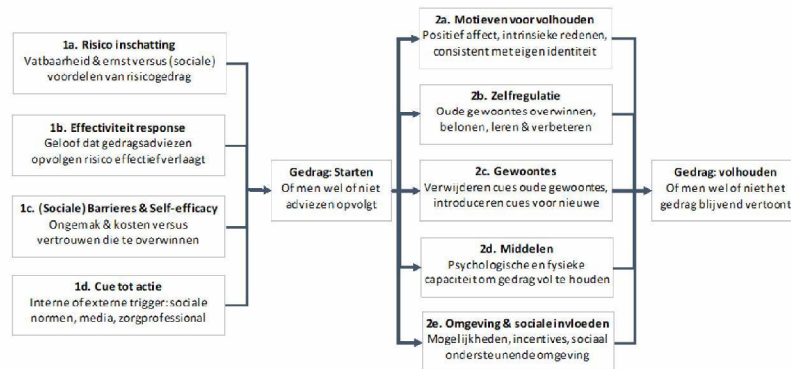


WP2: Literatuur update COVID-19 en gedrag 08-04-2020

(10)(2e)

(10)(2e)

(10)(2e)

Fase 1: opstarten**Fase 2: volhouden**

Er is literatuuronderzoek gedaan naar de preventiegedragingen die bij uitstek relevant zijn bij COVID-19. De tot nu toe verworven en verwerkte literatuur is hieronder samengevat aan de hand van het bovenstaande model. Hieronder eerst per relevante gedraging de literatuur beschreven per modelfactor. Daaronder is dit document aangevuld met algemene principes en meer abstracte onderwerpen uit literatuur, conceptueel toepasbaar op meerdere gedragsrichtlijnen.

Gedrag: Handen wassen

Complexiteit laag midden hoog

- Hoe moeilijk is het gedrag?
- Stimuleert de omgeving het?
- Voorbereidende handelingen en/of planning nodig?

Draagvlak laag midden hoog

Compliance laag midden hoog

Determinanten van compliance gedrag

Handen wassen is gewoontegedrag, gedrag wat grotendeels uitgevoerd worden buiten onze bewuste gedachteprocessen om (Lunn, Belton et al. 2020). Met alleen educatie en kennis vergroting zijn gewoonten lastig te doorbreken. Er is onderzoek gedaan naar welke interventies hierbij wel helpen, maar de meeste hiervan zijn in de gezondheidszorgsetting (Lunn, Belton et al. 2020).

1a. Risico-inschatting

Onderzoek naar handen wassen laat zien dat enkel educatie en informatie vaak onvoldoende werken (Lunn, Belton et al. 2020).

1b. Effectiviteit response

1c. Barrières & eigen effectiviteit

Het handen wassen moet goed gebeuren. Delen vergeten of geen zeep gebruiken kan risico op besmetting vergroten. Het BIT-UK heeft 7 posters met juiste instructies bekeken en voorgelegd aan 3000 proefpersonen. De 3 beste posters beschreven het handenwasproces stap-voor-stap en met zo min mogelijk aanvullende tekst (BITUK 2020).

1d. Cue tot actie

Ook de fysieke omgeving moet erop gericht zijn om handen wassen te bevorderen, het moet makkelijk zijn om de handen te wassen. Zeep moet aandacht trekken vlak voordat het gebruikt moet worden, door deze strategisch te positioneren. Hierbij kan ook gebruikgemaakt worden van boodschappen die walging opwekken, maar bewijs dat boodschappen waarin sociale normen duidelijk worden gemaakt is niet gevonden (Lunn, Belton et al. 2020).

Een communicatiebericht waarin de collectieve voordelen van preventieve gedragingen zoals vaker handen wassen werden benadrukt, leiden tot een hogere intentie om dat gedrag uit te voeren dan een bericht waarbij de nadruk lag op persoonlijke voordelen.

Het bericht waar de *collectieve* voordelen werden benadrukt luidde:

“This means coronavirus is a serious threat to your community. It is recommended that you take this threat very seriously to prevent spreading COVID-19 and causing people in your community to get very ill or die. Fortunately, there are steps you can take to keep your community safe.”

Het bericht waar de *persoonlijke* voordelen werden benadrukt luidde:

“For all of these reasons, coronavirus is a serious threat to you. It is recommended that you take this threat very seriously to prevent contracting COVID-19 and getting very ill or dying. Fortunately, there are steps you can take to keep yourself safe”.

Er was geen significant verschil in effectiviteit tussen het bericht met nadruk op collectieve voordelen en het bericht met nadruk op zowel persoonlijke als collectieve voordelen. Andere preventiegedragingen waarvoor dit geldt zijn: geen handen schudden; je gezicht niet aanraken; mensen niet knuffelen; binnen blijven als je je een beetje ziek voelt; zoveel mogelijk thuis blijven, zelfs als je niet ziek bent en je mond bedekken als je niest of hoest (Jordan, Yoeli en Rand, 2020).

2. Volhouden

2a. Motieven voor volhouden

2b. Zelfregulatie

2c. Gewoontes

Mensen raken hun gezicht erg vaak aan, studies vonden tussen de 10 en 20 keer per uur (Lunn, Belton et al. 2020). Hierdoor is hand hygiëne een belangrijk middel is om transmissie tegen te gaan. Het verhogen van het bewustzijn van de onbewuste gewoonte om het gezicht aan te raken en een begrip van zelf-inoculatie (via handen virus overbrengen naar gezicht) wordt door Kwok et al. gesuggereerd als manier om compliance met handen hygiëne te verhogen, zij het getest onder medische studenten (Kwok, Galton et al. 2015).

2d. Middelen

Het strategisch positioneren van zeep kan relevant zijn in zorginstellingen en ziekenhuizen, waar de compliance niet altijd hoog is (zelfs niet op IC's). Werkende interventies zijn het plaatsen van zeep en desinfectiemiddel direct na de deur, bij de ingang, in het midden van een entree of een lift lobby; compliance moet zo makkelijk mogelijk zijn (Lunn, Belton et al. 2020). Ook op kantoren blijkt dat het aanbieden van verschillende handhygiëne producten, in combinatie met een uitleg hoe deze te gebruiken, bijdraagt aan de compliance van handhygiëne (Lunn, Belton et al. 2020).

2e. Omgeving en sociale invloeden

Contextgevoeligheid

Doelgroep verschillen

Anders

Niet-modificeerbaar

Interventies

Hand hygiëne programma's die compliance willen verhogen voor en na patiënt contact, zouden een boodschap moeten includeren dat het aanraken van neus en mond een gebruikelijke handeling is, om bewustzijn te verhogen van deze transmissie route (Kwok, Galton et al. 2015).

De effecten van gedrag en/of maatregel op fysieke, sociale en mentale gezondheid.

Gedrag: 1,5 meter afstand

Complexiteit laag midden hoog

- Hoe moeilijk is het gedrag?
- Stimuleert de omgeving het?
- Voorbereidende handelingen en/of planning nodig ?

Draagvlak laag midden hoog

Compliance laag midden hoog

Ook zonder klachten wordt opgedragen minimaal 1,5 meter afstand van anderen te houden en sociale activiteiten en groepen mensen te vermijden.

Determinanten van compliance gedrag

1a. Risico-inschatting

Mensen kunnen gevoelig zijn voor een optimism bias: ze schatten de kans om geïnfecteerd te worden met het coronavirus, evenals anderen te infecteren, lager in voor henzelf dan voor een gelijkwaardige andere (Kuper-Smith, Doppelhofer et al. 2020). Een dergelijke bias kan er mogelijk voor zorgen dat mensen met een optimism bias eerder het virus verspreiden, door de overtuiging dat ze minder snel het virus zullen krijgen en overdragen.⁶

De zogenaamde locus of control is hier ook relevant: als mensen zichzelf in controle voelen over het risico van het virus oplopen (high internal locus of control), dan is dit over het algemeen geassocieerd met een positieve gedragsverandering (Dunning and Pownall 2020).

Een vragenlijstonderzoek onder mensen uit de VS, het VK en Duitsland gehouden op 16 maart 2020, laat zien dat deelnemers aan het onderzoek denken dat ze systematisch minder kans hebben om geïnfecteerd te raken met Covid 19 en ook dat ze minder kans hebben om het virus te verspreiden als ze het zelf hebben opgelopen, in vergelijking met mensen van dezelfde leeftijd en woonachtig in dezelfde woonplaats. Er is sprake van een zogenoemde 'optimisme bias'. En hoe optimistischer mensen zijn over het niet infecteren van anderen, hoe moeilijker zij denken dat het is om het contact met anderen te verminderen, hoe minder noodzakelijk ze denken dat een dergelijke vermindering is en hoe minder waarschijnlijk het is dat ze de beste praktijken rond hygiëne volgen. Deelnemers aan het onderzoek denken niet dat de ernst van de ziekte wanneer eenmaal geïnfecteerd minder erg is dan bij vergelijkbare personen (hier is geen sprake van een optimisme bias) (Kuper-Smith et al., 2020).

1b. Effectiviteit response

1c. Barrières & eigen effectiviteit

Onderzoek laat zien dat hoe optimistischer men is over hun kans betreffende het niet infecteren van anderen, hoe moeilijker men denkt dat het is om contact met anderen te verminderen en hoe minder noodzakelijk men denkt dat vermindering van direct sociaal contact is (Kuper-Smith, Doppelhofer et al. 2020).

Uiten vragenlijstonderzoek onder mensen uit de VS, het VK en Duitsland gehouden op 16 maart 2020, blijkt dat deelnemers denken dat ze het verminderen van fysieke contacten noodzakelijker vinden dan anderen; dat zij hygiëne maatregelen beter opvolgen dan anderen; dat anderen veel meer zullen lijden aan het verminderen van sociale contacten dan zichzelf; dat ze meer vrijwillige sociale contacten zouden verminderen dan anderen; en dat zij sociale contacten makkelijker kunnen reduceren dan anderen (Kuper-Smith et al., 2020).

1d. Cue tot actie

Berichten die ieders taken en verantwoordelijkheden jegens familie, vrienden en medeburgers benadrukken kunnen mogelijk een effectieve strategie vormen (Everett, Colombatto et al. 2020). Deze maatregel: "Winkels en het openbaar vervoer nemen maatregelen om ervoor te zorgen dat mensen afstand houden." kan worden gebruikt en wordt ook al gebruikt om in winkels en openbaar vervoer afstand te waarborgen. De cues tot actie zoals in Lunn (2020) en Van Bavel (2020) beschreven kunnen in die context een rol spelen.

Een experiment onder (een niet-representatieve groep) mensen in Duitsland dat op 19 en 20 maart is uitgevoerd, toont aan dat de combinatie van informatie geven over waarom het belangrijk is om afstand tot elkaar te houden en een empathie bericht daaraan toevoegen de motivatie verhoogt om de social distancing maatregel op te volgen. De empathie conditie betrof een 1 minuut durende video waarin je een 91-jarige man hoort vertellen dat hij zijn chronisch zieke vrouw niet meer kan bezoeken omdat ze corona heeft. De informatie die gegeven werd is dat social distancing een effectief instrument is om verspreiding van het virus te beperken, de druk op het zorgstelsel te voorkomen en kwetsbaren in de samenleving te beschermen. Alleen informatie geven verhoogde de motivatie tot social distancing niet significant in vergelijking met de controlegroep die geen interventies kreeg (Pfattheicher et al., 2020).

Een communicatiebericht waarin de collectieve voordelen van preventiegedrag zoals social distancing werd benadrukt, is relatief gezien effectiever dan een bericht dat de persoonlijke voordelen benadrukt (Jordan, Yoeli en Rand, 2020).

2. Volhouden

2a. Motieven voor volhouden

Strategieën om de negatieve mentale effecten van isolatie te bestrijden zijn om het bijvoorbeeld niet 'social distancing' te noemen, maar 'physical distancing'. Hiermee wordt benadrukt dat er nog steeds een sociale connectie met anderen en de gemeenschap mogelijk is, maar dan met fysieke afstand, via technologie (Van Bavel, Boggio et al.).

Empathie opwekkende boodschappen stimuleren afstand houden. Pfattheicher et al (2020) vonden dat empathie voor de meest kwetsbaren een motivatie is voor afstand houden, en dat empathie gebruikt kan worden om motivatie te verhogen om aan de afstand-richtlijn te blijven voldoen. Niet enkel achtergrond informatie over waarom het belangrijk is om je eraan te houden, ook affectieve empathie in de boodschap verwerken is hun conclusie (Pfattheicher, Nockur et al. 2020).

2b. Zelfregulatie

2c. Gewoontes

2d. Middelen

2e. Omgeving en sociale invloeden

Mensen denken bij egoïstisch gedrag na over hoe anderen hierover zouden denken, zelfs als het gedrag niet zichtbaar is voor anderen. Hierbij worden schadelijke acties als kwalijker beoordeeld dan schadelijke inactie, net als schadelijke afwijking van de status quo vergeleken met schaden door het default gedrag uit te voeren. Het kan helpen om gedrag van voor de pandemie, het normale gedrag dat men gewend is (geen afstand houden, de deur uitgaan, handen niet wassen voor en na supermarktbezoek), te reframen als een actieve keuze, niet als een passieve of default optie voor gedrag (Van Bavel, Boggio et al.).

Contextgevoeligheid

Doelgroep verschillen

Anders**Niet-modificeerbaar****Interventies**

Een aanpak richting risico's waarin individuele verantwoordelijkheid, capaciteit voor preventie door gedragsverandering en erkenning van de ernst van de pandemie wordt meegenomen, is het meest kansrijk om positieve gedragsverandering en compliance met adviezen te bewerkstelligen, volgens Dunning et al. (Dunning and Pownall 2020).

Grofweg geldt dat juist gedrag sociaal beloond wordt, en onjuist gedrag sociaal gestraft wordt. Dit kan eraan bijdragen dat mensen de juiste richtlijnen naleven en maakt dat juridische zaken als boetes en verboden niet altijd nodig zijn. Boetes hebben ook het gevaar in zich, dat ze vooral de monetaire kosten op ongewenst gedrag communiceren, en de sociale straf onderdrukken. Soms is een sociaal contract incompleet; de sociale kosten of beloning van gewenst gedrag zijn nog onduidelijk. Een boete kan mensen concrete informatie geven over de mate waarin het gedrag ongewenst is. Het gevaar daarvan is dat een te lage boete het sociale contract kan overschaduwen en mensen verkeerde informatie geeft over de waarde van overtredingen (Gneezy and Rustichini 2000)

De effecten van gedrag en/of maatregel op fysieke, sociale en mentale gezondheid.

Gezicht aanraken

Complexiteit laag midden hoog

- Hoe moeilijk is het gedrag?
- Stimuleert de omgeving het?
- Voorbereidende handelingen en/of planning nodig ?

Draagvlak laag midden hoog

Compliance laag midden hoog

Determinanten van compliance gedrag

1a. Risico-inschatting

Er is weinig onderzoek naar het aanraken van het gezicht gedaan (Lunn, Belton et al. 2020), behalve dat mensen dit vaak (onbewust) doen. Zelfs in zorgsettings (Clack, Scotoni et al. 2017).

1b. Effectiviteit response

Mensen raken hun gezicht erg vaak aan, studies vonden tussen de 10 en 20 keer per uur (Lunn, Belton et al. 2020). Hierdoor is hand hygiëne een belangrijk middel is om transmissie tegen te gaan. Het verhogen van het bewustzijn van de onbewuste gewoonte om het gezicht aan te raken en een

begrip van zelf-inoculatie (via handen virus overbrengen naar gezicht) wordt door Kwok et al. gesuggereerd als manier om compliance met handen hygiëne te verhogen, zij het getest onder medische studenten (Kwok, Gralton et al. 2015).

1c. Barrières & eigen effectiviteit

1d. Cue tot actie

Het BIT-UK adviseert op basis van gedragsmodellen EAST en COM-B dat ook hier de omgevingsinrichting gebruikt kan worden om te voorkomen dat mensen aan hun gezicht zitten (BIT UK 2020). Zo kunnen tissues op tafels worden geplaatst op de weinige plekken waar mensen nog samenkomen. Bij jeuk kunnen de tissues gepakt worden om het gezicht aan te raken. Mensen bewust maken dat zij hun gezicht aanraken, kan juist averechts werken (Kwok, Gralton et al. 2015).

2. Volhouden

2a. Motieven voor volhouden

2b. Zelfregulatie

2c. Gewoontes

2d. Middelen

Het BIT-UK suggereert verder dat fysieke barrières opwerpen (bijv. een bril of als-dan plan om hand in broekzak te houden) de beste strategie lijkt, omdat het hier gaat om automatisch gedrag. Het is ook geadviseerd om een alternatief te bedenken voor de neiging tot het aanraken van het gezicht. Denk aan een stressbal, pen.

2e. Omgeving en sociale invloeden

Contextgevoeligheid

Doelgroep verschillen

Anders

Niet-modificeerbaar

Interventies

De effecten van gedrag en/of maatregel op fysieke, sociale en mentale gezondheid.

Isolatie

Complexiteit laag midden hoog

- Hoe moeilijk is het gedrag?
- Stimuleert de omgeving het?
- Voorbereidende handelingen en/of planning nodig ?

Draagvlak laag midden hoog

Compliance laag midden hoog

Fysiek sociaal contact wordt grotendeels afgeraden. Mensen die hoesten, neusverkouden zijn en koorts hebben, moeten zichzelf isoleren. Er zijn redelijk wat aanknopingspunten om dit te stimuleren.

Determinanten van compliance gedrag

1a. Risico-inschatting

Een eerste review naar redenen om wel- of niet aan de isolatie te houden levert meerdere inzichten op (Brooks, Webster et al. 2020). Kennis en perceptie van risico zijn voorspellers van navolging van quarantaine (Brooks, Webster et al. 2020).

1b. Effectiviteit response

Perceptie van het nut van de maatregel is een van de voorspellers van navolging van quarantaine (Brooks, Webster et al. 2020). Ook het laten zien van positieve gevolgen op de publieke gezondheid draagt bij aan het zelf isoleren (Webster, Brooks et al. 2020). Het kan zijn dat mensen twijfelen over de werkzaamheid van de maatregel of het eigen risico van besmetting. Om deze groep toch compliant te krijgen, kan het helpen om te benadrukken dat het vooral voor de kwetsbaren in de samenleving is. Een concreet verhaal van zo iemand die relateerbaar is aan de doelgroep zou kunnen helpen (Lunn, Belton et al. 2020). 'Een van de meest effectieve argumenten om navolging van de isolatie richtlijnen te bewerkstelligen is om te benadrukken dat zelf-isolatie bij symptomen de beste manier voor iedereen is om te voorkomen dat we elkaar besmetten.' Benadruk een gevoel en sociale norm van altruïsme die mensen ook mogen voelen (Brooks, Webster et al. 2020).

1c. Barrières & eigen effectiviteit

Voor korte- en lange termijn is het raadzaam om mensen te helpen voorbereiden op de gevolgen hiervan. Dit zou kunnen bijdragen aan de compliance (Lunn, Belton et al. 2020). Ook het voorzien in praktische bezwaren dragen bij aan het volhouden van zelfisolatie (Webster, Brooks et al. 2020). Veronderstelde controle over gedrag heeft invloed op de bereidheid tot zelf isolatie (Zhang, Wang et al. 2020). Mensen verschillen in de redenen waarom ze meewerken (Brooks, Webster et al. 2020). Wanneer mensen twijfels hebben over de kansen op anderen besmetten, uiten zij onbereidheid om zichzelf te isoleren, maar het kan mensen motiveren als zij worden gestimuleerd na te denken om de positieve effecten op de kwetsbaren in de samenleving (Lunn, Belton et al. 2020)

1d. Cue tot actie

Een heldere procedure, is een van de voorspellers van navolging van quarantaine (Brooks, Webster et al. 2020). Aanbevolen wordt om tijdige, heldere redenen en protocollen te communiceren en de sociale norm te benadrukken (Webster, Brooks et al. 2020). Er zijn drie belangrijke factoren die collectieve actie bevorderen: communicatie, groepsidentiteit en straf (Lunn, Belton et al. 2020). Als leiders duidelijke boodschappen over gewenst collectief gedrag te horen brengen, en dit wordt door anderen herhaald, versterkt dit samenwerking. Het verhoogt vertrouwen, bouwt sociale normen en moedigt individuen aan om het gedrag uit te voeren.

2. Volhouden

2a. Motieven voor volhouden

Verveling hangt sterk samen met een gevoel van betekenis van het leven. Sociale contacten maken hier een belangrijk deel van uit. Nostalgische muziek zou ouderen (maar ook anderen) in isolatie herinneringen van vroeger kunnen geven en het gevoel van betekenis terug kunnen geven (Van Tilburg, Igou et al. 2013). De isolatieperiode verlengen tot na eerdere suggesties kan mensen demoraliseren en zorgen voor het niet navolgen van de isolatie richtlijnen (Lunn, Belton et al. 2020). Het kan helpen om mensen een bepaalde adaptieve mindset te laten aannemen: deze ziekte is beheersbaar, je lichaam is in staat om het te vechten, en dat dit een kans is om positieve veranderingen in de wereld te maken (Van Bavel, Boggio et al.).

2b. Zelfregulatie

Sociale isolatie en eenzaamheid hebben effecten voor welzijn (Lunn, Belton et al. 2020). Literatuur laat zien dat mensen verveeld en geïrriteerd kunnen raken. Dit kan leiden tot meer drinken en bijvoorbeeld online gokken. Compliance kan afnemen als mensen langer dan eerder aangegeven binnen moeten blijven.

Martarelli et al (2020) vonden dat binnen blijven op den duur voor verveling zorgt en dat dit een bepaalde mate van zelfcontrole vraagt, en dat deze factoren interacteren. Verveling is een signaal om in actie te komen, en zelfcontrole uitoefenen signaleert vermijden van verdere zelfcontrole, omdat de capaciteit tot verdere zelfcontrole afneemt als iemand zelfcontrole heeft moeten uitoefenen. Echter, de verveling treedt op nadat mensen thuisblijven, wat al zelfcontrole heeft gevraagd. Hierdoor kan het lastiger zijn om niet toe te geven aan een gedrag impuls om van de verveling af te komen (zoals toch afspreken met vrienden) (Martarelli and Wolff 2020).

Het is raadzaam om zoveel mogelijk zekerheid en helderheid te geven over de duur van de isolatie. Indien onzeker, dan ook hier helder over communiceren. De isolatieperiode verlengen tot na eerdere suggesties kan mensen demoraliseren en zorgen voor het niet navolgen van de isolatie richtlijnen (Lunn, Belton et al. 2020). Geef mensen betekenisvolle activiteiten om te doen tijdens quarantaine (Brooks, Webster et al. 2020).

2c. Gewoontes

Het wordt aangeraden om tijdens isolatie zoveel mogelijk te plannen en anticiperen op de negatieve gevolgen. Aangeraden wordt om schema's te maken voor slaap, werk, sport en sociaal contact. Routine aanhouden of opbouwen (Lunn, Belton et al. 2020).

2d. Middelen

Praktische zaken zijn ook belangrijk, zoals voldoende proviand en financiële gevolgen van zelfisolatie voor het individu (Brooks, Webster et al. 2020). Het moeten zorgen voor een hulpbehoevend iemand heeft een negatief effect op bereidheid tot zelf-isolatie (Zhang, Wang et al. 2020).

2e. Omgeving en sociale invloeden

Aanbevolen wordt om tijdige, heldere redenen en protocollen te communiceren en de sociale norm te benadrukken (Brooks, Webster et al. 2020) (Webster, Brooks et al. 2020). Vertrouwen in de regering en het leiderschap had een positief effect op bereidheid tot zelf-isolatie (Zhang, Wang et al. 2020). Ook een sociale norm had invloed op bereidheid tot zelfisolatie (Zhang, Wang et al. 2020).

Strategieën om de negatieve mentale effecten van isolatie te bestrijden zijn om het bijvoorbeeld niet 'social distancing' te noemen, maar 'physical distancing'. Hiermee wordt benadrukt dat er nog steeds een sociale connectie met anderen en de gemeenschap mogelijk is, maar dan met fysieke afstand, via technologie (Van Bavel, Boggio et al.).

Vertel mensen wat er gebeurt en waarom, (een duidelijke en tijdige rationale), leg uit hoe lang het zal duren, geef ze betekenisvolle activiteiten om te doen tijdens quarantaine, communiceer duidelijk, verzeker van basale benodigheden (voeding, water, medisch), en benadruk een gevoel en sociale norm van altruïsme die mensen mogen voelen (Brooks, Webster et al. 2020). Benadruk de voordelen voor publieke gezondheid (vooral voor risico groepen) en benadruk het belang van quarantaine. Geef ook financiële ondersteuning voor mensen die financieel getroffen worden door quarantaine (Webster, Brooks et al. 2020).

Hoe meer mensen voelen dat zij deelnemen aan een collectieve groepsactie, en hoe meer zij denken dat anderen mensen samenwerken, hoe meer kans dat zij een 'selfless' of onzelfzuchtige bijdrage doen (Lunn, Belton et al. 2020), zeker als het gaat om een reactie op een bedreiging, zoals in het geval van COVID-19 (Van Bavel, Boggio et al.). Het is dus beter om over "wij" en "ons" te spreken, dan over "ik" en "jij". Maak duidelijk dat mensen proberen om de adviezen op te volgen, en zorg ook dat het duidelijk is dat afwijken van de richtlijnen niet sociaal goedgekeurd wordt (Lunn, Belton et al. 2020). Als er duidelijk gecommuniceerd wordt over samenwerking en gedeelde waarden (en mensen worden getriggerd om mensen uit de out-group als de in-group te gaan zien, de zogenaamde 'superordinate categorization'), dan motiveert dit om niet meer te denken in ons en zij, maar als een inclusievere, gelijkwaardigere wij (Van Bavel, Boggio et al.).

Contextgevoeligheid

Doelgroep verschillen

Bij besmetting zijn hoger opgeleiden en mensen met een hogere socio-economische status vaker bereid tot zelf-isolatie in China in 2018, net als getrouwde mensen. Mensen met familieleden met extra hulpbehoeften werden juist minder bereid gevonden tot zelf-isolatie (Zhang, Wang et al. 2020).

Kinderen zijn extra vatbaar voor veranderingen in routine die door de isolatierichtlijnen plaatsvinden (Lunn, Belton et al. 2020). Vooral ouderen moeten geholpen worden met nieuwe technologieën om toch sociale interactie aan te kunnen gaan, zoals Zoom, Facetime etc. (Van Bavel, Boggio et al.).

Anders

Niet-modificeerbaar

Interventies

Interventies

Verveling kan versterkt worden als men de situatie nutteloos vindt of denkt dat het geen effect heeft (Martarelli and Wolff 2020), dus informeren over het nut en hoe betekenisvol thuisblijven is, rapporteren over het effect van het samen thuisblijven kan dit tegengaan. Daarnaast zijn interventies waarbij positieve alternatieven geboden worden een manier om de impulsieve gedragingen tegen verveling in de juiste richting te sturen. Op individueel niveau kan het helpen om verveling te herkennen en in te zetten op een adaptieve manier (bijv. een lijst maken van realistische, interessante alternatieven als iemand verveling voelt opkomen).

De effecten van gedrag en/of maatregel op fysieke, sociale en mentale gezondheid.

Collectieve actie stimuleren en ongewenst gedrag tegengaan
--

Er zijn vanuit de literatuur verschillende strategieën bekend om de kans dat mensen het juiste voor het publieke belang doen te vergroten (Lunn, Belton et al. 2020). Veel (doch niet alle) mensen zullen in het collectief belang handelen boven hun eigen belang, en een meerderheid van de mensen zijn zogenaamde “conditional cooperators” of “voorwaardelijke samenwerkers”: zij willen samenwerken en opofferen voor het publieke goed (en dit is hoger bij noodgevallen (Drury, Carter et al. 2019)), maar als teveel anderen dit niet doen, stoppen zij hiermee (Thöni and Volk 2018).

Determinanten van compliance gedrag

1a. Risico-inschatting

1b. Effectiviteit response

1c. Barrières & eigen effectiviteit 1d. Cue tot actie

Er zijn drie belangrijke factoren die collectieve actie bevorderen: communicatie, groepsidentiteit en straf (Lunn, Belton et al. 2020). Als leiders duidelijke boodschappen over gewenst collectief gedrag te horen brengen, en dit wordt door anderen herhaald, versterkt dit samenwerking. Het verhoogt vertrouwen, bouwt sociale normen en moedigt individuen aan om het gedrag uit te voeren.

2. Volhouden

2a. Motieven voor volhouden

2b. Zelfregulatie

2c. Gewoontes

2d. Middelen

2e. Omgeving en sociale invloeden

Duidelijk maken hoe het aanbevolen gedrag het beste is voor iedereen, in plaats van overtuigen dat het gedrag uitgevoerd moet worden, is effectiever om samenwerking te stimuleren (Lunn, Belton et al. 2020). Hoe meer mensen voelen dat zij deelnemen aan een collectieve groepsactie, en hoe meer zij denken dat anderen mensen samenwerken, hoe meer kans dat zij een ‘selfless’ of onzelfzuchtige bijdrage doen (Lunn, Belton et al. 2020), zeker als het gaat om een reactie op een bedreiging, zoals

in het geval van COVID-19 (Van Bavel, Boggio et al.). Het is dus beter om over “wij” en “ons” te spreken, dan over “ik” en “jij”. Maak duidelijk dat mensen proberen om de adviezen op te volgen, en zorg ook dat het duidelijk is dat afwijken van de richtlijnen niet sociaal goedgekeurd wordt (Lunn, Belton et al. 2020). Als er duidelijk gecommuniceerd wordt over samenwerking en gedeelde waarden (en mensen worden getriggerd om mensen uit de out-group als de in-group te gaan zien, de zogenaamde ‘superordinate categorization’), dan motiveert dit om niet meer te denken in ons en zij, maar als een inclusievere, gelijkwaardigere wij (Van Bavel, Boggio et al.) Dit geldt ook voor antisociale gedragingen zoals hamsteren, boosheid gericht op ambtenaren of zorgpersoneel, xenofobie richting hoog-risico subpopulaties. Gelukkig suggereren studies dat gezamenlijke actie een meer voorkomende reactie is op een crisis dan massa paniek of sociale stoornissen (Lunn, Belton et al. 2020) (Van Bavel, Boggio et al.). Media speelt een rol bij antisociale gedragingen: problematisch is bijvoorbeeld een focus op de dreiging in plaats van communicatie over hoe we het beste de ziekte aan kunnen pakken, en een eerste analyse van berichtgeving over COVID-19 laat alarmerend taalgebruik zijn, zoals een “killer virus” (Lunn, Belton et al. 2020).

Er is nog weinig hoog kwaliteit bewijs naar drivers van hamsteren, maar het zien van anderen die hamsteren, kan aanzetten tot hamsteren (Lunn, Belton et al. 2020). Als er beelden getoond worden van lege schappen in de supermarkt, dan laat dit zien dat anderen antisociaal gedrag vertonen, wat zorgt dat mensen minder waarschijnlijk sociaal gedrag vertonen en ook kiezen voor zichzelf (Van Bavel, Boggio et al.).

Contextgevoeligheid

Doelgroep verschillen

Anders

Niet-modificeerbaar

Interventies

De effecten van gedrag en/of maatregel op fysieke, sociale en mentale gezondheid.

Ander gedrag - template

Determinanten van compliance gedrag

1. Opstarten

1a. Risico-inschatting

1b. Effectiviteit response

1c. Barrières & eigen effectiviteit

1d. Cue tot actie

2. Volhouden

2a. Motieven voor volhouden**2b. Zelfregulatie****2c. Gewoontes****2d. Middelen****2e. Omgeving en sociale invloeden****Contextgevoeligheid****Doelgroep verschillen****Anders****Niet-modificeerbaar****Interventies****De effecten van gedrag en/of maatregel op fysieke, sociale en mentale gezondheid.**

Algemene principes en onderwerpen, toepasbaar op alle gedragsrichtlijnen
--

1. Opstarten**1a. Risico-inschatting**

Risicoperceptie verschilt tussen mensen en over tijd, maar er is een aantal patronen bekend. Mensen gebruiken vooral hun emoties om risico in te schatten, actie te ondernemen en hun aandacht te concentreren. De emotie kan ook sturen welke informatie wordt gezocht en onthouden.

Media hebben de neiging berichtgeving negatief in te steken. Dit kan van dienst zijn bij het benadrukken van de ernst van de crisis, maar kan ook nadelig werken als er beelden verschijnen van mensen die zich niet aan de richtlijnen houden (Van Bavel, Boggio et al.).

Na het aanpassen van het gedrag, zal de inschatting van de grootte van het risico afnemen. De mate waarin mensen worden geconfronteerd met het risico, hoe groter ze de kans inschatten. Media-aandacht zal veel invloed hebben via deze heuristiek. Verder is bekend dat onzekerheid ervoor zorgt dat mensen meer naar anderen kijken voor gepast gedrag. De huidige situatie is omgeven door onzekerheid over de vatbaarheid en ernst van de ziekte wat de invloed van sociale normen kan vergroten (Van Bavel, Boggio et al.). Jongeren zouden minder vatbaar kunnen zijn voor gedrag van volwassenen. Hier wordt geadviseerd om rolmodellen het goede voorbeeld te laten zien.

Risico's worden als groter ingeschat wanneer de emotionele impact groter is. Angst maakt het gepercipieerde risico groter, boosheid kleiner. Er zijn aanwijzingen dat deze heuristieken gezamenlijk kunnen werken, maar er is weinig evidentie voor algemene, publieke reacties op dit punt.

Een bekend verschijnsel is hindsight bias (Lunn, Belton et al. 2020). Dit zal spelen naarmate er meer bekend wordt. Dan kan een stemming ontstaan die stelt dat de autoriteiten beter had moeten

weten dat...

Wetenschappers raden hiertoe aan om te communiceren met nummers, rekening houdend met framingeffecten. Gebruik geen specifieke of extreme cases, vermijd emotioneel taalgebruik (behalve empathie) en blijf bij de nummers. Ranges kunnen genoemd worden rond onzekerheden, maar benadruk dat het midden waarschijnlijker is (Lunn, Belton et al. 2020). Een bekend framing-effect, wat ook relevant kan zijn voor beleidsmakers is het Asian disease probleem van Kahneman & Tversky (Tversky and Kahneman 1981).

Dilemma 1

Stel dat de overheid zich voorbereidt op de uitbraak van een onbekende Aziatische ziekte, waarvan verwacht wordt dat die 600 mensen doodt. En stel dat er twee alternatieven worden voorgesteld waarvan de wetenschappelijk ingeschatte risico's als volgt zijn. Bij beleid A worden 200 mensen zeker gered. Bij beleid B is er $1/3$ kans dat 600 mensen worden gered en $2/3$ kans dat niemand wordt gered. Welke keuze maakt u (Zuure 2020)?

De meerderheid van de mensen is in dit geval risicomijdend; het vooruitzicht om 200 mensen met zekerheid te redden won het van het vooruitzicht om met een kans van $1/3$ 600 mensen te redden.

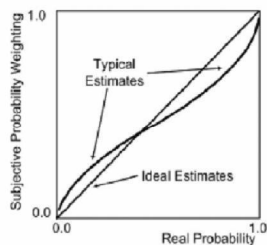
Dilemma 2

Het tweede dilemma betreft dezelfde ziekte, maar alternatief beleid. Bij beleid C komen 400 mensen met zekerheid te overlijden. Bij beleid D is er een kans van $1/3$ dat niemand overlijdt en een kans van $2/3$ dat 600 mensen overlijden. Welke keuze maakt u nu? In dit geval was de meerderheid risiconemend; de zekere dood van 400 mensen werd minder acceptabel gevonden dan de kans van $2/3$ dat 600 mensen overlijden.

Beide dilemma's zijn identiek in getallen, maar de framing verschilt. Als de opties als winst worden geframed (dilemma 1) zijn mensen risicomijdend, als de opties als verlies worden geframed (dilemma 2) zijn mensen risiconemend.

Een oplossing voor beleidsmakers zou kunnen zijn om bij keuzes zowel het verlies als winstframe voor zichzelf neer te leggen. Voor communicatie naar burgers zou framing ook de risicobereidheid kunnen beïnvloeden.

Een andere bekende bias/ beslisfout is dat mensen niet rationeel handelen naar kansen (Kahneman and Tversky 1980), maar vooral extra actie ondernemen als een kans van 0 naar net boven 0 gaat (bijv. eerst was je veilig en nu 10% kans op gevaar; *possibility effect*) en als een kans van 100% naar net onder de 100% gaat (bijv. gevoel dat bij een lock-down we 100% veilig zijn is onevenredig prettiger dan 90% veilig nu; *certainty effect*). Kansverschuivingen in het midden (bijv; je loopt niet 40% maar 50% meer risico) wordt juist minder op gereageerd.



1b. Effectiviteit response

Er is een gebrek aan directe feedback en leermogelijkheid van juist of onjuist gedrag. De gevolgen een keuze tot handen wassen, thuis blijven, afstand houden zijn niet onmiddellijk zichtbaar. Dit maakt het minder duidelijk dat het opvolgen van adviezen de risico's verlaagt. Het kan helpen om de voordelen voor het individu te communiceren, om zo het geloof in werkzaamheid van maatregelen te vergroten.

Er is ook bewijs dat morele boodschappen bij gebrek aan direct bewijs goed helpen. Een appèl op de moraal bleek in de VS het meest effectief (op basis van gerapporteerde gedragsintenties en overtuiging dat het aangepast gedrag invloed heeft op verspreiding van het virus).

Deontologische boodschappen (plichtsethiek, absolute gedragsregels gesteld als normen, geoperationaliseerd als: "het is je plicht") leveren hogere scores op gedragsintentie (tot public health behaviour) en geloof dat gedragsregels te voorkoming van verspreiding van het virus effectief zijn, dan boodschappen die een beroep doen op virtue (=wees een goed persoon) of utilitarisme (=denk aan de gevolgen). De auteurs vonden ook hogere scores op eigen verantwoordelijkheid na de deontologische boodschappen, in vergelijking met een beroep doen op virtue of utilitarisme.

In uitsplitsing naar groepen werd gevonden dat ouderen en meer religieuze mensen vaker van plan waren om zich te gedragen in lijn met de adviezen, en deze groepen gingen er vaker van uit dat anderen dit ook zouden doen. Zelf gerapporteerde blanke/witte conservatieve mannen gaven aan minder vaak dan gemiddeld van plan zijn zich aan de richtlijnen te houden en waren ook minder overtuigd dat anderen dit zouden doen. Opleidingsniveau was negatief geassocieerd met de overtuiging dat de gedragsaanpassingen effectief zouden zijn.

1c. Barrières & eigen effectiviteit

Nadat mensen een nieuwe houding hebben aangenomen tegenover richtlijnen en gewenst gedrag, is het noodzaak dat ze vertrouwen voelen om hiernaar te handelen. Een methode is om mensen het gevoel te geven dat ze kennisvaardig zijn op dit gebied, bijvoorbeeld met een quiz. Een andere methode is kenbaar maken dat hun nieuwe houding de moreel juiste houding is (Van Bavel, Boggio et al.)

1d. Cue tot actie

2. Volhouden

2a. Motieven voor volhouden

2b. Zelfregulatie

Grofweg geldt dat juist gedrag sociaal beloond wordt, en onjuist gedrag sociaal gestraft wordt. Dit kan eraan bijdragen dat mensen de juiste richtlijnen naleven en maakt dat juridische zaken als boetes en verboden niet altijd nodig zijn. Boetes hebben ook het gevaar in zich, dat ze vooral de monetaire kosten op ongewenst gedrag communiceren, en de sociale straf onderdrukken. Soms is een sociaal contract incompleet; de sociale kosten of beloning van gewenst gedrag zijn nog onduidelijk. Een boete kan mensen concrete informatie geven over de mate waarin het gedrag ongewenst is. Het gevaar daarvan is dat een te lage boete het sociale contract kan overschaduwen en mensen verkeerde informatie geeft over de waarde van overtredingen (Gneezy and Rustichini 2000).

2c. Gewoontes

2d. Middelen

2e. Omgeving en sociale invloeden

Mensen hebben de neiging om sociale normen en culturele gebruiken te volgen (Van Bavel, Boggio et al.). We kijken vaak naar anderen om te weten wat we zelf moeten doen, zeker als we onzeker zijn over wat we zouden moeten doen. Berichtgeven over veranderende, nieuwe normen, kan hierbij helpen. *Moral elevation* houdt in dat mensen zich gemotiveerd en geïnspireerd voelen door de sociale, onzelfzuchtige acties van anderen, en hen aanzet tot hetzelfde gedrag. Het kan dus goed zijn om rolmodellen (peers, leiders of bekendheden) in te zetten met voorbeeldgedrag (Van Bavel, Boggio et al.). Daarnaast onderschatten mensen vaak in hoeverre anderen gezondheid bevorderende gedragingen uitvoeren, en overschatten zij juist de ongezonde gedragingen. Deze mispercepties rechtzetten kan door juist boodschappen en beelden te tonen van mensen die het gewenste gedrag vertonen (Van Bavel, Boggio et al.). Belangrijk is wel dat men zich aangesproken voelt, dit is eerder het geval als het voorbeeldgedrag van iemand komt met een gedeelde identiteit, uit de in-group (bijvoorbeeld dezelfde leeftijdsgroep).

Culturen met een meer collectivistisch karakter hebben vaker strikte regels voor straf en afwijken van de regels. Liberale culturen staan meer vrijheid toe en kunnen moeilijker zijn om compliant te krijgen. Collectivistische groepen hebben meer orde en zelfregulatie, maar ook minder creativiteit en minder openheid voor emoties. Strengere normen rondom social distancing en andere maatregelen zijn noodzakelijk, maar het sociaal toestaan en belonen van creativiteit hoe hiermee om te gaan helpt mensen desondanks zich verbonden te voelen.

Er zijn verschillen in de mate van strakheid (tightness) of losheid (loose) tussen landen. Lossere landen, waar vrijheid belangrijker is dan veiligheid, kunnen het lastiger hebben om te zorgen dat richtlijnen goed worden opgevolgd. Een manier om dit te doen is om de zogenaamde *tight - loose ambidexterity* in balans te hebben, waarbij aan de ene kant strenge regels zijn rond bijv. *social distancing*, maar aan de andere kant er nog enige vrijheden binnen deze richtlijnen zijn (Gelfand 2019).

Daarbij zijn gebruikmaken van de default optie, keuze architectuur en nudges kansrijke manieren om via de omgeving het gewenste gedrag te motiveren (Van Bavel, Boggio et al.).

Niet-modificeerbaar

Interventies

Crisis communicatie

Communicatie over bedreigingen is vooral nuttig als deze wordt gecombineerd met communicatie over hoe erop te reageren, dus om handelingsopties te geven. Hierbij is het belangrijk dat de mate waarin mensen denken dat hun gedrag een verschil maakt - én zij in staat zijn dit goed uit te voeren - hoog is (een hoge eigen effectiviteit) (Lunn, Belton et al. 2020) (Peters, Ruiter et al. 2018). Empathie opwekkende boodschappen kunnen gedragsverandering stimuleren, met realistische, persoonlijke verhalen, kan dit net zo, of zelf effectiever, werken dan fear appeals.

De betrouwbaarheid van een boodschapper hangt af van hoe competent, eerlijk en objectief deze wordt gezien (Van Bavel, Boggio et al.). Bij een pandemie lijkt de overheid/RIVM of internationale organisatie betrouwbaarder te worden gevonden dan andere media, of informatie uit de familie (Determann, Korfage et al. 2014).

Stem berichtgeving af op de doelgroep, dit helpt bij het idee dat de maatschappij beter voorbereid is (Lunn, Belton et al. 2020). Communiceer over voordelen voor de ontvanger, al is soms een focus op het beschermen van anderen effectiever voor gezondheidszaken. Afstemmen van een boodschap op de morele waarden van de ontvanger helpt ook bij overtuiging van de boodschap, net als het linken van gewenst gedrag aan iemand's zelfbeeld (Wees geen ziekteverspreider) (Van Bavel, Boggio et al.). Waar het gaat om etnische verschillen, is eerder waargenomen dat boodschappers die dezelfde ethische kenmerken had als de doelgroep, de doelgroep beter reageerde. Het gebruik van catchy boodschappen die makkelijk zijn de onthouden vergroten ook de kans op vertonen van gewenst gedrag.

Mensen denken bij egoïstisch gedrag na over hoe anderen hierover zouden denken, zelfs als het gedrag niet zichtbaar is voor anderen. Hierbij worden schadelijke acties als kwalijker beoordeeld dan schadelijke niets doen, net als schadelijke afwijking van de status quo vergeleken met schaden door het default gedrag uit te voeren. Het kan helpen om gedrag van voor de pandemie, het normale gedrag dat men gewend is, te reframen als een actieve keuze, niet als een passieve of default optie voor gedrag.

In de boodschap moeten lokale, nationale en internationale leiders de gezamenlijkheid benadrukken door te spreken over "wij" en "ons", en niet over "ik" of "jij/u". Berichten in de media hebben invloed. Het is van belang niet alleen te berichten over gedrag dat indruist tegen het collectief belang maar ook juist aandacht te geven aan het voorkomen van gedrag dat in lijn is met het collectief belang. Mensen die conditioneel samenwerken moeten voldoende signalen krijgen dat anderen ook samenwerken. Hoe meer mensen zich onderdeel voelen van een bepaalde groep, hoe groter de kans op een bijdrage aan het collectieve goed.

Bij afwijken van collectieve actie kan een gepaste mate van afkeuring effectief zijn om zich toch aan het gewenste gedrag te houden (Van Bavel, Boggio et al.). De zichtbaarheid van het niet gedragen in lijn met collectieve belangen, en het kan leiden tot materiële of immateriële straffen (zoals sociale afkeuring), vergroot de kans op collectieve actie.

Social media: als er een morele boodschap in zit, met een sterke emotionele reactie, wordt een bericht eerder gedeeld, en campagnes waar een intrinsieke motivatie wordt opgeroepen, gaan langer mee dan campagnes die inspelen op de extrinsieke motivatie om je goed te gedragen (Lunn, Belton et al. 2020).

Het Centers for Disease Control and Prevention (US), heeft zes principes voor crisis communicatie (Reynolds 2011):

1. Wees de eerste
2. Heb gelijk
3. Wees betrouwbaar, tel de waarheid

4. Uit empathie
5. Zet aan tot actie, geef mensen dingen om te doen
6. Toon respect

Een belangrijk gedragsprincipe moet niet vergeten worden: houd het simpel. Focus op drie of vier cruciale gedragingen, dit is effectief gebleken (Lunn, Belton et al. 2020).

Omgaan met nepnieuws en misinformatie

Politieke polarisatie kan ervoor zorgen dat verschillende groepen tot verschillende conclusies komen over de noodzaak van maatregelen. Nepnieuws en online echokamers kunnen vertrouwen in instanties verminderen. Het benadrukken van een hogere identiteit (Nederland) samen tegen een group threat zou kunnen helpen (Van Bavel, Boggio et al.).

Bij wetenschappelijke zaken is er bewijs dat mensen vooral vertrouwen op sociale en wetenschappelijke consensus. Toch kan teveel politisering (door o.a. media) ervoor zorgen dat mensen vooral het standpunt van hun in-group gaan geloven in plaats van de wetenschap. Wetenschappers zelf moeten dus voorzichtig zijn met het beroep op morele waarden die bepaalde in-group normen communiceren of versterken (Van Bavel, Boggio et al.). Geloof of wantrouwen in wetenschap kan zo namelijk een politieke aangelegenheid worden.

Een effectief bevonden strategie om mensen om te leren gaan met misinformatie en nepnieuws, en ze minder vatbaar te maken hiervoor, met 'debunking' oftewel, fact-checking en correctie, of 'pre-bunking': te kijken naar hoe accuraat het bericht is, of om mensen aan misinformatie technieken in hele kleine doses bloot te stellen (Van Bavel, Boggio et al.).