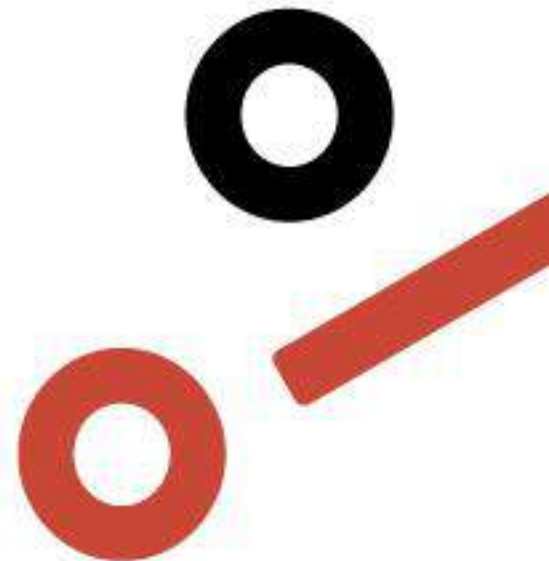
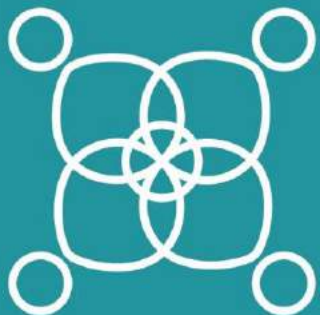


# Welkom op het webinar

**Communiceren & sensibiliseren  
over COVID-19 maatregelen en vaccinaties**

*We starten om 19u*

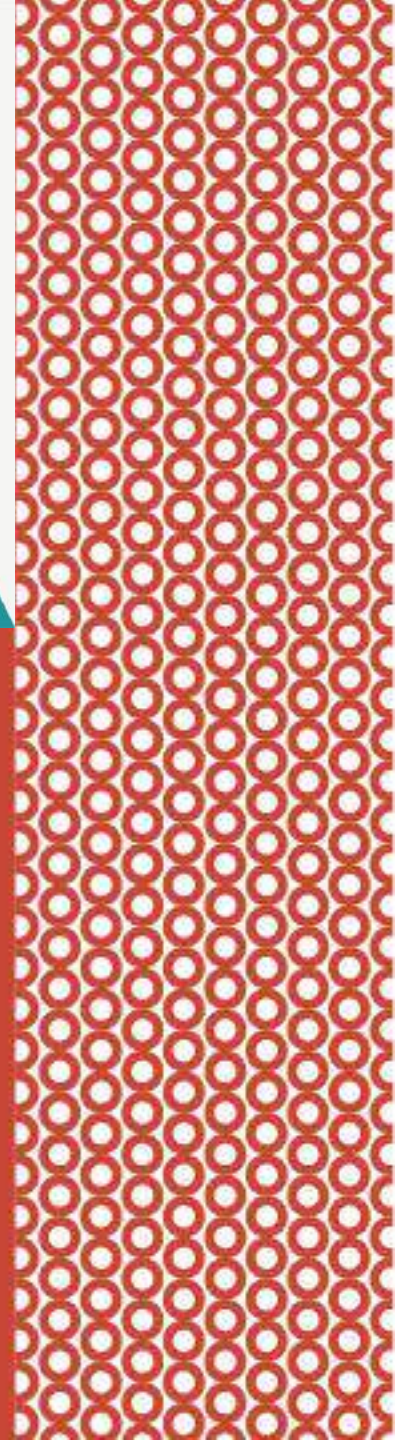




# EERSTELIJNSZONE

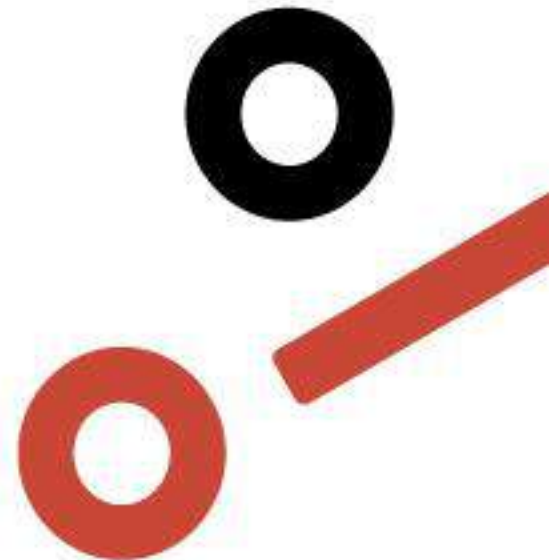


10000 VL  
GEZONDHEID  
TROEF



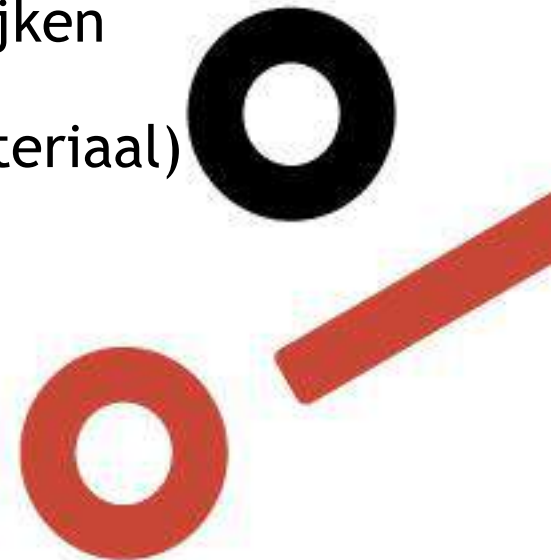
# Praktisch

- Controleer:
  - Micro automatisch gedempt
  - **Graag video uitzetten** (gebeurt niet steeds automatisch)
- Chat kan gebruikt worden
  - Enkele vragen worden beantwoord tijdens laatste kwartier
  - Onbeantwoorde vragen worden nadien beantwoord (FAQ's)
- Opname wordt nadien verspreid



# Gebundelde krachten

- Vlaamse Logo's:
  - Algemene werking:
    - Netwerkorganisatie
    - Expert gezondheidspromotie en ziektepreventie
    - Dissemineren materialen en methodieken
    - Ondersteunen lokale besturen en organisaties (Vlaamse gezondheidsdoelstellingen)
  - COVID-19:
    - Bundelen info, campagnes, materiaal, bronnen en goede praktijken
    - Signaalfunctie: centraliseren noden en hiaten
    - Sensibiliseren: maatregelen en vaccinatie (o.a. verspreiden materiaal)
- Eerstelijnszones:
  - Beheersen COVID-uitbraken
  - Afstemmen lokale vragen en aanbod
  - Sensibiliseren







Diensten Vormingen Webshop Vacatures Over Logo Contact Zoeken



Kies jouw Logo

## Communiceren en inspireren in tijden van corona

Ingrijpende maatregelen zijn overal van kracht om de verspreiding van het coronavirus in te dijken, met aanzienlijke impact op het dagelijkse leven, maar ook op de publieke dienstverlening.

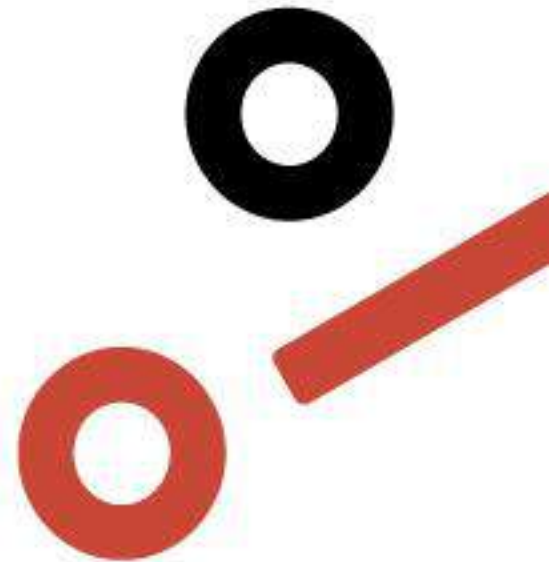
Via onderstaande links (klik op de afbeeldingen) vind je betrouwbare informatie, materialen, inspiratie en tips, die je kan gebruiken in de communicatie naar de doelgroepen van jouw organisatie.



The screenshot shows a webshop interface with a navigation bar at the top containing icons for 'Totaal aanbod', 'In de gemeente', 'Op school', 'Op het werk', and 'In de zorg'. Below this is a search bar and a 'Kies je sector en/of thema' dropdown menu. The main content area features three filter sections: 'Sectoren' (set to 'Alles'), 'Thema's' (set to 'Vaccinaties en infectieziek...'), and 'Materiaaltype' (set to 'Alles'). A 'TOON' button is located to the right of these filters. Below the filters, there are several product listings, each with a thumbnail image and a title. The listings include: 'Het coronavirus: blijf alert! (Infographic)', 'COVID-19-vaccinatie - bewoners woonzorgcentra (Affiche)', 'COVID-19-vaccinatie - zorgprofessionals (Affiche)', 'COVID-19-vaccinatie - personeel woonzorgcentra (Affiche)', 'COVID-19-vaccinatie - personeel woonzorgcentra (Folder)', and 'COVID-19-vaccinatie - zorgprofessionals (Folder)'. Each listing also includes a 'Voeg toe aan winkelmandje' button.

# Doel webinar

- Wetenschappelijke inzichten delen rond motiveren van patiënten, cliënten en inwoners
  - Zich laten vaccineren
  - Maatregelen te blijven volgen
- Prof. Maarten Vansteenkiste, Hoogleraar ontwikkelings- en motivatiepsychologie aan de Universiteit Gent
- Dr. Leen Van Brussel, Stafmedewerker gedragsinzichten en gezondheidsongelijkheid, Vlaams Instituut Gezond Leven
- 2 praktijkvoorbeelden



SAMEN WERKEN  
WE AAN EEN

*gezonde*

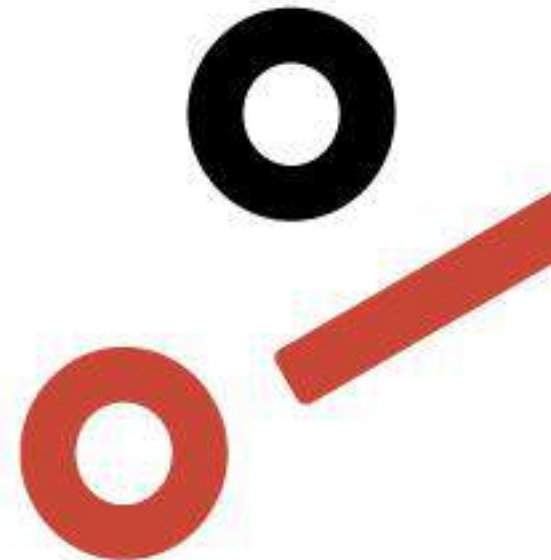
REGIO

logo<sup>VL</sup>

# Prof. Maarten Vansteenkiste



- Hoogleraar **ontwikkelings- en motivatiepsychologie**  
Universiteit Gent
- Gespecialiseerd in de vraag hoe we duurzaam kunnen motiveren in diverse levensdomeinen (opvoeding, onderwijs, werk) en gezondheidspromotie.
- Hij gaat dieper in op hoe je motiverend kan communiceren in crisistijden naar burgers, patiënten en cliënten
  - zowel wat betreft het blijven volgen van de COVID-19 maatregelen
  - alsook wat betreft de bereidheid tot vaccinatie





# Motiverend communiceren in crisistijden

Inzichten vanuit de motivatiebarometer en de expertengroep 'Psychologie en corona'



## Inzichten vanuit de expertengroep

### ‘Psychologie en Corona’

Maarten Vansteenkiste  
Omer Van den Bergh  
Karen Phalet  
Koen Lowet  
Alexis Dewaele  
Olivier Luminet  
Pauline Charrier  
Ann Desmet



Anne-Marie Etienne  
Sarah Galdiolo  
Olivier Klein  
Geert Crombez  
Philippe de Timary  
Kris Van den Broeck



## UGent (motivatie barometer)

Bart Soenens  
Joachim Waterschoot  
Sofie Morbée  
Branko Vermote  
Daphne Van den Bogaerde  
Lisa Dieleman

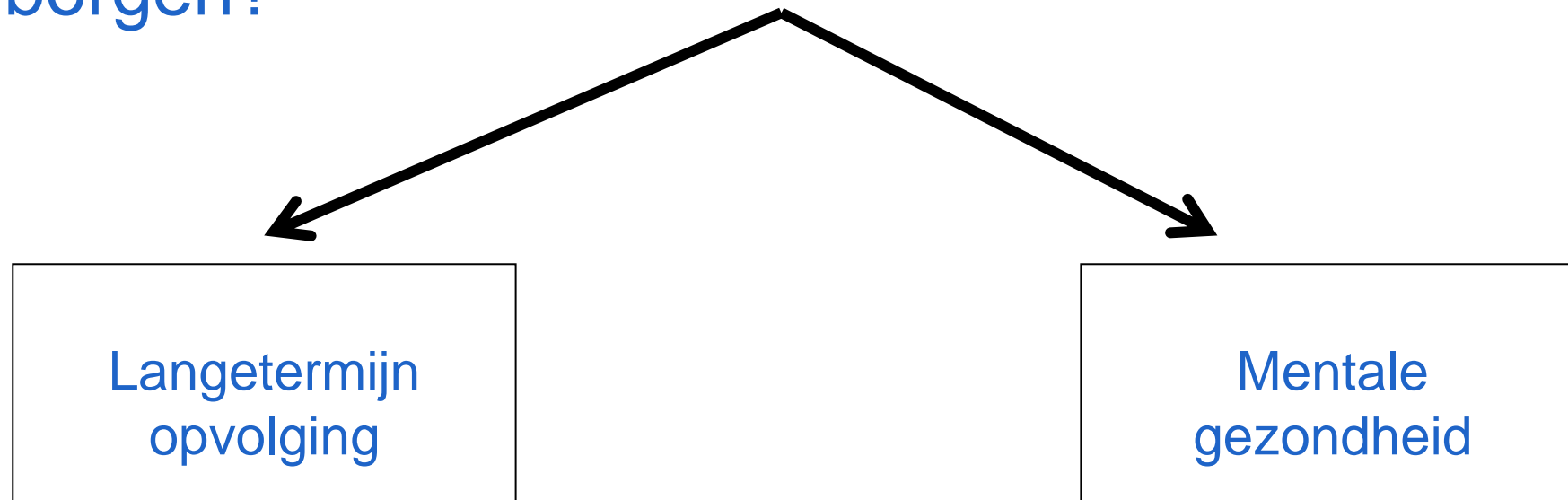


# PSYCHOLOGISCHE UITDAGINGEN

- De overheid voerde intrusieve, maar noodzakelijke **maatregelen** in om de verspreiding van het SARS-CoV-2-virus in te dijken
- Deze maatregelen opvolgen vraagt **inspanning**:
  - ✓ Interruptie van onze dagelijks leven
    - b.v. sociale contacten vermijden, mondkmaskers dragen, etc.
  - ✓ Dit vraagt volharding => langetermijn inspanningen
- Het volgen van de maatregelen wordt een grotere uitdaging
  - Tijdens uitrol **vaccinatie**: twee snelheden in onze samenleving
  - Na vaccinatie: zoete smaak van vrijheid

# PSYCHOLOGISCHE UITDAGINGEN

Hoe de bevolking gemotiveerd houden voor deze maatregelen en tegelijkertijd hun mentale gezondheid waarborgen?





# MOTIVATIONELE UITDAGING

“Een oproep tot ‘verantwoordelijkheidszin’ en het gebruik van ‘gezond verstand’ is een holle oproep in afwezigheid van een motiverend kader. Het is dan ook de kunst om een motiverend klimaat te scheppen waarbinnen mensen vertrouwen opbouwen in het vaccin en het waardevol vinden om zich vrijwillig te laten vaccineren om zichzelf en anderen te beschermen.”

**'Als omkadering ontbreekt, dreigt vrijheid een vrijgeleide te worden om onze eigen zin te doen'**



**Vrije Tribune**

Hier geven we een forum aan organisaties, columnisten en gastbloggers

'We missen een goede omkadering van deze teruggekregen vrijheid om te vermijden dat de bevolking haar eigen "goesting" gaat doen', schrijven Maarten Vansteenkiste en Omer Van den Bergh van de [Werkgroep Psychologie en Corona](#) over de recente versoepeling van de coronamaatregelen



## DOELSTELLINGEN: DEZE SESSIE ZOU GESLAAGD ZIJN ALS...

- ...U goed bent **geïnformeerd** over recente onderzoeksresultaten
- ...U een aantal **basisinzichten** hebt meegekregen rond het motiverende communicatie.

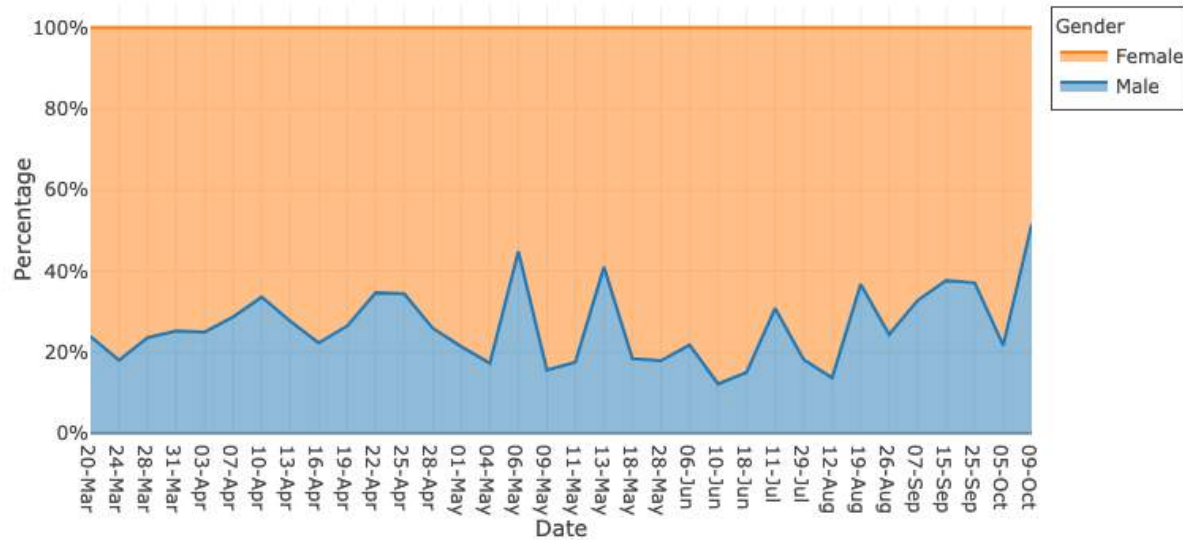
# Motivation **BAROMETER**



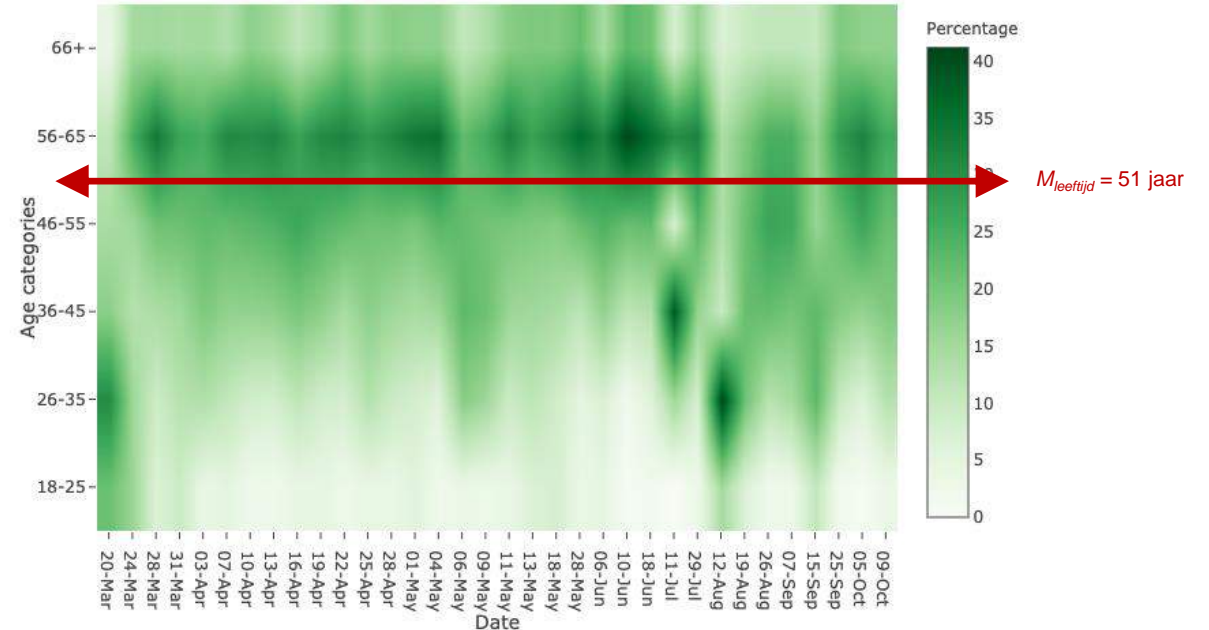
# MOTIVATIE BAROMETER

- Dagelijkse metingen van nieuwe cohorten ('groepen') vanaf 19 maart
- Totaal deelnemers = 140000+ (incl. longitudinaal 10 weken, ouders, ouderen, studenten, verveelden, thuiswerkers, etc.)

Gender in %



Age categories





# 20 THEMATISCHE RAPPORTEN


www.motivationbarometer.com

## Op deze pagina

- Het onderzoek
- [Rapporten](#)
- Wetenschappelijke publicaties
- Zijprojecten
- Populaire media
- Contact

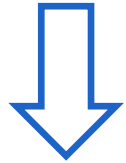
## Rapporten

Download hier rechtstreeks onze rapporten:

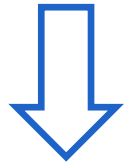
**Nieuw: rapport 15** (14 oktober): Zelfs harde noten kan je op een motiverende wijze kraken! [Download hier](#) 

- **Rapport 14** (30 september): Wat vinden burgers van coronabadge en de -barometer? Enkele motiverende tools nader belicht. [Download hier](#) 
- **Rapport 13** (17 september): Wat zijn volgens de bevolking zinvolle alternatieven voor het huidige bubbelconcept? De psychologische effecten van flexbubbels en een sociale carte blanche vergeleken. [Download hier](#) 
- **Rapport 12** (19 augustus): De bevolking is niet meer gemotiveerd. Hoe kunnen we een motiverend kader scheppen? [Download hier](#) 
- **Rapport 11** (16 juli): Hoe de motivatie voor het volgen van de maatregelen tijdens deze zomerperiode hoog te houden? De rol van risicoperceptie, angst, en verplichting. [Download hier](#) 
- **Rapport 10** (01 juli): Wat zorgt voor een verkwikkende en waardevolle zomervakantie in coronatijden? [Download hier](#) 
- **Rapport 9** (19 mei): Ongemakken van mondmaskers: Hoe we ze met de glimlach dragen door vrijwillige verantwoordelijkheidszin te stimuleren. [Download hier](#) 
- **Rapport 8** (14 mei): Studeren is de tijd van je leven! Ook tijdens Corona? [Download hier](#) 
- **Rapport 7** (12 mei): Zorgt het bubbelen op moederdag voor een boost in onze verbondenheid en motivatie? [Download hier](#) 
- **Rapport 6** (05 mei): Motivatie tijdens de 'volksmarathon' stijgt licht: Overheid, zet het positieve elan van motiverende communicatie verder! [Download hier](#) 
- **Rapport 5** (26 april): De vermoeidheid tijdens de volksmarathon slaat toe: Evoluties in motivatie, mentale gezondheid en (de)motiverende overheidscommunicatie. [Download hier](#) 
- **Rapport 4** (21 april): Het motivationeel draagvlak voor de volksmarathon slinkt: Het leiderschapskompas als leidraad voor motiverende communicatie. [Download hier](#) 
- **Rapport 3** (14 april): Psychologische vitamines in tijden van coronavermoeidheid. [Download hier](#) 
- **Rapport 2** (08 april): Vlakt onze motivatie voor het volgen van de maatregelen af? Het belang van heldere en logische communicatie. [Download hier](#) 
- **Rapport 1** (30 maart): Hoe lang houden we deze maatregelen vol? Met onze motivatie zit het voorlopig goed! [Download hier](#) 

Deel 1



Deel 2

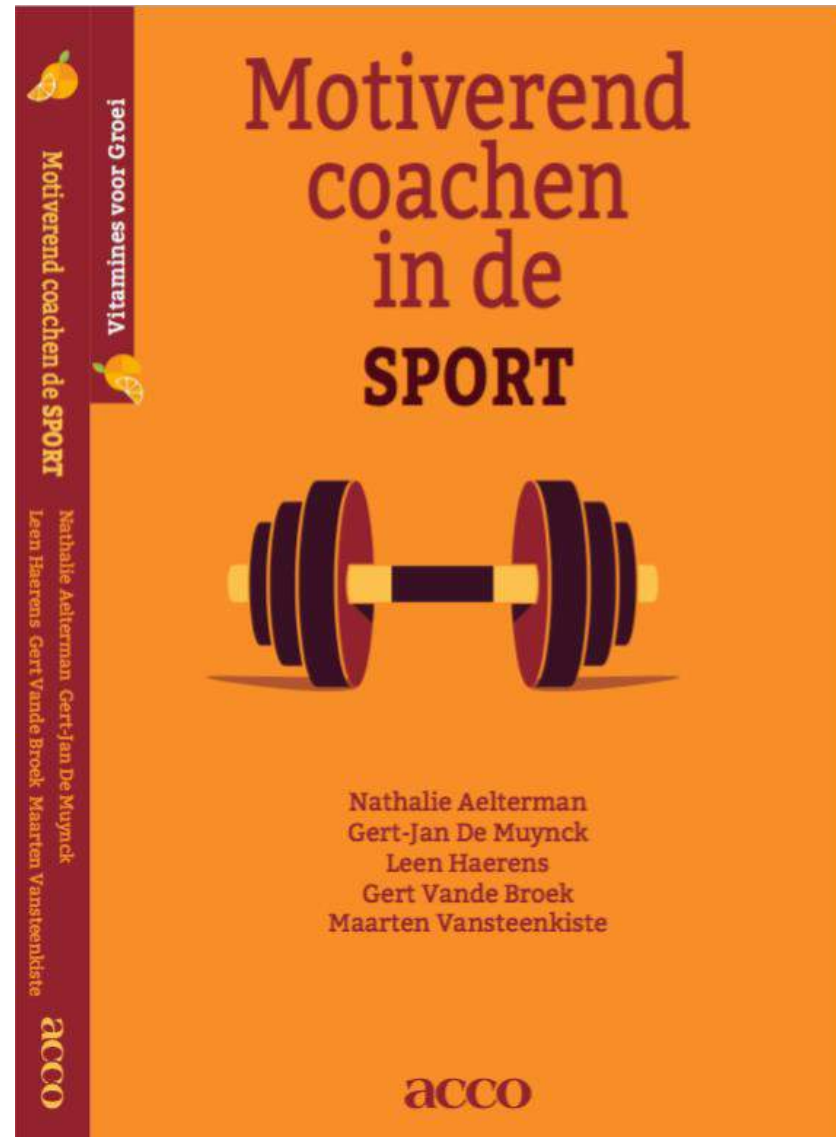
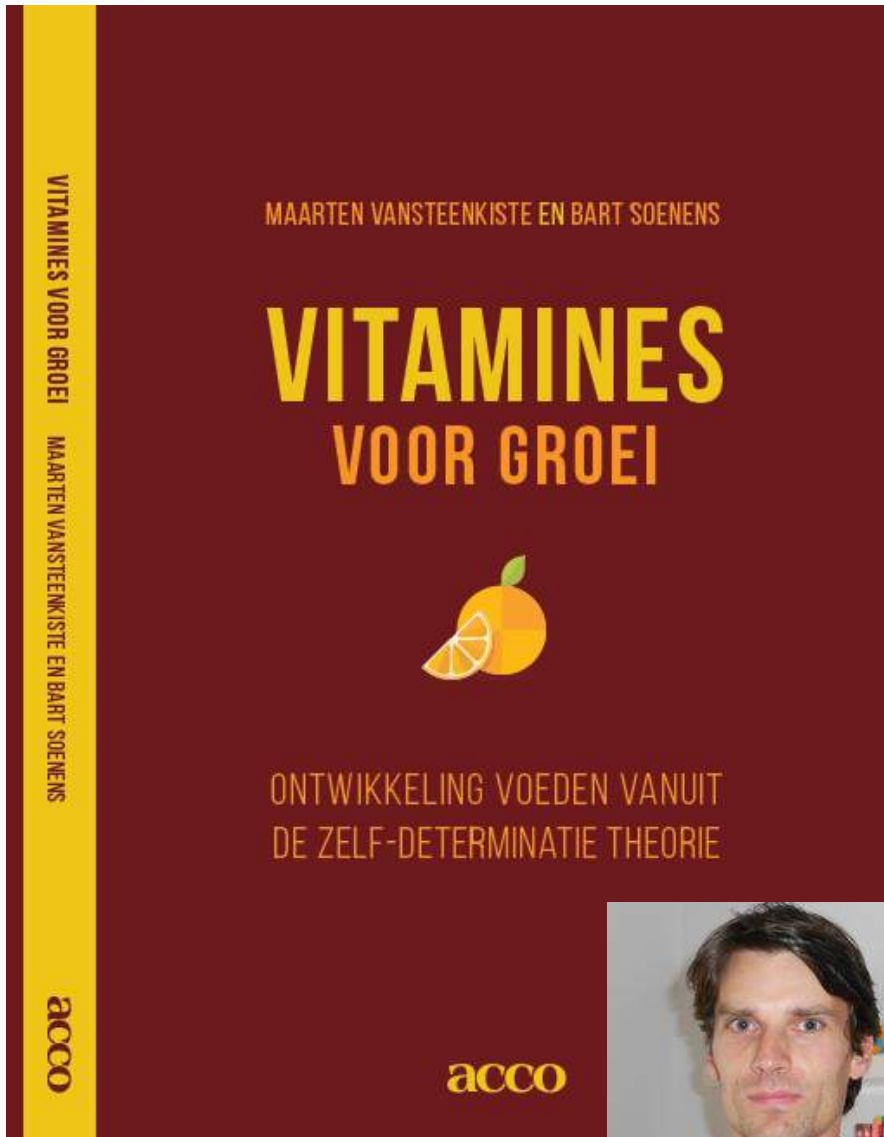


Deel 3

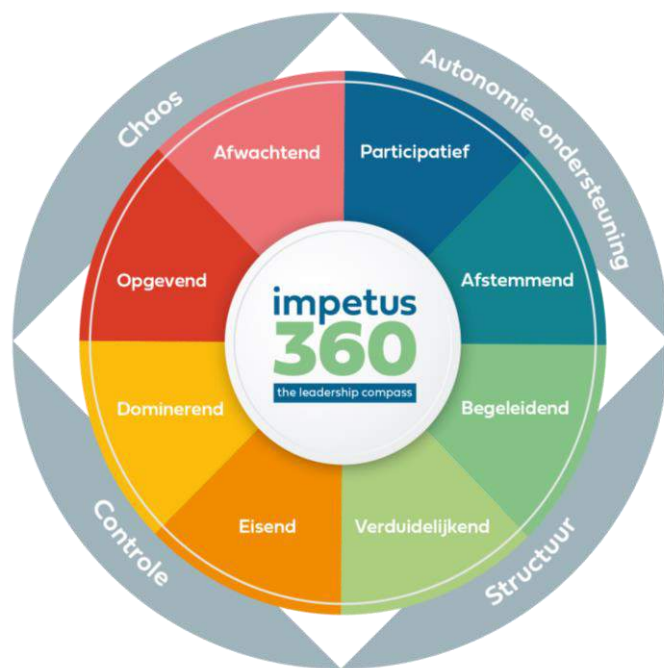
Er is niets praktischer dan een goed theoretisch fundament  
= **WAAROM-VRAAG**

De bouwstenen van een motiverende communicatiestijl  
= **WAT-VRAAG**

Aan de slag! Hoe kun je de motivatie van burgers stimuleren?  
= **HOE-VRAAG**



# impetus founding team



Kevin Taelman

Nathalie  
Aelterman



Maarten  
Vansteenkiste





DEEL 1: ER IS NIETS PRAKTISCHER DAN  
EEN STEVIG THEORETISCH FUNDAMENT



Motivation

**BAROMETER**

⇒ **“Waarom volg jij de corona-maatregelen op?”**

‘omdat ik anders zou worden gesanctioneerd’  
  
‘omdat ik anders bekritiseerd word door anderen’

‘omdat ik mij schuldig zou voelen indien ik het niet zou doen’  
  
‘omdat ik dan pas tevreden kan zijn over mezelf.’

‘omdat ik dit persoonlijk zinvol vind’  
  
‘omdat ik begrijp waarom deze belangrijk zijn’.

Straf  
beloning,

Schaamte  
schuld,

Persoonlijke  
zinvolheid

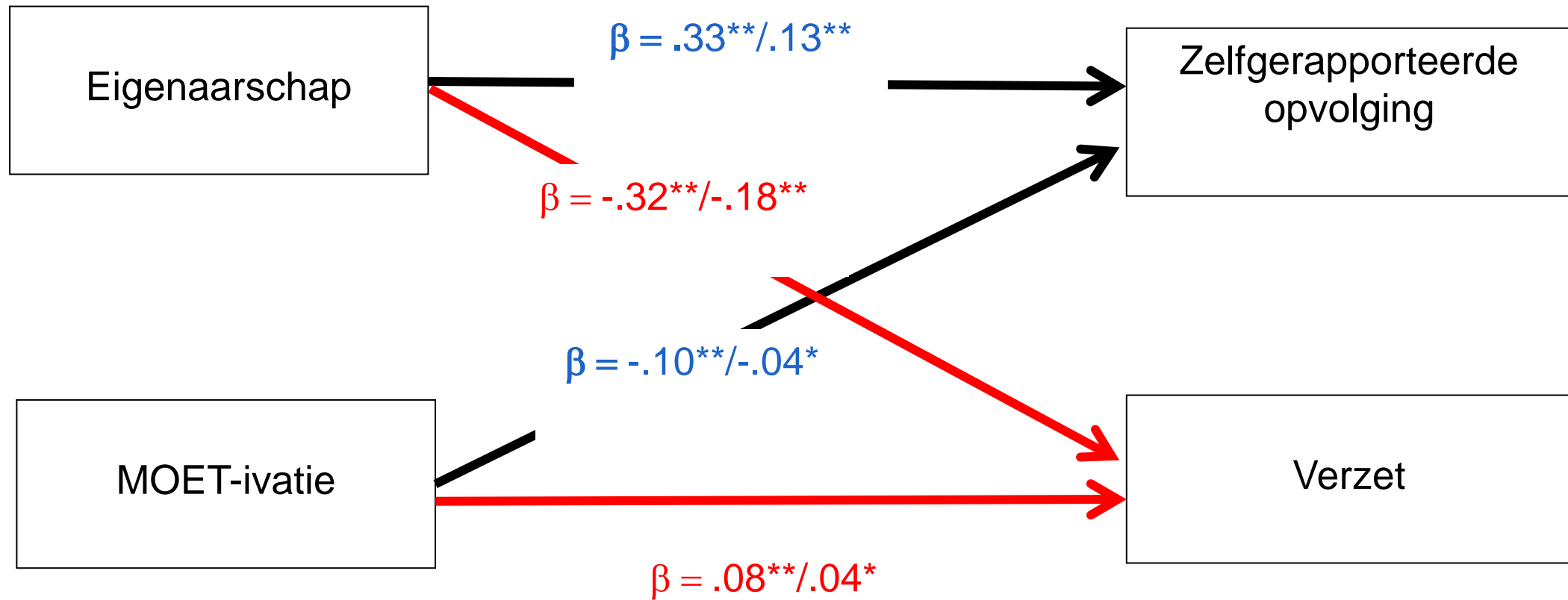
**Internalisatie proces =  
Toenemend eigenaarschap, toewijding en verantwoordelijkheid**

of **‘MOET-ivatie’**

of **vrijwillige motivatie**

Er is dus niet per definitie een spanningsveld tussen grenzen/maatregelen en autonomie

# MOTIVATIE BAROMETER





## Vraag 1:

Hoe zijn onze vrijwillige motivatie en 'moet'-ivatie doorheen de crisis geëvolueerd?

# OVERVIEW OF RESEARCH REPORTS

Evolutie van motivatie tijdens de COVID-19 crisis

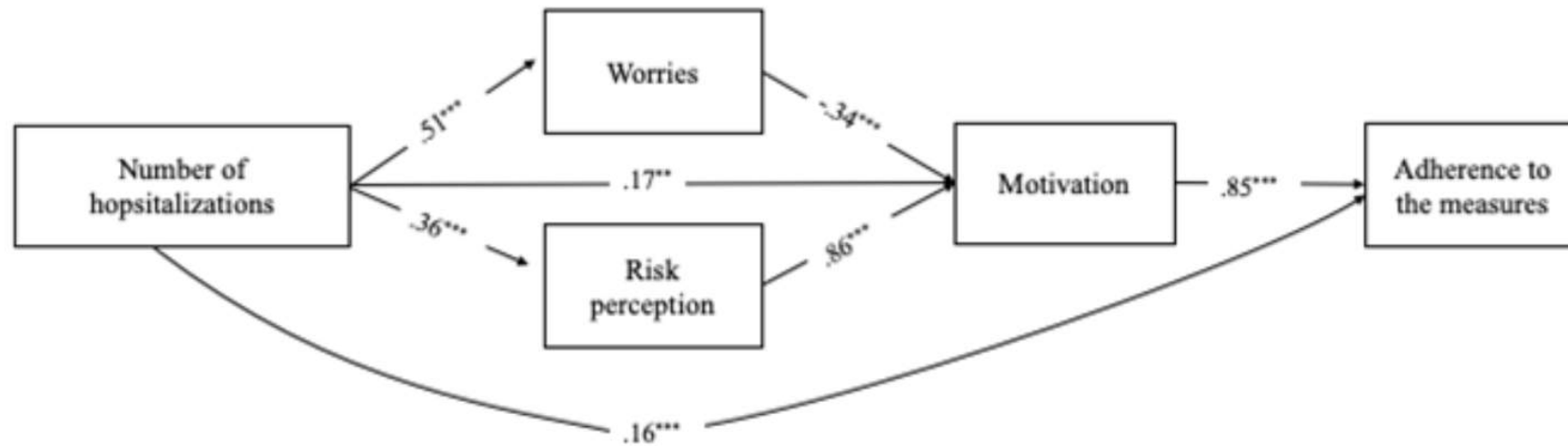


Type motivatie  
 — Vrijwillige  
 — MOET-ivatie  
 — Amotivatie

**Vraag 2:**  
Wanneer schieten we in actie?  
De (de)motiverende rol van hospitalisatiecijfers &  
angst

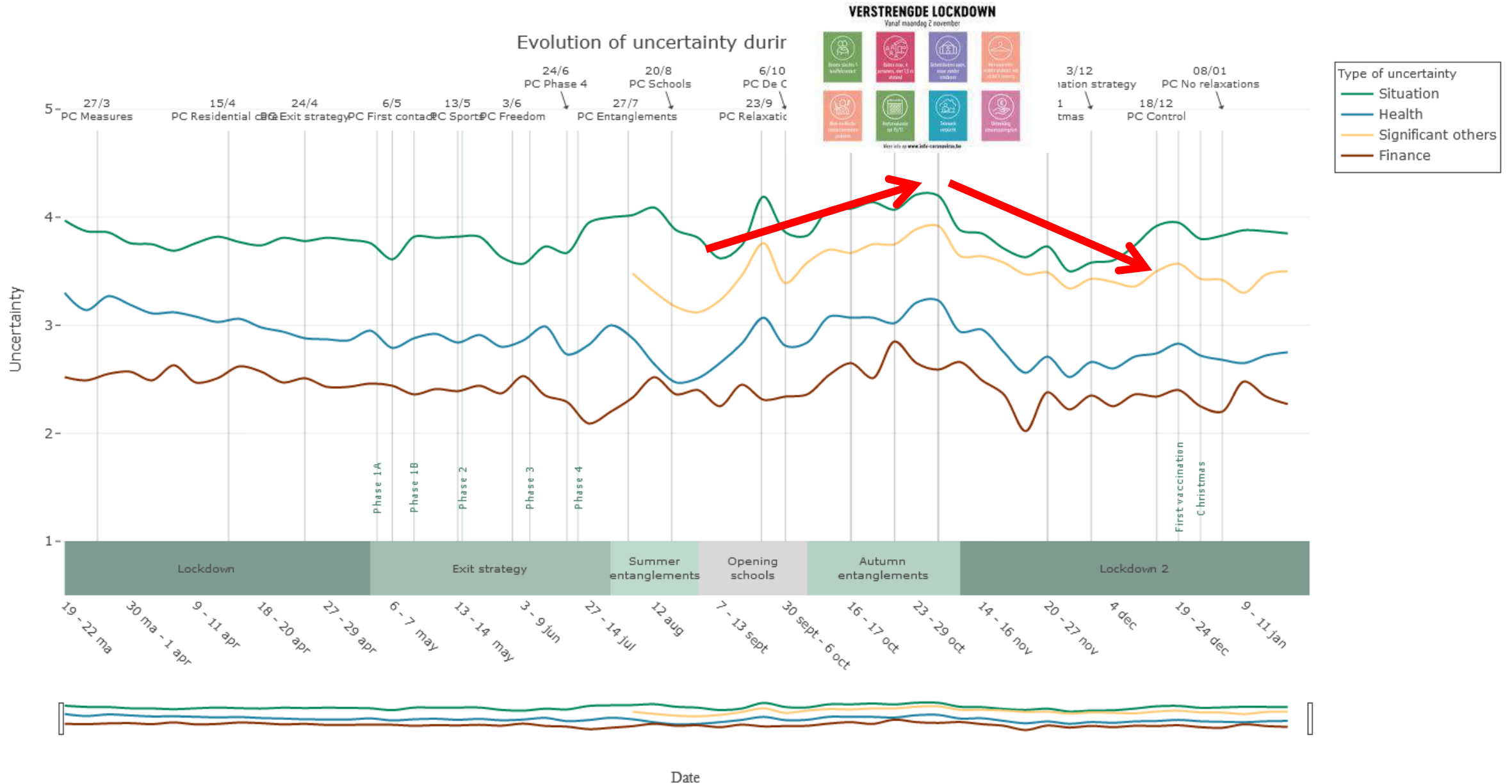
Figure 1

*Integrative Structural Model Delineating the Motivational Sequence between Hospitalisations and Adherence*



- ✓ Niet zorgen & angst zijn een goede drijfveer, maar risicobewustzijn
- ✓ Hospitalisaties = tweesnijdend zwaard
- ✓ Zorgen nemen af als risicobeperkende maatregelen worden genomen

# VERSCHUIVINGEN IN BEZORGDHEID

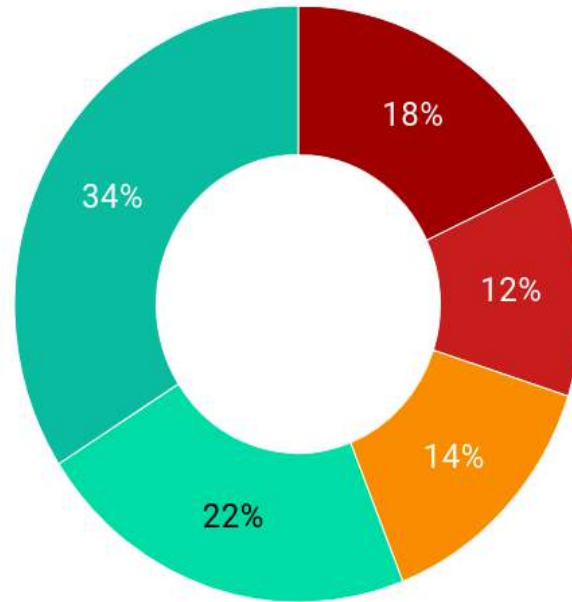


**Vraag 3:**  
Hoe is het met onze vaccinatiebereidheid gesteld?

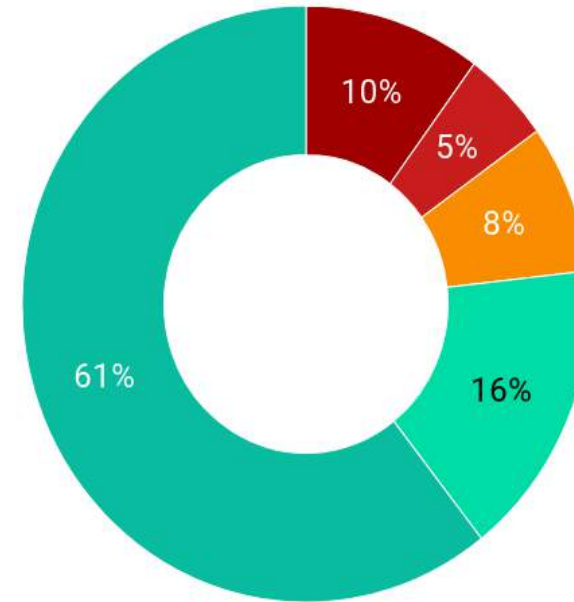


# VERSCHUIVINGEN IN VACCINATIEBEREIDHEID

- Refusing without a doubt
- Probably refusing
- Doubting
- Probably accepting
- Accepting without a doubt



December



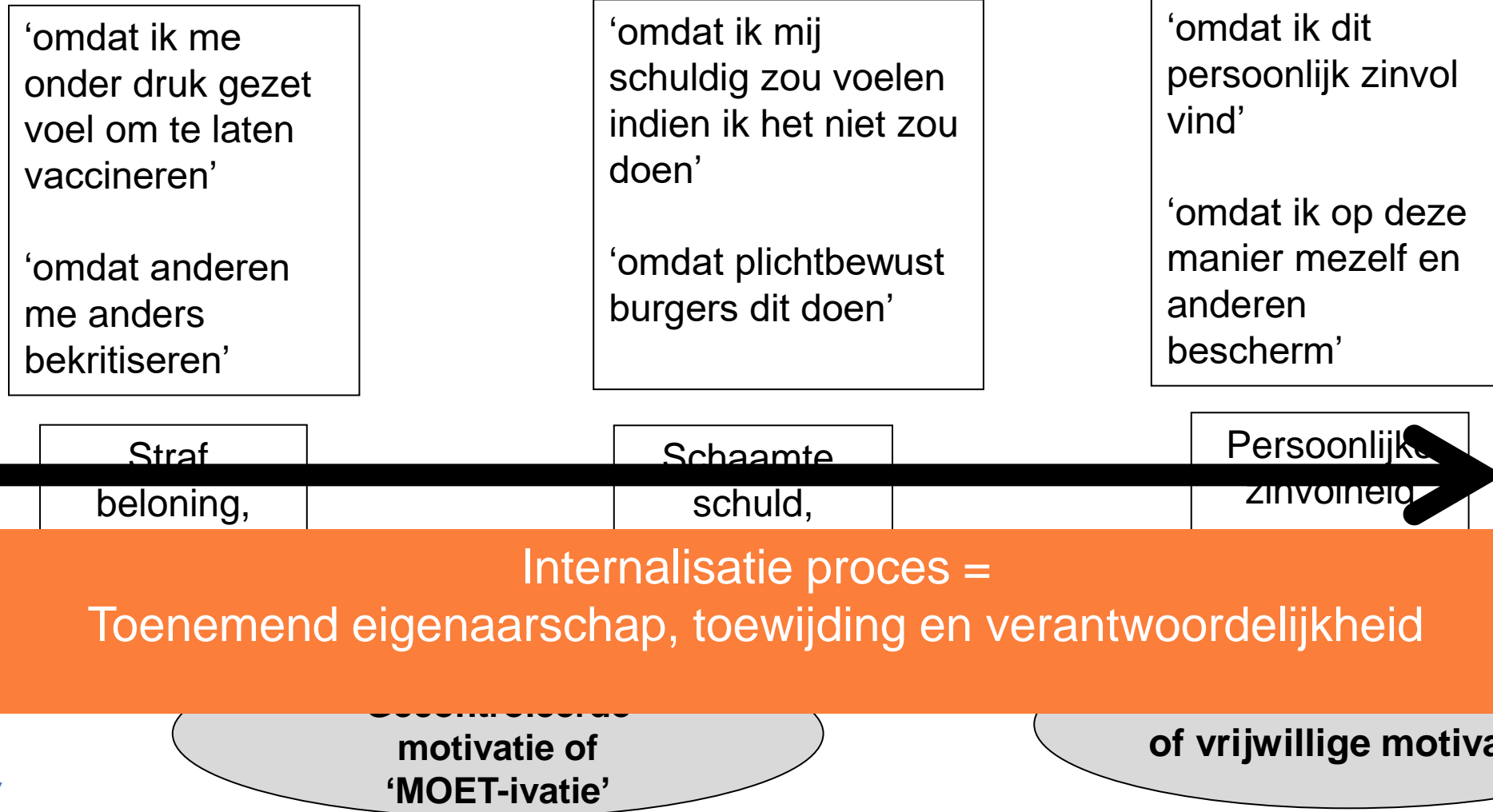
January



**Vraag 4:**  
Welke (de)motiverende factoren voorspellen  
vaccinatiebereidheid?

# MOTIVATIE BAROMETER

⇒ “**Waarom zou je je laten vaccineren?**”



# MOTIVATIE BAROMETER

⇒ “**Waarom zou je je NIET laten vaccineren?**”

‘omdat ik er niet de  
inspanning voor kan  
opbrengen’

‘omdat ik niet weet hoe ik  
aan de nodige info kan  
geraken’

**Moeite –  
bekwaamheid**

‘omdat ik twijfel over de  
grondigheid van het  
onderzoek’

‘omdat ik me zorgen maak  
over de neveneffecten’

**Wantrouwen**

‘omdat de COVID-19 crisis  
niet zo ernstig is als men  
beweert’

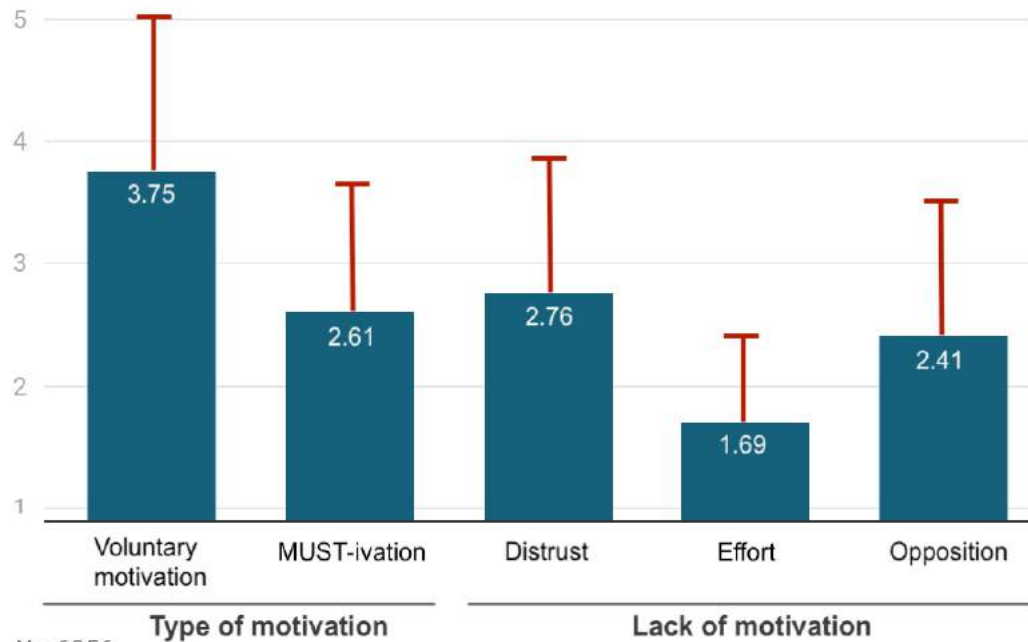
‘omdat de overheid zich  
niet moet bemoeien met  
wat ik doe’

**Verzet**

# RESULTATEN MOTIVATIEBAROMETER

## (Lack of) Vaccination Motivation

Coronastudy, Ghent University

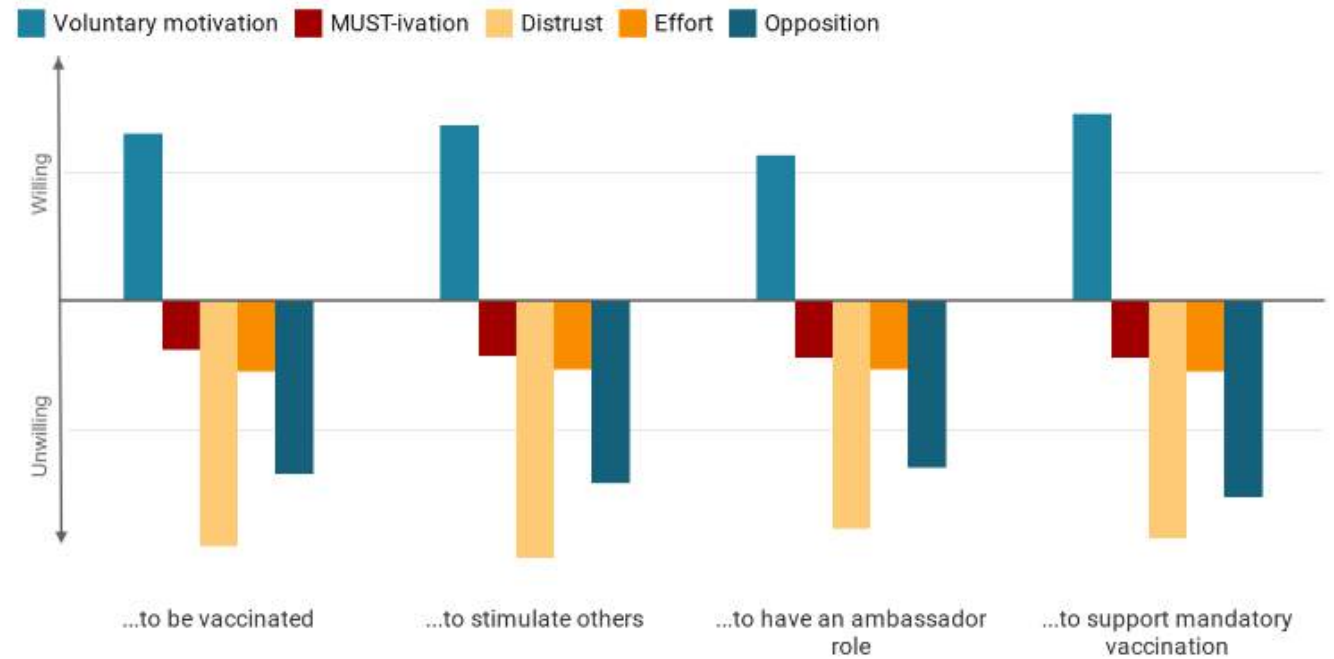


N = 6056

Chart: Motivation Barometer • Source: Ghent University • Created with Datawrapper

## Willingness towards Vaccination Attitudes by Types of Motivation

Coronastudy, Ghent University



N = 6056

Chart: Motivation Barometer • Source: Ghent University • Created with Datawrapper

## Vraag 5:

Welke personen kunnen de meest positieve invloed uitoefenen en waarom?

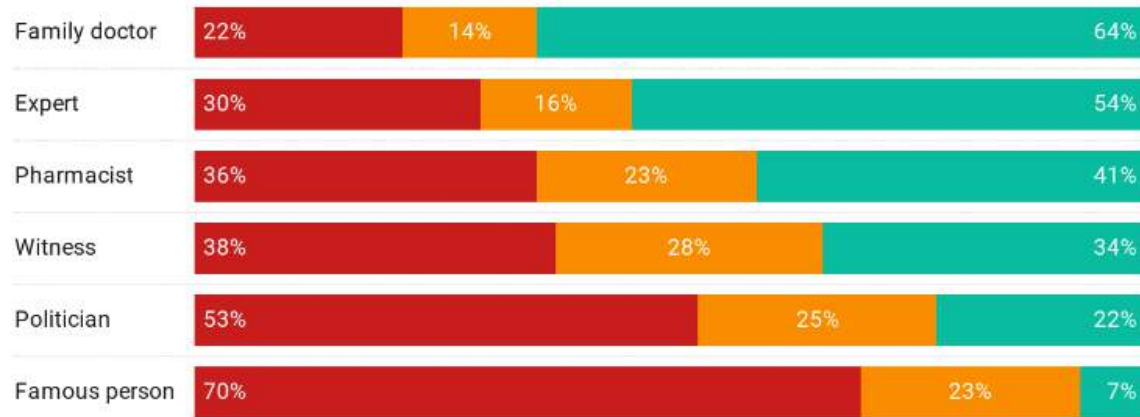


# RESULTATEN MOTIVATIEBAROMETER

## Impact of sources to be vaccinated

Coronastudy, Ghent University

■ (Totally) no impact ■ Neutral ■ (High) Impact

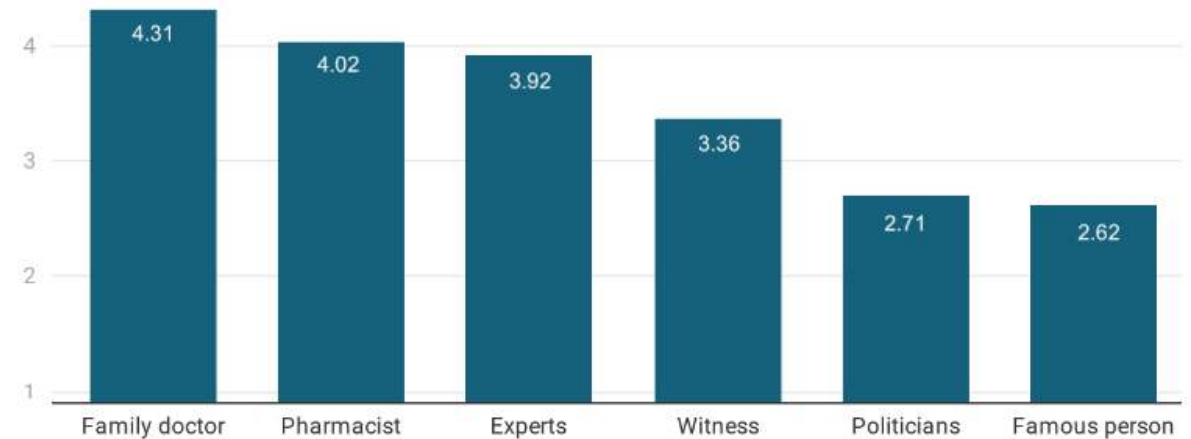


N = 6056

Chart: Motivation Barometer • Source: Ghent University • Created with Datawrapper

## Vaccination attitude towards multiple sources

Coronastudy, Ghent University



N = 6056

Chart: Motivation Barometer • Source: Ghent University • Created with Datawrapper

## CONCLUSIE: DE KWALITEIT VAN MOTIVATIE TELT

- Gedrag = de factor in deze crisis
- Kwaliteit van motivatie telt
- Sleutel tot motivatie =
  - Goede aansluiting tussen aard van risicobeperkende maatregelen & de waargenomen risico's op besmetting
  - Aard van de communicatiestijl

DEEL 2:  
WAT IS EEN MOTIVERENDE  
COMMUNICATIESTIJL?



# Welke behoeftes sluiten aan bij deze criteria?

Eerder  
psychologisch  
dan fysiologisch

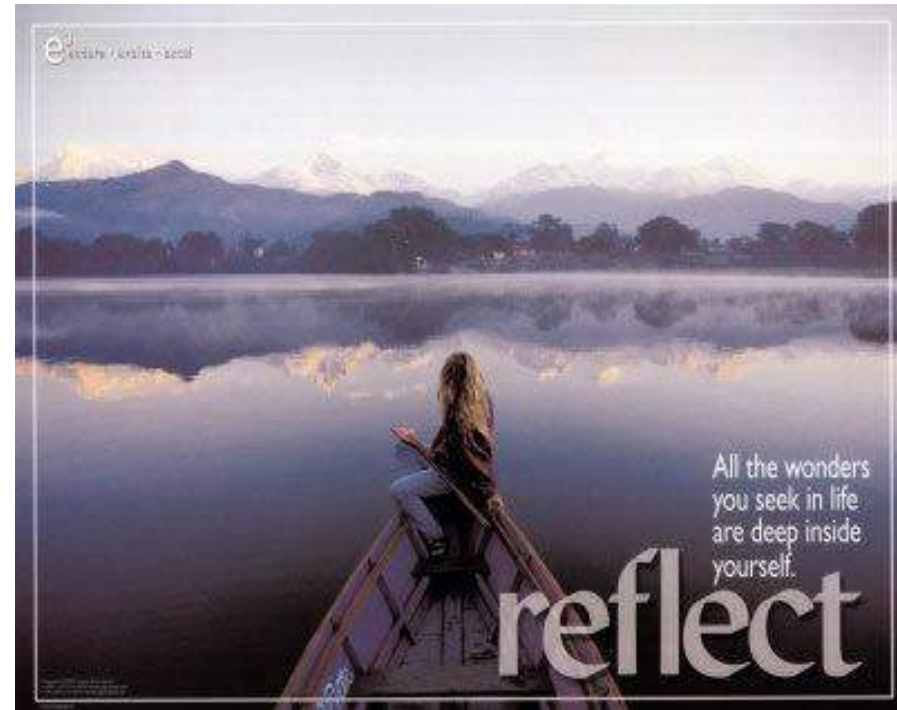
Eerder universeel  
dan gebonden  
aan cultuur

Eerder inherent  
dan verworven

Eerder  
fundamenteel dan  
triviaal

# Autonomie

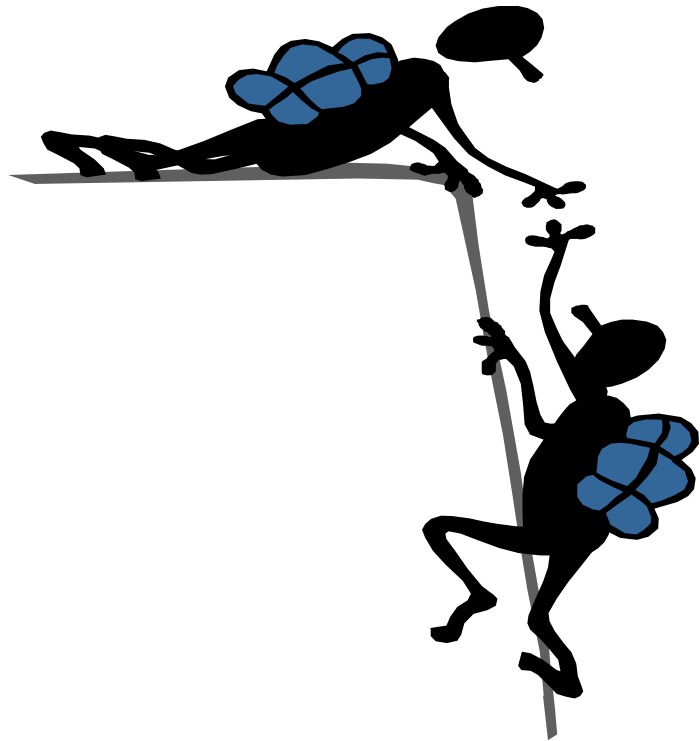
De ervaring jezelf te mogen zijn en vrijwillig te mogen handelen, denken en voelen;  
ervaring van keuze en psychologische vrijheid





# Relationele verbondenheid

Evaring van een warme, hechte en authentieke band met anderen, voor anderen zorg dragen en geliefd worden



# Competentie

Het gevoel hebben bekwaam te zien om een activiteit uit te voeren, gewenste doelen te bereiken en de eigen vaardigheden te ontplooiën



**A**  
Ik heb het gevoel dat  
me al dan niet laten  
vaccineren een vrije  
keuze is

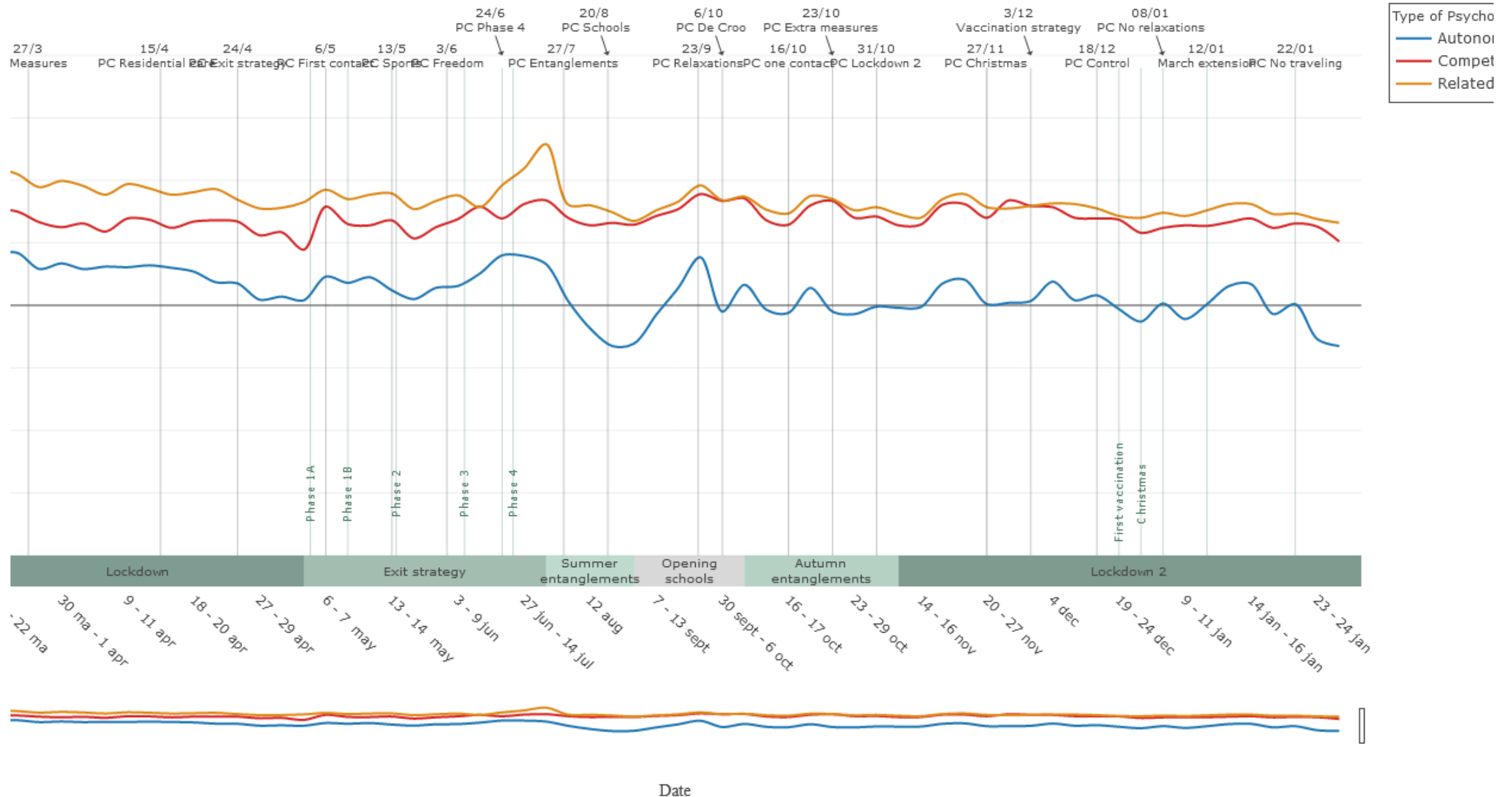
**B**  
Ik voel me begrepen in  
mijn zorgen

**C**  
Ik heb de nodige info  
gekregen en weet hoe ik  
me kan laten vaccineren



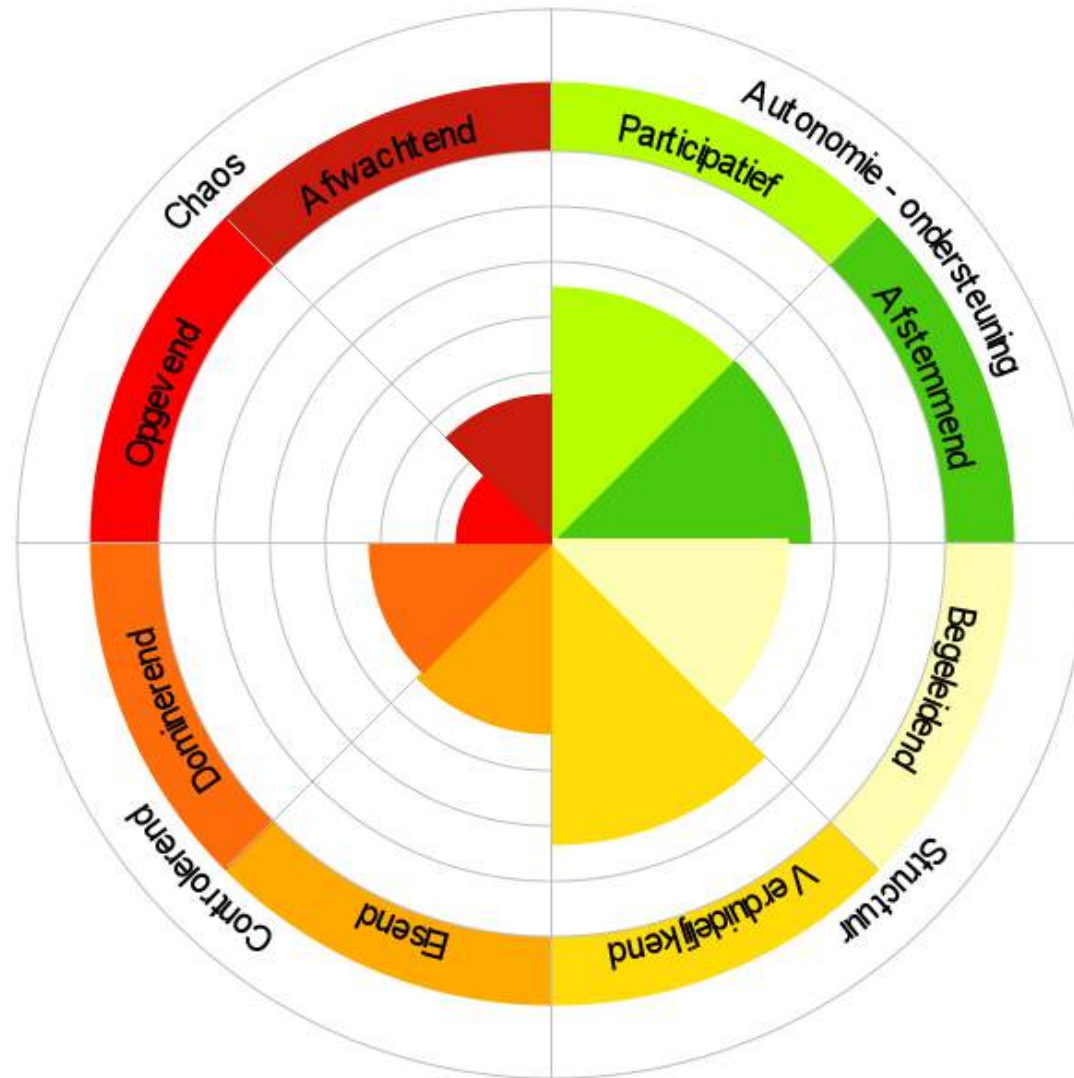
# EVOLUTIE DOORHEEN DE CORONACRISIS

Evolution of Psychological Needs during the COVID-19 crisis





# COMMUNICATIEKOMPAS





DEEL 3:

HOE KAN JE OP EEN MOTIVERENDE WIJZE  
COMMUNICEREN?



**BAROMETER**

# Vraag 1:

## Motiveren tot gedragsverandering zonder angst te induceren: dansen op een slap coronakoord



Twee algemene richtlijnen op basis van twee observaties

# COMMUNICATIEKOMPAS



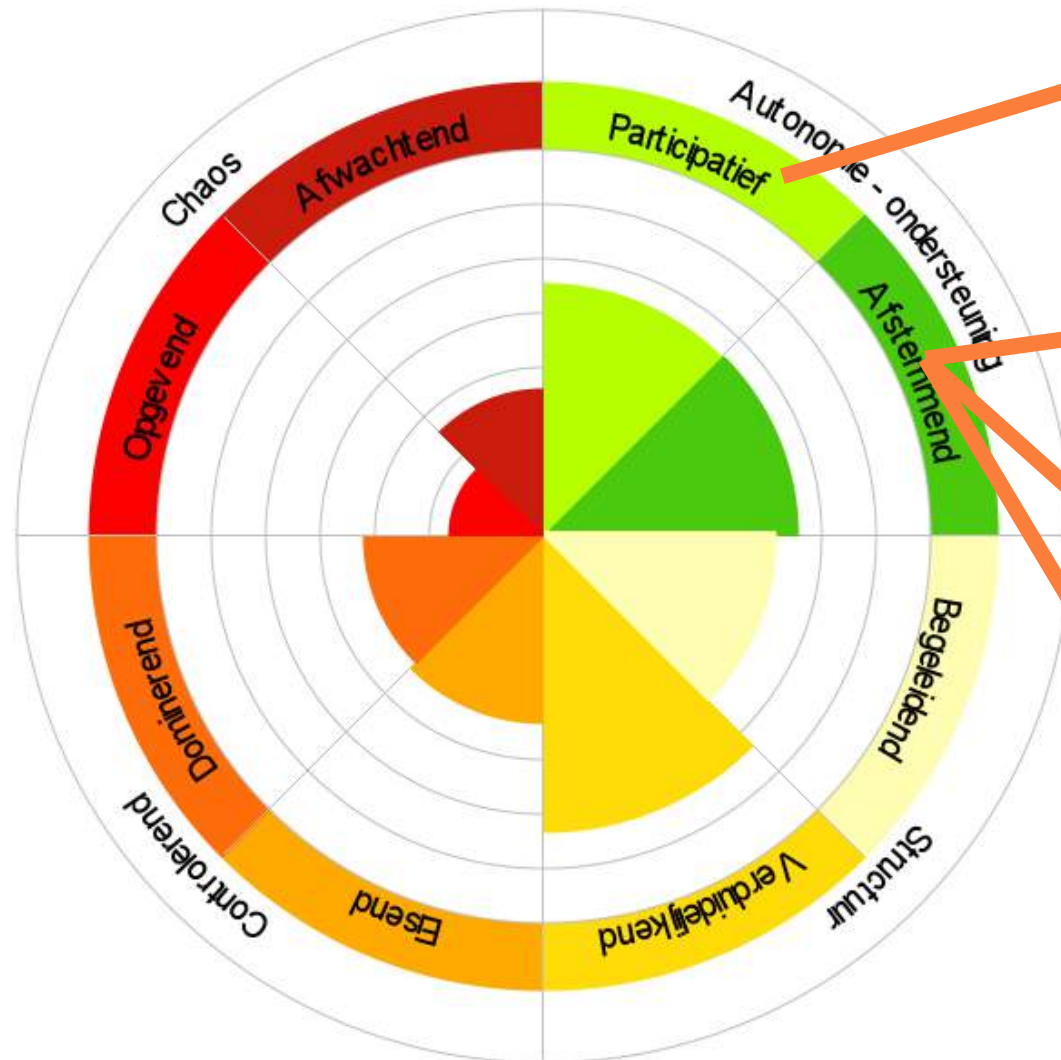
Observatie 1: Sommige politieke leiders en overheden gaan er vanuit dat motiveren gelijk staat met versoepelen en zijn te voorzichtig om kordaat op te treden.

Observatie 2: Sommige experts willen informeren en hun bezorgdheid tonen, maar wekken (onbedoeld) angst op.

# TWEE GLOBALE RICHTLIJNEN

- Durf **leiderschap** te tonen; structuur (richting) en autonomieondersteuning (duiding) kunnen gemakkelijk hand in hand gaan
- Probeer de bevolking te **laten meedenken** over de situatie; bied hen inzicht zodat ze mee verantwoordelijkheid kunnen opnemen.

# AUTONOMIE-ONDERSTEUNING



Tip 1: Toets je het draagvlak van een maatregel af?  
Betrekt mensen bij het invullen en vormgeven van de maatregelen

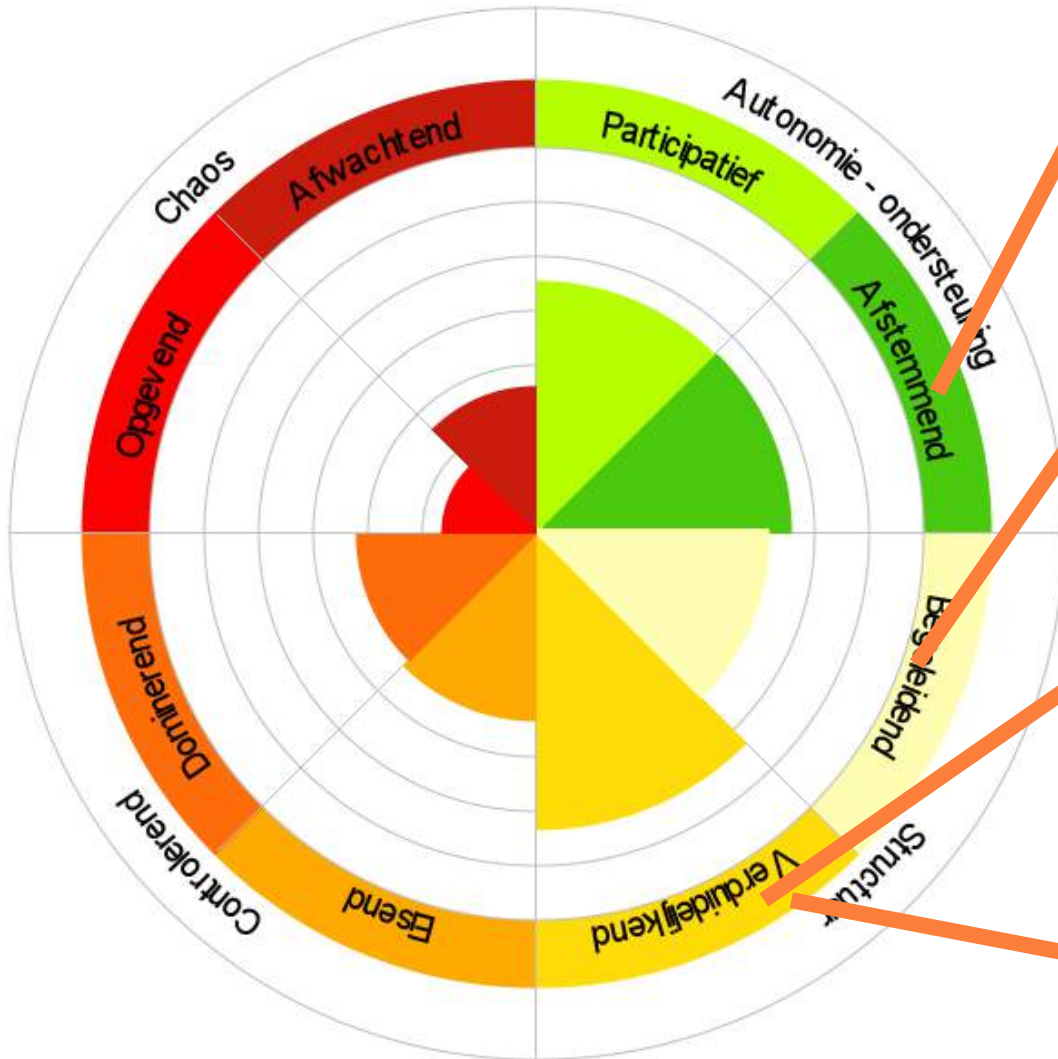
Tip 2: Stel je empathisch op  
Valideer de last van mensen; wees dankbaar voor de geleverde inspanningen

Tip 3: Cultiveer prosociale motivatie  
Waarom en voor wie zouden ze het wel doen? Personaliseer motivatie om solidariteitsgedachte te voeden

Tip 4: Verhoog het risicobewustzijn  
Gebruik als-dan strategieën om het concreet te maken wat de lange termijn gevolgen van ons gedrag zijn.



# STRUCTUUR



(c) copyright

## Tip 5: Faciliteer verbinding

Probeer verbindende acties, zowel ludiek/luchtig als emotioneel ondersteunend, op touw te zetten

**Coronabaro-meter**  
Ziekenhuisopnames  
7-daags gemiddelde



## Tip 6: Bevestig vertrouwen

Schenk vertrouwen in de capaciteit van de burger om vol te houden en bevestig de effectiviteit van de maatregelen. Gedrag = ons wapen

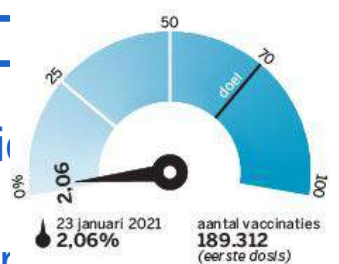
**Besmettingen**  
7-daags gemiddelde



## Tip 7: Zorg voor duidelijkheid

Geef zeer concreet aan wat verwacht wordt van mensen en hoe ze hun verwachtingen kunnen tegemoetkomen

**Vaccinaties**  
% van de volwassen bevolking



## Tip 8: Werk doelgericht

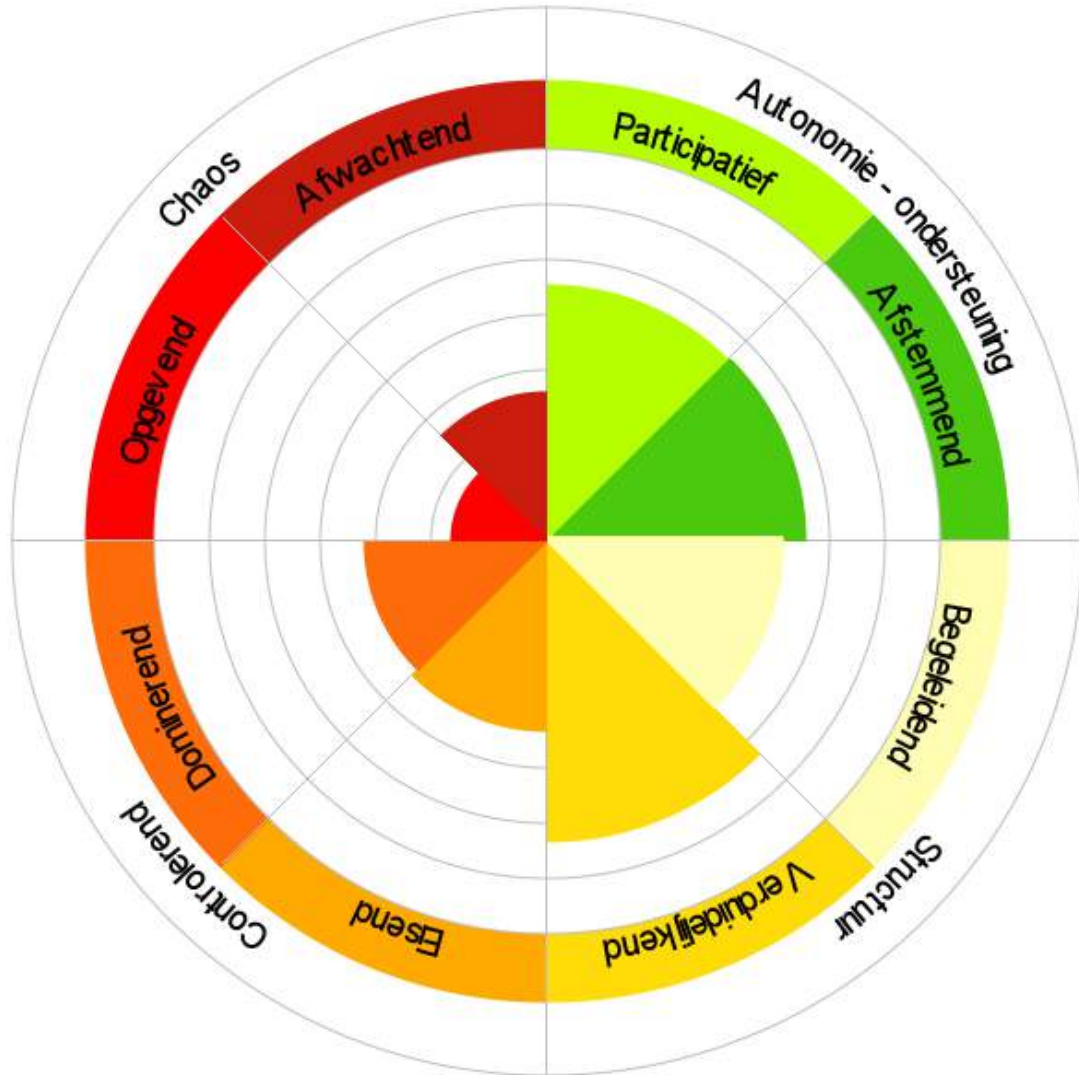
Verwijs naar het lange termijn doel (controlefase) en bouw tussendoelen in.

**Vraag 2:**  
Verleiden, overtuigen of informeren?  
Dansen op een slap vaccinatiekoord (Part II)



Twee algemene richtlijnen op basis van twee observaties

# COMMUNICATIEKOMPAS

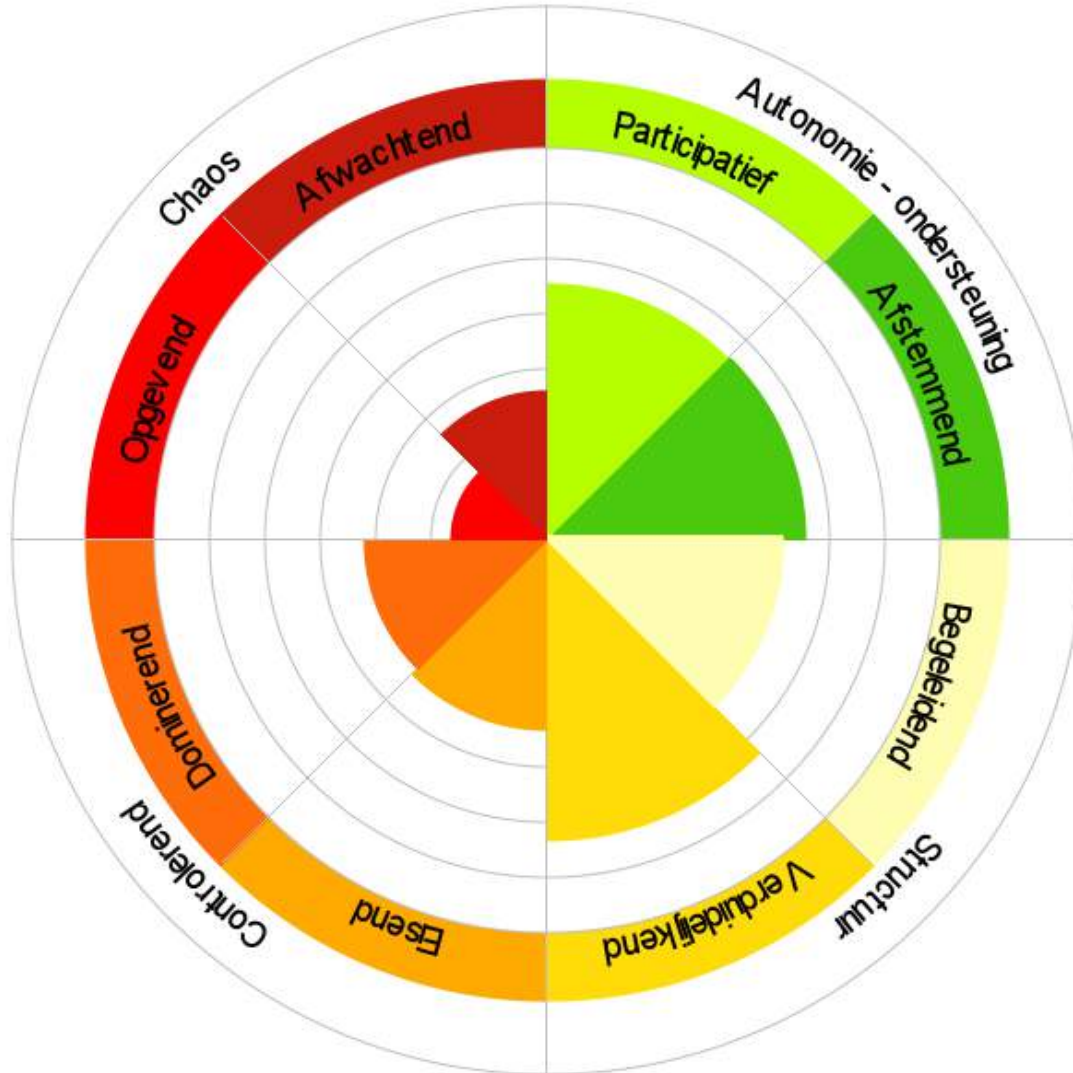


Observatie 1: Enthousiaste en overtuigde huisartsen kunnen vanuit hun expertpositie erg actiegericht zijn. In hun dadendrang kunnen ze onvoldoende aansluiting vinden bij perspectief van hun patiënt en vaccinatiedruk ontlokken.

# TWEE GLOBALE RICHTLIJNEN

1. Pijler vrijwillige motivatie: Wat is de doelstelling van het gesprek?
  - Iemand **overtuigen** of de situatie **verhelderen**?
  - Probeer je **bekeringsdrang** te laten varen!
  - Probeer je **expertenrol** niet te snel in te nemen; timing is cruciaal!
  - Handel vanuit een **nieuwsgierige en open** grondhouding

# COMMUNICATIEKOMPAS



Observatie 2: Sceptische en wantrouwige huisartsen kunnen twijfel zaaien bij hun patiënten en op deze manier een negatief sneeuwbaaleffect genereren.



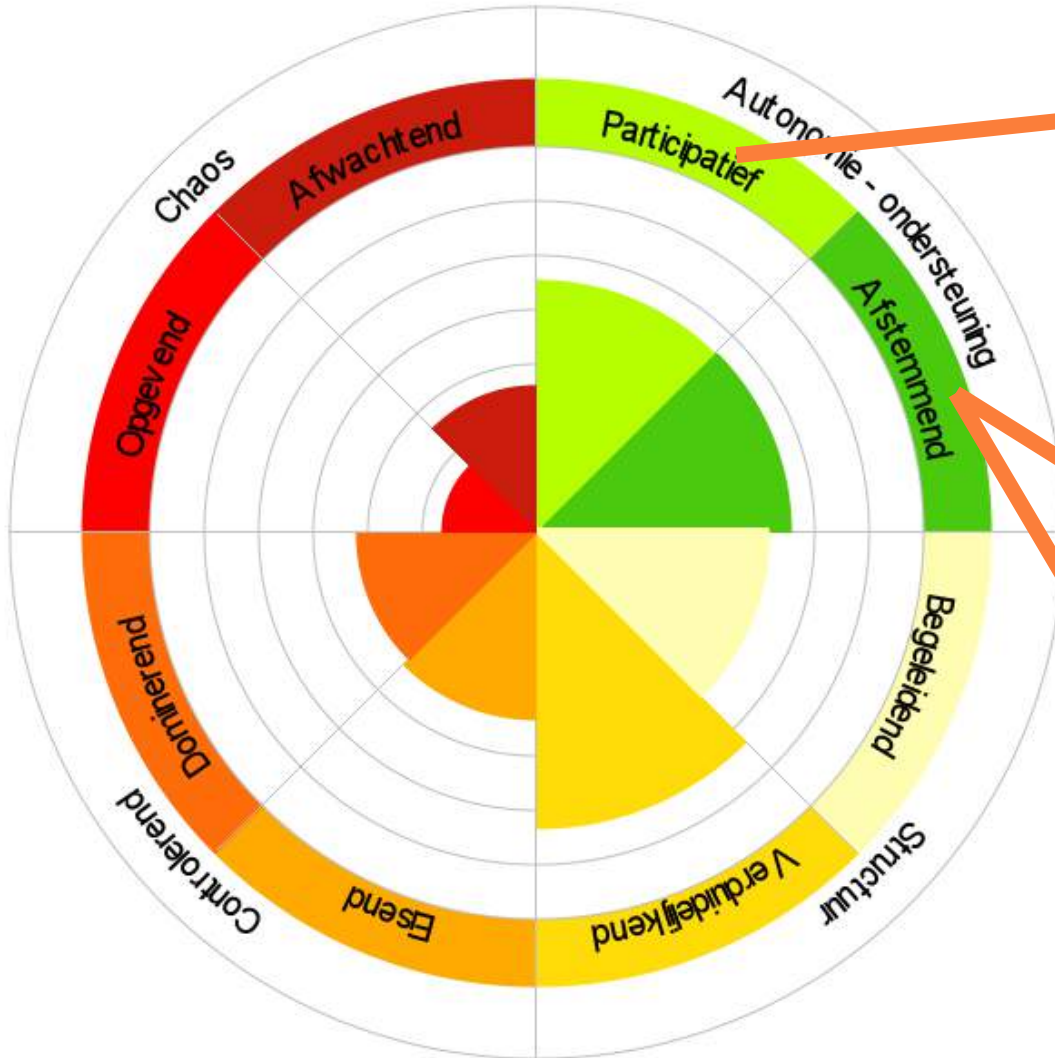
## Casus

Ik citeer even mijn huisarts na een recente consultatie: "*Ik wil in ieder geval niet bij de eersten zijn om het vaccin te krijgen. Zou niet graag eindigen met leukemie.*"

## 2. Vertrouwen

- De beste manier om vertrouwen te wekken is je zelf te laten vaccineren
  
- Fungeer als **model** of voorbeeld voor je patiënten

# EERSTE STAP: AUTONOMIE-ONDERSTEUNING



Tip 1: Werk participatief & volg het ritme van de patiënt

Beschouw je patiënt als een partner waarmee je in dialoog gaat; bied keuze over het al dan niet vaccineren; voorzie wacht- en bedenktijd maar behoud connectie

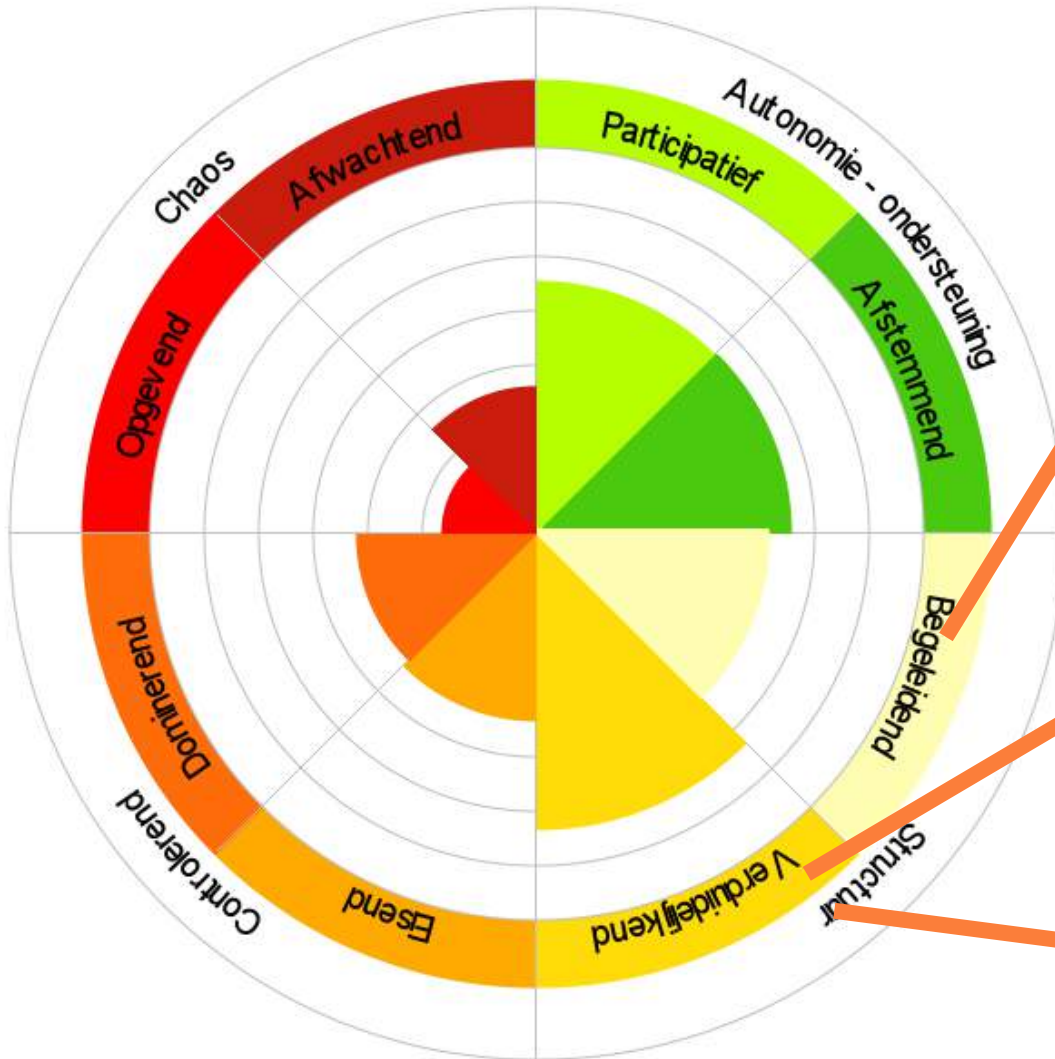
Tip 2: Veer mee met weerstand en wantrouwen

Exploreer de obstakels die patiënten zien bij vaccinatie

Tip 3: Bevraag motivatie

Waarom en voor wie zouden ze het wel doen? Personaliseer motivatie om solidariteitsgedachte te voeden

# TWEEDE STAP: STRUCTUUR - HOUVAST



## Tip 4: Geef aanvullende informatie

Ratel niet op een mechanische wijze een 'vaccinatiepraatje' af, maar voeg in en geef aanvullende informatie

## Tip 5: Communiceer transparant

Wees open over de informatie die we al kennen maar waar we nog geen antwoord op hebben.

## Tip 6: Vermeld de norm

Geef op basis van onderzoek aan hoeveel personen er van plan is zich te laten vaccineren => wordt gemonitord

# Prof. Dr. Maarten Vansteenkiste

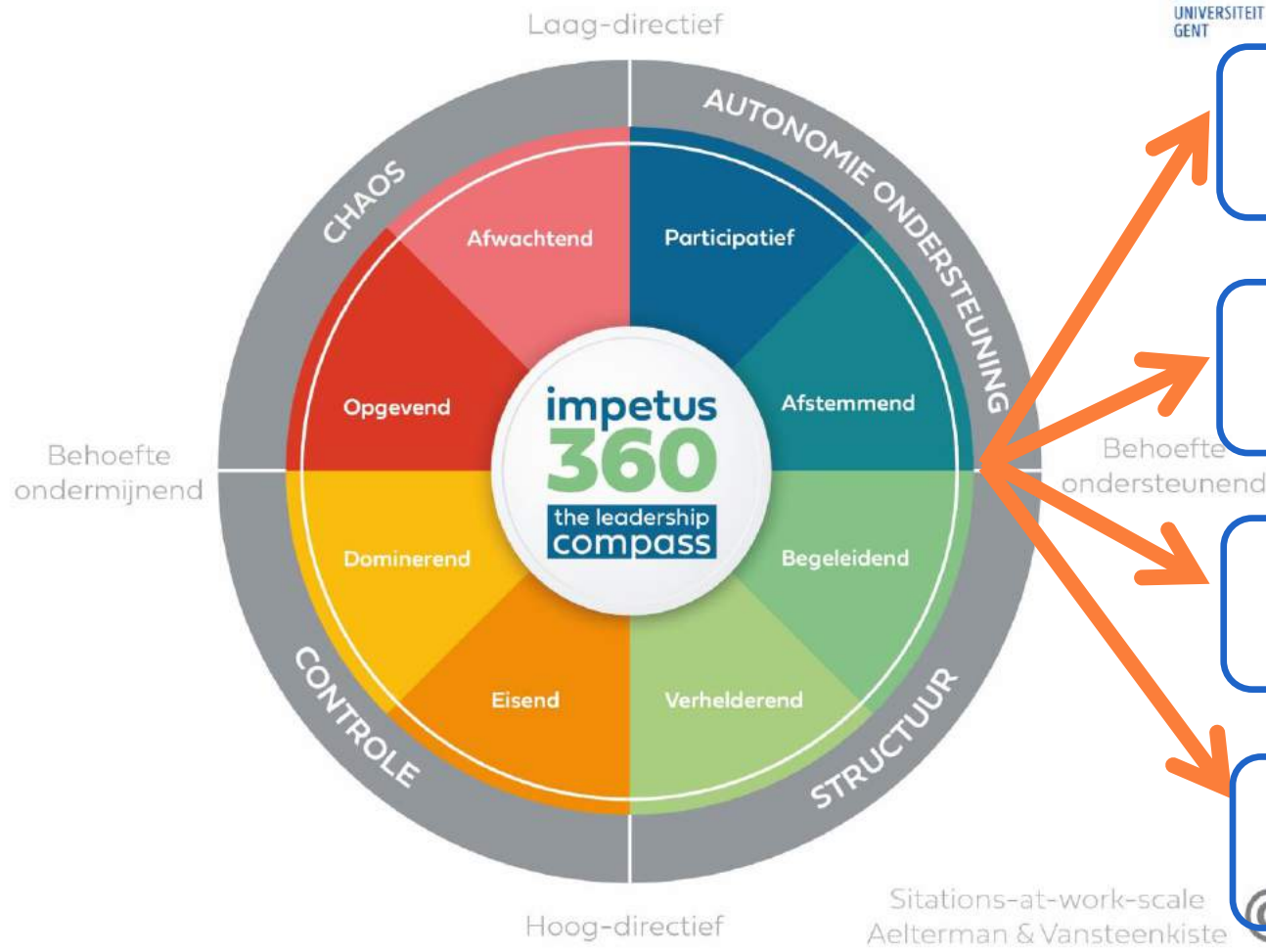
Ontwikkelings-, persoonlijkheids- en sociale psychologie

E Maarten.Vansteenkiste@UGent.be

W <https://www.ugent.be/epg/nl/onderzoek/coronastudie>

ZIN IN MEER?





Inspirerende keynotes

Gepersonaliseerde scans

Begeleiding op maat

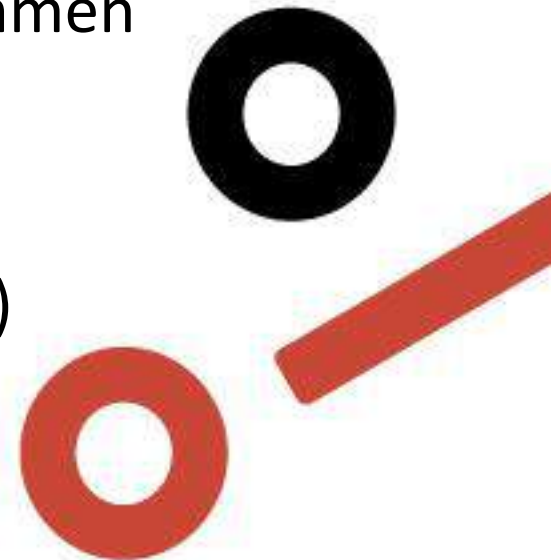
Workshoptrajecten



# Dr. Leen Van Brussel



- Stafmedewerker **gedragsinzichten en gezondheidsongelijkheid**  
Vlaams Instituut Gezond Leven
- Inzoomen op hoe je als lokaal bestuur of zorgverlener informatie en communicatie over de COVID-19-vaccinaties optimaal kan afstemmen op de beoogde doelgroep?
- Zij probeert antwoorden te vinden op verschillende vragen (mét de bril op van gedragsinzichten en gezondheidsongelijkheid)



# Vaccinatiecommunicatie

Door de bril van  
gezondheidsongelijkheid en  
gedragsinzichten



## 2 vragen

- 1. Is er sprake van communicatie-ongelijkheid onder de bevolking?**
- 2. Wat kunnen we als lokaal bestuur of zorgverlener doen om onze communicatie-acties zo goed mogelijk af te stemmen op wie er het meeste nood aan heeft?**

**1**

**Is er sprake van communicatie-ongelijkheid ?**

# Informatie en ongelijkheid

- ▶ Ongelijke **toegang**
- ▶ Ongelijkheid op vlak van correcte **interpretatie** en **toepassing** van informatie
- ▶ **Voordelen** van informatie **ongelijk verdeeld**
  - 'Knowledge gap'





## ‘Moeilijk bereikbare groepen’

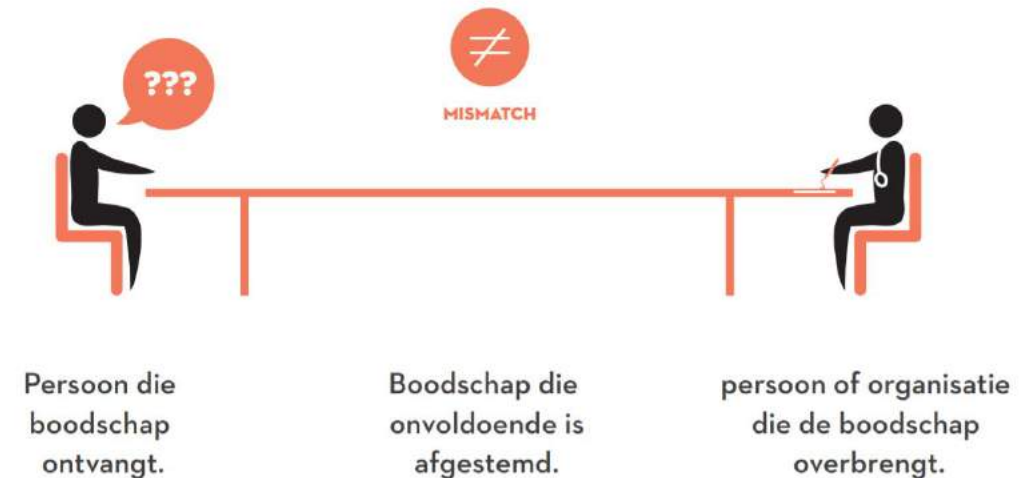
### Wie is meest getroffen door communicatie-ongelijkheid

- ▶ Mensen in maatschappelijk kwetsbare situaties (‘lage SES’)
- ▶ Ouderen
- ▶ Mensen die het Nederlands niet goed machtig zijn
- ▶ Mensen met een niet-Westerse cultuur



# Probleem 1: onvoldoende afstemming op gezondheidsvaardigheden

Gezondheidsvaardigheden zijn de vaardigheden die mensen nodig hebben voor het **vinden, begrijpen en toepassen** van gezondheidsinformatie en bij het nemen van beslissingen over gezondheid die passen bij hun eigen situatie.



## Probleem 2: onvoldoende afstemming op leefwereld



- ▶ Afstand tussen referentiekaders
- ▶ Niet herkenbaar
- ▶ => symbolische afstand neemt toe

# Covid-19, informatie en ongelijkheid

## ► Problemen

1. Onvoldoende afstemming op leefwereld
2. Onvoldoende afstemming op gezondheidsvaardigheden

## ► Gevolgen

1. Minder kennis van covid-19
2. Minder op de hoogte van regels en die minder navolgen
3. Vatbaar voor nepnieuws en complottheorieën ('infodemic')



## 2.

**Wat kunnen we als lokaal bestuur of zorgverlener doen om onze communicatie-acties zo goed mogelijk af te stemmen op wie er het meeste nood aan heeft?**



## Toengankelijke informatie?



- ▶ = *Afgestemd op de doelgroep*
- ▶ Afgestemd op vlak van inhoud, vorm en kanalen
- ▶ Afgestemd op leefwereld
- ▶ Afgestemd op drempels en motivatoren
- ▶ => voorwaarde: **doelgroep kennen**



## Doelgroep (beter leren) kennen

- ▶ Door te spreken met de doelgroep zelf
- ▶ Via monitoren van sociale media
- ▶ Via intermediairs



# Doel van de communicatie: motivatoren versterken en drempels verkleinen

## ▶ Motivatoren versterken

- ▶ Beschermen van de eigen gezondheid (vb. ouderen/mensen met gezondheidsproblemen)?
- ▶ Beschermen van oudere/kwetsbare familieleden? (vb. jonge volwassenen)
- ▶ Sociaal leven terug kunnen hervatten?
- ▶ Bijdragen aan het maatschappelijk belang?
- ▶ Een voorbeeldfunctie opnemen?




## ▶ Drempels verkleinen

- ▶ Gebrek aan vertrouwen
- ▶ Geen geloof in effectiviteit
- ▶ Fysieke en financiële drempels

## Motivatoren versterken en drempels verkleinen: 5 tips

1. **Vertrouwde kanalen en boodschappers** inzetten
2. **Een positieve sociale norm** communiceren
3. **Beelden en verhalen** gebruiken
4. Aansluiting vinden bij **waarden** van de doelgroep
5. **Positieve emoties** opwekken



Altijd een goed idee!

# 1. Vertrouwde kanalen en boodschappers inzetten

- Gebruikt en vertrouwd



## 1. Individuen

- Een aanbeveling door de huisarts of andere zorgverlener is één van de belangrijkste motivatoren!

## 2. Organisaties

## 3. Mediakanalen





Article

# Religious leaders play key role in battle COVID-19



## Word sensi-ambassadeur rond corona en red mee levens

28 oktober 2020, 14 uur

Veel Antwerpenaars hebben niet genoeg informatie over corona. Wil jij hen aanspreken en blijven informeren en motiveren om de coronamaatregelen na te leven? Word dan sensi-ambassadeur en maak mee het verschil in jouw wijk, club, vriendengroep, geloofsgemeenschap ...



Een Afrikaanse vrouw met leren jas en mondmasker staat in de ink

### We hebben jou nodig om het verschil te maken

Als sensi-ambassadeur informeer en motiveer je Antwerpenaars om de coronamaatregelen na te leven. Heel belangrijk want er bestaan veel geruchten, 'fake news' en onduidelijkheden over het coronavirus zoals:

- Bestaat Covid-19 wel?
- Is het een straf?
- Wat is het virus precies?
- Hoe spreek je iemand aan die te dicht komt?

## 2. Vaccineren als sociale norm installeren

- ▶ Gadgets
- ▶ ‘Deel je vaccinatie-ervaring’ campagnes
- ▶ De vaccinatie van publieke figuren (de juiste) onder de aandacht brengen
- ▶ Visuele aids die lokale vaccinatiegraad monitoren (vb. barometer, dashboard,...)
- ▶ Geen vaccinatietwijfel veronderstellen als zorgverlener (vb. “ik zie dat je vaccinatie volgende week gepland staat”), MAAR snel schakelen naar erkenning en empathie wanneer iemand vaccinatietwijfel uitdrukt



### 3. Beelden en verhalen

- ▶ Beelden en verhalen **'vertalen'** complexe en abstracte wetenschappelijke informatie
- ▶ => verhalen kunnen **overtuigingen, attitudes, intenties en gedrag** beïnvloeden
- ▶ => verhalen kunnen **angst** doen **wegnemen**
- ▶ Van mensen die **herkenbaar** zijn



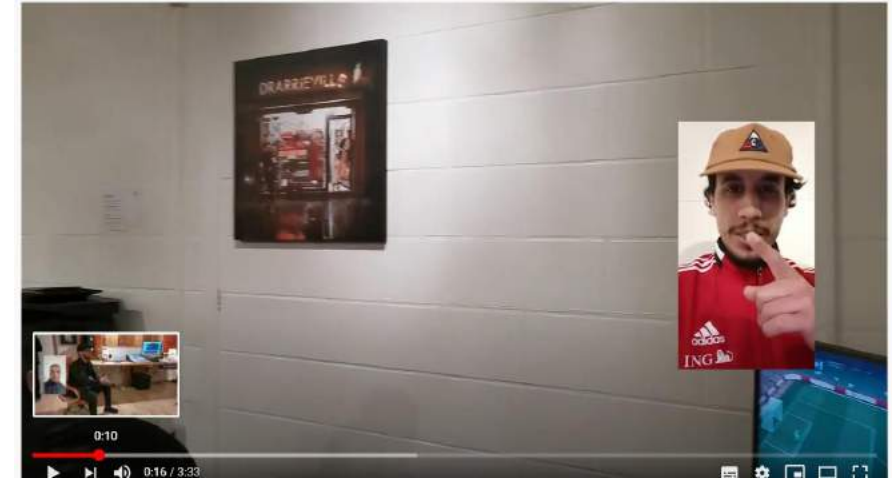
## 4. Aansluiting vinden bij de waarden van de doelgroep



- ▶ Beslissingen i.v.m. vaccinaties worden **gestuurd door waarden**
- ▶ Waarden kunnen vaccinatie **negatief beïnvloeden**:
  - Puurheid
  - Vrijheid
  - Fatalisme
- ▶ **Aansluiting** vinden bij die waarden is belangrijk!
  - Vb. ‘Boost je natuurlijk afweermecanisme tegen covid-19. Laat je vaccineren’ (puurheid)

## 5. Positieve emoties opwekken

- ▶ Verbondenheid
- ▶ Trots
- ▶ Hoop

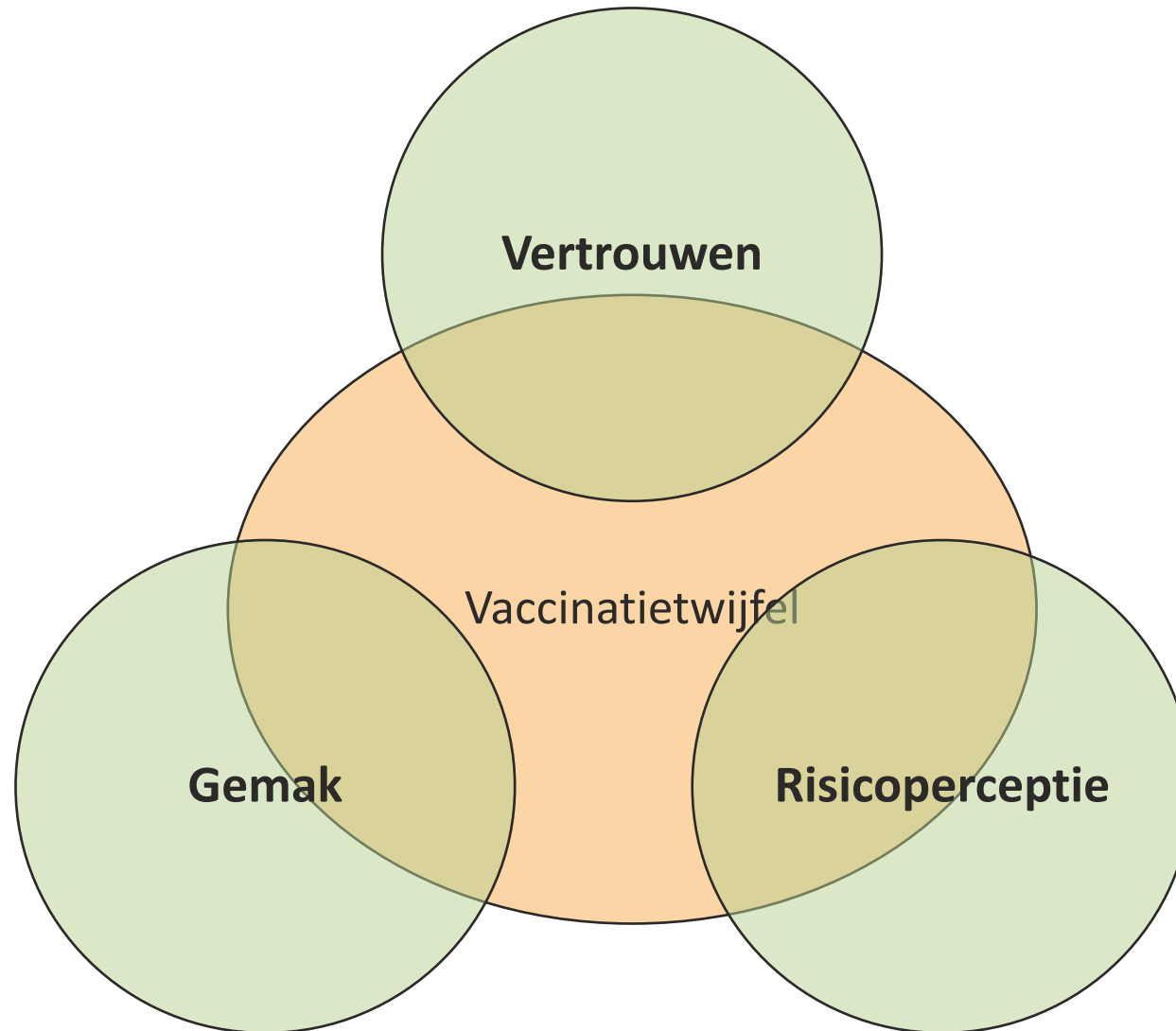


**“Wees een coronastrijder en blijf thuis. Samen tegen Corona”**

How Norway's evolving dugnad tradition keeps the pandemic in check

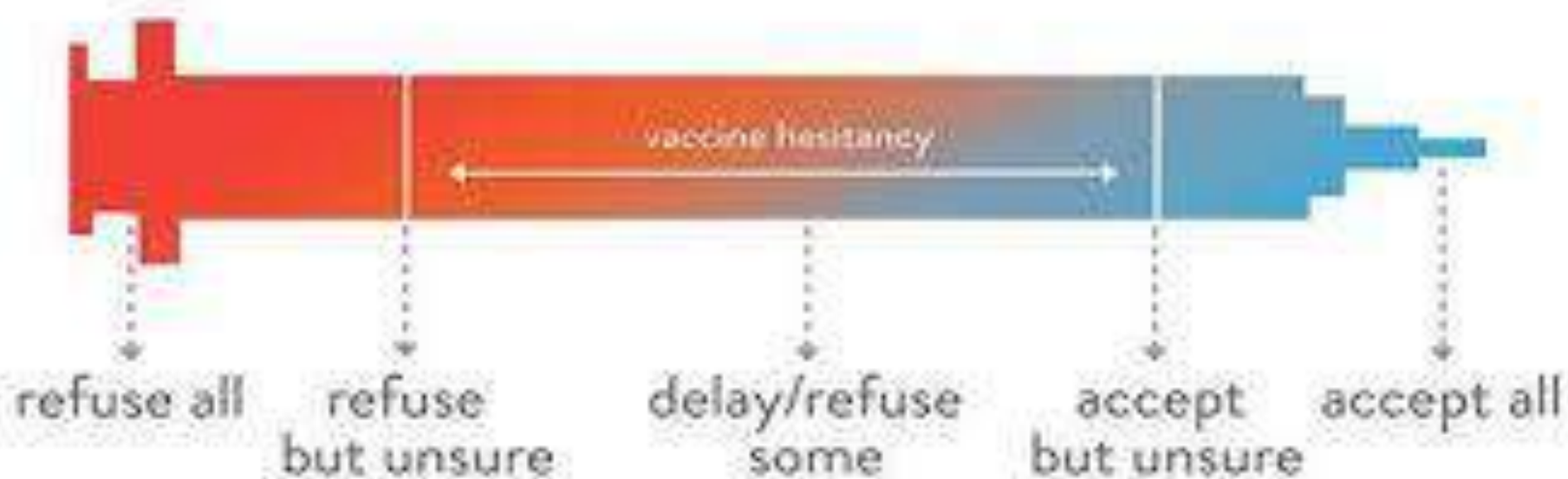


## Drempels verkleinen





## Continuum of Vaccine Acceptance





## ► Misvattingen

- Coronavaccin is onveilig
- Coronavaccin veroorzaakt onvruchtbaarheid
- Het blokkeert het natuurlijke afweersysteem
- Het veroorzaakt autisme

Knack Rubrieken ▾ Het magazine Voordelen voor abonnees Abonneren Aanmelden 🔍 ☰ Onze magazines

### Factcheck: nee, 'researchdirecteur van Pfizer' zegt niet dat coronavaccin vrouwen onvruchtbaar maakt

17/12/20 om 14:12. Bijgewerkt om 14:11

**Karin Eeckhout**

Journalist en factchecker bij Knack

Het coronavaccin maakt vrouwen onvruchtbaar, zo zou de researchdirecteur van Pfizer hebben gezegd, althans volgens een populair Facebookbericht. Het blijkt te gaan om een foutieve kop boven een blogartikel, die op sociale media werd verspreid zonder de link naar het originele artikel.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

## ► Complottheorieën

- = eenvoudige verhalen in een chaotische wereld
- = een poging om controle te vinden



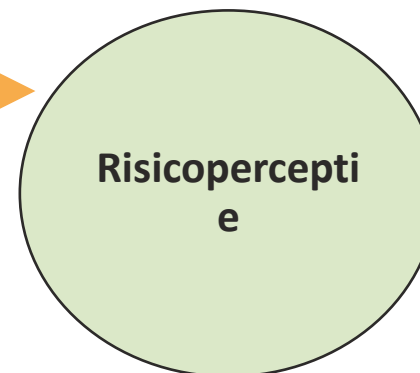
## Wie is meest vatbaar voor vaccinatietwijfel?

- ▶ Groepen die in dagelijks leven discriminatie ervaren, zich niet gehoord voelen, ...

- Mensen met laag inkomen
- Mensen met migratie-achtergrond
- Daklozen
- LBGTQ gemeenschap



- ▶ Groepen met lage risicoperceptie →



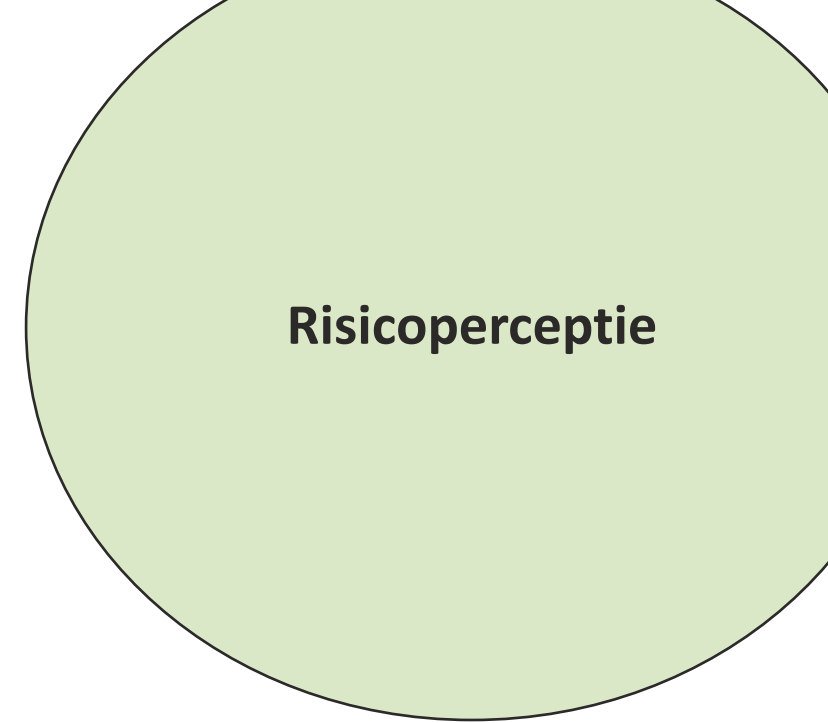
# Perceptie van risico en effectiviteit vergroten

## 1. Risico perceptie

- Geloven dat covid-19 risico is voor jezelf, de anderen en de samenleving
  - Risico benoemen (via cijfers en verhalen)
  - Niet vanuit extremen of angstframe

## 2. Response effectiviteit

- Geloven dat vaccin efficiënte oplossing is
  - Effectiviteit van het vaccin benoemen



## Vertrouwen vergroten

Onderscheid tussen **twee groepen:**

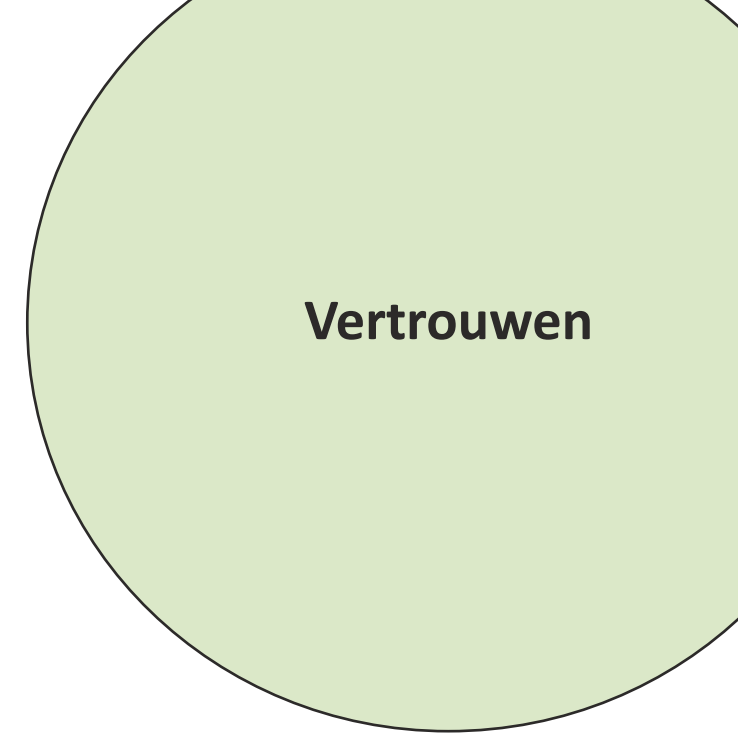


Zij die twijfelen



Zij met een diepgeworteld  
wantrouwen

=> Meer vatbaar voor  
complottheorieën

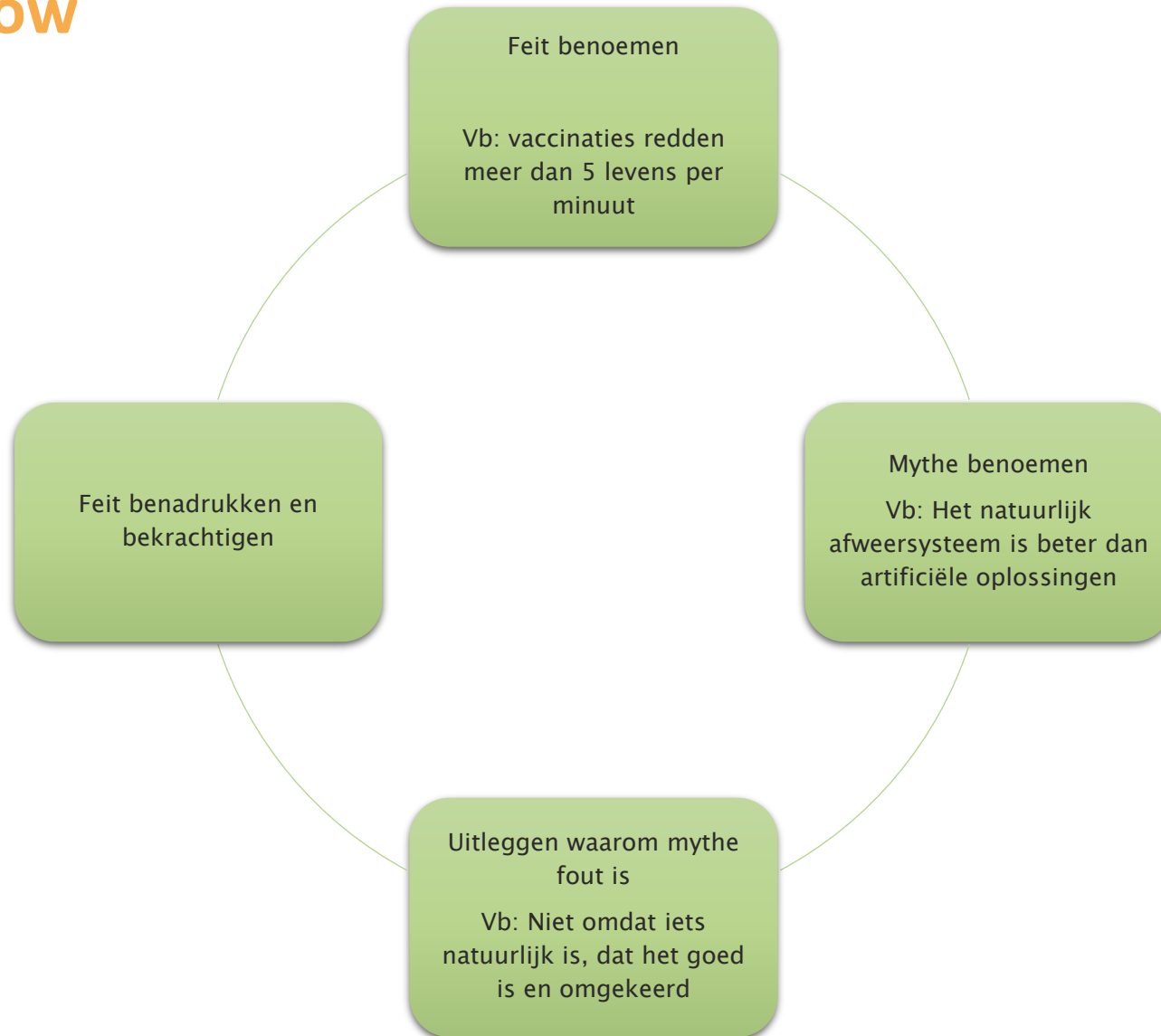


# Vertrouwen vergroten bij...

## ... mensen die twifelen

- ▶ **Twijfels erkennen**
  
- ▶ **'Inoculatie'** tegen nepnieuws
  - Waarschuwen voor manieren waarop nepnieuws je kan misleiden (vb. valse experts inzetten, standpunt presenteren als 'wetenschappelijk alternatief' ...)
  - + tegenargument
  - => 'cognitieve antistoffen'

# Gespreksflow



## Vertrouwen vergroten bij...

### ...Mensen met diepgeworteld gebrek aan vertrouwen

- ▶ Focus leggen op vertrouwen creëren of versterken eerder dan op 'overtuigen'
  - Grondhouding vanuit gelijkwaardigheid, empathie,...
- ▶ Niet veroordelen, beschamen, ...
- ▶ Geen directieve taal
- ▶ Onderwerp niet uit de weg gaan (creëert ruimte anti-vaxxers)
  
- ▶ Counter-argumenteren vanuit waardekaders van de doelgroep
- ▶ Werken via brugfiguren/sleutelfiguren (want traditionele experts genieten weinig vertrouwen)

# Take home messages

Vertrouwde boodschappers en kanalen

Vaccinatie als sociale norm vestigen

Communiceren vanuit de waarden van de doelgroep

Positieve emoties opwekken

Beelden en (herkenbare) verhalen gebruiken

**Steeds met de bril van  
ongelijkheid op!**

**Risico-  
perceptie  
verhogen**

**Vertrouwen  
vergroten**

**Gemak  
vergroten**

**Communicati  
e, informatie,  
sensibilisering**



Bedankt  
vragen?

Leen Van Brussel

Leen.vanbrussel@gezondleven.be

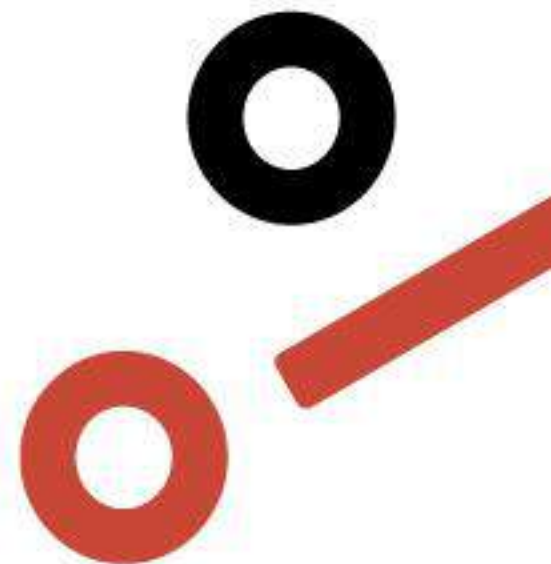
gezondleven.be

VLAAMS INSTITUUT  
**GEZOND  
LEVEN**

**GEZOND  
LEVEN**

# Isaura Calsyn

- voorzitter van Meetjesman (regionale jeugddienst Meetjesland) en Schepen in Eeklo.
- “Generatie COVID@Meetjesland”
- Project zet zich specifiek in om jongeren te bereiken.



# Generatie COVID@Meetjesland

**Isaura Calsyn**, voorzitter  
*Meetjesman (regionale  
jeugddienst Meetjesland) en  
Schepen in Eeklo*



# Ontstaan | 'Generatie COVID@Meetjesland'

- Covid-19 Werkgroep Eerstelijnszone Meetjesland
  - Extra focus: jongeren
- Overleg ELZ, Logo en Meetjesman
- Verdere uitwerking: Meetjesman
  - Past perfect binnen hun werking en belevingsonderzoek 'jong geweld meetjesland'
- Ontstaan 'Generatie Covid@Meetjesland'



# Wat | Generatie Covid@Meetjesland

- Participatietraject jongeren meetjesland
  - ... met Meetjeslandse jongeren die hun stem willen laten horen over corona, de coronacrisis en de impact/effecten ervan op hun leven en op dat van hun leeftijdsgenoten
- Aanleiding:
  - onbegrip ;
  - onwetendheid ;
  - wij-zij verhaal ;
  - nood aan sensibilisering
  - beleidsaanbevelingen
- Meer actueel inspelen op de noden, vragen en bezorgdheden van jongeren i.v.m. de coronacrisis





# RODE DRAAD: filmpjes





# RODE DRAAD: filmpjes



# Verloop | Generatie Covid@Meetjesland

- Ondersteuning vanuit Eerstelijnszone Meetjesland en Logo (partnerschap)
  - Sensibilisering ; breed netwerk
- Oproep naar jongeren
  - Sociale media, pers, scholen, jeugdverenigingen, netwerk Eerstelijnszone Meetjesland
  - Bevinding: moeilijk!
- Eerste kennismaking met jongeren
  - 3 jongeren (Assenede, Kaprijke, Sleidinge)
  - Enthousiast en gemotiveerd
  - Naam: Generatie covid 19 – Meetjesland
  - Afspraken & verwachtingen
  - Rode draad doorheen project: Filmpjes van jongeren verspreiden
- Ambitie: 6-tal filmpjes

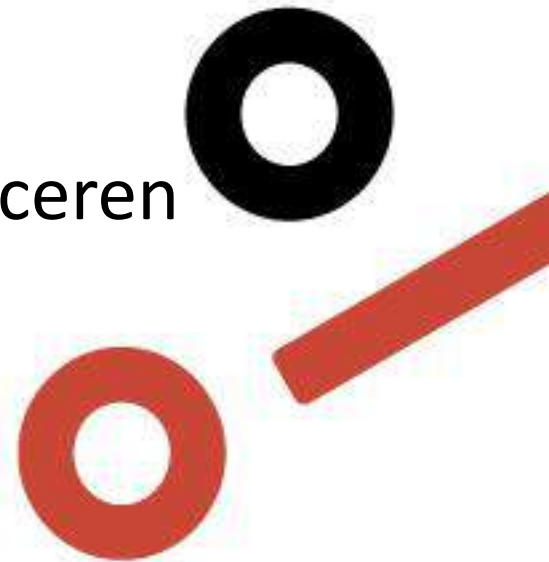


# Extra info | Generatie Covid@Meetjesland

- Verspreiding
- Reacties
- Toekomst
- Uitdagingen
- Meer info: [www.meetjesman.be](http://www.meetjesman.be) | [Filmpjes](#) Youtube kanaal Meetjesman

# Steven Van Hemelryck

- Beleidsmedewerker bij de Zuidpoort Gent, een Vereniging waar Armen het Woord Nemen.
- Hij weet vanuit de praktijk hoe belangrijk het is om te communiceren op maat van de doelgroep.
- Hij illustreert dit adhv een aantal praktijkvoorbeelden
- Voorstelling gids met tips om laagdrempelig te communiceren





VERENIGING WAAR ARMEN  
HET WOORD NEMEN

&

WELZIJNSSCHAKEL

# NOOD AAN HELDERE COMMUNICATIE

**Dezelfde  
storm.**

**Verschillende  
boten.**



**Andere  
hulp/aanpak**





# Onze ervaringen



Niet goed geïnformeerd zijn leidt tot:



angst



stress



wantrouwen



gevaar



geen  
interesse



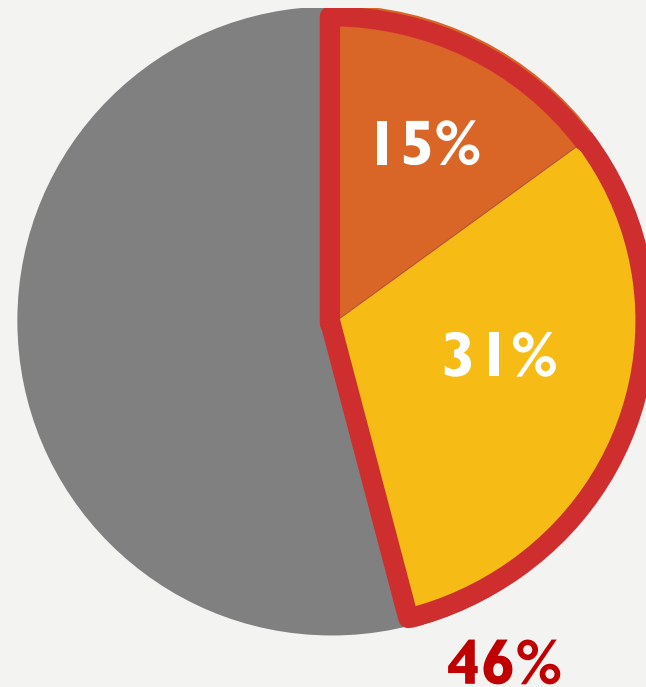
laag  
zelfbeeld



# Hoe hoog is de nood?



## Geletterdheid volwassenen in Vlaanderen:



1 op 6 is **laaggeletterd**  
(800.000 volwassenen)

1 op 3 heeft slechts  
de **basisvaardigheden**  
(1.600.000 volwassenen)

Bijna 1 op 2 kan doorgaans  
geschreven communicatie  
**niet volgen.**  
(2.400.000 volwassenen)

# Kanalen



## Drempels naar internet



# Voorbeeld



**Mondmasker** verplicht op openbaar vervoer (vanaf 12 jaar)



Meer **bedrijven** open, mits maatregelen voor veiligheid



**Stoffenwinkels** open (om maskers te kunnen naaien)



Meer algemene én gespecialiseerde **dokters** werken



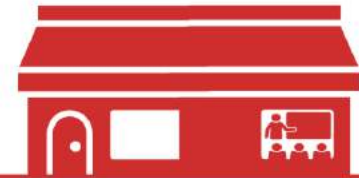
Buiten **sporten** met maximum 3 personen



**Alle winkels** open, mits maatregelen voor veiligheid



**School gedeeltelijk open** voor 1ste, 2de en 6de leerjaar. En 6de middelbaar. Veel maatregelen, vraag aan jouw school



**Nog erg onzeker.** Eventueel versoepeling voor bezoek thuis, kappers, musea, daguitstappen en sport



**Nog erg onzeker.** Eventueel versoepeling voor kampen, reizen, horeca, toerisme en kleine evenementen



# Voorbeeld



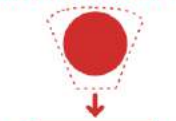
## MONDMASKER

### OPZETTEN

WAS JE  
HANDEN  
MET ZEEP



GEBRUIK JE EEN  
(KOFFIE-) FILTER?  
SCHUIF HEM IN DE OPENING



KIES EEN KANT  
ALS BINNENKANT  
EN BLIJF BIJ DIE  
KEUZE



1 Raak enkel de elastiek of lint aan

Zet bovenkant met elastiek  
of lint over jouw neus

Bedek je kin en zet  
onderaan vast  
met het lint of elastiek



### DRAGEN

Probeer het masker  
niet meer aan te  
raken.



Indien toch  
noodzakelijk, raak  
enkel de zijkanten aan.

# Voorbeeld



## AFZETTEN

Raak enkel de zijkanten aan.

 **WEGWERP**masker en wegwerffilter: Gooi het in een afgesloten vuilbak

**HERBRUIKBAAR**  
Was masker en filter.  
De filter max. 20 keer.

**WAS JE HANDEN MET ZEEP**



## WASSEN STOFFEN MASKER

**POT MET WATER** (daarna niet meer in koken)

  met zeep (tegen vlekken)

 **60°** (belletjes op bodem pot) tot **100°** (borrelend water)

 5 minuten

**HANDWAS MET ZEEP** + **HEET STRIJKEN**

**WASMACHINE** **60°** (kan met de rest van de was)

OF

## NIET DOEN

**NIET ZEKER OF VIRUS WEG IS EN GEVAARLIJK** → **NIET WASSEN** ✗ (MICROGOLF)-OVEN ✗



## WASSEN STOFFEN MASKER

**WASLIJN** OF **DROOGKAST**





# Voorbeeld



## HOE WERKT CONTACTONDERZOEK?

Het is een manier om snel te weten wie ziek is. Om zo de verspreiding van het virus te vertragen.



\* CLB = Centrum voor LeerlingenBegeleiding

# Voorbeeld

en güncel versiyonu için

www.  
WAT  
MAG  
.be

1 Aralık  
'dan  
itibaren

## CORONA - NEYİ YAPABILIR, NEYİ YAPAMAYIZ?

27 Kasım 2020'de duyurulan önlemler

Belçika hakkındaki detaylar için: 0800 14 689 nolu telefonu arayınız veya [www.info-coronavirus.be](http://www.info-coronavirus.be) sitesini ziyaret ediniz.  
Flaman Bölgesi hakkındaki detaylar için 1700 nolu telefon numarasını arayınız veya [www.vlaanderen.be/corona](http://www.vlaanderen.be/corona) sitesini ziyaret ediniz.

**TEMEL**

**Mesafenizi koruyunuz.**  
1,5 metre

**Ellerinizi sık sık yıkayınız.**

**Kalabalık yerlerde maske takmak zorunludur.**  
12 yaşından itibaren

**Risk grubundaki kişilere dikkat ediniz.**  
(Kronik hastalıkları olan ve 65 yaş üstündeki kişiler).

**Kapalı alanları düzenli olarak havalandırınız.**

**Virüs bulaştığından mı şüpheleniyorsunuz? Bu durumda doktorunuza arayınız. 10 gün evde kalınız.**

**SOSYAL**

**Yakın temastan kaçınınız.**  
Mesafesiz ve maskesiz olabilir.

**Aynı evi paylaştığınız kişilerle olabilir.**

**Herkes en fazla 1 ekstra kişi ile yakın temas kurabilir.**  
6 hafta için aynı.

**Sadece o kişiye ziyarete gelebilir.\***

**Tanıdıklarınızla en fazla 4 kişi olacak şekilde dışarıda buluşunuz.**  
Mesafeli ve/veya maske ile.  
12 yaşından küçükler için geçerli değildir.

**Yalnız yaşayanlar o kişi yanısıra başka 1 kişi daha kabul edebilir ama:**  
- mesafeli  
- aynı anda değil  
(24 ve 25 Aralık'ta istisna olarak 2 kişi ile)

**OKUL VE İŞ**

**Acil durumlar dışında 00.00 ile 05:00 saatleri arasında evde kalınız.**

**Bakım merkezi ziyaretlerinizi sınırlandırınız.**  
1 kişi ile sınırlı mesafesinde ve her iki haftada bir ekstra 1 kişi ile.

**Cenaze törenleri en fazla 15 kişi ile.**  
Sehpa/masa yok.  
12 yaşından küçükler için geçerli değildir.

**Lise 3.kademedan itibaren %50 uzaktan eğitim, yüksek öğrenim %100 uzaktan eğitim.**

**Yapabilen herkes için evden çalışma zorunludur.**

**KAN**

**Mağazalar bazı tedbirler çerçevesinde açık.\***  
Sadece mağazalar  
Ancak yardım gerekirse\*

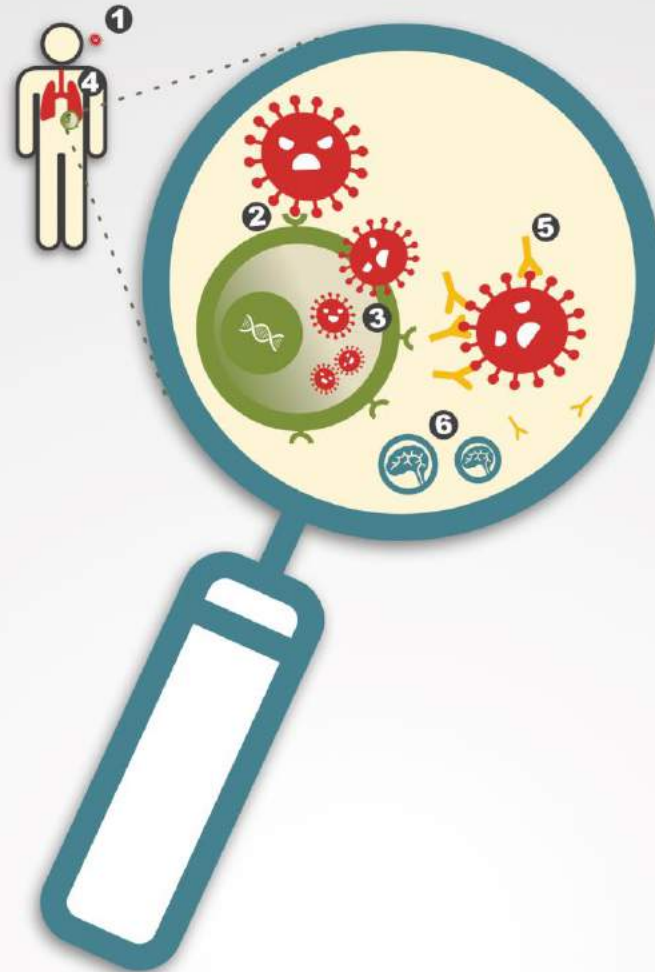
**Gece satışı yapan dükkanlar saat 22.00'de kapanacaktır.**

**Pazarlar kalabilir.**  
Yılbaşı pazarı kurulmayacak.

**Kuaförler, güzellik salonları gibi fiziksel temas gerektiren işyerleri hizmet vermeyecektir.**



# Voorbeeld



### 1. CEL

Jouw lichaam is opgebouwd uit **cellen**. Die zijn héél erg klein.

Een **virus** komt bij je binnen langs jouw mond of neus. Het virus kan jouw **cellen** aanvallen.

### 2. VIRUS MET STEKELS

Op het **coronavirus** zitten **stekels (sleutels)**. Op een cel zitten **ontvangers (sloten)**. Als die passen kan het virus de **cel** binnendringen.

### 3. KOPIEERT

Het virus kopieert zich in de **cel** en valt nog **cellen** aan.

### 4. ZIEK

Het **virus** bindt zich gemakkelijk met **cellen** in jouw neus en keel. Het lichaam maakt slijmen, hoest en koorts en spieren doen pijn. Je kan je moe voelen. Soms kopieert het virus zich in de longen en kan je moeilijker ademen.

### 5. ANTISTOFFEN

Je maakt **antistoffen** om het **virus** onschadelijk te maken. Ze zorgen ervoor dat de **sleutel** niet meer past.

Dat duurt een paar dagen. Het virus kan je al goed ziek maken.

### 6. GEHEUGEN

Er worden ook **geheugencellen** gemaakt. Wanneer die hetzelfde virus later opnieuw zien, worden **antistoffen** sneller aangemaakt. Je wordt dan minder ziek.

# Voorbeeld



www.DeZuidpoortGent.be



## 2. HOE WERKT EEN CORONA VACCIN?

www.  
WAT  
MAG  
.be



### 1. TRAINING

Het vaccin traint het immuunsysteem.

Het leert om **antistoffen** te maken tegen het **coronavirus**.

Zonder het **virus** ooit gezien te hebben.



### 2. STEKELS

Als oefenmateriaal worden **stekels (sleutels)** gemaakt.

Ze hangen niet aan een **coronavirus**. Ze maken **niet ziek**.

Het lichaam reageert door antistoffen te maken.



### 3. ANTISTOFFEN

Na een een paar dagen zijn de **stekels** verdwenen.

De **antistoffen** blijven wel.



### 4. KLACHTEN

De training is **zwaar werk** voor het lichaam.

**Je kan dat voelen.** Je krijgt misschien lichte koorts of een rode zwelling rond de inspuiting.

Dat gaat vanzelf over (na een dag).



### 5. STERKER

Als je later besmet wordt met het **échte virus**, zullen de **antistoffen** het **virus** direct doden.

Of zal je sneller **antistoffen** aanmaken.

### Er zijn 3 soorten vaccins:

1

#### RNA VACCIN



##### IN DE SPIJT:

Instructies (RNA) verpakt in een vetdruppeltje.

Ons lichaam maakt tijdelijk zelf ongevaarlijke **stekeltjes** aan. Ze verdwijnen terug heel snel.



##### PRODUCENTEN:

- CureVac
- Moderna
- Pfizer Biontech

2

#### VECTOR VACCIN



##### IN DE SPIJT:

Instructies (DNA) verpakt in een onschuldig virus.

Ons lichaam maakt tijdelijk zelf ongevaarlijke **stekeltjes** aan. Ze verdwijnen terug heel snel.



##### PRODUCENTEN:

- AstraZeneca & Oxford University
- Johnson & Johnson

3

#### KLASSIEK VACCIN



##### IN DE SPIJT:

Het coronavirus zelf. Maar gedood en in stukjes geknipt. Daardoor kan het de cel niet meer binnendringen.



##### PRODUCENTEN:

- Sanofi - GSK (ten vroegste 2022)

Nagelezen en goedgekeurd door: **Lowie De Loose** (Huisarts WGC Nieuw Gent), **Lieven Scheire** (wetenschapsuitlegger), **Hetty Helmoortel** (moleculair bioloog)

# Kanalen



Bijna iedereen heeft een **brievbus**.



**Winkels, markten, wachtkamers, voedselondersteuning, diensten, ...**



**Verenigingen, (geloofs)gemeenschappen, ...**



**Op straat, thuis, ...**

# En nu?



Screening, herschrijven,  
coaching, vorming.

[www.duidelijketaal.be](http://www.duidelijketaal.be)



Door Vlaamse overheid.  
Tips, checklijsten, inspiratie, ...

[www.heerlijkhelderetaal.be](http://www.heerlijkhelderetaal.be)



Heerlijk Helder in de Zorg, Laagdrempelige,  
inclusieve zorgcommunicatie

[www.memori.be/heerlijk-helder-in-de-zorg.html](http://www.memori.be/heerlijk-helder-in-de-zorg.html)



Heldere overheidscommunicatie (Nederland)

[www.directduidelijk.nl](http://www.directduidelijk.nl)



Dossier toegankelijke communicatie.

[www.diversiteitspraktijk.be](http://www.diversiteitspraktijk.be)



# En nu?



Voorbeelden



Snelgids



Vorming



Deze presentatie



[www.DeZuidpoortGent.be](http://www.DeZuidpoortGent.be)

*We leren om links en rechts te kijken  
om over te steken,  
laat ons ook leren links en rechts kijken  
om te zien of we  
niemand achter laten.*

# Vragenronde

