

Van ‘glow up’ tot ‘princess treatment’: wat jonge vrouwen online zien

Duizend rozen en een Range Rover: voor sommige meiden is dat de minimale inzet voor een date. Dit jaar staat de Week van de Mediawijsheid in het teken van gezond schermgebruik. Een goed moment om aandacht te besteden aan de invloed van de online wereld op jongeren. Voor de campagneweek gingen we daarom in gesprek met Tewatha Muller, jongerencoach en oprichter van CO-BRASA. We spraken over de digitale wereld van jonge vrouwen, de link met de manosphere en waarom juist de ongemakkelijke gesprekken zo belangrijk zijn.

‘Rond Valentijnsdag vroeg ik een meisje dat ik op school begeleidde naar haar plannen. Ze wilde op date met een jongen, maar dan moest hij wel duizend rozen meebrengen en haar ophalen in een Range Rover. Toen we erover doorpraatten, bleek dat veel meiden zulke eisen eigenlijk de ondergrens vonden.’ Tewatha zocht het op en kwam terecht in de wereld van de ‘princess treatment’.

De vrouwelijke kant van de manosphere

Op de Mediawijsheid Kennisdag zei Tewatha het al: er is veel aandacht voor jonge mannen en de manosphere, maar veel minder voor wat jonge vrouwen online zien. Termen die hierbij horen zijn ‘tradwives’, vrouwelijke antifeministen, ‘prinsessen’ en ‘high value women’. Toch kun je die twee werelden niet los van elkaar zien. ‘Het een houdt het ander in stand. Mannen voelen zich onder andere aangetrokken tot de manosphere omdat ze het gevoel hebben dat vrouwen alleen ‘high value mannen’ willen.’

‘Het is ook aan ons, de omgeving van jongeren, om te laten zien dat een relatie meer inhoudt dan een soort valuta-uitwisseling.’

Dat zie je terug in de ‘princess treatment’. Dit is een trend op sociale media waarin vrouwen laten zien dat ze door hun partner als een prinses behandeld willen worden: hij betaalt altijd en verwent haar met cadeaus en luxe.

Daar staat wel iets tegenover: zij moet de ideale vrouw zijn. In ruil daarvoor wordt ze als prinses behandeld. 'Om die te kunnen betalen, moet je op z'n zachtst gezegd veel geld verdienen. En dat is precies wat de manosphere jongens voorhoudt: als je een goede vrouw wilt, moet je rijk zijn.' 'Het is ook aan ons, de omgeving van jongeren, om te laten zien dat een relatie meer inhoudt dan een soort valuta-uitwisseling,' zegt Tewatha.

Glow ups en high value women

In haar werk ziet Tewatha veel meiden die een zogenoemde 'glow up' willen: in korte tijd een complete verandering ondergaan, zodat ze een 'high value woman' worden, een vrouw die als waardevol en begeerlijk wordt gezien. Daarbij richten ze zich vaak zowel op hun mentale gezondheid als op hun uiterlijk. Aan de ene kant willen ze meer van zichzelf houden, een rustig en zorgeloos leven leiden (dit wordt ook wel een 'soft life' genoemd), boeken lezen, een dagboek bijhouden, doelen voor zichzelf opschrijven of hulp zoeken bij een coach of therapeut. Aan de andere kant willen ze afvallen, een nieuw kapsel, cosmetische behandelingen zoals fillers en botox, huidverzorging, voedingssupplementen, afslankmedicijnen zoals Ozempic, sporten en gezond eten.

Daarnaast zijn er de prinsessen die de princess treatment verwachten. 'Als ze een baby hebben gekregen, accepteren sommigen geen Cartier-armband als baargoud. Ze willen grotere en veel duurdere cadeaus, zoals een appartement in Dubai.'

Die boodschappen klinken ook door in wat meiden zeggen. 'Ik hoor geregeld dat meiden voor een glow up naar Turkije zijn gevlogen. Of dat ze vanaf nu écht een soft life willen, voor hun zenuwstelsel.' Daarmee bedoelen ze dat ze stress willen vermijden, zodat hun lichaam en hoofd tot rust kunnen komen.

De kracht van het algoritme

Dat deze content zo aanslaat, komt vooral door het algoritme. 'Het presenteert deze lifestyle als dé waarheid, niet als iets van 1 procent van de bevolking. Daardoor lijkt het haalbaarder en normaler dan ooit. En hoe vaker je het ziet, hoe meer je gaat geloven dat je er zelf ook recht op hebt. Het algoritme is een krachtige stem die zich blijft herhalen tot hij echt wordt gehoord. Ik wil dat die krachtige stem uit henzelf komt.'

Tewatha maakt zich vooral zorgen over de onrealistische verwachtingen van relaties, en over de gevolgen van sommige glow ups. 'Er kan veel misgaan als je je laat opereren, en het herstel kan lang en pijnlijk zijn. Ik vind het ook zorgelijk dat lelijkheid steeds meer als een keuze wordt gezien, omdat je er tegenwoordig zo makkelijk en toegankelijk iets aan kunt laten doen.'

Nieuwsgierig het gesprek aangaan

Om het gesprek aan te gaan zonder belerend te worden, kiest Tewatha voor oprechte interesse en nieuwsgierigheid. 'Ik vraag altijd hoe het gaat en of ze nog pijn hebben. Of de operatie is wat ze ervan hadden gehoopt en wat ze anders zouden doen als ze het opnieuw deden. De antwoorden verbazen me geregeld. Vaak hoor ik dat ze het ondanks de pijn en de risico's zo opnieuw zouden laten doen, omdat mensen positief reageren op de verandering.'

Ouders, docenten en jongerenwerkers kunnen veel betekenen door vragen te stellen die jongeren laten nadenken over hun keuzes. 'Juist de ongemakkelijke vragen die wringen, moeten worden gesteld. Wel binnen een vertrouwensrelatie, maar je moet ze niet uit de weg gaan omdat het voor jóú lastig is om ze te stellen.'

Een oproep aan professionals

Tewatha's boodschap aan collega's is helder: blijf lastige gesprekken voeren. 'De beste lessen ontstaan op de momenten dat er wrijving en ongemak is, niet wanneer iedereen het met elkaar eens is. Als je dat beseft, zie je hoe noodzakelijk het is om met jongeren te praten over onderwerpen die bij jezelf ook iets van ongemak oproepen.'