

De vermoeidheid tijdens de volksmarathon slaat toe:

Evoluties in motivatie, mentale gezondheid en (de)motiverende overheidscommunicatie

De Nationale Veiligheidsraad stelde vorige vrijdagavond een reeks versoepelingsmaatregelen voor. Deze geven de bevolking perspectief, al is de invoering ervan voorwaardelijk en moesten er harde keuzes gemaakt worden. Onze sociale contacten staan noodgedwongen nog langere tijd op een laag pitje. Meer dan ooit komt het erop aan om vol te houden tijdens deze 'volksmarathon', waarbij het cruciaal is dat de overheid de bevolking motiveert, inspireert, en verbindt. Zonder voldoende en kwaliteitsvolle motivatie begint de bevolking de maatregelen aan haar laars te lappen. Zonder een verbindend verhaal dreigt het welzijn van de bevolking achteruit te gaan. Maar de motivatiebarometer die sinds 19 maart aan de UGent dagelijks de motivatie en het welbevinden van burgers in kaart brengt, toont aan dat de vermoeidheid toeslaat. In een eerste deel geven we een overzicht van deze resultaten, terwijl we in een tweede deel dieper ingaan op de (de)motiverende communicatiestijl van de overheid.



Illustratie "We lopen samen de marathon." door Mathias Waterschoot

Volksmarathon

De zevende week van deze volksmarathon is begonnen. Net zoals de langdurige inspanning voor gewone marathonlopers slopend is, zo ook de gezamenlijke inspanning van de bevolking tijdens deze collectieve marathon. Het einddoel is duidelijk: de coronacrisis bezweren. De grilligheid van het virus zorgt er echter voordat de timing ervan onvoorspelbaar is. Ook gewone marathonlopers schatten niet steeds goed in wanneer ze de finish zullen bereiken. Anders dan bij een gewone marathon, is het

parcours van deze volksmarathon onontgonnen terrein en is het zelfs onduidelijk waar de eindmeet ligt. Maar de overheid en wetenschappers kunnen in de rol van sportcoach de bevolking richting de eindmeet gidsen via een stimulerende en wervende communicatie. Meer dan ooit is er nood aan *motiverend leiderschap* want de impact van deze volksmarathon is veel groter dan van een gewone marathon. Niet enkel voor de fysieke gezondheid, maar ook op mentaal, sociaal en economisch vlak zijn de gevolgen ongezien.

DEEL 1 - Resultaten uit de motivatiebarometer

Motivatietrends: Hoe gemotiveerd blijven we?

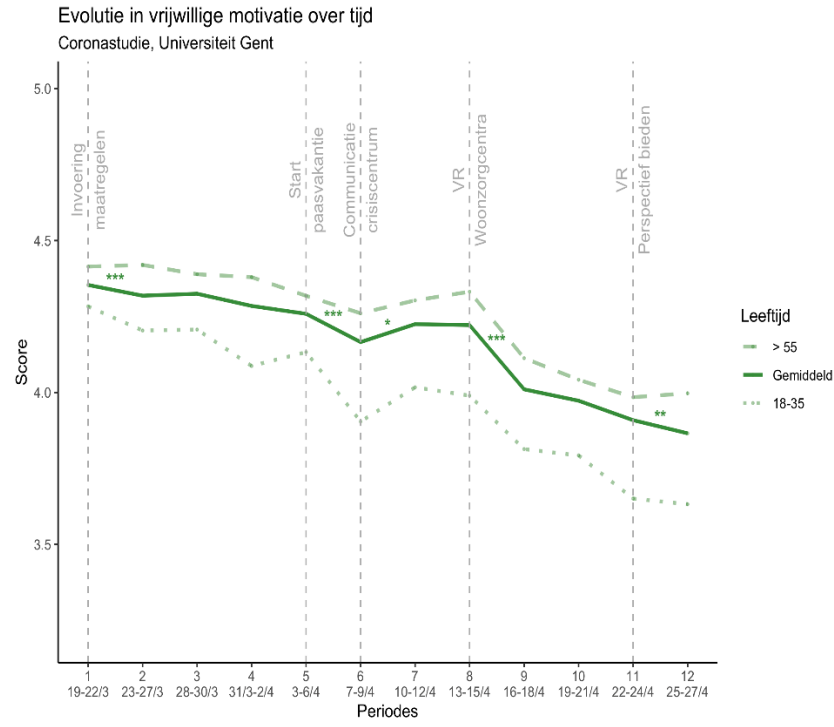
Dat de ingrijpende en langdurige lockdownmaatregelen beginnen te wegen op de bevolking is begrijpelijk. Sommigen hebben de man met de hamer al ontmoet, anderen vrezen hem. Dit is ook merkbaar in de evolutie van het motivationeel draagvlak voor de maatregelen. Sinds 19 maart namen 23 845 deelnemers deel aan de 'Hoe stel jij het in uw kot'-studie aan de UGent. Twee types motivatie worden dagelijks gemeten: of deelnemers de maatregelen *willen* volgen omdat ze er pal achter staan (vrijwillige motivatie) of de maatregelen *moeten* volgen, bijvoorbeeld om kritiek of een boete te vermijden ('moet'-ivatie). Het in kaart brengen van de verschuiving in de vrijwillige motivatie (figuur 1) en 'moet'-ivatie (figuur 2) is belangrijk omdat deze voorspelt of de bevolking zich blijvend aan de maatregelen houdt, dan wel nonchalance begint te vertonen. De evolutie van beide types motivatie is bijzonder interessant. In de figuren worden significante gebeurtenissen vermeld, zoals de communicatie vanuit het crisiscentrum en de veiligheidsraden op 15 april en 24 april. Drie bevindingen springen in het oog.

Ten eerste **brokkelt het motivationeel draagvlak geleidelijk af** (de volle lijn in figuur 1). Uitgedrukt in procenten (die niet in de grafiek staan) stond in het begin van de lockdown (19-22 maart) nog 80.7 procent van de deelnemers pal achter de maatregelen. In de afgelopen drie dagen (25-27 april) bedroeg dit 55.4 procent. De daling in vrijwillige motivatie verloopt vrij geleidelijk, met enkele opvallende versnellingen in de afname. Zo blijkt er een sterkere daling te zijn bij het begin van de paasvakantie en in de nasleep van beide veiligheidsraden van 15 april en 24 april (zie sterren in de figuur). Tegelijkertijd was er een stijging na 7 april, de dag waarop het crisiscentrum bepaalde maatregelen verfijnde, zoals de mogelijkheid voor ouderen om op een parkbank uit te rusten.

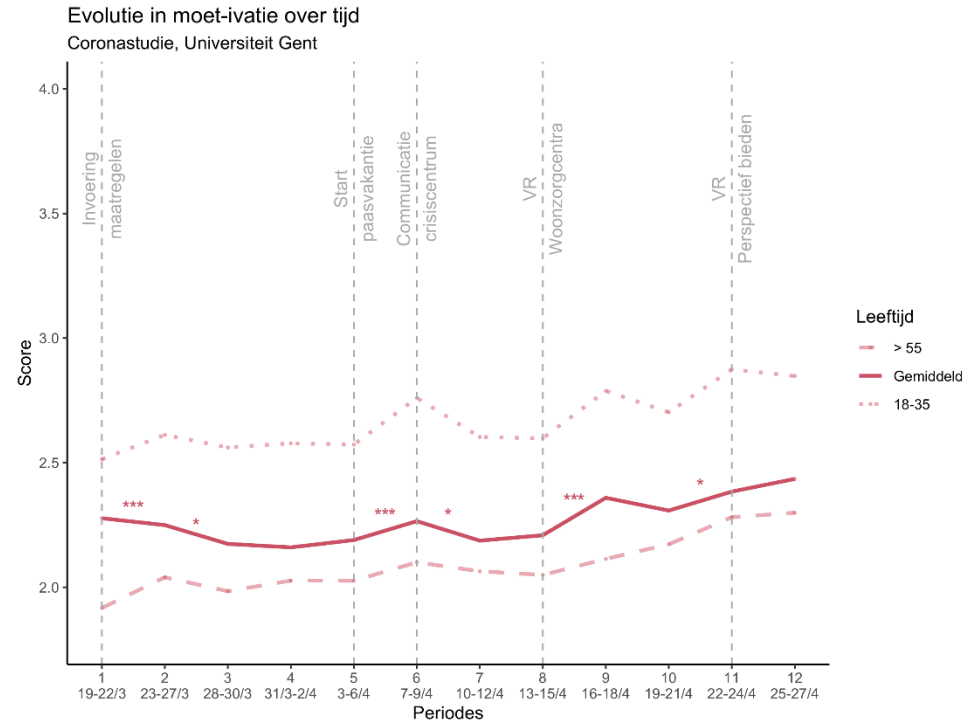
Ten tweede vertoont de 'moet'-ivatie een meer **schommelend patroon** (de volle lijn in figuur 2), waarbij deze op elk moment lager ligt dan de vrijwillige motivatie. Dat is uitstekend nieuws want vrijwillige motivatie is een sterkere voorspeller van het effectief opvolgen van de maatregelen. Wat de evolutie in 'moet'-ivatie betreft, was deze in het begin van de lockdown enigszins verhoogd. De maatregelen waren erg ingrijpend en vormden een sterke inbreuk op onze levensstijl. Na een aanpassingsperiode daalde de 'moet'-ivatie, terwijl de vrijwillige motivatie hoog bleef. Vanaf begin april nam de 'moet'-ivatie geleidelijk toe en dit in het bijzonder in het begin van de paasvakantie om vervolgens licht te dalen na 8 april, de dag waarop het crisiscentrum bepaalde maatregelen verfijnde. Deze daling bleek tijdelijk want een steilere stijging volgde na de veiligheidsraad rond de woonzorgcentra.

Ten slotte springen de **leeftijdseffecten** in het oog (zie ook rapport #1 en rapport #2). Hoewel de motivatietrends parallel lopen in verschillende leeftijdsgroepen zijn ouderen (zie gestreepte lijnen in figuren 1 en 2) vanaf het begin van de lockdown meer overtuigd van de noodzaak en het belang van de maatregelen en voelen ze deze minder aan als een verplichting. Ouderen kunnen zich makkelijker vereenzelvigen met het maatschappelijk belang van de maatregelen. Ze verbinden de maatregelen gemakkelijker met belangrijke waarden zoals solidariteit, en dit motiveert hen om de maatregelen trouw te volgen.

Figuur 1
Verschuiving in de vrijwillige motivatie



Figuur 2
Verschuiving in de 'moet'-ivatie



Onze mentale gezondheid: Hoe stellen we het in ons kot?

De motivatiebarometer brengt ook dagelijks het welbevinden in kaart, net als de voedingsbodem ervan. We beschikken niet enkel over fysieke basisbehoeftes (vb. honger, dorst), maar ook over psychologische basisbehoeftes die je kan onthouden aan de hand van het acroniem ABC: A van autonomie, B van verBondenheid, en C van competentie. Zoals voldoende eten en drinken cruciaal is voor ons fysiek welbevinden, zo is de bevrediging van deze psychologische basisbehoeftes de voedingsbodem voor ons welbevinden en veerkracht. Het zijn de **vitamines voor onze groei**. Hoe meer deze zijn voldaan, hoe meer we onze batterijen opladen en hoe meer levensgeluk we rapporteren. Hoe meer we ook gemotiveerd blijven om de maatregelen te volgen. Duurzame gedragsverandering vereist energie, die de basisbehoeftes aanleveren. Als deze basisbehoeftes worden gefrustreerd, dan voelen we ons uitgeput en moedeloos.

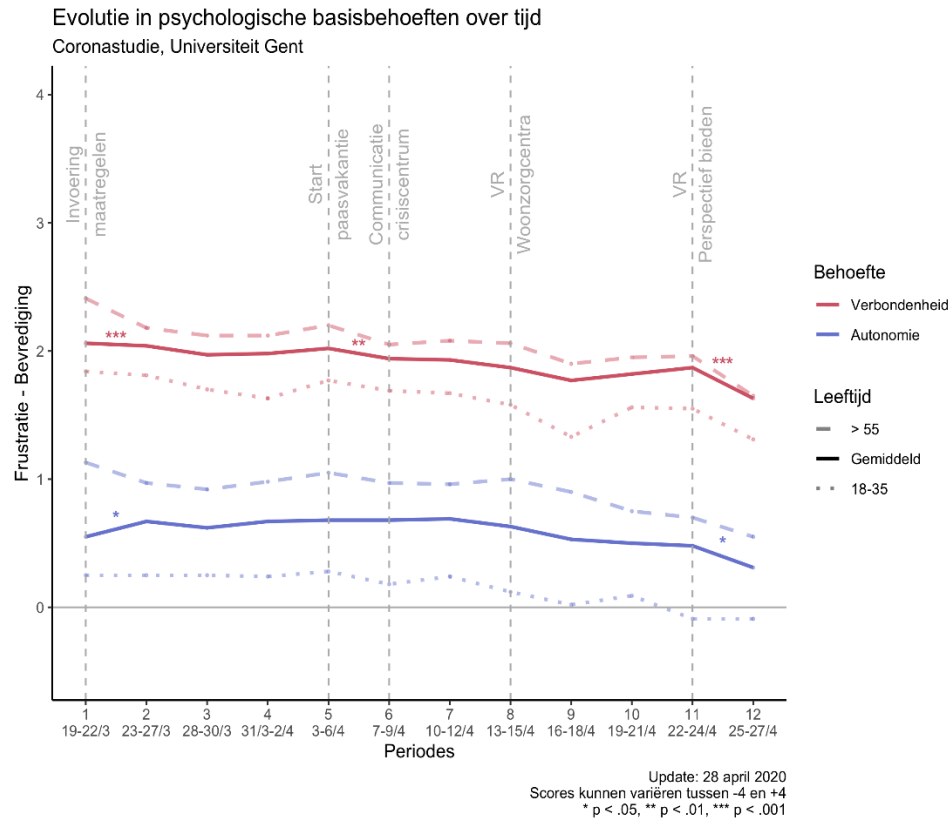
In de motivatiebarometer peilen we dagelijks naar de mate waarin de behoeftes aan autonomie en verbondenheid zijn voldaan. Als de behoefte aan autonomie is bevredigd, dan ervaren we een gevoel van keuze en vrijheid in ons handelen, denken, en voelen. In het geval van autonomiefrustratie voelen we ons geremd en gekortwiek. Als de behoefte aan verbondenheid is voldaan, dan hebben we warme, hechte contacten met naasten, voor wie we graag zorgen. In het geval van frustratie voelen we ons eenzaam en geïsoleerd. De evolutie in de bevrediging van de basisbehoeftes autonomie en verbondenheid, depressieve en angstklachten vind je in figuren 3 en 4. We stippen hier drie bevindingen aan.

Ten eerste blijkt dat onze basisbehoeftes meer zijn voldaan dan gefrustreerd. De scores bevinden zich boven de nullijn in de figuur. Als we beide behoeftes onderling vergelijken, dan blijkt dat we **significant meer verbondenheid dan autonomie ervaren**. Ondanks de maatregelen om contact te vermijden en afstand te houden, vinden we dus digitale alternatieven om deze behoefte te vervullen. Hierbij kunnen de handklapacties ook de verbondenheid met burens versterken. Maar de lockdown legt onze keuzevrijheid natuurlijk in grote mate aan banden, waardoor veel mensen weinig autonomie ervaren.

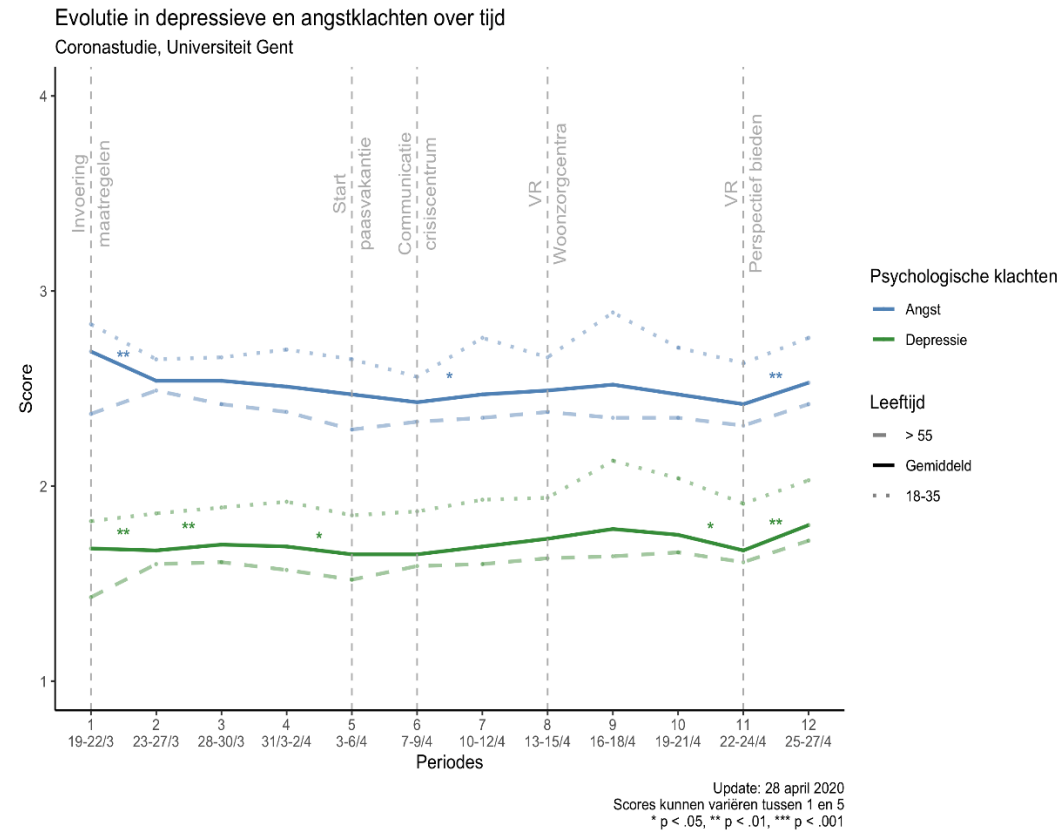
Ten tweede toont de evolutie in deze basisbehoeftes aan dat de **bevrediging ervan afneemt**, in het bijzonder in de laatste dagen sinds de laatste veiligheidsraad. De bevrediging van beide behoeftes stagneerde voordien lange tijd, met als uitzondering een lichte daling in het begin van de paasvakantie. Velen hadden misschien vakantieplannen met familie of vrienden die ze noodgedwongen dienden op te bergen. Ondanks de aankondiging van een aantal versoepelingsmaatregelen tijdens de jongste veiligheidsraad blijken deelnemers significant minder autonomie en verbondenheid ervaren te hebben in het afgelopen weekend. De regering bood dan wel enig perspectief op een exit, maar de maatregelen waren voorwaardelijk. Bij de bevolking drong afgelopen weekend ongetwijfeld ook het besef door dat deze coronacrisis en de bijhorende strikte maatregelen nog bijzonder lang kunnen duren. Omdat we niet op korte termijn familie kunnen ontmoeten – terwijl er hier in de gelekte nota wel sprake van was – kreeg onze verbondenheid een onmiddellijke ‘knauw’. Ook onze autonomie leed hieronder: we voelen ons meer gekooid dan ooit.

Ten derde verloopt de evolutie in de angst- en depressieve klachten van de deelnemers parallel. Er is een **significante toename merkbaar in de angst- en depressieve klachten sinds afgelopen weekend**. De verminderde autonomie- en verbondenheidsbevrediging kan dit verklaren. Wat de evolutie in angst betreft, was er een aanvankelijke piek in het begin van de lockdown, wellicht ingegeven door de onduidelijkheid van de situatie op dat ogenblik. Door duidelijke communicatie over de te volgen maatregelen in het begin van de lockdown nam deze angst af om dan te stabiliseren tot afgelopen weekend. Sinds de laatste veiligheidsraad namen zowel de angst als depressieve klachten significant toe.

Figuur 3
Verschuiving in de psychologische basisbehoeften aan autonomie en verbondenheid



Figuur 4
Verschuiving in depressieve en angstklachten

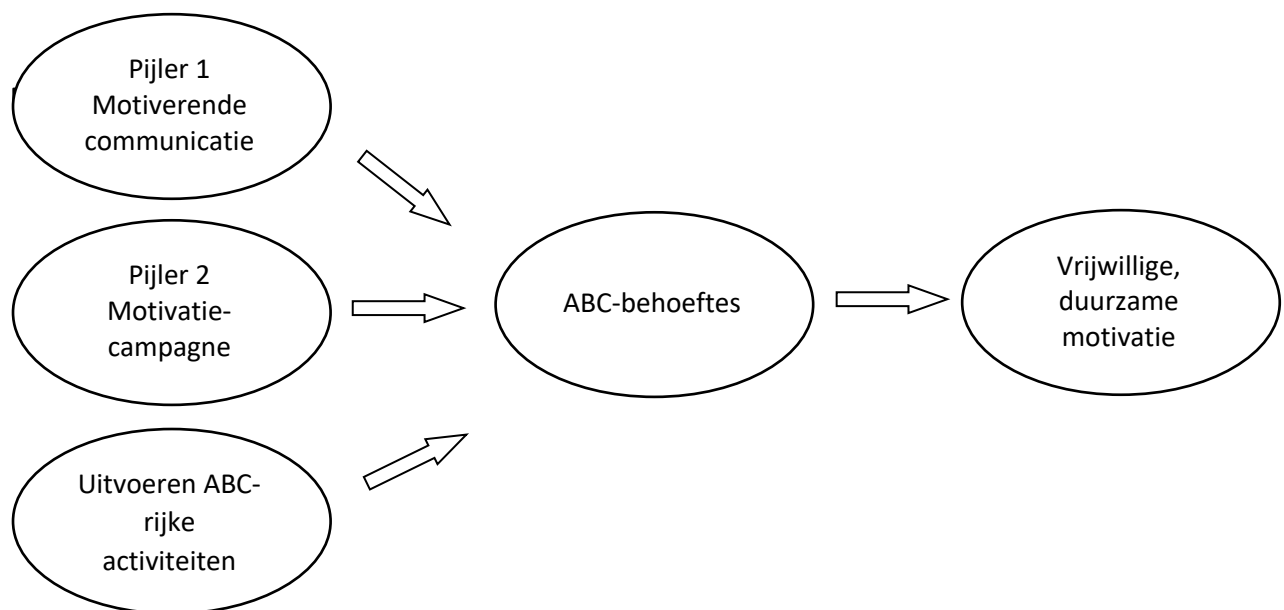


DEEL II - De overheid: Hoe motiverend en inspirerend is haar aanpak?

Om de dalende motivatie en de toenemende autonomie- en verbondenheidsfrustratie een halt toe te roepen, is er een taak weggelegd voor zowel de overheid als haar bevolking. Figuur 5 geeft **drie cruciale pijlers** aan. De overheid kan via het hanteren van een motiverende en inspirerende communicatie (Pijler 1) inspelen op de basisbehoeftes aan autonomie, verbondenheid en competentie om zo de motivatie van de bevolking te versterken. Tegelijkertijd is er meer dan ooit nood aan een [motivatiecampagne](#) (Pijler 2). Maar ook de bevolking kan haar steentje bijdragen, bijvoorbeeld door zelf op zoek te gaan naar activiteiten die maximaal aansluiten bij de basisbehoeftes aan autonomie, verbondenheid en competentie (Pijler 3). Concrete richtlijnen hiertoe gaven we in [rapport #3](#) mee.

Figuur 5

Grafisch overzicht van de rol van de overheid en haar burgers



Motiverend communiceren werkt!

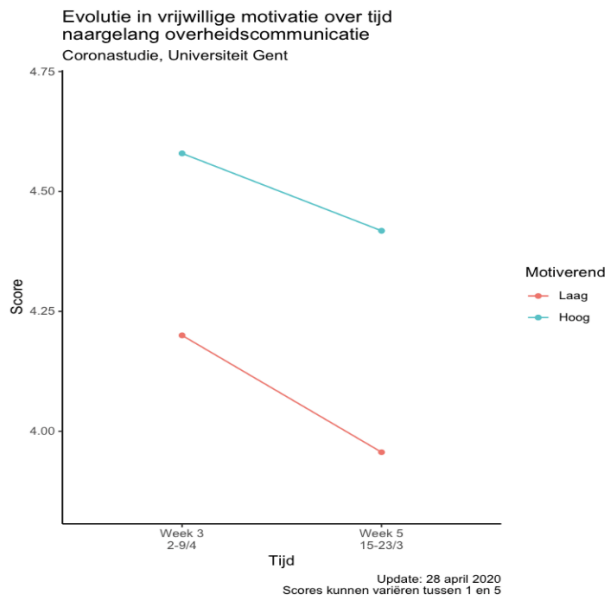
In de dagelijkse interviews met de geschreven en gesproken pers kan de overheid meer of minder motiverend communiceren. **Psychologische scharniermomenten zijn de persconferenties na de bijeenkomst van de veiligheidsraad.** Dit zijn de momenten bij uitstek om te inspireren en te verbinden. Het is opvallend dat in de nasleep van de twee jongste veiligheidsraden er significante wijzigingen in de motivatie en mentale gezondheid merkbaar zijn. In de dagen na beide veiligheidsraden daalde het motivationeel draagvlak versneld, terwijl in de dagen na de veiligheidsraad rond de exitstrategie ook de behoeftebevrediging afnam en depressieve- en angstklachten toenamen. Dit voorspelt niet veel goeds voor de verschuivingen in motivatie en maatregeltrouwheid op langere termijn. Dit betekent tegelijkertijd dat zorg voor motiverende communicatie op deze psychologische scharniermomenten erg noodzakelijk is.

Als de overheid erin slaagt om **motiverend te communiceren, dan kan dit een buffer vormen tegen de afbrokkelende motivatie.** De deelnemers uit de eerste week van de motivatiebarometer worden binnen de 'Hoe stel jij het in uw kot'-studie wekelijks opnieuw bevestigd. Deze opvolging over tijd laat toe om na te gaan of de daling in vrijwillige motivatie kan afgeremd worden indien burgers de communicatie als motiverend ervaren. Dat blijkt het geval! Figuur 6 toont aan dat motiverend communiceren ervoor zorgt dat de vrijwillige motivatie hoger ligt (de blauwe lijn ligt boven de rode

lijn). Bovendien zijn burgers die vonden dat de overheid een zinvolle uitleg gaf voor de maatregelen, waardering en begrip toonde voor hun inspanningen en heldere verwachtingen communiceerde, relatief minder vatbaar voor een daling in vrijwillige motivatie (de blauwe lijn daalt minder steil dan de rode lijn). **Motiverend communiceren ‘flattens the motivation curve’.**

Figuur 6

Verschuiving in vrijwillige motivatie in functie van de mate van motiverende overheidscommunicatie



Hoe motiverend wordt de overheid ervaren?

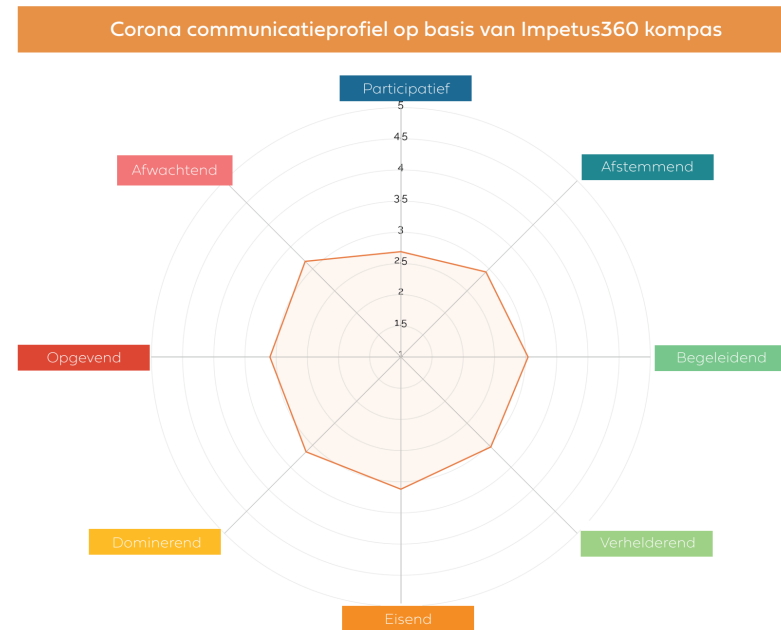
Sinds 23 april wordt binnen de motivatiebarometer ook de (de)motiverende communicatiestijl van de overheid in kaart gebracht. Ondertussen vulden 2742 deelnemers (73.4% vrouwelijk; gemiddelde leeftijd = 52.49 jaar) deze vragenlijst in. Hierbij geldt het leiderschapsmodel in figuur 7 met verschillende motiverende en demotiverende stijlen als inspiratiebron. Als we de motiverende stijl vergelijken met de demotiverende stijl dan blijkt dat, gemiddeld genomen, de bevolking de communicatie iets meer demotiverend dan motiverend vindt. Figuur 8 geeft dit ook weer in een spindigram. Deze vormt bijna een cirkel, wat er op wijst dat de motiverende en demotiverende stijlen in dezelfde mate voorkomen. Figuur 9 biedt een procentueel overzicht van de mate waarin de verschillende stijlen voorkomen. Het gaat hier om het percentage van de bevolking dat een topscore toekent aan de overheidscommunicatie. Deze resultaten geven aan dat er nog veel ruimte is voor een meer motiverende en stimulerende communicatiestijl van de overheid. De topscores zijn er vooral voor een afwachtende aanpak van de regering. De bevolking vraagt om motiverende daadkracht. Dit is erg cruciaal want de (de)motiverende stijl van de overheid blijkt een krachtige voorspeller van de vrijwillige motivatie, moet-ivatie en moedeloosheid van de bevolking. In tabel 1 vind je een overzicht van de verschillende **do's en don'ts in de communicatie, geïllustreerd met concrete voorbeelden.**

Tegelijkertijd is het natuurlijk zo dat gedemotiveerde burgers ook vanuit een bepaalde bril naar de overheidscommunicatie kijken. Als je zelf al weerstand voelt tegen het volgen van de maatregelen, dan is de kans groter dat je de communicatie van de overheid, ook al is die goedbedoeld, ervaart als ontoereikend en onvoldoende overtuigend. Elke vraag naar een extra inspanning, zelfs wanneer goed gekaderd, zou wel eens verder verzet en moet-ivatie kunnen oproepen. Gemotiveerde burgers bekijken de zaken vanuit een rooskleurigere bril en ervaren de communicatie als meer motiverend.

Figuur 7
 Motiverende en demotiverende stijlen van het leiderschapskompas

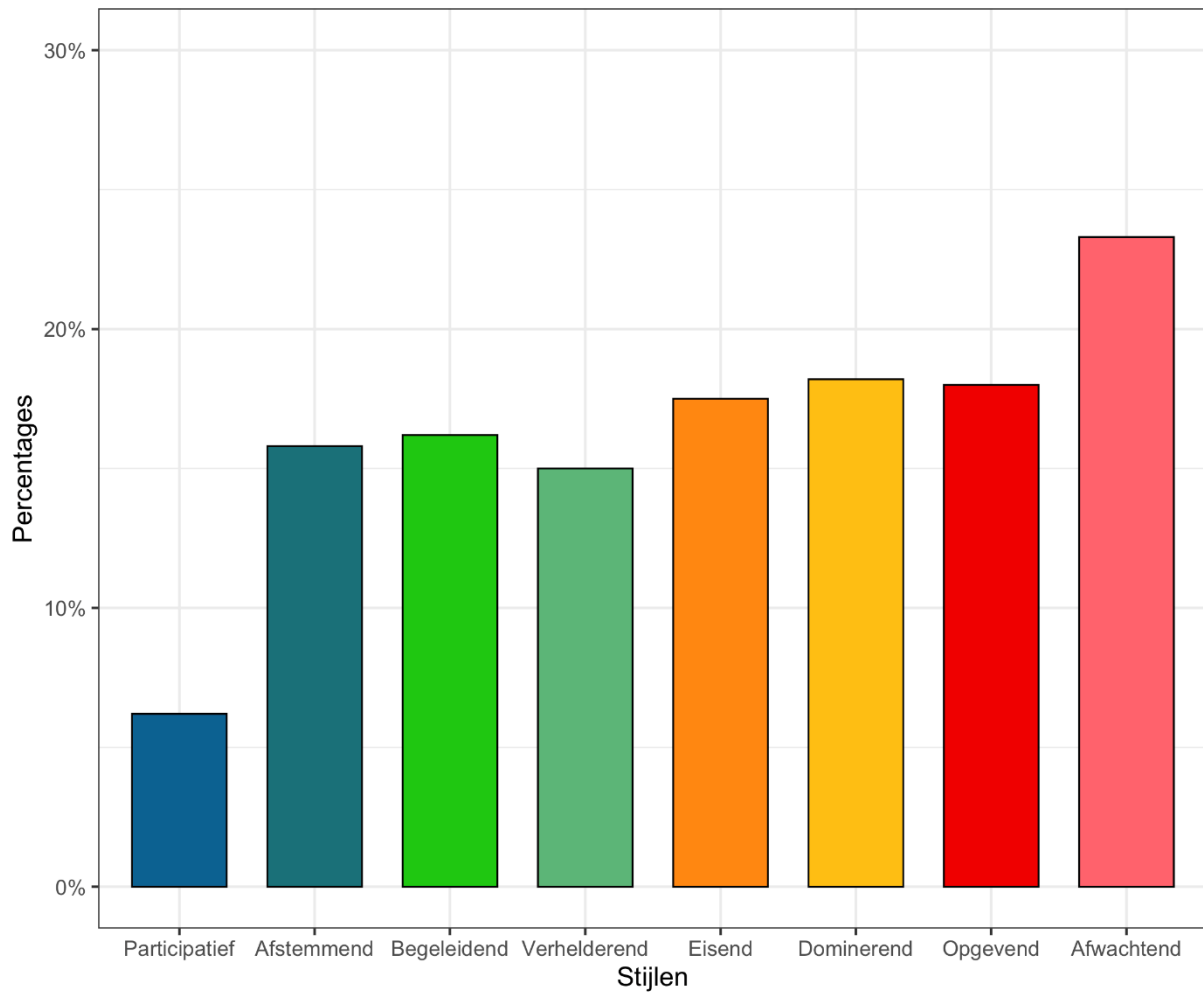


Figuur 8
 Resultaten van de perceptie van (de)motiverende overheidscommunicatie



Figuur 9

Procentuele topscores voor (de)motiverende communicatiestijl



Bron: Coronastudie, Universiteit Gent

Een tijdelijke dip of een neerwaartse trend?

De resultaten van motivatiebarometer tonen aan dat we op een moeilijk moment zitten in de marathon. De kilometers wegen en de eindmeet lijkt plots ver weg. De vraag hoe pijnlijk de volgende kilometers zullen worden, roept angst en onzekerheid op en doet ons twijfelen of we de eindmeet wel halen. Of dit slechts een tijdelijk dip betreft dan wel een neerwaartse trend is niet duidelijk. Wel duidelijk is dat we op een **psychologisch scharniermoment zitten in de marathon** en dat de bevolking gebaat is bij een motiverende en inspirerende overheid: een overheid die met een duidelijke visie, heldere principes waar iedereen zich kan achter scharen, en een verbindend verhaal haar bevolking de weg wijst.

Tabel 1 - Do's en don'ts van motiverende en demotiverende communicatie

Zone	Checklist	Toelichting en voorbeeld
Participatief	Toets je het draagvlak voor een maatregel goed af?	Maatregelen zullen pas nageleefd worden indien men er achter staat. De mogelijkheid om ouderen te bezoeken in woonzorgcentra werd bijvoorbeeld onvoldoende doorgesproken met de sector, waardoor de maatregel moest teruggedraaid worden.
	Pik je signalen uit diverse sectoren op en beluister je deze?	Verschillende sectoren (cfr. tuincentra, tennisfederatie) drongen op een versoepeling aan en bedachten zelf creatieve oplossingen waarbij ze de maatregelen in acht nemen. Met hun stem werd rekening gehouden. Een optie is om het expertenverslag van de GEES op het internet te delen en feedback van de bevolking te verzamelen.
Afstemmend	Voorzie je een zinnvolle en logische uitleg voor het invoeren, behouden of (gedeeltelijk) versoepelen van een maatregel?	Hoe meer de bevolking begrijpt wat de grote principes zijn achter de keuzes voor behoud, versoepeling of verstrenging van de maatregelen, hoe groter de bereidheid om zich er naar te schikken (cfr. speech van Angela Merkel). Welke criteria spelen hierin een rol: het aantal bezette bedden op intensieve zorg, het aantal nieuwe ziekenhuisopnames of een andere parameter? Wat is ook de efficiëntie van alle maatregelen? Geef aan in welke mate ze bijdragen tot een inperking van de verspreiding van het virus.
	Toon je begrip voor de inspanningen van de bevolking?	Probeer erkentelijk te zijn voor de last die de bevolking vandaag torst. Erken dat er veel van de mensen gevraagd wordt en dat het zware tijden zijn. Door expliciet je dankbaarheid te tonen voor de inspanningen, zoals gebeurde op de veiligheidsraad van 24 april, stel je je empathisch op. Zo voelt de bevolking zich meer begrepen en blijft ze meer bereid om de gevraagde inspanningen op te brengen.
	Werk je verbindend door te wijzen op solidariteit en het collectief belang?	Het helpen van anderen, iets doen voor de samenleving, het zorg dragen voor elkaar, het zijn belangrijke waarden waar vrijwel iedereen belang aan hecht. Benadruk dat het volgen van de maatregelen een daad van altruïsme is.
	Maak je gebruik van herkenbare beeldspraak ?	Een beeld zegt veel meer dan woorden. Als een beeldspraak treffend is, dan voelt de bevolking zich begrepen. Het beeld van de collectieve marathon is herkenbaar, waarbij gelijkenissen en verschillen helpen om de bevolking te informeren.
	Geef je concrete en heldere richtlijnen ?	Formuleer zeer concrete verwachtingen bij het invoeren van nieuwe maatregelen of het formuleren van aanbevelingen. Hoe helderder geformuleerd (bijv. via stappenplan),

Begeleidend		hoe groter de kans dat de bevolking zich eraan houdt. Als er over de modaliteiten nog geen duidelijkheid is, wacht dan met communiceren (cfr. mondkmaskers) .
	Bekrachtig je de inspanning van de bevolking?	Positieve feedback werkt motiverend. Het vertrouwen bij de bevolking groeit dat we samen deze crisis aankunnen. Leg hierbij een direct verband tussen de inspanningen van de bevolking en concrete resultaten en visualiseer dit. Net zoals gezond eten en bewegen enkel tot gewichtsbehoud leidt, kan het lijken alsof onze huidige inspanningen geen zichtbaar resultaat opleveren.
	Voorzie je tussenstappen ?	Elke marathonloper formuleert specifieke tussendoelen en motiveert zich om naar een volgend tussendoel te werken. Dit geeft moed want een tussendoel is haalbaar. Als de bevolking een tussendoel behaalt, dan geeft dit een motivationele boost. Het geloof om de lockdownmarathon uit te lopen, groeit. Een tussendoel is een specifieke, cruciale indicator van progressie, zoals het aantal ziekenhuisopnames. Wees hier transparant over.
Verhelderend	Communiceer je op vaste tijdstippen ?	De bevolking wordt ongeduldig. De onzekerheid over het al of niet versoepelen van de maatregelen weegt. Door een vast, wekelijks communicatiemoment te voorzien over de aanpak van de lockdownmaatregelen krijgt de bevolking een strohalm om zich aan vast te klampen. Zo stellen journalisten niet langer dagelijks de vraag of en wanneer de lockdownmaatregelen versoepeld worden.
	Wijs je op de gevolgen van het (niet) naleven van de maatregelen?	Het is cruciaal om de bevolking te informeren over de gevolgen van het naleven én niet naleven van de maatregelen. Hierbij voorzie je best duiding (cfr. afstemmende zone) zodat er inzicht groeit bij de bevolking. Je zorgt hierbij voor transparantie en communiceert eerlijk. Een goed voorbeeld zijn grafieken die weergeven hoe de ziekenhuisopnames zouden evolueren indien de maatregelen volledig losgelaten worden.
	Communiceer je eensgezind ?	Eendracht maakt macht. Door als overheid eensgezind te communiceren en aan een zelfde zeel te trekken, kan de bevolking zich hier aan spiegelen. Een gebrek aan eensgezindheid zorgt voor verwarring (cfr. maatregel rond woonzorgcentra)

Eisend	Zet je te veel druk op de bevolking?	De huidige maatregelen vergen een grote inspanning van de bevolking, zeker van alleenstaanden en jongere doelgroepen. Probeer redelijk te zijn in de eisen die je blijft stellen. Als de bevolking ge-moet-iveerd raakt, dan gaat ze in weerstand en is de kans klein dat ze dit volhoudt.
	Communiceer je op een dwingende wijze?	Probeer te letten op je taalgebruik. Woorden zoals ‘moeten’, ‘horen’ of ‘verplichten’ roepen moet-ivatie op (vb. ‘jullie moeten blijven volhouden’). Vervang deze door meer uitnodigend maar niet-vrijblijvend taalgebruik, zoals ‘vragen’ of ‘willen’ (vb. ‘we vragen aan iedereen om vol te houden’).
Dominerend	Speel je in op angst bij de bevolking?	Angst is geen goede raadgever. Een doembeeld schetsen en angst induceren kan aanzetten tot kortstondige actie, maar gaat gepaard met <i>collateral damage</i> . De bevolking wordt meer onzeker en is meer vatbaar voor angst- en depressieve klachten. Een boodschap van hoop werkt veel meer stimulerend.
	Praat je de bevolking een schuldgevoel aan?	De bevolking stimuleren betekent niet dat we ze op een schuldbeladen wijze moeten <i>responsabiliseren</i> . Als je de bevolking een schuldgevoel aanpraat, dan kan dit tijdelijk werken maar het vormt geen duurzame oplossing. Verantwoordelijkheids- en burgerzin groeien best spontaan omdat je op een motiverende wijze communiceert in plaats van direct burgers wijst op hun plichten.
Opgevend	Zend je zelf negatieve signalen uit?	Hoe lastig ook, het is cruciaal dat wetenschappers en de overheid het goede voorbeeld blijven geven. Elk signaal van wanhoop heeft een besmettend effect op de bevolking. Tegelijkertijd betekent dit niet dat we de bevolking blaasjes hoeven wijs te maken. Dit wordt toch doorprikt.
Afwachtend	Kijk je de kat uit de boom of communiceer je proactief ?	Een marathonloper weet dat de finish op 42km ligt. Hoewel het koffiedik kijken is hoe lang deze coronacrisis zal duren en je zelf ook de situatie wil afwachten, kan deze afwachtende houding ergernis en onzekerheid uitlokken. Er kan vermoedelijk enig perspectief worden geboden, bijvoorbeeld door prioriteiten in het versoepelen van de maatregelen naar voren te schuiven of door te communiceren over de fasering in de bredere strategie. Zo krijgen verschillende bevolkingsgroepen een beter zicht op wanneer zij ‘aan de beurt zijn’ en de volgende stappen.

Contact cartoon:

- E-mail: mathias.waterschoot@hotmail.com
- Web: <https://www.facebook.com/MathiasIllustrations>

Contact tekst:

Maarten Vansteenkiste, Bart Soenens, Joachim Waterschoot, Sofie Morbée en Branko Vermote, de sectie ontwikkelingspsychologie aan de UGent

Wil jij ook jouw steentje bijdragen aan het ondersteunen van dit onderzoek? Dan kan je de onderstaande vragenlijst invullen. De vragenlijst is volledig anoniem en wordt geschat op 10 minuten. Alvast bedankt voor jullie tijd!



'Hoe stel jij het in uw kot?'
Een vragenlijst naar het welbevinden
tijdens de coronacrisis.


UNIVERSITEIT
GENT

