

Feedback op debrief verkorte strategie campagne 3hb

Door: RIVM Corona Gedragsunit - Werkpakket 8: Communicatie

(10)(2e) (10)(2e) (10)(2e)

(10)(2e) (10)(2e) (10)(2e) (10)(2e) (10)(2e) (10)(2e)

Kenmerk 08.04 | 11-05-2020

High-over advies

- Missen info om advies te geven, belangrijk om concrete uitwerking te hebben om de communicatieboodschap te kunnen versterken

1a. Gedrag en onderbouwing	1b. Doelgroep en onderbouwing	2. Determinanten, leerdoel en onderbouwing	3. Methoden, voorwaarden, en onderbouwing	4. Communicatiekanaal, boodschap (& voorbeelden van mogelijke toepassingen/boodschappen) en onderbouwing	5. Evaluatie en onderbouwing
Gedrag: 1.5 meter afstand houden van iedereen, behalve personen uit eigen huishouden.	Doelgroep: Alle mensen die zich in Nederland bevinden.	Determinanten: • Motieven voor volhouden • Omgeving en sociale invloeden • (Sociale) barrières & self-efficacy Doel: Realiseren van motivatie, mogelijkheden, incentives, een sociaal ondersteunende omgeving en vertrouwen om barrières te overwinnen om zodoende iedereen 1,5 meter afstand te laten (vol)houden.	Methode: Modeling, Feedback, consciousness raising Parameters:	Kanalen: • TVC / online video • Outdoor • Social media Boodschap: • Nut van maatregel versterken: <i>als we dit met zijn allen doen kunnen we stap voor stap de lockdown verlaten</i> • Voorbeelden geven van 1,5 meter afstand houden • Saamhorigheid versterken (mensen empoweren, samen kunnen we dit!)	Effect & bereik campagne: -
Onderbouwing: 1.5m afstand houden is belangrijke maatregel infectiepreventie (RIVM).	Onderbouwing: Alleen als we ons met zijn allen 1.5 meter afstand houden, kunnen we een volgende stap zetten naar versoepeling	Onderbouwing: Kader Preventiegedrag COVID-19 (2a, 2e, 1c).	Onderbouwing: IM-taxonomie (Prochaska e.a., 2015).	Onderbouwing: Massamedia wordt ingezet om een zo groot mogelijk deel van de doelgroep (heel Nederland) te bereiken.	Onderbouwing: -

	<i>van de lockdown.</i>				
Gedrag: 1.5 meter afstand houden van iedereen, behalve personen uit eigen huishouden.	Doelgroep: Alle mensen in Nederland die het moeilijk hebben in de coronacrisis.	Determinanten: • Motieven voor volhouden • Capaciteit • Zelfregulatie Doel: Mensen die het moeilijk hebben motieven geven om vol te houden en psychologische capaciteit verhogen om het gewenste gedrag vol te houden, en laten zien hoe ze ermee om kunnen gaan.	Methode: Planning coping responses Parameters:	Kanalen: • TVC / online video • Outdoor • Social media Boodschap: <i>Alleen samen helpen we elkaar de coronacrisis uit.</i> Begrip en empathie tonen voor mensen die het moeilijk hebben. Negatieve emoties laten zien, en laten zien hoe we samen daarmee om kunnen gaan.	Evaluatie: -
Onderbouwing <i>Het is belangrijk om de gedragsmaatregelen vol te houden om verdere verspreiding van het virus te voorkomen (RIVM).</i>	Onderbouwing: <i>Er zijn groepen in Nederland die het erg moeilijk hebben, zoals kwetsbare groepen, mensen die hun baan kwijt zijn, of die nog moeten wachten op verlichting in hun sector.</i>	Onderbouwing: <i>Kader preventiemodel (2a, 2d, 2b)</i>	Onderbouwing: <i>IM-taxonomie (de Ridder, 2014).</i>	Onderbouwing: <i>Massamedia wordt ingezet om een zo groot mogelijk deel van de doelgroep te bereiken.</i>	Onderbouwing: -

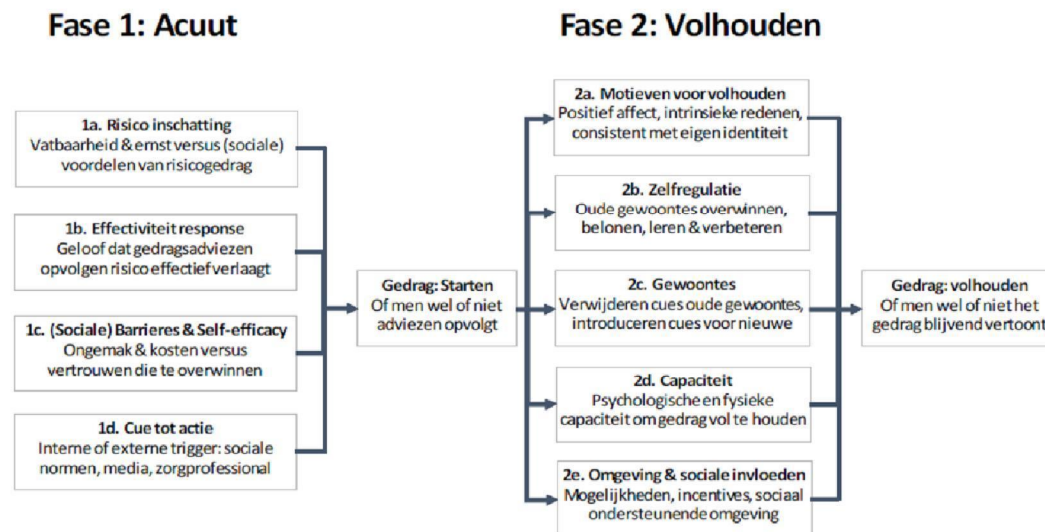
1a. Gedrag en onderbouwing	1b. Doelgroep en onderbouwing	2. Determinanten, leerdoel en onderbouwing	3. Methoden, voorwaarden, en onderbouwing	4. Communicatiekanaal, boodschap (& voorbeelden van mogelijke toepassingen/boodschappen) en onderbouwing	5. Evaluatie en onderbouwing
Gedrag: Drukke zo veel als mogelijk vermijden.	Doelgroep: Alle mensen die zich in Nederland bevinden.	Determinanten: • Motieven voor volhouden • Omgeving en sociale invloeden • (Sociale) barrières & self-efficacy Doel: Realiseren van motivatie, mogelijkheden, incentives, een sociaal ondersteunende omgeving en vertrouwen om barrières te overwinnen om zodoende iedereen drukke te laten vermijden.	Methode: Modeling, Feedback, planning coping responses, consciousness raising Parameters:	Kanalen: • TVC / online video • Outdoor • Social media Boodschap: • Nut van maatregel versterken: <i>als we dit met zijn allen doen kunnen we stap voor stap de lockdown verlaten</i> • Voorbeelden geven van drukke zoveel mogelijk vermijden • Saamhorigheid versterken (mensen empoweren, samen kunnen we dit!)	Evaluatie: -
Onderbouwing Hoe minder mensen bij elkaar zijn, hoe kleiner de kans op verdere verspreiding van het virus (RIVM).	Onderbouwing: Alleen als we ons met zijn allen aan de (hernieuwde) gedragsregels houden, kunnen we een volgende stap zetten naar	Onderbouwing: Kader Preventiegedrag COVID-19 (2a, 2e, 1c).	Onderbouwing: IM-taxonomie (de Ridder, 2014).	Onderbouwing: Massamedia wordt ingezet om een zo groot mogelijk deel van de doelgroep (heel Nederland) te bereiken.	Onderbouwing: -

	<i>versoepeling van de lockdown.</i>				
Gedrag: Drukte zo veel als mogelijk vermijden.	Doelgroep: Alle mensen in Nederland die het moeilijk hebben in de coronacrisis.	Determinanten: • Motieven voor volhouden • Capaciteit • Zelfregulatie Doel: Mensen die het moeilijk hebben motieven geven om vol te houden en psychologische capaciteit verhogen om het gewenste gedrag vol te houden, en laten zien hoe ze ermee om kunnen gaan.	Methode: Parameters:	Kanalen: • TVC / online video • Outdoor • Social media Boodschap: <i>Alleen samen helpen we elkaar de coronacrisis uit.</i> Begrip en empathie tonen voor mensen die het moeilijk hebben. Negatieve emoties laten zien, en laten zien hoe we samen daarmee om kunnen gaan.	Evaluatie: -
Onderbouwing <i>Het is belangrijk om de gedragsmaatregelen vol te houden om verdere verspreiding van het virus te voorkomen (RIVM).</i>	Onderbouwing: <i>Er zijn groepen in Nederland die het erg moeilijk hebben, zoals kwetsbare groepen, mensen die hun baan kwijt zijn, of die nog moeten wachten op verlichting in hun sector.</i>	Onderbouwing: <i>Kader preventiemodel (2a, 2d, 2b)</i>	Onderbouwing: <i>IM-taxonomie (de Ridder, 2014).</i>	Onderbouwing: <i>Massamedia wordt ingezet om een zo groot mogelijk deel van de doelgroep te bereiken.</i>	Onderbouwing: -

1a. Gedrag en onderbouwing	1b. Doelgroep en onderbouwing	2. Determinanten, leerdoel en onderbouwing	3. Methoden, voorwaarden, en onderbouwing	4. Communicatiekanaal, boodschap (& voorbeelden van mogelijke toepassingen/boodschappen) en onderbouwing	5. Evaluatie en onderbouwing
Gedrag: Zoveel als mogelijk thuiswerken.	Doelgroep: Alle mensen die zich in Nederland bevinden en de mogelijkheid hebben om thuis te werken.	Determinanten: • Motieven voor volhouden • Omgeving en sociale invloeden • (Sociale) barrières & self-efficacy Doel: Realiseren van motivatie, mogelijkheden, incentives, een sociaal ondersteunende omgeving en vertrouwen om barrières te overwinnen om zodoende iedereen die kan thuis te laten werken.	Methode: Modeling, Feedback, planning coping responses, consciousness raising Parameters:	Kanalen: • TVC / online video • Outdoor • Social media Boodschap: • Nut van maatregel versterken: <i>als we dit met zijn allen doen kunnen we stap voor stap de lockdown verlaten</i> • Voorbeelden geven van thuiswerken • Saamhorigheid versterken (mensen empoweren, samen kunnen we dit!)	Evaluatie: -
Onderbouwing <i>Hoe minder verkeer en minder mensen op kantoor, hoe kleiner de kans op verdere</i>	Onderbouwing: <i>Alleen als we ons met zijn allen aan de (hernieuwde) gedragsregels houden, kunnen we een</i>	Onderbouwing: <i>Kader Preventiegedrag COVID-19 (2a, 2e, 1c).</i>	Onderbouwing: <i>IM-taxonomie (de Ridder, 2014).</i>	Onderbouwing: <i>Massamedia wordt ingezet om een zo groot mogelijk deel van de doelgroep (heel Nederland) te bereiken.</i>	Onderbouwing: -

verspreiding van het virus (RIVM).	volgende stap zetten naar versoepeling van de lockdown. Niet iedereen is echter in de gelegenheid om thuis te werken.				
	Doelgroep: Alle mensen in Nederland die het moeilijk hebben in de coronacrisis.	Determinanten: • Motieven voor volhouden • Capaciteit • Zelfregulatie Doel: Mensen die het moeilijk hebben motieven geven om vol te houden en psychologische capaciteit verhogen om het gewenste gedrag vol te houden, en laten zien hoe ze ermee om kunnen gaan.	Methode: Modeling, Feedback, planning coping responses Parameters:	Kanalen: • TVC / online video • Outdoor • Social media Boodschap: <i>Alleen samen helpen we elkaar de coronacrisis uit.</i> Begrip en empathie tonen voor mensen die het moeilijk hebben. Negatieve emoties laten zien, en laten zien hoe we samen daarmee om kunnen gaan.	Evaluatie: -

Onderbouwing <i>Het is belangrijk om de gedragsmaatregelen vol te houden om verdere verspreiding van het virus te voorkomen (RIVM).</i>	Onderbouwing: <i>Er zijn groepen in Nederland die het erg moeilijk hebben, zoals kwetsbare groepen, mensen die hun baan kwijt zijn, of die nog moeten wachten op verlichting in hun sector.</i>	Onderbouwing: <i>Kader preventiemodel (2a, 2d, 2b)</i>	Onderbouwing: <i>IM-taxonomie (de Ridder, 2014).</i>	Onderbouwing: <i>Massamedia wordt ingezet om een zo groot mogelijk deel van de doelgroep te bereiken.</i>	Onderbouwing: <i>-</i>
---	---	--	--	---	----------------------------------



Figuur 1: Kader Preventiegedrag COVID-19

Literatuur:

- Glanz, K., Rimer, B. K., & Viswanath, K. (Eds.). (2015). *Health behavior: Theory, research, and practice*. John Wiley & Sons.
- Kwasnicka, D., Dombrowski, S. U., White, M., & Snihotta, F. (2016). Theoretical explanations for maintenance of behaviour change: a systematic review of behaviour theories. *Health Psychology Review*, 10(3), 277-296. <https://doi.org/10.1080/17437199.2016.1151372>