

A yellow speech bubble with a black outline, containing the word 'JEUGD' in a dark, hand-drawn style font.A yellow speech bubble with a black outline, containing the word 'TRENDS' in a dark, hand-drawn style font.A yellow speech bubble with a black outline, containing the year '2019' in a dark, hand-drawn style font.

In de Jeugdtrends schetsen we kort een beeld van de huidige samenleving waarin onze jongeren leven en opgroeien. De vraag die de Jeugdtrends wil beantwoorden is: Hoe reageert de jeugd op die samenleving? Wat betekent dit voor geloven en kerk-zijn voor jongeren? Wat is ons daarin het afgelopen jaar opgevallen? En hoe kunnen wij als kerk hierop reageren?

LEESWIJZER

De Jeugdtrends, gestart in 2014 door het NGK Jeugdwerk, komen sinds 2017 tot stand in samenwerking met diverse organisaties van INNOV8-netwerk van MissieNederland. Vanuit hun praktijkervaringen geven deze organisaties invulling aan de Jeugdtrends. Bij de woorden 'jeugd' en 'jongeren' denken we aan de leeftijdsfase van ongeveer 12 tot 24 jaar. De periode waarin identiteitsvorming centraal staat.

Een vloeibare identiteit

Elk jaar constateren we dat de scheidslijnen die door de samenleving heen lopen de jongeren op allerlei manieren indelen: gender, afkomst, opleidingsniveau, ergens-jongeren of overal-jongeren en meer van die typering. Het zijn labels die jongeren deels als prettig ervaren om hun identiteit te laten zien, maar ze vinden ze ook beperkend, omdat maar een deel van de eigen opvattingen en voorkeuren passen bij één bepaald label. Labels die vooral door de mainstream media en bedrijven gebruikt worden om groepen mee aan te wijzen en zo het gedrag en de opvattingen te beïnvloeden.

Het vormen van een identiteit hoort bij de levensfase van tieners en jongeren en vindt nog altijd plaats in een groep. Een groep waarin sommige keuzes al gemaakt zijn: hoe je eruit ziet, wat je eet, zegt of doet. Bovendien kunnen jongeren dankzij de digitale werkelijkheid kiezen uit talloze groepen. Er is een enorm aanbod aan labels met bijbehorende groepen en de scheidslijnen ertussen zijn zo dun geworden dat ze nauwelijks meer iets zeggen. Dat maakt identiteitsontwikkeling ingewikkeld. De identiteit van de jongere beweegt zich voortdurend van het ene naar het andere label; identiteit is vloeibaar geworden.

Trend 1 - Uniek & divers

Jongeren hebben de beïnvloeding die gericht is op een label voor een deel goed door, meestal herkennen ze dat beter dan volwassenen. Op een enkeling na zijn ze daar absoluut niet naïef in. Aan jongeren worden ondertussen zoveel labels uitgedeeld, op basis van allerlei losstaande gegevens, dat het niets meer lijkt te zeggen over hoe jongeren zichzelf zien. Jongeren willen meer zijn dan de uitkomst van een algoritme, meer dan de cookies van mediakanalen, de registratie door school of door de overheid.

Jongeren willen uniek zijn. Niet alleen echt zichzelf zijn, maar ook echt uniek. Ik weet wie ik ben en daarvan is er maar één. Die uniciteit willen ze uitdragen; je bent geen verzameling van data. Als uniek persoon luisteren ze naar nederhop, alternatieve rock, carnavalskrakers en Hillsong, gaan ze naar de kerk, sport en clubs en spelen ze Fortnite of een bordspel met familie of vrienden. Wat vroeger ondenkbaar was om te combineren, omdat het bij verschillende groepen hoorde, is nu voor jongeren geen punt meer: waarom moet er van alles gescheiden worden, alles kan toch juist met alles samengaan?

Zo zien we jongeren weer vaker dan voorheen statements maken, waarmee zij zichzelf proberen te onderscheiden van de rest. Omdat ze zo graag uitgesproken uniek willen zijn, bewonderen ze mensen die zichzelf als uitgesproken uniek profileren, zoals influencers op Youtube dat doen.

Hoe help jij jongeren uniek te zijn en hoe plaats je dit in het kader van geloven?

In de kerk

Geloof gaat om een levenshouding. Het laat een uniek element zien van wie je bent.

Het geloof in God, het op Jezus vertrouwen, naar de kerk gaan en meedoen met het jeugdwerk, vloeit naadloos over

in het leven van alledag en dus moet geloof een uniek element laten zien dat nergens anders te vinden is. Het zien van wereldgelijkvormigheid bij volwassen gemeenteleden is dan ook een absolute afknapper.

Jongeren zien Google als bron voor bijbelkennis. Ze zoeken zelf op wat ze willen weten. Daardoor zijn er minder geijkte geloofsantwoorden en uiteindelijk minder dogma's waaraan ze vasthouden. Uiteindelijk leidt dat tot een meer vloeibare, en daarmee misschien ook wel minder krachtige geloofsbeleving.

Zelf authentiek blijven als unieke jongere is moeilijk. Dus kijken tieners en jongeren naar identificatiefiguren die hen helpen, begeleiden en het voorbeeld geven om hun identiteit te vinden; de jeugdleider als 24/7-zoekmachine.

Omdat christen-zijn een identiteit is, een statement, een manier om uniek te zijn, kan de jeugdleider, als hij of zij zich uitgesproken als christen profileert, een influencer zijn.

Trend 2 - Ongrijpbare groepen

Het directe gevolg van de wil om uniek te zijn is dat groepsverbanden zich richten op hun eigen unieke ding, want dat biedt veiligheid. De confrontaties om gelijkvormig te worden blijven langer uit en wat in de ene groep ondenkbare opvattingen zijn, vindt in een andere groep wel een plek.

Voor buitenstaanders is het moeilijk om contact met dit soort groepen te krijgen die zich, vanuit het belang van de groep, samen richten op steeds wisselende memes (een afbeelding of clip die herkenning of gedeelde beleving oproept), interesses en influencers. Herkenbare zoekwoorden, zoals die bij een studie- of jeugdvereniging, zijn er niet. Gevolg is dat sommige jongeren de aansluiting niet (kunnen) maken en volwassenen niet van dit soort groepen weten.

Verbind jij jongeren aan elkaar en aan anderen binnen de gemeente van Christus?



In de kerk

In de kerk zijn we gewend aan het indelen in groepen van tieners en jongeren op basis van leeftijd. Daarin worden alle leeftijdsgenoten op een hoop gegooid en aangesproken op een onaantrekkelijk label. Zoek in de kerk daarom naar wat jongeren onderling verbindt en maak via dat unieke element contact. Dan wordt de jongere aangesproken als individu en niet als groep.

De jeugdwerkgroepen van de kerk zijn goed te vinden, ook voor buitenstaanders, maar daar komen meestal niet alle jongeren naartoe. Maak contact met jongeren die niet naar de kerk komen door aan te sluiten bij iets dat niets met de kerk te maken heeft. Vraag de jongeren uit je jeugdgroep ernaar, via hun andere groepen kan het contact weer gelegd worden.

Trend 3 - Doeners

In de omgang met jongeren is gezag op basis van functie of taak zo goed als verdwenen. Het internet is daarvoor in de plaats gekomen. Daar kun je altijd wel iemand vinden met dezelfde mening als jij. 'Het wordt gezegd op het internet' is de enige bevestiging die je nodig hebt. Er moet alleen wel iets van ervaring doorklinken vanuit het echte leven. Dit in tegenstelling tot de deskundigen in artikelen en talkshows, al zien we daar ook steeds meer echte mensen aan tafel. Het delen van een mening vanuit eigen ervaring is belangrijker geworden dan het delen van kennis.

Wat zeker meewerkt aan dit positieve beeld van ervaring, het zelf doen, zijn de werkgelegenheidsvooruitzichten voor praktisch opgeleide jongeren. Doordat we in de piek zitten van de pensioengolf, is er een werknemerstekort. Stages met baangarantie zijn voor een deel van de mbo'ers geen uitzondering. Dit geeft het zelfbewustzijn ten opzichte van hbo'ers en vwo'ers een duw in de rug. Bovendien wordt iedereen die van de middelbare school af komt en bezig is met een beroepsopleiding tegenwoordig student genoemd; praktisch of theoretisch. En dat blijven labels die door jongeren positief ervaren worden.

Hoe benaderbaar en echt ben jij voor jongeren?



In de kerk

Praat met jongeren over de praktische kant van geloven. Theoretisch doorpraten over hypothetische situaties maakt nauwelijks indruk. Wat wel indruk maakt is het laten zien hoe jij je keuzes maakt op basis van jouw geloof.

Ga met jongeren met de praktische kant van geloof aan de slag. Zo wordt geloven een manier van leven waarmee je dagelijks consequenties verbindt aan je overtuiging. Denk aan het omzien naar elkaar, elkaar helpen en uit je comfortzone komen. Dat is een spannende en tegelijkertijd heel belonende kant van geloven. Neem jongeren mee naar die plekken waar ze dat kunnen ervaren. Tips genoeg hierover vanuit het diaconaat.

Trend 4 - Verhalen van hoop

Wie jongeren wil aanspreken moet vooral iets doen en zich daarin als uniek profileren. Deze influencers zijn vaak jonge mensen die een bepaalde passie laten zien, zoals Boyan Slat van de Ocean Cleanup of Famke Louise die ook modellen tips geeft. Influencers laten zien wat zij doen, zonder dat ze lijken te willen overtuigen. De overtuigingskracht zit in het informeren, voorleven, liken en terugliken. Dat influencers zich laten sponsoren wordt vanzelfsprekend geaccepteerd, zolang ze daar maar transparant over zijn. Als bekend wordt dat een influencer zich heeft laten betalen om iets te promoten dat hij zelf niet als goed ervaren heeft, betekent dat afhankelijk zijn. Zo iemand wordt direct ontvolgt, geshamed (het niet meer reageren op berichten) of geshamed (het publiekelijk aanklagen van ongepast gedrag). Het verschil met reclame is, dat influencers hun eigen unieke afweging laten zien waarom ze ergens voor gaan.

In deze beweging komt de waardering voor doeners mee. Influencers zijn dat niet vanwege een functie of een taak, zelfs niet als ze er dik voor gesponsord worden. Het zijn doeners die hun eigen idee van de werkelijkheid laten zien. Ze delen hun verhaal van hoop of hun weg naar een droom. Dat is wat jongeren aanspreekt, omdat jongeren over het algemeen een negatief toekomstbeeld hebben. Wat kan er bijvoorbeeld gedaan worden tegen de vervuiling van de oceaan? De Ocean Cleanup geeft een antwoord. Hoe kan ik als meisje iets unieks van mijzelf laten zien? Famke Louise geeft daar tips voor.

Welk verhaal van hoop deel je met jongeren en waar geeft dat een antwoord op?

In de kerk

Het evangelie is bij uitstek een verhaal van hoop en daarmee heeft de kerk goud in handen. Alleen wordt tegenwoordig in de kerk de hoop voor vandaag benadrukt, het nu al gered en bevrijd zijn door het offer van Jezus. Terwijl over het algemeen jongeren zich helemaal niet bevrijd en gered voelen. Ze voelen zich, net als veel volwassenen, overgeleverd aan een systeem waarin ze geen zeggenschap hebben. Ook niet in de kerk. Het is vaak niet hun kerk, maar de kerk van volwassenen of soms specifiek van pensionado's.

Wat een verhaal van hoop voor jongeren vertelt, is het verbinden met elkaar. Zo roept Jezus op om anderen, ook andersdenkenden, lief te hebben als jezelf. Kerken die die liefde laten zien, door anderen te accepteren, zonder hun eigen identiteit als christenen los te laten, treden op als verbinder in een samenleving die steeds meer verdeeld lijkt te zijn.

Daarbij helpen plaatsen waar mensen vanuit verschillende christelijke achtergronden samenkomen, zoals bij Opwekking, Taizé, New Wine. Daar ontstaat een festivalgevoel: we zijn hier bij elkaar met een gedeelde intentie.



Trend 5 - Gamification

Om jongeren te binden maakt de game-industrie volop gebruik van het mentale proces van spanning, frustratie en daarop volgende beloning. Die beloning werkt verslavend en is erop gericht om spelers zo vaak en zo lang mogelijk te laten spelen. Door de pay-to-win mogelijkheden wordt er ook aan verdiend. De spelprincipes en beloningstechnieken zijn nu overal te vinden. Docenten maken er gebruik van door ervarend leren toe te passen, vrienden bedenken een #challenge en game-experts worden voorbeeldfiguren. Sites sporen je aan om de app te gaan gebruiken, want die is sneller en geeft meer opties. Ook reclame speelt erop in. Er wordt een probleem geschetst en daar is een quick-fix voor: hun product.

Onbewust wordt het leven als een spel met fantastische graphics gepresenteerd, maar dan met slechtere gameplays, storylines en rewards. De quick-fix die jongeren steeds voorgeschoteld krijgen, maakt dat ze slecht kunnen omgaan met langdurige moeite of permanente tegenslag. Geloof in Jezus' vergeving is niet een snelle oplossing en geen beloning. Het gaat om een manier van in het leven staan en vertrouwen op God. Dat helpt je ook om met de moeilijke en niet op te lossen problemen in het leven om te gaan.

Hoe begeleid jij jongeren in het omgaan met frustraties en problemen?

In de kerk

Een kerk waarin je geen spanning en beloning ervaart is saai. Uiteraard hoeft een kerk niet altijd spanning en sensatie te leveren, maar door regelmatig met jongeren naar festivals te gaan of iets te doen dat juist helemaal niet bij de kerkcultuur past, kan de kerk wel aansluiten bij de behoefte aan afwisseling bij jongeren. De beloning is de ervaring die ze met elkaar kunnen delen.

Schakel jongeren in. Elke leeftijd heeft zijn eigen kracht en charme. Ga daar als kerk op in en durf kinderen en jongeren te laten experimenteren. Het beschermd en onder begeleiding laten ervaren is een beloning op zich. Pas er wel voor op om jongeren voor hun betrokkenheid overdreven complimentjes te geven. En als iets niet lukt, is het beter om troost te bieden dan de oorzaak buiten de jongeren te leggen.

Trend 6 - Digitale identiteit beschermen

De behoefte van jongeren om zich af te schermen van data-verzamelaars neemt toe. Spotify en Netflix bijvoorbeeld, bieden nieuwe muziek en beelden aan met behulp van analyses van het kijk- en luistergedrag. Natuurlijk is het fijn om in je eigen genre te blijven, maar het beperkt ook. Facebook, ook eigenaar van Instagram, en Google bepalen via het online gedrag het afzetgebied van de producten die op hun kanaal aangeboden worden. Daarom willen jongeren bewust omgaan met de informatie die zij online delen en zoeken ze door middel van een incognitotabblad.

Jongeren willen hun digitale identiteit ook graag afschermen vanwege de grenzeloze agressie op het internet. Foute meningen worden genadeloos aangeklaagd en afgestraft. Shaming (het publiekelijk aanklagen van ongepast gedrag) is onlosmakelijk verbonden met online communicatie.

Ben jij een channel dat niet labelt en jongeren onvoorwaardelijk accepteert?

In de kerk

De kerk is bij uitstek de plek waar mensen elkaar in real life ontmoeten. Daar kun je op elkaar reageren van mens tot mens. Face to face. Dat is nog eens wat anders dan online een berichtje liken door een duimpje of hartje te plaatsen. Maak daar gebruik van!

En durf kwetsbaar te zijn. Door de online schijn die we elkaar laten zien, ook als volwassenen, lijkt het alsof we oppervlakkig leven. Durf daarom in de kerk te delen wat je lastig vindt, waar je vragen liggen en hoe je met moeite omgaat. Van online naar offline!

Kijk voor meer tips, inzichten en handvatten op
www.missionenederland.nl/jeugdtrends

AAN DE JEUGDTRENDS 2019
WERKTEN DE VOLGENDE ORGANISATIES MEE:

