

nrc | maandag
21 augustus 2017



leven



Vroege vloggers

Kinderen kijken op naar
Enzo Knol, en vloggen zelf

Liever Enzo Knol dan Messi

VLOGGERS Jonge kinderen kijken op naar bekende vloggers als Enzo Knol, en maken zelf graag filmpjes. Ook als er niemand naar kijkt.

Door onze medewerker **Maarten Dallinga**
Foto **Ilvy Njikiktjien**

Zo maken Leandro en Giuliano hun filmpjes

Leandro en Giuliano Hanbeukers nemen hun video's op met een smartphone (een Samsung Galaxy Note).

Hun broer (12) en moeder geven soms tips, bijvoorbeeld

over de opnamelocatie. Monteren doen ze helemaal zelf, met een app op de telefoon. Dat duurt meestal een paar uur. De broers plakken de verschillende takes aan elkaar en zetten grappige emoticons in beeld.

Zo maakt Dante zijn filmpjes

Elke dag maakt Dante een nieuwe video, ook al is hij ziek. Eerst kamt hij zorgvuldig zijn haar.

teert Dante zijn filmpje ook helemaal zelfstandig, daar is hij gemiddeld één tot twee uur mee bezig.

Opnemen doet Dante meestal thuis, met zijn Logitech C920 HD Pro Webcam. Dat duurt drie kwartier tot een uur. Vervolgens mon-

Het eindresultaat, een filmpje van vijftien tot twintig minuten, krijgt een pakkende titel en gaat vervolgens de wereld in.

'H'allo mensen, leuk dat jullie kijken naar een nieuwe video van de GameBroeders." Leandro Hanbeukers (11) praat in de camera. Naast hem zit zijn broertje Giuliano (8), die niets zegt maar wel lief lacht. „Vandaag gaan wij onze fidget spinner showen" - het populaire ronddraaiende speeltje. Achter de broers staat een wasrek, het beeld is wat flets. Het filmpje van twee minuten is zo'n veertig keer bekeken en heeft vier 'duimpjes'.

Op YouTube staan honderden van dit soort video's van jonge kinderen: slecht bekeken, houtje-touwtje gemonteerd, maar met veel enthousiasme gemaakt. Zo'n drie maanden geleden begonnen de broertjes Hanbeukers met filmpjes maken. „We zagen het anderen doen en het leek ons ook leuk", vertelt Leandro. Zijn grote voorbeelden: de 24-jarige Enzo Knol (zijn filmpjes zijn in totaal zo'n 1,3 miljard keer bekeken) en de 17-jarige Hanwe Chang (ruim 27 miljoen views). Leandro: „Ik probeer ze een beetje na te doen."

Dat kinderen zich hun idolen wanen, is van alle tijden. Toen YouTube nog niet zo populair was, deden kinderen topvoetballers of popsteren na. Daar zijn nu de internetsterren bijgekomen. Kinderen kijken niet alleen massaal naar Enzo Knol, ze willen hem zijn. „Ik ben op weg naar huis", zegt Thijs Elijzen (12), alias ThijsGameKoning in zijn eerste YouTube-filmpje van oktober 2015. Hij is er niet trots op: „Het is echt waardeloos. Er stond heel veel wind en ik had de camera veel te dicht bij mijn gezicht." Maar omdat het met ruim tweehonderd weergaven een van zijn best bekeken video's is, haalt Thijs 'm er niet af. Tegenwoordig uploadt hij een paar keer per week een nieuw filmpje; meestal een gamevideo, waarin hij in beeld commentaar geeft bij het spelen van een computerspel. Soms krijgt hij van klasgenoten complimentjes.

Koken met Shane

De meeste kinderen blijven steken op hoogstens een paar honderd kijkers per filmpje. Een enkeling slaagt erin daadwerkelijk een ster te worden. Neem de negenjarige Shane Kluivert, zoonje van oud-voetballer Patrick Kluivert. Hij maakt kookvideo's, die in totaal ruim 2,5 miljoen keer zijn bekeken. Ook mateloos populair is zijn leeftijdsgenoot Bibi. Haar filmpjes, waarin ze bijvoorbeeld taarten bakt, hebben al meer dan negentien miljoen views.

Vergeet ook niet de tienjarige Dante, nickname Clonny. Hij maakt vooral gamevideo's en is in aantal views de grootste Nederlandse YouTuber van zijn leeftijd. Zijn populairste filmpje (een parodie op de hit *Habiba* van vlogger en rapper Boef) werd ruim drie miljoen keer bekeken. In totaal beloopt het aantal views van de filmpjes ruim 33 miljoen. „Ik denk dat mensen mij grappig vinden, of schattig", zegt hij.

Twee jaar geleden begon Dante zijn videokanaal en hij heeft sindsdien honderden persoonlijke filmpjes gemaakt, de meeste in zijn 'thuisstudio' - met twee grote computerschermen, een professionele camera en microfoon en flinke studiolampen.

Intensief gebruik van YouTube door jonge kinderen is een relatief nieuw fenomeen. Er is nog niet veel goed onderzoek naar gedaan, zegt socioloog Jos de Haan. Hij bestudeert bij het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) het gebruik van nieuwe media en is hoogleraar aan de Erasmus Universiteit Rotterdam. De Haan denkt dat het over het algemeen goed is dat kinderen dankzij YouTube hun digitale vaardigheden ontwikkelen: „Daar kun je je hele leven profijt van hebben." En: „Populariteit op YouTube kan zorgen voor een ego-boost."

Daar is Dante een goed voorbeeld van. „Vroeger keek ik eigenlijk alleen maar naar de grond, toen was ik een beetje sip", zegt hij. „Nu ben ik veel vrolijker, want ik maak met Clonny Games op YouTube andere mensen blij en ik heb meer vrienden gekregen." Ook Leandro en Giuliano Hanbeukers krijgen een goed gevoel als hun vi-

deo's worden bekeken. Leandro zegt dat de views hem „best wel trots" maken.

„Mij gaat het niet om de views, maar of ik het zelf leuk vind om te doen", zegt Thijs Elijzen. Toch zou hij wel graag meer abonnees krijgen - hij zit nu rond de vijftig. „Ik wil naar honderd en dan richting de duizend. Ik ben jaloers op Clonny Games." Thijs' moeder merkt dat haar zoon ervaart, iedere keer dat er een abonnee bijkomt.

Haatreacties

Toen Leandro en Giuliano wilden beginnen met vloggen, was moeder Anna Teresa Bellinzis sceptisch: „Ik was bang voor vervelende reacties." Met één druk op de knop deel je een filmpje met de hele wereld. En die hele wereld kan erop reageren. Jos de Haan: „Filmpjes die niet goed vallen, kunnen je lang nagedragen worden en kunnen leiden tot pestgedrag."

Zichtbaarheid op YouTube maakt dus ook kwetsbaar. De succesvolle Dante krijgt via zijn videokanaal „zo'n beetje iedere seconde" een haatreactie binnen. „Dat is best wel heel erg." De nare reacties belanden door ingestelde trefwoorden automatisch in een spam-map, Dante leest ze bijna nooit meer. „Eerst werd ik er best wel sip van en kwamen er tranen, maar het went, wat best raar is." Volgens zijn ouders gaat Dante er goed mee om. Moeder Nicolle: „Dit is ook wel hoe het leven nu is."

Sommige kinderen die online worden gepost, durven zich niet meer op internet te vertonen, weet De Haan. Terwijl het sociale leven zich voor een groot deel juist daar afspeelt. Wat kunnen ouders doen om problemen te voorkomen? Volgens De Haan helpt het verbieden van het maken van YouTube-filmpjes niet. Toon liever interesse: „Vraag niet alleen hoe het op school was, maar ook of er nog iets bijzonders op YouTube is gebeurd. Zo kan een gesprek ontstaan."

De moeder van Thijs Elijzen, Iris Wagt, houdt tijdens de opnames meestal een oogje in het zeil, om te voorkomen dat haar zoon gekke dingen roept. „Ik luister mee en hoor wat hij zegt." Echt zorgen maakt zij zich niet: „Ik vind het vooral leuk om te zien hoe Thijs erin opgaat, het is fijn dat hij zo'n hobby heeft."

Bellinzis durft haar zoons inmiddels wat meer los te laten. „Ze maakten bijvoorbeeld een filmpje waarin ze een Pokémon-dooos openmaken, dat is eigenlijk zo onschuldig."

Een BMW

Voor een select gezelschap, óók heel jonge YouTubers, zoals Dante, is YouTube meer dan een leuke hobby: ze verdienen er ook goed aan. Dante wil niet zeggen hoeveel hij verdient, maar het is meer dan menig achttienjarige met een vakantiebaantje, bevestigt hij. De advertenties die kijkers zien leveren geld op, maar soms maakt Dante ook gesponsorde filmpjes. Zo krijgt hij af en toe betaald voor een recensie over een nieuw computerspel. Door zijn succes zoeken managementbureaus ook steeds vaker contact met de familie. Die ruiken natuurlijk geld, zeggen zijn ouders, die tot nu toe de boot afhouden.

Als kinderen met YouTube meer verdienen dan een zakcentje, is alertheid wel geboden, vindt De Haan van het SCP: „Dan kunnen kinderen druk gaan voelen om door te gaan met iets wat ze eigenlijk niet meer willen." Maar Dante maakt zijn filmpjes nog altijd met veel plezier, zegt hij, en wat hem betreft komen er nog duizenden nieuwe: „Ik wil er alles aan doen om er straks mijn werk van te maken."

Leandro en Giuliano broeden ook op nieuwe filmpjes. „We willen iets gaan doen wat nog nooit gedaan is", zegt Leandro. Wat dat is, weet hij nog niet, maar het moet origineel zijn. „Dan val je sneller op." Groter worden op YouTube is Leandro's droom. „Ik zou het leuk vinden om op straat herkend te worden." Ook hoopt hij op den duur met filmpjes maken veel te kunnen verdienen: „Dan zou ik een hele mooie auto kopen, een BMW of zo, dat lijkt me wel heel stoer."



Leandro Hanbeukers (11, links) en zijn broertje Giuliano (8), maken vlogs in en om hun huis.



Wat eten we?



Kalfje in de wei - nog even bij z'n moeder

'O'h kijk," zeg ik, „dat kalfje is net geboren!" Het staat in de wei, nat nog, zeer wankel op de pootjes. De moeder, een prachtige zwarte koe met puntige lichtgekleurde hoorns, een bloederige streng uit het achterlijf, probeert het schoon te likken terwijl het jong zijn uiterste best doet (het is een stiertje, al weet het dat zelf nog niet) om zo snel mogelijk de uier te bereiken.

De dieren zijn niet alleen in het weiland. Er staat ook een trekker met een aanhangwagen waarvan twee mannen de laadklep openzetten. Ze zijn bezig met prikstokken en een touw. Ik denk naïef dat ze koe en kalf even apart proberen te houden van de andere koeien, maar al snel is duidelijk dat dat niet is wat ze doen: ze willen ze op de wagen hebben.

Een van de mannen probeert het kalf naar boven te krijgen, hij sleurt het aan zijn poten door het gras. Het is geen leuk gezicht. Als hij het loslaat wankelt het diertje weer snel naar moeder en begint weer te drinken. Bij een tweede poging wordt het wel op de kar gezet. De moeder wordt door het touw steeds nauwer ingesloten, boven staat haar kalf en even later rent ze de plank op. Klep dicht, klaar.

„Waar gaan ze heen?" vraag ik aan de mannen. Naar de boerderij „want dan kan ik die koe nog even melken" zei de ene. „En het kalf komt dan apart?" vroeg ik naar de bekende weg. „Ja, zo gaat het nu eenmaal" zei de boer.

Het was overduidelijk dat dit nog piepjonge leventje alleen maar wilde drinken en bij de moeder zijn - zonder daar verder sentimenteel over te doen, maar zo is de natuur. Maar het ritje naar de boerderij is het laatste dat dat kalf van zijn moeder zal zien, daarna staat het alleen in een kleine plastic box en voor het volwassen is geworden zal het naar de slachterij gaan. Dat betekent het om een stiertje te zijn.

Omdat wij allemaal zo nodig zuiveltoetjes moeten eten, denk ik. Schappen vol vla, drinkyoghurt, pudding staan er in de supermarkt. En die koeien maar melk geven, en de stiertjes maar geslacht worden, en wij maar zeggen dat we echt, echt heel weinig, bijna nóóit biefstuk eten.

Dat kalf betaalt de prijs voor mijn yoghurt.

Marjolaine de Vos