



GEMEENSCHAPPELIJKE GEMEENSCHAPSCOMMISSIE

Persbericht 24/11/2020

## Jongeren missen al wat voor hun essentieel is.

De lancering van de communicatiecampagne 'Covid Breakers' is aan hen gericht.

**Hoe ervaren jongeren het sociaal isolement? Wat is hun gemoedstoestand? Om inzicht te verwerven over hoe zij zich vandaag voelen, interviewde de Gemeenschappelijke Gemeenschapscommissie (GGC)\* een panel van Brusselse jongeren tussen 18 en 25 jaar, onder hen studenten, tewerkgestelden en werkzoekenden. Uit dit kwalitatief onderzoek\*\* blijkt dat jongeren momenteel zweven tussen somberheid en een prangend verlangen om weer het 'normale' leven in te duiken.**

'Aan hun lot overgelaten en verkeerd begrepen'. Dat is het gevoel dat overheerst bij de Brusselse jongeren sinds het leven in België beknot wordt en we in lockdown vertoeven. De jongeren worden vaak afgeschilderd als 'roekeloos' en 'onverantwoord' terwijl wij konden vaststellen dat de jongeren die deelnamen aan het onderzoek - de pandemie die hun leven overhoop haalde - best ernstig nemen. Ze voelen zich triest, eenzaam, onzeker, gefrustreerd, moedeloos en kwaad omdat ze de meest essentiële dingen missen in hun bestaan: vrienden zien, plannen maken, normaal werken of studeren. Deze 'blues' die het gevolg zijn van sociaal isolement ervaren alle ondervraagde jongeren op dezelfde manier, ongeacht hun culturele oorsprong.

### De maatregelen worden ervaren als moeilijk

Tal van Brusselse jongeren geeft toe dat het moeilijk is om gemotiveerd en betrokken te blijven bij de aanhoudende strijd tegen het coronavirus omdat ze geconfronteerd worden met een onzekere toekomst. Een meer zorgwekkende vaststelling is dat ze niet spontaan een verband leggen tussen het naleven van de maatregelen en een uitweg uit de crisis.

De noodzakelijke **beperking van sociale contacten** ervaren zij als één van de moeilijkste maatregelen om na te leven. Ze missen hun vrienden meer dan ooit, want in tegenstelling tot de eerste lockdown zijn virtuele aperitieven niet langer populair. De recente sluiting van de horeca treft hen hard, omdat bars en restaurants voor hen belangrijke locaties zijn om te socializen.

**De invoering van de avondklok stuit ook op onbegrip bij de jongeren.** Ze stellen het nut hiervan in vraag gezien externe activiteiten toch niet mogelijk zijn tijdens een strenge lockdown.

Ongeacht hun twijfels kennen de meeste jonge Brusselaars de geldende coronamaatregelen en passen deze ook toe. Hun motivatie hiervoor is voornamelijk altruïstisch: **ze willen vooral hun ouders en grootouders beschermen.** Hieruit blijkt enerzijds dat ze zich bewust zijn van de gevaren van het coronavirus. Anderzijds beschouwen ze het virus niet als een bedreiging voor hun eigen gezondheid, ook niet als ze eerder reeds zelf besmet raakten door het virus.

## Geen begrip voor hun basisbehoeften

De jongeren zijn de aanhoudende gezondheids crisis beu en ze hebben het gevoel dat er met hun verzuchtingen geen rekening wordt gehouden. Ze betreuren dat een groot deel van de publieke en media-aandacht gericht is op bepaalde groepen (ouderen), bepaalde sectoren (winkels en horeca) of bepaalde beroepen (medisch personeel) maar er omzeggens geen aandacht is voor hun moeilijkheden of behoeften.

Een andere essentiële behoefte die de jongeren uiten, is het hebben van betere vooruitzichten, die hen toelaat opnieuw plannen te maken. De jongeren menen dat het gevoel van onzekerheid over een mogelijke uitweg uit deze crisis, aan de basis ligt van hun demotivatie om alle regels te volgen.

## Covid Breakers : een manier om weer in contact te komen met het normale leven

De GGC wil de Brusselse jongeren opnieuw hoop geven. Dit wordt vertaald in een communicatiecampagne, getiteld 'Covid Breakers'. Deze campagne moet de jongeren eraan herinneren dat zij over het potentieel beschikken om zelf het verschil te maken. Draag een mondkap, hou afstand, beperk je sociale contacten want door deze maatregelen na te leven, doorbreken Covid Breakers de transmissieketen van het virus en creëren ze een context om weer in contact te kunnen komen met het normale leven.

Deze campagne gecreëerd met en voor jongeren is positief en inclusief en biedt zelfs ruimte voor een vleugje humor. Er wordt rekening gehouden met de essentiële behoeften van de jongeren door hen een beter perspectief te bieden en een glimlach te ontlokken op hun gezicht. Op deze manier wil men met deze campagne te kennen geven dat we de jongeren hun verzuchtingen begrijpen en hen willen bedanken voor de reeds geleverde grote inspanningen sinds het begin van de crisis.

De campagne Covid Breakers wordt gevoerd via sociale media vanaf 23 november en zal wanneer de maatregelen versoepelen zichtbaar zijn binnen universiteiten, hogescholen, horecazaken en Kinopolis. Er zullen ook regelmatig acties worden ondernomen (straattheater, uitdagingen...) om het groepsgevoel van de Covid Breakers community op te wekken. Daarvan kan men alvast deel uitmaken via sociale media. Voor meer info check de FB-account: [@covidbreakersbelgium](#).

---