

Input vaccinatie expertteam voor briefadvies 22-01

**Hoe verhouden de maatregelen zich tot de communicatie over de vaccins en daaraan gekoppelde hoop op verlichting?**

1. Een eerste belangrijk punt is dat in (alle) communicatie duidelijk zou moeten blijken dat **de maatregelen en het vaccinatieprogramma een samenspel vormen in de aanpak van de crisis**. Er zit een balans in: zolang de vaccinatiegraad nog laag is, zullen striktere maatregelen nodig zijn; als de vaccinatiegraad een drempelwaarde heeft bereikt, zijn minder maatregelen nodig, mits de R-waarde ook laag genoeg is. Dus geen gescheiden communicatiecampagnes. De drempelwaarden zullen door de modelleers moeten worden geschat.

Dit samenspel zou je ook kunnen **visualiseren**. Idealiter zou de balans tussen vaccinatiegraad en benodigde maatregelen worden doorgerekend zodat die ook in cijfers is uit te drukken (bijv. bij vaccinatiegraad  $x$  en een  $R$  van  $y$ , kunnen we maatregelen  $a, b$ , en  $c$  laten vallen). Er kan een figuur worden gemaakt over twee assen met de  $R$ -waarde en de vaccinatiegraad. Er ontstaan 4 kwadranten. In ieder kwadrant kan worden aangegeven welke maatregelen we nog nodig hebben, of welke vrijheden we kunnen hebben. Op die manier wordt visueel wat we kunnen versoepelen in welke fase en wordt de relatie met vaccinatiegraad en beleidsmogelijkheden duidelijk.

2. In lijn met punt 1 is het belangrijk om **vanuit een collectief frame te communiceren** ('Als we met zijn allen een vaccinatiegraad van  $x$  weten te bereiken dan kunnen we ons weer meer vrijheden permitteren'). Mensen kunnen kiezen voor vaccinatie vanuit een individueel belang en vanuit een collectief belang. Je zou kunnen zeggen dat op korte termijn het individuele belang vooral relevant is (bescherming van jezelf, maar niet direct verlichting van de maatregelen) en op de langere termijn het collectieve belang (minder maatregelen). Het is belangrijk dat gelijk duidelijk is dat mensen zich op individueel niveau niet direct meer vrijheden kunnen permitteren als zij gevaccineerd zijn, en om goed uit te leggen waarom niet. Het belonen van vaccineren kan frustratie oproepen bij de groepen die later kunnen worden gevaccineerd. Communicatie vanuit een collectief frame waarin wordt benadrukt dat pas als voldoende mensen zijn gevaccineerd, voor alle groepen meer vrijheden ontstaan, kan de frustratie minder maken.
- 3.
4. Voor jongeren is het hierboven geschetste sociale dilemma uitvergroet: zij zullen het individuele belang als minder groot ervaren naarmate ze zichzelf minder kwetsbaar voelen, dus voor hen zal het collectieve belang belangrijker zijn om te benadrukken.
- 5.
6. Naast de jongeren is het ook belangrijk om communicatie toe te spitsen op andere doelgroepen (bijv. etnische minderheden, laaggeletterden). Dit is altijd belangrijk voor effectieve communicatie – mensen moeten zich aangesproken voelen en de uitingen begrijpen – maar daar komt in dit geval een dimensie bij: als het gaat om een collectief doel zullen mensen zich alleen voelen aangesproken als zij zich daadwerkelijk voelen behoren tot dit 'collectief'. Dat kan met een combinatie van woorden als "ons", "wij" "samen", pluriform en inclusief land, gecombineerd met visualisaties van een grote verscheidenheid aan mensen
- 7.

8. Mensen die goed bezig zijn (door zich te laten vaccineren, door zich aan de maatregelen te houden) moeten ook het gevoel krijgen dat zij goed bezig zijn. Positieve feedback. Dit kan ook door te laten zien (visualiseren) dat we dichterbij het collectieve doel komen en dit vieren op gepaste wijze. Bijvoorbeeld door benoemen wat er vanaf dat moment weer kan, wat eerst niet kon.
- 9.
10. Er is weinig tot geen bewijs voor risicocompensatie (in dit geval dat mensen zich minder aan de maatregelen zouden houden zodra zij gevaccineerd zijn).