

Jongeren corona crisis communicatie actieplan

Geschreven door (10)(2e) generatie-expert en initiatiefnemer Coalitie Y)

Aanleiding

In de samenleving is het vertrouwen in het coronabeleid van de overheid aan het afnemen; 4 op de 10 Nederlanders geeft aan geen vertrouwen meer te hebben in de gekozen aanpak. Dit zijn zorgwekkende cijfers want een effectief beleid ter bescherming van de volksgezondheid kan niet zonder steun van de bevolking; zeker omdat de Nederlandse aanpak gestoeld is op de eigen verantwoordelijkheid van mensen om de corona maatregelen na te leven. Ook onder jongeren lijkt er een groeiende sceptische houding te ontstaan t.o.v. het beleid en een verslappening in het naleven van maatregelen. Doelgroepen communicatie is noodzakelijk om jongeren te betrekken bij het coronabeleid. Dit stuk geeft een aantal overwegingen bij het opzetten van effectieve communicatie richting jongeren;

1. Voor en door jongeren

Jongeren informeren zich en communiceren onderling op een fundamenteel andere manier dan oudere generaties; denk aan social media, VR en gamification i.p.v. traditionele media kanalen (krant/televisie), peer-to-peer i.p.v. met autoriteiten en via beeldtaal i.p.v. tekst en geluid. Onderzoek laat zien dat het social media gebruik onder jongeren tijdens de coronacrisis explosief gestegen is terwijl het gebruik van traditionele media nog meer is afgenomen. Ook zijn jongeren gewend aan snelle respons (neem het voorbeeld van Bol.com op social media die op ludieke wijze reageert op de zwarte piet discussie op twitter). Jongeren verwachten 24/7 met organisaties te kunnen communiceren. Het advies is om zo snel mogelijk een jongere communicatie crisisteam op te richten waarin jongeren tussen de 16 en 24 in de leiding zijn om 24/7 webcare te verzorgen via social media, rondom alles wat te maken heeft met het coronabeleid. Jongeren zijn het beste in staat relevante content te maken rondom het coronabeleid uiteraard met inachtneming van de boodschap van het ministerie en het RIVM, maar met zo veel mogelijk creatieve vrijheid. Het inrichten van 24/7 communicatie met jongeren stelt de overheid ook in staat de ontwikkelingen te volgen in het narratief dat jongeren elkaar onderling vertellen over het coronabeleid en hierop te anticiperen.

2. Positieve toon en inhoudelijke discussie faciliteren

Jongeren zitten in toenemende mate met inhoudelijke vragen en twijfels over het coronabeleid. Het is verstandig hier inhoudelijk op te reageren. Uiteraard niet op complottheorieën; maar wel op (terechte) kritiek. Organiseer Q&A live sessies met ministers, wetenschappers, RIVM op instagram waarin het gesprek kan worden gevoerd. Daarnaast is de toon richting jongeren helaas negatief geweest, in zowel de media, als vanuit het kabinet, de afgelopen tijd terwijl heel veel jongeren ook hun best doen zich aan de maatregelen te houden en zelfs unieke initiatieven tijdens de crisis hebben opgericht; voor ouderen, in de zorg, op scholen en universiteiten, en om lokale ondernemers te steunen. Licht de goede voorbeelden uit van jongeren die het beste ervan maken en geef erkenning voor de moeilijke fase waarin jongeren zitten momenteel.

3. Kies zorgvuldig influencers uit die intrinsiek willen bijdragen aan de volksgezondheid

Werk niet zomaar met influencers samen omdat ze een groot bereik hebben, maar ga een samenwerking aan op basis van de motivatie en het specifieke profiel van de influencer. Veel influencers houden zich persoonlijk niet goed aan de maatregelen en zijn daarom niet serieus te nemen als onderdeel van de overheidscommunicatie. Nodig geschikte influencers

vervolgens uit bij het ministerie of bij een ziekenhuis; luister ook naar hun verhaal en maak er een structurelere samenwerking van. Bijvoorbeeld Touzani (1 miljoen volgers) die tijdens corona zijn vader niet in een verzorgingstehuis kon bezoeken. Vertel het verhaal door zijn ogen in plaats van influencers te vragen een boodschap te plaatsen die door het ministerie of RIVM is geschreven.

4. Maak jongeren mede-eigenaar van de maatregelen

Stimuleer op lokaal niveau dat alle gemeenten jongeren uitnodigen om het stadhuis om gezamenlijk na te denken over passende maatregelen voor jongeren. En op landelijk niveau zouden idem jongeren meet betrokken moeten worden bij het bedenken en aankondigen van nieuwe maatregelen. De infrastructuur voor jongerenparticipatie op zowel landelijk als lokaal niveau aanwezig; hoeft alleen maar gekoppeld te worden aan het OMT, RIVM en lokale veiligheidsregio's.

5. Sluit aan bij de levensfase gerichte uitdagingen van jongeren

Jongeren zitten met specifieke vragen en uitdagingen rondom het coronavirus die goede haakjes kunnen zijn voor de communicatie. Jongeren zitten bijvoorbeeld met vragen rondom hun stage, bijbaan, daten, etentjes bij vrienden, wel of niet een 'gap jaar' nu nemen, sociale ongemakkelijkheid om een corona test te halen. Ook in het beleid is het belangrijk dit perspectief mee te nemen. Het is niet verbazingwekkend of schokkerend dat jongeren wel 70 contacten hebben. Als je in een studenthuis woont, een vriendengroep hebt en in de commissie zit van je studievereniging ben je er al. Dit is een normaal aantal contacten voor de levensfase; houd hier rekening mee in het maken van maatregelen en de communicatie.

Een goed voorbeeld van communicatie richting jongeren is de communicatie in Schotland: <https://young.scot/campaigns/national/coronavirus>