



De hunkerende generatie

• door Peter van Beugen



Hoewel het boekje al drie jaar geleden is verschenen, past het inhoud zo goed bij het thema van deze Focus – opvoeding en social media – dat we het toch graag bij de lezers onder de aandacht brengen. Het 96 pagina's tellende boekje is geschreven door Els van Dijk, die al jaren directeur is van de Evangelische Hogeschool. Vanuit die hoedanigheid heeft ze vele honderden jongeren van dichtbij meegemaakt en heeft ze ook betrokkenheid getoond bij hun belevingswereld. We bevelen het zonder meer ter lezing aan bij iedereen die op een of andere manier betrokken is bij jongerenwerk.

Na een korte inleiding beschrijft Els in het hoofdstuk “Vermoeid en verward” de complexiteit van de wereld die wij, ouderen, nalaten aan onze jongeren. Het volgende hoofdstuk “Belevingscultuur” schildert de wereld van de jongerencultuur. Die lijkt zo mooi met al de keuzevrijheid en de vrijblijvendheid, maar leidt – paradoxaal genoeg – juist alleen maar tot meer verwarring en onzekerheid. Het hoofdstuk “Informatiemaatschappij” neemt – hoe kan het ook anders – een centrale plaats in in het boek en daar kom ik later uitgebreider op terug. Het boekje sluit af met het hoofdstuk “Verlangen wekken”. De kracht van dit hoofdstuk is dat het heel nadrukkelijk niet gericht is tot jongeren maar tot ouderen en heldere aanwijzingen geeft waar

zij op kunnen letten in de omgang met jongeren. Het boekje is doorweven met voorbeelden die uit het leven zijn gegrepen en verbindt deze voorbeelden met de thematiek die Els aan de orde stelt.

Ik wil nu doorgaan naar het onderwerp van de informatiemaatschappij en wil de inhoud van het boekje voor zichzelf laten spreken door er tamelijk uitvoerig uit te citeren. Wellicht dat daardoor bij u de lust wordt opgewekt om ook van de rest van de inhoud kennis te nemen! Ik begin te citeren uit de paragraaf infobesitas : ‘de angst om er niet bij te horen, om iets te missen van de grote hoeveelheid informatie, maakt jongeren ziek. Die angst wordt infobesitas genoemd. Het is de nieuwe trend met als klachten: vermoeidheid, slaapgebrek en concentratieproblemen. Met de komst van de nieuwe media wordt er op de jongeren een tsunami van informatie afgevuurd en zij zoeken deze overvloed zelf ook heel actief op. De mediaconsumptie krijgt verslavende kenmerken. Het continu bereikbaar zijn en continu alles willen volgen, in volledige privacy, buiten het blikveld van docenten en ouders en toezicht van andere volwassenen, heeft een keerzijde: informatiestress’ (p.19).

>>



Drs. Els J. van Dijk,
De hunkerende generatie, 2011,
CBC 't Gulden Boek bv, Houten

'Het feit dat jongeren zo graag gezien worden op sociale sites en dus in sociale netwerken, moet gezien worden tegen deze achtergrond. Zij willen gekend en erkend worden. En als het 'echte leven' wat dit betreft weinig lijkt te bieden, wordt het daar gezocht waar het leven zich in werkelijkheid lijkt af te spelen: op hun beeldscherm. Het is nogal veelzeggend dat een tiener die een dag niet wordt gebeld zich niet gewent weet. Waar de generatie boven hem constateert dat het 'lekker rustig was vandaag' op dit punt, trekken tieners heel andere conclusies. En dat heeft weer alles te maken met hun dieperliggende verlangens, waarvan zij zich overigens lang niet altijd bewust zijn [...] Jongeren zoeken meer en meer hun uitvlucht in simpel vermaak en een virtuele realiteit. Niet uit onverschilligheid, maar uit onmacht. Er lijkt een deken van apathie en lethargie over hen te liggen, maar deze heeft wel een oorzaak [...] Er is zoveel gaande in de wereld waar we dagelijks van op de hoogte worden gehouden, dat het steeds aantrekkelijker en zelfs noodzakelijk wordt om een muur op te trekken om zo bewust niet te worden meegesleurd in de draaikolk van tragiek die iedere nieuwe gebeurtenis met zich meebrengt. Niet voor niets zijn 'chill' en 'relax' onze toverwoorden' (p.26-30).

In het hoofdstuk 'de informatiemaatschappij' vervolgt Els: 'De traditionele samenleving, maar zeker ook nog de verzuilde samenleving zoals we die in Nederland tot in de eerste helft van de vorige eeuw kenden, kenmerkte zich door een grote gezamenlijkheid als het gaat om normen en waarden. De socioloog Durkheim noemde dat een heel hecht conscience collective.... Juist de audiovisuele media hebben aan de doorbreking

van de verzuiling een belangrijke bijdrage geleverd. Met het toenemen van het amusementsgehalte van met name de televisie werd het onderscheid tussen de verschillende omroepen steeds minder duidelijk. Inmiddels is aangetoond dat de levensbeschouwelijke achtergrond van kijkers geen criterium meer is voor de programma's die bekeken worden. De samenleving is uiteengevallen. Er is geen inhoudelijk gemeenschappelijk element dat mensen bindt... Bij jongeren treedt een verschuiving op als het gaat om de invulling van hun normen- en waardenpatroon. Het zijn niet langer de beginselen die zij vanuit hun kerk en gezin met zich omdragen, maar meer en meer gebruiken zij soaps, politseries, comedy's en jongerenseries om zich een oordeel te vormen over morele kwesties en om te laten zien wie ze zijn en waar ze in het leven voor staan' (p 41-44.)

'Moderne media zijn meer dan middelen die ons ter beschikking staan. Als we er veel mee werken, hebben zij invloed op ons functioneren en ons denken. Dat stelt Nicholas Carr, deskundige op het gebied van de moderne media en het menselijk brein. Enkele jaren geleden merkte hij op dat hij in zijn denken anders begon te functioneren. Hij kon zich slecht concentreren en was snel afgeleid. Na verloop van tijd viel hem op dat hij zich permanent begon te gedragen alsof hij achter de computer zat. Hij was onrustig en had in zijn hoofd steeds een bepaalde honger naar nieuwe informatie... Carr stelt derhalve dat het veelvuldig gebruik van internet de hersenen permanent verandert. Je vertoont na verloop van tijd ook internetgedrag als je niet op internet zit. En het omgekeerde geldt ook: als je bepaalde dingen niet meer doet, verliezen je hersenen

ook de interesse daarin... het zou wel eens kunnen zijn dat op termijn de veelgebruikers van internet en multitasken dreigen hun creativiteit te verliezen, hun probleemoplossend vermogen, het talent om conceptueel te denken en zich diep te concentreren op een moeilijke tekst' (p.52,53).

In het boekje van Els komen tal van verschijnselen ter sprake die wij zo enorm goed herkennen: verdwijnend verantwoordelijkheidsgevoel, individualisering die doorslaat in vrijblijvendheid, normvervaging, de sociale 'vluchtheuvel' van de mediatechnologie, omdat een gewone conversatie als te confronterend kan worden ervaren. We zien het dagelijks om ons heen. Een snapchat is een boodschap die maximaal 10 seconden zichtbaar blijft voor de ontvangers en daarna verdwijnt: de vluchtigheid van het leven ten top. En dan is er nog dubsplash, instagram, youtube, netflix, de ontelbare hoeveelheid glossy, games, humor sites, er is te veel om op te noemen. Zelfs wanneer we de overvloed aan geweld en losbandigheid buiten beschouwing laten en alleen de onschuldige apps en media meerekenen, stellen we vast dat de tegenstander van onze zielen een walk-over overwinning behaalt in het geestelijke leven van de opgegroeide generatie. Alleen snelle prikkels winnen hun aandacht, er is voortdurend iets nieuws

dat je ook gezien moet hebben, hun hersencentra draaien overuren om bij te blijven in het digitale vermaak. Rust en concentratie wordt hun onmogelijk gemaakt. Stille tijd houden wordt bijna een pijniging. Jongelui raken in paniek als ze hun telefoon moeten afstaan, als 'het internet er uit ligt' en ook de televisiekabel nog eens is opgeborgen: '... en wat moeten we nu doen?' Het is niet overdreven om te zeggen dat er op grote schaal een verslaving is: een generatie van digiholics. Nee, internet is niet verkeerd, e-mail niet, facebook niet en WhatsApp ook niet. Maar de tol die het eist op ons sociale en geestelijke leven is een orde groter dan die van de opkomst van de televisie. De oudere generatie moet er - samen met de jongere generatie - mee leren omgaan. Leren grenzen stellen, leren zelf nee te zeggen, leren keuzes maken, leren first-things-first te stellen, leren dat er gewone gezelligheid is met elkaar - het is maar een greep uit de voorbeelden die we hen moeten stellen. Wie begint na te denken over het onderwerp opvoeding en sociale media kan al gauw het gevoel bekruipen dat hij er misschien wel laat mee begonnen is, maar te laat is het nooit. Het boekje 'De hunkerende generatie' kan een goede aanzet zijn.

