

Vergaderjaar 2020–2021

32 820

Nieuwe visie cultuurbeleid

Nr. 414

BRIEF VAN DE MINISTER VAN ONDERWIJS, CULTUUR EN WETENSCHAP

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 31 maart 2021

Met deze brief informeer ik uw Kamer over het verloop van de uitreiking van de Canon van Nederland aan achttienjarigen en personen die het Nederlandschap verwerven. In mijn beantwoording van het schriftelijk overleg van 3 september 2020 over de herijking van de Canon van Nederland heb ik aangegeven dat de Canon door middel van een online campagne zou worden uitgereikt aan achttienjarigen.¹ Daarnaast is de Canon fysiek uitgereikt aan personen die het Nederlandschap verwerven.

De uitreiking aan achttienjarigen

De uitreiking van de Canon van Nederland voor achttienjarigen heeft plaatsgevonden door middel van een online campagne met een doorlooptijd van vier maanden. De campagne is via YouTube en Instagram uitgevoerd, met als motto «Open je ogen, leer van het verleden en sta voor je toekomst». De uitreiking werd in september afgetrapt middels een campagnevideo waarin drie, voor de doelgroep aansprekende, influencers deze boodschap overbrachten. De campagnevideo was te bekijken via YouTube en Instagram. Vervolgens zijn korte video's verspreid, waarin de drie influencers ingaan op de levenslessen die zij uit de Canon halen en wat deze voor hen betekenen. Als opvolger daarvan werd via het Instagramkanaal van de Canon van Nederland informatie over andere Canonvensters gedeeld. Daarnaast werd de online campagne op verschillende plekken in het land fysiek zichtbaar gemaakt door middel van muurschilderingen van verschillende Canonvensters met de daarbij behorende levenslessen. Deze muurschilderingen werden vervolgens ook getoond op het Instagramkanaal van de Canon van Nederland.

¹ Kamerstuk 32 820, nr. 395, p. 17.

Resultaten

Met de campagne is een grote groep jongeren bereikt. De campagne is door middel van advertenties bij alle jongeren met een Instagram en/of YouTube account onder de aandacht gebracht. Via Instagram zijn in totaal 462.591 jongeren van zeventien en achttien jaar bereikt.² Deze groep jongeren heeft in totaal 8,5 miljoen keer een video of «post» over de Canon op hun Instagram account voorbij zien komen. Op YouTube zijn de video's gericht verspreid onder achttien tot vierentwintigjarigen.³ Deze groep heeft de video's 1,021 miljoen keer bekeken. De voorvertoningen van de Canonvideo's werden 468.698 keer vertoond. Gemiddeld keken jongeren de video's voor 87% uit.

Om ook het kwalitatieve bereik van de campagne te beoordelen, is met een aantal jongeren een nagesprek gevoerd. Uit deze gesprekken komt naar voren dat de jongeren vooral de vorm van de campagne aantrekkelijk vinden. Met name de video's en de muurschilderingen spreken aan. Ook zet de inhoud van de campagne de jongeren aan tot denken. Ook herkennen de jongeren zich in de meeste thema's en zet de inhoud van de campagne de jongeren aan het denken. De link met de vensters uit de Canon van Nederland wordt niet direct gelegd. Concluderend blijkt vooral de vorm aantrekkelijk voor jongeren, de inhoud komt op de tweede plaats. Een uitreiking leent zich daarmee voor een eerste kennismaking met de verschillende vensters, maar minder voor inhoudelijke kennisoverdracht.

De uitreiking aan personen die het Nederlanderschap verwerven

De uitreiking van de Canon aan personen die het Nederlanderschap verwerven heb ik in samenwerking met de Vereniging voor Nederlandse gemeente en de Nederlandse Vereniging voor Burgerzaken opgepakt. Voor de naturalisatiedag op 15 december heb ik 10.000 gratis exemplaren van de publicatie *Wat fijn, de Canon in het klein* aan Nederlandse gemeenten verstrekt. Vanwege het succes heb ik nogmaals 10.000 exemplaren ter beschikking gesteld. In totaal zijn daarmee 20.000 exemplaren van de publicatie verspreid. Gemeenten kunnen zelf extra exemplaren van de publicatie bij bestellen.

De Minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap,
I.K. van Engelshoven

² Volgens Statline, de databank van het CBS, telde Nederland in 2020 in totaal 207.149 zeventienjarigen en 213.523 achttienjarigen. Het aantal is hier hoger omdat men meerdere accounts kan hebben.

³ Dit heeft te maken met de verschillende mogelijkheden van deze platforms om advertenties gericht in te zetten voor een bepaalde doelgroep.