

### Eerste analyse position papers experts publieke communicatie

*Wat zou u, met de kennis van nu, het kabinet adviseren om dit najaar op het gebied van publiekscommunicatie precies weer zo te doen om een opleving te voorkomen of, mocht hij komen, snel in te dammen?*

- Regelmatige persconferenties zorgen voor urgentiebesef. In de eerste weken van de Covid-19 uitbraak was er sprake van krachtige overheidscommunicatie met een duidelijke boodschap en helder doel.
- De nadruk op eigen verantwoordelijkheid in de communicatie draagt bij aan intrinsieke motivatie van mensen op zich aan maatregelen te houden.
- Transparant zijn over 'varen op zicht' en de vele onzekerheden zorgt voor begrip bij mensen dat het een unieke crisis is waarin de overheid niet alles (al) weet.
- In de communicatie benadrukken dat maatregelen en beleid tot stand komen op basis van wetenschappelijke inzichten en voortschrijdend inzicht is belangrijk.
- Het consulteren en betrekken van experts zorgt voor groter draagvlak voor maatregelen en naleven van regels. Mensen houden meer van experts dan van politici.
- Beschikbaarheid van de overheidscommunicatie in meerdere talen en gebarentolk draagt bij aan inclusief communicatiebeleid.

*Wat zou u, met de kennis van nu, het kabinet adviseren om dit najaar anders, of nieuw te doen in de publiekscommunicatie met het oog op het voorkomen of indammen van een tweede golf van COVID-19 gevallen? En waarom?*

- Communicatie staat niet op zichzelf maar vraagt om integratie met beleidsmaatregelen. Onduidelijke regels zijn bijvoorbeeld lastig effectief te communiceren. Het draait niet alleen om communicatie, maar om een heel palet. En dus is het belangrijk om communicatie te zien in relatie tot andere middelen. Handhaving, ondersteunende middelen....
- Het is belangrijk meer oog te hebben voor gedragswetenschap in de communicatie. Mensen zijn irrationeel en communicatie is altijd ingebed in een sociale context. Maak gebruik van gedragswetenschappelijke inzichten uit onderzoek om communicatiebeleid invulling te geven.
- Belangrijk voor effectieve communicatie zijn consistentie, transparantie, begrijpelijkheid en inclusiviteit. Houdt die aspecten voor ogen.
- Differentieer naar doelgroepen. Stem communicatie af op verschillende groepen. Bepaal communicatieactiviteiten en kanalen per groep en afhankelijk van het risico dat ze vormen. Gebruik hierbij communicatiewetenschappelijke modellen en inzichten. .
- Jongeren en kwetsbare groepen vragen specifiek aandacht in communicatiebeleid.
- Gebruik de kracht van de eigen sociale omgeving.
- Blijf de boodschap herhalen. Herhaling is belangrijk om te zorgen dat aandacht voor het virus en de maatregelen niet verslapt.
- Naast het zenden van informatie is het belangrijk om in gesprek te gaan over zorgen en twijfels. Nu de complexiteit van maatregelen toeneemt en tegelijkertijd het urgentiebesef lijkt af te nemen, is het wenselijk om verschillende emoties, zorgen, gevoelens en 'stemmen' serieus te nemen.
- Leg uit, maak afwegingen en overwegingen transparant en communiceer niet alleen over het wát, maar zeker ook over het waarom en het hoe. Geef inzicht in de gevolgen van het virus voor verschillende groepen, wat zijn implicaties van maatregelen? Maak dit expliciet. Contextualiseren wordt door verschillende experts genoemd.
- Stel duidelijke doelen en formuleer ambities waar mensen aan kunnen werken. Het dashboard kan hierbij helpen. Dit motiveert mensen om gewenst gedrag te vertonen.

- In de eerste fase ging het om het bezweren van de crisis, nu gaat het om het omgaan met verschillende dilemma's die De Covid-19 pandemie voor verschillende groepen in de samenleving met zich meebrengt. Daar is geen éénduidige oplossing voor en vraag in de communicatie een mix tussen duidelijkheid en openheid over dilemma's en vragen...

#### *Dilemma's*

- Hoe kan het kabinet enerzijds daadkracht blijven tonen en tegelijkertijd empathie voor verschillende gevoelens en ideeën? Enerzijds wil je oog en oor hebben voor verschillende emoties, zorgen, twijfels en vragen van mensen, en hierover in gesprek gaan. Anderzijds wil je duidelijk en feitelijk communiceren en een daadkrachtige overheid zijn. Hoe combineer je dat?
- De focus op een positief en aantrekkelijk doel met aansprekende ambities wordt genoemd als mogelijke strategie die kan werken om effectief te communiceren over het Covid-19 virus. Maar je wilt ook urgentiebesef behouden of vergroten en de ernst van de zaak benadrukken.
- Het beleid wordt meer regionaal en lokaal. Dat heeft ook consequenties voor de communicatie- en mediastrategie. Het kan goed zijn burgermeesters en de VR's te betrekken. Maar je wilt ook eenduidigheid en regie houden op de communicatie
- Verschillende doelgroepen vragen op verschillende aanpakken. Zo worden sociale media en influencers genoemd als manieren om jongeren te bereiken. Dit vraagt echter ook voorzichtigheid, omdat je als overheid wel regie wilt houden over wat er wordt gecommuniceerd.
- 'De waarheid' versus 'Wat werkt'... 'Niet de experts maar de politici staan aan het roer' versus 'onderstreep dat beleid gebaseerd is op adviezen van experts en wetenschappelijke inzichten'....
- MP is een duidelijk boegbeeld dat gericht ingezet kan worden. Maar je wilt ook de ministers een goede positie geven en niet alleen Mark Rutte als boegbeeld neerzetten. Of lokale bestuurders een rol van betekenis geven.