



The strength of weak ties

Het centrale punt in 'Kennis' van het vorige nummer van C was dat circa drie miljoen Nederlanders – en waarschijnlijk meer – niet of niet goed bereikt kunnen worden met overheidscommunicatie¹. Bij de huidige coronapandemie is dat geen prettige gedachte. Ten eerste omdat die mensen daardoor extra risico lopen, maar ook omdat zij personen in hun omgeving kunnen besmetten die weer anderen kunnen besmetten die weer anderen kunnen besmetten, enzovoorts. Dat is wat Granovetter treffend the strength of weak ties noemde². Goede bekenden van jou hebben ook weer bekenden, die ook weer, enzovoorts. Zo kan een boodschap snel verspreid worden, maar ook een virus. Als een olievlek op zee.

De groepen waarover het gaat zijn ruim 2 miljoen laaggeletterden, 2,3 miljoen mensen met beperkte cognitieve vaardigheden en 3 miljoen beperkt digitaal vaardigen.³ Tevens heeft een derde van de Nederlanders een lagere opleiding: bekend is dat overheidscommunicatie ook tot hen niet in die mate doordringt als wenselijk zou zijn. Tel je die groepen bij elkaar op, dan zou je tot een aantal van de helft van de inwoners van Nederland komen. Maar de genoemde groepen vertonen onderling ook overlap: het is zeer aannemelijk dat mensen met een IQ tussen de 70 en 85 sterk vertegenwoordigd zijn in de categorie laaggeletterden. Maar de groepen overlappen elkaar zeker niet helemaal. Er zijn heel wat laaggeletterden die geen laag IQ hebben. Dat geldt ook voor veel mensen die veel moeite hebben om met computers om te gaan. Een aantal van drie miljoen Nederlanders lijkt dus een voorzichtige

schatting van het aantal mensen die er in de overheidscommunicatie voorsnog bekaaid afkomt.

Er zijn allerlei oorzaken voor het niet doordringen van de overheidscommunicatie tot (delen van) de bovengenoemde groepen. Bekend is dat lager opgeleiden niet of minder zoeken naar overheidsinformatie in de media (inclusief de sociale media). Dat mensen de informatie niet kunnen vinden. Dat een goed deel van de media niet door de doelgroep gelezen of gezien wordt. Dat de boodschap te moeilijk is of dat men die – in het geval van laaggeletterdheid – helemaal niet kan lezen.⁴

Wat kunnen we eraan doen?

Het is belangrijk dit onder ogen te zien, net zo belangrijk is de vraag wat we kunnen doen om ervoor te zorgen dat de overheidscommunicatie wel doordringt. Dat is bepaald geen eenvoudig vraagstuk.

'Persoonlijke communicatie is de meest krachtige communicatievorm'

Het is een probleem dat hoognodig aandacht heeft. Dat middelbaar en hoger opgeleiden vaardig zijn in het zoeken van informatie, maakt het gegeven dat lager opgeleiden dat niet zijn extra navrant. We steken veel tijd in groepen die zich doorgaans best zelf weten te redden, terwijl degenen die onze hulp nodig hebben – weliswaar onbedoeld – in de kou blijven staan.

Sociale netwerkbenadering

In een recente column op nrc.nl⁵ heb ik in dat kader gewezen op de socialen netwerkbenadering, tot nog toe de enige methode die effectief is gebleken in het bereiken van moeilijk bereikbare doelgroepen – zoals mensen in achterstandswijken – met de gangbare overheidsvoorlichting.⁶ De kern van deze aanpak is dat personen uit een sociaal netwerk intensief worden betrokken bij de opzet van de voorlichting en uitvoering ervan als 'lekenvoorlichter'.

De socialen netwerkbenadering heeft als praktisch 'nadeel' dat ze arbeidsintensief is en daardoor duur: je moet er capaciteit voor vrijmaken of extra in huis halen. Dat zal ook een belangrijke reden zijn waarom de socialen netwerkbenadering niet of nauwelijks gebruikt wordt in overheidscommunicatie. Maar als er één moment is waarop ze ingezet zou moeten worden, is het tijdens de huidige coronapandemie. De kosten van de pandemie zijn enorm.

In vergelijking daarmee zijn die van de sociale netwerkbenadering een schijntje.

Nu hoor ik regelmatig, als ik de socialen netwerkbenadering als voor moeilijk te bereiken doelgroepen effectieve aanpak ter sprake breng: 'dat doen we al'. Bij doorvragen blijkt dan dat er wel in of via sociale netwerken gecommuniceerd wordt, maar niet volgens de systematiek van de sociale netwerkbenadering. Terwijl de effectiviteit afhangt van de specifieke wijze van deze aanpak. Het gaat er, anders gezegd, niet om of er gebruik wordt gemaakt van sociale netwerken, maar hoe. Reden om hier, vanwege de huidige situatie, de kernpunten van die aanpak kort de revue te laten passeren.

Kernpunten van de socialen netwerkbenadering

De socialen netwerkbenadering start met het onderzoeken of en zo ja welke sociale netwerken actief zijn in een buurt. Dat kan bijvoorbeeld een koffieochtend of een klaverjasmiddag voor leden van een buurtvereniging zijn, of vrijwilligers die actief zijn voor buurtbewoners.

Een cruciaal punt in de socialen netwerkbenadering is dat, zoals hierboven vermeld, voorlichting wordt gegeven door leden uit het sociale netwerk zelf. Het gaat daarbij niet om professionele voorlichters van officiële instanties. Die professionele voorlichters zijn overigens wel belangrijk. Sociale netwerken moeten namelijk gezocht en geselecteerd wor-

den, waarbij een belangrijk aandachtspunt is dat de beoogde 'lekenvoorlichters' goed liggen bij de doelgroep. De bron moet vertrouwd en geaccepteerd worden.

De waarde van het voorlichten door leden uit de doelgroep zelf, is dat zij weten welke kennis bij buurt- of netwerkgenoten aanwezig is en wat de problemen, de aarzelingen en de te verwachten tegenwerpingen zijn. Hun verhaal gaat daardoor niet over de hoofden heen, zoals dat in het geval van voorlichting door een professional al gauw kan gebeuren. Voorts nemen mensen eerder iets aan van personen met wie zij overeenkomsten hebben, zoals buurt- en netwerkgenoten.

Een andere succesfactor van deze aanpak is dat het om persoonlijke face-to-face-communicatie gaat. Persoonlijke communicatie is de meest krachtige communicatievorm. Natuurlijk omdat een deel van de doelgroep moeite heeft met lezen, zeker van teksten die ondanks alle inspanningen toch te weinig aansluiten bij het aanwezige kennisniveau en/of bij hun digitale vaardigheid. Maar ook omdat in een persoonlijke context direct feedback mogelijk is als er vragen zijn of onduidelijkheden bestaan. Overigens betekent het gegeven dat de sociale netwerkbenadering persoonlijke mondelinge communicatie als kernpunt heeft, niet dat andere middelen per definitie niet gebruikt mogen of moeten worden of op voorhand al zinloos zijn. Maar ze zijn ondersteunend aan de persoonlijke, mondelinge communicatie, bijvoorbeeld in de zin van reminders aan het gedrag zoals: 'Verkouden? Laat je testen.' In tekst, maar natuurlijk ook in beeld.

Snelheid van verspreiding

Het kan lijken dat deze aanpak alleen heel langzaam effect kan sorteren. De lekenvoorlichters kunnen redelijkerwijs maar één of twee gezinnen per keer bezoeken.

Het tempo waarin de boodschap zich verspreidt kan echter hoog liggen door de eerder genoemde 'strength of weak ties'. Snelheid in het proces komt vooral doordat een boodschap zich via de persoonlijke banden binnen een gezin, familie of

'Het zou naïef zijn te denken dat de sociale netwerkbenadering alle hobbels in de aanpak van corona op zou lossen'

vriendenkring via een steeds groter netwerk verder verspreidt.

De lekenvoorlichters kun je niet zomaar het veld insturen: ze hebben training en begeleiding nodig van professionals. Ze moeten voldoende van de inhoud weten zodat ze onbedoeld geen onzin verkopen. En ze moeten op basaal niveau weten hoe je voorlichting geeft. Zowel het in kaart brengen van sociale netwerken als het selecteren en trainen en coachen is een arbeidsintensief karwei, en vraagt dus veel specifieke competenties van de professionele communicatieprofessionals.

Socialenetwerkbenadering als oplossing voor alle problemen?

Het zou naïef zijn te denken dat de socialenetwerkbenadering alle hobbels in de aanpak van corona op zou lossen.

Ten eerste kunnen zich in het gebruik van de socialenetwerkbenadering knelpunten voordoen. Er zullen omgevingen zijn waarin geen enkel sociaal netwerk te vinden is. Het sentiment in een omgeving kan, bijvoorbeeld door sociale proble-

men, dusdanig negatief zijn dat je er geen enkele overheidsboodschap op welke manier dan ook kan laten landen. Of er kan te weinig animo onder netwerkdeelnemers zijn om als lekenvoorlichter op te willen treden.

Maar waarom zouden we bij de ernst van de corona-epidemie niet alles uit de kast halen? En zolang we geen betere manier hebben om het moeilijk bereikbare deel van de bevolking te bereiken, lijkt het verstandig de sociale netwerkbenadering in te zetten (op de hier geschetste wijze). De aanpak heeft immers op een controleerbare en gecontroleerde wijze bewezen effectief te zijn in behoorlijk vergelijkbare contexten.⁷ Dat is preferabel boven maar af te wachten en deemoedig het geroep aan te horen dat 'de communicatie van de overheid niet goed is'.

Beperkingen en nieuwe wegen

Vanzelfsprekend is het keren of beheersen van de verspreiding van het virus niet alleen een communicatie-opgave. Het is natuurlijk ook een gedragsvraagstuk, maar wel een gedragsvraagstuk dat je niet alleen met de thans beschikbare psychologi-

sche interventies zal kunnen oplossen. Zoals Rob Ruiter in zijn inaugurele rede terecht stelt, moeten we na decennia onderzoek en het toepassen van de opgedane kennis in gedragsinterventies vaststellen dat we een plafondeffect hebben bereikt.⁸ Met andere woorden: het ziet er niet naar uit dat we met nog langer en harder op hetzelfde aambeeld slaan substantieel meer effect gaan bereiken. Ruiter en collega's in Maastricht bestuderen processen in het brein om inzicht te krijgen hoe en waar informatie wel verwerkt wordt en onder welke verschillende condities. Zo kunnen nieuwe inzichten verworven worden, die benut kunnen worden voor het ontwikkelen van nieuwe interventies of het toetsen en aanscherpen van bestaande.

Dat lijkt me een zeer waardevolle aanpak. Een tweede is dat we ook met een andere blik naar het effect van communicatieve inspanningen kijken. Namelijk dat we geen greep hebben op de eindeloze mogelijkheden van verschillende interpretaties van onze uitingen. En dat gaat verder dan alleen het bereiken van moeilijk bereikbare doelgroepen. ■

Literatuur

1. Confusie, communicatie en kuddegedrag in tijden van corona. In: C 2020, nr. 6, p. 36-38.
2. Granovetter, M.S., *The strength of weak ties*. (1973). *American Journal of Sociology*. 78 (6), 1360-80.
3. Zie voor cijfers over mensen met een cognitieve beperking: www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2019/10/04/achtergrond-document-bij-het-aantal-mensen-met-een-licht-verstandelijke-beperking-een-schatting. Voor cijfers over digitaal niet vaardigen: dutchdigitaldelta.nl/nieuws/gezond-en-eerlijk-digitaal-samenleven-gaat-niet-vanzelf-3-miljoen-nederlanders-niet-digitaal-vaardig-90-heeft-dit-niet-in-de-gaten. Voor laaggeletterdheid: www.lezenenschrijven.nl/informatie-over-laaggeletterdheid-nederland.
4. Zie voor cijfers en bronnen: Pol, B. en Swankhuisen, C. (2020). *Overheidscommunicatie. Een gedragswetenschappelijke aanpak*. Bussum: Coutinho. 141-42 en 226-28.
5. 'De hulpbehoevende blijft onkundig over corona'. (25 september 2020). De tekst is ook te lezen op tabularasa.nl/publicaties.
6. Zie Weenig, W.H. (2000). *Voorlichting aan het individu: de sociale netwerkbenadering*. In B. van Gent & J. Katus (red.), *Voorlichting in een risicovolle informatiemaatschappij. Theorieën, werkwijzen en perspectieven*. (5e herz. druk) Alpen aan den Rijn: Samsom. En: Weenig, W.H. (1991). *Information diffusion and persuasion in communication networks: the strength of weak and strong ties (dissertatie)*. Leiden: Universiteit Leiden.
7. Zie met name Weenig, W.H. (1991). *Information diffusion and persuasion in communication networks: the strength of weak and strong ties (dissertatie)*. Leiden: Universiteit Leiden.
8. Ruiter, R.A.C. (2014). *Dieper graven voor effectievere toepassing*. Maastricht: Maastricht University.