

# COLOURFUL MEDIA COLLECTIVE

**MASTER CURRICULUM 2026**



Ministerie van Onderwijs, Cultuur en  
Wetenschap

STICHTING PEOPLE'S MEDIA FOUNDATION

**MEDIA  
LUNA**  
TELL A STORY  
MEDIALUNA.NL



DE COPRODUCENT



# Persoonlijk

## VOORWOORD

*Dit initiatief komt voort uit een diepe persoonlijke overtuiging. Als maker heb ik jarenlang ervaren hoe verhalen worden verteld – en ook welke verhalen ontbreken. Hoe perspectieven soms worden versmald, en hoe mensen zich niet of slechts gedeeltelijk herkennen in wat zij op televisie zien.*

*Die ervaring is niet alleen professioneel, maar ook persoonlijk. Ik ben opgegroeid tussen twee werelden. Ik weet hoe het voelt om je ergens wel en tegelijkertijd niet volledig gezien te voelen. Juist daarom geloof ik dat de media een verantwoordelijkheid hebben die verder gaat dan informeren of entertainen. Media vormt hoe wij naar elkaar kijken.*

*Met de Colourful Media Collective willen we daar iets wezenlijks aan veranderen. Niet door alleen ruimte te vragen, maar door makers op te leiden die die ruimte innemen – inhoudelijk sterk, professioneel en met een perspectief dat*

*het medialandschap verrijkt. Ik geloof dat deze verandering mogelijk is. Door met een groep gelijkstemden te werken aan een medialandschap dat de werkelijkheid van Nederland daadwerkelijk weerspiegelt. Door mensen mee te nemen in de urgentie – want die is er. Te vaak heb ik gehoord dat mensen met een migratieachtergrond niet geselecteerd willen worden vanwege hun achtergrond, maar uitsluitend op basis van hun expertise. Maar wat als juist die achtergrond onderdeel is van die expertise?*

*Ik geloof dat mensen juist óók geselecteerd mogen worden om wat zij meebrengen: hun perspectief, hun geschiedenis, hun blik. Hun goudstof.*

**DE WERKELIJKHEID VERDIENT MEER PERSPECTIEVEN.**

**Nathalie Toisuta**  
Media Luna

# Inhoudsopgave

COLOURFUL MEDIA COLLECTIVE | MASTER CURRICULUM 2026

## 1. Opbouw van het programma

- ▶ Structuur en opzet
- ▶ Werkwijze en leeromgeving
- ▶ Planning
- ▶ Zelfstudie en praktijkopdrachten

### PROGRAMMA-ONDERDELEN (OVERZICHT)

- ▶ Introductie Schaduwedacties
- ▶ Masterclasses
- ▶ Adviestraject
- ▶ Stage

## 2. Thematische indeling en data

- ▶ Programmaoverzicht 2026

## 3. Volledig programma 2026

- ▶ Fase 1 – Boarding
- ▶ Doel van Blokken 1 t/m 3 voor de zomer
- ▶ Fase 2 – Verdieping & Creatie

## 4. Adviestraject – Toepassing in de praktijk

- ▶ Inhoud
- ▶ Resultaat
- ▶ Begeleiding

## 5. Doorlopende leerlijn: Diversiteit en Inclusiviteit

- ▶ Fundamentele onderstroom
- ▶ Verschil diversiteit en inclusiviteit
- ▶ Van zichtbaarheid naar invloed
- ▶ Tokenisme en representatie
- ▶ Verankering in het programma

## 6. Doorlopende leerlijn: Schaduwedacties

- ▶ Uitgebreide toelichting
- ▶ Doelstellingen
- ▶ Werkwijze
- ▶ Output
- ▶ Interventie

## 7. De Diversiteits- en Inclusiviteitsmeetlat

- ▶ Doel en werking
- ▶ Beoordelingscriteria
- ▶ Toepassing binnen het programma

## 8. Eindcompetenties

## 9. Flexibiliteit en praktische organisatie

## 10. De kern: het probleem in de media

- ▶ Wat is Colourful Media Collective
- ▶ Samenwerking en partnerschap

## 11. Missie en Visie

- ▶ Missie
- ▶ Visie

## 12. Waarom dit bestaat

- ▶ Hoe het probleem zichtbaar wordt in de praktijk
- ▶ Nieuwe stemmen, nieuwe makers
- ▶ Kansen voor omroepen en producenten

## 13. Interesse voor deelname



WIL JE MEER WETEN OVER HET BELANG VAN DIVERSITEIT EN INCLUSIVITEIT?  
KIJK DAN OP [KLEURINDEMEDIA.NL](https://kleurindemedia.nl) VOOR MEER INFO



# 1. Opbouw

## VAN HET PROGRAMMA

### STRUCTUUR EN OPZET VAN HET TRAJECT

#### OPBOUW VAN HET PROGRAMMA

Het programma van de Colourful Media Collective is opgebouwd uit een combinatie van inhoudelijke verdieping – waarbij deelnemers leren hoe media functioneren, hoe beeldvorming ontstaat en welke perspectieven daarin ontbreken – aangevuld met praktijkervaring en doorlopende leerlijnen.

#### DE TWEE DOELGROEPEN VAN HET TRAJECT NIEUWE EN BESTAANDE MAKERS

Het traject richt zich zowel op deelnemers zonder media-achtergrond die zich willen inzetten voor een inclusiever medialandschap, als op mediamakers die al binnen de sector werken en hun kennis en expertise willen inzetten ter versterking van deze missie.

## DE KRACHT VAN DEZE COMBINATIE

De kracht van het traject ontstaat juist door de ontmoeting van deze twee groepen. Waar de één nieuwe perspectieven, urgentie en scherp zicht op gemiste verhalen en onderbelichte thema's inbrengt, brengt de ander vakkennis, ervaring met bestaande mediastructuren en directe toegang tot redacties en netwerken binnen het medialandschap mee.

Juist in deze ontmoeting ontstaat iets unieks. Het is de plek waar ervaring en nieuwe inzichten samenkomen, en waar ideeën niet alleen ontstaan, maar ook de weg vinden naar de praktijk.

## VAN ANALYSE NAAR PRAKTIJK

Binnen de doorlopende leerlijnen staat het werken met zogenoemde schaduwredacties centraal. Deelnemers analyseren bestaande programma's, signaleren gemiste perspectieven en vertalen deze direct naar nieuwe onderwerpen en invalshoeken.

Zij leren hoe deze onderwerpen concreet kunnen worden ontwikkeld en vormgegeven binnen verschillende mediavormen, zoals talkshows, reportages en documentaires. Daarmee wordt het gemiste perspectief niet alleen zichtbaar gemaakt, maar ook direct omgezet in toepasbare en uitvoerbare media-inhoud.

## VAN INZICHT NAAR IMPACT

Samen ontstaat de ruimte om nieuwe onderwerpen te ontwikkelen, bestaande redactionele patronen te bevragen en te doorbreken, en perspectieven een volwaardige plek te geven binnen een medialandschap waarin het witte perspectief nog vaak leidend is.

Daarmee draagt het traject bij aan een verschuiving van zichtbaarheid naar daadwerkelijke invloed en zeggenschap.

## INTEGRALE OPBOUW VAN HET TRAJECT

Om deze doelstelling te realiseren, zijn de verschillende leer- en onderzoeklijnen zodanig ingericht dat zij elkaar versterken en samen een geïntegreerd traject vormen waarin deelnemers – ongeacht hun startpunt – hun perspectief verdiepen en hun invloed binnen het medialandschap vergroten.

## ONTWIKKELING EN RESULTAAT

Voor de één betekent dit het ontwikkelen van de vaardigheden om verhalen te maken, voor de ander het versterken van hun positie en invloed binnen bestaande structuren – met als gezamenlijk doel het vergroten van perspectief, invloed en daadwerkelijke zeggenschap binnen de media.





## PILOT EN DEELNAMEVOORWAARDEN

Aangezien het opleidingsjaar 2026–2027 voor het eerst wordt uitgevoerd, betreft het een pilot-traject dat mede mogelijk wordt gemaakt met ondersteuning van het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW).

Dankzij deze pilotfase is deelname voor individuele deelnemers in dit eerste jaar kosteloos. Aan deelname zijn voor hen geen opleidingskosten verbonden.

Voor mediapartijen — zoals producenten, omroepen en mediabedrijven — die deelnemers willen plaatsen binnen het traject, geldt een afwijkende regeling. In dat geval zijn er kosten verbonden aan deelname. Geïnteresseerde partijen worden verzocht hierover contact met ons op te nemen voor nadere informatie en afstemming.



## WERKWIJZE EN LEEROMGEVING

Het traject combineert live bijeenkomsten met zelfstudie en praktijkopdrachten. De live bijeenkomsten vormen de kern van het programma en vinden voornamelijk plaats in de weekenden, waardoor deelname goed te combineren is met werk of studie.



# Planning

- ▶ **Aantal live bijeenkomsten:** 11 dagen
- ▶ **Periode:** september – december 2026
- ▶ **Stageperiode:** december 2026 – maart 2027
- ▶ **Locatie:** Amsterdam

# Zelfstudie

## EN PRAKTIJKOPDRACHTEN

### VOORBEELDEN VAN OPDRACHTEN

- ▶ Het analyseren van media-aanbod op diversiteit en inclusiviteit
- ▶ Het ontwikkelen van programmavoorstellen en redactionele concepten
- ▶ Het voorbereiden van presentaties en eindopdrachten
- ▶ Het bijdragen aan schaduwredacties en adviestrajecten
- ▶ Reflectie op de eigen professionele ontwikkeling en positionering

# Programma

## ONDERDELEN

### INTRODUCTIE SCHADUWREDACTIES

Gedurende het gehele traject werken deelnemers in schaduwredacties. Zij analyseren het media-aanbod, signaleren ontbrekende perspectieven en ontwikkelen alternatieve redactionele voorstellen. Opdrachten die hieruit voortvloeien:

- ▶ Het volgen van het algemene media-aanbod
- ▶ Het volgen van specifieke programma's voor adviestrajecten
- ▶ Het analyseren van content op diversiteit: Wie zijn in beeld?
- ▶ Het analyseren van content op inclusiviteit: Wie worden serieus gehoord?
- ▶ Het opstellen van onderwerpenlijsten gebaseerd op gemiste perspectieven
- ▶ Het signaleren van ontbrekende expertise
- ▶ Het meedenken en meeschrijven aan nieuwsbrieven
- ▶ Het meedenken aan de podcast: 'Hoe open staat de media voor diversiteit?'



## MASTERCLASSES

**Naast de live bijeenkomsten worden er 7 masterclasses georganiseerd door vooraanstaande professionals uit de mediawereld en experts op het gebied van diversiteit en inclusiviteit.**

- ▶ geïntegreerd in het programma
- ▶ verzorgd door gastdocenten uit het werkveld
- ▶ planning afhankelijk van beschikbaarheid
- ▶ kunnen plaatsvinden op lesdagen, avonden of aanvullende momenten



## ADVIESTRAJECT

Tijdens een intensieve periode van drie weken werken deelnemers aan een adviestraject, waarin zij bestaande mediaprogramma's analyseren en concrete aanbevelingen formuleren.

Het traject resulteert in drie adviespresentaties voor programmamakers, eindredacteuren en producenten.

# STAGE & PRAKTIJKINVULLING

## STAGE EN PRAKTIJKERVARING

De invulling van de praktijkfase binnen de Colourful Media Collective is flexibel en afgestemd op het profiel en de ervaring van de deelnemer.

Voor deelnemers die al werkzaam zijn binnen de media is er geen sprake van een traditionele stage. Zij beschikken al over vak expertise, ervaring en een professioneel netwerk. Voor deze groep ligt de nadruk op het versterken van hun positie, het verdiepen van hun perspectief en het vergroten van hun invloed binnen bestaande redacties en structuren.

Voor deelnemers zonder media-achtergrond kan de praktijkfase wél de vorm aannemen van een stage. In deze fase doen zij ervaring op binnen redacties en productiehuisen en maken zij kennis met de dagelijkse praktijk van het medialandschap.

In samenwerking met mediapartijen wordt per deelnemer gekeken naar een passende invulling van deze praktijkfase. Daarbij staat centraal hoe talent, perspectief en ervaring optimaal kunnen worden ingezet en ontwikkeld.



# 2. Thematische

## INDELING EN DATA

### LIVE BIJEENKOMSTEN EN THEMATISCHE INDELING

De volgende data zijn vastgesteld.  
Deze bijeenkomsten vormen het hart van het traject.



DATUM	BLOK	THEMA	INHOUD
<b>Zaterdag 5 september 2026</b>	Blok 1	Storytelling & Persoonlijke	Hoe vertel je verhalen in de media en waarom is diversiteit hierin van belang?
<b>Zondag 7 september 2026</b>	Blok 1	Jouw Verhaal en Identiteit	Wie ben jij als maker en hoe zet je jouw diversiteit in als kracht?
<b>Zaterdag 12 september 2026</b>	Blok 2	Media-analyse & Representatie	Analyse van het huidige media-aanbod op inclusiviteit en diversiteit.
<b>Zaterdag 26 september 2026</b>	Blok 3	Basis Mediaproductie	Fundamenten van mediaproductie en storytelling.
<b>Zaterdag 10 oktober 2026</b>	Blok 4	Diversiteit en Inclusiviteit in de Media	Integratie van inclusieve perspectieven in bestaande programma's.
<b>Zondag 11 oktober 2026</b>	Blok 4	Intersectionele Perspectieven	Verdieping in diversiteit en inclusiviteit binnen media.
<b>Zaterdag 24 oktober 2026</b>	Blok 5	Talkshowontwikkeling	Ontwikkelen van programmavoorstellen en inclusieve gasten.
<b>Zaterdag 31 oktober 2026</b>	Blok 6	Reportageontwikkeling	Ontwikkelen van reportages met diverse perspectieven.
<b>Zaterdag 7 november 2026</b>	Blok 7	Positie & Weerbaarheid	Professionele positionering binnen de media.
<b>Zondag 8 november 2026</b>	Blok 7	Leiderschap & Impact	Weerbaarheid en het realiseren van verandering in de media.
<b>Zaterdag 14 november 2026</b>	Adviestraject	Toepassing en Presentatie	Start van het adviestraject en toepassing van alle opgedane kennis.



# 3. Volledig

## PROGRAMMA - UITGEBREID

OPLEIDINGSJAAR 2026

### FASE 1

## BOARDING SEPTEMBER 2026

## BLOK 1 > STORYTELLING & PERSOONLIJKE POSITIONERING

### LIVE BIJEENKOMSTEN

- ▶ **Zaterdag 6 september 2026** > 10.00 – 17.00 uur
- ▶ **Zondag 7 september 2026** > 10.00 – 17.00 uur

LOCATIE > **Amsterdam**

### INHOUD

- ▶ Hoe vertel je verhalen in de media
- ▶ Waarom diversiteit essentieel is
- ▶ Wie ben jij als maker?

### DOEL

- ▶ Bewustwording van het eigen perspectief
- ▶ Inzicht in persoonlijke 'goudstof'

### TOEPASSING

- ▶ Reflectie op wat ontbreekt in de media
- ▶ Introductie van het schaduwredactie-denken



## **BLOK 2 >** **MEDIA-ANALYSE & REPRESENTATIE**

### **LIVE BIJEENKOMSTEN**

- ▶ **Zaterdag 12 september 2026**

**LOCATIE > Amsterdam**

### **INHOUD**

- ▶ Analyse van het huidige media-aanbod
- ▶ Inclusiviteit en representatie

### **DOEL**

- ▶ Leren herkennen van patronen en uitsluiting

### **TOEPASSING**

- ▶ Start van de schaduwredacties
- ▶ Eerste inventarisatie van ontbrekende onderwerpen

## **BLOK 3 >** **BASIS MEDIAPRODUCTIE**

### **LIVE BIJEENKOMSTEN**

- ▶ **Zaterdag 26 september 2026**

### **INHOUD**

- ▶ Fundamenten van mediaproductie
- ▶ Opbouw van verhalen

### **DOEL**

- ▶ Vertalen van diversiteitsanalyse naar het maakproces

### **TOEPASSING**

- ▶ Ontwikkelen van eigen onderwerpen vanuit diversiteit
- ▶ Schaduwredactie > concrete content

## FASE 2

### VERDIEPING & CREATIE

#### BLOK 4 >

##### DIVERSITEIT & INCLUSIVITEIT IN DE MEDIA

###### LIVE BIJEENKOMSTEN

- ▶ Zaterdag 10 oktober 2026
- ▶ Zondag 11 oktober 2026

###### INHOUD

- ▶ Het volgen van specifieke programma's en het integreren van diversiteit en inclusiviteit
- ▶ Toepassing van intersectionele perspectieven binnen mediaproducties

#### BLOK 5 >

##### TALKSHOWONTWIKKELING

###### LIVE BIJEENKOMSTEN

- ▶ Zaterdag 24 oktober 2026

###### INHOUD

- ▶ Programmavoorstellen maken voor een talkshowgast op basis van eigen interesse of actualiteit

###### DOEL

- ▶ Leren denken en werken als redacteur

###### TOEPASSING

- ▶ Identificeren van ontbrekende gasten en perspectieven
- ▶ Ontwikkelen van inclusieve voorstellen voor talkshowtafels



## **BLOK 6** >

### **REPORTAGEONTWIKKELING**

#### **LIVE BIJEENKOMSTEN**

- ▶ **Zaterdag 31 oktober 2026**

#### **INHOUD**

- ▶ Programmavoorstellen maken voor een reportage met een cameraploeg

#### **DOEL**

- ▶ Ontwikkelen van verhalen die onderbelicht blijven in de media

#### **TOEPASSING**

- ▶ Vertalen van gemiste onderwerpen naar concrete content
- ▶ Produceren van alternatieve invalshoeken voor talkshowtafels

## **BLOK 7** >

### **POSITIE & WEERBAARHEID**

#### **LIVE BIJEENKOMSTEN**

- ▶ **Zaterdag 7 november 2026**
- ▶ **Zondag 8 november 2026**

#### **INHOUD**

- ▶ Hoe ga je om met je ambitie voor diversiteit binnen de media?
- ▶ Welke weerbaarheid en positie heb je nodig?

#### **DOEL**

- ▶ Versterken van de professionele positie van deelnemers

#### **TOEPASSING**

- ▶ Positionering binnen het medialandschap
- ▶ Het realiseren van duurzame verandering

# 4. Adviestraject

## TOEPASSING IN DE PRAKTIJK

Het adviestraject vormt een centrale praktijkfase binnen het programma, waarin deelnemers de kennis en vaardigheden uit de voorgaande blokken toepassen op bestaande mediaprogramma's.



# INHOUD

Gedurende deze periode werken deelnemers gericht aan het analyseren van content en het formuleren van concrete voorstellen voor inclusievere en meerstemmige media-inhoud.

- ▶ Analyse van geselecteerde programma's
- ▶ Voorbereiding van adviezen en presentaties
- ▶ Bijwonen van redactievergaderingen waar mogelijk
- ▶ Ontwikkelen van concrete voorstellen voor inclusievere content

Daarmee dragen zij bij aan een medialandschap waarin ruimte is voor meerstemmigheid, erkenning en verbinding.

# RESULTAAT

- ▶ Drie adviespresentaties voor programmamakers en eindredacteuren

# BEGELEIDING

- ▶ Live en online sessies





# 5. Doorlopende leerlijn

## Diversiteit en Inclusiviteit

Diversiteit gaat over aanwezigheid.  
Inclusiviteit gaat over invloed.



# EEN FUNDAMENTELE ONDERSTROOM in HET CURRICULUM

Binnen Colourful Media Collective vormen diversiteit en inclusiviteit een fundamentele en doorlopende onderstroom in het curriculum. In een samenleving waarin volgens cijfers van het Centraal Bureau voor de Statistiek minstens 26% van de bevolking een migratieachtergrond heeft – gebaseerd op de eerste en tweede generatie – ziet meer dan een kwart van de samenleving zichzelf zelden terug in het aanbod van de Nederlandse Publieke Omroep. Wanneer dit wel gebeurt, is dat vaak vanuit stereotyperingen in plaats van op basis van hun expertise, talent en professionele bijdrage.



## HET VERSCHIL TUSSEN DIVERSITEIT EN INCLUSIVITEIT

Een essentieel onderdeel van deze leerlijn is dat deelnemers het verschil leren begrijpen tussen diversiteit en inclusiviteit en dit onderscheid bewust leren toepassen in hun werk als mediamaker.



## VAN ZICHTBAARHEID NAAR INVLOED

**Binnen Colourful Media Collective leren deelnemers dat diversiteit niet beperkt blijft tot zichtbare representatie. Het gaat niet alleen om het ‘inkleuren van de poppetjes’ of de aanwezigheid van mensen met verschillende achtergronden, maar juist om de vraag of deze stemmen daadwerkelijk worden gehoord en serieus worden genomen.**

Inclusiviteit betekent dat mediamakers met een migratieachtergrond niet alleen aan tafel zitten, maar ook invloed hebben op de onderwerpkeuze, de perspectieven en de redactionele besluitvorming. Dit vormt de grootste en meest wezenlijke opgave binnen het huidige medialandschap.

## **TOKENISME EN SCHIJNREPRESENTATIE**

**In dit kader wordt ook het begrip tokenisme geduid. Tokenisme verwijst naar het symbolisch opnemen van personen uit ondervertegenwoordigde groepen om de schijn van diversiteit te wekken, zonder hen daadwerkelijk invloed of zeggenschap te geven.**

Dit leidt tot oppervlakkige representatie en bevestigt bestaande machtsstructuren, in plaats van deze te doorbreken. Zonder inclusiviteit blijft diversiteit slechts een cosmetische ingreep; inclusiviteit zorgt ervoor dat diversiteit betekenisvol en duurzaam wordt.

## **VERANKERING IN HET PROGRAMMA**

**Deze doorlopende leerlijn komt terug in alle onderdelen van het programma — van storytelling en media-analyse tot schaduwredacties, masterclasses, adviestrajecten en stages — en vormt de basis van de missie van Colourful Media Collective.**

Zo worden deelnemers opgeleid tot mediamakers die stereotypen doorbreken, nieuwe perspectieven introduceren en bijdragen aan duurzame verandering binnen de Nederlandse media.



SCENE			TAKE	ROLL
DATE			SOUND	
PROD.CO.				
DIRECTOR				
CAMERAMAN				



# 6. Doorlopende leerlijn

## SCHADUWREDACTIES

### UITGEBREIDE TOELICHTING

Gedurende het gehele traject werken deelnemers in eigen samengestelde schaduwredacties. Deze redacties beoordelen programma's als een parallelle redactionele laag die het huidige media-aanbod kritisch volgt, analyseert en aanvult.

# DOELSTELLINGEN

- ▶ het signaleren van onderbelichte onderwerpen en ontbrekende perspectieven;
- ▶ het ontwikkelen van alternatieve invalshoeken en inclusieve verhaallijnen;
- ▶ het versterken van redactionele en analytische vaardigheden.

# WERKWIJZE

## DEELNEMERS ONDERZOEKEN

- ▶ welke onderwerpen en perspectieven ontbreken;
- ▶ welke gasten geen plek krijgen aan talkshowtafels;
- ▶ welke netwerken en stemmen ondervertegenwoordigd zijn.

# OUTPUT

- ▶ een groeiende onderwerpenlijst van gemiste verhalen en perspectieven die uiteindelijk gepresenteerd worden aan de desbetreffende redacties en in het eindrapport.
- ▶ programmavoorstellen en inclusieve redactionele concepten;
- ▶ kritische media- en inhoudsanalyses.

# INTERVENTIE

Vanuit de schaduwredacties worden nieuwsbrieven opgesteld voor redacties en programmamakers.

## Hierin:

- ▶ signaleren deelnemers gemiste kansen;
- ▶ doen zij concrete voorstellen voor inclusieve invulling;
- ▶ laten zij zien hoe diversiteit in de praktijk kan worden toegepast.
- ▶ Waardoor het geleerde direct in de praktijk gebracht wordt en in contact met de programma redacties waar het over gaat.

**Deelnemers functioneren hiermee als een kritische en constructieve aanvulling op bestaande redacties en dragen direct actief bij aan een representatiever medialandschap.**







# 7. De Diversiteits- EN INCLUSIVITEITSMEETLAT

- ▶ Als onderdeel van de schaduwredacties en hun impact.



## DOEL EN WERKING

**Vanuit deze Schaduwredacties worden programma's langs de Diversiteits- en Inclusiviteitmeetlat gelegd en ontvangen zij een beoordeling:**

Deze Diversiteits- en Inclusiviteitsmeetlat is een onafhankelijk en constructief instrument dat inzicht biedt in hoe inclusief en representatief mediaprogramma's zijn. Het stimuleert bewustwording, bevordert kwaliteit en draagt bij aan een eerlijker medialandschap. Met deze meetlat analyseren en beoordelen wij televisieprogramma's op de mate waarin zij de diversiteit van de Nederlandse samenleving representeren en inclusiviteit daadwerkelijk in hun redactionele keuzes verankeren.

Het doel is niet om te veroordelen, maar om te confronteren, bewust te maken en te inspireren. Door programma's langs deze meetlat te leggen, ontstaat inzicht in blinde vlekken en gemiste perspectieven. De resultaten worden vertaald naar rapportcijfers en constructieve aanbevelingen. Programma's die onder de nullijn scoren, worden uitgedaagd om hun redactionele koers te herzien en inclusiever te werken.

**Deze meetlat fungeert als een spiegel voor de media én als een katalysator voor verandering.**

# BEOORDELINGSCRITERIA

## 1. REPRESENTATIE

- ▶ In hoeverre weerspiegelt het programma de diversiteit van de Nederlandse samenleving?
- ▶ Zijn mensen met verschillende achtergronden zichtbaar in uiteenlopende rollen?

## 2. EXPERTISE EN AUTORITEIT

- ▶ Worden gasten met een migratieachtergrond uitgenodigd als deskundigen?
- ▶ Of uitsluitend om te spreken over discriminatie en integratie?

## 3. REDACTIONELE DIVERSITEIT

- ▶ Is er sprake van diverse perspectieven in de onderwerpen en invalshoeken?
- ▶ Worden onderbelichte verhalen actief opgezocht?

## 4. INCLUSIEVE BEELDVORMING

- ▶ Worden stereotypen vermeden en genuanceerde verhalen verteld?
- ▶ Is er sprake van respectvolle en evenwichtige representatie?

## 5. TOEGANG EN NETWERKEN

- ▶ Worden nieuwe stemmen en gemeenschappen bereikt?
- ▶ Of blijft het programma afhankelijk van bestaande netwerken?

## 6. MAATSCHAPPELIJKE IMPACT

- ▶ Draagt het programma bij aan begrip, verbinding en gelijke kansen?
- ▶ Stimuleert het een inclusiever publiek debat?



# TOEPASSING

## BINNEN HET PROGRAMMA

De meetlat wordt ingezet door de schaduwredacties van de opleiding en resulteert in:

- ▶ Rapportcijfers voor programma's;
- ▶ Constructieve aanbevelingen;
- ▶ Nieuwsbrieven aan redacties;
- ▶ Publieke analyses en presentaties;
- ▶ Adviesgesprekken met programmamakers en eindredacteuren;

Een jaarlijkse publicatie



# 8. Eindcompetenties



## NA AFRONDING KUNNEN DEELNEMERS:

- ▶ professioneel media maken met als uitgangspunt diversiteit en inclusiviteit
- ▶ kritisch analyseren van media op de aanwezigheid van diversiteit en inclusiviteit
- ▶ herkennen wat ontbreekt
- ▶ voorstellen ontwikkelen voor inclusievere content
- ▶ functioneren als aanvulling op redacties
- ▶ bijdragen aan verandering binnen het medialandschap





# 9. Flexibiliteit & PRAKTISCHE ORGANISATIE

Binnen Colourful Media Collective werken we met gastdocenten en professionals uit de media.

**DAAROM GELDT:** Data van **masterclasses** zijn afhankelijk van beschikbaarheid van gastdocenten

Deelnemers worden hierover tijdig geïnformeerd.





# 10. De kern

## HET PROBLEEM IN DE MEDIA

Media vormen een cruciaal fundament van onze samenleving. Ze bepalen niet alleen wat we zien, maar ook hoe we de wereld begrijpen en hoe we naar elkaar kijken. Wat zichtbaar is, krijgt betekenis. Wat ontbreekt, raakt uit beeld – en daarmee uit ons collectieve bewustzijn.

Juist daarom is het gebrek aan diversiteit en inclusiviteit in de media geen neutraal gegeven, maar een structureel probleem. Het leidt tot een eenzijdige werkelijkheid waarin grote delen van de samenleving onvoldoende worden herkend, erkend of begrepen.

Wanneer media structureel tekortschieten in representatie, ontstaat er niet alleen een onvolledig beeld van de werkelijkheid, maar ook een voedingsbodem voor vervreemding, wantrouwen en maatschappelijke afstand.



## WAT IS COLOURFUL MEDIA COLLECTIVE

In een tijd waarin maatschappelijke tegenstellingen toenemen, het publieke debat verhardt en polarisatie zichtbaarder wordt, dragen media een bijzondere verantwoordelijkheid. Wanneer perspectieven ontbreken of versimpeld worden weergegeven, versterkt dit bestaande scheidslijnen en misverstanden.

Het ontbreken van inclusieve representatie is daarmee geen gemiste kans, maar een tekortkoming met concrete gevolgen. In een samenleving die steeds diverser wordt, kunnen media hun relevantie en geloofwaardigheid niet behouden als zij deze werkelijkheid niet weerspiegelen — niet alleen in wie er in beeld komt, maar vooral in wie bepaalt welk verhaal wordt verteld.

Colourful Media Collective is een praktijkgericht ontwikkelprogramma om het medialandschap van binnenuit te veranderen.

Het traject richt zich op zowel makers als deelnemers zonder media-ervaring, die gemotiveerd zijn om zich te ontwikkelen tot professionals met een eigen perspectief.

Waar traditionele opleidingen zich richten op vaardigheden, richt Colourful Media Collective zich op perspectief, invloed en positie. Deelnemers worden niet alleen opgeleid om verhalen te maken, maar om te begrijpen wie verhalen vertelt — en waarom. En hoe zij daar invloed op kunnen uitoefenen.



## SAMENWERKING EN PARTNERSCHAP

**Belangrijke en betekenisvolle initiatieven kunnen alleen tot stand komen met de steun van sterke en betrokken partners.**

De Colourful Media Collective wordt uitgevoerd in nauwe samenwerking met **De Coproducent**. Deze samenwerking vormt een belangrijke pijler onder het programma en draagt bij aan de praktische uitvoering, inhoudelijke verdieping en verbinding met het werkveld.



De Coproducent is de eerste coöperatieve content-producent van Nederland en brengt ervaren zzp'ers en nieuw talent samen om creatieve ideeën te ontwikkelen en realiseren. Onder leiding van Erik van der Hoff en Siti Boelen heeft De Coproducent in korte tijd diverse producties gerealiseerd voor onder andere NPO, Videoland, 24Kitchen en SBS.

Namens De Coproducent treedt **Siti Boelen** op als aanspreekpunt. Zij is betrokken bij de organisatie en uitvoering van het traject en fungeert als inhoudelijk sparringpartner.





# 11. Missie & Visie

## MISSIE

Colourful Media Collective leidt mediamakers op die bestaande structuren herkennen, bevragen en veranderen, en die nieuwe perspectieven introduceren in het medialandschap.

## VISIE

Wij geloven dat media pas een eerlijk beeld van de samenleving geven wanneer de mensen die verhalen maken net zo divers zijn als de samenleving zelf — en daadwerkelijk invloed hebben op wat er verteld wordt.





# 12. Waarom

## BESTAAT DIT

### COLOURFUL MEDIA COLLECTIVE

is ontstaan vanuit een gevoel  
dat het anders moet — en ook anders kan.

## HOE HET PROBLEEM ZICHTBAAR WORDT IN DE PRAKTIJK

Te lang worden verhalen in de media verteld vanuit een te beperkt perspectief. Te veel mensen herkennen zichzelf er niet in, of slechts in stereotiepe en stigmatiserende beeldvorming. Daarmee bedoelen we bijvoorbeeld dat mensen met een migratieachtergrond aan talkshowtafels worden uitgenodigd wanneer het gaat over racisme, discriminatie, uitsluiting van bevolkingsgroepen, verrechtsing of integratieproblematiek, maar zelden worden bevraagd als deskundige op een vakgebied dat hier niets mee te maken heeft.

Hierdoor worden mensen gereduceerd tot hun achtergrond in plaats van erkend om hun kennis en deskundigheid. Dit versterkt een eenzijdig beeld en doet geen recht aan de rijkdom, veelzijdigheid en professionaliteit die zij meebrengen.

Als gevolg daarvan blijft een aanzienlijk deel van de samenleving onzichtbaar of verkeerd gerepresenteerd, terwijl hun ervaringen, inzichten en bijdragen essentieel zijn voor een eerlijk en volledig beeld van Nederland.



## NIEUWE STEMMEN, NIEUWE MAKERS

De Colourful Media Collective leidt deelnemers op tot mediamakers die het medialandschap actief kunnen beïnvloeden.

Zij brengen nieuwe stemmen aan tafel, signaleren gemiste perspectieven en ontwikkelen verhalen die de werkelijkheid van Nederland vollediger en eerlijker weerspiegelen.

Deze makers onderscheiden zich niet alleen door hun vaardigheden, maar vooral door hun perspectief en hun vermogen om bestaande structuren te bevragen en te verrijken.

Daarmee dragen zij bij aan een medialandschap waarin ruimte is voor meerstemmigheid, erkenning en verbinding.

# KANSEN VOOR OMROEPEN EN PRODUCENTEN

Het programma is ontwikkeld in overleg met ervaren mediamakers en diversiteitsspecialisten en is gebaseerd op het gemis aan inclusieve perspectieven binnen het huidige media-aanbod.

Voor omroepen, producenten en mediabedrijven biedt deze opleiding een unieke kans om te investeren in toekomstbestendig talent. Partners zoals RTL, de Nederlandse Publieke Omroep en andere mediaorganisaties kunnen via deze samenwerking bijdragen aan een inclusiever medialandschap en tegelijkertijd toegang krijgen tot een nieuwe generatie professionele en maatschappelijk bewuste mediamakers. Colourful Media Collective is daarmee niet alleen een opleiding, maar een beweging: een initiatief dat bijdraagt aan duurzame verandering binnen de media en aan een samenleving waarin iedereen zich gezien, gehoord en vertegenwoordigd voelt.



# 13. Interesse

## VOOR DEELNAME

### Heb jij...

interesse om deel te nemen aan of samen te werken met het Colourful Media Collective, een innovatief en praktijkgericht ontwikkelprogramma gericht op diversiteit en inclusiviteit in de media? En wil je meer weten over de inhoud en mogelijkheden dit traject? Neem dan gerust contact met ons op voor nadere informatie.

**Samen bouwen we aan een inclusiever medialandschap.**



**COLOURFUL  
MEDIA  
COLLECTIVE**



Ministerie van Onderwijs, Cultuur en  
Wetenschap

STICHTING PEOPLE'S MEDIA FOUNDATION

**MEDIA  
LUNA**  
TELL A STORY  
MEDIALUNA.NL

