

# Opvoeden

Erwtensoep was in ons ouderlijk huis tijdens de meestal strenge winters vaste prik. Nou at ik alles, maar deze winterse kost vond ik niet te verteren. Toen mijn eigen kinderen klein waren, kookte mijn vrouw soms drie verschillende maaltijden teneinde het eenieder naar de zin te maken. Maar dat soort moderne *à la carte pleasen* was er in mijn eigen kindertijd – in een groot gezin dat werd gerund door twee dienstmeisjes – natuurlijk niet bij.

Op een avond schafte de pot wederom erwtensoep. Deze keer was het niet alleen van nature vies, maar ook nog eens overduidelijk aangebrand. Mijn drie broertjes aten het niettemin. Maar ik, tien jaar oud, wilde een daad stellen en liet weten het niet te zullen opeten. Het gekrijs van de machteloze dienstmeisjes bereikte mijn moeder in de kapsalon. Deze nu had een hekel aan signalen die wezen op een niet-modelgezin. Zij vloog derhalve de keuken in, overzag de situatie van drie vrijwel lege borden, de naar mij wijzende dienstbodes en mijn nog geheel gevulde bord, en wist genoeg: 'Je éét het op en wel onmiddellijk!' 'Neel', zei ik en ik wilde er nog als saillant en verzachtend detail aan toevoegen dat het was aangebrand. Daar wachtte zij echter niet op en ze gaf me een driftige draai om mijn oren, compleet met de idiote volwassenen-toevoeging dat ik daar om had gevraagd.

In de waan dat ze de zaak geregeld had, keerde zij terug naar haar klanten. Maar tot mijn boosaardige vreugde had de slecht gemikte klap mij een bloedneus bezorgd. Met mijn handen in mijn schoot liet ik het bloed tragisch en demonstratief in mijn erwtensoep druppelen, die er steeds smeriger ging uitzien. Toen de laatste klant en de meisjes al naar huis waren, kwam mijn moeder de keuken binnen. Het bloeden was allang opgehouden. Maar de soep, waar ik nog steeds als één groot verwijt achter zat, zag er vreselijk uit. Zij loste het opvoedkundige probleem op met de altijd-prijs-vraag: 'Heb je je huiswerk af?' En dat had ik natuurlijk niet...

Zelfs vroeger, toen de meeste waarden nog duidelijk waren, was opvoeden al een hele toer. En in onze onzekere dagen is het er niet gemakkelijker op geworden. Het principe is wél duidelijk: je wilt met je opvoeding bereiken dat je kinderen dingen leren die hen in hun latere leven helpen bij het bereiken van welzijn en geluk. Niet al te lang geleden hoorde je ook veel huisartsen nog zeggen dat ze hun patiënten wilden opvoeden of goed hadden opgevoed. Daarmee werd echter meestal niet het welzijn van de patiënten beoogd, maar eerder dat van de huisartsen zelf. In een 'goed opgevoede praktijk' werd de dokter 's nachts en in het weekend met rust gelaten en volgden de patiënten de adviezen netjes op. Voor dit soort opvoeding van de patiënten zul je vandaag de dag niet snel meer een markt vinden.

Maar het is juist de markt die vraagt om een ánder soort 'opvoeding' van de patiënten. De farmaceutische industrie en allerlei commerciële zorgaanbieders steken astronomische bedragen in de marketing van hun producten. Op uitgeknipte manieren zet-



ten ze mensen ertoe aan producten te slikken of behandelingen te ondergaan. Daarbij is het in veel gevallen zeer de vraag of de patiënten daar beter van worden, maar is het een zekerheid dat die 'aanbieders' daar zelf beter van worden. En ze houden nauwlettend in de gaten welke marges de wet hun toestaat. Als op de tv plotseling spotjes verschijnen over echtparen die kampen met een groot, geheim probleem, kun je er vergif (sic) op innemen dat de industrie in de periode ervóór de artsen heeft bestookt met reclame voor geneesmiddelen tegen erectiestoornissen. Zo heb je géén verboden publieksreclame gemaakt, maar toch als industrie je doel bereikt. Ook veel wervende advertenties voor onderzoeken, bodychecks en diagnoses, die helaas wel zijn toegestaan, worden op het publiek losgelaten. Met al die reclame probeert men het publiek in een bepaalde richting op te voeren en de zorgvragen te beïnvloeden. Maar zodra de commercie, de markt, in het spel is, kun je er helaas nooit meer zeker van zijn dat het welzijn van de mensen nog het doel is van de zorg.

Hier ligt een taak voor de beroepsgroep huisartsen: een permanente en betrouwbare voorlichting aan patiënten over al het goeds en vooral het slechts dat die geboden waar in zich draagt. Het publiek leren dat méér maar zelden béter betekent, dat er bij twijfel beter kan worden afgewacht, dat gelijkwaardige, goedkopere medicijnen niet slechter zijn dan hun dure broeders et cetera. Een toegankelijke website, waarop een deskundige redactie het reclameaanbod even geraffineerd fileert als de industrie het opstelt, zou een mooie stap in de goede richting zijn!

Hans van der Voort  
hvdvoort@knmg.nl