




HVMAN

Radicaal Menselijk



Beleidsplan 2022 – 2026



Change your Mind

Inhoudsopgave

1. Het profiel van HUMAN	5
2. Wat heeft HUMAN als aspirant-omroep bereikt?	11
3. De programmatische ambities van HUMAN	17
4. Het publiek en het netwerk van HUMAN	29
5. De organisatie van HUMAN	35
6. Wat anderen over HUMAN zeggen	41

“

In de serie *Klassen* dalen we neer in de klaslokalen, huiskamers en straten van Amsterdam-Noord, waar een strijd wordt geleverd om de groeiende kansenongelijkheid een halt toe te roepen.

”

Sarah Sylbing en Ester Gould (programmamakers HUMAN)

1. Het profiel van HUMAN

Gianny (13) belandt, ondanks een hoge Cito-score, op een vmbo-zorgschool waar hij zich stierlijk verveelt. Toch is hij ergens naar op zoek, al weet hij niet precies naar wat. In de lange landerige zomervakantie loopt hij de school binnen en vraagt naar zijn favoriete 'meester Thijs'. Op de eerste lesdag zit hij uren te vroeg op het schoolplein, maar als de lessen beginnen is hij in geen velden of wegen te bekennen. Het vorige schooljaar heeft Gianni 270 uur gespijbeld.

Gianny is een van de hoofdpersonen in de zevendelige documentaireserie *Klassen* van Ester Gould en Sarah Sylbing. Daarin volgen we van zeer nabij leerkrachten, ouders, bestuurders en - bovenal - leerlingen in hun dagelijks leven.

Als kijker hopen we vurig dat het goed komt met de talentvolle en stoere Gianni. En we hebben bewondering voor zijn leerkrachten, die met veel geduld en begrip hem steeds opnieuw een kans geven. In aflevering vier gaan we op excursie naar Londen. Een van de hoofdpersonen, wethouder Marjolein Moorman, gaat met anderen een kijkje nemen bij scholen in achterstandswijken die een opmerkelijke ervaring hebben doorgemaakt. We zien hoe het daar in de klas eraan toegaat. Onmiddellijk is duidelijk: dit is andere koek. Kinderen zitten rechtop en worden op strenge toon toegesproken. Hier heerst orde en discipline. De schooldirecteur legt uit dat van alle leerlingen de cijfers open en bloot op het prikbord hangen. Hier heerst de opvatting dat als ouders niet het uiterste uit kinderen willen halen, de school het moet doen.

De verbazing is zichtbaar op het gelaat van de Nederlandse bezoekers. En ook als kijker word je op een ander been gezet. Is de manier waarop wij het doen wel goed? Of moet het helemaal anders? Deze scene is illustratief voor de documentaire programmering van HUMAN. Wij agenderen urgente maatschappelijke thema's, leggen de onderliggende systemen bloot waardoor mensen in de knel komen en maken die bespreekbaar, onder meer in uitgebreide impactprogramma's. Zo wordt in *Klassen* korte metten gemaakt met de illusie dat Nederland zijn kinderen gelijke kansen biedt.

De serie *Klassen* plaatst ons als kijker in de schoenen van jongeren die het moeilijk hebben in Nederland. Zoals een recensent schreef: "In *Klassen* wil je hart de hele tijd een vreugdesprongetje maken, waarna de schrik weer om dat zelfde hart slaat."

HUMAN stelt vragen, draagt meerdere perspectieven aan, beroert het hart, en stimuleert de kijker tot nadenken om uiteindelijk zelf zijn oordeel te vormen. Het is een aanpak die kenmerkend is voor HUMAN. Een aanpak waarvoor inspiratie wordt geput uit het humanistische gedachtegoed.

Humanisme als bron van inspiratie

Wat betekent het om mens te zijn? Wat is mens zijn in deze tijd? Het zijn de centrale vragen die humanisten zichzelf al eeuwenlang stellen, van de aartsvaders tot de hedendaagse aanhangers van dit gedachtegoed.

Het humanisme is een levensbeschouwing op basis van de menselijke maat. Zelfbeschikking, de mogelijkheid tot ontwikkeling, ontplooiing en het vormgeven van een eigen leven. Centraal staat de zoektocht naar een goed, mooi en zinvol persoonlijk leven. Om het met een klassieke term te zeggen: *levenskunst*.

Humanisten richten zich daarbij nadrukkelijk op de medemens en, meer recentelijk, op alles wat leeft op deze planeet. We zijn niet alleen op aarde.

Kenmerkend voor het humanisme is het streven naar rechtvaardigheid, verantwoordelijkheid, inlevingsvermogen, verdraagzaamheid, ruimdenkendheid, openheid en een permanent pleidooi voor dialoog.

Humanisten hebben een kritische houding ten aanzien van vaststaande waardenstelsels, instituties en dogma's. Ze baseren zich daarbij op een aantal universele waarden als vrijheid en gelijkwaardigheid. Maar zelfs universele waarden dienen permanent te worden bevraagd. Een humanist moet zijn eigen waardensysteem ter discussie durven stellen.

Misschien is dat wel het belangrijkste kenmerk van het humanisme. Het is geen statische levensbeschouwing, maar juist continu aan verandering onderhevig. Het humanisme ontwikkelde zich altijd verder door een antwoord te geven op dringende maatschappelijke veranderingen. Na de instorting van de middeleeuwse standensamenleving in de zestiende eeuw ontstond het Nederlandse humanisme. Erasmus en Coornhert waren de grondleggers. Hun invloed op de culturele, sociale en staatsrechtelijke vorming van Nederland doet zich tot op de dag van vandaag gelden. Opvallend was dat zij voor hun stroming geen institutionele bedding zochten. Aan schisma's hadden ze geen behoefte. Levensbeschouwing was een persoonlijke keuze, een individuele daad.

Een eeuw later bracht de moderne natuurwetenschap opschudding in het heersende mens- en wereldbeeld. Als antwoord daarop ontwikkelde Spinoza een nieuwe morele orde op seculiere basis. Een moraal die niet voortvloeide uit het geloof in God en zijn geboden, maar die werd ontwikkeld vanuit de mens zelf.

Tijdens de Verlichting van de achttiende eeuw werd met humanistische kernwaarden als democratie, gelijkheid, individuele vrijheid, vrijheid van meningsuiting en persvrijheid de basis gelegd voor de Nederlandse samenleving. Deze waarden vormen daarvan nog steeds het fundament. Ook daarna bleek het humanistische gedachtegoed met name waardevol op onzekere momenten in de geschiedenis. Zoals gedurende de industrialisatie, die in de negentiende eeuw het leven van mensen volledig op z'n kop zette en onmenselijke condities voortbracht. Er ontstond behoefte aan een nieuwe reflectie op *mens zijn* en de waarde van het individu. Denkers als Von Humboldt ontwikkelden hiervoor het ideaal van persoonlijke ontwikkeling, beter bekend als *Bildung*. En door de gruwelen van de Tweede Wereldoorlog ontstond de noodzaak van een humanistische beweging die het accent legde op individuele vrijheid, respect voor elkaar en een verbod op discriminatie en uitsluiting. De universele mensenrechten werden verklaard en humanisme moest een antwoord geven op de inhumane ideologie van het fascisme en het communisme. Wij mensen moeten samen een maatschappij vormen ondanks onderlinge verschillen.

Humanisme en HUMAN anno nu

Het humanisme als levensbeschouwing die constant in beweging is, altijd op zoek naar antwoorden op de vragen van de tijd. Het humanisme als bron van inspiratie en als ijkpunt op cruciale momenten. In die traditie wil HUMAN staan.

Ook onze tijd roept nieuwe grote vragen op. De coronapandemie, klimaatverandering, globalisering, exponentieel snelle technologische ontwikkelingen, toenemende maatschappelijke tegenstellingen. Heeft de mens nog grip op de wereld?

In essentie gaat het HUMAN om de vraag hoe we ons mens zijn definiëren in relatie tot de wereld waarin we nu leven. We onderscheiden daarbij drie dimensies:

- Mens en natuur: dit betreft het ecologische vraagstuk. De mens moet zich meer gaan zien als integraal onderdeel van het ecosysteem. De mens is niet het centrum van alles.
- Mens en techniek: lang heerste het idee dat instrumenten er waren om mensen te ondersteunen. Nu worden er intelligente machines gemaakt die bijna autonoom handelen en menselijke vrijheid in het gedrang brengen.
- Mens en mens: de diversiteit aan mensen is groot. En iedereen heeft recht van spreken. Er is niet langer een dominante cultuur die spreekt voor de hele mensheid. Van humanisten wordt gevraagd op gelijkwaardige basis verbinding te leggen met de ander.

Dit zijn eigentijdse vraagstukken die leiden tot nieuwe thema's die voor ons belangrijk zijn, zoals klimaatverandering, kunstmatige intelligentie en inclusiviteit.

Noodzaak tot dialoog

We leven in een samenleving met groeiende tegenstellingen. Een humanistisch pleidooi voor echte dialoog is harder nodig dan ooit. Het idee dat verschillende standpunten waardevol zijn, dat we door een open gesprek en een empathische blik samen verder komen, vormt de basis van onze aanpak. Dat vereist een open, soms kwetsbare houding ten opzichte van de ander. Je mag van mening veranderen. Durf te denken, maar vooral ook: durf te twijfelen.

Wanneer we de verharding uit het debat kunnen halen, krijgt de nuance een kans en gaan we verder dan clichés en karikaturen. HUMAN wil langs die lijn graag een bijdrage leveren aan het publieke discours en heeft met programma's als *Het Filosofisch Kwintet* en *De Publieke Tribune* aangetoond daartoe in staat te zijn.

HUMAN staat voor radicale redelijkheid, het stellen van levensvragen (filosofie) en het stimuleren van zelfonderzoek (psychologie). De wetenschap is daarbij leidraad en het bevragen van dogma's de basis. Hoe dominant en bedreigend zijn ze voor individuele keuzevrijheden? Thema's als bescherming van privacy en aantasting van de rechtstaat liggen ons dan ook na aan het hart.

Een gedeelde werkelijkheid als uitgangspunt voor het debat is tegenwoordig verre van vanzelfsprekend, zoals discussies over de Black Lives Matter-beweging, de coronacrisis en de Amerikaanse verkiezingen onlangs hebben aangetoond. Polarisation neemt toe, media radicaliseren, mensen radicaliseren. De maatschappij raakt versnipperd. Informatievoorziening is niet gebaseerd op publieke belangen, maar op particuliere belangen, aangejaagd door algoritmes. Misinformatie en nepnieuws zijn wijdverspreid. De totstandkoming van de publieke opinie en de druk daarop zijn belangrijke thema's

van onze tijd. HUMAN heeft dit thema jaren geleden al tot het zijne gemaakt met het programma *Medialogica* en wil dat de komende jaren graag verder uitbouwen.

Mens centraal

Aan het humanisme ligt een positief mensbeeld ten grondslag: je kunt mensen verantwoordelijkheid geven. Het streven is de autonome mens voldoende mogelijkheden te bieden zich als actief burger te gedragen: *zelf denken, samen leven*.

In zijn programma's wil HUMAN altijd het individu blijven zien. Mensen nooit definiëren op basis van hun afkomst of de groep waarin ze verkeren. Altijd op zoek naar de menselijke maat. En als de mens in de knel komt door onderliggende systemen als een doorgedraaide bureaucratie, maken wij dat zichtbaar. Dat is het gemeenschappelijk motief in onze documentaires en in documentaireseries als *We zien ons* en *In De Leeuwenhoek*. We hebben dit thema *systeempijn* genoemd. Het zoeken naar oplossingen begint met signaleren en agenderen. Op dat vlak hebben we inmiddels een reputatie opgebouwd met documentaires als *De Tegenprestatie*, *Moeder aan de Lijn*; documentaireseries als *De Wasstraat* en *Klassen* en journalistieke programma's waaronder *De Publieke Tribune* en *Argos* (samen met de VPRO).

Een fundament onder het humanisme is de overtuiging dat iedereen gelijkwaardig is. Maar iedereen gelijke kansen geven zichzelf te ontwikkelen, is niet (meer) voldoende. In onze samenleving dreigt een kloof te ontstaan tussen hogeropgeleiden en lageropgeleiden, tussen welgestelden en minder bedeelden. Bevoorrechten menen hun positie te danken te hebben aan eigen verdiensten, terwijl

“

Er is geen weg terug, want de ander is daar niet meer. De ander is voortdurend iemand anders aan het worden, dat gaat razendsnel. Dat vinden we waanzinnig moeilijk. We verlangen ernaar het verleden vast te pakken en het in beton te gieten. De ander moet blijven wie hij is. Pas als we dat loslaten komen we dicht bij elkaar.

”

Adelheid Roosen (programmamaker HUMAN) over Thuis op Zuid

anderen zich miskend voelen. Filosoof Michael Sandel, in oktober en november 2020 te gast in twee *Brainwash Specials*, verwoordt het als volgt: “Het gaat niet om gelijkwaardigheid waarbij iedereen hetzelfde inkomen of bezit heeft. Het gaat erom dat alle burgers een gevoel van zelfrespect hebben, omdat ze zien dat de samenleving hen respecteert.”

Het slaan van een brug over die kloof ziet HUMAN als een van de belangrijkste opdrachten voor de publieke omroep.

HUMAN is daarnaast nadrukkelijk een levensbeschouwelijke omroep, die perspectief en inspiratie biedt aan mensen die niet in een god geloven. Maar we zijn niet exclusief een omroep voor ongelovigen. Ook veel christenen en moslims voelen zich aangesproken door humanistische waarden. Zij beschouwen hun geloof als een privéaangelegenheid. HUMAN is er voor iedereen die op de bres staat voor het primaat van de democratische rechtstaat.

De mens centraal stellen kan alleen als er ook sprake is van empathie, van inleven in de ander.

De zoektocht die veel van onze programma's kenmerkt, staat altijd in dienst van het handelingsperspectief. We willen verschillende perspectieven naast elkaar zetten en instrumenten aanreiken voor zelfontwikkeling. Niet alleen portretteren, maar ook stimuleren en inspireren.

Al deze uitgangspunten en idealen kleuren het geluid dat HUMAN als publieke omroep wil laten horen.

Missie

HUMAN ziet zijn rol als omroep vooral als die van een maatschappelijke netwerkorganisatie.

Voorop staat aan het denken zetten, activeren en stimuleren van mensen en daarmee het leveren van een relevante bijdrage aan de Nederlandse samenleving.

“HUMAN wil mens en wereld vooruithelpen door autonomie en verantwoordelijkheid te bevorderen. Als maatschappelijk georiënteerde mediaorganisatie, geworteld in het humanisme, onderzoeken we persoonlijke levensvragen en maatschappelijke vraagstukken. We agenderen actuele thema's en laten hierbij verschillende perspectieven zien. We zijn spil in een netwerk van makers en ideële partners, met wie we streven naar impact en praktische relevantie. Met als doel het bijdragen aan meningsvorming, zelfontplooiing en positieve veranderingen die leiden tot een betere samenleving.”



Schuldig

2. Wat heeft HUMAN als aspirant-omroep bereikt?

Stroming

In 1981 werd de gelijkberechtiging van het humanisme als levensbeschouwing in de grondwet verankerd. Uit een representatief onderzoek door Motivaction in 2018 bleek dat 5 procent van de Nederlanders zichzelf expliciet humanist noemt. Daarnaast voelde een even grote groep zich zeer sterk aangesproken door humanistische waarden. In totaal kan ruim 10 procent van de Nederlandse bevolking beschouwd worden als behorend tot de humanistische stroming.

Binnen de publieke omroep is deze stroming een kwart eeuw vertegenwoordigd geweest door de toekenning van zendtijd aan het Humanistisch Verbond. De invulling van die zendtijd werd uitbesteed aan de Humanistische Omroep. De aangekondigde opheffing van levensbeschouwelijke omroepen in 2013 leek hiervan het einde in te luiden.

Maar voor HUMAN, zoals de omroep inmiddels heette, was het een nieuw begin.

Aspirant-omroep

Na 27 jaar onder de naam Humanistische Omroep Stichting te hebben geopereerd, maakte de Vereniging Investeer in HUMAN op 1 januari 2016 een doorstart als aspirant-omroep HUMAN. De erkenning werd verleend voor de periode 2016-2020 op grond van het bestand van ruim 50.000 betalende leden, de voorgenomen samenwerking met de VPRO, en de positieve adviezen die door het Commissariaat voor de Media, de Raad voor Cultuur en de NPO waren uitgebracht over het Beleidsplan 2016-2020. Voor alle betrokkenen betekende het een nieuwe start met een kleine, maar enthousiaste en flexibele organisatie.

Een unieke uitgangspositie: HUMAN kent een lange en rijke traditie, maar is tegelijkertijd een jonge nieuwe omroep.

Tussentijdse evaluatie

HUMAN ging voortvarend van start en was een van de eerste omroepen die met hun programmering streefden naar maatschappelijke impact. En dat ruim voordat die term binnen de publieke omroep gemeengoed werd.

De documentaireseries *Schuldig* (2016) en *In De Leeuwenhoek* (2018) waren allebei aanjagers van een brede maatschappelijke discussie, die uiteindelijk leidde tot gewijzigd kabinetsbeleid. Mensen met problematische schulden zouden voortaan beter moeten worden ondersteund en het aantal regels in de ouderenzorg moest drastisch worden teruggesnoeid.

Op 4 juni 2019 publiceerde de evaluatiecommissie Nederlandse Publieke Omroep het rapport 'Samen voor het publiek belang'. De bevindingen over HUMAN, gebaseerd op de eerste twee jaar als aspirant, waren positief.

Er was vooral waardering voor de wijze waarop HUMAN structureel en intensief samenwerkt met maatschappelijke organisaties en op die manier mede invulling geeft aan zijn maatschappelijke verankering. De commissie herkende de missie en identiteit van HUMAN in zijn programma's en was positief over de wijze waarop HUMAN focus aanbrengt in zijn aanbod. Met zijn onderzoeksjournalistiek,

maar ook met drama en educatieve programma's, levert HUMAN een bijdrage aan aanbodprioriteiten waarin het aanbod kleiner is. Daardoor is HUMAN van toegevoegde waarde voor de verscheidenheid van het aanbod op NPO-kanalen. De commissie was ook positief over de inspanningen van HUMAN om met zijn programma's maatschappelijke impact te genereren en te werken aan instrumenten om deze impact vervolgens ook te kunnen meten.

Na de evaluatie

Het rapport van de evaluatiecommissie was een goede stimulans om het ingeslagen pad te vervolgen. De afgelopen twee jaar heeft HUMAN bepaald niet stil gezeten.

Een greep uit het aanbod:

- Het nieuwe programma *De Publieke Tribune* zag het licht. In acht afleveringen op NPO 2, ondersteund door een maandelijkse uitzending op NPO Radio 1, zocht presentator Coen Verbraak 'gewone' mensen met eigentijdse problemen op in hun eigen regio. Voor het panel van bestuurders en politici wierpen deze verhalen van ervaringsdeskundigen vaak een nieuw licht op hoe hun beleid in het dagelijks leven uitwerkt. In een aantal gevallen leidde dit aantoonbaar tot verandering. Zo werd na een aflevering van *De Publieke Tribune* een kostbaar medicijn alsnog ter beschikking gesteld aan patiënten voor wie dit hun laatste redding was. De uitzending over mantelzorg, en het gebrek aan ondersteuning voor mantelzorgers, leidde tot veel reacties in de samenleving. De stichting Mantelzorgelijk startte een petitie die veelvuldig is ondertekend. Naar aanleiding van de petitie en een uitzending van *Pauw* werden de initiatiefnemers door een aantal landelijke politieke partijen uitgenodigd om input geven voor het plenaire mantelzorgdebat in de Tweede Kamer.
- In hun eigen zoektocht naar menselijke zorg verkenden Hugo Borst en Adelheid Roosen hoe het mensen met dementie vergaat nu zij langer thuis moeten blijven wonen. In 2020 leidde dat tot de documentaireserie *Thuis op Zuid*. In aansluiting op dat programma besloten HUMAN, het Humanistisch Verbond en Alzheimer Nederland een impacttour te organiseren, waarbij in zes steden aan de hand van fragmenten uit de serie van gedachten wordt gewisseld over dilemma's op het snijvlak van autonomie en verantwoordelijkheid. Vanwege de coronacrisis is de tour uitgesteld tot 2021.
- Stine Jensen kan als geen ander filosofische inzichten vertalen naar schijnbaar alledaagse kwesties, bijvoorbeeld in *Dus ik volg* waar ze de kracht en keerzijde van kuddedrag ontrafelt. Zo maakt ze filosofie relevant voor een breed en relatief jong publiek.
- Niet alleen volwassenen, ook kinderen kunnen in de knel komen en zelf geen uitweg meer zien. In elke aflevering van *Wat zou jij doen?* vertelt een kind (10-12 jaar) in een korte documentaire wat zijn of haar dilemma is. Meestal is dat een herkenbaar verhaal met verschillende kanten. Een panel van twaalf kinderen bekijkt het filmpje en reageert erop. Zo wordt duidelijk dat je op verschillende manieren naar een dilemma kunt kijken. Samen met het Humanistisch Verbond werd *Wat zou jij doen? on tour* georganiseerd. Op vijf locaties in het land gingen kinderen, ouders, leraren, pedagogen en andere opvoeders met elkaar in gesprek, aan de hand van dilemma's en fragmenten uit het televisieprogramma.

- *3FM Human* is een online channel dat maatschappelijke content maakt voor jongeren. Acht jonge HUMAN-medewerkers vormen de sociaal-maatschappelijke redactie; zij voelen precies aan wat er speelt onder jongeren in de samenleving en maken dat bespreekbaar. Dit doen ze met artikelen op de website van 3FM, webseries op het YouTube-kanaal van 3FM, themaweken als #openup en met 3FM Specials en podcasts.
- Duurzaamheid is voor HUMAN een belangrijk thema. Met *De Staat van het Klimaat* (2019) en *De Grote Klimaatkwis* (2020) is er *prime time* op NPO 1 aandacht besteed aan duurzaamheid en klimaatverandering. In beide programma's kregen kijkers veel informatie en vooral praktische tips hoe je je eigen gedrag zou kunnen veranderen.
- *Medialogica* is een vaste waarde geworden in de programmering van HUMAN. Het programma is jaarlijks goed voor acht nieuwe, veelal spraakmakende en hooggewaardeerde uitzendingen. *Medialogica* gaat over de vorming van de publieke opinie en laat onder andere zien hoe er verschil kan ontstaan tussen beeld en werkelijkheid, met soms nieuwe werkelijkheden tot gevolg. Zo werden er programma's gemaakt over de beeldvorming rond het boerenprotest, het Haga-lyceum en het RIVM.
- Over het coronavirus is ook in Nederland veel nepnieuws verspreid. *Medialogica* lanceerde online de *Corona Debunker*. Daarin volgde het programma de ontwikkelingen op de voet en probeerde het mythes door te prikken, te 'debunkten'. Er werd bijvoorbeeld een handige tool gedeeld waarmee consumenten de betrouwbaarheid van het nieuws dat ze onder ogen krijgen zelf konden wegen.
- Tijdens de coronacrisis maakte HUMAN in het kader van *2Doc Kort* een serie korte actuele documentaires voor NPO 2, NPO 2 Extra, NPO Start en online. Ze hadden de vorm van een videobrief waarbij de kijker direct wordt aangesproken door diverse makers uit alle hoeken van de wereld die van zeer nabij de gevolgen van het virus meemaakten.
- Bijzonder waren twee ingelaste actuele uitzendingen van *Brainwash Special*, die *prime time* op NPO 2 zijn uitgezonden. Door denkers als Damiaan Denys, Louise Fresco en Ybo Buruma werd gekeken naar de gevolgen van de pandemie voor de lange termijn en de lessen die we moeten trekken voor de toekomst.
- De documentaireserie *Schuldig* van Sarah Sylbing en Ester Gould liet Nederland in 2016 niet onberoerd. Eind 2020 werd de nieuwe spraakmakende serie van dit duo gelanceerd: *Klassen* (NPO 1). Een documentaireserie met aansluitend een omvangrijk landelijk impactprogramma over de strijd voor gelijke kansen in het onderwijs.

Gedurende de vijf jaar als aspirant-omroep is HUMAN erin geslaagd de vereniging vitaal te houden. De leden zijn zeer betrokken en via ledenbijeenkomsten houden ze de programmatische organisatie scherp. Het ledental is substantieel gegroeid: op 31 december 2020 telde HUMAN 90.000 leden.

Kortom: HUMAN levert een bijdrage aan de externe pluriformiteit, de binding met de samenleving, de verscheidenheid van het aanbod en de impact van de publieke omroep.

Op al die vier punten willen we onze rol graag uitbouwen in de komende jaren.



Prijzen

Prijswinnende programma's en documentaires van HUMAN (vanaf 2016).

De Lengte van Liefde (2016)

- Nederlands Film Festival: Filmprijs van de Stad Utrecht

Radio Kobani (2016)

- IDFA: beste Nederlandse documentaire

De Srebrenica-tragedie (in samenwerking met VPRO) (2016)

- Winnaar Loep, één van de twee belangrijkste jaarlijkse prijzen voor onderzoeksjournalistiek

Schuldig (2016)

- Zilveren Nipkowschijf 2017
- Winnaar Tegel 2016 in de categorie Achtergrond
- Tv beeld 2017 in de categorie Reportage en documentaire programma

Schuldig - de podcast (2017)

- Door vakgenoten van het Dutch Directors Guild: beste podcast van 2017

Lenno en de Maanvis (2018)

- IDFA: beste jeugddocumentaire
- ECFA Award door de European Childrens Film Association tijdens de Berlinale

Spiegeldromen (2018)

- Nationale Onderwijsfilm

Argos - De promotiefabriek (2019)

- Nationale Prijs voor Onderwijsjournalistiek 2019

We zien ons (2019)

- Limburg Film Festival: 'Lievalingsfilm'

Trapped in a City of Thousand Mountains (2019)

- Russische filmfestival Message to Man: beste korte documentaire

Nu of nooit meer (2019)

- Eindhoven Film Festival 2018: beste debuut

Maalstroom (2019)

- Prix Europa: tweede prijs in de categorie 'Beste Europese televisiedocumentaire'

Sidik en de Panter (2019)

- IDFA: beste Nederlandse documentaire
- Nederlands Film Festival 2020: nominatie beste lange documentaire

Waarom bleef je niet voor mij (2020)

- KNF Prijs van de Kring van Filmcritici



De Wasstraat | Foto: Ilse de Vries

3. De programmatische ambities van HUMAN

De programmatische invalshoek van HUMAN

Programma's van HUMAN staan voor de zoekende mens, niet voor de alwetende mens: de mens op zoek naar feiten, naar ervaringen en naar perspectieven in het leven. Makers van HUMAN hebben de brandende ambitie om de werkelijkheid te tonen zoals ze die aantreffen: onopgesmukt, genuanceerd, veelkleurig en daardoor vaak verrassend. Het past bij een wereldbeeld waarin mensen met behulp van wetenschap en ervaringsleer zelf het lot in handen nemen, zich proberen te bevrijden van godsdienstige en ideologische ketenen om vervolgens op geheel eigen wijze betekenis te geven aan hun leven. Levensbeschouwing en programmering vallen bij HUMAN naadloos samen: zoeken naar zingeving zonder dogma's. Dat hebben we in de afgelopen dertig jaar gedaan en dat gaan we doen in de periode 2022-2026. Waarbij we ook onze eigen dogma's niet zullen sparen en bereid zijn onze focus te verleggen. Zo hebben de recente coronacrisis en nieuwe inzichten over klimaat, culturele verschillen en technologische ontwikkeling onze kijkrichting bijgestuurd. Stond tot voor kort bij HUMAN de mens zo centraal dat hij zich de kroon op de schepping mocht wanen, inmiddels zien we de mens veel meer als onderdeel van een groter geheel. Als integraal deel van de levenspiramide, maar niet als de top. Dat zal onherroepelijk leiden tot meer zelfkritische programmering.

Bij HUMAN gaat het er niet alleen om wát we maken, maar ook om hoé we programma's maken. Wij reiken verschillende perspectieven aan, brengen nieuwe invalshoeken, nemen de tijd voor grondige research en hebben ambachtelijkheid hoog in het vaandel. Wij maken programma's met aandacht. Een belangrijk uitgangspunt voor programmamakers van HUMAN is dat ze een positieve maatschappelijke ontwikkeling teweeg willen brengen. Onze productiecycclus is daarop ingericht. Het creatieve proces van ontwikkelen en produceren staat vanaf het begin in dienst van de vraag: welke maatschappelijke waarde willen we creëren? Daarom proberen we, al direct bij de start, in de ontwikkelingsfase van een programma, een coalitie van samenwerkingspartners op te zetten met wie wij een impactprogramma tot stand brengen. In de loop van de tijd hebben we op basis van ervaring en evaluatie onze expertise op dit vlak vergroot. Voor HUMAN bestrijkt 'impact' drie domeinen. Impact wordt gerealiseerd als we een bijdrage hebben geleverd aan meningsvorming, gedragsverandering en/of structuurverandering.

Door onze manier van 'programma maken' proberen we zo direct mogelijk in contact te komen met ons publiek. Daarom richten we ons vizier daar waar ons publiek zich bevindt. Dat kan radio of podcast zijn, online, lineaire televisie of non-lineaire video als webdocs, en bij voorkeur een combinatie van zo veel mogelijk mediatypes. Bij deze integrale programmering bepalen we vooraf, samen met de NPO, welke kanalen geschikt zijn voor de distributie van onze programma's.

Globalisering van de media en het personaliseren van online communicatie conflicteren in toenemende mate met het recht op privacy en vrijheid van informatie. Maar soms hebben we platforms van globale spelers nodig om ons publiek in de volle breedte te kunnen bedienen. Dat is een duivels dilemma waarvan HUMAN zich bewust is. We willen als omroep verantwoord omgaan met online media- en datagebruik. We volgen de snelle online ontwikkelingen en zoeken naar creatieve oplossingen. Het past bij onze makers nieuwe perspectieven te ontdekken: in de grote wereld, in onze directe leefomgeving en bij ons publiek.

HUMAN wil groeien in middelen en zendtijd, maar er zijn grenzen. Praktisch en principieel. Onze ambitie blijft bovendien om een delicatessenwinkel te zijn en geen supermarkt: we willen vooral verdiepen. En we willen dicht bij onze humanistische wortels blijven.

Dus zoeken wij in onze programmering naar antwoorden op de vragen van deze tijd en hoe wij ons als mens daartoe verhouden. Vraagstukken in relatie tot onze verhouding met de natuur, de techniek en de ander. In die zoektocht wil HUMAN een bron van inspiratie zijn. Het leidt tot een viertal thematische hoofdlijnen. Met de kanttekening dat HUMAN altijd oog zal blijven houden voor andere thema's die in de toekomst kunnen opspelen.

Zinvol leven en samenleven (filosofie en levenskunst)

Deze zoektocht ondernemen we via verschillende methoden: op documentaire, op journalistieke en op filosofische wijze. Al deze vormen passen HUMAN als een handschoen, waarbij vanuit de humanistische traditie de filosofische benadering de meest klassieke is. De socratische methode van vragen stellen, de onbevooroordeelde wijze van zoeken, is daarin kenmerkend. Het is een methode om grip te krijgen op ons leven van alledag en op de gebeurtenissen in de actualiteit. Het is ook een manier om feiten en zienswijzen te ontdekken die minder aandacht krijgen, omdat ze ingewikkeld of te genuanceerd geacht worden in het tijdperk van *sound bites* en almacht van het algoritme. Met zijn filosofische programma's wil HUMAN bovendien tegengas bieden aan snelle oordeelsvorming, kokervisies en zelfgenoegzaamheid. We zien programma's als *Het Filosofisch Kwintet* en *Brainwash* als een ode aan de twijfel. En als een prikkel voor iedereen die samen met HUMAN wil zoeken naar zinvol leven en samenleven. Inclusiviteit is daarbij vanzelfsprekend. We streven ernaar de veelkleurigheid en verscheidenheid van Nederland te laten zien en daar waar nodig te thematiseren.

Waarheidsgetrouwheid en publieke opinie

Zinvol leven en samenleven kan alleen in een maatschappelijk stelsel dat daartoe de ruimte biedt. Rechtsstaat en democratie vormen daarvoor de basis.

Als humanisten al over een dogma beschikken dan is het hun kritisch beleden geloof in de kracht van grondrechten, vastgelegd in constituties en mensenrechtenverdragen die gelijkwaardigheid en vrijheid van burgers garanderen. Die eenieder zijn vrijheid van levensbeschouwing en godsdienst garandeert, zolang die levensbeschouwing of godsdienst maar de rol van de wetgever en onafhankelijke rechter respecteert. Oprukkende ondermijning van deze principes, van Turkije tot Polen, van Hongarije tot Indonesië, van Rusland tot Venezuela, activeert ons als humanisten tot ferm tegengeluid.

“ De programma's van HUMAN zijn
ideaal materiaal voor mijn lessen
filosofie en burgerschap. ”

Mark Bos, onderwijsbegeleider burgerschap en levensbeschouwing



Voor een vitale democratische rechtsstaat is een gezonde publieke opinie de zuurstof. Meer dan ooit zijn onafhankelijke media nodig, in nauwe interactie met burgers en bestuurders die zich proberen te gedragen in de geest van deze basisregels. De geschiedenis heeft bewezen waartoe een verziekte publieke opinie kan leiden: van narcistisch leiderschap tot falende staten, van marginalisering en discriminatie van minderheden tot volkenmoord. Het strekt HUMAN tot eer dat we al tien jaar lang diepgravend onderzoek doen naar de wijze waarop publieke opinie tot stand komt. Aan actualiteit heeft deze speciale focus bepaald niet ingeboet. Sinds de zegetocht van de sociale media neemt manipulatie van de publieke opinie door middel van onder andere *framing*, *nudging* en complotdenken exponentieel toe. HUMAN onderzoekt het verschil tussen beeld en werkelijkheid, de motieven en belangen achter talloze vormen van eigentijdse manipulatie. Met zijn programmering rond publieke opinie en de rol van de media, waarvan *Medialogica* de belangrijkste exponent is, draagt HUMAN bij aan de breed gedragen wens tot mediabewustzijn en mediawijsheid van jongeren en volwassenen. Letterlijk tot in de schoolbanken toe probeert HUMAN het kritisch denken over manipulatie, propaganda en complotdenken te stimuleren en activeren. Via een 360-gradenaanpak. Dat wil zeggen: door productie van video, audio, online en de organisatie van evenementen en lesprogramma's.

Structuren die ons levensgeluk ondermijnen: systeempijn

Ook in democratische rechtsstaten bestaan structuren die mensen hinderen in hun ontplooiing of die hun levensgeluk belemmeren. Denk aan bedrijven met een pestcultuur, aan kerkgenootschappen met een cultuur van onderdrukking van hun eigen gelovigen, aan ambtelijke uitvoeringsinstanties die naar willekeur handelen, aan rechtshandhavers die profileren op uiterlijke kenmerken. Denk ook aan bedrijven en instanties die mensen als nummers behandelen, als 'nullen' en 'eentjes' in een gedigitaliseerde massasamenleving. Waarin niet de menselijke maat doorslaggevend is, maar de macht van het grote getal. Deze ontwikkelingen tasten de geest van de democratische rechtstaat in zijn haarvaten aan en daarmee ook de basis van zinvol leven en samenleven.

HUMAN probeert deze levensgeluk ondermijnende systemen te ontdekken en te ontleden. Met als gewenst resultaat bewustwording die activeert tot verandering, tot (her-)waardering van de menselijke maat. Het heeft inmiddels geleid tot een programmatische traditie waar we trots op zijn, van *Schuldig en De Wasstraat* tot *Thuis op Zuid* en *Klassen*.

De positieve kanten van technologische vooruitgang zijn talrijk, van betere medische zorg tot nieuwe mogelijkheden om online te vergaderen. HUMAN heeft ook oog voor de keerzijde. Zo vragen wij ons af wat de razendsnelle ontwikkelingen rond artificiële intelligentie betekenen voor ons mens zijn. Een genuanceerd beeld brengen, daar gaat het ons om. Perspectief bieden op een wereld die niet alleen efficiënt is, maar ook menselijk en duurzaam.

Duurzaam leven en duurzaam samenleven

Het Filosofisch Kwintet introduceerde het vraagstuk voor het eerst in 2018 met de vraag hoe we ons gedrag moeten veranderen om de planeet te redden (titel: 'Wat er op het spel staat'). In 2020 bracht HUMAN voor een groot publiek *De Grote Klimaatkwis*. Beide op de brede publiekszender NPO 1. Het was het begin van een nieuwe koers die past bij het eigentijdse humanisme: zonder planeet is het zinloos verder te praten over zinvol leven en samenleven. Het verandert ook de focus van mens als allesoverheersend wezen naar de mens als onderdeel van een geheel. Zoals Ton Lemaire het in 1996 reeds verwoordde: "Want niet de mens is de maat van alles – zoals hij in zijn zelfoverschatting gedacht heeft – maar de aarde is de maat van de mens."

Wat de programmering van HUMAN kan toevoegen aan de genres van de NPO

De NPO onderscheidt in het Concessiebeleidsplan 2022-2026 tien inhoudelijke hoofdgenres en één toonaangevende vorm (documentaires). Voor al deze elf categorieën wil de publieke omroep overkoepelend genrebeleid ontwikkelen. Dat betekent: beleid waarin omroepen van allerlei kleur en pluimage een plaats kunnen vinden.

HUMAN wil met zijn traditie en achtergrond een belangrijke rol spelen in de volgende genres: levensbeschouwing, opinie, kennis & educatie, documentaires en drama. Disciplines waarin we een reputatie hebben opgebouwd. Voor de periode 2022-2026 staan we voor een keuze, als tenminste onze voorlopige erkenning wordt omgezet in een definitieve en ons garantiebudget en onze garantietijd groeien. Dan komen we voor de vraag te staan: investeren we in het bekende of richten we ons ook op voor ons onbekende genres? Met andere woorden: gaan we verdiepen of gaan we verbreden?

HUMAN kiest voor verdieping. We willen de gehoopte uitbreiding vooral benutten om vijf gekende genres te versterken. Door programma's nog beter te maken en meer continuïteit geven. En door in overleg met de NPO nieuwe titels binnen die genres te ontwikkelen en op nieuwe platforms actief te worden. Met één uitzondering: kunst, cultuur en expressie. Met respect voor de traditionele spelers in dit genre, denkt HUMAN hier met zijn traditie in geëngageerd drama en improvisatietoneel van toegevoegde waarde te kunnen zijn. Wij voegen dit genre dan ook toe aan ons palet, zij het in bescheiden mate. Voor het genre human interest hebben we op dit moment geen concrete plannen, maar we sluiten dit genre niet uit, al was het alleen al om de naam. HUMAN heeft geen ambities op het terrein van nieuws en actualiteiten, muziek, sport en amusement.

Levensbeschouwing

De levensbeschouwelijke programma's van HUMAN zijn gebaseerd op het eigentijdse humanisme. De kern wordt gevormd door levenskunst: hoe kunnen we zinvol leven en samenleven?

Vanwege die wezensvraag heeft zich in de afgelopen tien jaar een trouwe kring van actieve volgers rondom HUMAN geschaard. Waarbij de traditionele kijker zich herkent in *Het Filosofisch Kwintet* en de jongere multimediegebruiker vooral participeert op ons *Brainwash*-platform.

Het Filosofisch Kwintet onder leiding van Clairy Polak probeert een goed geïnformeerde groep burgers een helikopterblik op de grote vragen van de samenleving te bieden. Deze positief-kritische volgers willen geprikkeld worden met nieuwe argumenten en met onverwachte perspectieven. De vorm van het programma past bij de inhoud: de tijd nemen voor reflectie op urgente thema's vanuit filosofisch perspectief. Zonder te verzanden in het heen en weer pingpongen van meningen. En met een presentator die permanent waakt over de toegankelijkheid van woorden en redeneringen.

Deze grote maatschappelijke vragen leven ook bij onze jongere doelgroep. Bij hen spelen daarnaast vragen die hun persoonlijke levensgeluk betreffen. Ze zijn niet alleen bezig met: hoe worden we een betere samenleving?, maar ook met: hoe worden we een beter mens? Het *Brainwash*-platform is op dit moment een plaats waar urgente discussies over racisme, ongelijkheid en klimaat worden gevoerd, zowel in schrift, via audio als op video. Het streven is om de thema's van *Brainwash* in de toekomst persoonlijker te maken. Minder containerbegrippen, meer specifieke onderwerpen, het klein maken van grote vragen. Bijvoorbeeld: niet meer 'eenzaamheid' maar 'de emotionele prijs van echtscheiding' of 'de tol van de coronatijd'.

“

We werden gek van alle meningen en meninkjes. Dus we selecteren de gasten op diverse expertises. Zodat ze het onderwerp vanuit verschillende invalshoeken kunnen belichten. We zoeken naar mensen die niet uitgaan van een vaste mening, maar die hardop durven nadenken, en die bereid zijn naar een ander te luisteren. Daarmee maak je jezelf kwetsbaar.

”

Clairy Polak (programmamaker HUMAN) over Het Filosofisch Kwintet

Brainwash.nl, de *Brainwash Talks* en de *Brainwash Specials* laten zien dat er ook bij een jonger publiek belangstelling is voor filosofie en voor denkers van onze tijd. We willen de op gesproken woord gebouwde traditie van de afgelopen tien jaar graag verder verdiepen en meer variatie aanbrengen in de audiovisuele vorm.

Voor zowel de jonge inclusieve *Brainwash*-doelgroep als voor de relatief oudere achterban van *Het Filosofisch Kwintet* geldt dat ze over het algemeen in het bezit zijn van minimaal een havo-diploma. HUMAN zoekt in de komende concessieperiode naar vormen die ook mensen met een andere onderwijsachtergrond prikkelen in hun zoektocht naar levenskunst. Zo ontwikkelt HUMAN voor 3FM online formules voor scholieren van allerlei opleidingsniveaus en sociaal-culturele achtergronden. Voor kinderen tussen negen en twaalf maakten we voor Zapp al met succes de formule *Wat zou jij doen?* Met dat programma en mogelijke nieuwe crossmediale Zapp-titels willen we graag de toekomst in.

In samenwerking met het Humanistisch Verbond besteedt HUMAN aandacht aan de Socrateslezing en de uitreiking van de Van Praagprijs. Daarmee werpen we licht op denkers en doeners die de kernwaarden van het humanisme op eigentijdse wijze onder de aandacht brengen.

Journalistiek

Dit genre heeft bij de NPO de titel 'opinie'. HUMAN neemt deze naamgeving niet over. Omdat onze journalistiek het tegenovergestelde beoogt en juist géén opinie wil zijn: we willen heersende meningen ter discussie stellen met onbevooroordeelde vragen en onafhankelijke research.

Met zijn onderzoeksjournalistiek heeft HUMAN een reputatie opgebouwd in het signaleren van misstanden en het ter verantwoording roepen van de macht. Samen met de VPRO in *Argos* (radio), op tv met *Medialogica*, en online met *Argosonderzoekt.nl*.

Samen met de VPRO onderzoekt HUMAN op *Argosonderzoekt.nl* misstanden in zorg, bedrijfsleven en rechtsstaat. In *Medialogica* krijgen uitwassen als nepnieuws, *framing* en *deep fake* ruime aandacht. Voor de nieuwe concessieperiode ontwikkelt HUMAN voor NPO 2 ook een breed publieksprogramma dat zich buigt over de werking van media. Uitgangspunt zijn actuele beelden die de media domineren, die iedereen heeft gezien, met als achterliggende vraag: welke beelden worden op ons afgevuurd, en in hoeverre worden we misleid?

In veel actuele programma's worden meningen uitgewisseld zonder feitelijke grondslag. We kijken en luisteren naar kopieën zonder origineel en kritische vragen blijven vaak uit. Het maatschappelijk debat onttaardt, desinformatie blijft onweersproken. Toegegeven: moddergooien kan spannende televisie opleveren, het levert vaak hoge kijkcijfers op. Alleen: bij HUMAN past dat niet.

De journalistiek van HUMAN licht niet alleen tegels. Niet al onze journalistiek bestaat uit harde onderzoeksjournalistiek. We doen ook aan de meer sociologisch en psychologisch geïnspireerde ervaringsjournalistiek.

Dat gebeurt onder andere in *De Publieke Tribune*. Daarin worden ministers en andere bestuurders geconfronteerd met de gevolgen van hun beleid. Vaak ontbeert het beleidsbepalers aan kennis van wat zich diep in de samenleving afspeelt. Een programma op basis van ervaringsdeskundigheid van mondige burgers biedt nieuwe inzichten, zo is de afgelopen twee seizoenen gebleken. Soms leidt deze aanpak zelfs tot nieuwe oplossingen. In de nieuwe concessieperiode willen we dit programma op radio, televisie en online verder ontwikkelen.

Documentaire

HUMAN onderscheidt zich al decennialang met documentaires die, getuige de reacties van het publiek, de maatschappelijke impact, de hoeveelheid nationale en internationale prijzen en internationale aankopen, hoog gewaardeerd worden.

Onze documentaires hebben een duidelijke signatuur. Humanistische waarden die in het leven van alledag onder spanning staan, zijn richtinggevend.

HUMAN heeft als documentaire-huis altijd voorop gelopen als het gaat om het bedenken van originele invalshoeken en de innovatie van vertelvormen. We introduceerden met *Schuldig* de grote verhalende documentaireseries bij de publieke omroep. Nieuw was ook de lancering van videobrieven onder de titel *2Doc Kort*, een vorm geschikt voor zowel online als lineair en die dicht op de actualiteit zit. HUMAN is binnen dit genre een sterke speler en wil dat ook blijven. De concurrentie binnen en buiten het omroepbestel neemt toe en dat prikkelt ons om nog scherper onze toegevoegde waarde te tonen. Gevolg van onze onderscheidingsdrift zal zijn dat wij in de toekomst minder eenmalige documentaires zullen ontwikkelen en we ons meer gaan toeleggen op documentaireseries zoals *Thuis op Zuid* en *Klassen*, op webdocseries, op crossmediale lange en korte documentaires die we nu al met veel succes op NPO 2 tonen na *Nieuwsuur*, en op hybride onderzoeksjournalistieke producties van Argosonderzoekt.nl en op podcasts.

Traditiegetrouw zal HUMAN documentaires voor kinderen blijven maken, zowel *stand alones* als series. Zoals recentelijk *#lockdocs*, een intiem portret over hoe kinderen in Europa met corona omgaan. HUMAN participeert voorts in het project DOK Junior, een samenwerkingsproject van het Filmfonds, HUMAN, Cinekid en IDFA, en dat gericht is op de ontwikkeling, realisering en distributie van onderscheidende, originele lange documentaires voor kinderen in de leeftijd van 9 tot 12 jaar en hun familie. In voorbereiding zijn de *Peperclip* en *Lieverdjes*. Deze laatste titel zal als een driedelige dramaserie op Zapp worden vertoond.

HUMAN streeft voortdurend naar innovatie van het genre documentaires. De excellente makers die voor HUMAN werken staan daarvoor garant. En we geven nadrukkelijk nieuwe talenten met nieuwe verhalen en andere perspectieven de ruimte zich te ontwikkelen.

Drama

Drama is een genre dat bij uitstek bij HUMAN past, in het bijzonder geëngageerd drama. Maatschappelijk urgente thema's worden vertaald in persoonlijke dilemma's. Zo wordt het publiek verleid om betrokken te raken, zich te identificeren en mee te leven, terwijl tegelijkertijd voldoende afstand wordt bewaard om het eigen oordeelsvermogen te behouden. Het stelt kijkers de vraag wat ze zelf in zo'n situatie zouden doen. De verhalen geven geen antwoorden, maar inzicht in de ander en in onszelf.



HUMAN wil in de komende concessieperiode weer graag onderscheidend maatschappelijk drama maken. Aansprekende verhalen die breed toegankelijk zijn. Onze dramaproducties werden tot voor kort uitgezonden op het meest geëigende kanaal daarvoor, NPO 2. Nu op deze zender geen Nederlands drama meer wordt uitgezonden, zit HUMAN in een lastig pakket.

We zijn van mening dat er binnen de publieke omroep plek moet blijven voor geëngageerd drama. Wellicht wordt het in de toekomst mogelijk dergelijke series primair uit te zenden op het *on demand* kanaal NPO Plus. Het publiek van NPO Plus bestaat uit liefhebbers van dramaseries, met een oververtegenwoordiging van de doelgroepen van HUMAN (welgestelde verdiepingzoekers en avontuurlijke stadsbewoners). Daarnaast zullen we blijven zoeken naar vormen geschikt voor NPO 3, npo3.nl en zo mogelijk NPO 1. We willen graag met de NPO in gesprek over de mogelijkheden om dramaseries aan te bieden die passen bij HUMAN.

Het ontwikkelen en produceren van nieuwe dramaseries is een tijdrovend, kostbaar en intensief proces. HUMAN en VPRO slaan mede om die reden op het terrein van drama de handen ineen. Bij kansrijke dramaprojecten zal in een vroeg stadium door de hoofdredacties besloten worden bij welk van de twee omroepen het project het best past.

HUMAN zal zich daarnaast nadrukkelijk inspannen om web-dramaseries te maken gericht op nieuwe en jonge doelgroepen.

Kennis en educatie

Wetenschap is een natuurlijke bondgenoot van het humanisme. Aandacht voor wetenschappelijke inzichten bevordert de zelfontplooiing van mensen, en heeft de mensheid de kans geboden zichzelf los te maken van religieuze dogma's. Binnen dit kennisdomein willen we vooral aandacht besteden aan de geesteswetenschappen, niet voor niets 'humaniora' genoemd. In Amsterdam (UvA) en Utrecht (UvH) werken we al nauw samen met de vakstudies filosofie, psychologie, sociologie, antropologie en geschiedenis, middels lessen, stages en gemeenschappelijke workshops.

Deze samenwerking legde in 2020 de kiem van een groot humanistisch project: 'de biografie van Nederland'. Streven is om een bibliotheek op te bouwen met de audiovisuele levensverhalen van zeer diverse mensen die aan de Nederlandse samenleving hebben bijgedragen. Begin 2021 beginnen we als voorproef met de podcastreeks *De Erfenis*, over recent overleden inwoners van ons grondgebied en hun blijvende betekenis.

Met 'de biografie van Nederland' onderstrepen we dat we onze kennis en cultuur ontwikkelen op de schouders van voorbeeldfiguren: niet op die van goden maar op die van al te menselijke mensen, met oog voor hun tekortkomingen en gebrekkige inzichten, maar ook voor hun menselijkheid en hun geestkracht.

Het portretteren van mensen, dicht op de huid, is een oude traditie van HUMAN. In het verleden leidde het tot hooggewaardeerde portretten van mensen als Ayaan Hirsi Ali, Henk Hofland en Johan Crujff. Voor de publieke omroep willen we graag een nieuwe rubriek verzorgen met biografieën en necrologieën van mensen die iets voor de samenleving hebben betekend, waarin zowel aandacht is voor prominente Nederlanders als voor inspirerende mensen die buiten de schijnwerpers staan, maar die wij een podium willen geven.

We hebben samenwerking gezocht met *Rose Stories* om niet alleen geboren en getogen Nederlanders te portretteren, maar ook nieuwe Nederlanders en mensen met een andere nationaliteit die in ons land wonen.

Vragen rondom klimaat en biodiversiteit zijn vooral het terrein van de exacte wetenschappen, en die faculteiten zijn al ruimschoots samenwerkingen aangegaan met collega-omroepen.

Wij kiezen voor een andere benadering. Niet voor het exact wetenschappelijk onderzoek, maar voor vertaling van de wetenschappelijke kennis over klimaat en biodiversiteit naar brede groepen in de samenleving. Resultaat waren tot dusver twee *prime time* uitzendingen op NPO 1. In 2019 lanceerden we *De Staat van het Klimaat*. In 2020 volgde *De Grote Klimaatkwis*. Online kunnen kijkers de quiz zelf spelen en zo praktische tips opdoen.

HUMAN zet zich in voor kennisbevordering en bewustwording van het eigen gedrag. Het bieden van perspectief en inspiratie voor persoonlijk handelen staat voorop, niet het doemdenken. We doen er alles aan om van deze bewustmakende uitzendingen een jaarlijks evenement te maken.

De formule van *De Grote Klimaatkwis* - belangrijke wetenschappelijke kennis op crossmediale wijze voor een breed publiek te brengen - willen we vanaf 2022 op meer terreinen toepassen. Zo staan kennis van de Grondwet en kennis van actief en passief burgerschap hoog op onze agenda. We vinden het een mooie uitdaging ook die twee onderwerpen dicht bij mensen te brengen.

Kunst, cultuur en expressie

Persoonlijkheidsvorming staat bij humanisten hoog in het vaandel. Kunst, cultuur en persoonlijke expressie passen daar naadloos bij. HUMAN zou dan ook graag kunst- en cultuurprogramma's willen realiseren, ware het niet dat gevestigde omroepen als AVROTROS, VPRO, NTR en in mindere mate BNNVARA een reeds op elkaar afgestemd kunst- en cultuuraanbod brengen. HUMAN tempert dan ook vooralsnog zijn ambities op dit punt. Wel menen wij dat er ruimte is voor programmering op het terrein van de betekenis van kunst en cultuur voor de samenleving, het geëngageerde theater (bijvoorbeeld de theaterprojecten van Adelheid Roosen), Spoken Word (zoals HUMAN al realiseert voor NPO 2 Extra) en van kunstzinnige expressie bij kinderen en jongeren.

Na twintig jaar is er een einde gekomen aan *De Vloer op* in de huidige vorm. Het Nederlands drama verdween van NPO 2, *De Vloer op* verhuisde naar NPO 3 en bleek daar niet passend bij het zenderprofiel.

Jarenlang was *De Vloer op* een van onze meest geliefde programma's. Al improviserend voor een theaterpubliek namen acteurs het tegen elkaar op. Onvoorbereid betraden ze de speelvlak en werden ze geconfronteerd met een lastig dilemma in de persoonlijke verhouding tussen twee of drie mensen. Het was een humorvol programma, dat bij uitstek bij HUMAN paste: hoe redt de mens zich in onverwachte situaties? En de kijker thuis vroeg zich af: wat zou ik doen? Daarnaast heeft het programma zich bewezen als scout en springplank voor nieuwe talenten. Zo werkten we in een vroeg stadium van hun carrière met acteurs als Gaité Jansen, Teun Luijkx, Nasrdin Dchar en Shahine El-Hamus.

De Vloer op laat de kunst van acteren zien in zijn meest zuivere vorm. HUMAN wil graag door met een nieuw format gebaseerd op improvisatie, gericht op talentontwikkeling en onderzoekt daarvoor de mogelijkheden.



4. Het publiek en het netwerk van HUMAN

De achterban

De achterban van HUMAN valt onder te verdelen in drie groepen.

- De betalende achterban van HUMAN. Dit zijn de zeer betrokken leden - wij noemen ze liever 'vrienden' - en donateurs die er bewust voor hebben gekozen HUMAN financieel te steunen. Op 31 december 2020 telde HUMAN 90.000 leden. Ruimschoots meer dan het nieuwe criterium voor het ledental voorschrijft.
- De tweede groep is groter en bestaat uit mensen die geïnteresseerd zijn in programma's en bijeenkomsten van HUMAN. Ze participeren actief in het gesprek over thema's, programma's en verrijkende content - online of in bijeenkomsten. Maar ze binden zich (nog) niet door vriend of donateur te worden.
- De derde groep kent HUMAN van programma's, festivals of bijeenkomsten, maar neemt niet actief deel aan het gesprek.

Uit onderzoek blijkt dat meer dan de helft van de betalende leden HUMAN steunt omdat ze vinden dat het humanistische geluid in de media moet blijven klinken. Het andere deel van de betalende achterban steunt ons uit enthousiasme over de programmering.

De betrokkenheid van de leden is groot. Er is veel interactie, zoals blijkt uit reacties van leden op onderzoeken, mails en andere uitingen. Uit een onderzoek onder nieuwe vrienden in mei 2019 bleek dat 50 procent van de ondervraagden aangaf zich actief te willen inzetten om HUMAN te helpen te blijven bestaan.

Aan de trouwe achterban, de vrienden en de donateurs, bieden we extra services. Denk aan thematische routes op partnerevents, zoals het Brainwash Festival. En in 2020 verscheen eenmalig een ledenblad waarin we vertellen wat ons bezighoudt, waar we voor staan en wat de leden van ons kunnen verwachten.

Sinds HUMAN online campagne voert is de gemiddelde leeftijd van de leden gedaald. Sinds 2019 is het aantal leden van 35 jaar of jonger verdubbeld. Het is dus essentieel om meer content en communities te ontwikkelen voor online kanalen die gericht zijn op een jongere achterban. Zoals we succesvol deden voor *De Publieke Tribune*, *Medialogica* en *De Grote Klimaatkwis*.

Het publiek

HUMAN richt zich op ruimdenkende mensen van alle leeftijden, die autonoom in het leven staan. Die nieuwsgierig zijn, onderzoeken en vragen stellen. Mensen die durven te twijfelen en bereid zijn van mening te veranderen. Die gemotiveerd zijn om zich te ontwikkelen. En die vervolgens verantwoordelijkheid nemen voor de samenleving waarvan ze deel uitmaken en de planeet.

Deze mensen typeren we volgens het leefstijlenmodel van de NPO, zodat we ook het bereik en de waardering voor de programma's kunnen meten.

Onze grootste publieksgroep is de 'welgestelde verdiepingszoeker', bestaande uit 2 miljoen Nederlanders in de leeftijd tussen de 54 en 73 jaar oud. Deze hogeropgeleide nieuwsgierige Nederlanders houden van lezen, kunst en cultuur.

Onze tweede doelgroep is de ‘avontuurlijke stadsbewoner’, een groep van 1,5 miljoen ongebonden Nederlanders in de leeftijd 22-46 jaar. Ze hebben een open levenshouding, worden gedreven door ideeën en zijn onconventioneel en creatief.

Samen vertegenwoordigen de welgestelde verdiepingszoekers en de avontuurlijke stadsbewoners 3.5 miljoen mensen. Dat is een kwart van de volwassen Nederlanders. Onder deze twee leefstijlgroepen zijn ook de meeste mensen te vinden die zichzelf als humanist beschouwen.

Welgestelde verdiepingszoekers bereikt HUMAN al goed met zijn programma’s op de lineaire NPO-kanalen, vooral op NPO 2. Avontuurlijke stadsbewoners zijn gemiddeld jonger en zien we als een belangrijke doelgroep voor de toekomst. Ze zijn erg geïnteresseerd in persoonlijke ontwikkeling, psychologie en het klimaat; thema’s die HUMAN de komende jaren nog sterker wil omarmen. Het bedienen van deze groep vraagt niet alleen een groeiende aanwezigheid op een toenemend aantal kanalen, maar ook investering in een luchtiger toon en een nieuwe vormtaal.

Een bredere weerklank

HUMAN wil betekenis hebben voor de Nederlandse samenleving, mensen met elkaar verbinden en een bron van inspiratie zijn voor veel mensen. Dat kan niet als de programma’s alleen worden gezien door de eigen basisdoelgroepen.

Als omroep met overwegend een hogeropgeleide, Randstedelijke aanhang vinden we het ook, misschien wel juist, belangrijk een brug te slaan naar de rest van Nederland. Het past bij de opdracht die we onszelf stellen: mensen informeren, perspectief bieden, instrumenten aanbieden voor zelfontplooiing, onderwerpen agenderen en daarover het gesprek openen. We zullen kijkers nooit onderschatten, maar willen in programma’s ook geen onnodige drempels opwerpen.

HUMAN wil verhalen vertellen die de Nederlandse samenleving in de volle breedte tonen. Mensen in verschillende regio’s, met een verschillende achtergrond, verschillende interesses en een diversiteit aan culturen. Programma’s als *We zien ons* (Geleen), *Holwerd aan Zee* (Holwerd/Friesland), *De Vrouwen van Venserpolder* (Amsterdam Z-O), *We doen het zelf wel* (diverse regio’s) en *De Wasstraat* (Deventer) zijn het resultaat van die ambitie.

Voorals als het gaat om belangrijke thema’s die relevant zijn voor veel mensen, zoals klimaatverandering of mantelzorg, zoekt HUMAN nadrukkelijk naar verbreding van zijn publiek.

Op de momenten dat we op een breed podium onze programma’s konden aanbieden, zijn we in staat gebleken een omvangrijk publiek aan te spreken. Op NPO 1 trok *De Grote Klimaatkwis* op 24 oktober 2020 1,4 miljoen kijkers. Jonge kijkers (13-34 jaar) en ‘avontuurlijke stadsbewoners’ waren oververtegenwoordigd. De documentaireserie *Klassen* haalde in 2020/2021 gemiddeld 862.000 kijkers en bereikte een veelvoud aan weerklank in de samenleving met aandacht via online kanalen, op sociale media en in radio- en televisieprogramma’s, kranten en tijdschriften.

Via online kanalen en sociale media trekt HUMAN een veel jonger publiek dan met traditionele media. Programma’s zoals *De Publieke Tribune* en *Medialogica* genereerden elk een bereik van ruim een miljoen kijkers en interacties met vele tienduizenden geïnteresseerden. Ook programma’s als *De Vloer op*, *Het Filosofisch Kwintet* en *Dus ik volg* bereikten op eigen kracht honderdduizenden trouwe en enthousiaste fans. *De Vloer op*, *2Doc Kort* en *Brainwash* kregen de meeste ‘likes’ op de Facebook-accounts van HUMAN.

Om online succesvol te blijven is een constante verversing van content nodig. Voor een aspirant met beperkte mogelijkheden is het niet eenvoudig die continuïteit te bieden. Toch is HUMAN erin geslaagd het idealisme onder jongeren aan te boren via *3FM Human*. De doelgroep daarvan is 18-35 jaar en zeer divers. Op de site van NPO 3FM staat het zo: “*3FM Human* is de sociaal-maatschappelijke redactie van NPO 3FM”. Die lijn willen we graag verder doortrekken.

Ook voor kinderen is HUMAN op televisie en online actief. We kennen een rijke traditie van jeugddocumentaires en ook met series als *Wat zou jij doen?* zetten we jonge kijkers aan het denken.

De komende jaren willen we onze kanalen toegankelijker maken voor mensen voor wie het lastig is online media te gebruiken. We denken hierbij aan het ontwikkelen van aanvullende services op onze online platforms, zoals het uitvergroten van tekst voor slechthorenden en voorleesfuncties voor doven en slechthorenden. Ook verdiepend redactioneel aanbod moet online beter gevonden kunnen worden.

Ons netwerk

We doen het nooit alleen. HUMAN onderhoudt een breed netwerk waarmee intensief wordt samengewerkt. Om te beginnen natuurlijk binnen het humanisme. Er zijn in Nederland tal van organisaties en instellingen die in het humanisme hun inspiratie vinden. Zij hebben zich in 2001 verenigd in de Humanistische Alliantie. Onder deze koepel zijn 28 organisaties werkzaam op vele terreinen: zorg, onderwijs, wetenschap, sport, religie en levensbeschouwing, ontwikkelingssamenwerking et cetera. Samen vormen ze een betekenisvolle motor voor onze samenleving. HUMAN vindt zijn bedding in deze humanistische familie en is in het bestuur vertegenwoordigd. De organisaties die deel uitmaken van de alliantie delen uitgangspunten en een gemeenschappelijke inspiratiebron, op basis waarvan elk op zijn eigen terrein invulling geeft aan de maatschappelijke opdracht. HUMAN werkt onder andere actief samen met het Humanistisch Verbond (levensbeschouwing), Humanitas (vrijwilligers), Human Kind (kinderopvang en -ontwikkeling), Universiteit voor Humanistiek (onderwijs en onderzoek), Humanistisch Vormings Onderwijs en Hivos (ontwikkelingssamenwerking).

In 2019 is HUMAN kernpartner geworden van het Netwerk Mediawijsheid. Mediawijsheid is de verzameling competenties die je nodig hebt om actief en bewust te kunnen deelnemen aan een samenleving waarin allerlei typen media een steeds grotere rol spelen. Het Netwerk Mediawijsheid wordt aangestuurd door vijf organisaties (Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, ECP, Platform voor de Informatiesamenleving, Kennisnet, de Koninklijke Bibliotheek en HUMAN) en bestaat in totaal uit meer dan duizend organisaties waaronder bibliotheken, onderzoeksinstituten, ICT-bedrijven, onderwijsinstellingen en zorg- en welzijnsorganisaties. Zij maken zich hard voor een Nederland waarin iedereen mediawijs is.

Een goed voorbeeld van langdurige samenwerking is het Brainwash Festival. Jaarlijks komen hier 4.000 mensen samen om te kijken en luisteren naar schrijvers, dichters, filosofen en kunstenaars uit binnen- en buitenland. 60 procent van de bezoekers is jonger dan 40 jaar. Er is sprake van een goede samenwerking tussen Stichting Brainwash Festival en HUMAN, waarbij de omroep het onafhankelijke online platform *Brainwash.nl* heeft opgezet en uitgebouwd. Op televisie zendt HUMAN de *Brainwash Talks* en *Brainwash Specials* uit.

Samenwerking rond projecten

Vaak komt samenwerking tot stand rond specifieke projecten. Afhankelijk van het thema of onderwerp van een programma wordt een breed scala aan partners benaderd met het verzoek samen activiteiten te organiseren ter verdieping en doorgeleiding van het onderwerp.

Exemplarisch voor deze aanpak is de documentaireserie *Klassen* en het daaraan gekoppelde impactprogramma. In de ontwikkelingsfase van de serie spraken we met het ministerie, onderwijsbonden en -raden, docenten, verenigingen, schoolleiders, bestuurders, opleidingen, wetenschappers en allerlei partijen die in het onderwijs actief zijn. Binnen het hierdoor ontstane netwerk vonden we ook onze inhoudelijke en financiële projectpartners: De Gelijke Kansen Alliantie, JINC, Landelijk Actie Komitee Scholieren (LAKS), NL2025, Schoolinfo, Stichting Kinderpostzegels en Stichting LeerKRACHT. Samen ontwikkelden we het landelijke impactprogramma *Klassen* met als centrale vraag: wat is er nodig om kansengelijkheid in het onderwijs te vergroten?

Ook voor de communicatie rond programma's benadert HUMAN heel actief maatschappelijke organisaties die zich inzetten voor het betreffende thema of onderwerp. Zij informeren op hun beurt de eigen achterban waardoor een olievlek ontstaat en een groot en relevant publiek bij de programmering wordt betrokken. Zo benaderden we voor *De Grote Klimaatkwis* 50 organisaties in de klimaatsector en voor *Thuis op Zuid* 100 organisaties die zich bezighouden met dementie en Alzheimer. Voor *Klassen* is contact gezocht met 500 organisaties werkzaam in het onderwijs.

e grote klimaatkwis





5. De organisatie van HUMAN

Samen met de VPRO

De structuur en organisatie van HUMAN wordt mede bepaald door de samenwerking met de VPRO. Deze samenwerking dateert sinds 2011. In de huidige concessieperiode verzorgt de VPRO het media-aanbod van HUMAN. Dit betekent dat de VPRO de productionele en organisatorische activiteiten die nodig zijn voor de totstandkoming van het media-aanbod uitvoert. Daarnaast maakt HUMAN gebruik van ondersteunende diensten zoals ledenadministratie, financiële administratie, ICT, personeelszaken, juridische ondersteuning, huisvesting en facilitaire zaken. Dit gebeurt op basis van Service Level Agreements (SLA's).

HUMAN en VPRO hebben bovendien gezamenlijk *Argos* onder hun hoede als multimediaal onderzoeksjournalistiek platform.

De samenwerking met de VPRO is constructief en goed. In de nieuwe concessieperiode gaat die samenwerking een nieuwe fase in. HUMAN wenst zich aan te sluiten bij de VPRO om samen een erkenning aan te vragen voor een samenwerkingsomroep. HUMAN en VPRO richten daartoe een nieuwe stichting op. De stichting wordt de erkenningshouder. HUMAN en de VPRO blijven als zelfstandige omroepverenigingen bestaan om de twee merken en identiteiten te kunnen blijven voortzetten en te versterken. HUMAN verricht zelfstandig en onafhankelijk alle inhoudelijke en identiteitsgevoelige werkzaamheden. De VPRO verzorgt in de nieuwe concessieperiode het media-aanbod voor HUMAN waarvoor de afspraken worden vastgelegd in een samenwerkingsovereenkomst. De bestaande dienstverlening op basis van de SLA's gaan deel uitmaken van de samenwerkingsovereenkomst. Dit alles met het oog op een efficiënte en doelmatige bedrijfsvoering.

Wat betreft personeelsbeleid kan effectiever gestuurd worden op inclusiviteit. Door talentontwikkeling samen op te pakken, ontstaan meer mogelijkheden voor werving, opleiding en het aanbieden van ervaringsplekken. En de langjarige ervaring van de VPRO op het gebied van programmaontwikkeling kan zorgen voor stroomlijning van het proces en de totstandkoming van nieuwe titels voor HUMAN bevorderen.

Intensivering van de samenwerking tussen HUMAN en VPRO zal bovendien op een aantal punten leiden tot een belangrijke versterking. De samenwerking bevordert de positie van HUMAN en de VPRO als creatieve en maatschappelijke mediaorganisaties in het bestel. De schaalvergroting leidt tot meer doelmatigheid en efficiëntie inzake inzet van mensen en middelen. Door intensieve samenwerking en het aan elkaar linken van maatschappelijke en culturele netwerken hebben HUMAN en VPRO gezamenlijk een grotere slagkracht, onder meer bij het realiseren van hun impactdoelstellingen.

Interne organisatie HUMAN

De raad van toezicht van HUMAN ziet toe op het gevoerde beleid en beheer van de vereniging dat in handen is van het bestuur, gevormd door een directeur, tevens hoofdredacteur. Ook adviseert de raad van toezicht het bestuur gevraagd en ongevraagd.

Op de jaarlijkse algemene ledenvergadering van HUMAN legt het bestuur verantwoording af. Het bestuur stelt het jaarverslag en jaarrekening op, de raad van toezicht geeft zijn goedkeuring en de algemene ledenvergadering stelt ze vast. Daarnaast benoemt de algemene ledenvergadering de leden van de raad van toezicht.

HUMAN heeft bovendien een programmaraad, die fungeert als strategisch inhoudelijk klankbord van de raad van toezicht en het bestuur. De programmaraad bestaat uit mensen die affiniteit hebben met het humanisme en hun sporen hebben verdiend in de journalistiek, de universitaire wereld, het bedrijfsleven en het maatschappelijk veld.

De bestuurlijke organisatie is vastgelegd in de statuten en het reglement raad van toezicht en beschrijft de wijze waarop het bestuur en de toezichthouder opereren in lijn met de Governancecode Publieke Omroep. In het bestuursverslag rapporteren wij jaarlijks over de wijze waarop de principes uit de Governancecode worden toegepast.

Vanzelfsprekend houdt HUMAN zich aan alle wet- en regelgeving waaraan een publieke omroep moet voldoen. Officiële documenten zoals jaarverslagen, reglementen, statuten en informatie over nevenfuncties staan op <https://www.human.nl/over-human/officiële-stukken>.


Met één directeur-bestuurder/hoofdredacteur ondersteund door een klein effectief managementteam is de bestuurlijke inrichting van HUMAN sober, doelmatig en evenwichtig. HUMAN blijft met de beloning van de bestuurder en de leden van de raad van toezicht ruimschoots onder de WNT-normen. De leden van de programmaraad zijn onbezoldigd en de vergoedingen van de presentatoren voldoen aan de BBPO.

HUMAN is een flexibele organisatie die geheel in dienst staat van de inhoud van de programmering. Dat is mogelijk omdat de VPRO voor HUMAN het media-aanbod verzorgt en ondersteunende diensten levert. De kwaliteitseisen die HUMAN aan zijn programmering stelt liggen hoog. Dit vraagt om goede mensen: bevlogen, creatief, kundig en van hoge kwaliteit. Op 31 december 2020 waren bij HUMAN 42 mensen in dienst (samen 34,2 fte) met daaromheen een schil van medewerkers met andere, vaak flexibele dienstverbanden.

HUMAN inclusief

Het personeelsbestand van HUMAN is de afgelopen jaren in enkele opzichten - gender, leeftijd en opleiding - meer divers geworden. De gemiddelde leeftijd is 39 jaar. Twee derde van de medewerkers is vrouw. Zij werken in alle geledingen van de organisatie, ook in de top.

Groot punt van aandacht blijft de afspiegeling van de multiculturele samenleving. Deze is beperkt bij medewerkers met een vast dienstverband en iets groter in de schil van medewerkers om ons heen. Het best is diversiteit zichtbaar in onze raad van toezicht, de programmaraad en in de programma's. HUMAN is op dit punt alert bij de invulling van vacatures en werkt aan het vergroten van de diversiteit



via het intensiveren van de samenwerking met beroepsopleidingen rond stages. We werken daarnaast onder meer samen met Rose Stories voor het scouten van nieuwe makers die verhalen vanuit een ander perspectief kunnen vertellen. In 2019 heeft HUMAN het Charter Diversiteit ondertekend en geeft dit vorm in een speciale versie van *Medialogica in de Klas* voor leerlingen met respectievelijk autisme en een niet-westerse achtergrond.

Het streven naar HUMAN als inclusieve omroep is en blijft speerpunt van beleid. Deze woorden krijgen pas betekenis als wij daar concrete doelen aan verbinden. De opgave die wij onszelf stellen is dat ons personeelsbestand aan het einde van de nieuwe concessieperiode een afspiegeling van de maatschappij is. We streven ernaar dat eind 2026 een op de zes medewerkers een migratie-achtergrond heeft, er sprake is van een evenwichtige verdeling wat betreft gender en leeftijd en ook mensen met een beperking bij HUMAN een baan hebben gevonden.

De medewerkers

De HUMAN-organisatie wordt gevormd door medewerkers die de humanistische principes voorleven. Zij zijn daarnaast bevlogen, aandachtig en hebben ambachtelijkheid en kwaliteit hoog in het vaandel. HUMAN is een lerende organisatie. De professionele en persoonlijke ontwikkeling en ontplooiing van medewerkers vinden we heel belangrijk. Naast continue *training on the job*, voeren we jaarlijks ontwikkelgesprekken naar aanleiding waarvan concrete afspraken worden gemaakt voor verdere ontwikkeling.

Sturen op content en maatschappelijke impact, interactief en op meerdere platforms tegelijk, vraagt om een specifieke werkwijze. HUMAN volgt hierin de multidisciplinaire aanpak van de VPRO. Dat betekent dat een redactieteam voortaan ook zal bestaan uit medewerkers van ondersteunende afdelingen, zoals een marcom-specialist, impactproducer en online-redacteur.

Onafhankelijk

HUMAN dient als publieke omroep volstrekt onafhankelijk te opereren. Vanzelfsprekend houdt HUMAN zich aan alle wet- en regelgeving waaraan een publieke omroep moet voldoen. Redactiemedewerkers committeren zich aan de beginselen van zorgvuldige en onafhankelijke journalistiek. Het HUMAN-redactiestatuut beschermt de onafhankelijkheid van de redactiemedewerkers bij het uitoefenen van hun (journalistieke) taak. Het garandeert de journalistieke onafhankelijkheid van redactiemedewerkers in de buitenwereld, en het beschermt ook hun positie intern. Daarnaast onderschrijft HUMAN de NPO-code, de code van Bordeaux en de leidraad van de Raad voor de Journalistiek. Vanzelfsprekend committeert HUMAN zich ook aan de Fair Practice Code Goed Opdrachtgeverschap Publieke Omroep.

HUMAN gaat conform de Privacywet (2018) zorgvuldig en transparant om met de privacy van de gebruikers van onze website en sociale media, van leden en donateurs, van bezoekers aan evenementen, sollicitanten, freelancers, opdrachtnemers en medewerkers. We maken gebruik van data om het publiek op maat te bedienen, waarbij gebruikers de mogelijkheid hebben om alle datatrackers uit te zetten teneinde geen data achter te laten.

Samenwerking binnen de NPO

HUMAN is overtuigd van het belang samen één sterke publieke omroep te vormen en zet in op optimale samenwerking. HUMAN neemt actief deel aan de overlegcolleges binnen de NPO of laat zich in voorkomende gevallen vertegenwoordigen door de samenwerkingspartner, de VPRO. Met de NPO-organisatie hebben we een vruchtbare samenwerking. De gesprekken met net- en zendermanagers over intekening en plaatsing van programma's zijn over het algemeen constructief. Een belangrijke wens voor HUMAN in de nieuwe erkenningsperiode is een grotere zichtbaarheid en meer continuïteit in de programmering - beter en frequenter doen wat we nu al doen. En in overleg met de NPO-organisatie komen tot nieuw, waardevol aanbod op meer verschillende platforms. HUMAN ondersteunt het door de NPO geformuleerde beleid om content centraal te zetten en van netmanagement te bewegen naar integrale programmering. Crossmedialiteit is al lange tijd een vanzelfsprekend onderdeel van onze programmering.

Over de rol van de publieke omroep in de samenleving schrijft het Concessiebeleidsplan 2022-2026 onder meer het volgende: "Omroepen hebben een essentiële rol als het gaat om de binding met het publiek door hun achterban en hun contacten met maatschappelijke organisaties. Dat is belangrijk voor het maatschappelijke draagvlak en de betekenis van de publieke omroep als geheel."

Dat is ons uit het hart gegrepen. Het is daarom voor ons van groot belang naast de distributiekkanalen van de NPO ook zelf de eigen content in te kunnen zetten voor onze maatschappelijke rol.





6. Wat anderen over HUMAN zeggen

“

Alles aan *De Wasstraat* ontroert op onnadrukkelijke wijze: de regie, Jacob Derwigs voice-over, de eerlijkheid, Martin. Dikke kans dat de serie een van de beste tv-programma's is die in 2021 op de Nederlandse tv te zien zullen zijn.

”

Frank Heinen, in *de Volkskrant*, over *De Wasstraat*.

“

Mocht iemand denken dat we in Nederland allemaal gelijk zijn, dat iedereen een eerlijke kans krijgt en we niet in een klassenmaatschappij leven, dan moet hij onmiddellijk de documentaireserie *Klassen* bij omroep HUMAN gaan kijken.

”

Stevo Akkerman, in *Trouw*, over *Klassen*.

“

Op basis van de eerste aflevering durf ik wel te voorspellen dat deze serie minstens zo mooi gaat worden als de eerste. Maar voor wie nog moet gaan kijken wel een waarschuwing vooraf: je hart schrijnt 24 uur later nog.

”

Angela de Jong, in het *Algemeen Dagblad*, over *Thuis op Zuid*.

“

Schuldig is een van de meest hartverscheurende documentaireseries die ik ooit zag. Juist omdat er geen oordeel wordt geveld. Zowel de deurwaarder, als de schuldenaar worden in hun waarde gelaten.

”

Maite Vermeulen, in *De Correspondent*, over *Schuldig*.

“

Het is 'gewone-mensen-televisie', en ik ben daar toevallig dol op. Omdat ik niet vergeten ben waar ik vandaan kom ('gewoon gebleven'), omdat ik mensen bewonder die dóen en niet, zoals ik, vooral met woorden werken. Omdat zij het zuurdesem van de samenleving zijn.

”

Walter van der Kooij, in *De Groene Amsterdammer*, over *We zien ons*.

“

Zo bewijzen de onderzoekers van *Medialogica* zich keer op keer als strijders die feitelijkheid en het redelijke gesprek verdedigen tegen de grootgrutters van het onwrikbare gelijk.

”

Arjen Fortuin, in *NRC*, over *Medialogica*.

“

Omroep HUMAN zet op de zondagavonden in twee documentaireseries de zintuigen op scherp met een grote en een kleine levensvraag. Het zesdelige *Why we hate*, geproduceerd door Oscarwinnaars Steven Spielberg en Alex Gibney, onderzoekt de verschillende facetten van haat. Meteen erna speurt in *Dus ik volg* filosoof Stine Jensen in vier delen op prettig nonchalante toon naar de motieven van mensen om spirituele, activistische en digitale leiders te volgen.

”

Arno Haijtema, in *de Volkskrant*, over *Why we hate* en *Dus ik volg*.

“

Een goed gesprek is een zeldzaamheid op tv. Talkshows moeten sneller en puntiger. [...] Maar gelukkig kan het nog. *Het Filosofisch Kwintet* is een oase voor de liefhebbers van een goed gesprek.

”

Michiel van Hout, in het *Nederlands Dagblad*, over *Het Filosofisch Kwintet*.

“

HUMAN is een van de weinige omroepen die het om de mens gaat. Die verdieping probeert te brengen. Die ons doet nadenken over wie de mens is. Wat hij kan en waarmee hij worstelt. Dat ook zichtbaar maakt voor iedereen. En dat bij mij thuis in de huiskamer brengt. HUMAN zet mij aan het nadenken. Stelt veel vragen. Geeft weinig antwoorden. En dat is eigenlijk wat ik heel graag van een kritische en verfrissende omroep wil.

”

Damiaan Denys (filosoof en psychiater) over HUMAN.





HVMAN

Mediapark, Villa VPRO | Wim T. Schippersplein 1 | 1217 WD Hilversum | T: 088 20 58 020 | E: human@omroep.nl

Januari 2021