
OPGROEIEN IN DE MEDIASAMENLEVING

Publicatie/Dossier vervolgpagina

Jongeren groeien op in een wereld van informatieovervloed en continue afleiding. De smartphone is een poort naar de wereld, die helpt om nieuwe dingen te ontdekken en contact met anderen te maken, maar ook om mee te leren in het klaslokaal. De jeugd van nu is versmolten met de sociale media: hun online en offline identiteiten vloeien vrijwel naadloos in elkaar over. We weten nog weinig over de invloed van deze ontwikkelingen op het opgroeien van de jeugd. Evenmin weten we hoe we de jeugd kunnen toerusten op een leven volgens de standaarden van de 21e eeuw. Hoewel beeld overheersend is geworden, blijft het ‘gewone’ lezen van belang om goed te kunnen functioneren in de informatiesamenleving.



Trends en ontwikkelingen

Technologie is overal

Jongeren groeien op in een samenleving waar informatie binnen handbereik is. Ze moeten goed in staat zijn om informatie te filteren en echt van nep te onderscheiden. De alomtegenwoordigheid van sociale media bepaalt in grote mate hoe ze zich tot elkaar en tot de wereld verhouden. De piepjonge generatie Alpha zal de inzet van geavanceerde technologie normaal gaan vinden. Deze kinderen groeien op met ‘slim speelgoed’ en een Internet of Toys. De inzet van immersieve - onderdompelende - technologieën zoals *virtual*, *augmented* en spraaktechnologie zal de interactie met de wereld om ons heen ingrijpend veranderen.

Connected en mobiel

Internet is niet meer weg te denken uit het dagelijks leven van jongeren. Vrijwel alle jongeren hebben thuis toegang tot internet, en dankzij smartphones en sneller internet staan jongeren vrijwel altijd en overall in verbinding met elkaar en met de online wereld. Voor de jeugd van nu lopen de analoge en de digitale wereld in elkaar over. 'We are neither online nor offline, but onlife,' zegt filosoof Luciano Floridi in *The Onlife Manifesto*. Binnen Europa staat de Nederlandse jeugd bovenaan bij de internetgebruikers. In 2018 gebruikte 95 procent van de jongeren van 12 tot 25 jaar het internet dagelijks (CBS, 2019).

Mediagedrag

Het mediagedrag van Nederlanders verschuift van lineair kijken en luisteren naar het streamen van media via onder meer Netflix, Videoland, Spotify en SoundCloud. Hoewel de ontwikkelingen niet zo snel gaan als soms wordt gedacht, zijn verschuivingen duidelijk te zien bij jongere mensen en hoogopgeleiden (Bakker & Scholten 2019). Zij kijken en luisteren minder vaak naar vaste televisie- en radio-uitzendingen en lezen relatief vaak van een scherm. Jongeren gelden als voorlopers in mediagebruik. We kunnen hun mediagedrag zien als een illustratie van toekomstige ontwikkelingen. Op basis hiervan is het aannemelijk dat niet-lineair kijken, luisteren naar streamingdiensten en lezen van een scherm in populariteit gaan groeien (SCP, 2019).

Gelukkig en eenzaam

Nederlandse jongeren behoren tot de gelukkigste mensen van de wereld. Ze geven hun leven een rapportcijfer van rond de 8, hoger dan oudere generaties. Wel zijn er zorgen over de toegenomen prestatiedruk, smartphoneverslaving en de invloed van digitalisering op het welbevinden. Dankzij internet is de jeugd sterk verbonden met elkaar en met de wereld. Tegelijkertijd lijden ze ook onder eenzaamheid en stress. Doordat veel van hun contacten digitaal verlopen, zijn ze eerder bang om dingen fout te doen of spontaan met iemand in gesprek te gaan. Ze zijn gewend om al hun reacties te 'editen' en zo hun acties te herzien.

Conversatie wordt connectie

Sherry Turkle, hoogleraar Social Studies of Science and Technology aan het MIT, stelt in *Reclaiming Conversation* dat we conversatie hebben ingewisseld voor connectie. Door gesprekken uit de weg te gaan, leert de jeugd niet meer om te gaan met onenigheid en andere meningen. Internet maakt het gemakkelijker om gelijkgestemden te vinden en bestaande denkbeelden te bevestigen. Inlevingsvermogen en empathie zouden daardoor verminderen.

Sociale media

Jongeren zijn online. Ze weten dat er altijd een filter is waardoorheen ze kijken en gezien worden.

Niettemin, of juist daardoor hebben ze authenticiteit hoog in het vaandel staan en willen ze vooral 'zichzelf' zijn (Doorn et al., 2019). De meest gebruikte sociale media zijn WhatsApp, Snapchat en Instagram. Facebook is onder jongeren niet langer populair. Bij 14-15 jarigen staan WhatsApp en Snapchat bovenaan qua gebruik, bij de iets jongere jeugd maakt TikTok een snelle groei door. TikTok is de eerste socialemedia-app die niet beeld- maar videogebaseerd is. Gebruikers maken een filmpje van dertig seconden van zichzelf en delen dat (Multiscope, 2019). Meisjes gebruiken sociale media, met name WhatsApp en Instagram, intensiever dan jongens. Jongens kijken vaker en langer naar YouTube en communiceren meer via de games die ze online met elkaar spelen. Jongeren volgen vooral vrienden en klasgenoten, daarna bekende YouTubers en pas veel later, na favoriete artiesten en vrienden-van-vrienden, komen de Insta-influencers (Van Driel et al., 2019).

Influencers en livestreaming

Veel jongeren zetten al vroeg stappen naar beginnend ondernemerschap: vloggen op YouTube, een winkel via Instagram, reclame maken voor merken. Ideeën doen ze op bij elkaar. Sommige bedrijven betalen deze influencers om hun producten te promoten. Ze maken gebruik van online platforms, zoals YouTube. Veel e-sportsinfluencers zitten op Amazons streamingplatform Twitch, waar ze kijken hoe anderen aan het gamen zijn. Livestreaming is populair bij jongeren: niet alleen e-sports maar zoals anderen zien eten (mukbang) en fluisterfilmpjes (asmr).

Internettrends

Onderstaande internettrends zijn volgens *De synthetische generatie* de digitale tegenhangers van samen eten, ontspannen, bewegen, intimiteit en socializen. Alles draait om meedoen en meebelevén. En dat met inzet van alle zintuigen: met geluid, aanraking en gefluister (ASMR), gevoel en beweging (e-sports) en smakken en slikken (mukbang).

- *Mukbang*: eten voor de camera;
- *ASMR (autonomous sensory meridian response)*: het opwekken van een prettig gevoel middels een zacht geluid;
- *E-sports*: kijken naar mensen die een spelletje spelen.

Gaming: sociaal en verslavend

Bijna alle jongeren gamen. Jongeren spelen vaker dan volwassenen multiplayergames, waarbij meerdere spelers tegelijk spelen, zoals Fortnite. Ze communiceren over hun games en gebruiken het in feite als een sociaal platform (Van Driel et al., 2019). Gamen is een sociale bezigheid geworden, maar verslaving ligt op de loer. Ontwikkelaars weten steeds beter hoe ze mensen zo lang mogelijk aan het gamen houden, door technieken toe te passen die afgekeken zijn van de gokindustrie. Gameverslaving is een groeiend probleem dat niet altijd onderkend wordt (Braak et al., 2019).

Gameverslaving: een groeiend probleem

Grote, veelal Amerikaanse gamebedrijven hebben psychologen in dienst om spellen zo

aanlokkelijk mogelijk te maken. Ze importeren technieken uit de gokwereld om zoveel mogelijk 'microtransacties' uit de zakken van spelers te schudden. Zie ook *Niet douchen, niet eten. Spelen!*.

Games zijn een miljoenenmarkt

De gamingindustrie is immens. Ook voor games bestaan inmiddels streamingdiensten, waar je voor een vast bedrag per maand toegang hebt tot allerlei spellen. Vooral mobiele games zijn een groeimarkt. Veel jongeren spelen via de smartphone. Uitgevers en ontwikkelaars zoeken vooral naar het vergroten van gamegerelateerde inkomsten. Het echte verdienen aan een game begint als de gamer begint te spelen en zich laat verleiden tot het doen van aankopen. Het geld wordt vooral verdiend met de vele in-appaankopen: microtransacties zoals *lootboxes* - waarbij wat je koopt een verrassing is - om een extra uitrusting, content of een andere look voor een avatar te kopen (Jansen, 2018).

Voor- en nadelen van schermtijd

Het gebruik van digitale media speelt een belangrijke rol bij het krijgen van zelfvertrouwen, sociale en emotionele steun en het onderhouden van vriendschappen. Kinderen vinden het veelal leuk om nieuwe dingen te leren en uit te proberen. Vaardigheden en ideeën doen ze op via het spelen en bouwen van games, het kijken naar instructiefilmpjes en het volgen van rolmodellen zoals vloggers of gamers. Online mediagebruik helpt de creativiteit te ontwikkelen, Engels te leren, of een passie verder te ontwikkelen als voorbereiding voor later (Geelen & Prins, 2016; Pijpers & De Haan, 2010). Maar risico's zijn er ook: overmatig veel schermtijd blijkt samen te hangen met een verhoogd risico op depressie, eenzaamheid, gevoelens van leegte, slaapproblemen, een negatief zelfbeeld, suïcidaliteit, verminderde sociale vaardigheden en afgenomen concentratie (Kennisnet, 2017; Twenge, 2017). Toch blijken de positieve emoties en gevoelens lichtelijk de overhand te hebben (Van Driel et al., 2019).

Privacy

Jongeren hechten meer aan hun privacy dan vaak wordt gedacht. Hoewel ze zich online weliswaar graag presenteren aan de buitenwereld via Instagram, Snapchat en TikTok, doen ze dit vooral aan een selecte groep vrienden en vrienden van vrienden. Bij het installeren van apps wordt bijvoorbeeld gevraagd of iemand toegang wil geven tot foto's of locatie. Hoe ouder en lager opgeleid de smartphonebezitter, hoe vaker hij blind toestemming geeft (CBS, 2019; Geelen & Prins, 2016).

Wat betekent dit voor bibliotheken?

Jongeren associëren bibliotheken nog veelal met de papieren collectie en de uitleen van fysieke boeken. Boeken leest men vooral van papier. Inspelen op een verschuiving naar digitaal lezen gebeurt onder meer met ontwikkelingen binnen de [Vakantiebieb](#), [Luisterbieb](#) en [Lezenvoordelijst.nl](#). Voor de jeugd is het van belang dat de dienstverlening van bibliotheken veelal gratis is en dat ze leeftijdgenoten kunnen ontmoeten op een neutrale plek. Studieruimtes zonder afleiding zijn belangrijk, evenals een plaats om even tot rust te komen.

Bij het nadenken over het behouden van de jeugd, ook na hun schooltijd en studiejaren, speelt het vormen van bibliotheekbezoek als een gewoonte een rol. Ouders maar ook leerkrachten kunnen

kinderen vertrouwd maken met het bezoeken van een bibliotheek, maar bibliotheken kunnen ook het gebouw uit en de jeugd opzoeken daar waar ze zich bevindt, zowel fysiek als online.

Online jeugdbibliotheek

In januari 2018 is het eerste deel van de online jeugdbibliotheek ingericht met (digitale) collecties en producten en diensten rond de functies lezen, leren en onderzoeken. Verder zijn diensten als Lezenvoordelijst.nl en de Vakantiebieb beschikbaar, die zorgen voor leesbevordering en het voorkomen van een terugval in de leesontwikkeling tijdens vakantieperiodes.

Creatie- en innovatielabs en makerplaatsen

Ook de opkomst van fablabs en medialabs past bij de ontwikkelingen van de jeugd in een digitale mediasamenleving. In deze makerplaatsen komt de jeugd in aanraking met nieuwe technologieën. Veel makerplaatsen zijn uitgerust met de nieuwste snufjes op technologisch vlak, zoals robots, lasermachines, 3D-printers en VR-brillen. Kinderen en jongeren kunnen er zelf creëren, uitvinden, kennismaken met technologie, leren programmeren, ontwerpen of *virtual reality* ervaren. Dat varieert van opnamestudio's tot (digitale) knutselplekken. Ook met activiteiten zoals Hiphop in je Bieb en Young Adult-events proberen bibliotheken aansluiting te vinden bij de doelgroep.

Mediawijsheid bevorderen

Jongeren zijn minder mediawijs dan ze zelf denken. Ze geven aan dat ze vooral sociale en creatieve vaardigheden willen leren, maar schieten tekort in het inschatten van de betrouwbaarheid van bronnen op internet, een vaardigheid die van belang is voor het herkennen van online nepnieuws. Verschillende onderzoeken laten zien dat jeugd van verschillende leeftijden en schoolniveaus moeite heeft bij het opzoeken, beoordelen en gebruiken van informatie. In het onderwijs wordt weinig tijd besteed aan informatievaardigheden. Volgens leraren komt dit door een gebrek aan expertise over de inzet van ICT in het onderwijs. Ouders doen actief aan media-opvoeding, maar ze geven niet altijd het goede voorbeeld (Boeke et al, 2017).

Bronnen

- Arends-Tóth, J. (2019). *Jongeren en internetgebruik. Jeugdmonitor 2019*. Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS).
- Boeke, H., Dondorp, L., Heijntink, M. & Pijbers, R. (2017). *Monitor Jeugd en Media 2017*. Zoetermeer: Kennisnet.
- Braak, S. van den, Muntz, T. & Woutersen, E. (2019). *Niet douchen, niet eten. Spelen!* Geraadpleegd op 9 -10-2019.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) (2019). *Jaarrapport Landelijke Jeugdmonitor 2019*. Geraadpleegd op 2 -12-2019.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) (2019). *Meeste Nederlanders beschermen gegevens op smartphone*. Geraadpleegd op 13-11-2019.
- Doorn, M. van, Duivestijn, S. & Peppels, K. (2019). *De synthetische generatie*. Amsterdam: VINT, SogetiLabs.
- Driel, I.I. van, Pouwels, J. L., Beyens, I., Keijsers, L., & Valkenburg, P. M. (2019). *'Posten, scrollen,*

appen en snappen': Jongeren (14-15 jaar) en social media in 2019. Amsterdam: Center for Research on Children, Adolescents, and the Media (CcaM).

- Floridi, L. (2015). *The Onlife Manifesto: Being Human in a Hyperconnected Era*. New York: Springer.
- Geelen, S. & Prins, M. (2016). *Vanzelf Mediawijs? Een verkennend onderzoek naar het gebruik van digitale media door jongeren, waargenomen vanuit hun eigen leefwereld*. Hilversum: Mediawijzer.net.
- Jansen, J. (2018) *Verdienmodellen bij games*. Geraadpleegd op 13-11-2019.
- Multiscope (2019). *Smart Media Monitor. Onderzoek naar digitaal mediagebruik in Nederland*. Geraadpleegd op 13-11-2019.
- Peters, S. & Strien, S. van (2018). *Rapportage Boekenbranche Meting 44. 1e themameting van 2018 naar het kopen, lezen en lenen van boeken onder jongeren tussen 12 en 25 jaar*. Amstelveen: GfK.
- Schaper, J., Wennekers, A. & Haan, J. de (2019). *Media:Tijd. Nieuwe mogelijkheden, oude gewoonten*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP).
- Turkle, S. *Reclaiming Conversation. The Power of Talk in a Digital Age*. New York: Penguin Books.
- Twenge, J. (2017). *iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy—and Completely Unprepared for Adulthood—and What That Means for the Rest of Us*. New York: Atria Books.