

RAGES

NATIONAAL ONDERWIJSMUSEUM TOONT HYPES DOOR DE JAREN HEEN



Wie nu nog flippo's verzamelt, is duidelijk niet van deze tijd. Maar ook de vorig jaar zo populaire 'fidget spinner' is al hopeloos onderwets. De 'squishy' is 'in', maar bij het verschijnen van deze krant waarschijnlijk al niet meer. Rages onder kinderen zijn een ongrijpbaar fenomeen.

door Niels Kalkman

Fidget spinners.

Terrug in de tijd: de zeepkistrace.

Ode aan de flippo

Laat het woord 'flippo' vallen en kijk wat er gebeurt: iedereen heeft wel herinneringen aan het stukje plastic uit de zakken chips, en die ene collega vertelt plots dat verhaal dat hij als kind met handklapvalspeelde, en met een beetje lijm anderszins flippo's afhandig maakte. In het Nationaal Onderwijsmuseum in Dordrecht is er een ode aan de flippo's, Pokémon-kaarten, zeepkisten, hoepels en squishy's: de rages door de jaren heen.

Zweeptol
De oudste rage van Nederland is misschien wel de zweeptol. Kinderen leren van opas en omas hoe ze de tol draaiende kunnen krijgen en, misschien nog wel belangrijker, houden. Het is een hype die steeds weer terugkomt op de basisschoolpleinen.



Probeer de zweeptol maar eens draaiende te houden.

een rage gaat in twee stappen. Eerst is er de autoriteit, een bepaalde BN'er, of voor veel kinderen tegenwoordig vlogger, die een bepaald product heeft en laat zien. Vervolgens is sociaal bewijs nodig: iemand in je eigen omgeving, op straat of op school, die dat product ook heeft." Zo krijg je volgens

Squishy

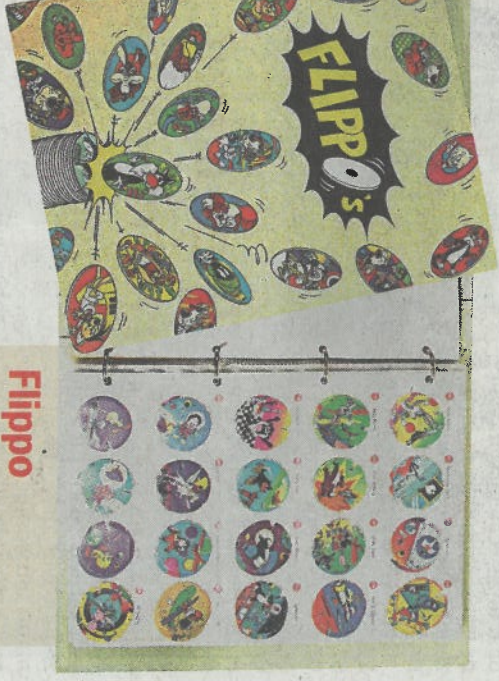
Een goed voorbeeld van hoe rages zich kunnen herhalen is de squishy: de nieuwste trend. In 1966 ontwikkelde de ruimtevaartorganisatie NASA traagschuim voor de astronauten, en meer dan vijftig jaar later is het een rage onder Nederlandse kinderen. Squishy-poppetjes zijn felgekleurde, sterk ruikende figuraties waar je in knijpt, waarna ze vervolgens langzaam weer uitzelten.



Wessels het idee dat veel mensen aan de rage meedoen. "En de mens wil er koste wat het kost bij horen, en doet dan mee. Het idee van verbondenheid."

Maar even snel als een rage opkomt, kan die ook weer verdwijnen.

Die autoriteit is dan weer 'uit zicht', legt Wessels uit. "Maar zo graag als een mens ergens bij wil horen, zo veelelend vinden we het als we de laatste zijn die nog er-



Flippo

Een Nederlandse uitvinding: de flippo. Het kleine stukje plastic met kleurrijke plaatjes zat gratis in chipszakken, en werd de eerste echte grote 'verzamelrage'. Rullen, verzamelen, spelen. En zo nu en dan wat valsspelen om iemand anders' flippo's af te troggelen. Veel kinderen verzamelen er zelf spelletjes mee.

Aha-erlebnis
En wat rest is dan een plek in een museum, zoals bijvoorbeeld in Dordrecht. Een grote aha-erlebnis voor iedereen die wel eens klikklakballen of een traploper in de handen heeft gehad.

"En vergeet de rage van de zeepkisten niet", haast museumdirecteur Tjits van Ruiten zich om te melden. "Kinderen mogen hun zeepkist pimpen en dan tegen elkaar racen. Daar komen vast ongelukken van..."

Furby

Veel mensen die eind jaren '90 kinderen hadden, zullen ze wel kennen: van de Furby wendden in twaalf maanden tijd 27 miljoen exemplaren verkocht. Het was een huisdier, maar dan zonder hartslag. Ze moesten eten, slapen en woordjes leren. Het grote voordeel: de batterijen konden er uit.



Maar wat maakt een rage nou succesvol of niet? "Als ik dat had geweten, had ik zelf wel een rage verzonnen en had ik nu op de Bahama's gezeten", vertelt consumentenpsycholoog Patrick Wessels. Al is er wel iets over te zeggen: "Het ontstaan van