

---

# VERANDERINGEN IN DE LEESCULTUUR

Publicatie/Dossier vervolgpagina

---

**Nederlanders besteden steeds minder tijd aan het lezen van langere teksten. Vooral de daling van de leestijd en het gebrek aan leesplezier bij jongeren leiden tot zorgen. De behoefte aan het lezen, delen en luisteren van verhalen blijft, maar verschuift naar andere plaatsen en andere kanalen. Tegelijkertijd zijn er volop nieuwe initiatieven in boekhandel, bibliotheek en uitgeverij te vinden. Literaire podia en festivals bloeien op, de interesse voor het zelf schrijven van proza en poëzie groeit en leesclubs en online platforms weten met ‘sociaal lezen’ communities aan zich te binden.**



## Trends en ontwikkelingen

### *Ontlezing*

Het aantal minuten dat men besteedt aan lezen in de vrije tijd daalt al tientallen jaren, maar die neerwaartse trend lijkt nu te stabiliseren. De afgelopen jaren daalde de totale leestijd tot een gemiddelde van 36 minuten op een dag voor het lezen van boeken, kranten, tijdschriften in 2018. Op basis van deze cijfers suggereert het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) dat de bodem van de ontlezing weleens bereikt zou kunnen zijn (SCP, 2019). Nederlanders lezen op een doorsnee dag nog ongeveer evenveel boeken als eerder. Het lezen van dagbladen en tijdschriften is wel iets afgenomen, hoewel dit slechts om zeer kleine schommelingen gaat (Schaper et al., 2019).

### *Uitleen- en verkoop van boeken*

Het aandeel e-books op de totale boekenverkoop ligt op 7,7%. Het aantal e-bookuitleningen is in 2019

met 10% gestegen en abonnementen op e-books via bijvoorbeeld Kobo of Bol.com zitten in de lift (55%). Fysieke boekverkopen lopen een paar procent terug (CB, 2020). Het aantal bibliotheekleden en uitleningen van fysieke boeken is gedaald. Daar staat een toename van het aantal activiteiten en bezoekers in de bibliotheken tegenover (Van de Burgt & Van de Hoek, 2019).

### *Leesprestaties jeugd*

Er zijn veel zorgen over de leesprestaties van de jeugd. De tijd die de jeugd besteedt aan lezen is verder gedaald, net als het plezier dat ze aan het lezen van boeken beleven. Uit het PISA-onderzoek dat de prestaties van jongeren uit verschillende landen met elkaar vergelijkt, blijkt dat bijna een kwart van de Nederlandse leerlingen onvoldoende leesvaardig is: ze zijn niet toegerust om als zelfstandige en mondige burger deel te nemen aan de samenleving. De leesvaardigheid van Nederlandse 15-jarigen is tussen 2015 en 2018 nog verder gedaald. Bijna de helft van de 15-jarigen vindt lezen tijdverspilling. Ongeveer 60% leest alleen als het moet of om informatie op te zoeken (Gubbels et al., 2019).

#### **LEES!**

Eerder dit jaar presenteerden de Onderwijsraad en de Raad voor Cultuur hun oproep *LEES! Een oproep tot een leesoffensief*. Hierin constateerden zij dat Nederlandse jongeren steeds minder vaak en met steeds minder plezier lezen. Jongeren lezen nog wel veel korte teksten, maar besteden minder tijd aan 'diep lezen': het geconcentreerd lezen van langere teksten of boeken. De raden stellen dat mede hierdoor hun leesvaardigheid achteruitgaat en roepen op tot een gezamenlijk offensief om het leesplezier en de leesmotivatie van jongeren te verhogen.

### *Papier, digitaal, mobiel*

Nederlanders lezen nog steeds verreweg het meest vanaf papier, al is er een geleidelijke verschuiving naar digitaal en mobiel lezen. Luisteren is in opkomst, mede dankzij de populariteit van de podcast. Online delen mensen hun schrijfsels en leestips met liefhebbers over de hele wereld. Voor taken die meer concentratie vragen, lijken mensen de voorkeur te geven aan teksten op papier. De leesbeleving van een gedrukt boek is anders dan het lezen of beluisteren van een e-book (Wennekers et al., 2018; KVB Boekwerk, 2018).

### *Leesbeleving*

Het maakt verschil of we een tekst tot ons nemen via het scherm of van papier: voor taken die meer concentratie vragen, werkt lezen van papier het beste; een boek lezen ter ontspanning kan ook prima vanaf een scherm of via de oren (Leesmonitor, 2019). Ook de jeugd (10- tot 18-jarigen) leest lange teksten en boeken bij voorkeur van papier. Voor het opzoeken van informatie en het leren van woordjes hebben kinderen en jongeren voorkeur voor digitale media (Boeke et al., 2017).

### *Audio, luisterboek en podcast*

Steeds meer mensen weten luisterboeken te vinden via de online Bibliotheek of via commerciële aanbieders als Storytel. Ook het aanbod van podcasts is enorm gegroeid, variërend van journalistieke

producties tot varianten op het hoorspel. De meeste podcasts worden gemaakt rond een onderwerp dat interessant is voor een specifiek publiek, een niche. Een podcast bestaat vaak uit meerdere afleveringen.

### **De literaire podcast**

Literatuur is uitstekend geschikt voor de podcast: niet alleen om te vertellen óver literatuur, met een schrijver in de studio, maar ook als zelfstandig verhaal met verschillende afleveringen. Zie ook *De bloei van de literaire podcast*.

### *Combinaties van tekst, beeld en geluid*

Experimenten met AR en VR, de inzet van AI, en het mengen van media leveren nieuwe combinaties van tekst, beeld en geluid. De grenzen van literatuur, poëzie en tekst worden opgerekt en de interactie tussen 'auteur' en publiek wordt directer, diffuser en collectiever (Balian et al., 2018). Tegelijkertijd worden bewegend beeld en geluid vaker geïntegreerd om teksten te verrijken. Zo wordt de 'lezer' dieper het verhaal in getrokken. De mate van absorptie die zo belangrijk is voor de beleving van een verhaal zal medebepalend zijn voor het tekstbegrip en het effect op de ontvanger.

### **Voorbeeld: Novel Effect**

Novel Effect is gebaseerd op voice-technologie van slimme speakers zoals Alexa. Het creëert geluidseffecten en andere audiofragmenten die te horen zijn op het moment dat het boek hardop wordt (voor)gelezen.

### *Experimenteren met verhalen*

Makers experimenten met nieuwe vormen van verhalen vertellen. Voorbeelden zijn een roman verpakt als game of app, de opkomst van literaire podcasts en experimenten met virtuele poëzie. Het boek is niet langer de enige of belangrijkste drager van een verhaal: series, spin-offs en verhaallijnen zijn naar keuze te volgen via verschillende media. Een scan van innovatieprojecten in het digitale literaire domein laat zien dat er vooral vernieuwing plaatsvindt via smartphones. De lezer krijgt daarbij steeds vaker invloed op het verloop van het verhaal. Andere ontwikkelingen zijn dat de auteur technologie laat ingrijpen op zijn schrijfproces en tekst en dat verhalen het scherm verlaten en verdergaan in de fysieke wereld of vice versa. Zo zijn er verhalen geschreven door een computer waarbij algoritmes het verloop van het verhaal bepalen (Dresscher et al., 2017).

### *Diep lezen*

Digitaal lezen brengt veel mogelijkheden en daardoor ook meer afleiding met zich mee. De huidige mediacultuur floreert bij afleiding: iedereen strijdt om de aandacht van de consument. Onderzoekers beginnen zich zorgen te maken over het vermogen om ons langere tijd op een tekst te concentreren. Het diepe lezen zou het afleggen tegen de versnelling van de media en de opmars van de beeldcultuur (Wolf, 2018).

## Literatuur buiten het boek

Literatuur begeeft zich buiten het boek: festivals, pop-up events, poetry slams en wedstrijden bieden een platform voor het geschreven en het gesproken woord. Op internet is een bloeiende cultuur ontstaan van online *communities* met vloggers, wedstrijden en evenementen. Behalve om het uitwisselen van leeservaringen draait het vaak ook om het zelf schrijven van verhalen en gedichten. Via interactieve apps zoals Wattpad delen vooral jongeren hun creaties en geven ze elkaar directe feedback. Online platforms bieden voor een deel hetzelfde als de traditionele leesclubs, maar ze spreken een ander publiek aan (GfK & KB, 2019).

## Sociale platforms voor schrijven en lezen

Op internet is een bloeiende cultuur ontstaan van online *communities* met vloggers, wedstrijden en evenementen. Behalve om het uitwisselen van leeservaringen, draait het vaak ook om het zelf schrijven van verhalen en gedichten. Platforms zoals Sweek en Wattpad zijn met name populair bij een jongere doelgroep. Jongeren zijn eraan gewend om hun creaties te delen en op die manier directe feedback te krijgen vanuit een eigen kring van volgers. Online platforms bieden voor een deel hetzelfde als de traditionele leesclubs, maar ze spreken een ander publiek aan (GfK & KB, 2019).

### Lezen als lifestyle

Er zijn jongeren die wél van lezen houden, en van schrijven bovendien. Young Adult is een uitdijende markt met eigen fans die zowel lezen, schrijven als recenseren. Zie ook het artikel [Voor Young Adult-fans is lezen geen hobby maar een lifestyle.](#)

## Wat betekent dit voor bibliotheken?

Lezers vormen het grootste deel van het trouwe bibliotheekpubliek. Zij zijn de kurk waarop het lidmaatschapsmodel drijft. Ook nu de nadruk verschuift naar andere media en nieuwe vormen van geletterdheid, blijft lezen een kernvaardigheid die aan de basis ligt van een kritische omgang met informatie. Digitalisering heeft niet alleen geleid tot een ander verwachtingspatroon van de kant van de lezer, maar heeft de hele keten op z'n kop gezet. Het is nog onduidelijk wat precies de invloed zal zijn van digitaal lezen en luisteren op de verwerking van informatie en de beleving van verhalen, maar dat leesgedrag en leespatronen veranderen is een feit.

## Leesbevordering

In het sectoradvies [De daad bij het woord](#) uitte de Raad van Cultuur haar zorgen over het dalend aantal lezers en de toenemende laaggeletterdheid. De raad constateert dat initiatieven voor leesbevordering op dit moment onvoldoende effectief zijn. Die zouden meer moeten aanhaken bij de cultuur van de niet-lezer, van games tot fantasyseries en *spoken word* - een *scene* die er wel in slaagt om jonge mensen enthousiast te maken voor de letteren.

## Samen werken aan de leescultuur

Voor een gezonde leescultuur is een gezamenlijke inspanning nodig van onderwijs, bibliotheken en andere leesbevorderaars, met name richting ouders en opvoeders en de jeugd in het algemeen. In

september 2019 publiceerde de Onderwijsraad samen met de Raad van Cultuur het advies *Lees! Een oproep tot een leesoffensief*. De raden roepen op tot een gezamenlijke inspanning van onderwijs, bibliotheken, ouders en opvoeders om het lezen tot speerpunt te maken. In het advies over het nieuwe curriculum voor het vak Nederlands is leesmotivatie en leesplezier opgenomen als doel. Daarnaast neemt het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW) het initiatief tot een actieagenda met alle partijen die een rol spelen bij het lezen en de leescultuur. Daarin wordt ook bekeken hoe bibliotheken en gemeenten invulling geven aan hun leesbevorderende taken en wordt een breder en diverser jeugdboekenaanbod gestimuleerd.

## Bronnen

- Boeke, H., Dondorp, L., Heijntink, M. & Pijbers, R. (2017). *Monitor Jeugd en Media 2017*. Zoetermeer: Kennisnet.
- Dresscher, P., Hooft, N. 't & O'Hare, E. (2017). *Digitale literatuur. Scan van innovatieprojecten*. Amsterdam: KVB Boekwerk & Nederlands Letterenfonds.
- GfK & Koninklijke Bibliotheek (KB) (2019). *Bereik online leesplatformen. Verkoop, aanbeveling en sociaal lezen en schrijven*. Amstelveen & Den Haag: GfK & KB.
- KVB Boekwerk (2018). *Wie is de lezer? Tien jaar consumentenonderzoek naar lezen van boeken*. Geraadpleegd op 13-11-2019.
- Leesmonitor (2019). *Leesgedrag e-boeken*. Geraadpleegd op 13-11-2019
- Leesmonitor (2019). *Leesbeleving e-boeken*. Geraadpleegd op 10-12-2019.
- Gubbels, J., van Langen, A.M.L., Maassen, N.A.M. & Meelissen, M.R.M. (2019). *Resultaten PISA-2018 in vogelvlucht*. Enschede: Universiteit Twente.
- Waterloo, S.F., Wennekers, A.M. & Wiegman, P.R. (2019). *Media:Tijd 2018*. Amsterdam & Den Haag: Nationaal Onderzoek Multimedia (NOM), Nationaal Luister Onderzoek (NLO), Stichting Kijkonderzoek (SKO), Platform Media-Adviesbureaus (PMA) & Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP).
- Wennekers, A., Huysmans, F. & Haan, J. de (2018). *Lees:Tijd. Lezen in Nederland*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP).
- Wolf, M. (2018). *Reader, Come Home. The Reading Brain in a Digital World*. Londen: Harper.