

# INHOUD

De filmpjes	9
Het publieke leven van de smartphonegeneratie	13
Populair	28
Gewoonte	42
Calvin Klein	64
Kleine beroemdheden	79
Het perfecte plaatje	105
Je zou mijn foto eens moeten zien	122
Drama	136
Nieuwe meisjes	156
Dankwoord	181
Bronnen	183

# DE FILMPJES

Sophia kreeg de filmpjes via Snapchat.

Er was ruzie geweest om een jongen. Een vriendin had een *crush* op die jongen, maar hij vond háár leuk en niet die vriendin. En zij zag hem eigenlijk ook wel zitten. Het was drama en er kwam ruzie.

Het was het voorjaar van de brugklas en Sophia was een *it-girl* op haar school. Ronde wangen en donkere wimpers, een eigen kledingstijl en een goed figuur. Echt een meisje nog, maar ze had al aardig onder de knie hoe zo volwassen en aantrekkelijk mogelijk te poseren voor een foto. Dingen staan haar. Ook haar uitzonderlijke zelfvertrouwen, dat vergezeld gaat van een glimlach en een *hug* en misschien een kleine snauw als iemand ongeraagd een patatje van haar bord pakt of denkt iets beter te weten. Ze is de *queen bee* van haar vriendengroep, naar

wie de ruimte zich voegt en tot wie jongens en vriendinnen automatisch worden aangetrokken. Ze noemt je 'schatje' en zegt '*I love you*', maakt dat je je bijzonder voelt.

Maar vriendinnengroepen fluctueren in samenstelling, vooral in de eerste klas, en op dat moment boterde het dus even niet tussen Sophia en de vriendin in kwestie – laten we haar Lisa noemen. Lisa was overgelopen naar een ander cliëkje. Dat weekend waren de meisjes ieder op een ander logeerpartijtje en vond er via de telefoon een scherp getwist plaats tussen de twee groepjes.

En toen kreeg Sophia die filmpjes toegestuurd.

De drie meisjes van het andere groepje hadden elkaar gefilmd in hun ondergoed. In het eerste filmpje hangen ze giechelend tegen elkaar aan, de rug hol om de billen te benadrukken. 'Wij haten Sophia,' zeggen ze, en dat ze houden van Lisa. In het tweede filmpje houden ze een kussengevecht. 'Ze is het liefste meisje dat ik ken, dus ik snap niet waarom je kanker haar hebt laten vallen,' zegt Annelot – ook al zo'n it-girl op hun school, Sophia's blonde evenknie. In het derde filmpje zingt ze, nadat ze van haar vriendin een speelse lik over haar wang heeft gekregen: 'Wat hebben we aan? Calvin Klei-hein.'

Dat laatste zit nog steeds in het collectief geheugen van hun Amsterdamse leeftijdsgenoten. Als het over deze filmpjes gaat, dan gaat het over 'Calvin Klein'. Niet de verbale boodschap, maar wat de meisjes zeiden met hun voorkomen, hun houding, hun Calvin Kleins, bleef hangen. En het deuntje. 'Calvin Klei-hein.'

Waarom zouden ze zulke filmpjes sturen naar iemand die hun slechtgezind was? Zaten ze toevallig in hun ondergoed toen de behoefte zich aandiende een statement te maken naar hun rivaal? Waren ze dronken, zoals ze zelf wel eens gezegd hebben, of was dat een smoesje, om nog een beetje stoer over te komen?

Hadden ze zoiets op Instagram voorbij zien komen? Bedacht dat het verleidelijk zou zijn om een kussengevecht te houden in hun ondergoed? Calvin Klein was 'een ding' in die tijd, het merk werd gezien als cool en sexy. Wilden ze aandacht trekken?

Of wilde het overgelopen meisje, dat de hele week al *snapjes* kreeg over hoe 'supergezellig met Sooph' het was, op deze manier laten zien dat zij het ook gewoon gezellig had zonder haar?

Rechtsboven op Sophia's telefoonscherm telde een timertje de seconden af tot de filmpjes automatisch verwijderd zouden worden. Via Snapchat ontvangen berichten kunnen niet worden opgeslagen, en als iemand een screenshot maakt krijgt de verzender daar melding van. Wat wel kan, is een Snapfilmpje heimelijk vastleggen met een tweede telefoon.

Dat deed Sophia. Niet dat ze echt van plan was er iets mee te doen. Als dit online kwam zou het snel rond kunnen gaan, misschien nooit meer verdwijnen. Maar ze vond het gewoon fijn om te hebben. Ze had goud in handen.

Ze belde een goede vriendin, die waarschuwde: 'Niet

doorsturen, dat moet je echt niet doen.’ Misschien had ze naar haar geluisterd als ze niet vervolgens was gebeld door de ex van een van de Calvin Klein-meisjes, een populaire jongen. Hij en een vriend hadden vanaf hetzelfde logeerpartijtje foto’s opgestuurd gekregen à la ‘jammer dat dit jullie exen zijn’ en hij had gehoord over de filmpjes. Klopte het dat Sophia die had?

‘Stuur de video’s *please please please* naar me door,’ zei hij.

Sophia was boos, ze had ruzie, ze had er de balen van. ‘Het was zo’n stressmoment. Ik snap het niet, je hebt zoveel ruzie met iemand, waarom geef je diegene dan de macht over zulke video’s?’ Ze dacht: bekijk het maar, weet je wel. Ze stuurde de filmpjes, naar hem en naar een paar vriendinnen.

‘Stuur door naar iedereen,’ schreef ze er nog even bij, onder druk van de twee meisjes met wie ze samen was – maar een minuut later bedacht ze zich. ‘Nee, niet doorsturen. We krijgen problemen met iedereen van het Museumplein.’ Daarmee bedoelde ze de mensen met wie ze daar soms rondhingen, jongens van de mavo.

Maar haar vriendinnen deelden de filmpjes met andere vriendinnen, die ze deelden met hun vrienden en exen en bekenden. Met een populair Instagramaccount dat ‘de knapste meisjes van de buurt’ etaleerde. Als een olievlek liepen de beelden de digitale openbaarheid in. Ze zouden bekend worden in heel Amsterdam, en bekeken tot ver daarbuiten.

# HET PUBLIEKE LEVEN VAN DE SMARTPHONE- GENERATIE

Met een bos krullen als die van Suzy heb je weinig meer nodig om goed op de foto te staan. Ze zijn vol en met veel, van een oranjebruin dat haar grote ogen helder doet afsteken. Vijftien is ze, dat ben je maar één keer, picture perfect. Niets meer aan doen.

Maar kijkt de camera haar kant op, dan duwt ze haar handen in haar knieën en bewegen haar schouders naar achteren. Wijst haar kin omhoog, verscherpt haar blik, met de mond lichtjes open, verdwijnt haar leeftijd. Lijkt ze niet meer onbevangen, maar zelfverzekerd, iemand die je niets moet maken.

Het gebeurt compleet onwillekeurig, ze kan het niet helpen. Zelfs nadat we het benoemd hebben en er samen om hebben gelachen toen het weer gebeurde. Is de lens even naar beneden gericht, dan is daar Suzy van vijf-

ten, met een slotjesbeugel en lange ledematen, een brede lach. Verdwijnt het oog van de fotograaf achter zijn toestel: schouders laag, ogen scherp, mond open. Ze is er nou eenmaal in geoeftend het plaatje naar haar hand te zetten.

Met haar iPhone 6 kan ze de hele dag door kiekjes schieten. Leuke, mooie en grappige om te appen en te snappen. De beste zijn scherp, hebben een uitstekende belichting, vergden soms wat voorbereiding en nabewerking, en staan op haar primaire Instagrampagina. Vriendinnen beschrijven Suzy's Instagrampersona als 'cool en uniek', iemand die niet alleen maar mooi wil overkomen, maar ook foto's zou kunnen delen van een bijzonder voorwerp. Haar moeder zegt soms over een foto: kind, je lijkt wel twintig.

Instagram is, in Suzy's woorden, 'een profiel van wie je bent'. 'Het is gewoon: "Dit ben ik."' Maar dan wel de 'sociale, zekere, aardige, mooie kant' van jezelf. 'De kant waarvan mensen zouden denken: O! In plaats van: O. Waarvan mensen denken: zij lijkt me wel tof.' Haar vriendin Aenea, een pienter meisje met fijne gezichtstrekken, vergelijkt het met hoe je je kleding uitkiest en hoe je daarmee wilt bepalen hoe je overkomt. Echt een goede vergelijking, vindt Suzy. Toevallig weet ze zich ook erg goed uit te drukken met haar kleding, dankzij haar gedegen kennis van de beste vintagewinkels.

Vandaag zit ze in een echte fotostudio voor een shoot met een professionele fotograaf en professionele belich-

ting, styling en visagie – deze foto hoeft ze zelf niet te construeren. Ze wordt vastgelegd omdat ik haar, Aenea, Sophia en nog drie van haar beste vriendinnen (plus nog een reeks andere tieners op verschillende plaatsen in Nederland) de maanden ervoor heb gevolgd en uitgebreid heb geïnterviewd over hun leven met de smartphone. Het voorlopige verhaal zal met deze foto's in het oktobernummer van *Vrij Nederland* verschijnen.

Suzy's generatie is de eerste voor wie het online leven vanzelfsprekend hand in hand gaat met het offline leven, wier puberteit nauw verbonden is met de gezamenlijke opkomst van de smartphone en sociale media. Suzy en haar leeftijdgenoten kennen geen middelbare school zonder de massieve bericht dichtheid van WhatsApp, of de dagelijks uitgewisselde Snapchatfotootjes die vriendschappen bestendigen; geen middelbare school waar cijfers en roosterwijzigingen níét digitaal worden gecommuniceerd.

Ze hebben de tijd van voor het internet niet meegeemaakt, en daarom gaf de Amerikaanse psycholoog Jean M. Twenge ze de naam 'iGen'. Met de 'i' die staat voor internet, zoals in iPhone. iGen'ers zijn geboren in of na 1995, wat door sommigen wordt gezien als het geboortjaar van het commerciële internet. Van Twenge verscheen in 2017 het boek *iGen*, waarin ze stelt dat deze tieners vooral in hun tijdbesteding fundamenteel verschillen van hun voorgangers, de millennials.



Twenge heeft de afgelopen vijftwintig jaar onderzoek gedaan naar de verschillen tussen generaties, en was eraan gewend geraakt dat de grafieken die de culturele veranderingen aantoonde eruitzagen als vriendelijke heuvels. Maar rond 2012 werden het plots steile bergen met scherpe afdalingen, die grote omwentelingen impliceerden in bijvoorbeeld gelukservaring, uitgaansgedrag en visie op seks. ‘Zoets had ik nog nooit gezien,’ schrijft Twenge.

Een patroon deed zich voor: de meeste veranderingen hadden hun wortels in 2011 of 2012 – te laat om toe te schrijven aan de grote recessie, maar wel precies het punt dat meer Amerikanen wel dan niet een smartphone bezaten. En niet alleen Amerikanen: veel van de *generational shifts* die Twenge ontdekte, ontvouwen zich volgens haar tegelijkertijd in andere geïndustrialiseerde landen waar de *smartphone boom* op ongeveer hetzelfde moment plaatsvond, met vergelijkbare gevolgen.

Die gevolgen zijn voor de huidige tieners, die meer dan tachtig keer per dag op hun telefoon zouden kijken, niet alleen positief, meent Twenge. Ze noemt de iGen in haar ondertitel ‘totaal niet voorbereid op het volwassen leven’ en verbindt hun smartphonegebruik aan een geestelijke gezondheids crisis. Onderzoek van de Universiteit van Amsterdam nuanceert dat beeld voor Nederlandse jongeren, bij wie de positieve emoties en gevoelens lichtelijk de overhand hebben bij het gebruik van sociale media. Maar het was niet verassend dat de

voorpublicatie van Twenges boek op de site van het politiek-culturele blad *The Atlantic* snel viraal ging en ook in Nederland veel werd gelezen. Dit gaat namelijk niet alleen over een leeftijdsfase waar moeilijk vat op te krijgen is, maar ook over technologische en culturele ontwikkelingen waarvan we de consequenties slecht kunnen doorzien.

En het gaat over onszelf. Want hoe tieners zich gedragen met hun smartphone verschilt echt niet zoveel van hoe wij met dat ding omgaan.

Zij zijn er alleen wat eerder bij, deze *early adopters* die vaak als eersten een nieuwe technologie of applicatie omarmen – en zijn er misschien wat heftiger en intensiever mee in de weer. Zij benadrukken, in de woorden van socialemediawetenschapper danah boyd\*, ‘het complexe samenspel tussen privacy en openbaarheid in de genetwerkte wereld waar we allemaal in leven’.

In dat samenspel zit volgens mij precies besloten wat deze generatie onderscheidt van de rest: zij leidt van meet af aan een publiek leven. Naast hun fysieke tegenwoordigheid hebben deze tieners een pertinente aanwezigheid op internet, waar iedereen die ze kennen, of in ieder geval iedereen door wie ze gevolgd worden, hen kan zien.

Zij vogelen op dit moment uit hoe het leven zich tot

\* Uit persoonlijke en politieke overwegingen heeft boyd besloten dat haar naam niet met hoofdletters wordt geschreven.