



‘Leuk’ is de sleutel

Met de vraag hoe vooral de jeugd in de toekomst geïnteresseerd kan raken in het belang van eerstehulpverlening, sprak Boi Jongejan met Rob Oudkerk, arts, oud-politicus en sinds 2007 lector Leefstijlverandering bij Jongeren aan de Haagse Hogeschool. Daarnaast is hij directeur van de Jeugdfabriek, een netwerkalliantie op het gebied van jeugdzorg en jeugd-beleid. Interesse wekken van jongeren is op zich al moeilijk en solitair benaderen heeft al helemaal geen zin. Alleen een gezamenlijke aanpak lijkt vruchten af te werpen.

Na ruim vier jaar bezig te zijn geweest met de leefstijlverandering komt Oudkerk tot de conclusie dat de gedachte dat het wel goed komt met de jeugd als je hamert op minder roken, minder eten en minder drinken niet reëel is. Dat is eigenlijk een dure en onzinnige weg. Grote groepen uit de samenleving, vooral uit de lagere sociale klasse en allochtonen, zijn met dit soort boodschappen niet te bereiken. Zij zijn met andere zaken bezig en denken over de toekomst volgens het adagium ‘wie dan leeft, wie dan zorgt’.

Vetzucht

Oudkerk richt zich als lector Leefstijlverandering vooral op overgewicht bij jongeren in Den Haag. Hij wil hierbij zoveel mogelijk mensen betrekken, ook andere lectoraten. Zo bekijkt hij met de lector Informatie, Techniek en Samenleving van de Haagse Hogeschool op welke manier computergames, ‘serious gaming’, een rol kunnen spelen bij gedragsbeïnvloeding. Ook betreft hij vele studenten bij het onderwerp. Inmiddels is er een minor leefstijlcoach en is een masteropleiding ontwikkeld, die nog geaccrediteerd moet worden.

Bewustwording

Om iets te kunnen bewerkstelligen kun je het beste aansluiting zoeken bij de belevingswereld van jongeren. En het bewustzijn versterken van kinderen met betrekking tot hun lijf kan een invalshoek zijn. Dat geldt ook voor eerstehulpverlening. Meer interesse in het eigen lichaam, het bezig zijn met je lijf kan het bewustzijn verhogen. 'Deze bewustwording is de basis', aldus Oudkerk. Mensen denken vaak dat ze het goed doen, bijvoorbeeld gezond eten, maar hebben er vaak geen idee van hoe het werkelijk in elkaar zit en of het werkelijk gezond is. En het moet leuk zijn. 'Het moet cool zijn om iets te betekenen voor een ander, dat iets er toe doet', vervolgt hij. Dit kan een invalshoek zijn voor de belangstelling voor Eerste Hulp.

Gezamenlijke aanpak

Alleen een gezamenlijke aanpak is effectief. Het gaat om vier pijlers: publiek-private samenwerking, politiek commitment, wetenschappelijke onderbouwing en het gebruik maken van social marketing. Dat is het toepassen van marketing concepten en technieken om positieve maatschappelijke of sociale veranderingen te bewerkstelligen. In Nederland wordt hier nog maar mondjesmaat gebruik van gemaakt. Oudkerk pleit voor meer publiek-private samenwerking, die uiteindelijk meer effect zal hebben dan het opleggen van regels. Zo kan een afstemming tussen bijvoorbeeld een grote supermarktketen en de GGD een rol spelen in de strijd tegen overgewicht. In Frankrijk wordt deze mix al zo'n tien jaar toegepast, met als gevolg dat in sommige steden het overgewicht bij jongeren inderdaad aan het dalen is.

In Nederland is er ook een goed initiatief, het Convenant Gezond gewicht. Het Convenant Gezond Gewicht is een uniek samenwerkingsverband van in totaal 27 partijen afkomstig van (rijks en lokale) overheden, het bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties, die zich gezamenlijk inzetten de stijgende trend van overgewicht en obesitas om te buigen in een daling.

Ambassadeurs

Het is de kunst de jongeren zelf de boodschap te laten doorgeven. Zij zijn als het ware ambassadeurs van het goede. Beelden spreken daarbij aan, zeker in dit multimediale tijdperk. Een beeld zegt meer dan duizend woorden. 'Mits ethisch verantwoord, schuw niets aan het gebruik van technieken om de jongeren te bereiken', is Oudkerk's advies.