

Artikel

Gebruik van nieuwe media tijdens een infectieziekte-uitbraak

Een analyse van de EHEC-uitbraak in 2011

L. van Velsen, D.J.M.A. Beaujean, L. van Gemert-Pijnen, J. Wentzel¹, J.E. van Steenberg

De opkomst van de nieuwe media (Facebook, Twitter en Wikipedia) biedt nieuwe mogelijkheden om te communiceren met burgers in tijden van een infectieziekte-uitbraak. Op dit moment is het echter onduidelijk welke rol zij kunnen spelen tijdens een uitbraak. Moeten GGD'en bijvoorbeeld gaan twitteren om burgers op de hoogte te houden? In andere crisissituaties, zoals natuurrampen (1) of de Arabische lente (2) bleken sociale media zeer waardevol, wat de indruk wekt dat ook publieke gezondheidsorganisaties deze media moeten meenemen in hun crisiscommunicatieplan. Deze studie wil bijdragen aan het vormgeven van deze communicatieplannen en heeft als hoofdvraag: Gebruiken burgers nieuwe media tijdens een infectieziekte-uitbraak om op de hoogte te blijven en om antwoorden te vinden op hun vragen? En indien dit het geval is, welke nieuwe media gebruiken ze dan en met welk doel?

Een uitgebreide versie van dit artikel is momenteel in review bij een internationaal tijdschrift.

In mei 2011 begon een grote EHEC-uitbraak in Duitsland waarbij uiteindelijk bij 3.816 patiënten EHEC werd gediagnosticeerd. 845 mensen ontwikkelden hemolytisch-uremisch syndroom (HUS) en 40 patiënten overleden als gevolg van de infectie. (3) Het hoogtepunt van de uitbraak was op 21 en 22 mei 2011 en de uitbraak stopte in juni 2011. Het epicentrum van de uitbraak was in het noordoosten van Duitsland (Hamburg), maar er werden ook gevallen vastgesteld in bijvoorbeeld Frankrijk en de Verenigde Staten (4). In Nederland zijn er een paar gevallen geweest (11 EHEC-infecties, 4 HUS-gevallen, geen doden). (5) De bron van de uitbraak bleken fenegriekzaden uit Egypte te zijn. (6) In de media was uitgebreide aandacht voor de uitbraak. Omdat de bron van de oorzaak lange tijd onbekend was, werd er veel gespeculeerd. Deze speculatie werd in Duitsland extra gevoed door bestuurders en gezondheidsorganisaties die waarschuwingen gaven over de veiligheid van bepaalde typen voedsel (zoals komkommers, tomaten en sla), die zij later weer moesten intrekken omdat ze niet waar bleken. Vanwege de afstand tussen het epicentrum van de uitbraak en Nederland communiceerde het RIVM alleen nieuws over het aantal infecties en de boodschap dat er geen risico was verbonden aan het eten van voedsel uit Nederland.

Methode

Om vast te stellen welke nieuwe media burgers gebruikten om geïnformeerd te worden over EHEC tijdens de uitbraak, hebben we een dagboekstudie gehouden met een looptijd van 4 weken (van 10 juni tot 7 juli). De deelnemers moesten 2 typen dagboeken invullen: 1. Intervalldagboek. Deelnemers moesten noteren welke informatie over EHEC zij ongevraagd kregen (bijvoorbeeld het zien van een item over EHEC op het achtuurjournaal). 2. Gebeurtenisdagboek. Deelnemers moesten noteren welke vragen zij over EHEC hadden, en hoe en waar ze actief gingen zoeken naar een antwoord. Beide typen dagboeken werden aangeboden als elektronisch formulier. Het intervalldagboek moest elke dag worden bijgewerkt, het gebeurtenisdagboek moest worden ingevuld als er een zoektocht was afgerond. De deelnemers werden niet gestimuleerd om zich te verdiepen in de EHEC-uitbraak. We wilden juist dat zij zo normaal mogelijk informatie zoekgedrag vertoonden. Voorafgaand aan de studie vulden de deelnemers een informed-consentformulier in en een vragenlijst over hun demografische situatie. Er werd hen anonimiteit gegarandeerd. Aan het einde van de studie vulden zij een vragenlijst in met open vragen die ingingen op hun tevredenheid over de informatievoorziening tijdens de EHEC-uitbraak, welk informatiekanaal hun voorkeur had en waarom zij wel of geen nieuwe media gebruikten.

Deelnemers werden geworven onder studenten in Hamburg en Twente. Hiervoor hadden we 2 redenen. Ten eerste zijn studenten 'heavy users' van nieuwe media en zodoende kunnen zij ons een goed inzicht geven in het gebruik hiervan tijdens een infectieziekte-uitbraak. Ten tweede is het zeer moeilijk om deelnemers voor een longitudinale studie te vinden tijdens een infectieziekte-uitbraak. Ze moeten worden geworven via GGD'en, die op dat moment juist druk zijn met de uitbraak. Studenten boden ons de mogelijkheid om deelnemers te vinden zonder al te veel kostbare tijd te verliezen. Duitse studenten werden geworven via een gelegenheidssteekproef. Nederlandse studenten waren afkomstig uit een proefpersonenpool. Voor deelname kregen zij een beloning van 50 euro. Er deden 9 Duitse en 9 Nederlandse studenten mee.

Resultaten

Respondenten

De studenten (3 mannen, 15 vrouwen, gemiddelde leeftijd 23,4 jaar) volgden verschillende studies zoals communicatiewetenschap, psychologie en werktuigbouwkunde. Zes Duitse studenten studeerden gezondheidswetenschappen. De helft van de deelnemers had een krantenabonnement (in lijn met het gemiddelde in Duitsland (7) en Nederland (8)), en zowel de Duitse als Nederlandse deelnemers keken iets minder tv dan gemiddeld. (9,10) De Nederlandse deelnemers luisterden meer naar de radio dan gemiddeld (10), terwijl de Duitse deelnemers minder dan gemiddeld naar de radio luisterden. (11) De Nederlandse deelnemers zaten veel meer op internet dan gemiddeld (10) en de Duitse deelnemers zaten ook boven het gemiddelde. (11) Het gebruik van nieuwe media zoals Facebook, Twitter, Hyves of StudiVZ (een Duits sociaal netwerk, vergelijkbaar met Facebook) was erg hoog, wat normaal is voor de leeftijdscategorie van de deelnemers. (12, 13)

Bij aanvang van de studie waren 2 Duitse deelnemers al geabonneerd op tweets van @EHEC_Watch een Twitterfeed van het Helmholtz Centrum voor Infectie Onderzoek. Een screenshot van deze feed is te zien in Figuur 1. De andere deelnemers waren niet geabonneerd op Twitterfeeds die zich richten op gezondheidsinformatie.



Figuur 1 Twitter feed van @EHEC_Watch

Ongevraagde informatie

De Nederlandse deelnemers kregen voornamelijk ongevraagde informatie over EHEC via het internet, gevolgd door de radio en kranten. Ook de Duitse deelnemers kregen de meeste informatie via het internet, maar zij kregen ook veel informatie via de televisie. Radio en kranten waren hier minder populair. Van de internetbronnen (zie tabel 1) kwam de meeste informatie tot hen via nieuwswebsites. Eén website (nu.nl) was goed voor 23% van de informatie die ongevraagd tot de participanten kwam via het internet. Websites van 'traditionele' media, zoals kranten en TV-zenders, waren daarnaast erg populair. Facebook leverde vrijwel geen informatie aan de deelnemers (1% van de online verkegen informatie). Twitter, daarentegen, leverde 10% van de ongevraagde informatie (alleen aan Duitse deelnemers), hoewel 7 van de 10 boodschappen afkomstig waren van Twitterfeeds van kranten of tv-zenders (van 3 boodschappen kon de bron niet achterhaald worden). Geen van de ontvangen Twitterberichten was afkomstig van de Twitterfeed @EHEC_Watch. De Nederlandse deelnemers gebruikten geen Twitter voor het ontvangen van dit soort informatie, of zij vonden dit soort informatie op Twitter niet betrouwbaar. De Duitsers die Twitter hiervoor niet gebruikten droegen dezelfde redenen aan. Sociale media als Facebook, Hyves (voor Nederland) en StudiVZ (voor Duitsland) werden ook niet geschikt geacht voor EHEC-gerelateerde informatie: deelnemers zagen deze media alleen als middel om te communiceren met vrienden, of vonden dit soort informatie via deze media niet betrouwbaar.

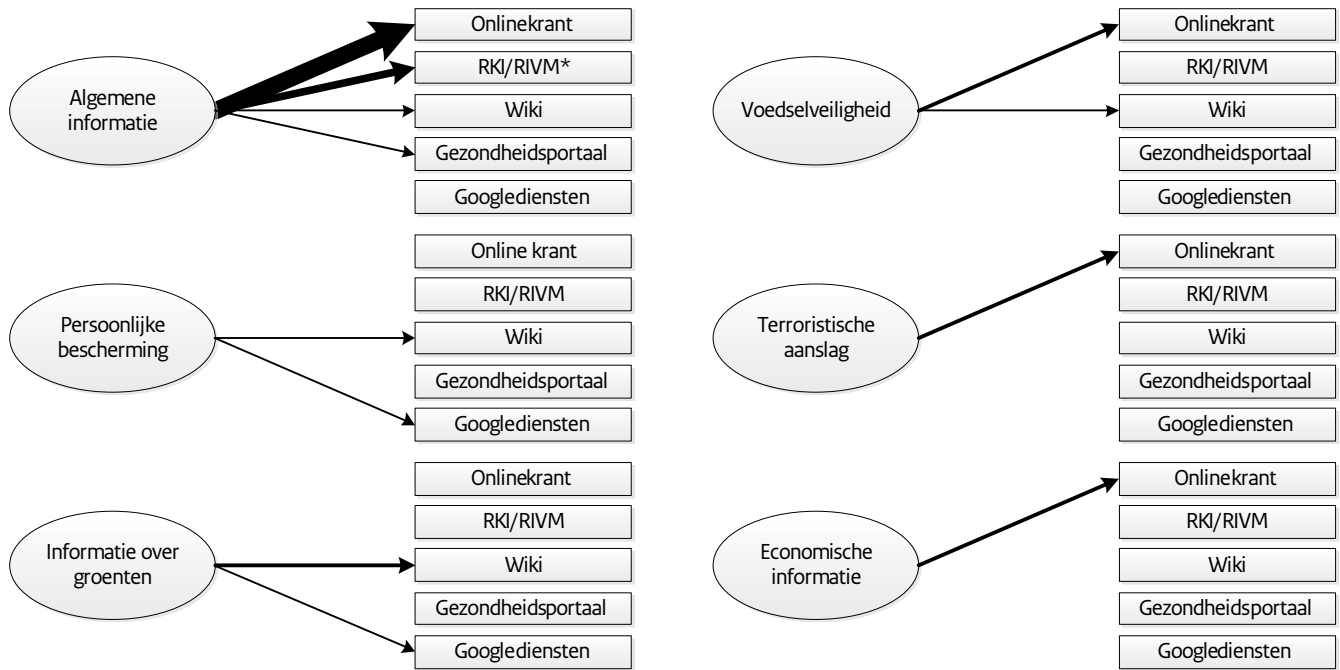
Actief informatiezoekgedrag

Acht deelnemers noteerden 24 zoektochten in hun dagboeken. Zeven zoektochten kwamen van de Nederlandse deelnemers, en 17 van de Duitse. Alle zoektochten werden gedaan via het internet, met meestal Google als startpunt. We konden 6 typen informatie onderscheiden waar deelnemers naar zochten en hebben deze in figuur 2 gerelateerd aan de bron(nen) waar zij een antwoord op hun vraag vonden.

De deelnemers beschouwden alle zoektochten belangrijk. Op één zoektocht na werden alle zoektochten succesvol afgerond. Met de verkregen antwoorden waren de deelnemers meestal tevreden,

Tabel 1 Internetbronnen die ongevraagd informatie leverden

Bron	Percentage van totaal	Aantal unieke websites
Nieuwswebsite	35%	8
Website krant / nieuwsmagazine	30%	17
Website TV-zender / omroep	16%	6
Website wetenschappelijk tijdschrift	3%	2
Nieuwswebsite met discussieforum	2%	1
(semi) Overheidswebsite	2%	2
Website zorgverzekeraar	1%	1
Twitter	10%	
Facebook	1%	



Figuur 2 Zoektochten naar verschillende typen informatie en bronnen met antwoorden (hoe dikker de pijl, des te meer zoektochten zijn geëindigd bij die bron);
* RKI: Robert Koch Instituut

maar soms was hun oordeel neutraal. De meeste antwoorden werden gevonden op de websites van kranten, maar ook de website van het Robert Koch Instituut (RKI) - vergelijkbaar met het RIVM in Nederland - werd enkele malen geraadpleegd voor algemene informatie (vragen als 'Hoe kun je geïnfecteerd raken met EHEC?' en 'Wat is de huidige situatie met betrekking tot EHEC?'). De Nederlandse deelnemers zochten niet op de websites van GGD'en of het RIVM.

Interessant is dat een gedeelte van de vragen werd beantwoord met informatie die gevonden werd op wiki's: websites waar amateurs teksten kunnen plaatsen en / of aanpassen. De bekendste wiki is Wikipedia, maar ook andere websites bieden amateurs de mogelijkheid om hun eigen artikelen over medische zaken te delen met de wereld, bijvoorbeeld mens-en-gezondheid.infonu.nl.

Overige bevindingen

De deelnemers noteerden in de vragenlijsten en de dagboeken ook een aantal punten van aandacht. Zij wilden...
 ... up to date gehouden worden. Hiervoor gebruikten ze voornamelijk traditionele media, aangevuld met online nieuwssites.
 ... geholpen worden zichzelf te beschermen. Ze wilden weten wat ze wel en niet konden eten en waarheen ze veilig konden reizen. Om hier achter te komen gebruikten ze traditionele media, online nieuws sites, vrienden en familie, of zochten ze op het internet. Hierbij keken ze behalve op sites van kranten ook op wiki's.
 ... weten wanneer de uitbraak was afgelopen en wat uiteindelijk de bron was. Er is nooit een duidelijk einde van uitbraak afgekondigd. De deelnemers hadden hier wel behoefte aan.
 ... geen tegenstrijdige informatie ontvangen. Vooral in Duitsland gaven publieke partijen en individuele bestuurders tegenstrijdige berichten. De deelnemers gaven aan dat zij wilden dat de overheid gezamenlijk en met een eenduidige boodschap naar buiten trad.

Discussie

De literatuur op het gebied van crisiscommunicatie (bijvoorbeeld (14)) suggereert dat nieuwe media waardevolle instrumenten kunnen zijn om het publiek te informeren over een crisis. De resultaten uit onze studie doen echter anders vermoeden. Twitter had slechts een klein aandeel in de informatievoorziening naar de Duitse deelnemers, wat suggereert dat Twitter misschien een kleine rol speelt in informatievoorziening naar burgers in het epicentrum van een uitbraak. Het aandeel van andere sociale media zoals Facebook was vrijwel nul. Wiki's bleken wel een rol te spelen voor mensen die actief op zoek gaan naar informatie over de infectie of manieren waarop zij zichzelf kunnen beschermen. Tijdens een infectieziekte-uitbraak is het vooral zaak voor GGD'en om met eenduidige informatie traditionele media en online-nieuwssites te informeren. Daarnaast kunnen zij zich mengen in de totstandkoming van informatie op wiki's. Zo kunnen zij de Wikipediapagina over de infectie controleren en bijwerken. Mocht een uitbraak regio-overstijgend zijn, dan is het van belang dat deze activiteiten worden afgestemd met het RIVM. In het geval dat GGD'en toch communiceren met burgers via Twitter of Facebook, dan moeten zij ervoor zorgen dat hun geloofwaardigheid groot is. Dit kunnen zij onder andere bereiken door tweets te sturen waarin zij verwijzen naar informatie, gepubliceerd op hun website. (15)

Beperkingen

Aanvankelijk wilden we deze studie uitvoeren met een representatieve groep burgers in plaats van studenten. Echter, het bleek onmogelijk om deze snel te werven via GGD'en tijdens de EHEC-uitbraak. Zij hadden geen tijd en menskracht beschikbaar om ons te helpen. Dit heeft geleid tot een aantal beperkingen. Er is kostbare tijd verloren gegaan: we hebben geen data kunnen

