

2022Z19019

Vragen van het lid **Van Haga** (Groep Van Haga) aan de Minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport over *openbaargemaakte WOB-verzoeken aangaande corona-communicatie* (ingezonden 10 oktober 2022).

Vraag 1

Hebt u kennisgenomen van de berichtgeving over vrijgegeven WOB-verzoeken met betrekking tot communicatie rondom de coronacrisis, van november 2020¹, ²?

Vraag 2

Kunt u reflecteren op het streven om de coronacommunicatie «net zo irritant als de wasmiddelenreclame» te maken? Waarom moest het coronavirus/de pandemie/de maatregelen als het ware «aan de man gebracht worden», als een te verkopen product? Waarom was feitelijke, epidemiologische informatievoorziening niet toereikend en moest er sterke beeldvorming aan te pas komen?

Vraag 3

Is het u bekend dat er in de WOB-documenten wordt gesproken over «op gevoelsniveau contact maken» en «emotioneel laden», waarna hypothetisch wordt ingespeeld op het beïnvloeden van het verantwoordelijkheidsgevoel van ouders richting hun kind en bezorgdheid creëren over wat er zou kunnen gebeuren met mensen die je lief hebt, wat gezien kan worden als emotionele manipulatie/chantage? Kunt u uitleggen waarom van dergelijke technieken gebruik werd gemaakt en op welke manier u dit ethisch verantwoord acht?

Vraag 4

Is het u bekend dat in de WOB-documenten valt te lezen dat er grote twijfel bestond over het gefundeerd invoeren van een mondkapjesplicht? Waarom zijn ook in dit geval gedrags-, en psychologische factoren leidend geweest boven wetenschappelijk aangetoonde feiten? Kunt u aangeven waarom beeldvorming en (onjuiste) aannames vanuit de samenleving belangrijker waren dan epidemiologische effectiviteit?

¹ <https://twitter.com/VegtDoor/status/1578083882674552845>.

² <https://twitter.com/VegtDoor/status/1500916666414288899>.

Vraag 5

Vindt u, terugkijkend op het coronabeleid van de afgelopen jaren, dan dat de communicatie met betrekking tot de pandemie en de maatregelen richting de burger op de juiste manier is verlopen? Staat u achter de communicatiestrategie die is gebruikt? Zo ja, kunt u dit uitgebreid verklaren aan de hand van genomen overwegingen, aangezien inmiddels duidelijk is dat veel van de beweringen vanuit het kabinet over het virus en de maatregelen niet juist bleken te zijn?

Vraag 6

Hoe reflecteert u op het feit dat inmiddels uit verscheidene WOB-verzoeken is gebleken dat het kabinet zich zelf ook van, zoals hierna genoemde, communicatietechnieken bediende en op verschillende momenten en over verschillende onderwerpen (bewust) onjuiste informatie heeft verstrekt en zaken anders heeft voorgespiegeld dan zij waren, wanneer tijdens de coronacrisis het kabinet heeft sterk ingezet op het bestrijden van valse framing en het verspreiden van desinformatie?

Vraag 7

Waarom is tijdens de coronacrisis zo eenvoudig overgegaan tot het inzetten van dergelijke middelen, in acht nemend dat hoewel een crisissituatie uiteraard vraagt om crisiscommunicatie, het gebruik van psychologische drukmiddelen altijd met grote voorzichtigheid moet geschieden, terwijl daarvoor vaak (nog) geen goed gefundeerde reden was? Kunt u een analyse geven van de keuze voor deze communicatiemiddelen?

Vraag 8

Wat zijn de psychologische en maatschappelijke gevolgen van deze manier van communiceren op de lange termijn? Is er door de overheid een analyse gemaakt van de effecten ervan op het welzijn van mensen en op het functioneren van de samenleving in brede zin? Zo ja, wegen de baten van deze manier van communiceren op tegen de kosten en op welke manier?

Vraag 9

Volgens de berichtgeving vanuit het kabinet staan wij aan het begin van een nieuw «coronaseizoen», dus zal de communicatie vanuit de overheid hieromtrent op dezelfde manier en met dezelfde overwegingen worden gevoerd? Zullen emotionele argumenten en beeldvorming opnieuw een belangrijk deel uitmaken van de communicatiestrategie, ook als deze argumenten (nog) niet (goed genoeg) wetenschappelijk onderbouwd kunnen worden?