

Insta Gratitude Campagne

WAT IS HET VOORSTEL VAN DIT ONDERDEEL?

Jongeren met een natuurlijke mentor (een familielid, buurtgenoot, sportcoach of andere jong-volwassenen) zijn mentaal veerkrachtiger (UVA & RIVM). Zij kunnen hun verhaal kwijt en leven de maatregelen beter na, omdat zij zich beter kunnen verplaatsen in kwetsbare groepen. Natuurlijk mentorschap is een aspect van veerkracht, wat er voor zorgt dat je weer opveert als het tegenzit. Een ander aspect dat bijdraagt aan veerkracht is het ervaren van een gevoel van zingeving, een zogeheten 'sense of purpose'. Dit gevoel kan worden bereikt door iets goeds te doen voor een ander of de maatschappij. Uit onderzoek onder bijna 900 jongeren tijdens de eerste en tweede corona golf (in mei en november) bleek echter dat hoewel een groot deel van de jongeren wel wil bijdragen aan hun omgeving, de meerderheid niet de mogelijkheden zag om daadwerkelijk iets te kunnen betekenen voor een ander tijdens de corona crisis. Het is daarom van belang dat er kansen worden gecreëerd waarmee jongeren dankbaarheid kunnen doorgeven. Vanuit de wetenschap is bekend dat campagnes die voor, maar niet mét jongeren worden bedacht, vaak niet het gewenste effect hebben. Daarom zal de Insta Gratitude campagne, via jongerenpanels, samen met jongeren ontwikkeld worden. Dit doen we in samenwerking met onderzoekers van het SYNC-lab (onder leiding van wetenschapper Eveline Crone).

WAT DRAAGT DIT ONDERDEEL BIJ AAN HET HELE VOORSTEL?

Via een landelijke online en offline campagne jongeren inspireren om enerzijds degene die hun steun en toeverlaat is geweest in de afgelopen corona tijd te bedanken voor hun support en anderzijds deze dankbaarheid door te kunnen geven, door het bieden van concrete suggesties en het doen van oproepen waarmee jongeren zich in kunnen zetten voor een ander. Hiervoor benutten we veelgebruikte social mediakanalen zoals Insta en TikTok en zoeken we de samenwerking op met (lokale) zenders (VICE, FunX etc), online platformen als YoungImpact en 2K40 de Gezonde Generatie en onderwijsinstellingen en raden, zoals VO-raad en Laks.

WAARAAN GAAN WE HET EFFECT ZIEN?

Jongeren (16-24 jr, VO en studenten MBO/HBO/WO) veerkrachtiger maken en sociale steunrelaties versterken die als buffer kunnen fungeren tegen de psychische gevolgen van corona op langere termijn. Deze gratitude exercise is een bekende 'dankbaarheidsoefening' uit de positieve psychologie, het effect hiervan is dat je (nog) veerkrachtiger wordt. De campagne wordt vormgegeven vanuit jongerenpanels in verschillende steden, van lokaal tot regionaal. Hierdoor komen een aantal groepen jongeren direct met de dankbaarheidsoefening in aanraking komen. In de volgende fase worden naar schatting minimaal 400.000+ jongeren online bereikt. De direct zichtbare online effecten van de campagne zullen worden gemonitord en geanalyseerd. Voor de lange termijn effecten zal Synclab een onderzoek doen onder de jongeren die meedoen.

HOE SNEL KAN DIT ONDERDEEL WORDEN UITGEVOERD?

Direct starten, doorlooptijd 11-21 weken.

We willen direct impact realiseren door on- en offline campagne te voeren. Offline door met jongeren om de tafel te gaan, ze aan het denken te zetten en samen de campagne te ontwerpen. Online door deze en veel meer jongeren te inspireren met content (video's, foto's en verhalen) waarin ze zich kunnen verplaatsen en die een emotie losmaken.

Stap	Actie	Datum
Fase 1	Concept en strategie	3 weken
	Conceptontwikkeling in samenwerking met jongeren, via jongerenpanel sessies in diverse steden. Samenwerking met andere strategische en inhoudelijke partners.	
Fase 2	Productie	8 weken
	Productie video's van jongeren en social media posts	
Fase 3	Campagne	8 weken
	Samenwerking met jongerenmedia en (eventueel) influencers	
Fase 4	Evaluatie en rapportage en duiding effect campagne	2 weken

WIE EN WAT IS ER NODIG OM DIT EEN SUCCES TE MAKEN?

De Insta Gratitude campagne wordt vormgegeven door Stichting JIM, SYNC-lab Erasmus Universiteit o.l.v. Eveline Crone, www.YoungXperts.nl en Public Cinema. Er wordt samengewerkt met maatschappelijke organisaties, jongerenplatforms, jongerenwerkers, onderwijsinstellingen, VO Raad, Laks en de GGD.

GGD Amsterdam wil € 25.000,- euro bijdragen, we vragen nog € 75.000 cofinanciering vanuit VWS, zie ook onze gedetailleerdere begroting.