

Interventies/ Oplossingen

Heffner, J., et al. (2020). "Emotional responses to prosocial messages increase willingness to self-isolate during the COVID-19 pandemic."

Heffner et al. (2020) onderzochten emotionele reacties op berichten en hoe dit gerelateerd is aan de bereidheid om zelf in isolatie te gaan, in een online sample van 955 inwoners van de U.S. Deelnemers kregen 2 berichten na elkaar te zien, gescheiden door meerdere vragenlijsten: (1) threat interventie (ernst van negatieve gevolgen, grote kans dat het de lezer overkomt), (2) prosocial intervention (interne efficacy (wat kan je zelf doen), effectiviteit van groep samen. Lezers werd na elk bericht gevraagd hoe ze zich voelen, in hoeverre ze bereid zijn tot zelfisolatie en in hoeverre het bericht hun bereidheid heeft veranderd. Voor de interventie bleven de deelnemers gemiddeld 87.3% van de tijd thuis. **Beide interventies waren even effectief in het vergroten van bereidheid tot quarantaine.** De emotionele reactie op de berichten was wel verschillend: het dreigende bericht was erg onplezierig en sterk 'arousing'. De prosociale was plezierig en mild arousing. Het dreigende bericht werd sterker negatief ervaren dan het prosociale bericht positief werd ervaren. **De sterkte van de negatieve reactie was niet gerelateerd aan een hogere bereidheid tot isolatie.**

Okuhara, T., et al. (2020). Examining persuasive message type to encourage staying at home during the covid-19 pandemic and social lockdown: A randomized controlled study in japan.

Okuhara et al. (2020), hebben 1980 deelnemers gerandomiseerd via een Japans survey bedrijf, over 5 verschillende bericht-interventies (van een lokale gouverneur, public health expert, arts, patiënt, bewoner van een outbreak zone). De intentie om thuis te blijven werd gemeten voor en na het lezen van het bericht. Elk bericht probeerde de lezer te aan te moedigen om thuis te blijven. Het bericht van de **arts** vergrootte vooral de intentie om thuis te blijven in gebieden met veel besmettingen. In Japan hebben aanbevelingen van een arts een grote impact door overblijfselen van het paternalisme in de patiënt-arts relatie.

Farooq, A., et al. (2020). "The Impact of Online Information on Self-isolation Intention during the COVID-19 Pandemic: A cross-sectional study."

In de studie van Farooq et al. (2020) is een online vragenlijst uitgezet onder 225 Finse studenten en werknemers van een Finse universiteit, om te onderzoeken wat de associatie is tussen online informatie en de intentie om vrijwillig in quarantaine te gaan. De intentie tot zelf-isolatie werd voorspeld door waargenomen **ernst**, **self-efficacy**, en **response cost** (*cost/benefit, impact work, measures feel silly*). Waargenomen kwetsbaarheid en response efficacy waren niet gerelateerd aan zelf-isolatie intentie. **Cyberchondria** (*angst/frustratie/verwarring/niet kunnen stoppen na nieuws lezen over COVID-19*) was positief gerelateerd aan waargenomen **ernst**. Informatie overload was negatief gerelateerd aan self-efficacy, maar positief aan response cost. Er werden geen verschillen gevonden tussen mensen die alleen wonen of samen wonen, of de bron van informatie (bv social media). Gepersonaliseerde interventies worden geadviseerd, waar personen met cyberchondria geruststellende en hoopvolle berichten krijgen, terwijl aan personen met een lage intentie tot isolatie vooral de **ernst van de situatie** moet worden gecommuniceerd.

Drażkowski, D., Trepanowski, R., Chwilkowska, P., & Majewska, M. (2020). Self-persuasion increases motivation to social isolation during the COVID-19 pandemic through moral obligation. <https://psyarxiv.com/4q2y9/>

In een Pools online vragenlijst studie met een experiment, vergeleken de onderzoekers onder 375 via Facebook geworven deelnemers, een groep deelnemers die zelf drie argumenten moesten opschrijven waarom ze zouden moeten zelf-isoleren (self persuasion), met een groep deelnemers die drie overheidsgrafieken met argumenten voor zelf isolatie moesten evalueren (direct persuasion). **Zelf overtuiging had een grotere significante positieve invloed op de aangegeven morele obligatie om te zelf isoleren die mensen rapporteerden** (dan mensen die direct werden overtuigd). Een **hogere zelf gerapporteerde morele obligatie hing positief samen met intentie om te zelf isoleren**. Deelnemers die grotere voordelen zagen van zelf isolatie, en een hogere ernst van covid-19, hadden een grotere intentie om te zelf isoleren. **Mensen die iemand kenden die besmet was met covid-19** waren eerder geneigd te zelf isoleren, en zij namen ook een hogere ernst en kwetsbaarheid voor covid-19 waar, en zij voelden een sterkere morele verplichting, om te zelf isoleren.

Lunn, P. D., Timmons, S., Julianne, H., Belton, C., Barjaková, M., Lavin, C., & McGowan, F. (2020). Using Decision Aids to Support Self-Isolation During the COVID-19 Pandemic.
<https://psyarxiv.com/fngx5/>

De onderzoekers hebben onder 500 Ierse deelnemers met een gerandomiseerd online vragenlijst experiment in verschillende fases de invloed van een aantal interventies (op basis van gedragstechnieken) op zelf-isolatie bestudeerd.

Fase 1: Deelnemers kregen eerst random 5 scenario's van een individu die moest besluiten of hij of zij in zelf isolatie moest, toen de interventie, en toen weer random 5 scenario's. De interventiecondities waren controle (thuisblijf advies en covid-19 symptomen tabel), een simpele (2 niveaus), of een complexere (4 niveaus) beslissingsboom, om besluiten mee te maken over noodzaak tot zelf-isolatie.

Fase 2: Er waren drie condities, controle, plan en een plan & routine conditie. Deze fase was opgezet op te onderzoeken of mensen aanzetten tot het maken van een gepersonaliseerd plan om te zelf isoleren met implementatie intenties, hun vertrouwen in hun capaciteit om te 'copen' of 'om te gaan met' vergrootte en hun waargenomen moeilijkheid van zelf isolatie verkleinde. Het maken van een plan & routine bij zelf isolatie met preventieve gedragingen om mensen zelfverzekerder te maken over hun 'cope' capaciteit was getest met een online planning tool waarin zij een dag van zelfisolatie moeten opstellen.

Stage 3. Zij testten ook met een thematische puntsgewijze infographic of recall en begrip groter was dan een 10punten lijst. Hiervoor vroegen zij mensen in te denken dat zij gingen zelf-isoleren en dat ze richtlijnen gingen lezen over hoe dat correct te doen. Na de interventie (infographic op thema en met afbeeldingen of 10 punten lijst) werd gevraagd hoe makkelijk ze dachten de richtlijnen te volgen, hun herinnering werd getest, net als hun begrip.

Resultaten: In dit drietrapsonderzoek werd gevonden dat beslissingsbomen beslissingen over de noodzaak tot zelfisolatie kunnen verbeteren ten opzichte van enkel advies en informatie over symptomen. Voor milde symptomen verbeterden zowel simpele als complexe beslissingsbomen de beslissingen over noodzaak. Er werd ook gevonden dat online planningstools het vertrouwen in het vermogen om met zelfisolatie om te gaan zouden kunnen vergroten (marginaal significant) en dat infographics het herinneren en begrijpen van informatie over hoe zichzelf isoleren verbeteren ten opzichte van een lijst met richtlijnen (maar niet het waargenomen gemak van zelf isolatie uitvoeren). Een aspect was een verrassingsresultaat en vereist specifieke vermelding. Toen de gegevens werden verzameld, was Ierland het onderwerp geweest van uitgebreide media-aandacht voor de

verscheidenheid aan presentaties van COVID-19-symptomen en wijdverbreid advies over de noodzaak om zichzelf te isoleren als het griepachtige symptomen ervoer. Toch waren de deelnemers verrassend dubbelzinnig over de behoefte van een individu om zichzelf te isoleren als ze alleen secundaire symptomen hadden, zonder koorts of droge hoest.

Subgroepen:

Mannen waren minder geneigd om de scenarios waarin mensen moesten zelf-isoleren aan te wijzen, en **oudere mensen** waren minder geneigd dit te doen bij secundaire symptomen. In fase 1 en 3 waren de beslissingsbomen en infographics effectiever voor deelnemers met een lager opleidingsniveau (gemeten aan de hand van of ze een diploma hadden). Dit is een belangrijk aspect van de bevindingen, gezien de bezorgdheid dat COVID-19 onevenredige effecten kan hebben op mensen in lagere economische groepen, zowel binnen als tussen landen (Ahmed et al., 2020; van Dorn, Cooney, & Sabin, 2020). In de fasen 2 en 3 kwamen **oudere volwassenen** (ouder dan 40) naar voren met meer vertrouwen in hun vermogen om met zelfisolatie om te gaan en beter te begrijpen hoe ze een huishouden moeten runnen waarin een individu zichzelf moet isoleren. Dit laatste effect werd niet veranderd door het gebruik van infographics in fase 3, maar de planningstools van fase 2 waren gunstig voor het vertrouwen van **jongere volwassenen** in het omgaan met zelfisolatie.