

To: (10)(2e) [(10)(2e) @rivm.nl]
 Cc: (10)(2e) [(10)(2e) @rivm.nl]; (10)(2e) [(10)(2e) @rivm.nl]; (10)(2e) [(10)(2e) @rivm.nl]
 From: (10)(2e)
 Sent: Thur 7/23/2020 1:10:09 PM
 Subject: tbv jongeren communicatie
 Received: Thur 7/23/2020 1:10:10 PM

Input vanuit de gedragsunit!

Tbv de communicatiecampagne, hierbij de meest recente versie van de 10 tips, die nog steeds uitermate relevant is:
<https://www.eur.nl/nieuws/10-tips-voor-campagnes-gericht-op-jongeren-om-de-coronacrisis-te-beteugelen>

En daarbij nog wat actuele inzichten en inschattingen, op basis van RIVM webinar en eigen eerste onderzoeksresultaten:

1. Het blijft cruciaal om **inzicht en begrip** te verkrijgen in het gedrag.

Ik kan niet vaak genoeg zeggen: betrek jongeren er bij, en/of jongerenvertegenwoordigers, zoals (10)(2e) (10)(2e) (10)(2e) @nir.nl en jongerenwerker (10)(2e) (10)(2e) @dock.nl, die ook bij het RIVM jongerenwebinar was. De regels beperken jongeren enorm in hun ontwikkeling als ze niet samen mogen komen, het is een fase van ontdekken van je identiteit, zelfbeeld, intimiteit etc), We zien in ons onderzoek van mei dat de jongeren en studenten ontzettend die sociale contacten gemist hebben. Het is goed voorstelbaar dat ze, nu de maatregelen iets versoepeld zijn, de verleiding niet meer kunnen weerstaan. Het vieren van de vrijheid, angst om buiten de groep te vallen, niet voldoen aan de eigen sociale norm en fear of missing out zitten in de weg. In zekere zin vragen we ook wel erg veel van ze door alle vrijheid geven en te verwachten dat ze aan die verleidingen kunnen weerstaan.

2. Onze data bevestigen het belang van de **sociale norm**:

Wat de vrienden doen hangt sterk samen met eigen gedrag. Ik vermoed dat in deze zomer die sociale norm vaak in tegenspraak is van de boodschap die ze meekrijgen uit de media en ouders. Het is zaak om dat in lijn met elkaar te krijgen, de vraag is: hoe kan je samen plezier hebben op een veilige manier, hoe kan je evt. de sociale norm bijsturen? Hoe kunnen we daarmee helpen, de omgeving zo inrichten dat het makkelijker wordt gemaakt?

3. #hoedan: de **positieve boodschap** en het bieden van **handelingsperspectief** kan zich richten op die sociale situaties:

richtlijnen voor wat ze wél mogen in die sociale situaties, hoe ze plezier kunnen hebben met elkaar zonder zichzelf en anderen in gevaar te brengen. Denk ook aan inrichten omgeving om ze daarbij te helpen. En aan handvatten voor een sociaal geaccepteerde manier om tegen de norm in te gaan ("ik ben de bob")

4. Voorheen regel 11: in bepaalde situaties helpt campagne niet, overwint die sociale norm, zijn de verleidingen te groot. Daar lokaal met jongeren in gesprek gaan, zet rolmodellen in en bespreek hoe je de omgeving zo in kan richten dat veilig gedrag de makkelijke en aantrekkelijke weg is.

5. De influencers lijken goed werk te hebben gedaan in de vorige ronde, let op: zet **de juiste influencers** bij deze leeftijdsgroepen in!

6. #waaromdan: Wat betreft het **concreet en dichtbij** maken, en de redenen om de regels na te leven: Je doet het voor anderen, voor elkaar, maar ook voor jezelf: het is een rotziekte die je niemand gunt, ook niet als je jong bent. Bovendien zit niemand te wachten op een nieuwe lockdown. In onze data zie ik dat zowel altruïstische als 'egoïstische' motieven correleren met het conformeren aan de regels. Ik schat zo in dat de lockdown nog vers in het geheugen zit... koester die net verworven vrijheid!

7. Tot slot: De eerste blik op de data middelbare scholieren liet zien dat de meer formele mediakanalen (via massamedia en sociale media) en ouders de meest gebruikte informatiebronnen waren over corona. Ik kan daar nog verder induiken indien gewenst.

Voor overleg en aanpassing bereikbaar!

Groeten!

(10)(2e)

PS. Nu ik dit allemaal zo opschrijf, dringt zich wel het gevoel bij me op dat we wel wat hebben liggen de afgelopen maanden. Dat we (a) geen structureel onderzoek onder jongeren hebben gedaan (de surveydata die ik heb, heb ik met dank aan (10)(2e) bij wie ik zelf aan kon haken met wat CGU-relevante metingen), en (b) dat jongeren door VWS bij mijn weten niet structureel betrokken zijn bij de verdere ontwikkeling van de gedragsrichtlijnen en de communicatie. De eerste keer was er haast bij, maar deze keer had men dat echt kunnen voorzien. Wat betreft het onderzoek wil ik er nog eens voor pleiten om in het najaar meer aandacht (tijd en geld) naar jongerenonderzoek te laten uitgaan. Laaghangend fruit is een volgende ronde opzetten van het onderzoek met Crone.

(10)(2e) (10)(2e) | [Movez Network Lab](#) | [Bitescience](#) | [Erasmus School of Social and Behavioural Sciences](#) | [Erasmus Center for Data Analytics](#) | [Behavioural Science Institute, Radboud University](#)