DE MAAKBAARHEID VAN DE NIEUWE MEDIA PROFESSIONAL

INTERVIEW MET EMILIE RANDOE

DOOR GEERT LOVINK

INSTITUUT VOOR NETWERKCULTUUR, AMSTERDAM 2008

institute of
network cultures

DE MAAKBAARHEID VAN DE NIEUWE MEDIA PROFESSIONAL

INTERVIEW MET EMILIE RANDOE

Door Geert Lovink

Instituut voor Netwerkcultuur, Amsterdam 2008

COLOFON
Tekst: Geert Lovink en Emilie Randoe
Aan dit boekje werkten mee: Jo van der Spek, Sabine Niederer en Margreet Riphagen.
Vormgeving: Katja van Stiphout

Meer informatie en bestellingen: books@networkcultures.org
www.networkcultures.org

Instituut voor Netwerkcultuur, Amsterdam 2008.

institute of
network cultures

INTRODUCTIE

door Geert Lovink

Aanleiding voor dit gesprek vormt het vertrek van Emilie Randoe als directeur van de Amsterdamse HBO-opleiding Interactieve Media. Laten we eerst even terugblikken. Na een dotcom-achtige brainstormfase werd Emilie Randoe in september 2001 aangetrokken door de Hogeschool van Amsterdam om het Instituut voor Interactieve Media op te bouwen. De opleiding startte in september 2002 en telt nu, zes jaar later, bijna 1000 studenten. Het Instituut voor Interactieve Media bestaat uit de bachelor opleiding Interactieve Media, het onderzoekscentrum Instituut voor Netwerkcultuur (het lectoraat waar ik als lector werk) en het praktijkgerichte multidisciplinaire MediaLAB Amsterdam – alledrie instellingen die Emilie Randoe eigenhandig in het leven heeft geroepen.

Voordat Emilie overstapte naar de Hogeschool, was zij vanaf 1996 als onderdeel van de eerste generatie, net als ik, werkzaam bij De Waag, Maatschappij voor Oude en Nieuwe Media. Als hoofd van de programmalijn 'Creative Learning', werkte ze aan projecten als PROMMITT, de Digitale portfolio, Demi Dubbels' Teletijdmachine en Teylers Adventure. Voor Waag Society studeerde ze politicologie aan de Universiteit van Amsterdam en werkte Emilie bij De Balie en het adverteerdersvakblad NieuwsTribune.

Een van de grootste klussen van Emilie is het succesvol afronden van de visitatie van de opleiding Interactieve Media geweest. Dit was in mijn ogen een slopend, langdurig bureaucratisch proces, maar voor Emilie betekende het dat de aandacht voor kwaliteit georganiseerd moest worden. De inzet is namelijk hoog: het

eindoordeel houdt immers in of de opleiding al dan niet haar licentie kan behouden.

In 2006 besloot het College van Bestuur zogenaamde 'domeinen' in te stellen en het aantal onafhankelijke opleidingen binnen de Hogeschool van Amsterdam terug te brengen. Twaalf instituten werden geclusterd in 7 domeinen. Aangezien met de domeinvorming de instituten kwamen te vervallen, verviel ook de functie van instituutdirecteur. Waar elders in onderwijsland dergelijke zinloze centralisaties alweer worden teruggedraaid, moest ook Interactieve Media aan deze managementbeslissing geloven en verviel de baan van Emilie Randoe als instituutsdirecteur. Interactieve Media raakt hiermee haar directeur kwijt, nota bene degene die deze bruisende opleiding van de grond af aan heeft opgebouwd. Er is elders genoeg vraag naar geëngageerd leidinggevend talent met zoveel ervaring in nieuwe media en onderwijs, dus vroeg of laat zullen we vernemen waar Emilie Randoe vanaf 2009 de toekomst gaat vormgeven.

Politiek-intellectueel gezien zie ik Emilie Randoe als een representant van de emancipatiebeweging die voortkomt uit de radicale Verlichting, een beweging met een lange en woelige traditie in Nederland. Ze is bovenal gedreven door het idee dat brede lagen van de bevolking door innovatief onderwijs toegang krijgen tot kennis en macht, zodat de bestaande middelen beter en rechtvaardiger worden verdeeld. Nieuwe media zijn geen gegeven. Ze moeten worden vormgegeven en, om te waarborgen dat dit goed gebeurt, dienen zoveel mogelijk mensen deel te nemen aan dit proces.

Een belangrijk onderdeel van het nieuwe mediaverhaal uit de jaren negentig bestaat uit het verworven recht op toegang. Het

gaat hierbij niet alleen om een formeel recht, maar vooral om een sociale praktijk die ondersteund wordt door een brede en diverse klasse die van media en netwerken hun beroep hebben gemaakt. Onderwijs speelt in dit proces een cruciale rol. Kunst en vormgeving hebben bij deze sociaal-culturele veranderingen op hun beurt een geheel eigen inbreng; een onderwerp dat in dit interview uitvoerig aan bod komt.

INTERVIEW

GEERT LOVINK: Ik weet dat het een kunstmatige inperking is, maar wat gebeurde er met IAM in het jaar 2001? Zoals je weet was ik daar zelf niet bij. Ik zat in Australië en kwam pas in januari 2004 als lector bij IAM werken, toen de opleiding al van start was gegaan. Waar ligt het allereerste begin van de opleiding? 2001 is niet alleen het jaar van 11 september, maar ook dat van de dotcom crash. Een ongunstige tijd om een opleiding te starten?

EMILIE RANDOE: Ik startte bij de HvA op 1 september 2001. Maar eigenlijk was ik al sinds mijn officiële benoeming een beetje aan het werk, want er werd een ruimte voor de opleiding gebouwd in het Wibauthuis en de stuurgroep die zich tot op dat moment had beziggehouden met de ontwikkeling van de opleiding stond te trappelen om het werk over te dragen. De eerste dagen van september was ik bezig met het organiseren van een werkruimte en het aan de praat krijgen van mijn e-mailadres. De begroting vroeg aandacht. Er bleek eigenlijk geen geld te zijn om te kunnen opstarten als nieuw instituut en ook de huisvesting was veel te duur. Zo landde de dotcom crash ook op de hogeschool. Een van de eerste dingen die ik heb gedaan was de verbouwing stilleggen en op zoek gaan naar accommodatie die we wel konden betalen. De controller, Oege de Jong, wees mij op de Leeuwenburg, de HvA locatie aan het Amstelstation, en op de -1 verdieping in dat gebouw. Daar vond ik wat later de medialounge werd, een oud lab dat verlaten was door de technische opleidingen. Ik lag er bijna een uur op de grond onder de lichtkoepel, na te denken over de vraag hoe ik het college van bestuur twee weken na de start zou gaan vertellen dat de verbouwing stilgelegd moest worden en we ons in de Leeuwenburg wilden vestigen.

Het eerste concept voor IAM was ontwikkeld door een stuurgroep midden in de dotcom hype. Ik werkte toen nog bij De Waag. We zagen hoe onze omgeving erin meegezogen werd en hoe sommige van onze vrienden - althans op papier - rijk werden. En ook welke prijs ze daarvoor moesten betalen: het verlies van de zeggenschap over hun eigen bedrijf. Ik ben blij dat we daar met De Waag toen niet in meegegaan zijn.

De stuurgroep van IAM had in kaart laten brengen welke taken werkers in de interactieve mediasector uitvoerden en hadden een inventarisatie gemaakt van het soort beroepen. Hierin was logischerwijs nog veel dotcom hype aanwezig. Het onderwijs concept voor IAM leunde sterk op dat van de 'innovatieve HEAO', die een twee jaar eerder van start was gegaan, waarin studenten met assistenten via 'navigators' leerden leren. Omdat ik tamelijk groen was in het hoger onderwijs, heb ik met het IAM concept onder de arm advies ingewonnen, onder andere bij de HEAO, die al druk aan het bijstellen was. Aan de keukentafel van mijn moeder in Parijs, heb ik het eerste schema met beroepsproducten in elkaar gezet. Toen ik na een paar maanden alles op een rijtje had, heb ik daarin nog een aantal wijzigingen aangebracht. De belangrijkste is denk ik geweest dat ik besloot om wat betreft functieprofielen niet alleen te kijken naar de nieuwe mediasector - die stond immers zware klappen te wachten - maar functies bij hun klanten en opdrachtgevers toe te voegen. Er was immers ook veel kritiek op de sector omdat zelden werd afgeleverd wat afgesproken was, en ontwikkeltrajecten financieel vaak uit de hand liepen. Bovendien wist ik uit eigen ervaring dat er aan de kant van opdrachtgevers en klanten nog erg weinig kennis was op het gebied van interactieve media. In dit gedachtengoed is de stroom Business en Organisatie (BO) geboren.

Met de eerste twee medewerkers, Andrew Bullen en Roderick den Daas hebben we een nieuw concept voor de opleiding neergezet, waarin we het ook iets rustiger aandeden met 'leren leren'. We zijn minder extreem geweest met het neerleggen van de verantwoordelijkheid voor het leeproces bij de student. Wel hebben we het competentie-gestuurde leren tot in de finesses uitgewerkt, daar zijn we tot ver in 2005 mee bezig geweest.

Op 11 september zat ik met de mensen van Teylers Museum en Waag Society in het Theatrum Anatomicum voor een workshop over Teylers Adventure. Janine Huizinga van Waag Society ging even naar beneden en kwam lijkbleek weer binnen. In het techniekhok vertelde ze dat een vliegtuig het WTC binnen was gevlogen. Ik overlegde met Marjan Scharloo of we de workshop moesten stilleggen of doorgaan. Ik weet nog dat ik naar buiten keek over het water van de Gelderse Kade in prachtig herfstlicht met een ontzettend onbestemd gevoel. Was dit nu toch plotseling het begin van de derde wereldoorlog? Later hoorde ik dat mijn nicht aan de ramp was ontsnapt omdat ze zich ziek voelde en niet was gaan werken.

Al met al was het geen ongunstige tijd om met de opleiding te beginnen. Een bedrijf start je immers het beste in tijden van tegenwind. Ik was blij dat we het hyperige er zonder al te veel moeite uit konden halen, en ons konden focussen op de dieperliggende trends. En in september 2002 meldden zich bijna 200 eerstejaars, dus ook studenten hadden er geen moeite mee.

GL: Zou je kunnen uitleggen waar het idee vandaan komt dat business en management bij een opleiding interactieve media horen? Tien of vijftien jaar geleden had ik bij die term juist gedacht aan kunst, aan mens-machine interactie, aan technologie

en leren computer programmeren, aan design en interfaces. Is er naast een economische noodzaak om deze skills over te dragen ook nog een intellectuele onderstroom die hier aan ten grondslag ligt?

ER: De aandacht voor kennis en vaardigheden op het gebied van business en management voor onze opleiding interactieve media komt voort uit de behoefte van het werkveld, maar ook uit mijn eigen ervaring als 'design thinker'. Toen ik in 1996 begon in het vak, maar ook toen we in 2001 begonnen met de ontwikkeling van de opleiding, stond interactieve media nog in de kinderschoenen, terwijl er wel gouden bergen van werden verwacht. De meeste businessplannen waren echter regelrechte 'vapourware' en dat deed niemand in de sector goed. Daarom is voor onze opleiding ook de oriëntatie op het publieke domein belangrijk, daar spelen zich immers de meeste echter user-driven ontwikkelingen zich af. Een mooi voorbeeld is nog altijd Geluids.net. Omwonenden van Schiphol lagen in de clinch met de luchthaven over de metingen van geluidsoverlast en via hun vereniging ontwikkelden zij software en meetapparatuur om zelf het lawaai niveau te kunnen meten. Met die metingen hebben ze invloed kunnen uitoefenen op het debat over de aanpak van dit maatschappelijke probleem. Inmiddels zijn op die technologie allerlei andere toepassingen ontwikkeld, waarmee geld wordt verdiend. Dat was dus de intellectuele reden om aandacht te besteden aan de verbinding tussen de creatieve disciplines en het strategische proces van bedrijven. Een tweede reden was - en is - de grote belangstelling van onze studenten om na hun afstuderen een eigen bedrijf te beginnen. Die ondernemingen beginnen vaak met grote ambities, maar veel ervan eindigen als website bouwers. Dat is zonde van het jonge talent. Omdat je altijd moet kijken of een ander iets beter

kan dan jezelf hebben we deelgenomen aan de oprichting van de minor ondernemen bij wat nu de HES is.

Nu zie ik dat kennis op het gebied van veranderkunde, en dan met name de strategische kant daarvan - hoe zorg je ervoor dat je bedrijf over vijf jaar ook nog relevantie diensten en producten levert - een hot item is. We snappen inmiddels dat interactieve media ketens aan elkaar knopen – kijk naar het onderwijs of in de zorg - en dat je bij het ontwerpen van zinvolle toepassingen dus ook naar die keten en de relaties met de omgeving moet kijken. Hiervoor zijn inmiddels ook methodieken ontwikkeld, voor open innovatie binnen value webs. We gaan na een periode van relatieve stilstand weer spannende tijden tegemoet op het gebied van interactieve media. Dat wordt ook gestimuleerd door zaken als de iPhone, Google Apps, Wikipedia en Netbook computers.

GL: In het kunstonderwijs, dat ook onderdeel is van het HBO, wordt vaak gekozen voor selecteren aan de poort zodat je kleine jaargangen krijgt en er intensief, hoogstaand onderwijs gegeven kan worden door de docenten. Dat is tenminste het idee... Bij het opbouwen van de opleiding Interactieve Media heb jij gekozen voor een open inschrijving zodat de opleiding in vijf à zes jaar van nul naar (bijna) duizend studenten groeide. Het lerarencorps moest in eenzelfde tempo groeien. Waarom koos je voor deze kwantitatieve aanpak?

ER: Ja, we kijken wel eens met jaloerse ogen naar het kunstonderwijs. Er mag geselecteerd worden aan de poort en het bedrag dat de opleiding aan rijksbekostiging ontvangt is ook veel hoger dan het reguliere HBO. De opleiding valt gelukkig wel in het zogenaamde P-profiel, waardoor het bedrag rijksbekos-

tiging per student 25% hoger uitvalt. Daar financieren we een deel van de technische infrastructuur van, en kleinere klassen.

Het is een misverstand dat ik heb gekozen voor een open inschrijving, dat is gewoon het bestaand beleid binnen de HvA. De gedachte hierachter is dat hoger onderwijs zo toegankelijk mogelijk moet zijn, omdat het hoger onderwijs ook een maatschappelijke emancipatiemotor is. Onderzoek heeft aangetoond dat het buitengewoon moelijk is om te voorspellen hoe een 17-jarige zich in het beroep zal ontwikkelen. Ik geloof erg in selectie na de poort, dat wil zeggen tijdens de propedaeuse tijd uittrekken of student en opleiding bij elkaar passen. En dat is ook zakelijk een slim idee, want als het niet past, kun je doorverwijzen naar een andere opleiding binnen de HvA. Saskia Lammertsma maakt zich hier al jaren hard voor.

De grote toestroom van studenten heeft ons veel hoofdbrekens gekost omdat de organisatie van het onderwijs en de docenten in een geforceerd tempo mee moesten groeien. Ik heb dit echter altijd als een gegeven gezien waarmee we moesten zien te dealen. En dat was behoorlijk ingewikkeld. Voor Brit Wijnmaalen en haar propedeuseteam was het heel vervelend dat ze hun lessen moesten herhalen en dat ze met 350 mensen te maken hadden. Dan kun je niet iedereen meer kennen en dat is niet goed voor de sociale cohesie van een opleiding.

Ik heb dus niet zo zeer zelf gekozen voor de kwantitatieve aanpak, maar ik ben het er wel mee eens. Want ik had ook gezien dat de opleidingen die als kleinschalig experiment begonnen waren, verderop problemen kregen als ze moesten opschalen. Dan kun je er maar beter meteen rekening mee houden dat je met grote aantallen studenten te maken hebt. Bij IAM hebben de docenten

en teammanagers veel tijd gestoken in het ontwikkelen van werkvormen, waarmee toch grote aantallen studenten konden worden bediend. Ik denk dat dit een betere manier is dan klein beginnen en dan na een paar jaar alle leuke dingen weg moeten gooien omdat het niet meer kan vanwege de grote aantallen studenten. Daarnaast was er nog een andere overweging. We konden op elke dertig studenten één fulltime docent inzetten. Dus als je dan een kleine opleiding bent, met bijvoorbeeld 90 studenten, dan krijg je allemaal kleine aanstellingen. Het is dan ontzettend moeilijk om zoiets als een ‘school’ op te bouwen.

GL: In de periode dat jij de interactieve media opleiding aan de HvA opbouwde heb jij tal van onderwijsparadigma’s zien komen en gaan. Wat vond je zelf van het competentiegerichte leren, als dogma en in de praktijk? Is de kritiek dat studenten zo te weinig leren en goede studenten zitten te niksen terecht? Bepaalt op deze manier niet teveel de steeds fluctuerende markt het curriculum? Wat is het voordeel van het centraal stellen van de beroepskwalificaties?

ER: Dit zijn veel vragen tegelijk. Ik heb eigenlijk maar een paradigma meegemaakt, dat van het ‘leren leren’. Dat begon aan de HvA in 1994 met het project ‘kennisontwikkeling’. Eindtermen dienden in competenties geformuleerd te worden, een begrip ontleend aan het domein van HRM. Het idee vond ik interessant, vanwege de filosofie erachter: als je datgene wat mensen weten en kunnen na een opleiding alleen in termen van kennis beschrijft, zet je ze vast in een vakgebied terwijl de rollen onderbelicht blijven. Het idee was dat het in het kader van ‘employability’ van mensen beter was om einddoelen te beschrijven in termen van wat mensen moeten kunnen in zogenaamde beroepskritische situaties. Dat gaf de mogelijkheid om de verschillende rol-

len binnen functies uit te werken. De aanname is dat als je de situatie in de ene omgeving meester bent, je dat ook in andere omgevingen kunt toepassen.

Voor IAM was deze gedachte interessant, omdat de sector in 2001 nog jong was en zijn eerste crisis te verwerken kreeg. We merkten dat de functies nogal diffuus waren en dat mensen snel in verschillende rollen moesten kunnen groeien omdat de markt zich zo snel ontwikkelde. We analyseerden vacatures en zagen dat er webmasters werden gevraagd voor twee dagen per week, die de content moesten beheren, vragen van gebruikers moesten afhandelen, het webteam moesten aansturen en de directie moesten adviseren. We kwamen er achter dat toekomstige werkgevers heel verschillende wensen hadden en dat functies, of je het nu had over interaction designers, applicatieprogrammeurs, webmasters of projectmanagers, heel verschillend werden ingevuld. Na de eerste ronde gesprekken zaten we met onze handen in haar. Ik heb toen aan de keukentafel van mijn moeder de eerste ordening gemaakt. Daarbij schoot mij de theorie van de functietypologie van Martin Simon te binnen. Hem kende ik nog uit mijn tijd bij de Waag en hij had ons daar een les geleerd die ik goed in mijn oren had geknoopt. Je kunt vier verschillende functies van bedrijven onderscheiden (taak/product, markt/product, taak/capaciteit en markt/capaciteit) en die verschillen erg in de manier waarop je ze moet besturen en managen en erg in het soort problemen dat je kunt verwachten. Je komt zeker in de problemen als je verschillende functies tezeer met elkaar vermengd. Daar hadden toen veel jonge IAM bedrijven problemen mee, de Waag ook. Veel waren begonnen in de markt/product of markt/capaciteit hoek. Onze programmeurs bijvoorbeeld droomden na het maken van tien systemen om de gebruikers van een applicatie te beheren, over het ontwikkelen van een platform waarin

dat soort modules standaard zaten, zodat we dat voor elk project konden gebruiken. Dan verschuif je van capaciteit naar product. Bijkomend voordeel was dat we als opleiding door deze stap ook ons vizier konden richten op functies die ontstonden bij bedrijven en instellingen die interactieve media gebruikten voor communicatie en transacties met klanten en leveranciers. Daardoor werden studenten minder kwetsbaar voor de gevolgen van de economische conjunctuur op de arbeidsmarkt.

Een belangrijk onderdeel van leren leren is het begrip ‘action learning’, leren aan de hand van je eigen fouten in beroepspraktijk en daarop reflecteren op het niveau van professioneel handelen. Dat betekende dus dat we meteen in het eerste jaar aan de slag moesten met projecten en opdrachtgevers om voor de studenten zoiets als een beroepspraktijk neer te zetten. Dat vond men binnen de HvA ondanks leren leren nogal gewaagd. Het beeld is toch dat eerste jaars studenten nog niks ‘kunnen’. De traditionele structuur is eerst twee jaar de basis - wat dat dan ook moge zijn - leren, en dan via stages en projecten aan de slag gaan in de praktijk. Wij hebben de uitvoering in de loop der jaren bijgesteld, maar het principe is overeind gebleven. We hadden als IAM ook de mazzel dat we veel studenten trokken die in hun vrije tijd zelf al dingen maakten voor hun voetbalclub of voor het bedrijf van hun tante, maar ook professioneel bezig waren geweest als CEO van een eigen bedrijf.

Het daadwerkelijk implementeren van een competentiegestuurd curriculum heeft onze vele hoofdbrekens gekost. Als je het doet, moet je goed doen. Dat betekende dat we veel moesten uitvinden, met hulp van Olga Wortman en Marianne Kok van OrO. In de HRM vakliteratuur was toen allang uitgedokterd dat zes competenties wel zo’n beetje het maximum was, en daaraan heb ik

dus altijd streng de hand gehouden. In de psychometrische literatuur was al veel onderzoek gedaan naar de meetbaarheid van competenties, overigens met niet zulk heel erg bemoedigende uitkomsten. Het werd een heel talig traject, waarin veel onderhandeld moest worden over betekenissen van begrippen. En het bleek ook heel lastig om de betekenis van de competenties aan de studenten over te dragen. Inhoudelijk vond ik het ingewikkeld om ze zo te formuleren dat ze én begrijpelijk en inspirerend waren, én niet zo algemeen dat ze eigenlijk op elk vakgebied toepasbaar waren.

Ik heb me in die tijd erg laten inspireren door de eerste hogeschool van Nederland, de Zeevaartschool. Toen die werd opgericht hadden de zeevarende naties de wereld zo'n beetje verdeeld en werd het belangrijk een netwerk van bestemmingen te onderhouden. Dus werd het belangrijk om ergens op tijd aan te komen, met alle lading intact en de gehele bemanning gezond. Die Zeevaartschool leverde, net als later de vroedvrouwenschool en de kweekschool, een grote bijdrage aan de professionalisering van de sector. Die werkten dus op een abstract niveau vraaggericht, ze analyseerden de ontwikkelingen in de wereld, in het vak en in het werkveld. Dat is dus iets anders dan doen wat 'de markt' van je vraagt, je voegt daar als opleiding een visie aan toe, en daarmee stuur je ook de ontwikkelingen in de markt. Ik denk dus niet dat het a priori zo is dat het curriculum door het competentiediscours teveel de oren laat hangen naar de ontwikkelingen in de markt.

Van dogma's houd ik niet, ik ben naast een zeer conceptueel denker ook erg pragmatisch. Als het niet werkt, doen we het niet. Maar ik merkte wel hoe lastig het was om het oude onderwijsdiscours, waarin wij tenslotte allemaal opgeleid zijn en onze onderwijservaring aan ontleenden, los te laten. Maarten van den Burg en Irene Sparreboom hebben daar nog steeds veel werk aan. Ik denk dat het goed is dat het hoger beroepsonderwijs onder de noemer competentiegericht leren althans in de praattheorie de aansluiting met het beroepenveld serieus neemt. Maar je hebt als opleiding ook een verantwoordelijkheid naar de student. Die moet na de opleiding natuurlijk een eerste baan kunnen vinden, maar ook voldoende sociale, culturele en maatschappelijke bagage hebben om zichzelf te kunnen ontwikkelen. En dan is er nog het probleem met de afnemende taalvaardigheid, niet alleen in het Nederlands, maar ook in het Engels. En zo komt er heel wat terecht op het bordje van een HBO opleiding in de interactieve media. Het is dus belangrijk om met het werkveld een goede structurele dialoog te hebben wat belangrijk is, wat de opleiding doet, en wat zij zelf nog toevoegen aan bedrijfsopleidingen. Bij Ivl ben ik nu bezig met een mooi traject met de opleidingsadviesraad op dit terrein. Het is belangrijk om je te realiseren dat wij de verantwoordelijkheid hebben om startbekwame hbo'ers af te leveren en bedrijven de verantwoordelijkheid om het talent verder te ontwikkelen.

Ik wil niets af doen aan klachten van studenten dat ze te weinig leren en dat goede studenten zitten te niksen. Dat zie ik terug in onderzoek. Het is echt een 'messy problem', dat op zich niet veroorzaakt wordt door competentiegericht leren. Wel door de misvatting dat je studenten in dat discours niets mag 'aanbieden' of dat je niets van ze mag eisen. Vraag wordt niet getriggerd zonder aanbod. Het is ook mijn eigen ervaring dat een goed verhaal van iemand die de zaken in een goed college ordent en uiteenzet, van onschatbare waarde is. En de ontwikkeling van je professionele handelen krijgt een impuls wanneer iemand je eens even precies en met autoriteit uitlegt waar de lat ligt. Uit gesprekken met stu-

denten van IAM hebben we geleerd dat genoeg leren aandacht voor theorie betekent en dat herkennen veel studenten alleen wanneer er een hoorcollege is waarin een boek wordt behandeld. Het paradoxale is dat zodra je dit organiseert, heel veel studenten niet de moeite nemen om te komen. Een boek lezen kunnen ze zelf wel in hun eigen tijd.
Het werkelijke probleem is dat met de verandering van het discours weinig rekening is gehouden met het feit dat meer maatwerk, meer werken in kleine groepjes, betekent dat je met een docent/student ratio van 1/30 eigenlijk niet serieus uit de voeten kunt. Dat is toch een klassenmaat. Een tweede vraagstuk is dat van de massaliteit. Dat brengt met zich mee dat je je handen al vol hebt om het voor de middenmoot goed te organiseren, veel van je aandacht uitgaat naar studenten die het niet goed doen en er in die omgeving weinig aandacht is voor studenten die meer kunnen en meer willen. Dat is ook voor docenten en managers frustrerend. Terwijl je in het huidige tijdsgewricht ook een behoorlijke massa nodig hebt, om al die diversiteit aan te kunnen bieden.

Het voordeel van het centraal stellen van beroepskwalificaties is dat je studenten kunt uitdagen om te verkennen welke beroepen binnen het palet zij interessant vinden en welke niet. Waar ze goed in zijn, waar ze plezier aan beleven, wie hun helden zijn en wat die lui dan allemaal gedaan hebben om die positie te bereiken. Dat ze leren om realistische beroepsproducten op te leveren. Op onze opleiding zijn veel ontmoetingen met professionals uit de praktijk, en dat wordt zowel door hen als door de studenten zeer gewaardeerd.

GL: Hoe zie jij het design niveau van IAM in vergelijking tot de Design Academy en Rietveld, ook twee HBO-opleidingen? Er wordt gezegd dat het design in Nederland een van de beste in de

wereld is, maar daar zien we in technische managementwereld weinig van terug. Hoe komt het dat er zo'n kloof betaat in Nederland tussen het hoogstaande conceptuele werk en de wereld van de commercie? Hoe zouden komende nieuwe mediaopleidingen hier iets aan kunnen doen?

ER: Het grote verschil dat ik zie is dat bij de Rietveld en de Design Academy kunstenaars worden opgeleid die autonoom moeten kunnen werken, terwijl de focus bij IAM ligt bij het ontwikkelen van toepassingen in opdracht. Maar ook op de kunstopleidingen is momenteel veel aandacht voor de vraag hoe je geld kunt verdienen met je capaciteiten. Het doel is geen kunstwerk, of artistieke expressie, want IAM beweegt zich op het terrein van Service Design. Ik heb bij de vormgeving van IAM juist de aansluiting willen maken op dit punt, hoewel dit begrip - dat ik voor het eerste hoorde van Geke van Dijk en Bas Raaijmakers - nog tamelijk nieuw is. Ik heb het zelf altijd gezien als in de ontwerpen ook de strategische kant van de vraag van de opdrachtgever goed uit te werken. In welke sector zit de opdrachtgever? Wat gebeurt er in die sector als je kijkt naar de toepassingen van Interactieve Media. Hoe positioneert die opdrachtgever zich in die sector? Daarom werken we bij IAM ook veel met echte opdrachtgevers, al vanaf het eerste jaar. Het kost studenten veel tijd om hun rol in het proces van het werken met opdrachtgevers goed te leren organiseren: je moet namelijk leren om niet alles te doen wat de klant vraagt. Achter die eerste vraag liggen de behoeften van de klant, het is belangrijk dat studenten die leren identificeren en dan vanuit hun vakmanschap in worden tot oplossingen komen.

Van concept naar toepassing is een lastige weg, waarvoor je langs veel paden kunt wandelen. De HEMA bijvoorbeeld is goed bezig met jonge ontwerpers te promoten in massa producten. Ook de

Design Academie Eindhoven doet interessante projecten op dit gebied. Ik denk dat de reden van de kloof tussen de krachtige positie van het conceptuele design en de technische managementwereld is dat te veel en te snel gedacht in termen van het doen van concessies. Terwijl het natuurlijk gaat om het verzoenen van tegenstrijdige eisen: de artistieke expressie en kwaliteit aan de ene kant en het productie proces, duurzaamheid, distributie, kostprijs aan de andere kant. Ik vind het zorgelijk dat de maakindustrie en nijverheid uit Europa praktisch verdwenen is, want daarmee verdwijnt ook de kennis hoe deze verzoening tot stand kan worden gebracht uit onze eigen culturele context en daarmee uit ons gedrag. Ik droomde van een wasrek voor het washok tijdens de verbouwing. Mijn aannemer Co Spieker, die al 30 jaar alle verbouwingen in de familie doet, sprak mij aan op het woord hok. 'je bedoelt geen hok, we gaan het heel mooi maken'. Hij legde er dezelfde tegels als in de badkamer en stucte de muren mooi glad. Toen ging ik op zoek naar een wasrek, als kind van mijn tijd bij de Blokker. Ik vond natuurlijk niks. En toen was het mijn lief Jo die om de hoek een ouderwetse smid vond. 'Vertel hem je droom', zei Jo. En de smid maakte een prachtig stevig rek en vroeg of ik al nagedacht had over de ophanging. Ik wilde het hoger en lager kunnen hangen in verband met de lakens. En de smid suggereerde voor een tientje een fietslift te kopen. Het heeft anderhalf jaar geduurd, maar de oplossing is perfect dankzij deze drie mensen.
In deze tijden van kerntaken en outsourcing worden we zelf opdrachtgever wanneer het gaat om het realiseren van ontwerpen in India en China, en dat betekent dat je in een andere dynamiek terecht komt. Gelukkig hebben we bij IAM een aantal krachtige docenten die studenten sturen op leren maken wat je bedoelde. Het helpt ook erg om voor je opdrachtgevers geen dikke rapporten te maken, maar demodesigns en prototypes.

Deze werken krachtig omdat je er zichtbaar mee kunt maken hoe het gaat werken.

Voorzover ik kan overzien is er momenteel erg veel aandacht voor het vraagstuk, niet alleen bij de nieuwe media opleidingen, maar ook bij de opleidingen in de kunsten. De beste manier om de kloof te dichten is de hele keten bij je opleiding te betrekken, en dit gebeurt overal. Bedrijven willen ook graag, want die zijn ook bezig met de vraag hoe ze binnen een wereld economie hun concurrentiepositie, en hun onderscheidend vermogen moeten creëren. Als je nu in de schoenenwinkels kijkt bijvoorbeeld, zie je dan 98% van het aanbod bestaat uit assemblages van vijf verschillende typen neuzen en drie soorten hakken. Daar kom je op den duur niet mee weg in een samenleving waar mensen meer en meer bezig zijn met zichzelf uit te drukken. Ik zie in de ICT sector dat bedrijven veel aandacht hebben voor onze pogingen om studenten ook te bekwamen in hun 'maakvermogen'. Ze vinden het absoluut belangrijk dat deze kennis in Nederland bijft en ontwikkeld wordt. Niet alle projecten lenen zich voor sourcing, in sommige gevallen heb je de kennis van de smid en de aannemers in een vroeg stadium nodig.

GL: Vaak wordt er gezegd dat IAM eigenlijk een vereldelde webdesign school is, die dat niet durft toe te geven. Waarom wordt dat gezegd en wat is mis met een webdesign opleiding? Het is toch ook niet toevallig dat wij uitgerekend een traditioneel eind jaren negentig usability lab hebben waar de oogbewegingen over het scherm worden gemeten?

ER: Tja, de Communication en Multimedia Design opleidingen zijn veel breder dan dat, maar het uiteindelijke 'webdesign' is uiteindelijk vaak wat zichtbaar is. De kritiek erachter is denk ik ook

duidelijk, in een webdesign opleiding is te weinig aandacht voor de strategische en conceptuele kant. Daardoor lijken de meeste webtoepassingen erg op elkaar. Het heeft mij verbaasd hoe snel na de introductie van het grafische web er een concensus ontstond over hoe het er dan uit moest zijn, de basics van navigatie. Terwijl het ook heel anders kan, getuige bijvoorbeeld Permanent Flux uit 1999 van Yariv Alterfin en vrijwel al zijn andere werk, of de cd-rom Alfabet, ook al heel oud. Dit zijn de twee mooiste interfaces die ik ooit heb gezien, die horen naar mijn idee absoluut in de canon. Net als kijkradio van Marjolein Ruyg uit 2003.

Ik ben heel erg blij met ons usability lab omdat het ons toegang biedt tot kennis die erg belangrijk is en nog steeds te weinig wordt ingezet. Het discours van service design zal de vraag sterk doen groeien. De simpelste toepassing van het lab is gebruikerstesten. We horen in ons beroepenveld dat dit nog steeds veel te weinig gebeurt en als gebruikers van de uiteindelijke toepassingen hebben we hier elke dag heel erg last van. Het usability lab stelt makers in staat om zich methodisch en systematisch te verstaan met gebruikers, zonder dat de ontwerpers zich hoeven te verdedigen. Ze kunnen zien wat wel werkt en wat niet. Ik hoop dat het vroeg verstaan met je gebruikers uiteindelijk leidt tot meer vrijheid, meer specifiekheid, minder eenheidsworst. In een vroeg stadium kosten mislukkingen immers nog weinig geld.

GL: Van de IAM professionals verwachten we vooral dat zij in een team kunnen werken, dit kunnen aansturen en probleemoplossend kunnen werken. Waarom is dat? En waarom zou een opleiding niet ook problemen kunnen stichten en aanwakkeren? Denk je niet dat we teveel naar de modale consensus zoeken en van nieuwe media verwachten dat ze de zaak nog verder versoepelen en versnellen in plaats van op scherp zetten?

ER: Het teamwerk is belangrijk omdat je in de interactieve media sector niks alleen kunt. Je hebt expertise nodig over de serverkant, de applicatie ontwikkeling, design, interactie, de belevenis, de content, noem maar op. Het is sociaal erg ingewikkeld om met al deze professionals goed op te gaan. Hoe spreek je een ontwerper aan, welke rol hebben de applicatie programmeurs? Tot wanneer kan er iets veranderd worden en kun je nieuwe inzichten verwerken?

Probleemoplossend vraagt enige toelichting. In de begintijd waren interactieve media het antwoord op alles, als je als bedrijf maar een website had, kwam het goed. Terwijl dan de problemen natuurlijk pas goed begonnen, want door het hebben van een website, verhevigde de interactie met de omgeving. Wie ging die mails beantwoorden?
Om echt probleemoplossend te kunnen werken, moet je natuurlijk wel eerst duidelijkheid hebben wat het vraagstuk precies is en dan kan het goed werken om eerst problemen te stichten of controverses aan te wakkeren. We zien ook bij de studenten dat ze geneigd zijn om zich helemaal te vereenzelvigen met het vraagstuk van de opdrachtgever, het heel serieus te nemen, waardoor ze onvoldoende kritische afstand nemen. Reflectie op de vraag, het doen van onderzoek, het verzamelen van standpunten levert je altijd een interessant nieuw perspectief op. Je ziet onze studenten nog weinig in de wereld van de politieke vraagstukken opereren, er zit nog weinig campagne werk tussen waarmee zaken op de spits worden gedreven.

In Nederland is het niet gebruikelijk om zaken op de spits te drijven. Dat komt ook doordat we niet erg gewend zijn om vanuit relaties te werken, we houden het liever veilig bij de inhoud en de regels en procedures. Terwijl het essentieel is om te weten hoe

je opdrachtgever er emotioneel in zit, en jijzelf als ontwerper of maker. En dat is de laag waar de relaties tussen mensen gelegd worden en gemaakt of gebroken. Uit mijn eigen praktijk herinner ik me gesprekken met de vorige directeur Van Teylers Museum, Erik Ebbinge. Hij zag er tegenop om met interactieve media aan de gang te gaan en vond het ingewikkeld, maar hij werd gedreven door een analogie die hij zag tussen de ICT revolutie en het ontwaken van de Verlichting, het thema van Teyler: door experimenteren en redeneren bereikt men vooruitgang. Hij zag ICT als leverancier van de middelen om dit op wereldschaal en in hoog tempo te doen, terwijl de Verlichtingdenkers het moesten hebben van correspondentie per paard en bijeenkomsten. Hij investeerde veel tijd in onze relatie, liet mij het museum zien, uitgebreid kennis maken met alle medewerkers. Ik mocht de encyclopedie van Diderot en D'Alembert bekijken en Birds of America van James Audubon. Hij vertelde mij de verhalen over de eerste kasteleins, zeg maar de eerste curatoren. Hij bracht het gedachtengoed van de Verlichting, zijn inspiratiebron, voor mij tot leven. Deze periode bij Teylers is voor mij erg belangrijk geweest, omdat het voor mij de weg openlegde naar het denken over ontwerpmethoden. De clou van de Verlichting was de realisatie dat de wereld niet bestuurd werd door Gods Hand, maar dat de mensen zelf handelen. Experimenteren en redeneren - onderzoek doen, een demo en prototype maken deze inzetten in pilots en goed evalueren en dan weer verder gaan vind ik erg belangrijk.

Voor mij persoonlijk is vloeibaar maken de enige weg naar versnelling. Er moet vertrouwen en respect ontstaan. Dat betekent niet dat je de zaak niet op scherp moet zetten, maar dat moet je dan altijd doen vanuit jezelf. Wat is jouw probleem hiermee? Wat is het belang van de ander? Leg dat op tafel in plaats van de 'schuld' bij de ander te leggen, bijvoorbeeld de opdrachtgever. Dan gaan mensen zich verdedigen, dan is het geen functioneel conflict meer en zet je de boel vast.

Ik moet denken aan de tijd dat jullie met het lectoraat de conferentie The Art and Politics of Netporn organiseerden. Erg belangrijk om dat te doen, van alle webactiviteiten gaat daar het meeste geld om, er vindt veel technologische innovatie plaats, en het biedt sexworkers nieuwe perspectieven om hun handel te organiseren, enzovoort enzovoort. Maar ja, het is wel porno en daar praat niemand over. Ik kreeg vrouwelijke collega's van de HvA aan de telefoon die vonden dat dat niet kon. We hebben toch doorgezet, het was een goede conferentie met een goede spinoff naar een publieksprogramma in Paradiso. Het was natuurlijk vervelend dat een docent in verlegenheid kwam doordat er een powerpointpresentatie was achtergebleven op een van de leenlaptops, en ik word er nog steeds op aangesproken door mensen die mij googelen.

In het MediaLAB hebben we nagedacht over het Electronisch Kinddossier. Met kinderen. Want die werden natuurlijk niet bij de maatschappelijke discussie hierover betrokken. Maar ook met allerlei belangenorganisaties. En daar reageerden ook de verantwoordelijke ministeries op. Dat in dit project uiteindelijk de verbinding werd gemaakt tussen alle stakeholders blijf ik erg belangrijk vinden, want uiteindelijk gaat het wel om vraagstukken oplossen, anders is het niet interessant. Wie nieuwe media inzet als excuustruus, komt al snel bedrogen uit. Als je geen genot, gewin en gemak weet te creëren, gaan mensen er echt hun tijd niet aan besteden.

GL: Interactieve Media aan de HvA is een van de acht zogemaande communicatie en mediadesign opleidingen die in Nederland bestaan. Kun je misschien iets vertellen waar andere CMD oplei-

dingen zich op dit moment bevinden? Is extreme groei overal aan de orde van dag? Zijn het nog steeds vereldelde webdesign opleidingen? Wordt elders wel aan de poort geselecteerd? Wat zijn de zwaartepunten bij die opleidingen en kunnen we zo'n beeld zien als een soort arbeidsdeling op nationeel niveau?

ER: Op 4 oktober heeft de landelijke opleidingsadviesraad het landelijk gedeeld beroepsprofiel goedgekeurd, en daarmee hebben we een belangrijke mijlpaal bereikt als CMD opleidingen. De markt is volwassen aan het worden en de opleidingen ook. Bij het maken en vaststellen ervan hebben we veel vertraging opgelopen omdat er steeds nieuwe opleidingen startten en er ook nogal wat personele wisselingen waren in het management. Jurriënne Ossewold bijvoorbeeld vertrok bij Avans en Jeroen Chabot droeg CMD Rotterdam over. De nieuwe verantwoordelijken moesten op een rijdende trein springen en dat was heel lastig voor hen. Want het werk aan zo'n landelijk gedeeld beroepsprofiel doet iedereen vanuit zijn eigen identiteit, terwijl je je daar eigenlijk los van moet maken, de vrije ruimte moet opzoeken. Wat moet er minimaal geregeld worden, en wat doet ieder voor zich?

Toen we het Landelijk Platform opstartten, zaten alle opleidingen in het thuisfront in de verdediging. We konden alleen beschrijven wat we niet waren, zoals geen ICT opleiding, geen management school en ook geen kunstopleiding. Maar bij elke poging om te beschrijven wat we wel waren, sprongen de al bestaande opleidingen op je nek. Ook bij de HvA werd ik het eerste jaar voortdurend geconfronteerd met opmerkingen van andere opleidingen als ' dat doen wij al'. Dat zal op sommige kennisaspecten zeker zo geweest zijn, maar het feit dat wij in 2002 begonnen met bijna 200 studenten, laat toch wel zien dat we althans in hun beleving iets nieuws deden in de koppeling tussen alle disciplines. En ook

de andere CMD opleidingen die begonnen, konden meteen rekenen op een enorme toestroom.

Het zijn geen van allen veredelde webdesign opleidingen, iedereen is bezig met nieuwe platforms en specifieke genres of sectoren, zoals de mobiele telefoon, games en zorg, de ontwikkelingen in onze technologische cultuur. Op dat punt is er sprake van een geweldige dynamiek en nog veel te ontdekken. Tegelijkertijd zie ik dat elke opleiding zijn identiteit nu wel kan benoemen in termen van waar je voor bent, wat je probeert te bewerkstelligen. IAM leidt de ontwerpers op van de gereedschappen voor de informatie samenleving, ik vind dat nog steeds een erg goede omschrijving.

Verder is iedereen bezig met de vraag hoever je moet gaan in het maken en kennis over de productie en beheer, dit ook in context van de beweging naar outsourcing en insourcing tegelijk. Zakelijke dienstverleners huren massaal interaction designers in om maar wat te noemen. Deze mensen werken aan grote projecten, die deels in het buitenland worden uitgevoerd. Hoe je die internationale samenwerking organiseert, is een vraagstuk voor alle opleidingen. Hoe breed moet je worden, je hebt maar vier jaar de tijd. Een ander belangrijk thema is de discussie over generalisten of specialisten. Beide zijn nodig, ik vind niet dat je als opleiding hierover knopen moet doorhakken, dat is aan de student, de opleidingen moeten beiden faciliteren. En om dat te kunnen heb je een zekere schaalgrootte nodig, ongeveer 1000 studenten schat ik in. Een ander thema waarmee de opleidingen bezig zijn is de vraag hoe je gebruikers bij het ontwerpproces betrekt, van user centered naar user centric design.

De specialisaties van de opleidingen zien als arbeidsdeling op nationaal niveau is denk ik niet realistisch. Uit onderzoeken blijkt

dat maar een klein aantal studenten zich bezighoudt met verschillen in inhoud tussen opleidingen op hetzelfde gebied, ze kiezen meestal voor een opleiding op een bepaald gebied in de buurt. Voor IAM is dus het onderscheid met de ICT opleidingen en Media opleidingen binnen de HvA heel belangrijk, en niet zozeer het verschil met Rotterdam of Breda.

In Breda zit de opleiding het dichtste tegen de kunstenopleidingen aan, zij hebben een capaciteitsfixus. Selecteren aan de poort gebeurt vrijwel nergens en ik vraag me ook af of dat veel oplevert. Ik denk dat de andere kant van dit vraagstuk, hoe creëer je een opleiding waarin iedereen met belangstelling zijn of haar talenten ontplooit, veel belangrijker is. De meeste studenten zijn nog erg jong als ze bij ons beginnen.

GL: In de zomer van 2008 werd een scenario sessie bij IAM afgerond die zich bezighield met de vraag wat het beroepsperspectief van de interactieve media professional over vijf jaar, in 2013 zou zijn. Wat is daar voor jou uitgekomen? Behalve meer, kleiner en sneller, wat is de trend en kan het onderwijs de volgende generatie zo goed mogelijk voorbereiden op een baan of eigen bedrijf?

ER: Laten we aan de binnenkant beginnen. Hoewel de vier scenario's erg verschillend zijn, zijn er wel een aantal grote lijnen uit te destilleren. De opleiding moet zich meer dan nu bezig gaan houden met de opkomst van de mobiele schermen. Daarbij moeten we ons realiseren dat de de desktop omgeving in toenemende mate publiek zal worden, maar dat de telefoon echt aan één persoon gebonden is. Door de breedband verbinding via de mobiele telefoon ontstaan nieuwe gebruiksmogelijkheden, die vanwege het feit dat je meestal on-the-go bent, vragen om een nieuw soort toepassingen. Ik verwacht dat mensen daardoor sneller en adequater geholpen willen worden als ze iets zoeken. Mijn dochter droomt van toepassingen die haar vertellen welke winkels aanbiedingen hebben voor de merken waarin zij geïnteresseerd is op het moment dat ze aan het winkelen is. Ik zelf vraag me af waarom mijn telefoon niet kan communiceren met alle boeken in de bibliotheek. Maar de kosten van mobiele telefonie zullen nog drastisch omlaag moeten voordat het zo ver is.

De scenarios laten ook zien dat dat het denken over interfaces en de achterliggende technologie meer user-centric zal worden dan het nu is. Het accent zal minder op applicaties en meer op de diensten die de applicatie aflevert komen te liggen. Levert de dienst genot, gewin, gemak op?

Een derde interessant signaal uit de scenario's is het beeld dat er er een groep early adapters die in alles meegaat, maar dat er steeds meer groepen mensen afhaken. Bijvoorbeeld omdat ze geen bankrekening hebben. Of omdat ze hun onvoorstelbare hoeveelheden e-mail niet meer kunnen verwerken. We stappen nu over op twitteren met onze mobiel, maar over een paar jaar loopt dat kanaal ook dicht. Mensen gaan dus hun eigen informatie- en communicatie cocon bouwen, maar willen zich ook niet helemaal afsluiten voor wat er in de wereld gebeurt. De scenario's zijn hopelijk het startpunt om ons eigen denken over de ontwikkelingen in onze technologische cultuur te verdiepen en daarover meer met onze studenten en beroepenveld te filosoferen.

De scenario's bekijkend vind ik dat IAM min of meer kan doorgaan op de ingeslagen weg, maar dat het zich wel moeten bezinnen of in alle gevallen de koppeling tussen de visie en dat wat we doen op orde is. Dat is een logisch gevolg van de visie dat verantwoordelijkheden laag in de organisatie horen te liggen en

vak- en inhoudelijk bekwame docenten dus de ruimte te geven. Er is nu aandacht nodig voor het weer bij elkaar brengen van visie en uitvoering.

Inhoudelijk spitst zich dat toe rond drie vraagstukken: Leidt IAM nu generalisten of specialisten op. Maakt de opleiding het waar dat ze niet alleen studenten opleidt voor de nieuwe mediasector, maar ook voor hun klanten en opdrachtgevers? En wat is de rol van het publieke domein?

Mijn visie op het eerste vraagstuk is dat je beide moet doen, afhankelijk van wensen en capaciteiten van de studenten en de vraag in de markt. Als het goed gaat, groeit de vraag naar generalisten, als het slecht gaat neemt de vraag naar specialisten toe. Specialisten zijn ook gewild bij de bedrijven die inmiddels deskundig zijn geworden. En voor alle specialisten geldt dat ze in een multidisciplinair team moeten kunnen samenwerken.
Mijn antwoord op de tweede vraag is dat ik vind dat de opleiding beide moet doen, omdat de mensen die kiezen voor een carrière in de nieuwe media sector, te maken krijgen met opdrachtgevers en klanten en omgekeerd. Het is voor iedereen belangrijk om te leren in dat spanningsveld te opereren. Wel zijn er accentverschillen. Voor de makers ligt de focus natuurlijk op het creatieve en ontwikkelproces, bij de klanten ligt de focus op beheer en kwaliteitszorg.
Wat betreft de rol van het publieke domein vind ik dat dit nog wel wat sterker mag worden aangezet. Juist hier gaan mensen aan de slag met de dingen die ze zelf belangrijk vinden, de drijfveer is niet a priori geld verdienen. Als je ontwikkelingen in het publieke domein volgt, kun je zien waar de samenleving zich druk over maakt en hoe mensen dat oplossen. Je ziet dus als het ware al de schaduw van de toekomst in het heden, als je goed oplet.

Op die lijn doordenkend staat de opleiding voor de uitdaging iets te doen met het sociale en maatschappelijk engagement van de studenten. Politiek ligt natuurlijk buitengewoon gevoelig binnen een instelling als de Hogeschool, maar ik zou het erg toejuichen als onze studenten zich via interactieve media gaan mengen in het publieke debat. En gezien alles wat er op ons afkomt met de kreditcrisis en de voortdurende opschaling van het hoger onderwijs, kan het eigenlijk ook niet anders dan dat dit gaat gebeuren.

BIOGRAFIE EMILIE RANDOE

Emilie Randoe (1963) kwam in 2001 in dienst bij de Hogeschool van Amsterdam met de opdracht het Instituut voor Interactieve Media uit de grond te trekken. Zij nam het stokje over van een stuurgroep die het voorbereidende werk had gedaan. De opleiding Interactieve Media startte in september 2002 met bijna 200 studenten. In 2004 volgende de oprichting van MediaLAB Amsterdam, een samenwerkingsverband met de leerstoelgroep Mediastudies van de UvA en de Instituten MIM, EHVA en IvI van de Hogeschool. In 2007 werd zij door de HvA gevraagd om ook de directie van het Instituut voor Informatica op zich te nemen. Randoe is lid van de Raad van Toezicht van het Virtueel Platform, zit in het bestuur van Bekijkt 't en is lid van de Raad van Advies van het ICT Innovatie Platform CREATE. In december 2008 hoopt ze haar Masteropleiding Executive Change Management bij SIOO af te ronden.

Voor haar dienstverband bij de HvA werkte Randoe van 1996 tot 2001 bij Waag Society, eerst als projectmanager en later als hoofd van programmalijn Creative Learning. In die jaren ontwikkelde Waag Society de eerste multimediale digitale portfolio voor studenten aan de docentenopleidingen van het Kunstonderwijs en werd het eerste game op gebied van kunst en cultuur educatie ontwikkeld en uitgetest. Samen met Kunstweb werden 30 speelweken van Demi Dubbels teletijdmachine georganiseerd. Daarnaast verzorgde Randoe in het kader van het Programme on Multimedia Teacher Training samen met De Digitale Stad 35 workshops voor lerarenopleidingen en PABO's van Hogescholen.

AARHEID VAN DE | DE M
ROFESSIONAL | NIEUWE
EMILIE RANDOE | INTERV
AAKBAARHEID VAN DE
DIA PROFESSIONAL | NIE
W MET EMILIE RANDOE | I