

Stel het gedrag en het perspectief van burgers centraal bij coronamaatregelen.

5.1.2e

heeft afgelopen vrijdag in Nieuwsuur de sluimerende onvrede over het coronabeleid expliciet verwoord. Wij, een groep van gedrags- en communicatiewetenschappers, sluiten ons hierbij aan en vinden dat de overheid meer duidelijkheid moet bieden om zo burgers te helpen zich aan de gedragsmaatregelen te houden.

Preventieve maatregelen zoals 1,5 meter afstand houden en het dragen van mondkapjes vereisen dat burgers zich op een bepaalde manier gedragen, anders dan ze gewend zijn. Inzichten uit de gedrags- en communicatiewetenschappers spelen dan ook een belangrijke rol in het behouden van het draagvlak voor bestaande maatregelen en de introductie van nieuwe maatregelen, zoals het gebruik van mondkapjes op drukke plekken. De laatste weken is alleen zorg over het afkalvende draagvlak voor voldoende afstand houden. Tegelijkertijd is onduidelijkheid ontstaan over het nut van het gebruik van mondkapjes op drukke plekken.

De verwarring over het nut van mondkapjes wordt mede gevoeld doordat verschillende groepen wetenschappers elkaar lijken tegen te spreken als ze het hebben over het gebrek aan bewijs voor effectiviteit. Er is inderdaad geen gerandomiseerd onderzoek dat het positieve of negatieve effect van mondkapjes in de praktijk aantoont. Maar de afwezigheid van gedegen onderzoek naar de effectiviteit van mondkapjes betekent niet dat er bewijs is dat mondkapjes niet werken. Overigens is er ook geen gerandomiseerd onderzoek waaruit onomstotelijk blijkt dat 1,5 meter afstand houden effectief is. Dat blijkt echter geen bezwaar om die maatregel wel in te voeren.

Er is voldoende ander bewijs dat het gebruik van mondkapjes, net als afstand houden, een intelligente maatregel is. Immers elke bijdrage om de overdracht van het virus te verkleinen is meegenomen. Dit standpunt wordt ook uitgedragen door de WHO en alle landen om ons heen. Voor burgers is het dan ook moeilijk te volgen waarom Nederland zo'n eigenwijs standpunt blijft volhouden. Het afwijkende Nederlandse standpunt over mondkapjes is niet logisch en niet evidence-based (er is immers juist een gebrek aan bewijs). Het selectief gebruik van het criterium van gebrek aan bewijs (zie het gebrek aan hard bewijs voor het effect van afstand houden) zorgt niet alleen voor verwarring maar draagt er ook aan bij dat gedragsmaatregelen in het algemeen minder serieus genomen worden. Het effect van gedragsmaatregelen hangt af van het gedrag van het virus en het gedrag van mensen. Of het virus wordt tegengehouden, hangt vooral af van het gedrag van mensen. Daarom moet het gedrag van mensen en niet het gedrag van het virus uitgangspunt zijn voor communicatie.

Bij de communicatie over overheidsmaatregelen om de verspreiding van het virus in te dammen is de eigen verantwoordelijkheid en het gezonde verstand van burgers een goed uitgangspunt. De meeste burgers willen best voorzichtig zijn en het draagvlak voor maatregelen is nog behoorlijk groot. Ook bij jongeren, zo blijkt uit onderzoek. Mensen maken zelf een inschatting van de risico's, maar zij hebben helaas niet altijd de juiste informatie om dat op de goede manier te doen. Het gevolg is dat mensen in sommige situaties denken dat het wel kan om wat minder streng met de maatregelen om te gaan. Het coronavirus is een onzichtbaar en ongrijpbaar risico. Heldere en concrete informatie over de risico's is dan ook bijzonder belangrijk. Waren de beelden van overvolle ICs en doodzieke patiënten in het begin van de pandemie voldoende om de ernst van het gevaar over te brengen, in de huidige fase is meer nodig. Geef daarom vooral ook concrete informatie die mensen helpt om de risico's goed in te schatten en om het beschermde gedrag te vertonen. Dat betekent vooral betere communicatie over het hoe en waarom van maatregelen: over de ernst van de gevolgen van COVID-19, over de risico's van verschillende situaties, over de routes van besmetting en hoe gedrag

bijdraagt om besmetting te voorkomen. Gerichte communicatie vanuit de overheid moet voldoende frequent zijn en gebruik maken van passende media, met name om jongeren te bereiken.

Alleen via persconferenties communiceren wat de regels zijn om een tweede golf te voorkomen, is op dit moment niet meer voldoende. Het is dus hoog tijd dat de overheid ervoor zorgt dat burgers op een gerichte manier de juiste informatie krijgen om hun verantwoordelijkheid te kunnen nemen. Om deze boodschap helder over te brengen is, net als bij reclame, veelvuldige herhaling essentieel. Het volstaat niet om bij de ingang van een park of een lichtbord boven de snelweg mensen erop te wijzen dat ze drukke plekken moeten mijden.

Burgers oproepen om hun verantwoordelijkheid te nemen en solidair te zijn is goed, maar daar hoort wel bij dat de overheid zelf het voortouw neemt in goede communicatie van helder beleid. Het gaat dan om communicatie die mensen laat beseffen: "Dat is een risico, dat ik niet wil nemen".

5.1.2e, 5.1.2e AmsterdamUMC/VU, 5.1.2e,
5.1.2e LU, 5.1.2e, 5.1.2e
UvA, 5.1.2e 5.1.2e UU, 5.1.2e 5.1.2e
5.1.2e RUG, 5.1.2e 5.1.2e UU, 5.1.2e,
5.1.2e UvA.