

## Rapport #1: De ‘vermaledijde regel van 4

### Aanleiding

De aanleiding om de expertise van psychologische gedragswetenschappers in te roepen was tweevoudig:

- Hoe formuleren we precies dat we afstappen van het cijfer 4 voor privé-contacten?
- Wat stellen we in de plaats om toch de risico's te beperken?

### Stappenplan

Om een zinvol alternatief te formuleren voor de “vermaledijde regel van 4” stellen we 7 stappen voor.

- Introduceer een psychologische breuklijn (Stap 1): Kondig een **nieuwe fase aan**, maar niet zonder terug te blikken.
  - **Blik terug**: “we hebben veel bereikt” (=bron van waardering en trots); “het heeft ons veel gekost” (=erkenning van het lijden en de inspanningen); “we zijn dankbaar voor de medewerking van de bevolking” (=positieve bekrachtiging van engagement).
  - **Blik vooruit**: Het nieuwe doel is om (1) wat we bereikt hebben te behouden en verder te versterken; en (2) het leven weer op te starten zonder (te veel) risico op een heropflakking.
    - ⇒ Aanbeveling: Deze terugblik getuigt van empathie en waardering voor de geleverde inspanningen. Probeer dit te concretiseren en te personaliseren om de authenticiteit van de boodschap te versterken.
- Afscheid van ‘regels’ (Stap 2): Erkennen dat ‘de regel van 4’ niet de meest geschikte regel was omdat de onderliggende logica niet duidelijk was. Dit heeft geleid tot een **persoonlijke invulling** ervan en/of tot afstandname van de regel.
  - ⇒ Aanbeveling: Durf je kwetsbaar te tonen; voortschrijdend inzicht leidt tot het bijsturen van maatregelen.
- Introductie notie ‘principe’ (Stap 3): Schuif het “bubbelprincipe” naar voren als het kernprincipe (-filosofie). Spreek dus niet langer over regels maar over **principes**. Principes verwijzen naar hun logische grond en bevatten een hogere graad van flexibiliteit dan regels. Principes zetten ook aan tot reflectie waardoor de bevolking een beperkte ruimte krijgt om ze zelf in te vullen. Dit stimuleert het gevoel van eigenaarschap en verantwoordelijkheid.
  - ⇒ Aanbeveling: Licht goed de keuze van de term ‘principe’ toe. Doe appèl op engagement om de principes verantwoordelijk in te vullen.
- Toelichting bubbelprincipe (Stap 4):
  - **Wat**: Licht op toegankelijk wijze toe wat een bubbel is en welke andere gedragsvormen acceptabel zijn tussen bubbelaars, en anders dan de algemeen geldende maatregelen. Gelden deze maatregelen voor alle bubbelaars (volwassenen én kinderen) of zijn deze beperkt tot de interactie tussen specifieke leeftijdsgroepen?

- **Waarom:** Licht op een heldere, eenvoudige wijze toe waarom dit bubbelprincipe cruciaal is. Geef voorbeelden van verstandige en onverstandige toepassingen van het bubbelprincipe. Aan de hand van visuals kan bijvoorbeeld uitgelegd worden wat de gevolgen zijn van het openen van de eigen bubbel naar 1, 4 of 8 andere bubbels.
  - **Aantal:** Formuleer na deze uitleg een aanbeveling over het aantal te openen bubbels. Kader goed hoe deze aanbeveling rond het aantal te openen bubbels zich verhoudt tot de versoepeling in scholen waar voor kinderen erg veel bubbels worden geopend. (Eventueel kan gesproken worden van ‘vuistregel’: deze term wijst eveneens op flexibiliteit, maar de term bevat wel het element “regel” wat minder opportuun is).
  - **Welke:** Moedig de bevolking aan om selectief die bubbels te kiezen die men frequent wil zien. Een goede “bubbelklik” is belangrijker voor het welbevinden dan het aantal bubbels.
  - ⇒ Aanbeveling: Werk met visuals om dit alles zeer bevattelijk toe te lichten.
- Toelichting combinatie met Testing & Tracing (Stap 5):
    - Bubbelen werkt slechts goed indien in combinatie met Testing en Tracing (T&T). Het zijn twee samenhangende strategieën: (1) Bubbelstrategie als principe om risico op verspreiding te beperken; (2) Testing en tracing (T&T) om besmetting snel op te sporen en te isoleren.
    - Vraag een engagement om de “bubbel”-strategie te combineren met “testing & tracking” en om bij mogelijke besmetting zo snel mogelijk te melden en contactopsporing te ondersteunen.
    - ⇒ Aanbeveling: Licht goed toe hoe deze strategieën inherent met elkaar verweven zijn en elk hun eigen waarde hebben. (Maak een gedragsanalyse waarom contactinformatie tot nog toe moeilijk meegedeeld werd en stuur bij.)
  - Introduceer “knipperlichten” (Stap 6):
    - Duidelijk **herkenbare en verstaanbare symbolen** die in staat stellen om ons gemeenschappelijk engagement als bevolking te monitoren (bv. groen, oranje, rood).
    - Creëer transparantie over de **voorwaarden** waarbij het bubbelen verder kan versoepeld dan wel dient teruggeschroefd te worden. Gaat het hier om het percentage of het absolute aantal nieuwe dagelijkse besmettingen, het aantal ziekenhuisopnames of een andere parameter? Welke zijn de **drempelwaarden** opdat een oranje of rood licht begint te knipperen? Dankzij dit inzicht in de cruciale voorwaarden kan de bevolking mee volgen of de situatie gunstig blijft evolueren dan wel opnieuw de slechte kant uitgaat. Dit verhoogt de betrokkenheid en verantwoordelijkheid van de bevolking en verhindert dat het bubbelprincipe op een vrijblijvende wijze wordt ingevuld. Zonder dit inzicht blijft dit een ‘beslissing ex machina’ van de experts.
    - ⇒ Aanbeveling: Deze stapsgewijze boodschap wordt best via een begeisterende toespraak van beleidsdragers toegelicht.
  - Overheids campagne (Stap 7):

- Zet een wervende overheids campagne op met nieuwe term zoals 'bubbelen', 'bubbelaars', 'bubbelklik' etc.
  - Zoek een "slogan" die dit gemeenschappelijk doel goed uitdrukt (ter vervanging van "blijf in je kot") en een sociaal verbindend doel representeert.
  - Media kunnen hiervoor worden ingezet. Momenteel ligt de klemtoon eenzijdig op kennisoverdracht, terwijl tot nog toe een sociaal verbindend verhaal – voor zover aanwezig - eerder toevallig ontstond.
    - Bv. ludiek coronaprogramma op een publieke zender waarin sociale rolmodellen maar ook gewone burgers getuigen over hoe zij het bubbelen aanpakken, hun ervaring met contact tracing, etc...
    - Mobiliseren van de "wisdom of the crowd", bv. creatieve voorbeelden van winkels, bedrijven van de toepassing van het nudging principe, creatieve manieren om distancing te faciliteren, etc..
- ⇒ Aanbeveling: Schakel gedragswetenschappers in als adviseurs of ontwikkelaars van een dergelijke wervende overheids campagne. Lanceer zo'n campagne vandaag, liever dan morgen.

### **Gecombineerde aanpak is cruciaal**

Via deze verschillende stappen wordt gebouwd op diverse theoretische pijlers. Het is cruciaal om te benadrukken dat de verschillende stappen **in combinatie noodzakelijk** zijn. Als we ons beperken tot het uitvoeren van stappen 1 tot 4, dan riskeert het gunstige effect van het centraal stellen van het bubbelprincipe niet volledig tot zijn recht te komen. Het komt erop aan om de **bevolking te stimuleren tot een vrijwillig engagement binnen een bredere strategie** met aandacht voor de algemene gedragsregels, de rol van tracking en tracing, noodzakelijke knipperlichten en een wervende en verbindende overheidscampagne. Zonder deze noodzakelijke omkadering dreigt het bubbelprincipe een vrijgeleide te worden voor ieder om zijn 'goesting' te doen.