

Checklist voor gemeentelijke communicatie bij maatschappelijke onrust

Deze checklist bevat praktische adviezen over communicatie door gemeenten aan publiek en pers bij maatschappelijke onrust (MO).

Voor wie is deze checklist?
Communicatiemedewerkers- en adviseurs, woordvoerders en burgemeesters van kleine en middelgrote gemeenten in Nederland (<100.000 inwoners).

Waarom een checklist?
Er is gebleken dat kleine- en middelgrote gemeenten behoefte hebben aan richtlijnen omtrent communicatie bij MO en sociale crises. De checklist is voor hen opgesteld, maar is ook te gebruiken bij vormen van MO in grote gemeenten. MO is grillig, en verloopt nooit hetzelfde. Daarom kan er geen gestandaardiseerd draaiboek aangereikt worden. Wel zijn er een aantal vaste do's and don'ts op communicatiegebied. Die zijn in deze checklist opgenomen.

Hoe de checklist te gebruiken?
De checklist is opgebouwd uit drie delen: communicatie voor, tijdens en na de onrust. Deze onderdelen zijn ieder even belangrijk. Houd altijd rekening met de historie, de situatie en de context van de onrust bij het nemen van beslissingen. Ook het klimaat en cultuur van de plaats waar de onrust zich afspeelt bepaalt de manier waarop gecommuniceerd moet worden en welke communicatiemiddelen het meest effectief zijn. De checklist kan aangevuld worden met eigen inzichten.

In koude tijd: voor de onrust

1 De strategie

Ontwikkel een communicatiestrategie: maak van te voren een communicatie-draaiboek voor verschillende scenario's van MO waar in de gemeente een verhoogde kans op is. Neem hierin op hoe sturing gegeven kan worden aan de betrokken bestuurders, de media en het maatschappelijke netwerk.

2 Het maatschappelijke netwerk

Inventariseer het lokale krachtenveld: weet wie de formele en informele sleutelfiguren/maatschappelijke partners binnen de gemeente zijn. Het verdient aanbeveling om een sociaal calamiteitenplan op te stellen samen met de formele partners, waarbij ook andere beleidsinstrumenten dan alleen communicatie worden behandeld. De informele partners moeten vooral weten waar zij terecht kunnen met 'vroegge signalen'.

Voorbeelden van sleutelfiguren zijn de voorzitter van de voetbalclub, een onderwijzer, een pastoor, de woordvoerder van de Marokkaanse buurtvereniging of de jeugdwerker van de gemeente.

3 De media

Werk aan relaties met lokale, regionale en landelijke media: beschouw hen niet als vijand, maar als vriend. De gemeente dient haar standpunt en de kadering van dit standpunt over een bepaald onderwerp al voorafgaand aan mogelijke onrust onder de aandacht brengen. Als een frame al in de wereld is gebracht, kunnen bestuurders er in tijden van crises aan appelleren en is de kans groter dat de media de-escalierend zullen berichten.

4 De burgemeester

Zorg dat de burgemeester de inwoners kent en omgekeerd. Alleen dan wordt hij serieus genomen in zijn rol als burgervader en tijdens de duiding van de onrust. Zorg dat de burgemeester weet dat hij niet de spreekwoordelijke 'bunker' in moet gaan: de dempende werking gaat juist uit van zichtbare communicatie.

5 Het oefenen

Oefen met MO en hanteer daarbij dezelfde frequentie als bij het oefenen. Behandel tijdens het oefenen de meest uiteenlopende zaken: van het coördineren van stille tochten en het inzetten van een Turks vertaalbureau tot het plaatsen of verwijderen van een filmpje op YouTube en het te woord staan van de Japanse televisie.

In de warme tijd: tijdens de onrust

1 Let op de signalen

Wees alert bij nationale incidenten met een maatschappelijke voedingsbodemp. Deze kunnen ook lokaal tot onrust leiden. Begin bij kennisname van een nationaal incident al met het verhogen van de aandacht van het gemeentelijk apparaat en de sleutelfiguren voor eventuele vroegge signalen.

2 Benoem de crisis

Wacht niet te lang met het intern bestempelen van de gebeurtenissen als crisis. Ook een relatief klein incident, zoals zinloos geweld op een dorpsfeest, kan leiden tot spanningen in de gemeenschap die crisiscommunicatie vereisen van de gemeente. Na het benoemen van een crisis is iedereen alert en kun je gemakkelijker een (crisis)communicatieteam samenstellen. Ook bij MO kan de poolijst gebruikt worden.

3 De gemeente is coördinator

Organiseer de communicatie: bij alle partners in het maatschappelijke netwerk moet duidelijk zijn dat de communicatie tijdens MO wordt gecoördineerd door de gemeente.

4 De burgemeester

Zorg dat de burgemeester open, tijdig, begrijpelijk en consequent communiceert. Het specifieke karakter van MO maakt dat de crisiscommunicatie zich meer dient te richten op emotie en medeleven dan op ratio en informering. Het is niet vanzelfsprekend dat de burgemeester de wijk in moet gaan. Dit kan soms juist meer onrust veroorzaken.

Checklist voor gemeentelijke communicatie bij maatschappelijke onrust (vervolg)

5 Externe adviezen

Gebruik je gezond verstand bij adviezen van externen. Tijdens MO zijn er veel ervaringsdeskundigen die jou advies willen en kunnen geven. Sta hiervoor open, maar bedenk wel dat jij degene bent die de gemeente, de inwoners en de lokale cultuur het beste kent. De burgemeester moet in samenwerking met de communicatieadviseur afwegingen maken op dit gebied. MO in een reformatorische gemeente is immers van een andere orde dan MO in een achterstandswijk.

6 Interactiviteit

Ga niet alleen reactief om met nieuwe media, maar ook pro-actief. Verdiep je in de mogelijkheden van Web 2.0: het interactieve web. Op de website van de gemeente zullen jongeren niet snel kijken. De kans is groot dat je je informatie op een meer aansprekende manier bij je doelgroep kunt laten belanden. Betrek hierbij de eerder genoemde formele en informele sleutelfiguren.

7 De media

Bewaak de regie over de media, analyseer traditionele en nieuwe media, geef prioriteit aan lokale media (of in sommige gevallen juist aan landelijke media) bij interviews en reportages. Sturen op de inhoud is bijna onmogelijk, sturen op het proces is een kans. Het benutten van deze kans begint al in de voorbereidende fase. Een al bestaand frame bijsturen is mogelijk, het conflictframe van de media veranderen niet.

8 Ambassadeurs kweken

Betrek de rest van de ambtenaren: medewerkers zijn ambassadeurs. Bovendien zijn zij niet alleen werkzaam bij de gemeente, maar maken ze buiten kantooruren zelf onderdeel uit van de lokale gemeenschap. Belangrijk is dat ambtenaren hun informatie niet zelf uit de media moeten halen. Stuur de media-analyses naar hen door en plaats de laatste vorderingen op het intranet.

9 Opperuimd

Houd de wijk schoon: dit kan bijdragen aan de-escalatie. Het vergroot het veiligheidsgevoel en saamhorigheidsgevoel van de bewoners. Tevens zorgt een schone wijk voor minder (negatieve) media-aandacht: het communiceert rust. De media zijn immers meer geïnteresseerd in een brandhaard dan in een opgeruimde buurt.

In koude tijd: na de onrust

1 Contacten onderhouden

Onderhoud contacten met het maatschappelijke netwerk, bijvoorbeeld door het aangrijpen van al geplande buurtbijeenkomsten.

2 Conclusies trekken

Evalueer intern en laat de gebeurtenissen door een externe partij evalueren. Realiseer je dat de conclusies uit een dergelijk rapport hard kunnen zijn en door het verschijnen van het rapport opnieuw onrust kan ontstaan. Zet de opgedane ervaringen om in concrete acties.

3 Weer oefenen

Oefen met een categorie van MO die heel sterk verschilt van de categorie van MO waar de gemeente mee te kampen heeft gehad.

Verspreid de geleerde lessen onder je collega-bestuurders of collega-communicatieadviseurs.

Meer weten?

Bij deze checklist hoort een afstudeerrapport: 'Gemeentelijke communicatie bij maatschappelijke onrust: het belang van de sociale antenne'. Deze is binnenkort te downloaden op www.risicoencrisis.nl en via de HBO Kennisbank.

Elize Fallon, juni 2008
Expertisecentrum Risico- en Crisiscommunicatie
Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties