Jort Siemes, 4028198

Woorden: 682

Medium: Leidsch Dagblad

**Leesrevolutie op TikTok, tieners gaan van feed naar fictie**

*Foto: A. van der Wijck*Afbeelding met tekst, binnen

Automatisch gegenereerde beschrijving

**FOTOBIJSCHRIFT**: Boekentafel vol met verschillende populaire boeken.

**KORT INTRO:**

**Sociale media als oplossing voor het dalende aantal lezers onder jongeren: het klinkt misschien tegenstrijdig, maar de populaire app TikTok heeft het voor elkaar gekregen.**

**#Booktok Top 10**

Het zogenaamde BookTok is een trend op het platform waarin jongeren filmpjes maken over hun lievelingsboeken en die aanraden aan andere gebruikers van de app. Booktok krijgt jongeren niet alleen weer aan het lezen, maar het biedt ook een nieuw toekomstbeeld voor boekenwinkels. In de praktijk zien de effecten van BookTok er zo uit: in boekhandel de Kler in Leiden is een tafel te vinden met daarop uitsluitend Engelse boeken, vergezeld door een bordje waar ‘#BookTok Top 10’ op staat. De uitstalling bestaat sinds voorjaar 2022, toen een aantal jonge medewerkers van de winkel besloten BookTok als verkoopmiddel in te zetten. Er kwamen namelijk steeds meer jongeren naar de winkel kwamen met de vraag naar een bepaald soort boeken. Dirk Logemann, manager van het Leidse filiaal, benoemt Colleen Hoover als voorbeeld van een auteur wiens boeken door BookTok beter verkopen, maar ook Jane Austen en Shakespeare. BookTok leert jongeren hun eigen leessmaak te ontwikkelen, en dit is volgens Logemann erg belangrijk: “Deze mensen vormen het toekomstige volwassen leespubliek en zullen dus de Nederlandse boekenindustrie staande houden”.

**#Boekenweek**

Boekhandels als de Kler zijn niet de enigen die BookTok als een goed middel zien om jongeren aan het lezen te krijgen. Rozemarijn Visser, persvoorlichter voor campagnes kind en jeugd van Stichting Collectieve Propaganda van het Nederlandse Boek (CPNB) erkent het potentieel van de trend ook. De lockdown in 2020 viel ongeveer samen met het ontstaan van BookTok, en Visser benoemt dat het aantal lezers in de categorie 15 tot 24 jaar sindsdien met zo’n zestien procent is toegenomen. De stichting speelt in op het succes van Booktok door samen te werken met BookTokkers, oftewel de mensen die op TikTok boeken aanraden. Tijdens de Boekenweek voor jongeren nomineren zij in hun filmpjes boeken voor de ‘Beste boek voor jongerenprijs’. BookTok werkt volgens Visser beter dan vorige campagnes omdat de aanraders niet van leraren of ouderfiguren komen maar van jongeren zelf. “Jonge kijkers herkennen zich hierin beter, waardoor ze het enthousiasme in deze filmpjes geloofwaardiger vinden”.

**#Relatable**

BookTok beïnvloedt niet alleen wat jongeren lezen, maar ook hoe ze lezen. De nieuwe vorm van recensies op het platform bevatten onder andere het genre van de boeken, en de belangrijkste verhaalelementen. Termen als ‘found family’, ‘enemies-to-lovers’ en ‘fake-dating’ zijn algemeen bekend onder kijkers van deze filmpjes. Het zijn boeken over tragische liefdes of mentale problemen die de aandacht van de jongeren trekken. Naast het praten over boeken, nemen BookTokkers ook hun reacties tijdens het lezen op, tot aan het huilen toe. Visser merkt op dat heftige emoties er nou eenmaal het beste uitzien op de camera, en mede hierdoor vergaren de filmpjes een enorme populariteit op de app. In het tijdschrift *The Journal of Adolescent & Adult Literacy* bespreken Amerikaanse onderzoekers Sarah Jerasa en Trevor Boffone wat BookTok volgens hen voor jongeren betekent. Boeken op BookTok zijn populair bij jongeren omdat ze de wereld waarin deze jongeren leven reflecteren. Deze generatie heeft behoefte aan diversiteit in de boeken die ze lezen, of dat nou is op het vlak van LHBT+ personages of de eerdergenoemde verhaalelementen. Volgens Jerasa en Boffone willen ze verhalen lezen vanuit het perspectief van minderheden, en dit soort boeken vormen de norm op BookTok. “BookTok geeft ruimte aan verhalen die in de traditionele literatuur ondergerepresenteerd zijn”. Naast dat jongeren zich aangesproken voelen door de onderwerpen in deze boeken, kunnen ze er dus ook veel over de wereld om hen heen door leren. BookTok laat het aantal jongere bezoekers van boekhandels als de Kler in Leiden, en daarmee ook de verkoopcijfers stijgen.

Of het succes van de trend aanhoudt? Volgens Logemann is de verwachting dat jongeren die door BookTok zijn gaan lezen, zullen blijven lezen. Als dat zo is, zou sociale media wel eens de toekomst kunnen zijn van Nederlandse boekhandels. Niet alleen omdat BookTok meer klanten naar de winkels brengt, stelt Visser. “Deze nieuwe generatie lezers creëren met hun filmpjes op BookTok een compleet unieke manier van literatuur ontdekken, ervaren en delen. Zo blazen ze de eeuwenoude hobby van lezen weer nieuw leven in”.

**STREAMER 1:**

*“Deze mensen vormen het toekomstige volwassen leespubliek en zullen dus de Nederlandse boekenindustrie staande houden”.*

**STREAMER 2:**

*Booktok krijgt jongeren niet alleen weer aan het lezen, maar het biedt ook een nieuw toekomstbeeld voor boekenwinkels.*

**[Spellingskader - aantal te verbeteren fouten: 15]**

**Het hele jaar ontbijt voor basisschool kinderen**

**Het Nationaal Schoolontbijt wil het hele jaar ontbijt aanbieden aan kinderen op de basisschool die dat nodig hebben. Dat meldt de organisatie op zijn evenement ‘de ontbijtweek’, waar deze week bijna 2000 basisscholen aan meedoen. De organisatie wil kinderen in Nederland op een structurele wijze helpen vanwege de toenemende armoede.**

Basisscholen kunnen zich tot eind van deze maand aanmelden voor een ontbijtpakket op het platform van het Nationaal Schoolontbijt. Dat is ook de manier waarop de scholen zich kunnen aanmelden voor het jaarlijkse evenement. De pakketten moeten via dit systeem altijd beschikbaar zijn, pleit de organisatie.

De ontbijtproducten worden geleverd door verschillende bedrijven uit de voedingsindustrie die meedoen aan dit initiatief. Voor de overige kosten moet Het Nationaal Schoolontbijt nog subsidie vinden, denk hierbij aan transportkosten en ontbijt verpakkingen.

Het nationaal schoolontbijt doet een oproep aan bedrijven, maar vraagt echter ook de overheid om hulp. Emma Groentjes van de organisatie durft niet exact te zeggen hoeveel geld nodig is. Het is afhankelijk van hoe veel bedrijven in de voedingssector zich eventueel zullen melden.

Groentjes vertelt dat ze steeds vaker hoort dat door armoede meer kinderen zonder ontbijt naar school gaan. “Kinderen kunnen zich niet goed focussen op de les of vallen zelfs in slaap in de klas. Armoede gaat gepaard met schaamte. Voor sommigen is dit een drempel om eten te halen bij de voedselbank.”

Het doel van het Nationaal Schoolontbijt is dat alle kinderen na een gezonde maaltijd kunnen beginnen aan hen schooldag.

*NB: naam is fictief.*