



VOORKOMEN VAN GEHOORSCHADE

In gesprek met jongeren over uitgaan en
geluidsbeleving in Rotterdamse clubs

In opdracht van

Maatschappelijke Ontwikkeling, Gemeente Rotterdam

Uitvoering

Andrea Fitskie, Ruth Höppner

Met medewerking van: Odine Labree, Lisanne van der Werve

Met dank aan Tim, Abigail, Frederiek, Britt, Jago en Lex

Veldacademie

Waalhaven Oostzijde 1

3087 BM Rotterdam

info@veldacademie.nl | www.veldacademie.nl

©2018, Veldacademie

Foto omslag: Marc Heeman

VOORKOMEN VAN GEHOORSCHADE

In gesprek met jongeren over uitgaan en
geluidsbeleving in Rotterdamse clubs

Resultaten focusgroep 9 oktober 2018

INLEIDING

De gemeente Rotterdam heeft een belangrijke taak bij het beschermen van haar inwoners tegen gezondheidsrisico's. In de nota Publieke Gezondheid 'Rotterdam Vitale stad' (2016-2020) worden de uitdagingen genoemd en ook de aanpak om de gezondheid van de Rotterdammers te verbeteren. Een van de doelstellingen is: "In 2020 hebben minder jongeren en jongvolwassenen (beginnende) gehoorschade ten opzichte van de meting in 2015."

In Rotterdam zegt ruim een kwart van de leerlingen van klas 2 en 4 van het voorgezet onderwijs wel eens last te hebben van een piep in het oor. In het onderzoek 'Online hearingtests 2010-2014' van het Academisch Medisch Centrum Amsterdam komt naar voren dat één op de vier geteste jongeren tussen 12 en 25 jaar beginnend gehoorverlies heeft.

Eenmaal opgelopen gehoorschade is niet te genezen of te repareren, en daarom is het voorkomen van gehoorschade heel belangrijk. Volgend jaar lanceert de gemeente een campagne die hieraan moet bijdragen. Op dinsdag 9 oktober organiseerde Veldacademie in opdracht van de gemeente Rotterdam een focusgroep om met jongeren in gesprek te gaan over uitgaan, de beleving van de geluid in Rotterdamse clubs en het gebruik van gehoorbescherming. De resultaten van het gesprek dienen als input voor de campagne.

De groep bestond uit 6 deelnemers; 3 mannen en 3 vrouwen. De deelnemers zijn tussen de 22 en 25 jaar oud. Drie van hen volgen in het dagelijks leven een hbo opleiding, één een wo opleiding, één combineert een hbo opleiding met werk en één deelnemer werkt. De meeste van hen bezoeken 1 à 2 keer per maand een Rotterdamse club. Een deelnemer bezoekt 5 keer per jaar een Rotterdamse club. Één van de deelnemers volgt een cursus voor techno DJ, een ander is ook DJ en organiseert daarnaast zelf feesten.

Het gesprek werd gevoerd aan de hand van vijf thema's: achtergrondinformatie clubbezoek, beleving van geluid, gehoorbescherming, risicoperceptie en de fysieke en sociale omgeving. Per thema zijn de resultaten samengevat.



SAMENVATTING GESPREK

Achtergrondinformatie clubbezoek

Feestgenoten

- De meeste deelnemers gaan met een vast groepje uit. Meestal zijn dit vrienden, in een enkel geval een familielid (nichtje).
- Het komt regelmatig voor dat zij in de stad anderen tegenkomen en dan gezamenlijk de avond verder doorbrengen.

Drijfveren

- Sommigen gaan heel gericht uit: van tevoren wordt gekeken welke DJ in welke club draait (line-up) en dan worden er kaartjes gekocht.
- Er worden ook gericht feesten bezocht als van tevoren bekend is dat vrienden erheen gaan.
- Voor de meerderheid van de deelnemers geldt dat ze uitgaan nadat ze al eerder ergens op een terras of feestje waren. Ze willen nog niet naar huis, en zijn al onder invloed van alcohol. Ze 'belanden' meer in een club dan dat het vooraf gepland is.
- Er wordt gezegd dat spontane feestjes leuker zijn. Geplande feestjes kunnen tegenvallen, omdat de verwachtingen hoger zijn.

Verloop van de avond

- Als het feest de eerste bestemming van de avond is, beginnen de meesten rustig: eerst wat drinken, rondkijken en rondlopen. Dit geldt ook voor festivals.
- Als het feest op gang is wordt de rest van de avond op de dansvloer doorgebracht. Het halen van drinken en het roken van een sigaret zijn redenen om daar af en toe vandaan te komen.

“Geluid in clubs is vaak wel hard. Maar aan de andere kant, als je het zachter gaat zetten en je hoort hoe mensen over de vloer schuiven, is het ook een raar feest. Als je het geluid hebt zoals buiten heel de avond, dan kan je net zo goed Sky Radio aanzetten thuis.”

.....

Beleving van geluid

Geluidsniveau

- Het geluid in clubs is vaak hard, maar het verschilt wel per locatie hoe hard. Er zijn clubs met hoge, industriële ruimten, wat maakt dat het geluid galmt en de muziek zelf niet zo goed te horen is.
- Het volume van het geluid hangt ook af van hoe dicht men bij de DJ en de speakers staat. Vooraan is het anders dan in het midden van de zaal. Bij het kiezen van een plek in de zaal speelt het geluidsniveau wel een rol, maar is het vooral belangrijk dat er genoeg ruimte is om te bewegen. Looproutes worden vermeden. Vooral als men uitgaat met een groep wordt er een plek gekozen waar iedereen kan staan, en vaak is dat wat meer achteraan.
- Twee deelnemers geven aan het fijn te vinden om vooraan te staan, omdat je daar de muziek meer voelt en er helemaal in op kan gaan. Vooraan staan meer gelijkgestemden, wat zorgt voor meer verbinding met ander uitgaanspubliek. Vooraan staan degene die bepalend zijn voor de stemming, wordt gezegd.
- De positie die men kiest in de zaal hangt ook af of men speciaal voor de artiest of DJ komt of dat het een avond is met vrienden waar het sociale aspect meer centraal staat.
- Te hard geluid of geluid van slechte kwaliteit is voor een aantal een reden om een bepaalde club niet meer te bezoeken. Als het publiek dat de club bezoekt niet aansluit bij de persoonlijke voorkeur is dat ook een reden om de club niet meer te bezoeken.
- Het geluid is goed als men zich met korte zinnen verstaanbaar kan maken.

“Het is wel prettig om korte zinnen nog verstaanbaar naar elkaar te maken. Zo van ‘hey wil je nog wat drinken?’ Als je dat met moeite moet doen dan is het geluid wel echt te hard. Maakt niet uit waar je dan staat, dan is het gewoon te hard. Maar als je normaal kan praten is het te zacht. Je moet daar een beetje een middenweg in vinden.”

.....

- Er wordt gezegd dat er een lijn zou zitten in het opbouwen van het geluidsvolume. Aan het begin van de avond is het wat zachter, zodat er nog geconverseerd kan worden. Naar mate de avond vordert kan het volume omhoog. Een goede geluidsman kan dit aanvoelen.
- Er wordt gesteld dat elke DJ die na een ander draait (dus soms om het uur), het volume iets omhoog zet. Met harde muziek wordt meer impact gemaakt, en dat is wat DJ's beogen.
- Het geluidsniveau heeft invloed op de sfeer, met name abrupte overgangen.
- Het merendeel van de deelnemers is negatief over het gebruik van CO2-kanonnen, vooral door het lawaai dat ze maken.

Gehoorschade ervaren

- Een deelnemer noemt dat hij soms na het stappen de tv harder moest zetten, omdat hij het anders niet kon horen. Als er dan tegelijkertijd iemand tegen hem

“Ik kan op de dansvloer bijna niet communiceren. Ik kan daar echt niet praten. Ik hoor helemaal niks.”

“In Maassilo ligt het er aan hoe dicht je bij de DJ staat. Als je helemaal vooraan staat wordt je bijna weg geblazen. Maar in het midden van de zaal is het prima.”

“Het is ook gewoon moeilijk. Je bent in een club met waarschijnlijk meer dan 250 man, en iedereen wilt wat anders. Ik organiseer zelf soms ook een party en we hebben al een paar keer gehad dat er mensen naar ons toe kwamen van ‘hey, doe het geluid wat harder’. Dat is zo moeilijk. Daarom heb je eigenlijk ook een goede geluidsman nodig die dat een beetje aanvoelt. Die ervoor zorgt dat het in het begin een beetje zachter is, dat mensen nog een beetje kunnen converseren. Daarna mag het wel los.”

“Als je alles terug zou draaien tot een veilig niveau, dan heb je geluid onder de 80 decibel, geen CO2 kanonnen, niet te donker. Dan sta je eigenlijk gewoon in een soort bejaardenbingo-achtig iets.”

praatte, moest de tv uit om diegene te kunnen verstaan.

- Er wordt gesproken over gewenning: met het volume van de tv, maar ook met muziek oordopjes. Het volume staat een tijd op middelmatig, maar op een bepaald moment lijkt het of het volume niet hard genoeg staat. Het volume wordt omhoog gezet, maar ook daar went men aan. Men heeft niet meer door dat het volume eigenlijk te hard staat, en kan moeilijk terug naar een lager volume.
- Er wordt met afschuw gesproken over mensen in de metro die hun muziek zo hard hebben staan dat het over de eigen muziek heen hoorbaar is.
- Het merendeel herinnert zich dat toen ze jonger waren en net uitgingen de piep na het uitgaan erger was dan nu, en veel vaker voorkwam. Sommigen hebben er nu nooit meer last van.

Gehoorscherming

Oordoppen aanschaffen en dragen

- Een deelnemer heeft, ondanks dat hij zelf nog geen gehoorschade heeft, oordoppen aangeschaft. Onlangs was hij tweemaal in een weekend uitgeweest en beide keren vergat hij zijn oordoppen.
- Een deelnemer die zelf goede kwaliteit oordopjes heeft, vertelt dat hij iedereen goed verstaat, maar dat anderen hem niet altijd goed verstaan. Voor zijn gevoel moet hij harder schreeuwen om zich verstaanbaar te maken, en dat voelt onnatuurlijk als je zelf goed hoorbaar bent.
- Een deelnemer vertelt dat hij wel eens zijn oordopjes heeft uitgedaan halverwege de avond, omdat de muziekbeleving minder was. Naar eigen zeggen heeft dit ook te maken met de kwaliteit van de oordopjes.
- Als wenselijke plekken om oordopjes te kopen wordt een avondwinkel genoemd, en ook school. In het geval van de deelnemers is dit de Hogeschool Rotterdam.
- Er wordt gesteld dat het aanschaffen van gehoorbescherming geen drempel is. Op internet is het zo opgezocht en besteld, en een dag later wordt het thuis bezorgd. De aanschaf van oordopjes wordt echter niet noodzakelijk geacht, omdat gehoorschade (nog) niet merkbaar is.

Oordoppen vergeten

- Oordoppen vergeten is geen reden om terug naar huis te gaan om ze op te halen.
- Een deelnemer zegt dat ook al zou ze oordoppen hebben, zij ze vaak zou vergeten. Uitgaan gebeurt geregeld spontaan en ongepland, en dan zou ze niet altijd de oordoppen bij zich hebben.
- Als oplossingen om oordopjes niet te vergeten wordt genoemd: aan de sleutelbos hangen, in de portemonnee stoppen of aan een keycord hangen. Oftewel, bij spullen stoppen die je altijd bij je hebt.



“Het gekke is dat ik mijn muziek oordopjes wel altijd bij me heb. Die heb ik altijd in mijn zak zitten. Ik ga niet zonder, want dan zit je in de metro en dan zit je zo... Het is raar dat je dan daarbij denkt: ‘die neem ik mee.’ Terwijl je die ook altijd ziet zitten met een heel draad.”

Andere maatregelen

- Er is een deelnemer die aangeeft om de zoveel uur even rust te nemen en van de dansvloer te gaan, om de lichaamstemperatuur omlaag te krijgen en de oren rust te geven. Een andere deelnemer geeft aan niet het gevoel te hebben om rustig te moeten zitten, enkel als de benen moe zijn. Hij zegt dat zijn oren wennen aan het geluid, waardoor hij niet meer door heeft hoe hard het staat.
- Een sigaret roken of afkoelen zijn redenen om naar buiten te gaan, meer dan dat men last heeft van de oren.

“Op een gegeven moment besef ik me dat ik al 2 uur op de dansvloer sta. Dan moet ik mezelf gewoon even rust geven. Om je lichaamstemperatuur naar beneden te krijgen en voor je oren ook even rust.”

Risicoperceptie

Bewustzijn

- Een aantal deelnemers is zich bewust van de schade die geluid kan aanbrengen. Zij passen zich aan door het dragen van oordopjes, door bepaalde clubs te vermijden of ver van de speakers af te gaan staan. Het merendeel is er niet heel bewust mee bezig.

- Een deelnemer beseft zich wel dat muziek luisteren met oordopjes schade kan aanrichten. Hij houdt de kleurcode die zijn telefoon aangeeft in de gaten; nooit in het rood en 1 streepje in het oranje is het maximum.
- De kennis over het bestaan van oordopjes is er, maar er heerst een gedachte van ‘Ach, het kan vast nog wel een keertje zonder’.
- Een deelnemer is, ondanks dat hij nog geen blijvende gehoorschade heeft, bewust bezig met gehoorbescherming. Een piep van twee dagen en flinke oorpijn na een avond zelf draaien hebben hem aan het denken gezet.
- Een deelnemster zegt dat ze er wel meer mee bezig zou zijn als er meer aandacht aan het probleem wordt besteed, of als er reclame over wordt gemaakt. Dit wordt door meerdere deelnemers beaamd. Eens in het jaar iets horen van iemand over een piep in het oor is niet voldoende om er van op te kijken.
- Alle deelnemers zijn het erover eens: als je uitgaat ben je niet zo met je gezondheid bezig. Andere ‘ongezonde’ zaken als drinken en roken worden ook gedaan. Uitgaan wordt gezien als ontspanning, en dan wil men niet bezig zijn met wat wel en niet goed is. Het gevoel dat er in het dagelijks leven al op zoveel gelet moet worden, kan op zo’n avond even worden losgelaten.

Inschatting kans op gehoorschade

- Een deelnemer zegt totaal niet met gehoorschade bezig te zijn. Als ze erover hoort vindt ze het wel erg, maar om het eigen gedrag te veranderen zou ze eerst zelf klachten moeten hebben.
- Hoewel sommige deelnemers weten dat ze blijvend gehoorschade kunnen oplopen, zijn ze zelf niet actief bezig met het voorkomen ervan.

- Iedereen heeft wel eens een piep ervaren na het uitgaan, maar bij de meesten trekt het weg.
- De deelnemer met tinnitus geeft aan nooit last te hebben gehad van een piep. Ook stond hij nooit vooraan. De tinnitus was er ineens, en ging niet meer weg. Dit gegeven maakt bij de andere deelnemers een hoop vragen los. Bijvoorbeeld of er niks aan gedaan kan worden, en of beide oren schade hebben. Ze kunnen zich inbeelden dat het flinke impact heeft op het dagelijks leven. Een deelnemster denkt na het horen van dit verhaal wel oordopjes te gaan aanschaffen.
- Er is een deelnemer die iemand kent met een piep in het oor als gevolg van een vuurwerkknal. Toch wordt dit gezien als een van de verhalen die men hoort, maar niet aanzetten tot ander gedrag.
- Als het gaat over risicoperceptie wordt er een vergelijking gemaakt met roken: Je weet dat het slecht is, en om je heen hoor je verhalen over mensen met (long) kanker. Echter leidt dit niet tot gedragsverandering.

“Toen die tinnitus bij mij door kwam kreeg ik gewoon afkeer als mensen zo hard de muziek aan hadden staan. Dan dacht ik van: ik heb wel een piep in me oor en jij niet.”

“Je denkt ook wel als iemand zo’n piep heeft: die heeft het wel heel erg gek gemaakt. Maar het kan dus reuze mee vallen. De één heeft er ook gewoon meer aanleg voor. Mijn vader heeft het ook.”

“Het is heel lastig voor jongeren om maatregelen te nemen als ze nergens last van hebben. Hoewel het misschien heel dom is, doe je pas iets als je ergens last van hebt.”

“Een vriendin van mijn nicht heeft een klaplong gekregen doordat ze bij een box stond. Echt heftig, door de druk. Soms voel je het echt zo op je longen. Maar ze leeft nog en gaat nog steeds uit. Ik schrok er wel van toen ik dat hoorde, maar toch sta ik nog steeds dicht bij de box. Soms moet je het eerst voelen voor dat je het echt beseft.”

- Een deelnemster zegt het idee te hebben dat als ze een keer uitgaat en dan weer een week lang niet, haar oren tijd hebben op te herstellen. Bij mensen die een hele zomer techno festivals bezoeken kan ze het zich goed voorstellen dat zij oordoppen dragen. Voor zichzelf acht ze het niet nodig.

Verantwoordelijkheid

- Het beschermen van je gehoor is vooral je eigen verantwoordelijkheid, vinden de deelnemers. Een club zou daarin wel kunnen helpen door gebruik van oordopjes te stimuleren.

“Clubs willen gewoon dat je een goede beleving hebt. En of dat gehoorschade oplevert ja of nee, ik denk niet dat een club zich daar verantwoordelijk voor voelt.”

Fysieke omgeving

Aandacht vanuit clubs

- Volgens de deelnemers zou het dragen van oordopjes makkelijker worden als een club ze bij de ingang zou geven. Als je ze toch in je hand krijgt, dan kan je ze ook indoen.
- Er wordt wel gedacht dat er een geluidsnorm is voor clubs, maar men vraagt zich af of deze norm goed is en of er gehandhaafd wordt. Er wordt wel omgevingsgeluid gemeten rondom festivals, maar of er ook gemeten wordt voor een speaker in een club is niet bekend.
- Mocht het geluidsniveau gehandhaafd gaan worden in clubs, dan zijn de deelnemers wel bezorgd over de beleving van uitgaan.
- Een deelnemer zegt wel clubs te kennen die oordopjes te koop aanbieden (voor ongeveer €2), maar niet in Rotterdam. Dit waren echter schuim oordopjes, waarvan hij het gevoel had dat ze niet helemaal goed aansloten en het geluid er alsnog doorheen kwam.
- Een deelnemer vraagt zich af of er geen box ontwikkeld kan worden die zo zuiver geluid heeft dat het niet schadelijk is voor de oren. Het filteren van hoge tonen, maar het behouden van de base. Juist de base is belangrijk voor het gevoel.
- Geen van de deelnemers zou in een club om oordopjes gaan vragen. Enerzijds omdat ze er geen behoefte aan hebben tijdens het uitgaan, anderzijds omdat ze er vanuit gaan dat clubs geen oordopjes aanbieden. Een deelnemer heeft het ooit in een Rotterdamse club (omg. Oude Haven) gevraagd, maar kon er geen oordopjes krijgen. Meerdere deelnemers zouden het een goed idee vinden als een club oordoppen zou aanbieden.
- Een deelnemer vertelt dat hij recent iemand in een club tegen een box aan gekluisterd zag zitten, maar dat niemand diegene hierop aansprak. Ook niet het personeel of de bewakers van de club. Er volgt een discussie over of dat bewakers, clubpersoneel of DJ's

mensen zouden moeten aanspreken op onverantwoord gedrag. Voor de meeste is dat idee toch raar, en zou het ook niet wenselijk zijn tijdens het uitgaan. De eigen verantwoording wordt weer aangehaald.

Mogelijkheden tot gehoorbescherming

- Als idee wordt geopperd om een oordopjesautomaat op het toilet te plaatsen. Een deelnemer heeft in een club oordoppen gewonnen in een ouderwetse snoepautomaat met een draaiknop. Vroeger kwam er een kauwgombal uit, nu oordoppen. Volgens hem maken dit soort acties het aanschaffen van oordoppen een stuk aantrekkelijker.
- Een paar deelnemers zou wel gebruik maken van een oordopjesautomaat. Het merendeel zegt er geen gebruik van te maken, ook als het maar een paar euro zou kosten.
- Vaak hebben clubs buiten de zaal mogelijkheid om te zitten, in een relaxruimte of in de buitenlucht. Er wordt gesteld dat een club niet goed is als rustruimte ontbreekt. Je hoort nog wel muziek, maar niet meer zo hard. Het biedt gelegenheid om met anderen te praten.
- Als er in clubs posters zouden hangen om gehoorschade onder de aandacht te brengen, zouden de meeste deelnemers het wel fijn vinden om gelijk ter plekke oordopjes te kunnen kopen.

Sociale omgeving

Vrienden en rolmodellen

- Een deelnemer vertelt dat zijn vriend oordopjes draagt, maar dat hij het idee heeft dat diegene hem dan niet goed verstaat en hij harder moet praten.
- Een deelnemster zegt in haar omgeving weinig mensen te zien met oordoppen in. Hierdoor denkt ze dat het wel meevalt met het oplopen van gehoorschade.
- Bij het merendeel van de deelnemers draagt niemand in de vriendengroep oordopjes. Eén deelnemer heeft een aantal vrienden met oordopjes, maar zegt dat zij die regelmatig vergeten mee te nemen.
- Een aantal deelnemers denkt dat het zou helpen als rolmodellen (bijvoorbeeld uit de clubscene) aandacht besteden aan gehoorschade. Zij hebben een groot bereik, en kunnen aanhangers laten volgen in goed gedrag.
- De deelnemer met tinnitus geeft aan dat het merendeel van zijn vrienden nu wel oordoppen draagt.

“Ik heb dan zelf die piep, en het merendeel van mijn vrienden heeft nu wel oordoppen. Maar nog steeds zijn er mensen die denken: ‘Ik heb geen oordoppen nodig. Hoezo zou ik oordoppen nemen?’ Dan denk ik: ‘hoezo niet?’”

.....

Imago

- Alle deelnemers beamen dat zij zelf ook oordopjes zouden dragen als meer mensen het doen, en het als normaal wordt gezien. Er wordt een vergelijking gemaakt met het dragen van een helm op wintersport: je draagt het liever niet, maar omdat iedereen het doet ga je hierin mee.
- Door een aantal deelnemers wordt het dragen van oordopjes als iets knulligs gezien. Het komt over als ‘interessant doen’. Iemand voelt zich beter, omdat hij/zij verstandig gedrag vertoont.
- Er wordt genoemd dat het imago verbeterd kan worden door vergroting van het bewustzijn over gehoorschade.
- De deelnemers zeggen het dragen van oordopjes minder raar te vinden dan een tijd terug. Ze zien nu vaker mensen met oordopjes lopen. De gedachte is wel dat de mensen die ze dragen vaak uitgaan en veel festivals bezoeken.
- Een deelnemer geeft al aan naar te worden bij het idee om in-ear oordopjes te moeten dragen. Hij heeft een keer goede kwaliteit oordopjes geprobeerd, maar ook hierbij vond hij het gevoel in zijn oor en de geluidsbeleving onprettig.

“Eerst zag je mensen met die gele oordoppen in. Toen dacht ik echt: ‘nou die gele dingen moet ik niet hebben.’ Maar nu hebben ze van die nette oordopjes die je niet ziet als je met mensen praat.”

.....

Invloed van alcohol en drugs

- Iedereen beaamt dat de mate van hoe snel je inkomt in het feest en gaat dansen, samenhangt met de hoeveelheid alcohol die gedronken wordt.
- Nuchter uitgaan doet geen van de deelnemers. Eén van hen had onlangs een avond nuchter doorgebracht, maar merkte dat dansen moeilijker ging.
- Het gebruik van alcohol is sterk verbonden aan de sociale omgeving. Vrienden doen het ook, en je mist aansluiting bij de groep als je hier niet in mee gaat.
- Er wordt ook gezegd dat drank een feest dat niet zo leuk is, leuker kan maken. Dansen is makkelijker, ook als de muziek niet helemaal bij de eigen smaak past.
- Geluid wordt onder invloed van drugs anders beleefd dan onder invloed van alcohol. Het echt opgaan in de muziek wordt eerder in verband gebracht met het gebruik van harddrugs, zoals XTC.
- Ook degene die oordopjes hebben, zeggen onder invloed van alcohol en/of drugs slordiger te worden met het dragen. Ze vergeten de oordopjes in te doen, of raken ze kwijt.

Voor- en nadelen van gehoorbescherming

In onderstaande tabel zijn de voor- en nadelen genoemd van de verschillende maatregelen om het gehoor te beschermen, namelijk pauze nemen, afstand houden tot de speakers en oordoppen kopen en indoen. De genoemde voor- en nadelen komen voort uit de focusgroep.

	Voordelen	Nadelen
Pauze nemen	De oren krijgen rust en het lichaam kan afkoelen. Op een rustige plek kun je makkelijker gesprekken voeren.	Meestal is de aanleiding om pauze te nemen de wens om te roken of af te koelen, niet om de oren rust te geven.
Afstand houden tot de speakers	Vrienden zijn beter te verstaan. Er is vaak meer ruimte om te dansen. Zeker als men in een grote groep uitgaat is dat wenselijk.	Er is minder sfeer, je voelt de muziek minder en het is lastiger om op te gaan in de muziek. Er is minder verbinding met gelijkgestemden die ook vooraan staan. Als men speciaal voor de DJ komt, is het wenselijk om vooraan te staan en het optreden te zien
Oordoppen kopen en indoen	Oordoppen zijn makkelijk online te bestellen (en snel in huis). Bij oordoppen van goede kwaliteit zijn andere mensen goed te verstaan. Ook is de beleving van de muziek goed.	Op de plek dat oordopjes gewensd zijn, zoals in een club, zijn ze vaak niet verkrijgbaar. Goedkope oordopjes van schuim, die soms wel in uitgaansgelegenheden of op festivals verkrijgbaar zijn, zijn van slechte kwaliteit. Oordopjes zitten niet altijd lekker. Oordoppen worden vaak vergeten, met name bij ongepland uitgaan. Als de oordoppen zijn meegenomen raken ze ook wel eens kwijt. Voor vrienden zonder oordoppen ben je als persoon met oordoppen soms slecht verstaanbaar. Je hoort jezelf goed en hard praten is dan onprettig. Bij uitgaan is 'ongezond gedrag' normaal (denk aan roken en alcohol drinken); men wil ontspannen en niet bezig zijn met wat wel en niet goed is. Het gehoor beschermen valt daar ook onder. Het dragen van oordoppen heeft een negatief imago. Het heeft iets ' knulligs ' en het kan overkomen als 'interessant doen'.

Factoren die gedrag beïnvloeden

Het wel of niet beschermen van het gehoor kan worden beïnvloed door verschillende factoren: de sociale en fysieke omgeving, het kennisniveau en beschikbare producten voor gehoorbescherming. In onderstaande tabel worden de factoren die gedrag negatief en positief beïnvloeden verder toegelicht.

Factoren die gedrag positief beïnvloeden	Factoren die gedrag negatief beïnvloeden
• Oordopjes van zodanige kwaliteit dat de muziekbeleving onveranderd is; • Oordopjes die comfortabel zitten; • Oordopjes verpakt in een vorm die makkelijk te bevestigen is aan voorwerpen die dagelijks gebruikt worden (als voorbeeld: een kokertje met ring voor aan een sleutelbos); • Oordopjes zijn niet of nauwelijks zichtbaar; • Oordopjes worden uitgedeeld in de club ("Als je ze toch in je handen krijgt, kan je ze niet zo goed in doen."); • Oordopjes zijn makkelijk verkrijgbaar in clubs en op andere plekken waar jongeren vaak komen, zoals hogescholen en avondwinkels; • Oordopjes zijn op een aantrekkelijke, speelse manier te verkrijgen. Als voorbeeld: een snoepautomaat waar je aan draait, of een grijpmachine waarbij je oordopjes kan winnen; • Personen in de omgeving die oordopjes dragen. Vrienden, maar ook ander uitgaanspubliek en herkenbare figuren in de uitgaanswereld (DJ's, artiesten, organisatoren); • Beschikken over kennis van het ontstaan van gehoorschade en de gevolgen ervan; • Bewustzijn over de risico's om gehoorschade op te lopen; • Een persoon in de directe omgeving met blijvende gehoorschade; • Het imago van oordopjes dragen is positief: het is verstandig, en verdient respect; • Bij gepland uitgaan (vooraf worden kaartjes gekocht) is de kans groter dat men voorbereid naar een club gaat en ook oordopjes meeneemt; • Het gehoorschadeprobleem wordt stelselmatig onder de aandacht gebracht, waardoor de boodschap blijft hangen; • De club beschikt over een aantrekkelijke rustruimte.	• Oordopjes belemmeren de muziekbeleving; • Oordopjes zitten oncomfortabel; • Oordopjes die gemakkelijk kwijtraken, omdat ze kunnen uitvallen of omdat ze niet goed kunnen worden opgeborgen; • Oordopjes zijn duidelijk zichtbaar, door de grootte en/of door de kleur; • Oordopjes zijn niet verkrijgbaar op het moment dat er behoefte aan is, zoals in clubs; • Niemand in de omgeving draagt oordopjes; • Gebrek aan kennis over het ontstaan van gehoorschade en de gevolgen ervan; • Geen bewustzijn over de risico's om gehoorschade op te lopen; • Niemand in de directe omgeving heeft blijvende gehoorschade; • Het imago van oordopjes dragen is negatief: het is wel verstandig, maar daarmee ook 'betweterig' en 'suf'; • Bij spontaan uitgaan (het ontstaat na een bezoek aan een terras of een verjaardag) is de kans groter dat men niet voorbereid naar een club gaat en oordopjes vergeet; • Het gehoorschadeprobleem wordt sporadisch onder de aandacht gebracht, waardoor de boodschap niet blijft hangen; • Het onder invloed zijn van alcohol of drugs; • De club beschikt niet over een rustruimte, of de aanwezige rustruimte is niet aantrekkelijk.

IDEEËN EN AANDACHTS- PUNTEN VOOR EEN CAMPAGNE

- Laat jongeren met gehoorschade hun persoonlijke verhaal vertellen;
- Herhaal de boodschap vaak en langdurig, om zo het bewustzijn te vergroten;
- Hang posters op in clubs, maar bijvoorbeeld ook op hogescholen en universiteiten;
- Hang posters op plekken waar jongeren vaak langs komen. Als voorbeeld wordt het OV genoemd. Met de metro of tram passeert men dagelijks dezelfde route en zo wordt de informatie onbewust opgepikt.
- Breng gehoorschade onder de aandacht in uitgaansgelegenheden, maar zeker ook in niet-uitgaansgelegenheden;
- Een piep die mensen met gehoorschade hebben nabootsen en laten horen op verschillende plekken, bijvoorbeeld op alle hogescholen. En dan iemand uitnodigen die hierover kan vertellen. Zo kunnen jongeren er ook makkelijker met elkaar over in gesprek gaan. Op de website van de Hoorstichting kan je soortgelijke geluiden horen, maar dit is niet iets waar de deelnemers uit zichzelf naar op zoek gaan.
- Het gebruik van cijfers, dus bijvoorbeeld het percentage dat last heeft van (beginnende) gehoorschade, en dan de vertaling naar personen: 'x aantal personen in deze vriendengroep heeft last van gehoorschade';
- In taal en beeld aansluiten bij jongeren ('Ze moeten het niet suf brengen');
- Niet teveel met het vingertje wijzen, dit zou afstotend werken;
- Een deelnemer denkt dat de groep van begin en midden twintigers moeilijker te bereiken is. Deze groep denkt het zelf allemaal al wel te weten, en doet veel meer waar hij/zij zelf zin in heeft.
- Campagnes als MONO en BOB worden als voorbeelden genoemd voor succesvolle acties.
- Humor wordt als belangrijk element gezien om de boodschap over te brengen.
- Er wordt gedacht dat het uitdragen van de boodschap meer effect heeft als het vanuit rolmodellen of personen uit de jongerencultuur komt, dan vanuit een officiële instantie als de gemeente.
- Met name voor de jongeren rond de 18 jaar wordt gedacht dat zij meer aannemen van influencers of bekende Nederlanders.

“Je moet posters ophangen op een plek waar je vaak langskomt of waar je vaak loopt. Dan onthoud je toch dingen en pik je onderbewust iets op. Met de metro rijd ik elke dag langs Voorschoterlaan. Daar hangen van die foto's van mensen hun huis. Ik weet inmiddels hoe ieder huis er uit ziet.”

.....

VOORKOMEN VAN GEHOORSCHADE

In gesprek met jongeren over uitgaan en
geluidsbeleving in Rotterdamse clubs

Resultaten focusgroep 9 oktober 2018