPhone. Niet het beeld, maar het verhaal achter een video wordt belangrijk.

De inzet op **sociale media** is wat Filmit hierin onderscheidt van andere bedrijven. Ze hebben alle kennis in huis van sociale media en richten zich in het bijzonder op *Facebook*. Dit omdat de resultaten van video's op Instagram en *Snapchat* vaak moeilijk te meten zijn. De angst dat *Facebook* old news wordt en niemand straks meer naar filmpjes kijkt op *Facebook,* heeft Stefan niet.

Het meest **trots** zijn ze bij Filmit op hun producties voor een gemeente, waarvoor een videoserie werd gemaakt met bekende en minder bekende gezichten uit de gemeente. De bedoeling was dat hiermee de werkzaamheden achter verschillende beroepen in de gemeente te laten zien. Dit project vond Stefan ook het leukste, omdat hij tijdens deze productie met veel verschillende mensen in aanraking is gekomen. “De ene dag sta je een vuilnisman te filmen, de volgende dag interview je een Amerikaanse directeur”.

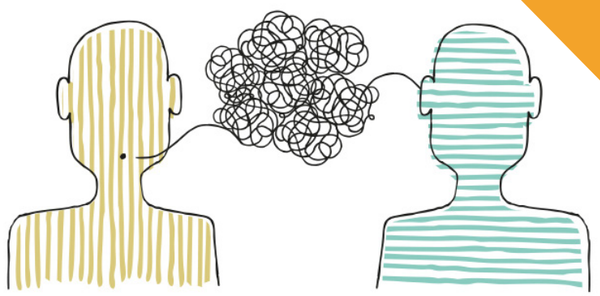




Om bij Filmit aan de slag te kunnen is het ontzettend belangrijk dat je **creatief** bent. Stefan is van mening dat je filmen kunt leren: “Ga een paar dagen met een camera op pad en je bent een cameraman”. Ook montage is een truc die je onder de knie kunt krijgen. Maar verder kunnen kijken dan een simpel idee, risico’s nemen en nieuwe concepten kunnen bedenken zijn belangrijker. Daarom werkt Stefan op dit moment het liefst met hbo-studenten, omdat hij merkt dat deze het meest open minded zijn in het creatieve denkproces. Universitaire studenten mogen volgens hem nog wel eens creatiever zijn en zich losmaken van de schoolboeken waarin alles stap voor stap aangeleerd wordt. Opleidingen zijn tegenwoordig al snel ouderwets door de snelheid van sociale media. Voordeel voor alle studenten is dat je dus niet altijd montageskills nodig hebt om bij een videobedrijf aan de slag te gaan!

In de wereld van oneindige stroom video’s op *Youtube* en *Facebook* moet je natuurlijk de aandacht trekken. **Humor** is volgens Stefan hét succes van een video. Een talking head is niet leuk om naar te kijken, maar als je er iemand naast zet die grappige en kritische vragen stelt, bereik je veel meer mensen. Als voorbeelden noemt hij Albert Heijn - die met eigen unieke video’s een verhaal vertelt - en de Efteling. Het zou gaaf zijn om met zo’n budget te mogen werken, maar Stefan zou het liefste nog werken voor een bedrijf met een enigszins ‘suffe’ naamsbekendheid, omdat daar het vertellen van een leuk verhaal nóg belangrijker is. Het lijkt hem mooi om het **imago** van bedrijven op te leuken. Ook zou producties willen maken voor de overheid, omdat promotie met video’s daar vaak nog niet kan of niet lukt en de overheid toch vaak gezien wordt als ‘serieus’ en ‘suf’. Hij zou hier graag verandering in brengen.

Ten slotte hebben ze bij Filmit nog een goed advies voor communicatiestudenten: **heb lef!** Hij heeft het idee dat zowel afgestudeerde studenten als bedrijven vaak nog te braaf zijn en niet voldoende grenzen op durven te zoeken, terwijl dat juist zo belangrijk is in marketing en het overbrengen van je boodschap. Met dat advies én een hoop kennis over videomarketing gaan we de deur uit. Eén ding is zeker, we houden Filmit in de gaten!



“THAT WASN’T ME, THAT WAS PATRICIA!”

Soms kan het lastig zijn om iets te vinden waar je jouw creativiteit in kwijt kunt. Voor de zoveelste keer een strike gegooid, maar dan drie banen verderop? Of toch weer een huisarts voorschrift gekregen van Dr. Oetker nadat je zelfgemaakte lasagne weg kroop? Daar komt vanaf nu een einde aan! De een is namelijk balletdanser, de ander doet graag aan origami met zijn huiskat; iedereen uit zich op zijn eigen manier. Hieronder vind je de verschillende persoonlijkheden zoals die beschreven worden op de site van “16personalities.com”.

TEKST MART MEGENS & YANNICK CHALKIOPOULOS
BEELD CELESTA KULING

ARCHITECT
Dit zijn types die de hele vriendengroep proberen te organiseren, waarbij de Datumprikker vaak hun beste vriend is. Onmisbaar als je met je vriendengroep iets wilt afspreken!

LOGICUS
Met een onstilbare honger naar kennis zijn deze types altijd op zoek naar nieuwe feitjes en (wellicht een beetje nutteloze) fun facts om te delen met hun vrienden.

BEVELHEBBER
Binnen groepsverband verdeelt dit type de taken en zorgt ervoor dat de opdracht niet uitloopt tot een chaotische poging de deadline te halen.

DEBATER
In de colleges zijn deze types vaak te herkennen aan hun actieve houding en aan hun hand die geregeld de lucht in schiet als er van de studenten verwacht wordt een vraag te beantwoorden.

ADVOCAAT
De “Advocaat” heeft iconische uitspraken die iedereen bijblijft in de groep, maar houdt zich vooral op de achtergrond.

BEMIDDELAAR
De “Bemiddelaar” kennen we allemaal wel, al is het van dat (ongewenste) belletje aan de deur met de vraag of je weer wat geld wilt doneren aan een of ander goed doel. Het zijn zweverige types die zo kunnen wegdromen in hun eigen gedachtes, waar ze zelf van kunnen genieten.

CAMPAGNEVOERDER
Dit type heeft een enthousiaste, creatieve en sociaal vrije geest. Daarnaast is ie vaak omringd door vrienden, want deze positivist is bij iedereen geliefd.

LOGISTICUS
De karaktereigenschappen van een “Logisticus” zijn integriteit, praktische logica en een onvermoeibare toewijding aan plicht.

VERDEDIGER
Hoewel ze rustig en gereserveerd zijn, beschikken “Verdedigers” meestal ook over goed ontwikkelde sociale vaardigheden en robuuste sociale relaties.

LEIDINGGEVENDE
Deze types maken gebruik van hun begrip van wat goed, verkeerd en sociaal aanvaardbaar is om families en vrienden bij elkaar te brengen. Ze worden gewaardeerd om hun duidelijk advies en begeleiding.

CONSUL
De “Consuls” zetten de toon en staan in het middelpunt van de belangstelling. Later in het leven genieten ze van het ondersteunen van vrienden en geliefden en het organiseren van sociale bijeenkomsten.

VIRTUOOS
Mensen met deze persoonlijkheid zijn natuurlijke makers, gaan van project tot project en bouwen aan het nuttige en het overbodige voor de lol en leren onderweg van hun omgeving.

AVONTURIER
Deze persoonlijkheden genieten van het doorbreken van traditionele verwachtingen met experimenten in schoonheid en gedrag.

ONDERNEMER
De “Ondernemer” lacht en onderhoudt met een directe en aardse humor en staat graag in het middelpunt van de belangstelling.

ENTERTAINER
Geen ander persoonlijkheidstype is zo gul met hun tijd en energie als “Entertainers” als het gaat om het stimuleren van anderen.

PROTAGONIST
Dit type is, net als de “Bevelhebber”, een typische leider, die zijn mensen inspireert. Dit type is dan ook wel te omschrijven als een charismatische en inspirerende leider.

In welk van de bovenstaande persoonlijkheden kun jij jezelf het beste in herkennen? Ga naar www.16personalities.com en doe de test!

HANDIGE TRICKS VOOR JE VALENTIJN FIX

O jee, daar is die gevreesde datum weer: 14 februari. Je hebt nu toch al wel erg lang voor je uitgeschoven dat je aan die ene leuke jongen of dat ene spontane meisje wel heel graag zou willen laten weten dat je met die persoon iets leuks zou willen doen, waarbij je subtiel kan laten weten dat je tot over je oren verliefd bent. Maar… hoe doe je dat zonder in een gigantisch cliché te geraken? Wij geven het antwoord in een origineel Valentijn stappenplan. De (ongetwijfelde) succesverhalen kan je achterlaten in de Freem brievenbus. Een liefdesbrief mag natuurlijk ook.

TEKST: CEDRA VAN ERP & PUCK VAN OVERVEST

BEELD: KARSTEN ALBERS

Stap 1: Je laat merken hoe leuk die persoon is.

"I've got two tickets."
Heeft hij of zij een favoriete band? Google eens het een en ander erover, misschien kunnen jullie hier wel samen enthousiast over raaskallen, zodat je op een dag quasi-casual kan zeggen: "Goh, ze spelen volgende maand in het Goffert… zin om te gaan?"

Het wordt vaak onderschat, maar hoe klein ze ook zijn: complimentjes zijn altijd fijn. Het liefst met een kleine aanraking of oogcontact om het nog net even wat meer kracht bij te zetten. Imiteer zijn/haar bewegingen of houdingen. Onderzoek heeft uitgewezen dat 't aangeeft dat je iemand graag mag.

Openingszinnen kunnen ook vaak een leuke ijsbreker zijn… al verschilt het vaak wel per persoon of je erom moet lachen of niet. Wij geven je zo een rijtje aan openingszinnen die je in ieder geval kan afstrepen.

Stap 2: Vraag diegene mee op date.

Maar help, hoe doe je dit? Je komt om in de mogelijkheden om iemand mee uit te vragen. Iedereen doet dit op zijn eigen manier natuurlijk. Daarom geven we je geen lijstje met do's, maar juist een lijst met de klassieke don'ts:

Je doet me een beetje denken aan mijn overreden kat, ik weet dat je nooit meer terugkomt, maar ik zal toch op je blijven wachten.

Is het 'het magazijn' of 'de magazijn'? Nee, jij mag er zijn!

Ken jij mij niet ergens van?

Ik ben een telefoonboek begonnen, mag ik je nummer?

Voor de techs onder ons: "You turn my software into hardware".

Ken ik jou niet van volgende week vrijdag?

Ben je je tong verloren? Nee? Gelukkig, die heb ik duidelijk nog nodig.

Je stinkt. Zullen we douchen?

Masturbeer je ? "Wat?" Wat studeer je?

Stap 3: Kies de soort date die bij je past.

Woehoe, nadat je de stoute schoenen hebt aangetrokken, blijkt er een ja-woord te klinken. Nu wordt het tijd voor het echte werk… Wat is nou dé perfecte date? Wij hebben een paar tips voor je!

Schaatsen bij het Triavium: Maak er een echte filmdate van en ga samen schaatsen! Heb je ook nog eens een goede reden om tegen elkaar aan te kruipen in de kou….
Salsa-les bij Amanne: Niks sexier dan een partner die goed kan dansen, of niet? Bij dansschool Amanne in de Tweede Walsstraat leren ze het je! En mocht je een cursus nou niet gelijk aandurven, dan kun je altijd nog een gratis proefles volgen.
Trampoline springen bij Bounz: Als je in bent voor een sportieve date dan is dit 'm! Bij Bounz op de Waalbandijk spring je al vanaf €6.50 per uur. En als jullie uitgesprongen zijn, kun je nog even een drankje doen bij bijvoorbeeld restaurant Stoom.
Samen koken: Lekker simpel, maar wel heel gezellig en romantisch. Bovendien het perfecte moment om indruk te maken met jouw kookskills op jouw favoriete meisje/jongen!
Speciaalbier proeven: In Nijmegen hebben we genoeg cafe's waar ze een ruim assortiment aan speciaalbiertjes aanbieden. Denk bijvoorbeeld aan Samson, Cafe Jos of de Opera. Wordt samen stiekem dronken van de lekkerste biertjes en leer elkaar echt kennen! Want zoals het spreekwoord luidt: '*Kinderen en dronken lui spreken de waarheid*'.
NEC wedstrijd: Zijn jullie nou alle twee enorme sportfanaten, of heb je een echte Nimwegenaar aan de haak geslagen? Tijd voor een wedstrijdje voetbal dan!
Glow minigolf: Op de Ziekerstraat in Nijmegen kun je gezellig met zijn tweëen gaan minigolfen. Een leuke activiteit, en een goede manier om erachter te komen of jouw crush een beetje tegen zijn of haar verlies kan…
Lunchen: Misschien niet de spannendste date van het hele rijtje, maar het blijft nog steeds leuk! Want kom op, wie maak je nou niet blij met een bord eten. In Nijmegen hebben we een heleboel leuke lunchzaken, denk bijvoorbeeld aan Fresca, Bairro Alto, Credible of the Fuzz.
Afrika Museum: Tot 4 maart 2018 loopt er een hele toffe tentoonstelling bij het Afrika Museum, namelijk die van de World Press Photo. Als jullie beiden geïnteresseerd zijn in kunst of creativiteit is dit de perfecte date! En mocht dit niet het geval zijn, dan kunnen jullie er misschien nog een hoop van leren of geïnspireerd raken.
De Lux: Die hebben we vaker gehoord: de bioscoop. Maar goed… Tijdens zo'n film is er natuurlijk niet echt ruimte om gezellig te kletsen. Daar hebben we een oplossing voor! Bij de Lux hebben ze een film & pasta arrangement: voor €19.50 eet je eerst samen een heerlijke pasta (genoeg tijd om te kletsen), en als jullie elkaar goed hebben leren kennen kun je samen romantisch de bios induiken. Voor de fanatiekelingen is er ook een Filmontbijt: geniet eerst samen van een ontbijtje en ga daarna naar de film.

Stap 4: Jeetje, dat was leuk. En nu?

Straight to the point
Je kunt natuurlijk op de avond zelf laten merken hoe leuk je het vindt, en na afloop van het afspraakje al vragen wanneer de volgende date gepland staat. Enthousiasme en eerlijkheid zijn alleen maar pluspunten! En zo zul je snel genoeg merken of dit enthousiasme wederzijds is.
Een WhatsAppje
Als je het nog iets te radicaal vindt om gelijk na de date naar een volgend afspraakje te vragen, kan het natuurlijk ook subtieler. Stuur wanneer jullie allebei thuis zijn, of de volgende dag, een appje waarin je laat weten dat je het gezellig vond. Als jouw date het net zo gezellig vond, is de stap naar een volgende date plannen alleen maar makkelijker en minder eng.

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
Malle Babbe Café

Mycelium Inside

In de maanden december en januari was er weer genoeg te beleven voor de leden van Mycelium. Van de reisinschijving, tot BaMyPo en gala, en nog veel meer. Mocht je er nou niet bij zijn geweest of ben je al vergeten hoe het was, dan kan je hier alles nog even rustig nalezen!

TEKST MING EBBINKHUIJSEN & FELIX RADIUS
BEELD LISANNE VERGOUWEN

BAMYPOKÉMON



Op **29 november** kon iedereen eindelijk de ware PokemonTrainer in zich loslaten. Tijdens BaMyPokémon was het voor menig Pokémon-fan van Mycelium, Babylon en Postelein de tijd om te schijnen. Iedereen kreeg de gouden kans om zijn pokemon shirts, petjes en andere goodies te showen. Gelukkig was het ook voor de Pokémon leken onder ons gewoon een leuk feestje met genoeg bier zodat niemand echt merkte dat je niks van Pokémon wist.

KERSTDINER

Op **18 december** werd Café We gaan Beginnen omgetoverd tot een waar buffetrestaurant, waar de leden van Mycelium met elkaar alvast de kerst konden inluiden. Onder het genot van een (speciaal)biertje of wijntje kon iedereen genieten van een heerlijk diner, wat door de eetcommissie was geregeld. Complimenten! Na het eten werd er nog druk nageborreld en de plannen voor kerst en oud & nieuw besproken.



REIS-INSCHRIJVING

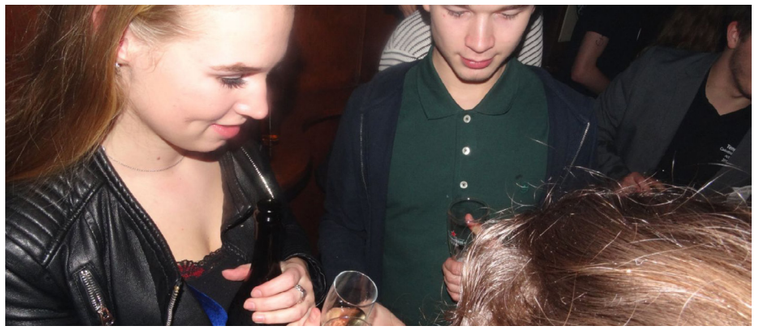
Al enkele weken was de bestemming van de studiereis bekend, namelijk het voor velen nog niet eerder bezochte **Zagreb**. De hoofdstad van Kroatië wordt dit jaar de plek waar 45 leden van Mycelium zich voor 8 dagen mogen begeven. Dat er veel enthousiastelingen waren was wel duidelijk op 1 december. De officiële reisinschrijving zou beginnen om half 10, maar de fanatiekelingen onder ons zaten om kwart voor 8 al voor de deur te wachten. Om tien voor half 9 zat de reis dan ook al definitief vol. De 45 gelukkigen mogen alvast gaan beginnen met de voorpret voordat zij 28 april zullen vertrekken. Deze week zal bestaan uit een bezoek aan de universiteit, de ambassade en andere CW-gerelateerde bedrijven. Daarnaast kan natuurlijk de welbekende kroegentocht niet ontbreken, net als het stadsspel. Ook een bezoekje aan de dierentuin staat op het programma. Al met al een super mooi vooruitzicht.

WORKSHOP ‘VAN DROMEN NAAR DOEN’

Op dinsdag **19 december** organiseerde Mycelium een workshop voor haar ondernemende studenten. Hierin werd er in samenwerking met Start Up Mix nagedacht over welke dromen iemand nog graag zou willen verwezenlijken en hoe hij of zij dit het beste kan aanpakken. Zo bleken studenten in de toekomst voor zichzelf te willen gaan werken, een wereldreis te maken of later feesten te gaan organiseren voor de kost. Genoeg ideeën dus, en het is fijn om deze mensen een stapje op weg te kunnen helpen in deze plannen. Dit gebeurde onder andere aan de hand van het ‘Golden Circle Principe’ van Simon Sinek die stelt dat je bij alles wat je doet moet denken vanuit waarom je het doet in plaats van wat je doet.

NEW YEAR, NEW ME(CELIUM) BORREL

De eerste borrel van het nieuwe jaar stond gepland op **10 januari**. Hier konden de leden van Mycelium proosten op een goed 2018 en de goede voornemens met elkaar doornemen. De leden van de Febo-commissie namen hierin het voortouw en liepen rond met buttons waarop hun goede voornemens stonden. Ondanks dat het gala een dag later zou plaatsvinden, was het relatief druk. De krachten werden wel gespaard voor een dag later. Mensen gingen eerder naar huis en er werd wat minder gedronken. Toch liep de actie met de flessen Prosecco heel goed.



GALA

Op **11 januari** was het weer zo ver: het jaarlijkse gala. Dit jaar was het tijd voor een nieuwe locatie. De leden van Mycelium, Umoja en den Geitenwollen Soc begaven zich dit jaar voor het eerst naar de Waagh. Een mooie locatie aan de Grote Markt. Alle leden zagen er weer prachtig uit in hun galajurken of strak in pak. Ook de nette schoenen en hoge hakken waren weer uit de kast gehaald. De hele avond werd er genoten van onbeperkt (speciaal)bier, wijn, binnenlands gedistilleerd en fris. De fotograaf kon natuurlijk ook niet ontbreken voor het maken van de altijd geliefde galafoto’s. Na het maken van de foto’s werden de meeste hoge hakken toch maar omgewisseld voor gemakkelijke sneakers. Zo kon er nog lang gedanst worden op de muziek van de band en de DJ.



PUNTENSYSTEEM COMMISSIES

Dit jaar neemt de rivaliteit tussen de commissies een compleet nieuwe vorm aan met het commissiepuntensysteem. Hierin zullen de commissies het hele jaar lang strijden om punten die met verschillende opdrachten te verdienen zijn. In dit bittere slagveld waarbij niks of niemand gespaard blijft, en het eén voor allen en allen voor één is zal er uiteindelijk maar één commissie de winst binnenslepen. Momenteel is het een nek-aan-nekrace in de top drie. De Raad Van Advies staat op dit moment op nummer 1, kort gevolgd door de Febo en de Lustrum-commissie. Voor de rest van het jaar belooft het dus nog een spannende strijd te worden. Veel succes met het behalen van de felbegeerde punten!

ACTIEVE LEDENAVOND

De eerste Actieve Ledenavond van dit jaar vond plaats op **18 januari**. Op deze avond werden de actieve leden bedankt voor hun inzet in de verschillende commissies. Na een fietstocht met twee rondjes om de rotonde en een flinke omweg, kwamen de 50 deelnemers aan bij de kroeg Next Level. Hier stond een avond vol met oud-Hollandse spellen op het programma. Zo werden er puzzels opgelost en werd Mikado gespeeld, maar ook minder gebruikelijke spellen als bierflesje zwaaien en zwaarden vangen kwamen voorbij. Tijdens deze spelletjesavond werden de keeltjes goed gesmeerd door de heerlijke consumpties en werden de zangtalenten van de leden op de proef gesteld. Tot in de late uurtjes werd er uit volle borst meegezongen met de hits die voorbij kwamen tijdens de karaoke.

Trends

Heb je geen date met Valentijnsdag of heb je niks te doen aan het begin van de periode? Geen zorgen! Voor deze editie zijn we weer terug met de leukste aanbevelingen en nieuwste ontwikkelingen op het gebied van creativiteit. Haal dus de creatieveling in jezelf naar boven en je gaat je gegarandeerd niet vervelen met deze tips.

TEKST: MING EBBINKHUIJSEN & EVELIEN SCHREURS
BEELD: KARSTEN ALBERS



"Mensen zeggen dingen"
Bij "mensen zeggen dingen" is iedere vorm van kunst met woorden welkom. Iedere maand is dit collectief in een andere stad of op een ander festival te vinden. Mensen treden op met *spoken word*, poëzie, theater, rap, cabaret, improvisatie en nog veel meer vormen van het gesproken woord. Op 7 februari vindt "mensen zeggen dingen" weer plaats in Nijmegen in de studentenkamers bij Stukafest!

World Press Photo
In het Afrika Museum in Berg en Dal is nog tot en met 4 maart 2018 de tentoonstelling World Press Photo 2017 te bewonderen. Deze tentoonstelling is de 60ste editie van de World Press Photo en laat de prijswinnende persfoto's zien van 45 fotografen uit 25 landen. Deze indrukwekkende foto's zijn onderverdeeld in acht categorieën: dagelijks leven, hard nieuws, hedendaagse kwesties, langetermijn-projecten, natuur, mensen, reportage en sport. In elke categorie zijn een eerste, tweede en derde prijs toegekend. Zelf hebben wij deze tentoonstelling al even gecheckt en zijn tot de conclusie gekomen dat het zeker de moeite waard is om even een kijkje te gaan nemen.
T*entoonstelling World Press Photo - Afrika Museum Berg en Dal - €6,- met je studentenkaart*





Snap!
Anki Wijnen, bekend van haar blog Zilverblauw.nl en het fotografie-boek Shoot!, heeft een nieuw boek over fotografie uitgebracht. Dit keer voor mensen die graag iets met fotografie zouden willen doen, maar niet in het bezit zijn van een professionele spiegelreflexcamera. Met behulp van tips en tricks in dit boek leer je hoe je met je smartphone ook prachtige foto's kan maken.
Snap! Fotograferen met je smartphone - Anki Wijnen - €16,99

LUX
Ben jij de standaard bioscoopfilms wel een beetje zat en op zoek naar iets anders? LUX is een arthouse in Nijmegen met films, podia en debatprogramma's, dat een onafhankelijk en vrijzinnig podium biedt voor nieuwe ontwikkelingen in kunst, cultuur en media. Als je op zoek bent naar films, voorstellingen of debatten met een andere twist, ben je hier op de juiste plek.





@Fetching_tigerss
Fetching Tigerss is het Instagramaccount van creatief talent Annegien Schilling, waarop zij met name surrealistische zelfportretten deelt. Met behulp van haar camera en slechts een paar apps weet zij van simpele foto's bijzondere edits te maken die stuk voor stuk tot de verbeelding spreken. Haar *Instagramfeed* inspireert je om zelf creatief aan de slag te gaan. Ben je door haar foto's nu zo enthousiast geworden en wil je hier meer van leren? Dan heb je geluk! Ze heeft namelijk een boek geschreven, Imagine. Shoot. Create., waarin ze je stap voor stap meeneemt in het realiseren van een toffe fotobewerking.
Imagine. Shoot. Create. - Annegien Schilling - €20.

DaVinci Resolve 14
Lijkt het je leuk om je eigen video's te maken? Ben je klaar met *Moviemaker*, maar heb je geen geld voor een beter programma? Dan is DaVinci Resolve 14 een goed alternatief. Dit is een programma waarmee je filmpjes kan monteren. Je hebt veel mogelijkheden om een geweldig filmpje in elkaar te zetten en tegelijkertijd is het makkelijk in gebruik. Tenslotte is het ook nog eens helemaal gratis te downloaden op de site van Blackmagic Design.





Liqurious
Het favoriete drankje van de meeste studenten is simpelweg een biertje. Maar soms is het tijd voor wat nieuws en moet je jezelf trakteren op iets speciaals: een cocktail bijvoorbeeld. Op de site liquriuos.com vind je ontzettend veel drankjes die je zelf kunt maken. Ze zijn lekker en zien er ook nog eens mooi uit. Natuurlijk kan je ook je eigen creativiteit naar boven halen en zelf een heerlijke cocktail samenstellen.

Homestock
Kan jouw studentenkamer ook wel een oppimpbeurt gebruiken? Dan ben je bij Homestock aan het juiste adres! Homestock is een *conceptstore* in de Marikenstraat in Nijmegen waar je precies vindt wat je zoekt maar ook dat vindt waarvan je niet wist dat je het zocht totdat je het vond. Van posters tot meubels, verlichting en kleine hebbedingetjes, ze hebben het allemaal. Binnen no-time heeft jouw kamer een upgrade gehad van standaard IKEA-kamer tot een kamer met een uniek interieur. Zo kom je je studententijd wel door!



HET STUDENTENPORTRET

In het studentenportret nemen we iedere editie een kijkje in het leven van een CW student met een bijzonder verhaal. Voor de deze editie zijn we natuurlijk op zoek gegaan naar een echte creatieveling. Lees hier het verhaal van de muzikale eerstejaars student Frank de Groot!

TEKST FELIX RADIUS
BEELD LISANNE VERGOUWEN

We ondervragen Frank natuurlijk niet voor niets. Naast trotse Limburger is deze CW'er volbloed **gitarist** bij de muziekgroep Young Collective, een *upcoming* muzikaaltrio.

"Op de basisschool had hij eigenlijk niks met muziek"

Je verwacht nu misschien dat Frank al met een muziekinstrument in de handen geboren werd en dat zijn hele leven een muziektalent was. Echter viel dat wel mee. Op de basisschool had Frank eigenlijk niks met muziek. Hij heeft wel anderhalf jaar gitaarles gehad, maar had er verder vrij **weinig verstand** van en oefende niet. In de jaren daarna stond de gitaar een flinke tijd op zolder stof te verzamelen en overwoog Frank om zijn eerste gitaar te verkopen. Zijn broer en moeder hebben hem hier van weerhouden, want: 'Wie weet wil je er nog iets mee later.'

Zijn familie had gelijk. In de brugklas kwam Franks **fascinatie** voor muziek langzaam opzetten en is hij weer gitaarles gaan nemen. De nieuwe leraar motiveerde hem enorm, waardoor hij weer doorging met spelen. Ook kreeg hij in deze tijd een idool: John Mayer. Beter gezegd dit was op dat moment een echte **obsessie**. DE gitaargod. Het obsessieve gedrag verwaterde met de tijd, maar nog steeds is de muziekstijl van John Mayer goed te herkennen in de muziek van Frank en Young Collective.

Toen Frank eenmaal in zijn vierde jaar van de middelbare school zat, waagde hij zich aan dé **talentenjacht** van zijn school: de Graaf Huyn College award. De winnaar van dit award zou een wens naar keuze in vervulling mogen laten gaan. Laat die winnaar nou net Frank zijn geweest! Dit leidde tot een masterclass van de naar zijn mening beste gitarist van Nederland: **Anton Goudsmit**. Frank had een legendarische dag op op een zolderkamer in Amsterdam.

'Waarom studeert Frank niet aan het **conservatorium**?', vraag je je wellicht af. Hier heeft hij een doordachte reden voor, met hulp van de denkwijze van zijn broer. Zijn broer is een erg goeie pianist en heeft ook over conservatorium nagedacht. Ondanks zijn talent wilde hij er niet fulltime beroepsmatig mee bezig zijn, omdat dat wellicht het plezier uit het muziek maken zou wegnemen. Hier was Frank het mee eens - vandaar dat we hem nu in de collegebanken van CW kunnen spotten.

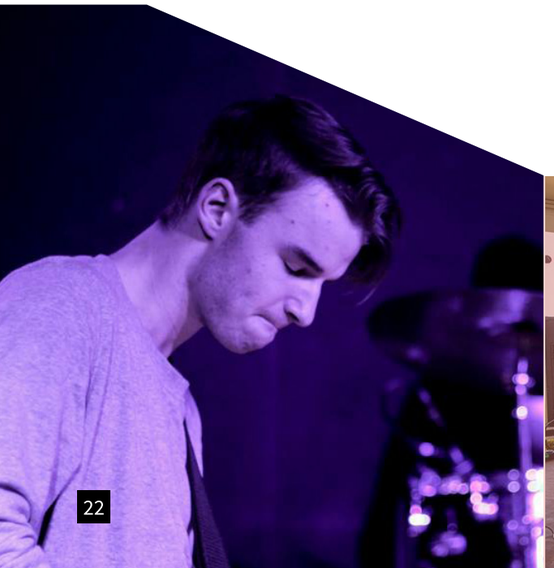
"Het concert was een succes. Een fantastische ervaring die uiteindelijk zorgde voor een fantastische ervaring in Zuid-Afrika"

Er is meer dat Franks liefde voor muziek heeft doen vergroten. Om mee te kunnen gaan naar een gave schoolreis naar Zuid-Afrika moest 1800 euro aan sponsorgeld verzameld worden. Hoe kon dit voor Frank eigenlijk anders dan geld binnen halen met muziek? Samen met twee vrienden organiseerde hij een **benefietconcert**, waar hij uiteraard zelf ook heeft gespeeld. Samen met zijn vrienden ging hij uit z'n dak: het concert was een succes. Een fantastische ervaring die uiteindelijk zorgde voor een fantastische ervaring in Zuid-Afrika.

Bij dat benefietconcert lag de basis voor het muzikale trio Young Collective' dat hij samen met twee vrienden vormt. Kort daarna deed het trio mee aan de **schoolwedstrijd** 'Battle of the bands'. Natuurlijk waren ze weer de beste... Hierdoor mochten zij meedoen aan een **landelijke wedstrijd** en ook hier waren ze de winnaars! Bezoekers van de wedstrijd vonden hun muziek zo tof dat ze gevraagd werden om op het PULP festival in Sittard te spelen. Zo leidde het een tot het ander en groeide het trio uit tot een **groot succes**.

"Eén ding is zeker: Young Collective staat op 10 maart in Sittard in het Pitbull theater"

Over de toekomst is Frank nog niet heel zeker. Hij is eerstejaars student, dus de wereld ligt nog aan zijn voeten. Eén ding is zeker: Young Collective staat op 10 maart in het Pitbull Theater in Sittard. We zijn benieuwd wat de **toekomst** brengt, Frank!







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: CEDRA VAN ERP
BEELD: KARSTEN ALBERS

Janneke Kloosterman (25) werd door haar vriendinnen '**Hermelientje**' genoemd: ze was bij alle colleges present. Naast het feit dat ze een voorbeeldige studente was, was ze erg **toekomstgericht:** ze besefte als jonge studente al dat ze iets naast haar studie moest gaan doen om later een goede baan te vinden. Het eerste jaar deed ze wat dit betreft nog even rustig aan, maar daarna begon ze bij *www.nultweevier.nl*. Ook was ze actief lid van Mycelium, ze schreef voor de ***Freem***. Dit heeft ze gedaan tot ze afstudeerde. Janneke zat in het begin van het tweede jaar al rond de tafel met Carlo: ze wilde als eerste op de hoogte zijn van alles rondom **internationalisering**. Zo vertrok ze in januari 2014 naar de VS. Ze liep dan ook in de zomer van 2013 al stage (bij Lijnrecht reclamemakers in Enschede), dit om geen studievertraging op te lopen. Een paar maanden nadat ze terug was uit de VS, begon ze aan haar **master journalistiek.** Wat betreft gedrevenheid komt ze in ieder geval niets te kort!

"Haal alles eruit wat erin zit. Studeren doe je maar één keer, tegenwoordig al helemaal. Doe alles wat je nu wilt doen, zorg ervoor dat je alles te weten komt wat je nog wilt weten, vraag het aan de docent of professor, want daarna is dit veel moeilijker. Kijk daarna wat je daarmee wilt doen. En laat je verrassen."



NAAM
Janneke Kloosterman

FUNCTIE
Allround campagnemanager bij ContentXperience in Arnhem

AFGESTUDEERD IN
2015

Na de master had ze vrijwel gelijk een baan te pakken. Naar eigen zeggen heeft ze hier veel geluk mee gehad en werd het haar 'in de schoot geworpen'. Via een vriendin van *www.nultweevier.nl* kwam ze bij het Arnhemse bedrijf ContentXperience terecht, waar ze nu nog steeds aan de slag is. Bij ContentXperience werd ze in eerste instantie aangenomen als **marketing en communicatie** medewerker, maar in praktijk was Janneke vooral bezig als **copywriter**. Binnen een half jaar groeide ze door tot **allround campagnemedewerker.** Het werk is erg divers, zoals ze zelf beschrijft: 'Vandaag heb ik bijvoorbeeld een *LinkedIn* advertentie aangezet en ben ik bezig geweest met marketing en communicatie strategieën'.

Maar buiten het marketingaspect van haar baan, is ze ook af en toe met **journalistiek** bezig: zo schrijft ze content en persberichten voor andere bedrijven en interviewt ze soms mensen.

In de **toekomst** zou ze graag door willen groeien in het bedrijf waar ze nu werkt. Maar een mooie reis lijkt haar ook wel wat, en daar wil ze niet te lang mee wachten. Toch zit ze nu nog goed bij ContentXperience. Janneke vindt het leuk dat haar werk zo divers is, maar het is wel enorm druk. Op de vraag hoe ze zichzelf over tien jaar voor zich ziet, antwoordde ze dan ook dat ze op dat moment wel een rustigere baan zou willen hebben. Daarnaast heeft Janneke altijd een voorliefde voor journalistiek gehad. Haar grootste droom? '*Ik zou graag nieuwslezeres van het Sinterklaasjournaal worden.*' In de VS kreeg ze het vak 'nieuwslezen', wat ze geweldig vond. Toen wist ze het zeker, ze wilde **nieuwslezeres** worden! Dat is nog niet gebeurd, maar wie weet wat de toekomst brengt... '*Veel journalisten hebben van alles gedaan voordat ze journalist werden: ze studeerden geschiedenis of bedrijfskunde. Journalist worden kan altijd nog.*'

WONDERLIJKE WOORDEN



Schrijven is soms moeilijker dan je denkt, daar weten we hier op de redactie alles van af. Want, hoe raak je nou geïnspireerd? En waar wil je precies over schrijven? Wij zijn op zoek gegaan naar antwoorden, door een bezoek je te brengen aan lezingen van Fresku en Gerson Main, en een interview met Jens.

TEKST: CEDRA VAN ERP & MING EBBINKHUIJSEN
BEELD: KARSTEN ALBERS

Fresku op het Wintertuinfestival

Donderdag 23 november gaf **Fresku** een lezing op de Radboud Universiteit in het kader van het Wintertuinfestival. 'De vrije lezer' was het thema van deze editie. Fresku vertelde over onder andere de loop van zijn carrière, de weg naar zijn muziek en zijn inspiratiebronnen.

Fresku begon al vroeg met schrijven. Dit doet hij naar eigen zeggen door **losse zinnen** (waar niemand nog iets van begrijpt) op te slaan in zijn hoofd als een soort concepten, deze concretiseert hij uiteindelijk door er een nummer van te maken. Hij heeft altijd een boekje bij waar hij al zijn ideeën in opschrijft. Zoals Fresku het zelf zegt: '*Ik heb de chaos nodig om structuur te creëren.*'



Fresku hecht waarde aan succes, maar dit is voor hem niet cruciaal. Hij is liever een belangrijk dan een succesvol artiest. Hij vindt het interessant om met woorden te **spelen**, maar hij *'wil niet met woorden spelen om met woorden te spelen'*. Hij maakt liever geen nummers die alleen maar 'catchy' zijn. Dit is ook zeker terug te horen in zijn muziek. In zijn teksten geeft Fresku regelmatig **kritiek** op de maatschappij. Een voorbeeld hiervan is het nummer 'Witlof', dat is ontstaan nadat hij met rapper Mocromaniac te gast was bij De Wereld Draait Door. Mocromaniac kreeg een aai over zijn hoofd van Matthijs van Nieuwkerk en was hier niet blij mee. Na afloop van de show zei hij tegen Fresku 'Ik hoef die witlof niet'. Zo is uiteindelijk het nummer 'Witlof' ontstaan, dit nummer gaat over het spanningsveld tussen 'zwarte' en 'witte' kunstenaars (www.rapgenius.com).

Fresku's grote **inspiratiebron** is Kendrick Lamar. Hij heeft hem zelf ooit mogen interviewen, wat een heel goed gesprek was. Maar zelf lijkt Fresku ook een grote inspiratiebron voor anderen. Hij is maatschappijkritisch en staat open voor discussie. Zeker een artiest waar veel mensen iets van kunnen leren!

Rapper en linkse hippie Jenzel Crocker

Jens Bouwman, misschien beter bekend als Jenzel Crocker, studeert creative writing aan Artez en doet tegenwoordig mee aan **PunchOutBattles**. Vroeger vond hij schrijven niet eens leuk. Of in Jens' woorden: '*Vroeger vond ik schrijven echt kut. Opstellen schrijven enzo, echt kut*'. Dit kwam voornamelijk omdat hij erg perfectionistisch was. Toch had hij wel altijd een grote interesse in woorden die hij niet kende. "*Ik kan me nog super goed herinneren dat ik het woord 'dagelijks' had. Toen dacht ik 'dagelijks', shit dat is een leip woord.*" Van zichzelf mocht hij het woord eerst nog niet gebruiken, omdat hij vond dat hij niet oud genoeg was, hij wilde niet betweterig overkomen. Hij ging daarom goed nadenken over wanneer hij de woorden het beste kon gebruiken en hoe hij ze kon presenteren. Later begon hij ook met het gebruiken van **straattaal**, eerst als grapje, maar uiteindelijk werd dat serieus.

Zijn liefde voor hiphop heeft uiteindelijk geresulteerd in zijn deelname aan PunchOutBattles, hier ging een lange weg aan



vooraf. Toen hij in groep 8 zat, zag hij voor het eerst een video van de rapper Kempi op *clipjes.nl*, en toen was hij gegrepen. De onderwerpen die in deze muziek naar voren komen, zoals drugs en gevangenisstraf, waren niet van toepassing op zijn eigen leven. '*Ik kan daar totaal niet aan relateren, ik snap dat helemaal niet, daarom vind ik dat interessant.*' Op een gegeven moment dacht hij '**dit kan ik beter**'. Niet per se beter dan Kempi, maar wel eigener. "*Mijn eigen smaak is altijd de beste smaak.*" Eigenlijk wilde hij rapper worden, omdat hij kunst wilde maken en wilde schrijven. "*De pen lag dichterbij dan de kwast, want ik kan niet schilderen, maar ik kan wel schrijven*". PunchOutBattles was een goede stap, want hier kan iedereen aan meedoen.

Drie jaar geleden begon hij met veel raps schrijven. In mei 2017 is hij begonnen met **audities** voor de PunchOutBattles. Dit is een platform waar rappers tegen elkaar battlen, met of zonder beat. Het doel is om elkaar belachelijk te maken of om te laten zien dat de een beter is dan de ander. Er zit ook een wedstrijdelement in: je krijgt achteraf punten van juryleden en aan het eind van elk seizoen, '*een beetje als met de Eredivisie*', heb je een eindtoernooi. Jens doet mee aan het nieuwe seizoen, onder zijn artiestennaam '**Jenzel Crocker**'. Wat hem onderscheidt van anderen, is dat hij heel erg nadenkt over zijn woorden. Ook lijkt hij een stuk poëtischer dan de rest. '*Ik ga er denk ik wel verder in dan de andere jongens, als er iets niet klopt dan vertik ik het om te zeggen.*' Hij disst anderen wel, maar hier is goed over nagedacht. Voor hem is het belangrijk dat het mooi is: '*Ik zie het meer als een kunstvorm dan als een wedstrijd*'.

Jens haalt zijn inspiratie uit de muziek die hij luistert en uit zijn directe omgeving Hij doet dit door expres grenzen op te zoeken zodat er uitzonderlijke situaties ontstaan waar hij over kan schrijven. Van nature vindt hij **tegenstellingen** en **extremen** heel interessant, dus dat zoekt hij graag op. '*Als iets heel standaard is dan is het saai, ik zoek naar verrassing, iets wat je niet verwacht.*' De planning die hij nu heeft voor de toekomst sluit mooi aan op dit idee: '*Eerst wil ik iets doen wat mensen heel vet vinden, en vooral ook hogeropgeleiden. Dat dan de NRC schrijft 'Wauw, dit is fenomenaal!'. Vervolgens ben ik een soort held, en daarna wil ik iets maken wat iedereen heel vervelend vindt.*' Het liefst wil hij het publiek meekrijgen in dit vervelende. Eén ding is duidelijk, Jens is **geen hokjesdenker**. '*Zonde dat mensen naar een selectie van dingen luisteren. Daarom eerst paaien, en dan vervelen*'.

Zuivere koffie met Gerson Main

Donderdag 7 december was Gerson Main, bekend van De Beste Singer-songwriter, te gast bij een nieuwe editie van Zuivere Koffie, georganiseerd door Cultuur op de Campus. Wij waren hier bij. Een **intieme avond**, met een klein publiek. We werden getrakteerd op een stukje literatuur gecombineerd met natuurlijk een aantal van zijn eigen nummers, waaronder eentje waar hij nog niet eerder mee had opgetreden.

Omdat de avond plaatsvond in de **bibliotheek**, ging het onvermijdelijk over taal, boeken en literatuur. Als kind was Gerson al vaak in de bieb te vinden, maar hij heeft het idee dat hij nu misschien te bewust bezig is met lezen. Hij ziet lezen als noodzakelijk om als een mens te kunnen groeien. Als je aan het lezen bent, ben je bezig met jezelf. Je leert van jezelf tijdens het lezen. De combinatie van taal en muziek vindt hij heel interessant. Graag leest Gerson songteksten als poëzie, zoals van Muse, Spinvis en Frank Ocean.



Wat hij belangrijk vindt in muziek is dat de tekst past bij de liedjes. Daarbij is het belangrijk om verfrissend te zijn, niet te zoet. Hij wil ook graag **verbazing** brengen. Dat is goed terug te zien in zijn nummer '*schatje je stinkt*', waarin hij zijn liefde uit op een iets andere wijze dan gebruikelijk. *'Schatje je stinkt! Maar dat verandert niet aan hoeveel ik van je hou!'*

De discotheek is niet een plek waar hij nog graag komt, maar wel als het gaat om een **inspiratievolle plek**. '*Als je daar om je heen kijk, er zijn daar zoveel verschillende mensen, dat geeft mij inspiratie.*' Bij de vraag wie zijn grote leermeester is, noemt hij zijn vader, van wie hij het gitaarspelen heeft geleerd. Zelf wil hij ook graag een inspiratie zijn voor anderen, maar dan wel op een subtiele manier.



TOS BRANDT LOS

In deze editie lieten we Tos, de hippe oma die je hebt kunnen zien in de vorige *Freem* nog één keer haar mening geven over het onderwerp van de *Freem*. Wie is Tos precies? Tos is een hippe oma en woont 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. Ook is ze een echt familiebeest. Omdat het thema van deze editie "creativiteit" is, hebben we Tos de hemd van het lijf gevraagd over creativiteit en de invloed van nieuwe media. De rol van creativiteit toen en nu wordt ter discussie gesteld.



TEKST ELZE ROES & CELESTA KULING
BEELD CELESTA KULING

Tos is van mening dat creativiteit mogelijkheden biedt om je gevoelens naar buiten te brengen en vorm te geven wat er in je op komt. Volgens haar kan dit zowel met de hand als met de mond. Creativiteit moet **vanuit jezelf** komen of moet tot stand komen in groepsverband. Of Tos zelf een beetje creatief is? Zeker wel! "Ik ben best creatief in het bedenken van oplossingen, wat volgens mij zeker een vorm is van creativiteit. Ook kijk ik veel kunstprogramma's en ben ik creatief met stoffen. Ik teken en schilder daarnaast ook nog erg veel en luister vaak naar muziek."

"Ik ben heel creatief met stoffen!"

Is de creativiteit van vroeger dezelfde creativiteit als die van nu of zit hier verschil in? Als je het Tos vraagt is **creativiteit zeker veranderd door de jaren heen**. Ze vertelt dat je vroeger in een bepaalde gemeenschap leefde en daar bijna niet uit kwam. Door weinig inzichten van buitenaf werd je gedwongen zelf veel na te denken. Tegenwoordig is dat natuurlijk heel anders! Je krijgt 24/7 indrukken van buitenaf door de TV, internet en media. Ook **reizen** mensen nu veel meer dan vroeger en komen zij dus sneller in contact met anderen. Ondanks dat je nu veel inzichten voorgeschoteld krijgt, vindt Tos dat dit toch de c**reativiteit belemmert**. Dit zou er namelijk voor zorgen dat je zelf niet meer na hoeft te denken en creativiteit dus niet meer vanuit jezelf komt, wat volgens Tos juist erg belangrijk is. Hebben we een kleur nodig? Dan Googelen we dit gewoon even en we hebben er eentje! Ook worden we volgens Tos doodgegooid met waardeloze programma's met iedere keer een **vast format** – waar geen creativiteit meer aan te pas komt. Hoe meer er op je af komt, hoe minder tijd je hebt om zelf creatief na te denken. Tos vindt het dan ook niet verwonderlijk dat creatieve mensen zich afzonderen door naar het buitenland te vertrekken of eindeloos gaan werken in een atelier.

Ondanks dat creativiteit er voor zou zorgen dat je zelf niet meer creatief gaat nadenken, vindt Tos het wel goed dat er nu **meer vormen van creativiteit** zijn dan vroeger. Alles is tegenwoordig mogelijk: op het gebied van scholing, filmpjes op YouTube en de media in het algemeen. Er is veel plaats voor mensen die creativiteit als vak willen ontplooien en ook op een kunstacademie zie je niet meer alleen jongeren met rijke ouders. **Naslagwerken** zijn nu makkelijk op te zoeken en de toename van reclames op TV kunnen heel positief werken.

"Er zijn veel meer vormen van creativiteit dan vroeger"

Tos vindt dat het kijken naar **reclames** met een goed verhaal een gelukkig gevoel kunnen geven, wat vervolgens je eigen creativiteit ten goede komt. Reclames kunnen je namelijk erg inspireren in het maken of doen van nieuwe dingen.



9,00*

PATHÉ!
CineMec

STUDENT
TICKET

EXTRA VOORDELIG EEN
FILMPJE PAKKEN!

*Kijk voor de voorwaarden op www.pathe.nl/voordeeltickets.

www.pathe.nl/voordeeltickets

STORING

Tegenwoordig leven we in een tijd waarin het plaatsen van een mooie foto van je eten belangrijker is dan hoe dat gerecht eigenlijk smaakt. Is het ontzettend vies, maar ziet het er mooi uit? Geen probleem! Er worden – naar alle waarschijnlijkheid een aantal, om zeker van de juiste lichtinval en hoek te zijn – foto's van het gerecht gemaakt en vervolgens gedeeld op bijvoorbeeld *Instagram* of *Snapchat*. Tijdens het eten van het gerecht wordt nauw in de gaten gehouden wie je foto allemaal *liken* en, misschien nog wel belangrijker, wie dat niet doen. Klinkt misschien als een triest verhaal, maar het is voor velen van ons toch echt de realiteit.

TEKST YANNICK CHALKIOPOULOS
BEELD MARTHE KAMPHUIS

Sinds *Instagram* en *Snapchat* hun intrede hebben gemaakt in ons dagelijkse leven, is het voor velen van ons een gewoonte geworden om hier foto's op te delen. Hoe vaak zie je wel niet in een restaurant dat mensen een foto van hun **gerecht** maken? Uiteraard meteen nadat de ober het heeft opgediend, maar wel pas als de ober ver genoeg is weggelopen. Anders zou het natuurlijk *awkward* zijn, want stel dat de ober het zou zien. Na het nemen van de foto moet de passende filter en – natuurlijk ook niet te vergeten – een passende tekst verzonnen worden. Vervolgens moeten in het geval van *Snapchat* alle contacten een voor een worden geselecteerd om te delen wat voor heerlijk gerecht je (nog steeds niet opgegeten) hebt. En dat allemaal terwijl je gerecht staat af te koelen.

Dit verschijnsel doet zich niet alleen voor bij gerechten, je **vakantiekiekjes** zijn ook belangrijker dan ooit. Heb je een ontzettend mooie reis gemaakt? Deze is niet compleet zonder de cliché vakantiefoto horend bij de vakantiebestemming. Hoe moeten al je *Instagram*-volgers anders weten dat je deze mooie reis gemaakt hebt? De foto's die je bij terugkomst van deze reis hebt zijn bijna net zo belangrijk als hoe je het zelf op deze reis hebt gehad. De foto's zijn namelijk de beelden die je later terug zult zien en worden uiteindelijk je herinneringen. Over tien jaar weet je niet meer dat je de helft van de foto *gephotoshopt* hebt om je kleurenpatroon van je *Instagram feed* te behouden. De vraag is **wie je hier voor de gek houdt**, je volgers of jezelf?

Op *Instagram* is er uiteindelijk maar **één doel:** het halen van zoveel mogelijk volgers en *likes*. Dit behaal je door het maken van een zo creatief en interessant mogelijke *Instagram* pagina. Dat je foto's niet realistisch zijn – er zitten zonder twijfel meerdere filters overheen om de foto mooier te maken – maakt niemand wat uit. Om het helemaal af te maken kan je ook nog een *hashtag* onder je foto plaatsen, om een zo groot mogelijk bereik voor je foto te creëren. Type bij *Instagram* maar eens "*#paris*" in: afgezaagde foto's van toeristen bij de Eiffeltoren gegarandeerd, in het ergste geval ook nog zoenend. En dat allemaal voor het **halen van likes**. Zo bestaan er tegenwoordig zelfs manieren om volgers en *likes* te krijgen (of te kopen). In dat geval maakt het niet eens meer uit hoe je gerecht of vakantiefoto eruitziet.

In eerste instantie waren *Instagram* en *Snapchat* bedoeld om gewone foto's op te delen. Tegenwoordig lijkt het eerder een **wedstrijd** wie de mooiste en creatiefste foto's kan maken en wie de meeste *likes* heeft. Soms lijken we te vergeten dat de beelden die we te zien krijgen helemaal **niet realistisch** zijn en we helemaal niet zoveel filters en bewerkingen hoeven toe te voegen. Maar toch zullen we het allemaal blijven doen, want hoe moeten we anders de **'perfecte' foto** krijgen?



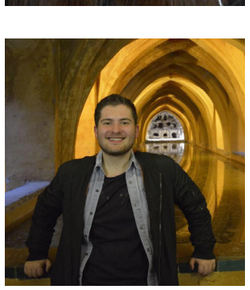
VRAAG VAN VANDAAG

Welke creatieve dingen doe jij naast Communicatiewetenschap?

TEKST: YANNICK CHALKIOPOULOS & KELLY VERBUNT
BEELD: KARSTEN ALBERS



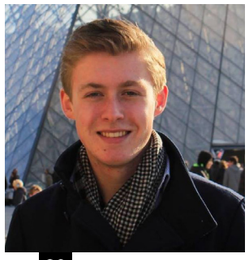
Daphne Eskes
Tweedejaars
"Naast mijn studie ben ik veel bezig met make-up. Ik vind het leuk om met verschillende kleuren te spelen en nieuwe technieken te gebruiken om iets moois te creëren. De looks die hier vervolgens uitkomen deel ik dan op *Instagram*."



Daniel Ramirez Garrido
Master
"Tekenen is mijn hele leven een grote passie van me geweest! Ongeveer zes jaar lang houd ik me vooral bezig met het tekenen van (pop)artiesten. In het midden van veel drukke tentamenweken heb ik altijd wel nog tijd kunnen maken om te tekenen voor wat welverdiende ontspanning!"



Lisanne Vergouwen
Eerstejaars
"Ik speel nu alweer tien jaar saxofoon en ben nu twee jaar actief in een carnavalsbandje. De komende maanden staan dus in het teken van optredens, festivals, gekke kleding en veel gezelligheid. Kortom: één groot feest vol met creativiteit!"



Florian Duclos
Vierdejaars
"Naast mijn studie ben ik drie jaar creatief geweest bij de beeldredactie van de *Freem*. Ik ben daarnaast veel bezig geweest met video's en vlogs opnemen en monteren voor onder andere de universiteit. Ook heb ik enkele posters mogen ontwerpen. Allemaal een leuke aanvulling op de studie! Daarnaast probeer ik af en toe de piano eens aan te raken."



Carsten de Jong
Eerstejaars
"Ik was als kleine jongen van negen jaar oud helemaal gek van Armin van Buuren en David Guetta. Het was dan ook mijn droom om later net als zij te worden. Ik ben op mijn zeventiende begonnen met het DJ'en. Op mijn achttiende mocht ik voor het eerst draaien in een café, ik was erg zenuwachtig omdat ik geen fouten wilde maken, maar gelukkig ging het best goed. Het zal voorlopig blijven bij een persoons slaapkamerfeestjes, maar ik hoop in de toekomst weer te mogen draaien voor publiek."



Sophie Hagenbeek
Derdejaars
"Naast mijn studie ben ik natuurlijk druk bezig met mijn bestuurstaken. Dit houdt onder andere in dat ik lekker aan het photoshoppen ben voor de banner van de komende activiteit. Maar ik gebruik mijn bestuurstaken ook zeker om alles wat ik moet doen voor de uni uit te stellen. Handig om zo productief te zijn terwijl je alles wat je moet doen niet doet. Verder gebruik in de vrije tijd die ik over heb om zoveel mogelijk series en films te kijken. Vaak kijk ik snel een aflevering van 45 minuten in de 20 minuten die ik heb voordat ik naar de uni moet."



Zowie Driks
Tweedejaars
"Ik ben laatst begonnen met het maken van mijn eigen kookboek. Dit doe ik in een hardcover schrift en hier schrijf ik dan allemaal lekkere recepten in. Ik vrolijk de boel op door middel van tekeningetjes en dergelijke. Daarbij heb ik ook een scrapbook waar ik iedere week wel even aan werk. Hierin staan foto's van vakanties die ik heb gehad, maar ook leuke foto's met familie en vrienden."



OLC UPDATE

Wij zijn de Opleidingscommissie Communicatiewetenschap, in het kort ook wel de OLC CW genoemd. Wij zijn de stem van de studenten binnen de opleiding Communicatiewetenschap, die verbeteringen in het onderwijs kunnen bewerkstelligen. In dit stuk lees je de nieuwste updates over waar wij ons mee bezig houden.

TEKST: DANA MEEVIS
BEELD: KARSTEN ALBERS













Met de tweede periode achter de rug, hebben wij als Opleidingscommissie ook alweer een half jaar aan vergaderen, sparren en bekendheid creëren achter de rug! In samenwerking met de docentleden van de opleidingscommissie, de facultaire studentraad (FSR), Mycelium en de studentassessor blijven we ons het aankomende semester dan ook hard maken voor de stem van de studenten. Een mooie taak die nog in het verschiet ligt is het adviseren over het Onderwijs en Examenreglement (OER) van 2018-2019. Maar voordat we ons volledig richten op de toekomst, willen we jullie graag op de hoogte stellen van onze acties tot nu toe:

Buddyvergaderingen:
In de eerste twee periodes zijn we weer aanwezig geweest bij de buddyvergaderingen van onze eerstejaars studenten. Wij waren erg benieuwd met de ervaringen van de eerstejaars, vooral met het oog op een aantal roosterwijzigingen binnen het studieprogramma. De studenten hebben verschillende zaken aangekaart, die wij zullen bespreken met de docenten tijdens de volgende vergaderingen.

Sloop TvA 1 en 3 en studiewerkplekken:
In januari nam de Faculteit der Managementwetenschappen als eerste afscheid van de Thomas van Acquinostraat. Tijdens de TvA Tribute heeft er een heuse 'housecooling' plaatsgevonden, waarna de sloop van TvA 1 en TvA 3 écht van start kon gaan. Voor de Faculteit Sociale Wetenschappen is het helaas nog even afwachten totdat ook wij de nieuwbouw kunnen betrekken. De sloop van een gedeelte van Thomas van Acquino heeft helaas wel een creatievere zaalroostering tot gevolg. Zo zullen er vaker avondcolleges plaatsvinden en wordt het meer en meer dringen in de studiewerkplekken van TvA 6. Aangezien goed onderwijs ook vraagt om voldoende studiemogelijkheden, inventariseren wij graag tegen welke problemen jullie voornamelijk aanlopen. Wij zullen dan in gesprek gaan met de docenten en andere OLC's van de Faculteit Sociale Wetenschappen om een passende oplossing te vinden.

Nieuw evaluatiesysteem Evalytics:
Dit collegejaar draait onze opleiding mee in een pilot voor het nieuwe evaluatieprogramma Evalytics. Na afloop van de eerste tentamenperiode hebben veel studenten hun evaluaties ingevoerd via deze nieuwe omgeving. Het programma maakt het evalueren een stuk sneller en makkelijker, aangezien voor iedere student alle cursusevaluaties in één overzicht worden weergegeven. Ondanks dat je moet inloggen met jouw studentgegevens, blijven alle evaluaties nog steeds compleet anoniem. Mocht je nog geen kennis hebben gemaakt met dit nieuwe systeem, dan vragen we jullie om (alsnog) de cursusevaluaties in te vullen. Jullie advies en opmerkingen zijn onmisbaar bij het verder verbeteren van de opleiding! Mocht je naar aanleiding van deze pilot nog vragen of suggesties hebben, dan kan je deze kenbaar maken via evaluaties@maw.ru.nl.

Op de hoogte blijven van de activiteiten van de splinternieuwe OLC? Like dan Opleidingscommissie Communicatiewetenschap op Facebook. Daarnaast kun je hen voor vragen, klachten en opmerkingen bereiken door een mailtje te sturen naar olc.cw@student.ru.nl.

HET NAWOORD

Creativiteit is een van mijn favoriete woorden. Het is namelijk zo ontzettend breed dat het op bijna alles betrekking heeft. Ik zou daarom ook niet weten waar ik moet beginnen. Mijn vroegere aspiraties om schilder te worden, mijn bestaande aspiraties om super goed piano te kunnen spelen (thanks to de cinematic masterpiece La La Land) of mijn droom om later tv-series te mogen maken. Met name tv-series voor kinderen want hier kan creativiteit echt niet missen. Creativiteit is duidelijk zo'n groot concept dat ik niet zo goed weet wat ik er nou precies over wil zeggen *so I'll make it up as I go*.

TEKST SOPHIE HAGENBEEK
BEELD CELESTA KULING

Als klein meisje deed ik bijna niets anders dan schilderen en knutselen. Ik had zo'n jas aan met allemaal verfvlekken, ik droeg een baret en ik had natuurlijk allemaal vlekken op m'n gezicht. Hoewel ik natuurlijk geen echte kunstenares was, vond mijn moeder alles wat ik maakte een kunstwerk. Zij wist altijd zeker dat ik iets creatiefs ging doen later. Totdat ik een liefde voor de televisie kreeg. Ik besteedde veel van mijn tijd aan het kijken van programma's als Pokémon, Spongebob en Totally Spies. Ik weet nog dat ik stiekem 's nachts opbleef om tóch nog even het nachtprogramma van Nickelodeon te bekijken.

"Ik had zo'n jas aan met allemaal verfvlekken"

Mijn moeder dacht dat mijn tv verslaving een negatief effect zou hebben op mijn creativiteit. Daar had ze ongelijk in. Door de televisie ben ik namelijk een van de meest creatieve studies op de uni gaan doen: Communicatiewetenschap. Het leukste aan Communicatiewetenschap vind ik dat je creatief kunt zijn met je baan. Dat wil zeggen: je kunt gewoon bijna zelf verzinnen wat je wil gaan doen. Het is zo breed dat je bijna een nieuwe baan kunt verzinnen die onder deze studie valt. Als jij graag elke serie op Netflix wil kijken en deze allemaal gaat analyseren, kun je dat lekker als werk gaan doen. Misschien wordt dat wel mijn nieuwe droombaan in plaats van tv-series voor kinderen maken...

"iedereen heeft creativiteit in zich"

Kortom: creativiteit is overal te vinden. Niet alleen binnen onze studie en binnen Mycelium, maar ook om ons heen. Naar mijn mening heeft iedereen creativiteit in zich, ook al denken mensen misschien zelf van niet. Zolang je maar in jezelf blijft geloven, kan ook jij kan de nieuwe Van Gogh of Mozart worden.





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