

1

Expert-reflectie ten behoeve van Lessons Learned COVID-19

Naam: Irene Costera Meijer

Functies:

• Professor of Journalism Studies • Department of Language, Literature and Communication • De Boelelaan 1105, kr. 13A-95, Vrije Universiteit Amsterdam tel: 020-5982858

• Professor II, Research group for Media Use and Audience Studies • Department of Information Science and Media Studies • University of Bergen (Norway)

Organisatie: Vrije Universiteit Amsterdam

Datum: 30 juli 2020

Onderwerp expert-tafel: **Communicatie met het publiek**

Wat is het perspectief van waaruit u kijkt (bijvoorbeeld, wetenschap, praktijkdeskundige, en welke achtergrond)?

Ik ben een specialist en ook in internationaal verband veel gevraagd deskundige op het gebied van veranderend nieuws- en informatiegebruik. Dat betekent dat ik vanuit het perspectief van de gebruiker (de luisteraar, lezer en kijker) onderzoek doe naar hun informatiebehoefte en naar wat zij ervaren als waardevolle informatie en journalistiek. Relevant in is in dit verband het verschil tussen effectieve communicatie (komt de boodschap aan en heeft dit het gewenste effect, (zendersperspectief) en waardevolle communicatie: heeft de gebruiker er iets aan en ervaart zij of hij de informatie ook als verrijkend, leerzaam, geruststellend of als 'update'.

Het verschil tussen effectieve communicatie en waardevolle communicatie kan als volgt worden verbeeld.

Met welke inzet welk doel bereiken? Van binnen naar buiten => effectief

De kleur van de dimensies illustreren de gevraagde inspanning van de burger: hoe roder hoe meer activiteit gevraagd wordt van de burger.

1. Voorlichting vergt minimale inspanning van de burger. Gemakkelijk te consumeren plaatjes of filmpjes passen hierbij. (Covid-19: houdt afstand, handen wassen)

2. Enthousiasmeren combineert overtuigingskracht met een lean back houding. Je leest of ziet iets als burger en denkt, Oh, interessant, wist ik niet, zit dat zo. Geschikt voor simpele, maar

2

wel verhelderende boodschappen, die mensen enthousiast moet maken om iets uit te proberen, of toe te passen. Bijv. Covid 19: in een stripje laten zien wat het effect is van handen wassen op het aantal bacteriën op je handen

3. Bij uitleg en educatie is het de bedoeling dat de burger het ministerieel beleid echt begrijpt, opdat vooroordelen of misverstanden uit de wereld worden geholpen, of weerstand wordt weggenomen.

Een voorbeeld van zo'n communicatiedoelstelling is de uitleg omtrent het besluit om de scholen en universiteiten te sluiten. Centraal staat het uitleggen van de overwegingen van de overheid.

4. Gedragsbeïnvloeding is een beleidsdoelstelling die in combinatie met de Corona-crisis gewenst is. Angst is een goede gedragsbeïnvloeder, maar heeft ook nadelen. Zodra de angst minder wordt, vermindert de neiging om het gedrag aan te passen. Dat zie je deze zomer gebeuren. Mensen houden minder afstand omdat ze minder zorgen hebben over de besmettingskans.

Een ander communicatiemodel vertrekt vanuit de informatiebehoefte van de burger. De overheid stemt haar informatie af op die behoefte. Van buiten naar binnen redeneren.

In dit model staan niet de communicatiedoelen van de overheid centraal en evenmin hoeveel en hoe je burgers kunt bereiken. Wat centraal staat is de informatiebehoefte van de burger. In plaats van de vraag te stellen hoe je burgers kunt bereiken, vraag je je af wat kun je als ministerie betekenen voor burgers. Welke vragen leven er onder burgers en hoe kun je die zo goed mogelijk beantwoorden?

Bij informatie willen jongeren overigens net zo serieus genomen worden als ouderen. Vorm moet serieus zijn, maar voor iedereen geldt: informatie moet boeien.

Ook de informatiebehoefte van de burger kan worden onderverdeeld in twee dimensies en 4 kwadranten. De dimensies variëren qua intensiteit van de informatiebehoefte: (weten = laag intensief, begrijpen = hoog intensief) en qua informatiedoel: ontspanning, lekker of handig om iets te weten of te leren begrijpen naar inspanning (precieze kennis of inzicht in het ministeriele beleid).

Elk kwadrant komt overeen met een bepaald informatief genre en een voorkeursmedium:

1. Burgers die op de hoogte willen zijn (kort en krachtig): smartphone: digitale informatie via apps, nieuwskanalen zoals NU.nl of NOS.nl, Twitter.

3

2. Burgers die iets willen kunnen toepassen (feitelijk en overzichtelijk): overheidswebsite of van van de RIVM oid. : laten zien via 'how to' filmpjes hoe je een bepaald gedrag onder de knie kunt krijgen. Hoe was je je handen, hoe houd je 1,5 meter afstand, wanneer besluit je dat het 'te druk' is en waar kun je je informeren over drukte (App die aantal smartphones in beeld brengt = aantal mensen)

3. Burgers die iets willen leren: educatief vocabulaire (interactieve informatie, storytelling). Zie bijv. NOS Stories: via Instagram en YouTube. in een paar minuten inzicht krijgen op een boeiende manier over een actuele vraag

4. Burgers die informatie willen 'meemaken' (storytelling, games). Het gaat hier om het 'voelen en ervaren' wat het Corona virus teweeg brengt in het leven van mensen: Korte documentaires via TV en YouTube: zoals het meelopen met verpleegkundigen, begrafenisondernemers, patienten, familieleden, ouderen in verpleeghuizen etc. Maar ook een game waarmee je kunt leren welke handeling welke besmettingskans oproept.

Samengevat komt dit model neer op rekening houden met de informatiebehoefte van mensen in verschillende situatie en via verschillende media en op verschillende momenten.

Welke elementen in de communicatie-aanpak zijn wat u betreft waard om vast te houden, te herhalen of uit te bouwen? En waarom?

Nieuws- en informatiegebruik is (ook) een kwestie van gewoonte. Om die gewoonte te laten ontstaan of te doen inslijten, is het goed om op vaste tijden (zoals het TV nieuws dat doet en zoals elke dag de krant in de bus valt) nieuwe informatie te bieden. Dat betekent dat ik zou aanraden om de gewoonte van het kabinet om op regelmatige en vaste tijden het publiek te informeren over *nieuwe* ontwikkelingen, zou vasthouden.

Na de persconferentie zou de informatie via verschillende media op een verschillende manier kunnen worden verspreid, of z'n weg kunnen vinden. Het gaat er immers om dat ministeries geen dubbel werk doen en dus herhalen wat de nieuwsorganisaties al doen. Misschien kan er op de site en via de eigen kanalen van de overheid meer gericht ingegaan worden op de twijfelaars en wantrouwers van het nieuws? 4

Om de vraag te beantwoorden 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?

Ik heb het afgelopen jaar geen onderzoek gedaan naar dit vraagstuk en heb dus te weinig zicht op het spectrum aan communicatiekanalen en –boodschappen van de verschillende ministeries om daar een goede analyse van te maken.

Ik was wel blij met de voorzichtige en wetenschappelijke benadering van de ministers tijdens de diverse persconferenties (die ik wel vrijwel allemaal heb gevolgd): " met de beperkte kennis van nu, moeten we...". De verschillende nieuwsorganisaties deden ook hun best om zoveel mogelijk te voldoen aan de informatiebehoefte van de burgers. Goed dat ministers en deskundigen geregeld op televisie wilden uitleggen in nieuws- en praatprogramma's welke overwegingen aan de besluiten ten grondslag lagen. Maar uitleggen = zenden. Dus ingaan op vragen en twijfels van burgers is een volgende stap.

Een voorbeeld:

- **Het dilemma van de mondkapjes:** Medisch twijfelachtig qua effectiviteit, maar wel nuttig om iedereen te attenderen dat we niet in een normale situatie zitten.
- Probleem hierbij is tweeledig: Het roept de vraag op waarom ik wel een mondkapje moet dragen in het openbaar vervoer als het toch niet helpt, en zelfs als ik alleen in een coupé zit
- Mensen kunnen het gevoel krijgen dat mondkapjes vooral dienen om hun eraan te herinneren dat ze afstand moeten houden, niet vanwege hun eigen gezondheid of die van anderen. Dit kan als betuttelend en onnodige vrijheidsbeperking worden ervaren.
- Ik zou de overheid aanraden na te denken over een alternatief voor de mondkapjes waar het gaat om hun *attentiewaarde*. (bijv. Je mag ook een hoofdband of button dragen met een bepaalde tekst - bijvoorbeeld *houd afstand*, of met een bepaalde opvallende kleur – bijvoorbeeld lichtgevend roze of geel.
- Mocht er uiteindelijk wel medisch bewijs worden gevonden dat het dragen van mondkapjes kan helpen om besmetting te voorkomen, dan is dit waarschijnlijk voor de meeste mensen voldoende reden om deze - in de situaties die daarom vragen - te gaan dragen.