



BEELD: SUZANNE BLANCHARD

Interview  
.....  
BAS LEVERING

# ‘De technologische ontwikkeling verandert ons allemaal’

Prof. dr. **Patti Valkenburg**, universiteitshoogleraar Media, Jeugd en Samenleving, presenteerde op 15 juni *Plugged In. How Media Attract and Affect Youth*. Het boek bouwt voort op haar eerdere Nederlandse boeken en is een bewerking van *Schermgaande jeugd* uit 2014. Samen met Jessica Taylor Piotrowski maakte ze er een echt internationaal standaardwerk van. Bas Levering sprak met haar over ontwikkelingen die nauwelijks bij te houden zijn.

.....  
door **Bas Levering**

Er is een hardcover van het boek, maar jullie stellen de tekst ook online gratis beschikbaar. Hoe heb je dat voor elkaar gekregen?  
Dat is een heel apart verhaal. Ik had een boek van een collega gezien – een populair boek – dat was uitgegeven bij Yale University Press. Ik heb toen gewoon een e-mail gestuurd aan een van de editors met de mededeling dat ik graag een *open acces*-boek wilde uitgeven. Daar droom ik al een tijd van. Ik vind gewoon dat de studenten niet van die astronomische bedragen hoeven te betalen voor de boeken die ik in de baas z'n tijd schrijf. Ik had een aanbod van een andere uitgever dat erop neerkwam dat het boek 125 dollar zou gaan kosten. Dergelijke boeken worden veel minder vaak verkocht, misschien ook omdat veel studenten ze illegaal downloaden. Dan heb ik veel liever dat het gewoon voor iedereen





## “ Al die generaties die geacht werden heel anders te zijn, hebben ook filosofen en schrijvers voortgebracht ”

toptijdschriften, is wel het een en ander aan het veranderen. Zeker zo'n boek bij een academische uitgeverij krijgt wel de waardering die het verdient. Ik heb me daar overigens nooit al te veel van aangehouden. In 1997 heb ik *Vierkante ogen* gepubliceerd, daarna in 2002 *Beeldschermkinderen*, gewoon Nederlandse boeken, omdat ik dat belangrijk vond. Dit is mijn vijfde boek. Onze wetenschappelijke artikelen zijn op het eerste en het laatste deel na zo ontoegankelijk. Het is echt belangrijk om de resultaten van onderzoek onder de aandacht van een breder publiek te brengen.

**Daarom spreek ik je maar gewoon als pedagoog aan. Ik vind het fantastisch dat je het doet. De omgang met de media is zo'n worsteling voor ouders. Ik zou het eigenlijk een schandaal vinden als je het niet deed.**

*Vierkante ogen* was een echt opvoedboek. Dat hoef ik nu niet meer te schrijven. Destijds was ik zo'n beetje de enige die aandacht besteedde aan kind en media. Tom van der Voort, mijn promotor in Leiden, was toen al aan het weggaan. Er was geen enkele instantie die mediaopvoeding aanbood en toen dacht ik: dan moet ik dat maar doen. Dat is destijds echt een succes geweest, maar daarna heb je allemaal intermediairs gekregen, zoals Justine Pardoën en Remco Pijpers van *Mijn Kind Online*. Die zijn een steeds grotere rol gaan spelen. Ik word nog heel regelmatig gebeld door journalisten, maar ik verwijs meestal door naar de intermediairs. Laat mij maar onderzoek doen dat weer door hen gebruikt kan worden. Zij lezen de weten-

schappelijke literatuur wel. Er is natuurlijk heel veel veranderd. Toen ik begon, was er alleen nog maar woensdag- en zaterdagmiddagtelevisie voor kinderen. Ons boek wordt inmiddels in de universitaire opleidingen pedagogiek in Utrecht, Leiden en Nijmegen gebruikt. Het is op 15 juni gepresenteerd, maar we hadden eerder al hoofdstukken toegezonden. Vroeger zat ik bij communicatiewetenschap op een eilandje, maar nu zie je dat het onderwerp overal op de agenda staat.

**Wat heeft die internationalisering aan nieuwe inzichten opgeleverd?**

Ik heb zelf in de loop der jaren ook cross-cultureel onderzoek gedaan en wat mij daarbij iedere keer weer verbaast, is dat kinderen in het westen wat hun voorkeuren betreft zo ongelooflijk veel op elkaar lijken. Tussen de landen zijn wel verschillen in beleid en ook opvoedingsstrategieën verschillen, maar als het om de voorkeuren van kinderen en tieners en de ontwikkelingen daarvan gaat, domineren de overeenkomsten. Het is allemaal verrassend universeel. Jongens en meisjes verschillen enorm op bepaalde leeftijden, maar die verschillen tref je in alle landen aan. Nederlandse meisjes lijken op een bepaalde leeftijd veel meer op Amerikaanse meisjes van die leeftijd dan dat ze op Nederlandse jongens lijken. Seksverschillen zijn op bepaalde leeftijden nog altijd gigantisch.

**Wat dat betreft is jullie boek heel overtuigend. Ik zou althans graag willen dat de Nederlandse polderopvoeding waarin de kinderen van**

**jongs af aan bij de beslissingen in het gezin betrokken worden verschillen zou maken, maar dat is niet het geval.**

Er zijn wel verschillen. In de VS zijn ze veel puriteinser als het om seks gaat. Maar dat betekent niet dat jongeren er geen interesse in seks hebben. Heel veel van de voorkeuren zijn echt ontwikkelingsbepaald.

**Wat ik heel overtuigend vond, is de behoefte die jonge adolescenten hebben aan contact, aan gebabbel. Ik sprak er met een vriendin over en zij vertelde dat zij in de jaren vijftig eindeloos met haar schoolvriendin kon doorpraten. Op weg van school naar huis op de fiets bleven ze elkaar thuisbrengen, omdat ze gewoon niet uitgepraat raakten. De sociale media hebben de mogelijkheden tot contact extreem vergroot.**

Al die kleine berichtjes waar wij ons samen zo aan ergeren, moet je zien als één groot pointillistisch schilderij. Samen binden ze. Dat doen de grappen die gemaakt worden natuurlijk ook. Die gaan voortdurend razendsnel heen en weer. Ik stoor me aan de donkere toekomstbeelden die in sommige boeken worden voorgeschoteld. Generatie Y zou door al dat gebabbel en doordat ze elkaar minder vaak zien heel anders zijn. Over de millennials zijn ook zulke boeken geschreven. Maar al die generaties die geacht werden heel anders te zijn, hebben ook filosofen en schrijvers voortgebracht. Men vraagt mij altijd wat het met de

jeugd doet. De technologische ontwikkeling verandert echter niet alleen de jeugd, maar verandert ons allemaal. Als je op een vliegveld rondkijkt, zie je echt niet alleen maar kinderen naar hun smartphone staren. Iedereen zit de hele dag zo. Het gebruik van sociale media is ook onder ouderen gigantisch toegenomen. Over het geheel genomen komt uit onderzoek dat de kinderen van nu wat narcistischer zijn, maar zoals je weet is dat fenomeen heel lastig te onderzoeken. Het kan zijn dat dezelfde vragen door de tijd heen anders geïnterpreteerd worden. Je mag tegenwoordig eerlijker zijn dan vroeger. Maar als het om de psychologische privacy gaat, zou ik staande willen houden dat de kinderen erop vooruit zijn gegaan. Sociale media geven jongeren een groter gevoel van psychologische vrijheid dan ooit tevoren. Zij bepalen zelf met wie ze wanneer waarover praten. In hun vriendschappen kunnen zij door het gebruik van sociale media ook wat ongeremder zijn. Ze hebben dus meer hun eigen ruimte gekregen. Dat daar ongelukken mee gebeuren, is een ander verhaal. Er gebeuren altijd ongelukken. Maar als je inziet dat kinderen zo op veel jongere leeftijd met sociale relaties kunnen oefenen, zie je ineens het voordeel. Terwijl vader of moeder staat te koken, wordt er door de kinderen in gesprek met hun vrienden aan de identiteitsontwikkeling gewerkt. Ze vragen elkaar naar hun mening, ze laten 's ochtends aan vriendinnen zien wat voor kleding ze van plan zijn aan te doen. Dat zijn mogelijkheden die we nooit eerder gehad hebben. Voor ons is het wellicht triviaal, maar op die

beschikbaar is. Ik krijg ook veel e-mails uit ontwikkelingslanden, waar ze veel minder toegang hebben tot bibliotheken. Op mijn vakgebied, de communicatiewetenschap, zijn de tijdschriften nieuw en dus door hen niet te raadplegen.

**Is er aan de universiteit wel ruimte om zo'n boek te schrijven?**

In het eenzijdige beleid, gericht op publicaties van artikelen in de zogenaamde



# “Sociale media geven jongeren een groter gevoel van psychologische vrijheid dan ooit tevoren”

leeftijd is het van het grootst mogelijke belang. Het valideren van de identiteit begint in de vroege puberteit. Uit ons onderzoek blijkt dat die eerder gestimuleerd wordt omdat ze er op jongere leeftijd mee kunnen beginnen, het voorzigtiger aan kunnen doen en een grotere keuzevrijheid hebben als het erom gaat met wie ze dat doen. Intieme zaken bespreek je met vrienden, maar ook jongeren die tot een minderheid behoren hebben de mogelijkheid om een eigen identiteit te ontwikkelen. Er is een grotere gelegenheid tot afstemming met gelijkgestemden.

## Hoelang wordt er eigenlijk al systematisch onderzoek gedaan naar de invloed van media?

De eerste empirische studies naar jeugd en media, de Payne-Fund studies, dateren uit 1933. William Short, de directeur van het toenmalige Motion Picture Research Council, had er bij de filantroop Frances Payne Bolton veel geld voor los weten te krijgen. Er zijn toen twaalf studies naar allerlei aspecten van mediagebruik gedaan. Eigenlijk werd toen al gevonden – het is achteraf ongelooflijk hoe *sophisticated* het onderzoek toen al was – dat de effecten van de media niet zo groot waren en dat niet alle kinderen en tieners in gelijke mate werden beïnvloed. In de crisisjaren en in de Tweede Wereldoorlog heeft het aan dergelijke onderzoeken ontbroken. Die werden pas weer in de jaren zestig gedaan.

Keer op keer wordt gerapporteerd dat de invloed over het geheel genomen beperkt is, maar dat bepaalde kinderen een bijzondere

gevoeligheid vertonen.

Wij proberen op aselechte steekproeven onderzoek te doen. Als je zo'n heterogene groep kinderen onderzoekt, kun je dus heel grote verschillen tegenkomen. We kennen natuurlijk de verhalen van ouders over vooral jonge kinderen die heel heftig reageren. Maar hoe kom je er in onderzoek achter welke kinderen gevoeliger zijn dan andere? In veel onderzoek is nog steeds te weinig aandacht voor individuele verschillen tussen kinderen. Dat geldt ook voor het onderwijsonderzoek. De laatste tijd zie je wel dat er steeds meer gebruik wordt gemaakt van een gepersonaliseerde aanpak. Maar hoe moeten we die subgroepen definiëren? Gaat het bij de invloed van televisie op agressie om de kinderen die hoe dan ook al agressief waren? Zijn het de kinderen die het thuis niet zo goed hebben? Zijn het de kinderen met een bepaald temperament? Of is de gevoeligheid voor omgevingsinvloeden genetisch bepaald? Er is een groot gebrek aan modellen waarmee we kunnen nagaan welke kinderen meer en minder gevoelig zijn. Laatst was ik bij een lezing over opvoeding van Jay Belski. Ik heb hem na zijn verhaal gevraagd welke kinderen nu vooral gevoelig zijn voor invloeden uit hun omgeving. Hij zei dat ik naar het DRD4-gen moest kijken. Ik stond versteld. Wat schieten we daar nu mee op?

Hoofdstuk 9 gaat over Advertising and Commercialism. Daarin kwam ik deze uitspraak tegen: 'Reclame voor de jeugd verbieden is noch realistisch noch redelijk. We leven nu eenmaal in een consumptiemaat-

schappij.' Daar was je in de jaren zeventig niet zomaar mee weggekomen. Ik realiseer me dat die opmerking vandaag als vorm van cultuurmarxisme zal worden gekwalificeerd, maar ik hang nogal aan de analyse van Herbert Marcuse bijvoorbeeld, dat de consumptiemaatschappij ons door middel van reclame behoeften aanpraat die we helemaal niet hebben.

We benadrukken dat er in het geval van kinderen, die reclame als entertainment zien, weer een taak voor de opvoeding ligt. Maar een maatschappij zonder reclame is gewoon onvoorstelbaar geworden. Er is overigens nu weer discussie over het reclamevrij maken van de publieke omroep. De BBC is reclameloos en de BRT/RTB ook. Maar hoe je het ook wendt of keert: reclame is overal. Rond het online entertainment voor kinderen krioelt het van de reclame. Een van de grote vragen is nu hoe te voorkomen dat er allerlei data bij kinderen wordt verzameld zonder dat zijzelf of hun ouders daarvan op de hoogte zijn. Door middel van cookies, vragenlijsten en prijsvragen komt men van alles van ons te weten. En daardoor kan wat er nu op ons afkomt nog perfecter op ons worden toegesneden. Het gaat allang niet meer zozeer om de invloed van reclame. De nieuwe debatten gaan over privacy, over dataverzameling, over filterbubbles en echochambers. We stellen ons volstrekt andere vragen dan in de jaren tachtig. We kunnen ons druk maken over de mediawijsheid van de kinderen, maar met alle fakenieuws is dat een zorg voor iedereen geworden.



## Wat hebben al die ontwikkelingen voor gevolgen voor de media-opvoeding?

Ook de mediaopvoeding is totaal veranderd. Vroeger was de vraag hoe je moest omgaan met wat er allemaal op kinderen afkomt. Het ging om mediëren, om de uitleg van wat dat allemaal betekende. Dat is ook volkomen veranderd omdat de kinderen tegenwoordig zelf zoeken, om de ouders heen. Omdat het internet interactief geworden is, is mediëren niet genoeg meer. We moeten meer dan ooit proactief zijn en de moderne open relatie tussen ouders en kinderen is daarvoor ook meer nodig dan ooit. Alles gebeurt online, alles komt online op kinderen af, dus ouders moet veel meer voelsprietten hebben dan ooit tevoren. Om het opvoeden voor ouders mogelijk te maken moeten de kinderen naar de ouders komen, want de ouders kunnen allang niet meer zien wat ze allemaal meemaken. Voor die kennis zijn ze grotendeels afhankelijk van de kinderen. Kinderen zijn gewend om met anderen te praten

zonder dat ze hen zien. De komende vijf jaar zal daarbij de virtual assistent steeds belangrijker worden. Meer dan 60 procent van de 16- tot 30-jarigen gebruikt één of meer van die *matchmaking apps* zoals Tinder of Happen. Als je een discussie op Facebook Messenger hebt, komt binnenkort de virtual assistant M er regelmatig tussendoor die zegt: 'Ik zou dat doen.'

## Wat staat ons nog meer te wachten?

Ik voorzie voor de komende vijf jaar ingrijpende veranderingen. Dat heeft te maken met ontwikkelingen op het gebied van de artificiële intelligentie. Mijn Siri, de virtual assistant van Apple, wist een jaar geleden nog niet hoeveel 1 + 1 was; nu zet ze mijn wekker, belt iedereen, geeft adviezen, geeft het weerbericht door... Je kunt haar echt van alles vragen en ze geeft antwoord. Ze is nog steeds behoorlijk dom, maar ze wordt snel intelligenter. En wat ik het interessante vind is dat ik 'ze' zeg. Waarom doe ik dat? Het zit in ons brein ingebakken dat wij menselijke

★  
Interview  
.....  
BAS LEVERING

eigenschappen toedichten aan dit soort software. Dat is razend interessant. Ook in de klinisch psychologische praktijk staat het gesprek van patiënten met robots voor de deur. Een virtual assistant is een robot zonder lijf. Ik ga nu onderzoek doen naar hoe jongeren zich uiten in de omgang met virtual assistants. Misschien zijn de virtual assistants nu nog niet slim genoeg, maar over twee jaar wel. Ik zie het gewoon gebeuren. Siri leert van mij. Ze geeft antwoorden waar je om moet lachen. Voor de jongeren van nu – en voor mij, want ik doe net zo hard mee – zal het gewoon worden om met robots te praten. We zijn door de opkomst van de messengers en de sociale media gewend geraakt om in contact te staan met veel mensen die we niet zien. Dat doen we meer dan ooit en met mensen over de hele wereld. Ik kijk op de Facebookpagina van collega's in Amerika. Ik vind het leuk om te zien wat daar gebeurt. Maar we gaan een stap verder, van communiceren met echte mensen op afstand, naar communiceren met virtual assistants en robots. Er is nog weerstand, maar die zal verdwijnen. ★

BAS LEVERING

Patti M. Valkenburg & Jessica Taylor Piotrowski.  
*Plugged In. How Media Attract and Affect Youth.*  
ISBN 9780300218899;  
328 pagina's; € 32,50.  
Gratis te downloaden  
(yalebooks.yale.edu/  
book/9780300218879/  
plugged).

