

Eigen schuld, dikke buik. Terwijl de statistieken ons vertellen dat de vetzucht epidemie onze samenleving dreigt te ontwrichten, steken we onze beschuldigende vinger uit naar de dikke mensen zelf. In een verzamelbundel analyseren maatschappijwetenschappers de opkomst van een nieuwe klasse onaanraakbaren.

door WILLEM KOERT



Scènes uit films waarin slanke acteurs in *fatsuits* dikke mensen spelen. Van links naar rechts: Ryan Reynolds in *Just Friends*, Eddie Murphy in *Norbit* (twee keer) en Gwyneth Paltrow in *Shallow Hal*.

‘Je ziet nu met dikke mensen gebeuren wat tien jaar geleden met rokers gebeurde’

In het openbaar onbekommerd een ijsje eten is er voor dikke mensen niet meer bij, zegt prof. Inez de Beaufort. ‘Ze krijgen steevast commentaar’, zegt de aan het Erasmus Medisch Centrum Rotterdam verbonden ethica. ‘Wildvreemde voorbijgangers voelen zich tegenwoordig gerechtigd om zich ermee te bemoeien, hoor je van dikke mensen. Ze moeten van omstanders aanhoren dat het onverstandig is om ijs te eten als je toch al zo dik bent.’ Het is geen bezorgdheid die de bemoeials drijft, zegt De Beaufort. ‘Het is morele veroordeling. Dik is synoniem geworden met slap en misschien zelfs al met asociaal. Je hoort tenminste geluiden van verontwaardigde niet-dikkerds, die bang zijn dat ze straks voor de ziektekosten van dikke mensen moeten opdraaien. Je ziet nu eigenlijk met dikke mensen gebeuren wat tien, twintig jaar geleden met rokers gebeurde. We creëren een nieuwe groep onaanraakbaren.’ In het geval van rokers was daar tot op zekere hoogte nog iets voor te zeggen, vult De Beaufort aan. Roken is ongezond voor de omgeving, overgewicht niet. De Beaufort schreef over haar verontrusting een essay in *De Obesogene Samenleving*, een initiatief van dr. Hans Dagevos van het LEI en dr. Geert Munnichs van het Rathenau Instituut. Consumptiesocioloog Dagevos wilde met de bundel de maatschappijwetenschappen in het debat over overgewicht voor het voetlicht brengen. ‘De discussie wordt nu gedomineerd door voedingsonderzoekers’, zegt Dagevos. ‘Dat is onterecht.’ De eenzijdigheid van het debat leidt ertoe dat we dikke mensen te vaak en te veel zelf voor hun conditie verantwoordelijk houden, zegt prof. Kees de Hoog van de leerstoelgroep Sociologie van consumenten en huis-

houdens. ‘Erfelijke factoren spelen mee in het ontwikkelen van overgewicht, weten we uit studies’, zegt de hoogleraar, die ook een essay schreef voor *De Obesogene Samenleving*. ‘Maar daarvoor is verdraaid weinig aandacht. Tegelijkertijd zie je dat in bedrijven managers opvallend vaak lang en slank zijn, en dat mensen met overgewicht zelden kunnen doordringen tot de hogere echelons. Slanke mensen zijn in onze hoofden verantwoordelijke bestuurders, dikkerds kunnen geen maat houden en zijn slap.’

SLANKE ELITE

Het vermeende verband tussen lichaamstype en karakter is zo oud als de Westerse beschouwing. Griekse filosofen onderscheidden al het slanke lichaam van de elite en het dikke lichaam van de lagere klassen. Als lid van die elite moet je zorgen voor je lichaam. Je moet het onderhouden en gezond eten, maar je moet je tegelijkertijd restricties opleggen. Een dikke buik verdraagt een zwak karakter dat niet bij machte is de menselijke vraatzucht te beteugelen, aldus de filosofen. Vijftienduizend jaar beschaving hebben die opvatting niet veranderd. Veel sociologen geloven nog steeds dat de elite zichzelf slank houdt door zelfcontrole en matigheid, en dat alleen hongersnood en economische schaarste de groei van de buikomvang van de overige klassen kunnen intomen. ‘Ik vraag me af of die theorieën wel kloppen’, zegt De Hoog. ‘Goed, aan de onderkant van de samenleving vind je nog steeds het traditionele gezinstype, waarin dik synoniem is met gezond. Je kunt veronderstellen dat zulke ideeën mensen uitnodigen om dik te worden.’ In de middenlagen van de samenleving vind je het mo-

DIK STAAT GELIJK AAN SLAP



derne gezinstype, gaat De Hoog verder, dat bestaat uit anderhalfverdieners met weinig tijd. In dat gezinstype is heus wel bekend wat gezond is en wat niet, maar uit tijdgebrek halen ze toch vaak kant-en-klaar voedsel in huis. Hetzelfde geldt tenslotte voor de gezinnen van de elite, waarin kinderen opgroeien in weelde. De ouders, gepreoccupeerd met werk en zelfontplooiing, zijn vaak afwezig en laten de kinderen voor zichzelf zorgen. Zonder opvoeders geven de kinderen makkelijker gehoor aan de verleiding van de pizzakoerier of de afhaalchinese. 'Eigenlijk kun je in alle gezinstypen mechanismen aanwijzen die overgewicht in de hand werken', zegt De Hoog. 'In theorie. Onderzoek naar gezinstype en overgewicht is er niet. Kennelijk hebben we dat niet nodig om altijd maar de beschuldigende vinger naar de lagere sociaal-economisch klassen uit te steken.' De Hoog gelooft niet dat wetenschappers de oorzaak van overgewicht in de karakteristieken van dikke mensen zullen vinden. 'Je zult moeten kijken naar de omgeving van dikke mensen', zegt de hoogleraar. 'Naar wat onze samenleving met voedsel heeft gedaan.'

ONWEERSTAANBAAR LEKKER

Dr. Alkeline van Lenning van de Universiteit van Tilburg is het met De Hoog eens. In een essay dat ze samen schreef met drs. Pieter Pekelharing van de Universiteit van Amsterdam zoekt de sociologe de oorzaak van de vetzuchtpepidemie in de manier waarop bedrijven de productie van voedsel de afgelopen eeuw hebben veranderd.

De voedingsindustrie heeft een manier gevonden om een belangrijke rem op de consumptie te omzeilen, aldus Van Lenning. In een consumptiesamenleving stelt

consumptie vaak teleur. Na de aanschaf geven de geluidsinstallatie, de auto of het bankstel ons toch niet het gevoel dat we verwachtten.

'Een uitzondering op die regel vormen ervaringen', zegt Van Lenning. 'Een bezoek aan een amusementspark of een bioscoop is nu eenmaal iets vluchtigs. Eenmaal geconsumeerd is het weg. Als je de ervaring nog eens wilt beleven, zul je opnieuw een kaartje moeten kopen. Ervaringen zijn perfectie consumptiegoederen.'

De voedingsindustrie weet dat. Voedingsmiddelen zijn steeds vaker ook 'ervaringen'. Dat wordt bereikt via reclame-uitingen die consumenten wijsmaken dat een bezoek aan een fastfoodketen een verrassende en gezellige ervaring is, maar ook via de producten zelf, die door smaakversterkers en smaakonderdrukkers voor grote groepen consumenten onweerstaanbaar lekker zijn geworden. *Fast food* is hierdoor een goed verkopend product geworden, en overgewicht een immens probleem.

Van de antagonist van *fast food*, de snel groeiende *slow food*-beweging, verwacht Van Lenning, als het om overgewicht gaat, weinig heil. 'Ook *slow food* is een onderdeel van de consumptiesamenleving. Het is weliswaar vermomd als een kritiek op de consumptiesamenleving, maar ook daarbij gaat het om ervaringen die je consumeert. Alleen dan gaat het om de ervaring van het drinken van een peperduur flesje wijn dat je zelf hebt gekocht in een afgelegen Italiaans dorp. Dat is een ervaring die uitsluitend is weggelegd voor een kleine kapitaalkrachtige elite.'

Een oplossing voor overgewicht ziet Van Lenning niet. De Wageningse psycholoog dr. Maria Koelen van de afdeling Communicatiewetenschap is hoopvoller. 'Ik ge-

loof dat je eetgedrag kunt veranderen', zegt Koelen. 'Als campagnes tot nu toe weinig succes hebben gehad, dan komt dat omdat ze niet goed zijn opgezet.' Voorlichtende spotjes op tv hebben een grote beperking, vertelt Koelen. Ze maken mensen wel alert op het gevaar van teveel eten, maar vertellen niet hoe het dan wel moet.

GEWOON ETEN

'De bank voor de tv is niet de plaats waar mensen besluiten wat ze kopen. Dat doen ze in de supermarkt. Daar moet je zijn als je gedrag wilt veranderen. Nog niet zo lang geleden hebben we een experiment gedaan met een stand in de supermarkt waarin diëtisten vertelden over gezonde voeding. Dat werkte.' Hetzelfde geldt voor het aanpassen van de inrichting van supermarkten en snackbars, zodat gezonde producten meer voor het grijpen liggen dan ongezonde, of een systeem waardoor mensen in één oogopslag kunnen zien of een product gezond of ongezond is. Door zulke maatregelen, gelooft Koelen, kunnen consumenten weer leren wat gewoon eten is. 'Gezond eten hoeft niet extreem te zijn', zegt ze. 'Gezond eten kan ook gewoon lekker zijn. We hebben het rare idee gekregen dat 'gewoon' eten *fun* moet zijn, en dat we ons daarbij te buiten moeten gaan. Dat is de norm geworden. En als we daardoor te dik of ongezond worden, dan moeten we onszelf straffen met een extreem dieet van uitsluitend eiwitten, slabladeren en meloenpitten dat we nauwelijks kunnen volhouden. We moeten af van die merkwaardige tweedeling. We moeten gewoon weer gezond gaan eten. We moeten gewoon weer *gewoon* gaan eten.' <