

Ronde 3 – Jongeren

Onderstaande analyse is gebaseerd op (telefonische) interviews met 35 jongeren die tussen de 16 en 24 jaar zijn. De interviews zijn gehouden tussen woensdag 3 juni en woensdag 10 juni 2020. Voor dit onderzoek naar jongeren is samengewerkt met onderzoekers van de UvA, vakgroep Forensische Orthopedagogie. Twintig van de respondenten hebben ook meegedaan aan het vragenlijstonderzoek van het RIVM en de GGD 'en. Vijftien respondenten zijn geselecteerd door de UvA. Deze jongeren zijn geselecteerd omdat zij een vorm van jeugdhulp ontvangen, in een opvang verbleven en/of praktijkonderwijs volgen.

Basisregel 'vermijd drukte' goed, maar onduidelijk

Iets minder dan de helft van de geïnterviewde jongeren vindt de maatregel 'vermijd drukte' over het algemeen een goede maatregel, maar een derde geeft aan de maatregel niet duidelijk te vinden. De onduidelijkheid zit hem in het feit dat iedereen een ander idee heeft bij wat 'drukte' is en daarbij is het ook locatie- en tijdafankelijk, wat maakt dat je niet altijd vooraf weet of het druk is.

Het overgrote deel van de geïnterviewde jongeren geeft aan dat ze drukke plekken proberen te vermijden. De belangrijkste reden die daarvoor wordt genoemd is dat ze op dit moment geen behoefte hebben om een drukke plek te bezoeken. Daarnaast speelt een belangrijke rol dat jongeren geloven dat drukte vermijden de kans verkleint op besmetting. Een andere belangrijke reden om drukke plekken te vermijden is dat ze zich verantwoordelijk of solidair voelen met andere mensen of omdat ze zelf niet ziek willen worden. Tevens wordt vaak de reden genoemd dat mensen zich bewust tot doel stellen om geen drukke plekken te bezoeken. Als ze wel een drukke plek willen bezoeken denken ze van te voren na hoe ze dit zullen aanpakken. Opvallend is dat geïnterviewden in dat geval noemen dat ze dan alleen naar zo'n plek gaan als ze daar 1,5 meter afstand kunnen houden. Met andere woorden: een plek wordt niet als te druk beschouwd als je nog 1,5 meter afstand tot elkaar kunt houden.