



GEZAMENLIJKE NOTA

Hoe ziet de ideale klimaatcommunicatiestrategie eruit voor en door jongeren?

Datum: 12 november 2021

In het recentste IPCC-verslag wordt opnieuw bevestigd dat we nog maar tien jaar hebben voordat we de emissiequota voor broeikasgassen overschrijden, wat tot een temperatuurstijging op aarde van 1,5°C leidt. Geconfronteerd met de hoogdringendheid van deze situatie komen jongeren in actie voor het klimaat en laten zij hun stem horen om gerechtigheid te eisen, zowel op klimaat- als sociaal vlak. Communicatie is daarbij van cruciaal belang om zaken in beweging te zetten. Jongeren manen aan tot een sociaal klimaatrechtvaardige transitie. Om deze boodschap concreet te maken is de manier waarop men informatie en nieuws verspreidt erg belangrijk, zowel inhoudelijk als de vorm.

De Jongerenvertegenwoordigers Klimaat en Biodiversiteit van de Vlaamse Jeugdraad en Forum des Jeunes¹ stelden zich de volgende vraag: wat zijn de essentiële elementen om over klimaatkwesaties te communiceren naar jongeren toe? De volgende bevindingen en aanbevelingen zijn het resultaat van bevragingen die beide jeugdleden hebben uitgevoerd. De richtlijnen weerspiegelen de mening van de jongeren die zijn geraadpleegd.

Beschikbare informatie over het thema

Uit onze bevraging blijkt dat jongeren graag meer leren over het klimaat, maar verdwalen in de overvloed aan informatie en daardoor niet weten waar te beginnen of wat te geloven. Jongeren hebben nood aan heldere en structurele informatie over de klimaatcrisis, beginnend bij de basiselementen (definities en processen) tot concrete thema's en hoe ze gelinkt zijn aan elkaar (CO²-uitstoot en voeding bv.) alsook welke oplossingen er zijn, welke al uitgevoerd worden en hoe wij, als jonge burger, eveneens ons steentje kunnen bijdragen. Hiervoor zien we hoofdzakelijk een rol weggelegd voor het onderwijs en de media.

De rol van het onderwijs

We zijn ervan overtuigd dat de meeste jongeren bereikt worden via de schoolbanken. De gevolgen van de klimaatcrisis alsook de link met ons dagelijks handelen kunnen zowel in de fysicales als bij Nederlands aan bod komen. Het gaat niet enkel over de theorie (wat is klimaatverandering? Wat is het verschil milieu en biodiversiteit), maar ook over: wat is de impact op jouw leven en wat kan jij eraan doen?

¹ Het Forum des Jeunes is het officiële advies- en vertegenwoordigingsorgaan voor jongeren van 16 tot 30 jaar in de Federatie Wallonië-Brussel. De Vlaamse Jeugdraad is het officiële adviesorgaan van de Vlaamse regering voor alle onderwerpen die verband houden met kinderen, jongeren en jeugdwerkorganisaties.



Het gebrek aan wetenschappelijke kennis over klimaatverandering moet worden aangepakt. In 2020 verwarren sommigen het gat in de ozonlaag nog steeds met het broeikaseffect of duurzame ontwikkeling met ecologie. Om ervoor te zorgen dat jongeren toegang hebben tot deze informatie, is er één plaats die steeds weer naar voren komt: de school.

De opwarming van de aarde moet deel uitmaken van het lesprogramma voor iedereen, niet alleen voor leerlingen in het algemeen onderwijs of de meest welvarende studenten. Er moet een klimaatleerplan worden ontwikkeld dat zich uitstrekt van onze eerste stappen op school tot aan het hoger onderwijs. Voorts is het van essentieel belang te investeren in het onderwijs (formeel en informeel) van jongeren, zodat zij kritische burgers worden die in staat zijn discourses, gegevens en ideologieën te analyseren.

Zich informeren via diverse bronnen

Tijdens de gesprekken gaven de jongeren te kennen dat zij meer over het klimaat zouden willen weten. Daartoe nemen zij maatregelen om zichzelf via hun eigen kanalen te informeren. Als gevolg daarvan kunnen zij verdwalen in de overvloed aan informatie en weten zij niet waar zij moeten beginnen of wat zij moeten geloven.

Digitale technologieën spelen een belangrijke rol bij de overdracht van informatie. Informatie wordt niet langer doorgegeven via traditionele kanalen zoals televisie of radio, maar via Youtube, Twitch, podcasts op streamingplatforms, documentaires van Netflix of andere opkomende spelers zoals Brut media. Enerzijds rijst de vraag naar het beeld dat jongeren hebben ten aanzien van deze nieuwe spelers in het medialandschap. Deze communicatieve vernieuwingen hebben een impact op de samenleving, zonder dat de samenleving ze democratisch in vraag kan stellen. Anderzijds bevatten sommigen van deze media goudmijnen aan informatie over klimaatkwesties, maar deze worden door de onderwijsgemeenschap maar al te zelden als waardevol beschouwd. Het zou interessant zijn om zowel leerkrachten als leerlingen in te lichten over alternatieve media (youtubers, columnisten, podcasts, ...) en bruggen te slaan naar het formele onderwijs. Want in ons privéleven zijn het duidelijk deze mediavormen die ons zaken bijleren over onder andere het klimaat.

Jongeren in België zijn vormen een heterogene groep (bijvoorbeeld op het gebied van sociaal-economische situatie, cultuur, geslacht, enz.). We moeten elk van hen, en vooral de meest kwetsbaren, de instrumenten aanreiken om de wereld rondom hen te begrijpen en om nieuwsgierig te zijn en uit hun *sociale media-bubbel* te stappen.

Voor de meer traditionele media is het belangrijk de tijd te nemen om milieukwesties te behandelen als complexe onderwerpen. Dit vereist meer dan korte artikelen of videoreportages in het nieuws; het is nodig de middelen te mobiliseren die genuanceerde debatten mogelijk maken.

De klimaatboodschap: inhoud en bereik

Heel wat van de bevroegde jongeren haalden aan hoe belangrijk voor hen het aspect sociale rechtvaardigheid is wanneer het gaat over het klimaat. Een intersectionele lens is bij klimaatcommunicatie daarom essentieel. De klimaattransitie moet een inclusief verhaal zijn.

Bij nieuwsgeving over het klimaat is het belangrijk om niet enkel de symptomen van de klimaatcrisis te bespreken, maar ook om de systemen die de klimaatcrisis veroorzaken niet uit het oog te verliezen. Heel



wat van de bevroegde jongeren menen dat de klimaatcrisis enkel het nieuws haalt wanneer er bijvoorbeeld een natuurramp gebeurt. Dat zorgt ervoor dat we de klimaatcrisis soms enkel gaan bekijken als extreme gebeurtenissen en niet als een crisis die elke dag verergert. Zo wordt ook het feit dat de situatie van veel jongeren over heel de wereld nu al dagelijks bedreigd wordt amper belicht. Voor hen is het beperken van de klimaatopwarming geen strijd over het redden van hun toekomst, maar voor het behoud van hun dagelijkse leven. Door ook die verhalen prominenter te vertellen, maken we de impact van de crisis duidelijker.

De bevroegde jongeren wezen erop dat de urgentie om actie te ondernemen voor het klimaat niet zo goed gecommuniceerd wordt en dat het vaak klinkt als een ver-van-hun-bedverhaal. Door het gebruik van bepaalde woordenschat, zoals bijvoorbeeld klimaatcrisis in plaats van -opwarming, krijgen ze die boodschap duidelijker mee. We zijn er dan ook van overtuigd dat jongeren meer nood hebben aan informatie over het klimaat dat 'dichtbij' komt. Dat kan bijvoorbeeld door de effecten van de klimaatcrisis meer te visualiseren, in plaats van het enkel over graden Celsius en ton CO² te hebben. Ook minder droge vormen van nieuwsgeving, zoals storytelling, kan de klimaatcrisis voor jongeren concreter en beter te bevatten maken. Dat is een rol die media-actoren zeker kunnen spelen, maar ook in het onderwijs helpt dit om onderwerpen zoals het klimaat te bespreken.

Berichtgeving over het klimaat is meestal een slechtnieuwsshow. Er is te weinig ambitie vanuit het beleid, natuurrampen bedreigen de leefomgevingen van mensen over de hele wereld en we weten zagezegd eigenlijk niet goed of er nog wel een oplossing is. Heel wat van de bevroegde jongeren benadrukken dat klimaatcommunicatie niet enkel negatief mag zijn maar ook *empowered* moet werken en er soms meer aandacht moet gaan naar positieve evoluties. Op die manier blijven jongeren geëngageerd om zich in te zetten en krijgen ze niet het gevoel dat alles toch al om zeep is.

De jongeren die we bevroegden merkten op dat er vaak zaken in twijfel getrokken worden die wetenschappelijk al duidelijk en eenduidig bewezen werden. We vragen dan ook dat overheidsinstanties en media beter waken over wie ze een platform geven en naar wie ze luisteren over dit thema en waarom. Een vals debat waarin iemand zaken die al bewezen zijn komt ontkennen, creëert enkel verwarring.

Hieronder een weergave hoe dat wij, jongeren, de klimaatcommunicatie willen zien: welke thema's, welke vorm, welke stijl en aanpak:

Communiseren over de gevolgen van klimaatverandering

Het is van essentieel belang dat wij onze broeikasgasemissies nu verminderen. Om deze urgentie te benadrukken, is het raadzaam een deel van de communicatie toe te spitsen op de reeds zeer reële gevolgen van de klimaatverandering, ook al zijn die soms nog ver weg. Het is immers bekend dat vooral de bevolkingen van het Globale Zuiden erdoor getroffen worden (bv. de hongersnood in Madagaskar na jaren van uitzonderlijke droogte). Het is belangrijk te begrijpen dat het geen "Apocalyps" van de ene dag op de andere is als we de 1,5°C in 2030 of de 2°C in 2050 overschrijden, maar dat de temperatuurstijging van +1°C nu al zeer reële gevolgen over de hele wereld heeft. En dat de urgentie juist ligt in het uitblijven van actie, omdat het slechtste traject dat we kunnen volgen voor velen business as usual is. Een belangrijke boodschap van de wetenschappelijke gemeenschap is dat elke ton koolstof die wij niet in de atmosfeer uitstoten van belang is. Scherpe communicatie over deze boodschap is een manier om eco-



angst te voorkomen, maar het is ook een manier om de inactie van beleidsmakers en bedrijfsleiders te overwinnen.

Hoop geven

Catastrofisme alleen mobiliseert niet, evenmin als de retoriek dat alles wel goed zal komen en dat we gewoon moeten wachten op technologische innovaties. Welk verhaal kunnen we vertellen om jongeren over te halen hun gedrag te veranderen en betrokken te raken? Wij pleiten voor positieve communicatie, waarbij heel concreet wordt getoond hoe de wereld er in 2030-'50 uit zal zien en waarbij de nadruk ligt op het werk van de pioniers. Het gaat erom de positieve acties te laten zien die er zijn, voorbeelden te tonen die werken om antwoorden te geven aan jongeren die willen bijdragen aan de wereld van morgen. En bovenal beantwoordt het aan een fundamentele behoefte van jongeren: een perspectief voor de toekomst hebben. In dit verband kan het inspirerend zijn om te communiceren over bestaande mogelijkheden die jongeren in staat stellen te handelen in overeenstemming met hun milieuwwaarden (of het nu gaat om bestaande studies, het ontwikkelen van beroepen, vrijwilligersprogramma's die op zoek zijn naar jongeren, "langzame" vakanties dicht bij huis met de fiets/trein, enzovoort).

Mensen verantwoordelijk maken zonder hen te stigmatiseren

Individuele verantwoordelijkheid is noodzakelijk, maar er is meer nodig. Het begrip ecologische voetafdruk is door grote fossiele-brandstofbedrijven populair gemaakt om de verantwoordelijkheid van individuen en niet van bedrijven/systemen te benadrukken².

De reikwijdte van de over te brengen boodschap moet ook zinvol zijn voor de bevolking als geheel. Zo zijn er bijvoorbeeld overtuigende boodschappen als "Vlieg niet voor vakantie". Maar deze boodschappen hebben alleen zin voor een bepaald deel van de bevolking dat het zich kan veroorloven te reizen, en daarbovenop te reizen op een duurzame manier. De boodschap is zelfs contraproductief voor gezinnen in een preciaire situatie, die de kleinste koolstofvoetafdruk hebben in de samenleving (zowel in België als vanuit een noord-zuidperspectief). Deze gezinnen hebben nog meer te lijden onder de gevolgen van milieucrisissen (overstromingen, stijgende energieprijzen, ...).

Doeltreffende communicatie over het probleem van de opwarming van de aarde mag niet langer uitsluitend gebaseerd zijn op individuele verantwoordelijkheid. Zij moet rekening houden met de systemische problemen en de diepere oorzaken van de crisis die wij doormaken (kapitalisme, kolonialisme, extractivisme, enz.).

Breng geëngageerde jongeren niet in diskrediet

Het is verleidelijk om te wijzen op de tekortkomingen van jongeren die verandering eisen. Zo is de vinger wijzen naar jonge klimaatbetogers over hun vliegvlagen geen behulpzame of welwillende reactie. Het is gewoon een weigering om te luisteren naar hun eisen, en een weigering om zichzelf in vraag te stellen. Maar ook, meer in het algemeen, een weigering om de complexiteit te vatten van een systeem waarin we gevangen zitten. Ten slotte doet dit geen recht aan de jongeren die werkelijk de dragers van verandering zijn.

² <https://www.theguardian.com/commentisfree/2021/aug/23/big-oil-coined-carbon-footprints-to-blame-us-for-their-greed-keep-them-on-the-hook>



Het voortdurende techno-optimisme achter ons laten

Boodschappen als "We zullen gered zijn dankzij alle nieuwe technologieën uit Silicon Valley die de economie zullen dematerialiseren" of "We hoeven alleen maar te wachten op een machine die koolstof bij de bron opvangt en opslaat, en dan komt alles in orde" moeten niet te lichtzinnig worden gecommuniceerd. Er is behoefte aan nuancering en kritiek, gezien het gevaar dat een vorm van inactie wordt versterkt, maar ook dat afstand wordt genomen van de dringende noodzaak om geïnformeerd te zijn en de situatie in al haar complexiteit te begrijpen. Het is gevaarlijk ons te doen geloven dat er een wonderoplossing bestaat, want dat is niet zo. Een "levensreddende" technologie zal nooit de tijd hebben om op grote schaal te worden ingezet om aan de urgentie van de problemen tegemoet te komen. Daarom moeten we nu handelen door te werken aan de vermindering van onze uitstoot. Dit zal uiteraard gaandeweg worden aangevuld met relevante technologieën.

Wat met desinformatie en complottheorieën?

Fake nieuws is zeer wijdverspreid betreffende de klimaatcrisis. Uit onze bevraging kwamen meerdere elementen naar boven waarop jongeren zich baseren om desinformatie te herkennen en wat zij vinden dat eraan gedaan moet worden. De meest terugkerende antwoorden, waren de volgende:

- De meeste jongeren antwoordden dat ze op school of via hoger onderwijs geleerd hebben hoe misinformatie te herkennen. Ze verifiëren de bronnen, volgen nieuwspagina's die ze vertrouwen, ze bekijken de wetenschappelijke onderbouwing, enz. Maar telkens zeiden ze er wel bij: "ik ben natuurlijk geen wetenschapper, dus ik weet nooit met 100% zekerheid of de boodschap echt juist is" of "ik moet toegeven dat ik sommige artikels ook wel gewoon geloof wanneer ik ze lees omdat ik de bron vertrouw. Het zou iets te veel werk zijn om alles te verifiëren."
- Soms komen de jongeren geen misinformatie tegen, maar vinden ze dat de boodschap te positief of te negatief verwoord is, waardoor de feiten verdraaid worden. Bv. "Elektrische wagens zijn minder slecht voor het milieu". Hier betekent 'minder slecht' niet per se 'beter' of 'goed' voor het milieu. Bij wat verder onderzoek³ blijkt dat de productie van elektrische wagens ook vervuilend is. Dus het is belangrijk dat de boodschap genuanceerd wordt.
- Een andere frustratie was het niet aan bod laten komen van alle aspecten van de klimaatcrisis, waardoor wel een fout beeld kan ontstaan over de urgentie en de gevolgen van de crisis. Het aspect van de sociale onrechtvaardigheid werd meermaals vermeld als een onderwerp dat te weinig besproken wordt in de media of waarover te weinig diverse stemmen aan bod komen.

We kunnen hieruit concluderen dat jongeren het belangrijk vinden dat er gesensibiliseerd wordt over fake nieuws. Het zal altijd bestaan en we gaan het niet kunnen wegdenken wanneer het klimaatthema aan bod komt, maar jongeren zijn er wel van overtuigd dat elke burger zelf kritisch kan leren nadenken over het thema en via opleiding te weten komen hoe ze boodschappen kunnen verifiëren. Daarbij werd ook gesuggereerd dat wetenschappelijke artikels vaker vertaald moeten worden naar toegankelijke teksten zodat meer mensen kunnen begrijpen wat de achterliggende onderbouwing is van een wetenschappelijke vaststelling. Anderzijds zijn jongeren zich ook zeer bewust van de sensatie-eigenschap dat nieuws en media met zich meebrengt. Het zou beter zijn mocht het klimaatthema als een complex

³ <https://factcheck.vlaanderen/factcheck/elektrische-auto-milieuvriendelijker-dan-bezine-of-diesel>



onderwerp behandeld worden, i.e. het de nodige aandacht schenken en de boodschap niet beknopt of maar deels overbrengen.

De crisis zelf kan objectief aangetoond worden en via statistieken bewezen worden dat het met ons klimaat de slechte kant opgaat. Toch wordt het thema door beleidsmakers en media-actoren zeer gepolariseerd, wat een jammere zaak is. Want we streven allemaal dezelfde belangen na, met name: klimaattransitie aangaan en ervoor zorgen dat wij, toekomstige generaties, minimale gevolgen zullen ondergaan van de klimaatopwarming. We vragen dan ook gewillig dat de overheid en de Belgische media-actoren hun verantwoordelijkheid opnemen om fake nieuws en complottheorieën zo veel als mogelijk te bannen van hun kanalen en eigen publicaties. Een waarschuwingsboodschap op communicatieplatformen is daarbij aangeraden zodat lezers en kijkers beseffen dat de gegeven informatie niet geverifieerd is of niet klopt met wetenschappelijke bewijzen over klimaatverandering.

Wat met klimaatmoehed: te veel communicatie?

Er lijkt inderdaad een zekere mediamoeheid te bestaan over klimaatverandering. Ons lijkt het dat dit in de eerste plaats te wijten is aan een zekere typische informatie-hype op sociale netwerken (denk aan het geval van Greta Thunberg, wiens elke beweging ons wordt gemeld). Het is ook te wijten aan een zeker gebrek aan positieve informatie, aan wegen die kunnen worden verkend of gewoon aan toekomstperspectieven. Waarom proberen we niet wat meer te communiceren over hoe duurzame samenlevingen eruit zouden kunnen zien (in 2030, 2040, 2050), en wat minder over wat er voor ons op het spel staat, op een toon die altijd heel serieus en economisch/politiek correct is? Communiceren over duurzame utopieën is een goede manier om de valkuil te vermijden van een "terugkeer naar het stenen tijdperk" die de "ecologen" graag zouden zien.

Ten tweede zou het ook welkom zijn om meer emotionele en artistieke manieren te delen om de klimaatcrisis aan te pakken. Of het nu theater, film, boeken, lezingen, enz. zijn. Er zijn verschillende complementaire manieren om te komen tot de verandering in het maatschappelijk verhaal dat wij nodig hebben, en die dieper moeten gaan dan een feitelijk besef van de situatie.

Om niet alles te overschaduwen onder de klimaatdreiging, kan het tenslotte stimulerend zijn om de verbanden te leggen tussen de verschillende strijdpunten. Dit wordt intersectionele strijd genoemd: feminisme en ecologie, racisme/ kolonialisme en ecologie, precariteit /ongelijkheid en kapitalisme, enz.

We kunnen het ook hebben over klimaatmoehed, gezien het gebrek aan samenhang dat kan bestaan tussen een artikel over de opwarming van de aarde en de gevolgen daarvan en een advertentie voor een luchtvaartmaatschappij of de nieuwste elektrische SUV. Of het nu op internet is of in de gedrukte media, deze voorbeelden komen steeds weer terug en geven een gemengd gevoel over de meegedeelde informatie. Het lijkt inderdaad zinvol de reclame voor vervuilende goederen en diensten te beperken. Het zou meer dan interessant zijn als de staat dit ook op internetplatforms (Facebook en Youtube doorgaans) zou kunnen reguleren.

Jongerenparticipatie

Communicatie is tweerichtingsverkeer. Praten over jongeren en het klimaat is één ding, luisteren naar jongeren over het klimaat is net zo belangrijk. Jongeren zijn immers de eersten die zich op lange termijn zorgen maken. De nieuwe generaties zien een onzekere toekomst voor zichzelf en hun toekomstige



kinderen. Geen prioriteit geven aan jongeren betekent geen rekening houden met de slachtoffers van morgen. Verder moeten we structureel betrokken worden bij alle fasen van het klimaatbeleid en bij alle andere zaken die ons aangaan: van uitwerking tot uitvoering, tot evaluatie.

Conclusie

We hebben bij jongeren gepeild naar de ideale klimaatcommunicatiestrategie en in dit document staan de belangrijkste richtlijnen en aanbevelingen gebaseerd op de gesprekken die de jeugdraden gevoerd hebben. We hopen hiermee impact te hebben op hoe relevante stakeholders aan de slag gaan rond het klimaatthema.

We begonnen dit document met de urgentie aan te kaarten van de klimaatverandering. Met heel wat jongeren waarmee we gesproken hebben, bleek ook dat zij zich zorgen maken over hun toekomst en over de inactie van beleidsmakers en bedrijfsleiders. Het is voor veel jongeren duidelijk dat we nu maatregelen moeten nemen om erger te vermijden in de komende jaren en decennia.

De rol van media-actoren alsook het onderwijs valt hierbij niet te onderschatten. Een klimaatleerplan moet opgesteld worden zodat de brede en wetenschappelijke kennis over klimaatverandering al van kleins af aan kan worden meegegeven. Hier moet eveneens de nadruk liggen op een sociaal, klimaatrechtvaardige transitie, gezien jongeren hiernaar ijveren. Via het onderwijs is het bereik naar jongeren toe het grootst, daarom zijn we ervan overtuigd dat het thema 'klimaat' zowel in de fysicales als bij Nederlands besproken kan worden, gezien de breedheid van het thema.

De media speelt eerder een rol op individueel niveau van de jongeren. Zij leren namelijk zeer veel via de informatie dat ze zelf opzoeken en verkrijgen via diverse bronnen. De grote verscheidenheid aan informatie heeft zowel voor- als nadelen. Er ligt een schat aan kennis op het internet, maar er zit ook onzin bij. Media-actoren hebben dus zeer veel macht in het overbrengen van klimaatboodschappen. Daarom is het van cruciaal belang dat zij dit onderwerp in al zijn complexiteit behandelen. Zaken die wetenschappelijk meermaals bewezen zijn, zouden eigenlijk niet meer in vraag moeten gesteld worden. De linken leggen tussen de diverse gevolgen van de klimaatverandering (sociale onrechtvaardigheid bv.), zijn wel relevant en belangrijk om uit te leggen aan het brede publiek via traditionele media.

Ook de manier waarop we communiceren over het klimaat, is essentieel om de hoogdringendheid te benadrukken alsook om iedereen in de samenleving aan te moedigen snel in actie te schieten om de sociaal-ecologische transitie te volbrengen (en zo catastrofale gevolgen van de klimaatverandering te vermijden). We hebben concrete richtlijnen geformuleerd hierover, waaronder:

- Eerlijker communiceren over de gevolgen van de klimaatverandering
- Meer vooruitkijken naar de toekomst en hoop geven dat actie nog steeds kan leiden tot positieve verandering voor onze planeet
- De gehele samenleving verantwoordelijkheid geven zonder bepaalde personen of groepen te stigmatiseren
- Speciale aandacht voor geëngageerde jongeren die klimaatacties eisen. Breng deze jongeren niet in diskrediet door hen persoonlijk aan te vallen, maar luister naar hun vragen en bezorgdheden en ga in gesprek met hen.
- Laat het voortdurend techno-optimisme achter ons. Nieuwe technologieën zullen inderdaad helpen in de uitstootvermindering, maar mirakeloplossingen zullen er niet komen in de zeer nabije toekomst. Wees eerlijk en realistisch in deze communicatie.



Fake nieuws is zeer wijdverspreid betreffende de klimaatcrisis. De crisis zelf kan objectief aangetoond worden en via statistieken bewezen worden dat het met ons klimaat de slechte kant opgaat. Toch wordt het thema door beleidsmakers en media-actoren zeer gepolariseerd, wat een jammere zaak is. Want we streven allemaal dezelfde belangen na, met name: klimaattransitie aangaan en ervoor zorgen dat wij, toekomstige generaties, minimale gevolgen zullen ondergaan van de klimaatopwarming. We vragen dan ook gewillig dat de overheid en de Belgische media-actoren hun verantwoordelijkheid opnemen om fake nieuws en complottheorieën zo veel als mogelijk te bannen van hun kanalen en eigen publicaties. Een waarschuwingsboodschap op communicatieplatformen is daarbij aangeraden zodat lezers en kijkers beseffen dat de gegeven informatie niet geverifieerd is of niet klopt met wetenschappelijke bewijzen over klimaatverandering.

Klimaatmoeheid is eveneens een bekend probleem onder jongeren. We horen namelijk zeer vaak dat we actie moeten ondernemen om de klimaatdoelstellingen te behalen, maar we zien geen concrete transitie maatregelen uitgevoerd worden. Het zou ons ten zeerste helpen dat de media een concreet toekomstbeeld schetst en daarbij meerdere vormen van expressie aan bod laten komen. Ook hier is hoop geven door positief te communiceren de doelstelling om de gevolgen van de klimaatverandering tot een minimum te beperken, van cruciaal belang om angst voor de toekomst bij jongeren te vermijden alsook om klimaatacties te stimuleren.

Tot slot, is het fundamenteel om jongeren te betrekken bij het gevoerde klimaatbeleid en de communicatie rond alles wat te maken heeft met het klimaat (van basisinformatie tot de gevolgen en oplossingen). Jongerenparticipatie is vitaal wanneer we het over klimaat hebben. Nog meer dan bij andere beleidsdomeinen, hebben huidige beslissingen inzake de klimaatverandering directe gevolgen voor onze manier van leven in de toekomst. Betrek jongeren dan ook wanneer beleid gevoerd wordt en wanneer er gecommuniceerd wordt over het klimaat naar jongeren toe.