



Statistische trends

Opvattingen over sociale media

Jacqueline van Beuningen
Rianne Kloosterman

Mei 2018

Inhoud

1. Inleiding	3
2. Resultaten	5
2.1 Gebruik van sociale media	5
2.2 Belang van sociale media	8
2.3 Invloed van sociale media	10
3. Conclusies	13
Literatuur	14
Bijlage	16
Technische toelichting	19

De populariteit van sociale media groeit. In 2017 maakte 87 procent van de Nederlanders van 18 jaar of ouder er wel eens gebruik van. Dit doet men vooral om in contact te blijven met anderen. Hoewel de meeste gebruikers minder dan een uur per dag op sociale media zitten, zegt 1 op de 10 van zichzelf verslaafd te zijn. Vooral jongvolwassenen tot 25 jaar noemen zichzelf bovengemiddeld vaak verslaafd. Dit is toegenomen sinds 2015. De meerderheid van alle volwassen gebruikers ervaart geen invloed van sociale media op het werk, school of nachtrust, maar wel op familie- en vriendencontacten. Volgens 6 op de 10 gebruikers verbeteren deze contacten door sociale media.

1. Inleiding

Steeds meer mensen zijn actief op sociale media als WhatsApp, Facebook of Twitter. In 2012 ging het om 62 procent van de personen van 12 jaar of ouder. Dit aandeel is in 2017 toegenomen tot 85 procent (Statline, 2017). Het gebruik van sociale media is vooral populair onder jongeren, maar de laatste jaren maken ook steeds meer ouderen er gebruik van (CBS, 2017). Beide groepen gebruiken het met name om tekstberichten uit te wisselen, bijvoorbeeld via WhatsApp. In 2017 deden 8 op de 10 personen van 12 jaar of ouder dit wel eens. Verder was 63 procent actief op sociale netwerken, zoals Facebook of Twitter, en 30 procent op professionele netwerken, zoals LinkedIn.

Mensen hebben diverse redenen om sociale media te gebruiken (Whiting en Williams, 2013). Sociale interactie is daarvan de belangrijkste. Sociale media bieden een eenvoudige manier om te communiceren met familie, vrienden en bekenden, ook als deze verder weg wonen, waardoor mensen op de hoogte blijven van elkaars leven.

Een ander belangrijk motief om sociale media te gebruiken is het zoeken en vinden van informatie. Verder geven mensen aan dat ze sociale media gebruiken als tijdverdrijf, ter ontspanning en entertainment, om de eigen mening uit te dragen, voor het vinden van gespreksonderwerpen, het delen van informatie of het bekijken wat anderen doen.

Hoewel sociale media veel voordelen bieden, hebben ze ook negatieve kanten. Zo kunnen mensen bang zijn om belangrijke of leuke informatie te missen op sociale media, waardoor zij zich buitengesloten voelen. Dit fenomeen wordt 'fear of missing out' (FoMO) genoemd. Dit zorgt voor onrust wanneer er geen verbinding is met het sociale netwerk, mogelijk resulterend in een lagere tevredenheid met het leven (Przybylski et al., 2013). Verder kunnen gebruikers van sociale media een vertekend beeld krijgen van wat er gebeurt en hoe anderen eruitzien. Dit kan leiden tot een lager zelfbeeld en een grotere ontevredenheid over het eigen uiterlijk, wat de kans op psychische problemen vergroot en het welzijn verkleint (De Vries, 2014). Ook zorgen sociale media ervoor dat de invloed en gevolgen van pesten veel groter worden. Door de anonimiteit en het gemak is het veel gemakkelijker om via sociale media te pesten. Het pestgedrag kan ook doorgaan na school of werk. Bovendien blijven berichten en foto's lange tijd online vindbaar, waardoor het pestgedrag iemand kan blijven achtervolgen.

Omdat vooral jongeren zich met sociale media bezighouden, is in 2015 onderzocht hoe jongeren in Nederland tegen sociale media aankijken (Kloosterman en Van Beuningen, 2015). Dit neemt niet weg dat ook veel mensen van middelbare en oudere leeftijd actief zijn op sociale media (CBS, 2017) en gevolgen hiervan kunnen ondervinden. Daarom wordt in dit artikel nagegaan hoe de volwassen bevolking staat tegenover sociale media. Waarom gebruiken ze het? Hoeveel waarde hechten zij eraan en ondervinden zij er baat dan wel hinder van in hun dagelijkse leven? Er wordt daarbij steeds bekeken of er verschillen zijn naar geslacht, leeftijd, onderwijsniveau en migratieachtergrond.

Gebruik van sociale media

In het onderzoek Belevingen 2017 (zie Technische toelichting) is gevraagd of mensen wel eens gebruik maken van sociale media, zoals Facebook, WhatsApp, Instagram, Skype of YouTube. Aan de socialemediagebruikers is vervolgens gevraagd waarom ze dit doen, waarbij één of meer van de volgende redenen gegeven konden worden:

- Om in contact te blijven met anderen;
- Omdat ik het leuk vind;
- Om te kijken wat anderen doen;
- Om geen informatie te missen;
- Om iets te doen te hebben als ik me verveel;
- Om een andere reden.

Personen die gebruik maken van sociale media is tevens gevraagd hoeveel tijd zij hier gemiddeld aan besteden per dag: minder dan 1 uur, 1 tot 3 uur, 3 tot 5 uur, 5 tot 10 uur, of minstens 10 uur.

Aan personen die geen gebruik maken van sociale media is ook gevraagd wat hiervan de reden of redenen zijn. De antwoordmogelijkheden waren als volgt:

- Ik heb er geen interesse in;
- Ik heb er geen tijd voor;
- Ik heb geen smartphone, tablet of computer;
- Ik mag het niet van mijn ouders;
- Om een andere reden.

De antwoordoptie 'Ik mag het niet van mijn ouders' is alleen voorgelegd aan de jongvolwassenen tot 25 jaar die bij hun ouders wonen. In dit onderzoek onder volwassenen zijn er te weinig jongvolwassenen die geen gebruik maken van sociale media om hier betrouwbare uitspraken over te kunnen doen.

Belang van sociale media

Om inzicht te krijgen in het belang dat mensen hechten aan sociale media is gevraagd of gebruikers van sociale media het eens of oneens zijn met de volgende stellingen:

- Het hebben van veel contacten op sociale media geeft me een goed gevoel;
- Als ik ergens ben waar ik niet online kan, vind ik dat vervelend;
- Ik heb liever contact met mensen via sociale media dan dat ik met ze afspreek;
- Ik ben bang dat ik dingen mis als ik geen gebruik maak van sociale media;
- Als mensen dingen van mij liken, retweeten of sharen geeft me dat een goed gevoel;
- Ik voel mij onrustig als er een bericht binnenkomt en ik het niet direct kan bekijken.

Respondenten die bij een stelling voor de optie 'niet van toepassing' hebben gekozen, zijn in de desbetreffende analyses buiten beschouwing gelaten.

Verder is respondenten gevraagd om op een schaal van 1 tot en met 10 aan te geven hoe belangrijk sociale media voor hen zijn, en ten slotte of zij zichzelf al dan niet verslaafd vinden aan sociale media.

Invloed van sociale media

Personen die gebruik maken van sociale media is gevraagd of zij vinden dat hun gebruik vooral een positieve invloed, vooral een negatieve invloed of geen invloed heeft als het gaat om:

- school- of studieresultaten (deze vraag is alleen gesteld aan personen die onderwijs volgen);
- werk (deze vraag is alleen gesteld aan personen met betaald werk);
- contact met familie en vrienden;
- nachtrust.

Bij ieder aspect waarbij is aangegeven dat het gebruik van sociale media een positieve dan wel negatieve invloed uitoefent, is door middel van een open vraag nagegaan op welke manier dit dan is.

2. Resultaten

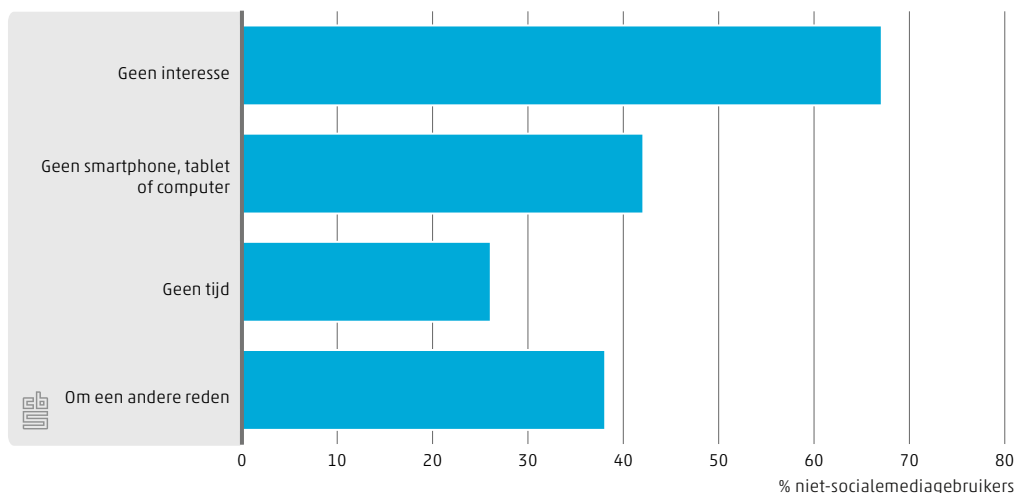
2.1 Gebruik van sociale media

Bijna 9 op de 10 volwassenen gebruiken sociale media

Van de volwassenen in Nederland geeft 87 procent aan wel eens sociale media te gebruiken. Dit aandeel verschilt niet tussen mannen en vrouwen. Leeftijd is wel duidelijk van belang. Vooral 75-plussers maken met 39 procent nog relatief weinig gebruik van sociale media. Onder 65- tot 75-jarigen is dit 71 procent en onder 55- tot 65-jarigen 88 procent. Bij de jongere leeftijdsgroepen gebruikt vrijwel iedereen sociale media. Verder zitten hoogopgeleiden en middelbaar opgeleiden met ongeveer 90 procent vaker op sociale media dan laagopgeleiden (72 procent). Dit beeld komt overeen met de cijfers uit het ICT-onderzoek (Statline, 2017).

Van de 13 procent die geen sociale media gebruikt, geeft twee derde aan hier geen interesse in te hebben. Ruim vier op de tien heeft geen smartphone, tablet of computer om sociale media te kunnen gebruiken en bij iets meer dan een kwart van de niet-gebruikers speelt tijdgebrek een rol.

2.1.1 Redenen¹⁾ om geen sociale media te gebruiken, personen van 18 jaar of ouder, 2017



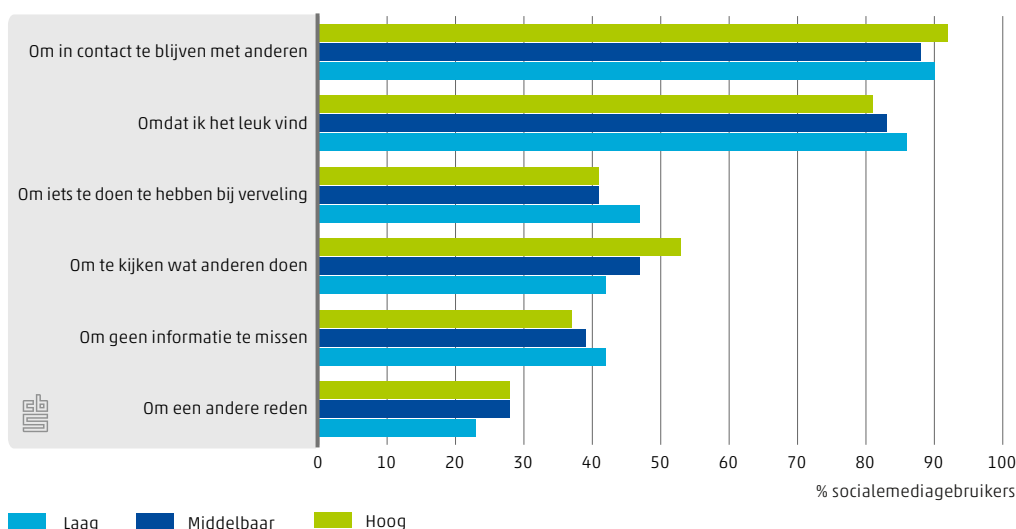
¹⁾ Respondenten konden meerdere redenen aangeven.

Vooral sociale media om in contact te blijven

Sociale media worden vooral gebruikt om in contact te blijven met anderen; 9 op de 10 geven dit aan. Dat sociale media gewoonweg leuk zijn, wordt ook door een groot deel (83 procent) als reden gegeven. Minder dan de helft gebruikt sociale media om te kijken wat anderen doen, om geen informatie te missen of om iets te doen te hebben als ze zich vervelen.

Vrouwen geven vaker dan mannen aan sociale media te gebruiken om in contact te blijven met anderen en omdat ze het leuk vinden. Waar van de mannen respectievelijk 88 en 79 procent aangeeft sociale media om deze redenen te gebruiken, geeft 92 en 87 procent van de vrouwen dit als redenen. Voor de overige redenen is er geen verschil tussen mannen en vrouwen. Jongvolwassenen van 18 tot 25 jaar geven vaker dan personen van

2.1.2 Redenen¹⁾ voor gebruik sociale media naar onderwijsniveau, personen van 18 jaar of ouder, 2017



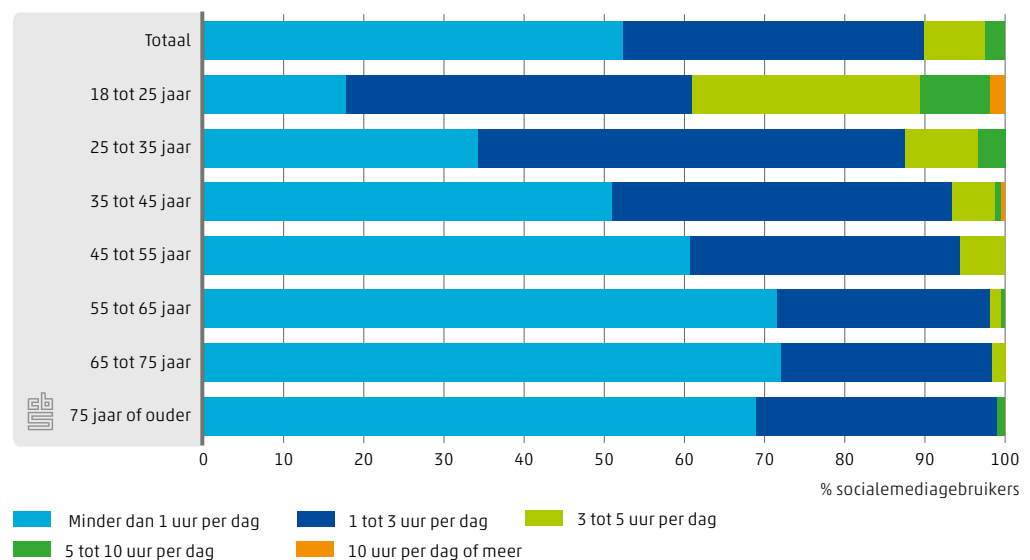
¹⁾ Respondenten konden meerdere redenen aangeven.

25 jaar of ouder aan sociale media te gebruiken omdat ze het leuk vinden, om te kijken wat anderen doen, om geen informatie te missen en om iets te doen te hebben als ze zich vervelen. Hoogopgeleiden geven vaker dan laagopgeleiden aan dat zij sociale media gebruiken om te kijken wat anderen doen, terwijl laagopgeleiden het vaker doen omdat ze het leuk vinden. De redenen om sociale media te gebruiken verschillen niet tussen herkomstgroepen.

Meer dan de helft van de volwassenen zit minder dan een uur per dag op sociale media

Ruim de helft van de volwassenen spendeert gemiddeld minder dan 1 uur per dag aan sociale media. Bijna 4 op de 10 doet dit 1 tot 3 uur per dag. De overige 10 procent is meer tijd bezig met sociale media. De tijd die doorgebracht wordt op sociale media verschilt vooral tussen leeftijdsgroepen. Waar 39 procent van de 18- tot 25-jarigen 3 uur of meer per dag aan sociale media besteedt, is dit onder 25-plussers 6 procent. Van de 25- tot 35-jarigen zit het grootste deel (53 procent) 1 tot 3 uur per dag op sociale media. Van de 35-plussers is de meerderheid (63 procent) minder dan 1 uur per dag kwijt aan sociale media. Verder spenderen vrouwen meer tijd aan sociale media dan mannen. Laagopgeleiden zitten minder vaak op sociale media dan hoger opgeleiden, als ze dit doen zijn ze daar wel meer tijd mee bezig. Ook hier zijn er geen verschillen tussen herkomstgroepen.

2.1.3 Tijd gespendeerd op sociale media naar leeftijd, personen van 18 jaar of ouder, 2017



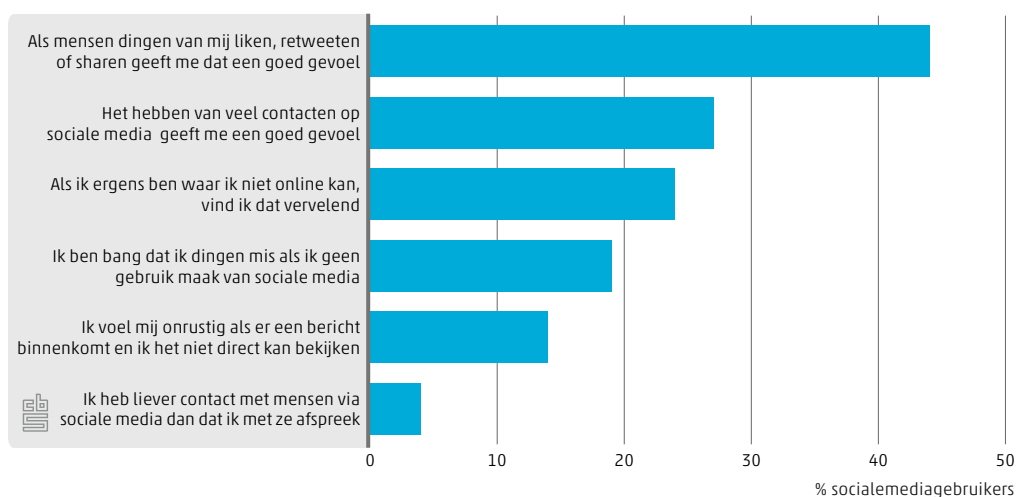
18- tot 25-jarigen brengen meer tijd door op sociale media dan in 2015

Net als in 2015 gaf 99 procent van de 18- tot 25-jarigen in 2017 aan sociale media te gebruiken. Zij waren hier naar eigen zeggen in 2017 meer tijd mee bezig dan in 2015. Waar in 2015 17 procent van hen 3 tot 5 uur per dag aan sociale media besteedde en 4 procent 5 tot 10 uur per dag, is dat in 2017 respectievelijk 29 en 9 procent. De redenen om sociale media te gebruiken zijn onder jongvolwassenen grotendeels hetzelfde gebleven als in 2015; het overgrote deel gebruikt het om in contact te blijven met anderen en omdat ze het leuk vinden.

2.2 Belang van sociale media

Ondanks het wijdverbreide gebruik van sociale media, zegt slechts 4 procent van de gebruikers liever contact te hebben met mensen via sociale media dan in persoon. Toch krijgt 44 procent een goed gevoel van een like, retweet of share. Iets meer dan een kwart krijgt een goed gevoel van veel contacten op sociale media en iets minder dan een kwart vindt het vervelend om ergens te zijn waar geen internetverbinding is. Daarnaast voelt 14 procent zich onrustig als ze binnenkomende berichten niet direct kunnen bekijken en is 19 procent bang dat ze dingen missen als ze geen gebruik maken van sociale media.

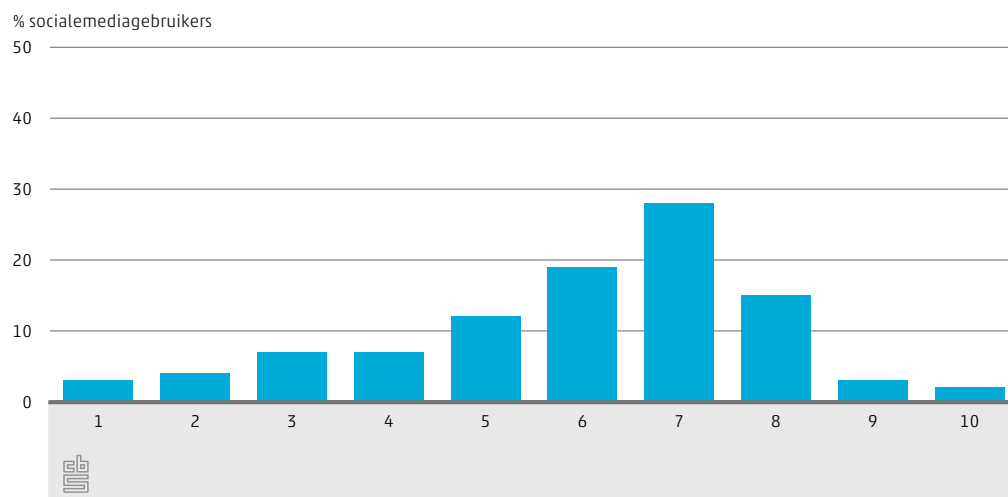
2.2.1 Belang van sociale media, personen van 18 jaar of ouder, 2017



1 op de 10 verslaafd aan sociale media

Van alle gebruikers zegt 10 procent verslaafd te zijn aan sociale media. Deze mensen hechten doorgaans veel waarde aan sociale media; ze zeggen er vaker een goed gevoel van te krijgen, onrustig te worden als binnenkomende berichten niet kunnen worden geopend of bang te zijn om iets te missen of niet online te kunnen. Ook geven ze

2.2.2 Rapportcijfer voor het belang van sociale media, personen van 18 jaar of ouder, 2017



twee keer zo vaak de voorkeur aan contact via sociale media boven een persoonlijke ontmoeting; 8 procent van de verslaafden zegt dit ten opzichte van 4 procent van de niet-verslaafden. Verslaafden brengen ook meer tijd door op sociale media dan degenen die zichzelf niet verslaafd vinden.

Als mensen wordt gevraagd om met een rapportcijfer aan te geven hoe belangrijk sociale media voor hen zijn, dan bedraagt dit cijfer gemiddeld een 6,0. Bijna de helft van de socialemediagebruikers geeft een 7 of hoger (48 procent), 31 procent geeft een 5 of een 6 en 21 procent geeft minder dan een 5. Het meest gekozen cijfer voor het belang van sociale media is een 7.

Vooral jongvolwassenen hechten belang aan sociale media

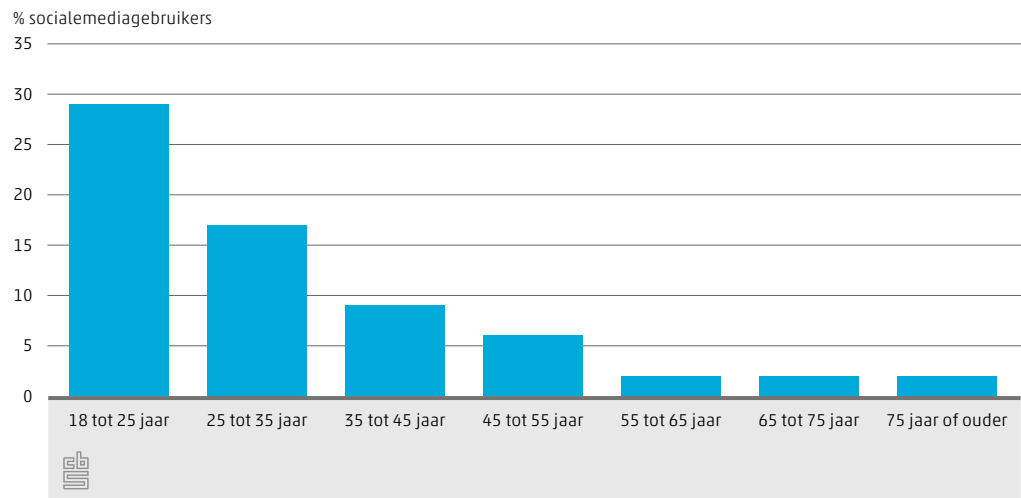
Het belang dat mensen hechten aan sociale media verschilt tussen bevolkingsgroepen. Zo geven vrouwen vaker dan mannen aan dat zij het vervelend vinden om ergens te zijn waar ze niet online kunnen. Vrouwen geven vaker aan dan mannen zich verslaafd te voelen aan sociale media, namelijk 13 tegen 7 procent. Ook het rapportcijfer laat zien dat sociale media een belangrijkere plek innemen in het leven van vrouwen (rapportcijfer 6,1) dan in het leven van mannen (rapportcijfer 5,8).

Dit geldt ook voor jongvolwassenen ten opzichte van ouderen; van de 18- tot 25-jarigen vindt 37 procent het vervelend om ergens niet online te kunnen tegenover 18 procent van de 55- tot 75-jarigen. Ook zijn jongvolwassenen in vergelijking met ouderen aanmerkelijk vaker bang om dingen te missen, krijgen ze vaker een goed gevoel als hun berichten geliked, geretweet of gedeeld worden en voelen ze zich vaker onrustig als zij berichten niet direct kunnen lezen. Het aandeel dat een goed gevoel krijgt van veel contacten op sociale media verschilt niet tussen jongvolwassenen en ouderen. Mensen in de leeftijdsgroepen tussen de 25 en 65 jaar hechten minder waarde aan het hebben van veel contacten. Verder neemt het aandeel dat zegt verslaafd te zijn af tot 55 jaar en stabiliseert zich daarna. Van de 18- tot 25-jarigen zegt 29 procent dat ze verslaafd zijn, van de 55-plussers 2 procent. Als het gaat om het belang van sociale media, scoren jongvolwassenen met een 6,4 het hoogst van alle leeftijdsgroepen.

Van de onderwijsgroepen vinden middelbaar en hoger opgeleiden het hebben van veel contacten minder belangrijk dan laagopgeleiden. Daarnaast voelen laagopgeleiden en hoogopgeleiden zich vaker onrustig dan middelbaar opgeleiden als zij berichten niet meteen kunnen bekijken. Laagopgeleiden geven ook relatief vaker aan liever contact via sociale media te hebben dan face-to-face. Middelbaar opgeleiden (5,8) geven net een wat lager cijfer aan het belang van sociale media dan laag- (6,1) en hoogopgeleiden (6,0). Het aandeel socialemediagebruikers dat zichzelf verslaafd noemt, verschilt niet naar onderwijsniveau.

Personen met een niet-westerse migratieachtergrond zeggen in vergelijking met personen met een Nederlandse achtergrond vaker dat zij contact via sociale media prefereren boven face-to-face contact. De eerste groep vindt het ook vaker vervelend om niet online te kunnen. Wat betreft het belang van sociale media, geven personen met een niet-westerse migratieachtergrond (6,5) een hoger cijfer dan personen met een Nederlandse achtergrond (5,9) of personen met een westerse migratieachtergrond (5,9).

2.2.3 Vindt zichzelf verslaafd aan sociale media naar leeftijd, personen van 18 jaar of ouder, 2017



Jongvolwassenen hechten steeds meer belang aan sociale media

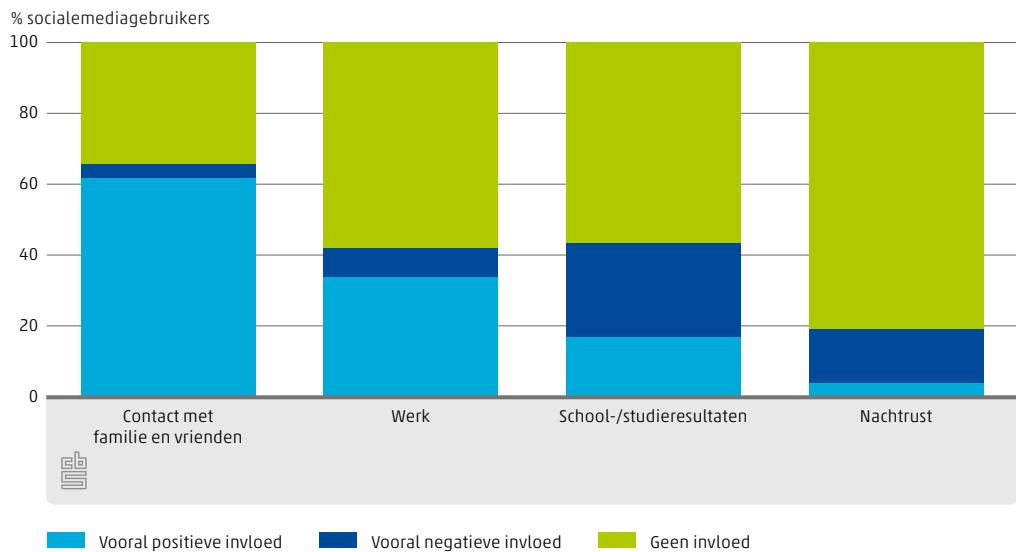
Tussen 2015 en 2017 is er binnen de groep 18- tot 25-jarigen het een en ander veranderd op het gebied van het belang van sociale media. Het percentage dat bang is dingen te missen als ze geen gebruik maken van sociale media is onder jongvolwassenen gestegen van 27 naar 34 procent. En jongvolwassenen voelen zich vaker onrustig als zij een binnenkomend bericht niet kunnen bekijken; dit was 17 procent in 2015 en 22 procent in 2017. Verder hebben in 2017 meer jongvolwassenen liever contact via sociale media in plaats van face-to-face dan in 2015. Het aandeel dat zich verslaafd voelde aan sociale media nam toe van 19 procent in 2015 tot 29 procent in 2017. Tot slot steeg het rapportcijfer voor het belang van sociale media voor deze leeftijdsgroep van een 6,0 naar een 6,4.

2.3 Invloed van sociale media

Meerderheid positief over invloed sociale media op familie- en vriendencontact

Het grootste deel van de volwassenen geeft aan geen invloed van sociale media te ervaren op hun dagelijkse leven, behalve als het gaat om het contact met familie en vrienden. Ruim 60 procent vindt dat sociale media daar een positieve uitwerking op hebben. Dit komt vooral doordat ze hiermee op een gemakkelijke en snelle manier contact kunnen hebben met bekenden in de nabije omgeving, maar ook met bekenden die zich verder weg bevinden, in binnen- of buitenland. Door sociale media is er bovendien vaker contact en is het eenvoudiger om contacten te onderhouden. Veel mensen vinden het verder prettig om door middel van sociale media op de hoogte te blijven van het leven van anderen, zoals van kinderen of kleinkinderen, en van sociale evenementen. Daarnaast geven mensen aan dat er via sociale media gemakkelijk afspraken gemaakt kunnen worden met familie en vrienden. Een minderheid van 4 procent ervaart vooral een negatieve invloed van sociale media op hun sociale contacten. De meesten van hen vinden dat het online contact via sociale media ten koste gaat van het persoonlijke contact. Mensen zouden minder geneigd zijn om met elkaar af te spreken. Daarnaast vinden sommigen die een negatieve invloed ervaren het vervelend dat anderen bij persoonlijke ontmoetingen geregeld met hun mobiele telefoon bezig zijn.

2.3.1 Ervaren invloed van sociale media op verschillende levensterreinen, personen van 18 jaar of ouder, 2017



Ervaren invloed van sociale media op werk, studie en nachtrust beperkt

Bijna 60 procent van de werkenden ervaart geen invloed van sociale media op hun werk. Ruim een derde merkt een positieve invloed en een minderheid (8 procent) ervaart een negatieve invloed. Mensen die een positieve invloed van sociale media op hun werk ervaren, vinden het vooral fijn dat er gemakkelijk en snel gecommuniceerd kan worden met collega's over werk, maar privé-zaken worden ook regelmatig gedeeld. Daarbij wordt er niet alleen met collega's gecommuniceerd via sociale media, maar ook met anderen die belangrijk zijn voor een bedrijf of instelling zoals patiënten, klanten, leerlingen, ouders, leveranciers en opdrachtgevers. Daarnaast is een deel van mening dat sociale media het netwerken en het onderhouden van werkrelaties vergemakkelijkt. Dat sociale media veel marketingdoeleinden biedt, wordt ook als positief aspect genoemd. Ondernemers gebruiken sociale media om de zichtbaarheid en naamsbekendheid van hun bedrijf te vergroten en daarmee nieuwe klanten aan te trekken. Degenen die een negatieve invloed van sociale media op het werk ervaren, geven vooral aan dat het hen afleidt en het concentratievermogen vermindert.

Het aandeel scholieren en studenten dat geen invloed merkt van sociale media op de school- of studieresultaten (57 procent) is vergelijkbaar met het aandeel werkenden dat geen invloed hiervan ervaart op het werk (58 procent). Het aandeel dat vooral een positieve invloed ervaart, is met 17 procent echter ongeveer de helft van dit aandeel bij de werkenden, terwijl het aandeel dat vindt dat sociale media vooral een negatieve impact hebben met ruim een kwart (27 procent) veel hoger is dan bij de werkenden. De positieve invloed bestaat vooral uit het gemakkelijk contact kunnen leggen met studie- of klasgenoten, waardoor ze elkaar vragen kunnen stellen of elkaar kunnen helpen met leerstof of huiswerk. Als negatieve invloed wordt ook hier genoemd dat het afleidt en dat er minder tijd aan huiswerk of studie wordt besteed.

Het merendeel van de volwassenen (81 procent) ervaart geen invloed van sociale media op hun nachtrust, 15 procent vindt dat sociale media hierop vooral een negatieve uitwerking hebben en 4 procent ervaart juist een positieve impact. Bij de negatieve invloed

noemen mensen dat zij minder nachtrust krijgen, doordat zij 's avonds te lang actief zijn op sociale media. Verder geven mensen aan dat zij wakker worden van het geluid en licht van binnenkomende berichten. Ook onrust of gepieker door sociale media worden genoemd als aanleiding voor een slechtere nachtrust. De manier waarop een positieve invloed wordt ervaren, wisselt sterk. Een enkeling vindt het prettig om overal van op de hoogte te zijn voor het slapen gaan. Ook geven mensen aan dat zij zo vermoeid raken door het gebruik van sociale media dat ze vervolgens goed kunnen slapen.

Actiever gebruik sociale media vergroot invloed op het leven

Naarmate mensen meer tijd op sociale media doorbrengen, ervaren zij vaker een invloed van sociale media op hun leven. In het geval van nachtrust en sociale contacten ervaren intensieve gebruikers zowel vaker een positieve als een negatieve invloed. Zo is 70 procent van de gebruikers die dagelijks 3 uur of langer op sociale media zitten van mening dat sociale media hun sociale contacten positief beïnvloeden tegen 57 procent van de mensen die iedere dag minder dan 1 uur actief zijn. Daarnaast ervaart 8 procent van de intensieve gebruikers een negatieve invloed op hun sociale contacten tegen 3 procent van de minder intensieve gebruikers.

De intensiviteit van het gebruik van sociale media is in het geval van werk alleen van belang voor de ervaren positieve invloed: 42 procent van de intensieve gebruikers merkt dat zij in hun werk vooral baat hebben van sociale media tegen 30 procent van de minder intensieve gebruikers.

Jongvolwassenen ervaren vaker negatieve invloed van sociale media dan ouderen

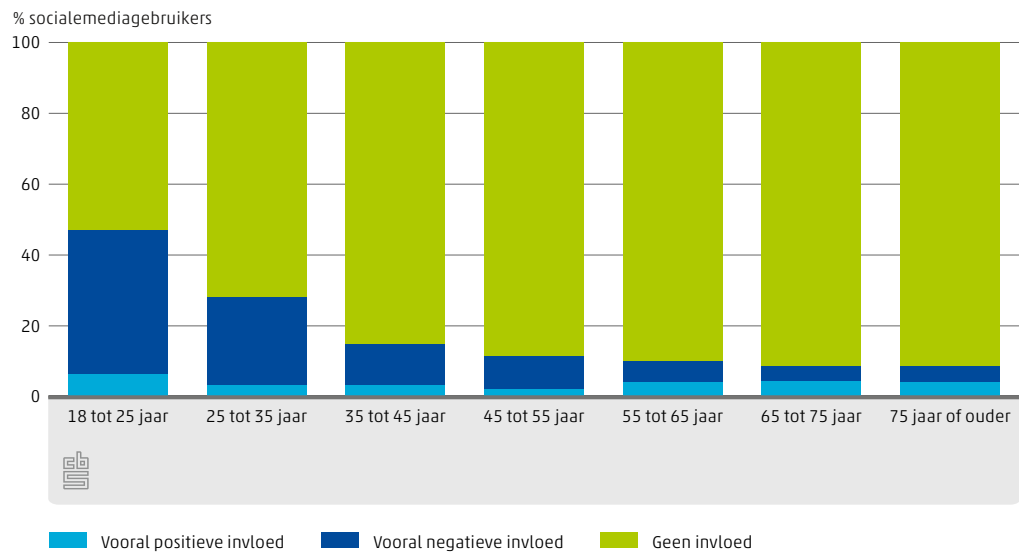
De ervaren invloed van sociale media verschilt tussen bevolkingsgroepen. Zo geven mannen vaker dan vrouwen aan vooral een positieve invloed van sociale media te ondervinden op hun werk en nachtrust. Het verschil is het grootst als het gaat om werk: 37 procent van de mannen ervaart op dit terrein vooral een positieve uitwerking van sociale media tegen 30 procent van de vrouwen. Er zijn geen verschillen als het gaat om sociale contacten.

Jongere leeftijdsgroepen geven vaker aan een negatieve invloed van sociale media te ervaren op hun werk, sociale contacten en nachtrust dan oudere leeftijdsgroepen. Maar wat betreft het contact met familie en vrienden hebben ze er ook vaker profijt van. Ongeveer twee derde (67 procent) van de 18- tot 25-jarigen ervaart met name een positieve invloed op dit terrein tegen 57 procent van de 45- tot 75-jarigen. Er bestaat echter geen verschil tussen de 18- tot 25-jarigen en 75-plussers. Dat jongvolwassenen vaker een invloed van sociale media ervaren op hun sociale leven, komt doordat zij er meer tijd aan besteden. De tijd die gespendeerd wordt aan sociale media biedt echter geen verklaring voor de leeftijdsverschillen op het gebied van werk en nachtrust.

Hoogopgeleiden zijn positiever over de invloed die sociale media hebben op hun werk en sociale contacten dan laagopgeleiden. Ze zijn echter minder te spreken over de invloed hiervan op hun nachtrust: 17 procent ervaart dan vooral een negatieve invloed tegen 12 procent van de laagopgeleiden.

De ervaren invloed van sociale media op werk en sociale contacten verschilt niet tussen herkomstgroepen. Wel merken personen met een niet-westerse migratieachtergrond vaker een invloed van sociale media op hun nachtrust dan personen met een Nederlandse

2.3.2 Ervaren invloed van sociale media op nachtrust naar leeftijd, personen van 18 jaar of ouder, 2017



achtergrond, zowel in positieve als in negatieve zin. Wanneer rekening gehouden wordt met het feit dat personen met een niet-westerse migratieachtergrond meer tijd aan sociale media spenderen – zij zijn ook doorgaans jonger – dan verdwijnt alleen het herkomstverschil wat betreft de ervaren negatieve invloed van sociale media op nachtrust. Het herkomstverschil in de ervaren positieve invloed blijft bestaan.

Invloed sociale media bij jongeren toegenomen

In 2017 ervaren meer jongeren een invloed van sociale media dan in 2015. Zo gaf in 2017 ruim de helft van de 18- tot 25-jarigen aan invloed te ondervinden van sociale media op hun school- of studieresultaten. In 2015 was dat nog 30 procent. Het deel waarbij de schoolprestaties vooral lijden onder het gebruik van sociale media is toegenomen, evenals het deel dat hier vooral baat bij heeft.

In het geval van werk en nachtrust is uitsluitend het deel dat hinder ondervindt van sociale media toegenomen. Verder geven steeds meer jongvolwassenen aan dat sociale media een positieve uitwerking hebben op hun contacten met familie en vrienden.

3. Conclusies

In Nederland is het aandeel dat sociale media gebruikt hoog, maar het stijgt nog steeds (StatLine, 2017). Deze stijging is momenteel het grootst onder ouderen. Volwassenen in Nederland gebruiken sociale media vooral om in contact te blijven met anderen en omdat zij het leuk vinden. De meeste gebruikers zitten gemiddeld minder dan een uur per dag op sociale media. Jongvolwassenen brengen meer tijd door op sociale media dan ouderen. Daarbij is de hoeveelheid tijd gependend aan sociale media onder 18- tot 25-jarigen gestegen ten opzichte van 2015.

Bevolkingsgroepen verschillen in het belang dat zij aan sociale media hechten. Vrouwen vinden sociale media iets belangrijker dan mannen. Zij zeggen vaker zich vervelend te voelen als zij niet online kunnen. Jongvolwassenen zijn in vergelijking met ouderen banger om dingen te missen, vinden het vaker vervelend om niet online te kunnen en voelen zich vaker onrustig als zij een bericht niet direct kunnen lezen. Jongvolwassenen vinden zichzelf ook vaker verslaafd dan ouderen. Ze geven dit ook vaker aan dan in 2015. Jongvolwassenen en ouderen geven even vaak aan dat zij een goed gevoel krijgen van veel contacten op sociale media. Dit aandeel ligt lager onder mensen in de leeftijd van 25 tot 65 jaar.

Het feit dat een groep gebruikers het vervelend vindt om ergens geen internet te hebben (24 procent), berichten niet direct kunnen lezen (19 procent) of bang zijn om dingen te missen (14 procent), kan worden opgevat als een indicatie van 'Fear of missing out' (FoMO).

Hoewel veel mensen geregeld gebruik maken van sociale media, ervaart de meerderheid geen invloed daarvan op hun nachtrust, werk of studie. Wel vindt ruim 60 procent dat sociale media een positieve uitwerking hebben op het familie- en vriendencontact. Ook blijkt dat hoe meer tijd mensen op sociale media doorbrengen, zij daar vaker een invloed van ervaren op hun dagelijkse leven. Mannen profiteren meer van sociale media op het gebied van werk en nachtrust dan vrouwen. Hoogopgeleiden ervaren vaker dan laagopgeleiden vooral een positieve invloed op hun werk en sociale contacten, en juist een negatieve invloed op hun nachtrust. Dat laatste geldt ook voor mensen met een niet-westerse achtergrond, en heeft te maken met het feit dat zij jonger zijn en meer tijd besteden aan sociale media dan mensen met een Nederlandse achtergrond.

Verder blijken jongere socialemediagebruikers vaker een negatieve invloed van sociale media te ervaren op hun werk, sociale contacten en nachtrust dan oudere socialemediagebruikers. Maar wat betreft het contact met familie en vrienden hebben ze er ook vaker profijt van. Dat jongvolwassenen doorgaans vaker een invloed van sociale media ervaren op hun sociale leven, komt doordat zij er meer tijd aan besteden. Jongvolwassenen gaven in 2017 vaker aan dat zij een negatieve invloed ervoeren van sociale media op nachtrust, school- en studieresultaten en werk dan in 2015. Daar staat tegenover dat zij ook vaker een positieve invloed ondervonden op sociale contacten en op school- of studieresultaten.

Literatuur

CBS (2017, 30 december). Steeds meer ouderen op sociale media. CBS nieuwsbericht. <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2017/52/steeds-meer-ouderen-op-sociale-media>

Przybylski, A. K., K. Murayama, C. R. DeHaan en V. Gladwell (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4). <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563213000800>

Kloosterman, R., en J. van Beuningen (2015). Jongeren over sociale media. Paper, november 2015.

<https://www.cbs.nl/nl-nl/achtergrond/2015/47/jongeren-over-sociale-media>

Vries, D. A., de (2014). Social media and online self-presentation: Effects on how we see ourselves and our bodies. Universiteit van Amsterdam, Amsterdam.

https://pure.uva.nl/ws/files/2056866/142220_08.pdf

Whiting, A., en D. Williams (2013). Why people use social media: a uses and gratifications approach. Qualitative Market Research: An International Journal, 16(4).

<https://doi.org/10.1108/QMR-06-2013-0041>

StatLine

CBS Statline (2017). Internet; toegang, gebruik en faciliteiten.

<https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/83429NED/table?ts=1518596208847>

Bijlage

1. Gebruik van sociale media naar geslacht, leeftijd, hoogst behaald onderwijsniveau en migratieachtergrond, 2017

	Geslacht		Leeftijd					Hoogst behaald onderwijsniveau				Migratieachtergrond				
	man	vrouw	18 tot 25 jaar	25 tot 35 jaar	35 tot 45 jaar	45 tot 55 jaar	55 tot 65 jaar	65 tot 75 jaar	75 jaar of ouder	laag	middelbaar	hoog	Nederlands	westers	niet-westers	
Totaal	87	87	99	97	97	97	96	88	71	39	72	90	93	86	87	89
%																
% gebruikers																
<i>Gebruik sociale media</i>																
<i>Reden gebruik</i>																
Om in contact te blijven met anderen	90	88	92	91	90	89	87	87	91	91	90	88	92	90	90	92
Omdat ik het leuk vind	83	79	87	87	82	82	78	77	77	75	86	83	81	83	80	84
Om te kijken wat anderen doen	48	46	50	63	54	44	33	26	26	21	42	47	53	48	42	55
Om geen informatie te missen	39	39	39	49	42	32	32	28	28	.	42	39	37	37	39	53
Om iets te doen te hebben bij verveling	42	43	41	64	45	32	21	18	18	25	47	41	41	41	38	53
Om een andere reden	27	31	24	31	30	33	26	18	18	.	23	28	28	27	27	30
<i>Tijd besteed aan sociale media</i>																
Minder dan 1 uur per dag	52	55	50	34	51	61	72	72	72	69	49	51	56	54	55	40
1 tot 3 uur per dag	38	36	39	53	42	34	27	26	26	30	35	37	39	38	36	38
3 tot 5 uur per dag	8	6	9	9	5	5	1	1	2	0	11	9	4	6	8	15
5 tot 10 uur per dag	2	2	2	3	1	0	1	1	0	1	4	2	1	2	1	5
10 uur per dag of meer	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2

2. Belang van sociale media naar geslacht, leeftijd, hoogst behaald onderwijsniveau en migratieachtergrond, personen van 18 jaar of ouder, 2017

	Geslacht		Leeftijd							Hoogst behaald onderwijsniveau				Migratieachtergrond		
	man	vrouw	18 tot 25 jaar	25 tot 35 jaar	35 tot 45 jaar	45 tot 55 jaar	55 tot 65 jaar	65 tot 75 jaar	75 jaar of ouder	laag	middelbaar	hoog	Nederlands	westers	niet-westers	
Totaal	27	27	33	24	23	23	27	33	.	39	25	22	26	26	34	
% gebruikers dat het met de stelling eens is																
Het hebben van veel contacten op sociale media geeft me een goed gevoel.	27	27	33	24	23	23	27	33	.	39	25	22	26	26	34	
Als ik ergens ben waar ik niet online kan, vind ik dat vervelend.	24	22	37	30	24	19	18	18	.	23	22	27	22	26	34	
Ik heb liever contact met mensen via sociale media dan dat ik met ze afspreek.	4	4	5	3	5	3	5	5	.	7	4	3	4	3	9	
Ik ben bang dat ik dingen mis als ik geen gebruik maak van sociale media.	19	18	34	26	19	14	14	10	.	19	18	21	19	19	19	
Als mensen dingen van mij liken, retweeten of sharen geeft me dat een goed gevoel.	44	42	46	54	47	38	30	23	.	42	41	48	43	47	48	
Ik voel mij onrustig als er een bericht binnenkomt en ik het niet direct kan bekijken.	14	12	15	16	15	12	9	5	.	15	10	17	13	13	18	
Vindt zichzelf verslaafd aan sociale media	10	7	13	17	9	6	2	2	2	9	11	10	9	12	13	
Hoe belangrijk sociale media (1-10)	6,0	5,8	6,1	6,1	6,0	5,9	5,7	5,7	6,0	6,1	5,8	6,0	5,9	5,9	6,5	

Noot: Er is een minimum van 100 waarnemingen gehanteerd voor het rapporteren van betrouwbare cijfers. Indien een punt '.' wordt getoond, zijn er minder dan 100 waarnemingen.

3. Ervaren invloed van sociale media naar geslacht, leeftijd, hoogst behaald onderwijsniveau en migratieachtergrond, 2017

	Geslacht		Leeftijd							Hoogst behaald onderwijsniveau				Migratieachtergrond		
	man	vrouw	18 tot 25 jaar	25 tot 35 jaar	35 tot 45 jaar	45 tot 55 jaar	55 tot 65 jaar	65 tot 75 jaar	75 jaar of ouder	laag	middel- baar	hoog	Neder- lands	westers	niet- westers	
			Totaal													
% schoolgaande gebruikers																
<i>School- of studieresultaten</i>																
Vooraf een positieve invloed	17	15	18	16	16	.	.	.	
Vooraf een negatieve invloed	27	29	24	35	29	.	.	.	
Geen invloed	57	55	58	49	55	.	.	.	
% werkende gebruikers																
<i>Werk</i>																
Vooraf een positieve invloed	34	37	30	.	32	35	36	35	.	.	29	30	34	36	29	
Vooraf een negatieve invloed	8	8	9	.	10	8	7	5	.	.	5	8	8	13	8	
Geen invloed	58	55	62	.	58	56	58	60	.	.	66	62	58	51	64	
% gebruikers																
<i>Contact met familie en vrienden</i>																
Vooraf een positieve invloed	62	62	62	67	67	63	57	56	59	68	57	59	59	68	74	
Vooraf een negatieve invloed	4	4	4	5	7	4	4	3	1	1	3	4	4	3	5	
Geen invloed	34	34	34	28	27	32	39	41	40	31	40	36	37	29	22	
<i>Nachttrust</i>																
Vooraf een positieve invloed	4	5	3	6	3	3	2	4	4	4	8	3	3	3	9	
Vooraf een negatieve invloed	15	15	16	41	25	12	9	6	4	4	12	16	14	15	22	
Geen invloed	81	81	82	53	72	85	88	90	91	92	81	81	83	81	69	

Noot: Er is een minimum van 100 waarnemingen gehanteerd voor het rapporteren van betrouwbare cijfers. Indien een punt '.' wordt getoond, zijn er minder dan 100 waarnemingen.

Technische toelichting

Voor dit artikel is gebruik gemaakt van gegevens uit het onderzoek Belevingen 2017. Doel van dit onderzoek is om aan de hand van opvattingen, percepties en meningen van inwoners van Nederland een beter beeld te krijgen van gevoelens en ontwikkelingen in de samenleving. Het onderwerp verandert jaarlijks. In 2017 was sociale media een van de thema's. De vragen zijn aan personen van 18 jaar of ouder voorgelegd. Het responspercentage bedroeg 55,8 procent. In totaal zijn gegevens beschikbaar van 3 339 personen van 18 jaar of ouder. Door middel van bivariate analyses is nagegaan of geslacht, leeftijd, hoogst behaald onderwijsniveau en migratieachtergrond van belang zijn als het gaat om de mening over sociale media. Alleen significante relaties ($p < 0,05$) worden in dit artikel besproken. Daarnaast is met meervoudige regressieanalyses getoetst of bivariate verbanden blijven bestaan als gecorrigeerd wordt voor de andere hierboven genoemde achtergrondkenmerken.

In 2015 zijn in het onderzoek Belevingen dezelfde vragen over sociale media gesteld aan jongeren van 12 tot 25 jaar. De groep 18- tot 25-jarigen is dus in beide jaren bevraagd, waardoor voor hen een vergelijking in de tijd mogelijk is.

Verklaring van tekens

Niets (blanco)	Een cijfer kan op logische gronden niet voorkomen
.	Het cijfer is onbekend, onvoldoende betrouwbaar of geheim
*	Voorlopige cijfers
**	Nader voorlopige cijfers
2017-2018	2017 tot en met 2018
2017/2018	Het gemiddelde over de jaren 2017 tot en met 2018
2017/'18	Oogstjaar, boekjaar, schooljaar enz., beginnend in 2017 en eindigend in 2018
2015/'16-2017/'18	Oogstjaar, boekjaar, enz., 2015/'16 tot en met 2017/'18

In geval van afronding kan het voorkomen dat het weergegeven totaal niet overeenstemt met de som van de getallen.

Colofon

Uitgever

Centraal Bureau voor de Statistiek
Henri Faasdreef 312, 2492 JP Den Haag
www.cbs.nl

Prepress

CCN Creatie en visualisatie, Den Haag

Ontwerp

Edenspiekermann

Inlichtingen

Tel. 088 570 70 70
Via contactformulier: www.cbs.nl/infoservice

© Centraal Bureau voor de Statistiek, Den Haag/Heerlen/Bonaire, 2018.
Verveelvoudigen is toegestaan, mits het CBS als bron wordt vermeld.