



Het auteursrecht op deze tekst berust bij Motivaction International B.V. Voor het ter beschikking stellen aan derden en voor publicatie van (gedeelten van) de tekst in de nieuwsmedia, vakliteratuur of andere uitgaven is schriftelijke toestemming van de directie van Motivaction nodig. Bovendien verzoeken wij om bij publicatie Motivaction als bron te vermelden.

1 Inhoudsopgave

1	Inhoudsopgave	6
2	Achtergrond	1
2.1	Inleiding	1
2.1.1	Het Mentality-onderzoeksprogramma	1
2.1.2	Achtergrond en analyse	1
2.2	Samenvatting	2
3	Meer carrièregericht, minder gericht op luxe	4
3.1	Meer carrièregericht en gericht op sociale stijging	4
3.2	Dalende gerichtheid op luxe	5
3.3	Interpretatie trend	6
4	Minder betrokken bij milieu, politiek en samenleving	7
4.1	Afnemende politieke betrokkenheid	7
4.2	Afnemende zorg over sociale zekerheid	8
4.3	Afnemende maatschappelijke betrokkenheid	9
4.4	Actuele afname milieubewustzijn	9
4.5	Interpretatie trend	11
5	Toename tolerantie, daling roep om law & order	12
5.1	Minder kritische houding richting allochtonen	12
5.2	Afnemende steun voor 'law & order'	13
5.3	Negatief oordeel over individualisering over top heen	13
5.4	Toenemende steun voor rechten homoseksuelen	14
5.5	Interpretatie trend	15
6	Toename belang technologie en beeldcultuur	16
6.1	Toename gerichtheid op technologie	16
6.2	Minder steun voor beperken geweld op televisie	17
6.3	Meer genieten van collectieve ervaringen	17
6.4	Afname gerichtheid op dromen en fantasieën	18
6.5	Toename voyeurisme en exhibitionisme	18
6.6	Interpretatie trend	19

2 Achtergrond

2.1 Inleiding

2.1.1 Het Mentality-onderzoeksprogramma

Motivaction voert sinds 1997 het Mentality-onderzoek uit naar waarden en leefstijlen van Nederlanders. Met dit onderzoeksprogramma houdt Motivaction zicht op ontwikkelingen in het sociaal-culturele klimaat en mentaliteitssegmenten in de bevolking. Tot het programma behoort een jaarlijkse meting waarbij een representatieve steekproef van minimaal 1250 Nederlanders van 15 tot 80 jaar intensief aan huis wordt bevraagd naar hun waarden en leefstijl. Het afgelopen najaar is de 12^e meting gehouden. Sinds 1997 is de Mentality-database van meer dan 22.000 respondenten en enkele duizenden variabelen opgebouwd, die informatie bevat over waarden, attitudes en gedrag op zeer uiteenlopende terreinen. Het veldwerk van de meting van 2008 heeft plaatsgevonden van week 36 tot 42 (september tot half oktober), onder 1264 Nederlanders. Meer informatie over het Mentality-onderzoeksprogramma vindt u op [www.motivaction.nl/105/Segmentatie/Mentality tm](http://www.motivaction.nl/105/Segmentatie/Mentality_tm).

2.1.2 Achtergrond en analyse

We leven in een wereld van betekenissen die continu in ontwikkeling is en ons verbindt. Media spelen hierbij een rol, maar vooral ook eigen ervaringen en ervaringen en opvattingen van mensen om ons heen. In het Mentality-onderzoek staan ontwikkelingen in mentaliteit centraal: mensen positioneren en ontwikkelen zich in een 'web' van waarden en betekenissen. De Mentality-milieus betreffen groepen Nederlanders met overeenkomstige waarden, en kennen opvattingen en gedragingen die daarmee samenhangen. In dit rapport wordt vooral ingezoomd op mentaliteitsontwikkelingen in de samenleving in brede zin. Waar het relevant is worden nuancerings gemaakt naar specifieke groepen, zoals leeftijd, opleiding, Mentality-milieus.

Alle in de tekst genoemde ontwikkelingen zijn gebaseerd op significante verschillen van eerdere metingen ten opzichte van scores in de laatste meting van najaar 2008. Ter illustratie zijn ook grafieken opgenomen waarin de trendontwikkeling zichtbaar wordt. Trends zijn soms lineair, maar vaak ook niet. Soms is er bijvoorbeeld eerst sprake van een stijging en vervolgens een daling, of andersom. Bij de trendanalyse van 2008 is vooral gefocust op ontwikkelingen die de afgelopen paar jaar zijn opgetreden.

Soms komt het voor dat een trend zichtbaar is in een opvatting die de meerderheid van de Nederlanders deelt, waarbij er over een periode bijvoorbeeld een verschil van 5% optreedt. Dit kan slechts een "weak signal" lijken. Echter, dergelijke verschuivingen kunnen zeker relevant zijn voor het sociale klimaat. Bijvoorbeeld, tussen 1999 en 2002 nam het onderschrijven van de stelling 'Er zijn te veel buitenlanders in Nederland die zich niet aanpassen aan de Nederlandse cultuur' toe van 74% naar 81%. Deze ontwikkeling ging samen met een forse omslag van het maatschappelijke klimaat ten aanzien van het thema integratie. Pim Fortuyn had hierin als vertolker van een toenemende onvrede een belang-

rijke rol. In dit maatschappelijke klimaat spelen niet alleen media en opinieleiders, maar ook de ontwikkeling van opvattingen in de bevolking een cruciale rol. Wanneer specifieke opvattingen opkomen of overheersen in de media, en deze samengaan met trends onder de bevolking die in dezelfde richting wijzen, is er aanzienlijk potentieel voor een verandering in het sociale klimaat.

2.2 Samenvatting en interpretatie trends

In de MentalityMonitor komen een viertal trends naar voren, die zich in de afgelopen jaren aftekenen, en de sociaal-culturele context vormen waarbinnen de kredietcrisis zich momenteel afspeelt¹:

- Meer carrièregericht, minder luxegericht
- Minder betrokken bij milieu, politiek en samenleving
- Toename tolerantie, daling roep om law & order
- Toename van belang technologie en beeldcultuur

Uit het onderzoek blijkt dat de focus op het eigen leven en werk aan belang wint. In de afgelopen jaren was de oriëntatie van burgers sterker gericht op de bredere, publieke levenssfeer. Voorbeelden hiervan zijn het debat over de multiculturele samenleving en de kloof tussen overheid en burger. We leven in een tijdperk met diverse crises: een ingrijpende kredietcrisis, een klimaatcrisis, een voedselcrisis en een energiecrisis. Mogelijk dragen deze crises op macroniveau bij aan een sterkere oriëntatie op het microniveau. Trends roepen vaak tegentrends op. In de afgelopen jaren wordt een kentering zichtbaar. Men raakt minder gefocust op en minder betrokken bij ontwikkelingen in het publieke domein. Nederlanders zijn op zoek naar andere perspectieven, en richten zich daarbij meer op het eigen leven, en op wat men zelf onder controle heeft. Men is weer meer carrièregericht dan voorheen en soberder ingesteld. Deze kenmerken van het calvinisme komen weer op in de samenleving. Maar er zijn ook andere ontwikkelingen zichtbaar. Nederlanders zijn minder politiek en maatschappelijk betrokken geraakt, en recentelijk minder milieubewust ingesteld dan voorheen. Ook raakt men gemiddeld genomen weer wat toleranter en opener ingesteld, het hoeft niet nog strenger en strikter. Nederlanders positioneren zich actief en visueel in de beeldcultuur, bijvoorbeeld op Hyves en YouTube, en zijn via nieuwe technologie veelvuldig in contact met anderen. In deze tijd zijn Nederlanders meer carrièregericht, en richten zich sterker dan voorheen op wat hen nabij is.

¹ Ten tijde van de laatste meting van de mentaliteitsmonitor (september tot half oktober 2008) kwamen de ontwikkelingen rondom de kredietcrisis in Nederland in een stroomversnelling met de deelname van de Nederlandse regering in Fortis/ABN Amro eind september en de daarop volgende overname van delen door de Nederlandse staat als hoogtepunt ten tijde van de meting. Uit onderzoek van Motivaction in samenwerking met de actualiteitenrubriek Netwerk eind oktober 2008 bleek dat de ontwikkelingen rondom de kredietcrisis vooral invloed hadden op het vertrouwen in de politiek (dit werd hoger) en in de economie (dit werd lager). In deze meting van destijds bleek geen sprake van invloed van de kredietcrisis op de maatschappelijke tevredenheid of andere maatschappelijke domeinen zoals bijvoorbeeld integratie, veiligheid of sociale zekerheid.



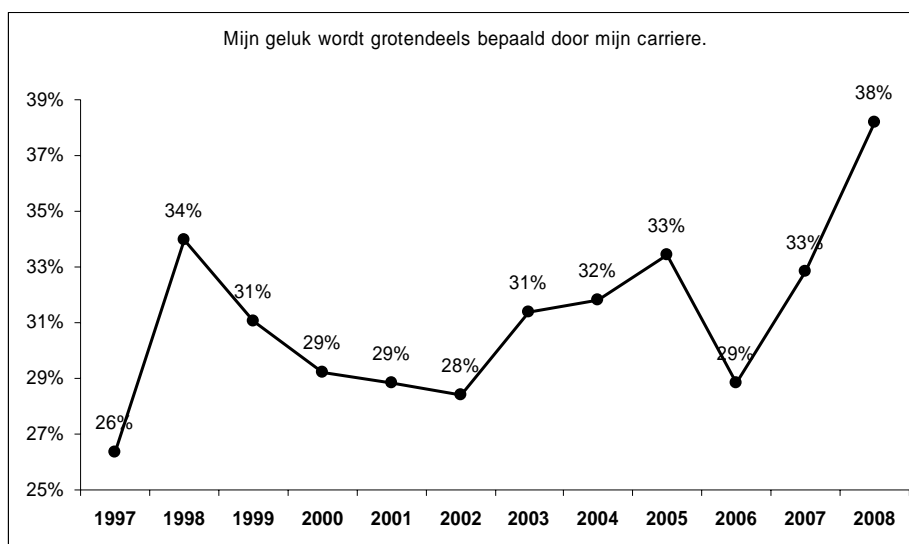
In de navolgende hoofdstukken wordt elke mentaliteitstrend nader uiteengezet op basis van de indicatoren, en wordt van elke mentaliteitstrend een interpretatie gegeven.

3 Meer carrièrgericht, minder gericht op luxe

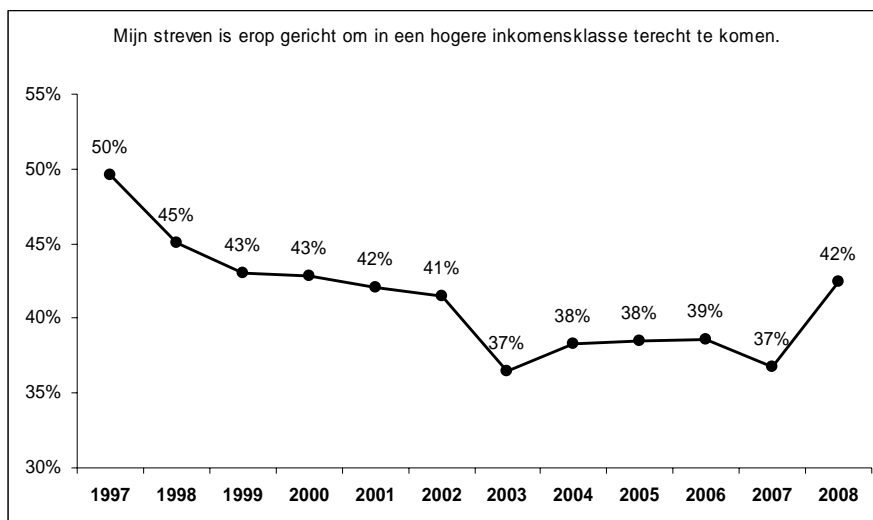
In de afgelopen jaren zijn Nederlanders meer carrièrgericht geworden. Ook is er sprake van een afname van de gerichtheid op luxe. Men vindt vaker dan voorheen dat men pas mag genieten als men het heeft verdiend.

3.1 Meer carrièrgericht en gericht op sociale stijging

In het najaar van 2002 stemde 28% in met de stelling dat het eigen geluk grotendeels wordt bepaald door de eigen carrièr. In 2008 is dit 38%, een grote minderheid van de bevolking. Ook op andere punten is de carrièrgerichtheid gestegen. In 2002 gaf 31% aan voor het werk het privéleven er nogal eens bij te laten inschieten, in 2008 is dit 35%. In 2002 vond 62% hard werken goed voor de mens, in 2008 onderschrijft 70% deze stelling, ruim tweederde van de bevolking.

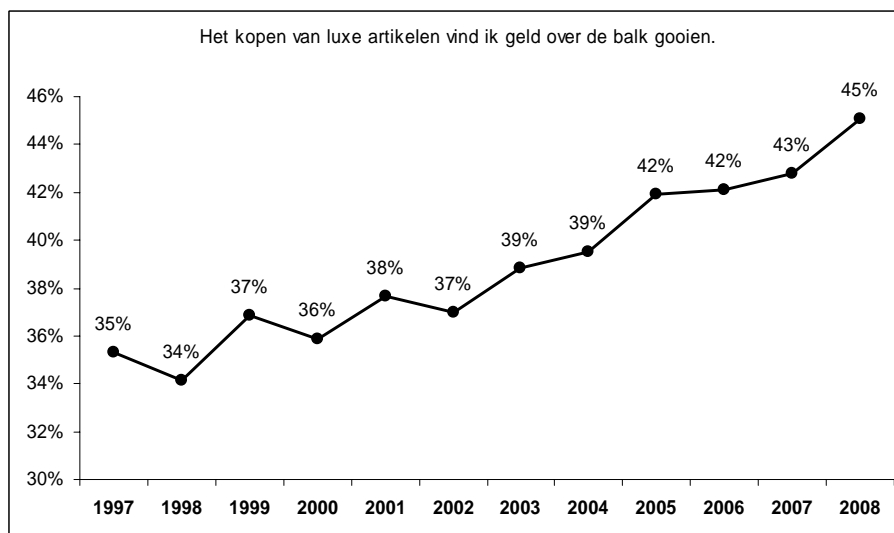


Ook de drive om maatschappelijk en qua inkomen te stijgen is de afgelopen jaren weer hoger geworden. Medio 2006 gaf 44% aan het belangrijk te vinden om maatschappelijk hogerop te komen, in 2008 is dit 49%, bijna de helft van de bevolking. In 2007 vond 37% dat het streven erop gericht is om in een hogere inkomensklasse terecht te komen. Medio 2008 is dit gestegen tot 42%. Deze stijging doet zich vooral voor onder lager en middelbaar opgeleiden.



3.2 Dalende gerichtheid op luxe

De gerichtheid op luxe neemt af. In 1997 gaf 35% aan dat men het kopen van luxe artikelen geld over de balk gooien vindt. In 2008 is dit gestegen tot 45%. In 1997 gaf 52% aan iets nieuws kunnen kopen één van de leukste dingen in het leven te vinden. In 2008 is dit 43%, een grote minderheid van de bevolking. De lagere gerichtheid op luxe gaat samen met een soberdere, meer calvinistische instelling. In 1997 vond 33% dat men van zichzelf pas mocht genieten als men het verdiend had. In 2008 is dit gestegen tot 40%.



3.3 Interpretatie trend

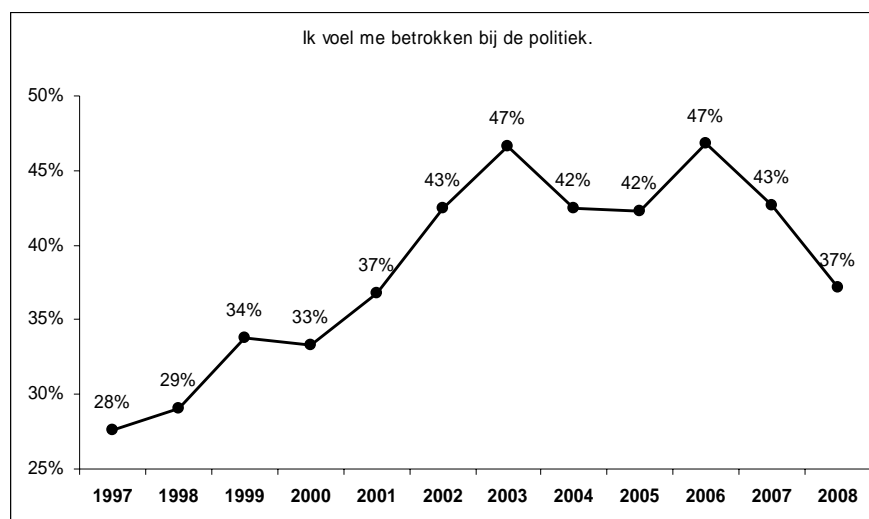
Toen het eind jaren negentig goed ging met de economie nam de carrièregerichtheid af. Met de aanvang van de kredietcrisis, die voor een versterking van economische onzekerheid zorgt, zijn de carrière- en prestatiegerichtheid aangewakkerd. De drang tot opwaartse mobiliteit is in de afgelopen jaren gegroeid. Tegelijkertijd is de hang naar luxe en decadentie geslonken. Met de aanvang van de kredietcrisis is de keerzijde van luxe en glamour meer nadrukkelijk in zicht gekomen. Door de toename van arbeidsgerichtheid en de afname van de gerichtheid op luxe zijn Nederlanders weer wat meer calvinistisch (hardwerkend en soberder ingesteld) geworden dan voorheen.

4 Minder betrokken bij milieu, politiek en samenleving

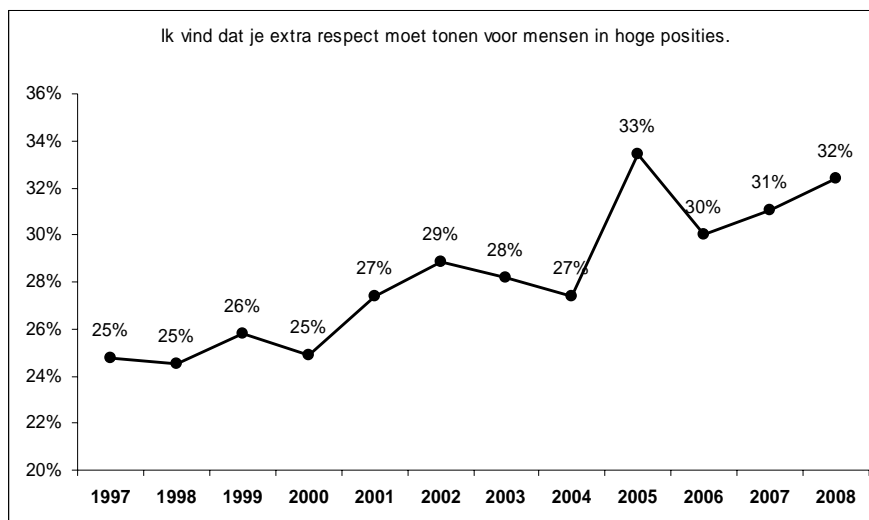
Nederlanders raken minder maatschappelijk betrokken in brede zin: Nederlanders zijn blijken minder politiek betrokken, vinden minder vaak dat je je behoort in te zetten voor de gemeenschap, maken zich de laatste tijd minder zorgen over het milieu en vinden het minder van belang dat bedrijven milieuvervuiling tegengaan.

4.1 Afnemende politieke betrokkenheid

In 2005 gaf 42% aan zich betrokken te voelen bij de politiek, in 2008 is dit 37% (en nog 9% hoger dan in 1997), een grote minderheid van de bevolking. In 2005 gaf 24% aan meestal mee te doen aan politieke acties voor doelen waar men achter kon staan, in 2008 is dit 15%. Medio 2005 gaf 66% aan vaak met anderen te discussiëren over hoe het anders moet in Nederland, in 2008 is dit gedaald tot 60%. In 2005 gaf 71% aan het belangrijk te vinden om te weten hoe politieke beslissingen die ons allen aangaan, tot stand komen, in 2008 is dit gedaald tot 64%, bijna tweederde van de bevolking.

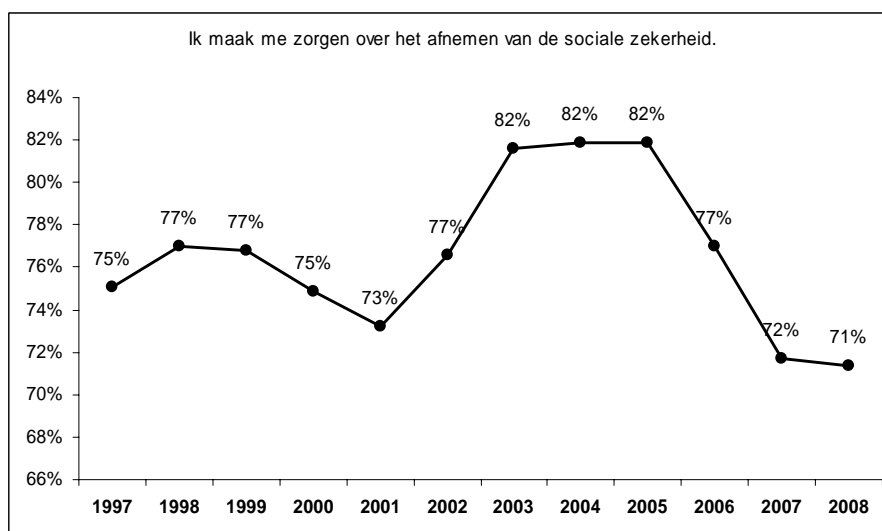


In 1997 vond 25% dat je extra respect moet tonen voor mensen in hoge posities, in de periode tot 2008 is dit gestaag gestegen tot een aanzienlijke minderheid van 32%. Deze ontwikkeling is sterker dan gemiddeld zichtbaar bij de postmaterialisten, de opwaarts mobielen en de moderne burgerij. Ook is deze ontwikkeling sterker zichtbaar bij hoger en middelbaar opgeleiden dan bij lager opgeleiden, en sterker bij jongeren en mensen van een middelbare leeftijd dan bij ouderen.



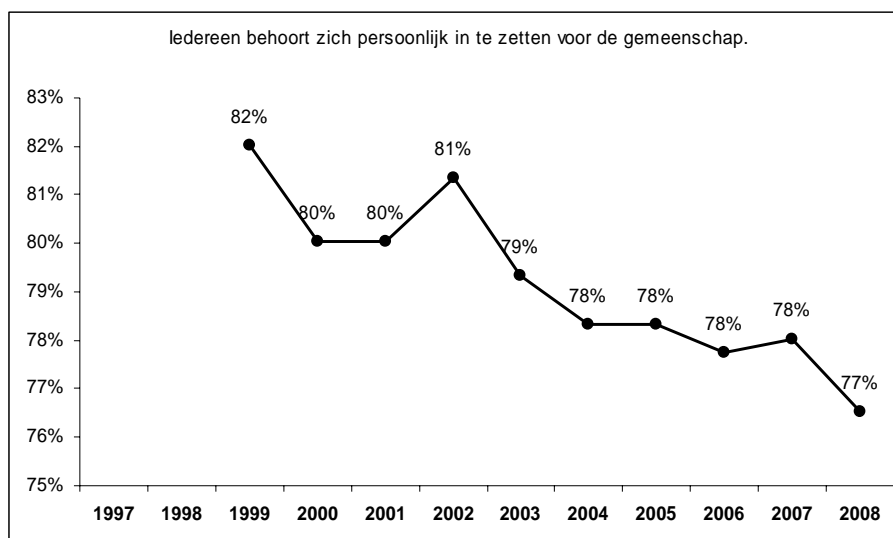
4.2 Afnemende zorg over sociale zekerheid

In 2005 gaf 79% aan te vinden dat het verschil tussen lagere en hogere inkomens kleiner moet worden, in 2008 is dit 75%. In 2005 gaf 82% aan zich zorgen te maken over het afnemen van de sociale zekerheid, in 2008 is dit gedaald tot 71%, ruim tweederde van de bevolking. Jongeren laten op dit punt een bovengemiddelde afname zien.



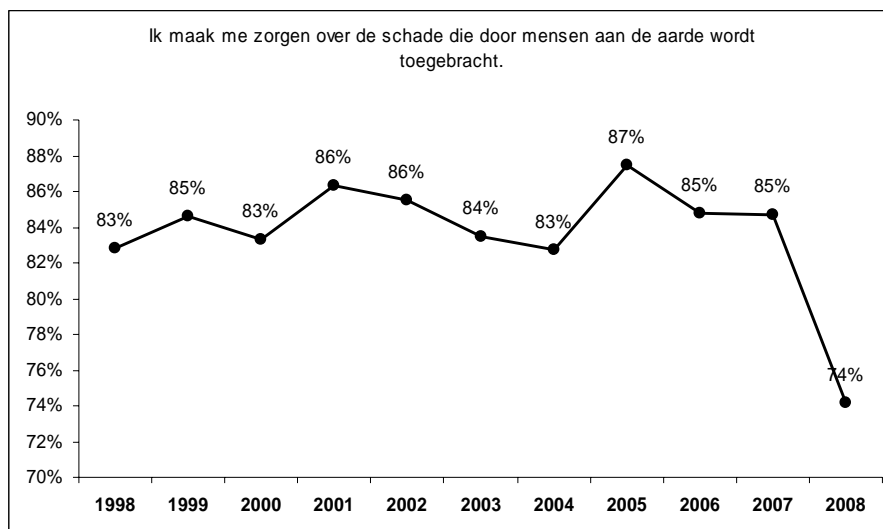
4.3 Afnemende maatschappelijke betrokkenheid

In 2001 gaf 82% aan zich zeer betrokken te voelen bij wat er in de maatschappij gebeurt, in 2008 is dit 74%, een grote meerderheid van de bevolking. Bij jongeren is deze daling sterker zichtbaar dan bij ouderen of mensen van middelbare leeftijd. In 1999 gaf 82% aan te vinden dat iedereen zich persoonlijk behoort in te zetten voor de gemeenschap, in 2008 is dit gedaald tot 77%.

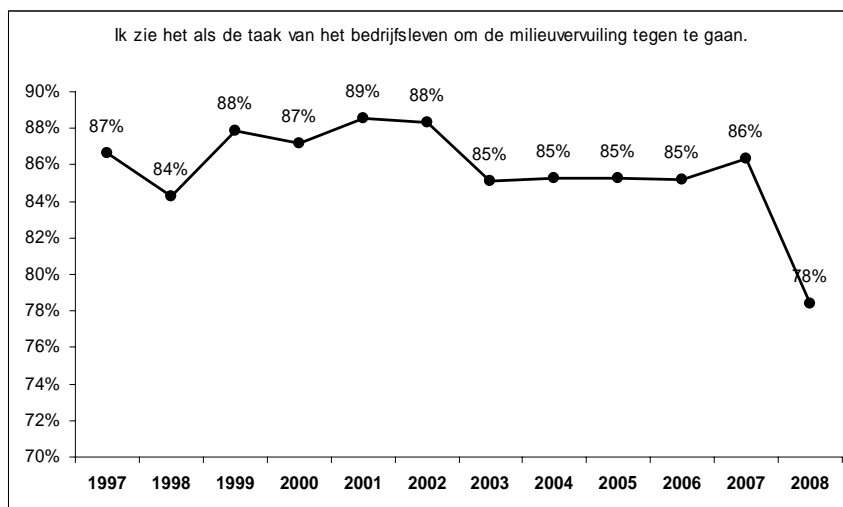


4.4 Actuele afname milieubewustzijn

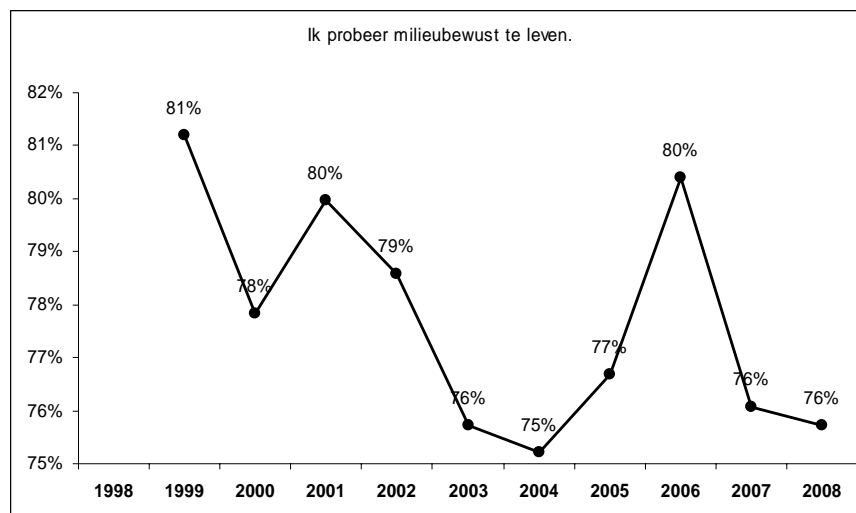
Het milieubewustzijn neemt vrij recentelijk af op diverse indicatoren. In 2006 gaf 85% aan zich zorgen te maken over de schade die door mensen aan de aarde wordt toegebracht. Medio 2008 is dit gedaald tot 74%, een grote meerderheid van de bevolking. Deze daling is bij alle milieus te zien, behalve bij de postmaterialisten. Bij jongeren is deze daling sterker dan gemiddeld zichtbaar. In 2006 gaf 87% aan dat we met zijn allen onnodig veel energie en natuurlijke grondstoffen verspillen, in 2008 is dit gedaald tot 84%, nog steeds een ruime meerderheid van de bevolking.



In 2007 vond 86% het de taak van het bedrijfsleven om de milieuvuiling tegen te gaan, in 2008 is dit gedaald tot 78%, nog steeds een grote meerderheid van de bevolking. De daling in het laatste jaar is bij alle milieus te zien, behalve bij de progressief ingestelde postmaterialisten. Bij jongeren is de daling al langere tijd zichtbaar.



In 2006 gaf 80% aan te proberen om milieubewust te leven, in 2008 is dit gedaald tot 76%. De stijging in 2006 (het jaar waarin de film 'An Inconvenient Truth' van Al Gore uitkwam) is vooral zichtbaar bij de milieus postmaterialisten, kosmopolieten, traditionele burgerij en nieuwe conservatieven. Bij jongeren is de afname sterker dan gemiddeld zichtbaar.



4.5 Interpretatie trend

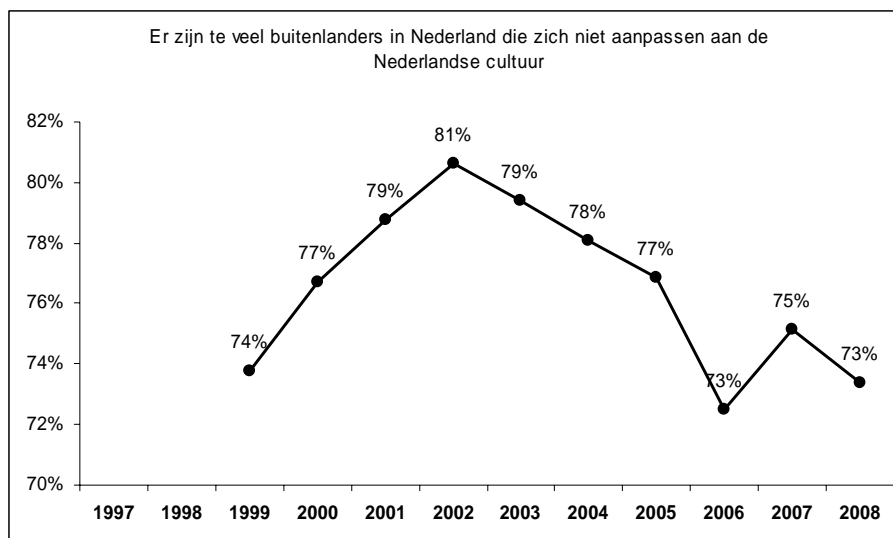
*In een tijd die wordt gekarakteriseerd door onzekerheid op wereldwijde schaal (9/11, klimaatverandering, kredietcrisis) raken Nederlanders minder betrokken bij de maatschappij in brede zin. De aanvankelijke toename van de politieke betrokkenheid die zichtbaar was tussen 1997 en 2003 is afgenomen sinds 2006. Mogelijk wordt dit verklaard doordat het huidige kabinet dat begin 2007 werd geïnstalleerd, een sterk middenkarakter en middenkoers heeft, in tegenstelling tot de kabinetten ervoor die een overwegend rechts karakter hadden en onder meer door hervormingen in de sociale zekerheid te maken hadden met onvrede onder de bevolking. De afname van de mening dat je je behoort in te zetten voor de gemeenschap is naar verwachting gelegen in de wisseling der generaties. Jongere, meer individualistisch en carrièrericht ingestelde generaties richten zich minder op het leveren van een actieve bijdrage aan een gemeenschap dan oudere, meer collectief ingestelde generaties. Te zelfder tijd blijkt de afwijzende grondhouding van Nederlanders ten aanzien van autoriteit in het afgelopen decennium af te kalven, vooral bij jongere en middelbare generaties. De afname in de laatste tijd van de zorg over het milieu heeft mogelijk te maken met een soort milieumoeheid of defaitisme dat optreedt in combinatie met de aanvang van de kredietcrisis, waarin economie een overheersend thema is. Een andere mogelijke verklaring is dat het niet meer omstreden is dat er een klimaatprobleem optreedt. In 2006, het jaar waarin de film *An Inconvenient Thruth* van Al Gore werd gelanceerd en het goed ging met de economie, was er sprake van een stijging van het percentage mensen dat aangaf milieubewust te proberen te leven. Dit daalde echter weer fors in het jaar erna. Mogelijk is er een besef gegroeid dat, gezien de reeds in gang gezette ontwikkelingen op het gebied van klimaatverandering, individuen of ondernemingen op microniveau zeer weinig invloed hebben op het milieu en het klimaat. Opvallend is dat deze teruggang in vele bevolkingsgeledingen zichtbaar is, behalve in het postmaterialistisch ingestelde segment.*

5 Toename tolerantie, daling roep om law & order

Uit de laatste metingen van de mentaliteitsmonitor blijkt dat de in meerderheid kritische houding richting allochtonen in Nederland sinds 2002 weer wat toleranter is geworden, na een periode van toename van 1999 tot 2002. Ook is er sinds 2002 sprake van een afname van de roep om law & order. De negatieve waardering van individualisering, die tussen 1997 en 2002 opkwam is over haar top heen. Ook is sinds de start van de mentaliteitsmonitor in 1997 sprake van gestage en forse toename van de steun voor rechten van homoseksuelen.

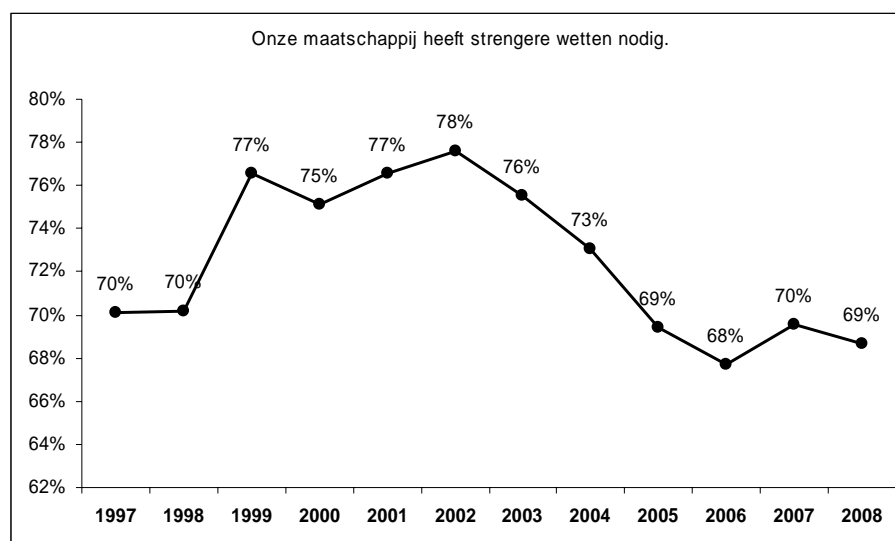
5.1 Minder kritische houding richting allochtonen

In het najaar van 2002, 1 jaar na 9/11, vond 81% dat er te veel buitenlanders zijn in Nederland die zich niet aanpassen aan de Nederlandse cultuur, dit is in 2008 afgenomen tot 73%. Overwegend heeft nog steeds bijna driekwart van de Nederlanders een kritische houding. In 2002 stemde 22% van de Nederlanders in met de stelling dat de grenzen van Nederland moeten openstaan voor iedereen die hier wil komen wonen en werken. In 2008 is dit gestegen tot 26%. In het najaar van 2002 vond 44% dat allochtonen de Nederlandse samenleving verrijken, in 2008 was dit 51%. Er is sprake van een lichte toename van tolerantie, tot op een vergelijkbaar niveau als in 1999.



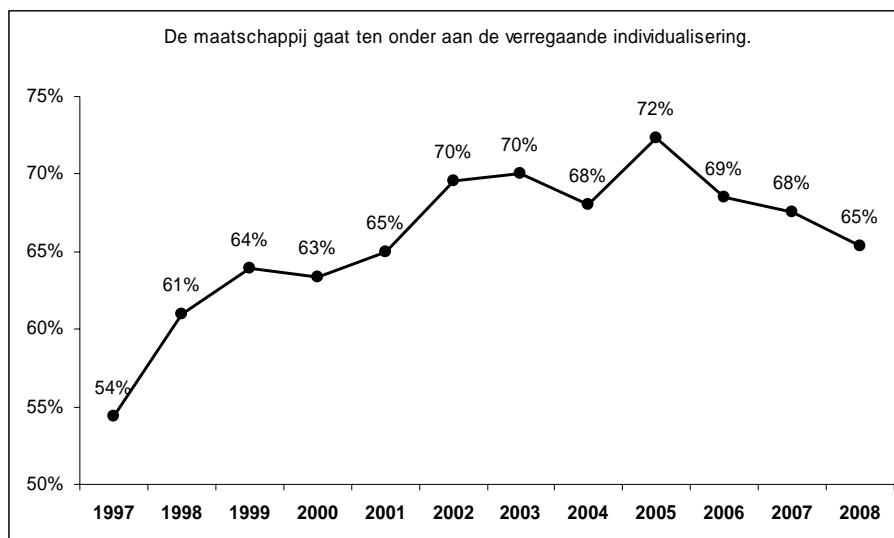
5.2 Afnemende steun voor 'law & order'

In het najaar van 2002 vond 78% van de Nederlanders dat onze maatschappij strengere wetten nodig heeft. In het najaar van 2008 is dit gedaald naar 69%, ruim tweederde van de bevolking. In 2002 vond 92% dat criminelen veel strenger moeten worden gestraft. In 2008 is dit gedaald tot 85%. In 2002 vond 84% dat te veel tolerantie gezien kan worden als oorzaak van de groeiende criminaliteit, in 2008 is dit gedaald tot 77%. De afname op deze indicatoren is vooral sterker dan gemiddeld zichtbaar bij de progressief ingestelde postmaterialisten.



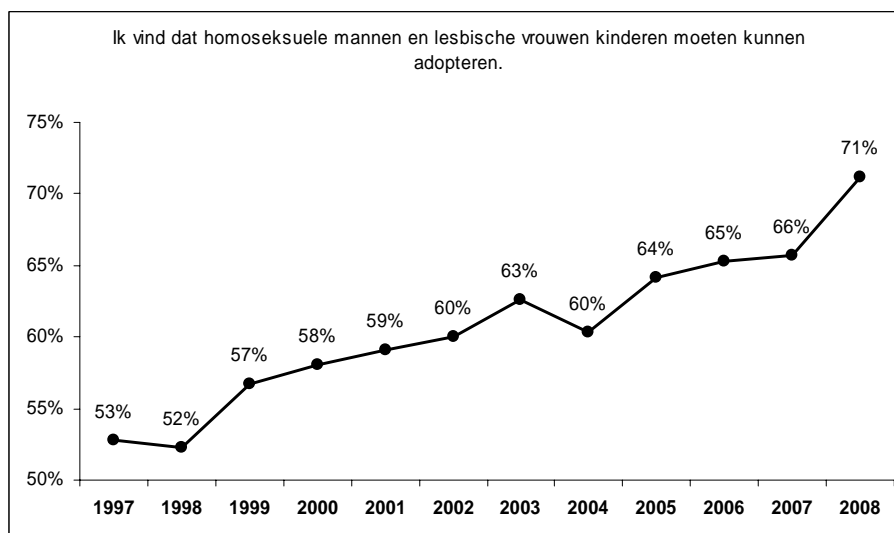
5.3 Negatief oordeel over individualisering over top heen

In het najaar van 2005 vond 72% van de Nederlanders dat de maatschappij ten onder gaat aan de verregaande individualisering. In 2008 is dit gedaald tot 65% (nog steeds 11% hoger dan in 1997). In 2006 vond 90% dat mensen te veel op zichzelf gericht zijn en te weinig rekening houden met hun omgeving. In 2008 is dit 85%, een ruime meerderheid van de bevolking. In 2002 vond 76% van de Nederlanders dat er in Nederland te weinig nadruk wordt gelegd op traditionele waarden en normen. In 2008 is dit gedaald tot ruim tweederde van de bevolking: 68%. Deze daling heeft zich vooral sterker dan gemiddeld voorgedaan bij hoger opgeleiden.



5.4 Toenemende steun voor rechten homoseksuelen

In 1997 onderschreef 71% van de Nederlanders dat homoseksuele mannen en lesbische vrouwen dezelfde rechten moeten kunnen hebben als een getrouwde man en vrouw. In 2008 onderschrijft 84% deze stelling. In 1997 vond 53% dat homoseksuele mannen en lesbische vrouwen kinderen moeten kunnen adopteren, in 2008 is dit 71%. In 1997 vond 59% dat twee mannen of twee vrouwen prima in staat zijn om kinderen op te voeden. In de 2008 onderschrijft 75% deze stelling. Met name de meer traditioneel ingestelde milieus en ouderen laten op dit punt een bovengemiddelde stijging zien. De overgrote meerderheid van de bevolking steunt de genoemde rechten van homoseksuelen.



5.5 Interpretatie trend

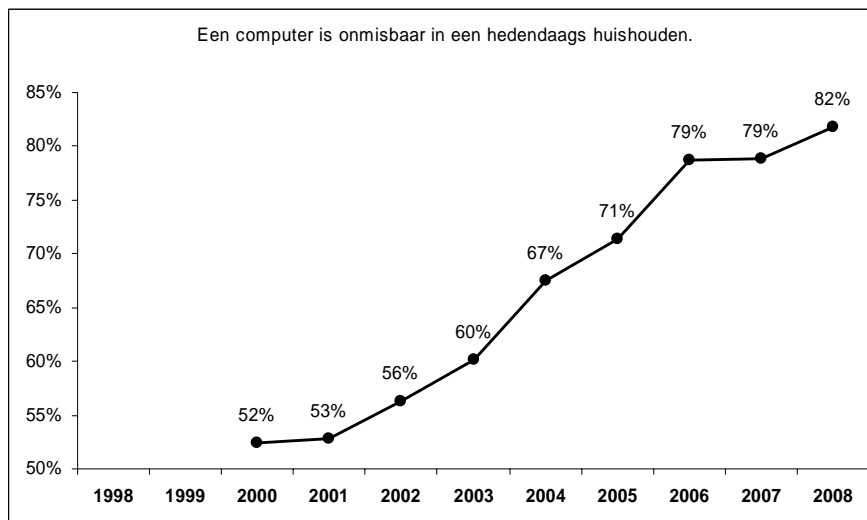
Na 9/11 en de moord op Pim Fortuyn verhardde het mentaliteitsklimaat in Nederland aanvankelijk tot een toppunt in 2002. Het integratie- en veiligheidsdebat werd in volle hevigheid gevoerd, de gedoogcultuur stond fors ter discussie en het gehele politieke spectrum schoof naar rechts op. Onder de bevolking is de stemming sindsdien veranderd, het hoeft niet nog scherper en harder. Mogelijk vindt men dat de debatten ook bij de gevestigde partijen hun effecten hebben gehad en dat er steviger wordt opgetreden, het mag iets meer ontspannen en toleranter. Een andere mogelijke verklaring is dat de onvrede zich gekanaliseerd heeft in protestpartijen aan de rechterkant van het politieke spectrum. Zoals bekend denken segmenten van de bevolking zeer uiteenlopend over het integratievraagstuk, en is er nog steeds een sterke hang naar law & order, maar deze is voor de gemiddelde Nederlander wat minder sterk typerend dan voorheen. Het aantal Nederlanders dat vindt dat allochtonen zich voldoende aanpassen neemt toe, en een toenemend aantal vindt dat de grenzen van Nederland open zouden moeten staan voor wie hier wil komen wonen en werken. In de politiek is er de afgelopen jaren veel aandacht besteed voor normen en waarden. Nederlanders zijn minder dan voorheen van mening dat hier nog meer nadruk op zou moeten komen. Met de wisseling der generaties neemt de acceptatie en emancipatie van de rechten van homoseksuelen gestaag toe in brede segmenten van de bevolking, ook bij de oudere en meer traditioneel ingestelde groepen.

6 Toename belang technologie en beeldcultuur

De gerichtheid op de eigen directe ervaring en presentatie neemt toe. Nederlanders zijn meer gericht op de directe ervaring van beelden (voyeurisme, exhibitionisme) en minder op fantasieën en dromen ingesteld dan voorheen. Men is in toenemende mate van mening dat technologische ontwikkeling ruim baan dient te krijgen, en de computer wordt in toenemende mate gezien als onmisbaar.

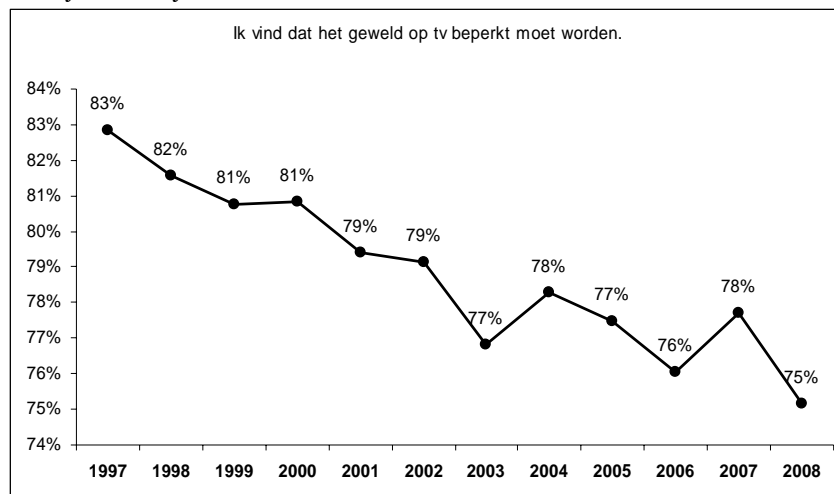
6.1 Toename gerichtheid op technologie

In 2002 vond 59% dat er meer ruimte moet komen voor technologische ontwikkelingen, in 2008 is dit gestegen tot 74%. In 2002 vond 56% een computer onmisbaar in een hedendaags huishouden, in 2008 is dit fors gestegen tot 82%, een grote meerderheid van de bevolking. In 2002 vond 59% dat er grenzen gesteld moeten worden aan de technologische ontwikkeling, in 2008 is dit gedaald naar 50%.



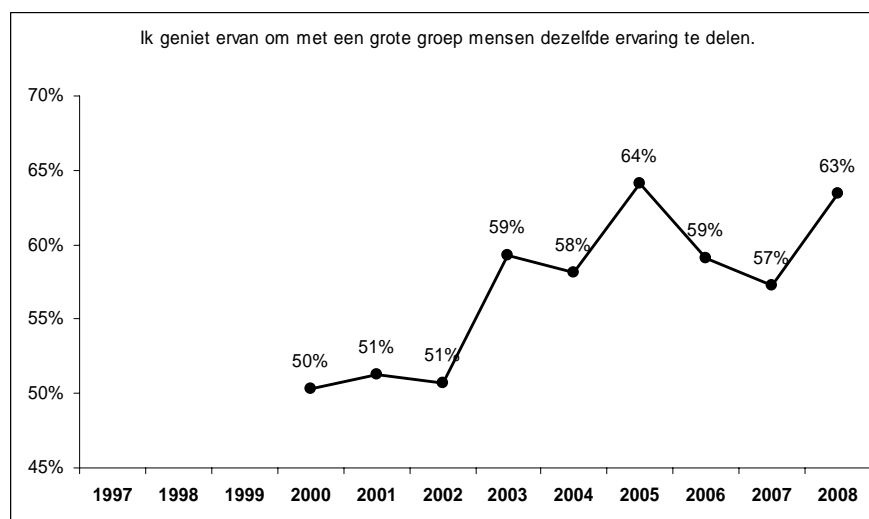
6.2 Minder steun voor beperken geweld op televisie

In 1997 gaf 83% aan te vinden dat het geweld op tv beperkt moet worden, in 2008 is dit gedaald tot 75%, nog steeds een aanzienlijke meerderheid van de bevolking. De afname is sterker zichtbaar bij jongeren en mensen van middelbare leeftijd dan bij ouderen.



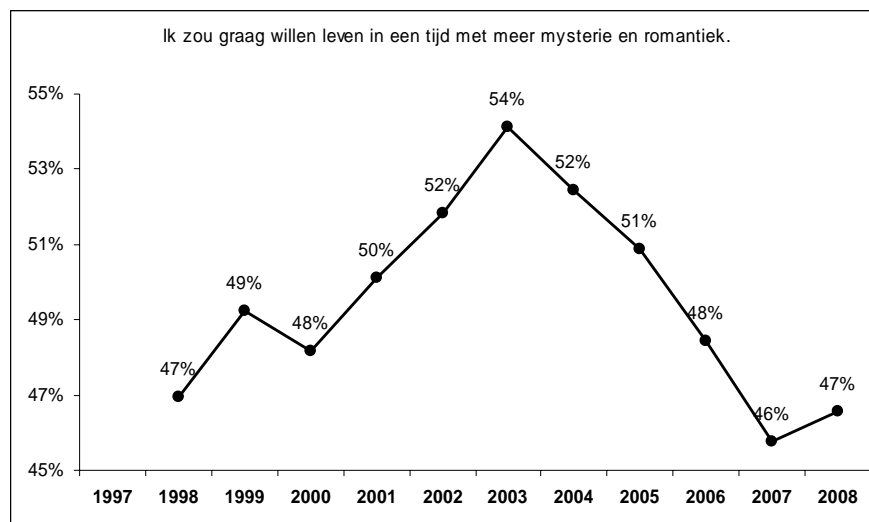
6.3 Meer genieten van collectieve ervaringen

In 2002 gaf 51% aan ervan te genieten met een grote groep mensen dezelfde ervaring te delen, in 2008 is dit gestegen tot 63%, een meerderheid van de bevolking.



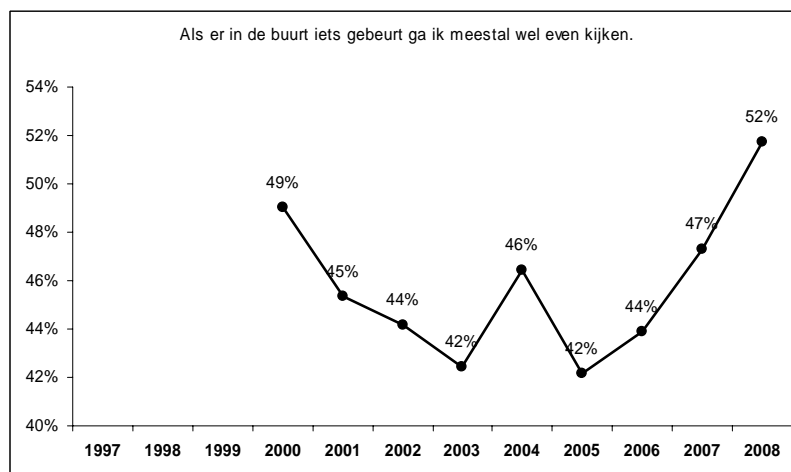
6.4 Afname gerichtheid op dromen en fantasieën

In 2005 gaf 51% aan dat men graag zou willen leven in een tijd met meer mysterie en romantiek, in 2008 is dit gedaald tot 47%. In 2005 gaf 45% aan ervan te houden om in gedachten te ontsnappen naar een ander soort wereld dan waarin men nu leeft, in 2008 is dit gedaald naar 40%. Bij jongeren zijn deze dalingen relatief sterker zichtbaar.



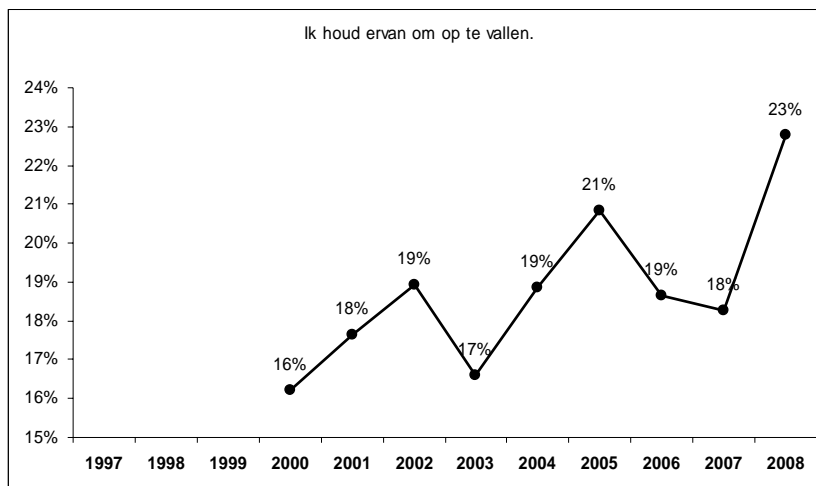
6.5 Toename voyeurisme en exhibitionisme

In 2002 gaf 34% aan het leuk te vinden om (via internet of televisie) een kijkje te nemen in het leven van andere mensen, in 2008 is dit 42%. In 2002 gaf 44% aan dat als er in de buurt iets gebeurt, meestal wel even te gaan kijken, in 2008 is dit 52%. De interesse in externe visuele prikkels blijkt na een eerdere daling tussen 2000 en 2003 weer toe te nemen.



In 2000 gaf 16% aan ervan te houden om op te vallen, in 2008 is dit 23%. In 2000 gaf 15% aan ervan te houden om door andere mensen bekeken te worden,

in 2008 is dit 23%, een minderheid van de bevolking. De toename is met name sterker zichtbaar bij jongere en middelbare leeftijdsgroepen.



6.6 Interpretatie trend

De invloed van technologie en beeldcultuur op Nederlanders neemt toe. Dit hangt samen met de sterke opkomst van internet en nieuwe media. De digitale camera is sterk opgekomen, en ook met de mobiele telefoon wordt veelvuldig gefotografeerd. Technologie biedt nieuwe manieren om jezelf te profileren en te verbinden met anderen, onder meer in sociale netwerken zoals Hyves en facebook. Het eigen digitale domein heb je zelf onder controle en kan worden ingericht naar de eigen voorkeuren en behoefte. Er is minder behoefte om weg te dromen dan voorheen, er is meer focus op directe ervaring en visuele prikkels. Het 'voyeursime' en 'exhibitionisme' (gerichtheid op beelden en uiterlijk) wordt naar verwachting gevoed door de populariteit van onder meer YouTube, programma's zoals Idols, Pop-Stars, make-over programma's en reality programma's, zoals De Bauers. Deze programma's lijken er aan te hebben bijgedragen dat Nederlanders zich de afgelopen tijd veel minder zijn gaan generen voor hun uiterlijk en gedrag. Jongere generaties zijn sterker gericht op uiterlijke profilering. Zij groeien op met informatie- en communicatietechnologie binnen handbereik en de internetpenetratie is in de afgelopen jaren sterk gegroeid, ook onder ouderen. Beeldcultuur en nieuwe technologie worden steeds meer onderdeel van het dagelijks leven.