
JEUGD EN MEDIAGEBRUIK

Onderzoeksartikel

Laatst bijgewerkt: 18 maart 2022

Digitale media zijn voor de huidige jeugd een onmisbare schakel in de communicatie. De omgang met digitale media kent veel voordelen, zoals contact met anderen en amusement. Ook spelen digitale media een belangrijke rol bij het leren, zowel in de vrije tijd als op school. Toch kent de omgang met internet en sociale media ook veiligheidsrisico's. Net als de overheid en het onderwijs zetten bibliotheken zich in om de jeugd mediawijzer en digitaal vaardiger te maken.

Wat verstaan we onder jeugd?

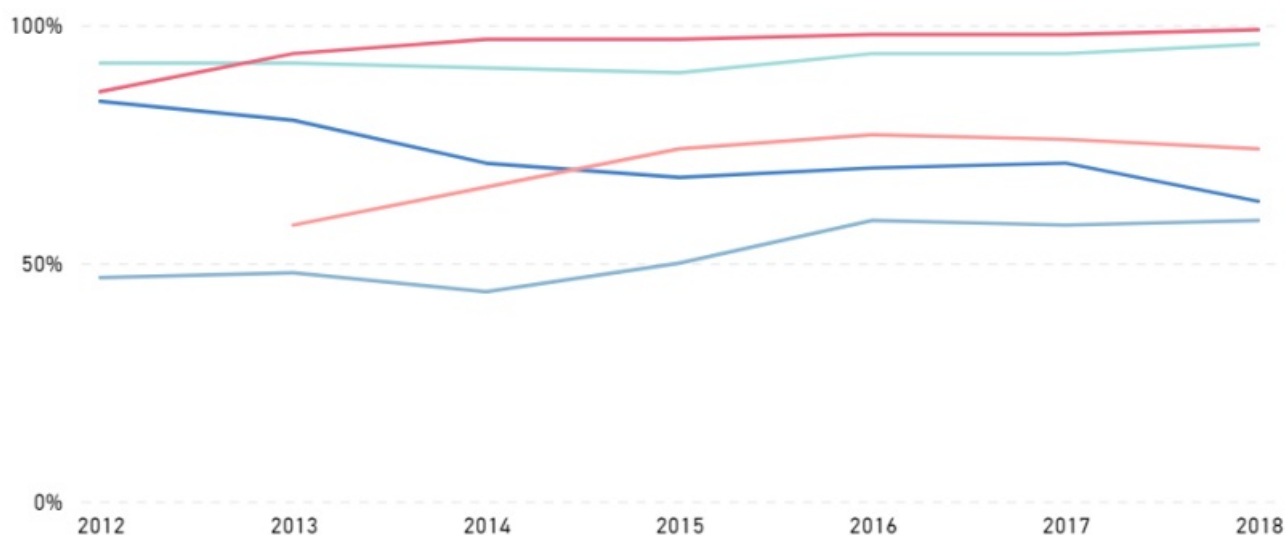
Hoewel we vaak spreken over 'de jeugd' als een belangrijke doelgroep van bibliotheken, kunnen we – zeker in relatie tot digitale media – eigenlijk niet spreken van een homogene groep of generatie. Er zijn grote verschillen in het doel waarvoor de jeugd digitale media inzet (Boeke et al., 2017). 'Jeugd' is in principe een verzamelterm voor kinderen en jongeren in de levensfase tot aan de volwassenheid.

Er wordt veel onderzoek gedaan naar jeugd en mediagebruik en -voorkeuren van de jeugd. De leeftijdsindeling die daarbij wordt gebruikt, verschilt. Een aantal recente Nederlandstalige publicaties en onderzoeken kijken vooral naar het gebruik van digitale media door jeugd van ongeveer 10 tot 18 jaar. De leeftijdsgroep 0-10 jaar blijft in onderzoek veelal onbelicht, waardoor het moeilijk is hierover gefundeerde uitspraken te doen (Boeke et al., 2017; Pijpers, 2017).

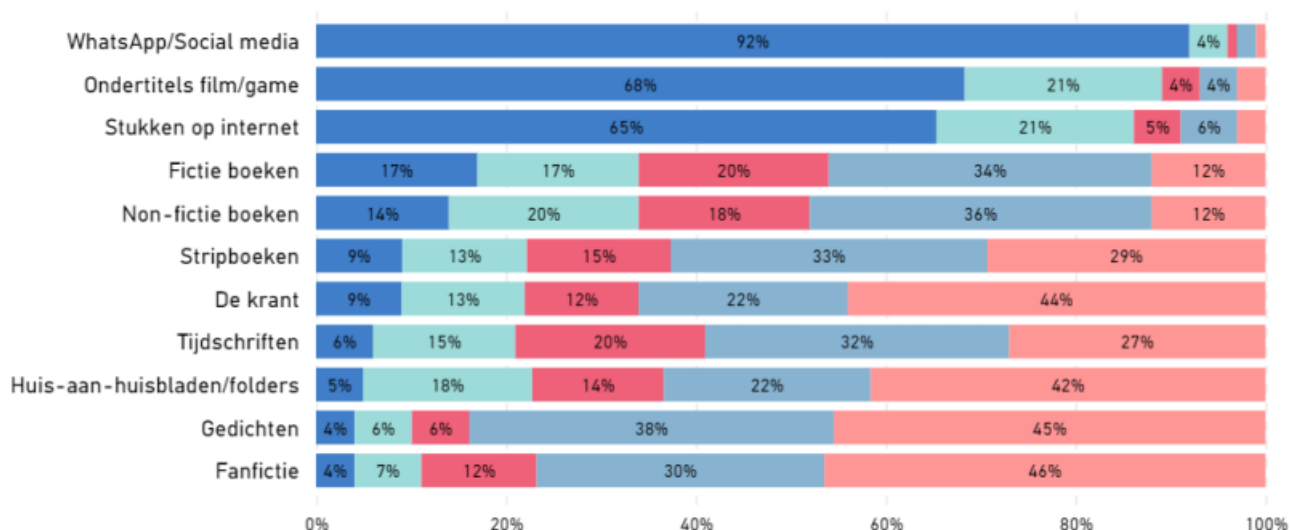
In dit artikel doelen we met jeugd op de groepen kinderen van 10-12 jaar en jongeren van 13-18 jaar. Deze leeftijdscategorieën markeren niet alleen een schoolperiode, maar sluiten ook aan bij inzichten uit de ontwikkelingspsychologie. Die inzichten zijn belangrijk om te snappen hoe digitale media een rol spelen in het leven van de jeugd (Pijpers, 2017). We bespreken hier inzichten uit de literatuur op hoofdlijnen en verwijzen voor een preciezer zicht op leeftijdsverschillen – evenals sekse- en opleidingsverschillen – naar de besproken bronnen.

Mobiele media steeds populairder

Een belangrijke eerste indicator over de rol van digitale media in het leven van de jeugd is het bezit en gebruik van digitale media en apparaten. Veel kinderen en jongeren hebben een of meerdere apparaten in bezit. Laptops en desktopcomputers maken veelal plaats voor mobiele media, zoals smartphones en tablets. Nieuwkomers ten opzichte van eerdere jaren zijn de smartwatch en vr-bril. Deze worden echter nog maar weinig gebruikt, en zijn ook weinig in het bezit van jongeren (Boeke et al., 2017).



Bron: Arends-Tóth, 2019.



Bron: Arends-Tóth, 2019.

Vrijwel iedere jongere gebruikt internet

In 2018 gebruikte 95% van de jongeren van 12 tot 25 jaar het internet dagelijks, op hun smartphone, een computer of via een ander *device*, zoals een tablet of spelcomputer. Zo'n 92% van de kinderen en jongeren tussen de 10 en 18 jaar gebruikt een mobiele telefoon. Vrijwel al deze telefoons (94%) zijn smartphones: ze hebben toegang tot internet, via wifi of een extern netwerk. Gemiddeld gebruikte 90% van de Europese jongeren van 16 tot 25 jaar in 2018 de smartphone op andere plekken dan thuis. De Nederlandse jongeren in die leeftijdsklasse liepen met 95% voorop. Ook het gebruik van spelcomputers met internet nam tussen 2012 en 2018 toe van 47% naar 59% (Arends-Tóth, 2019).

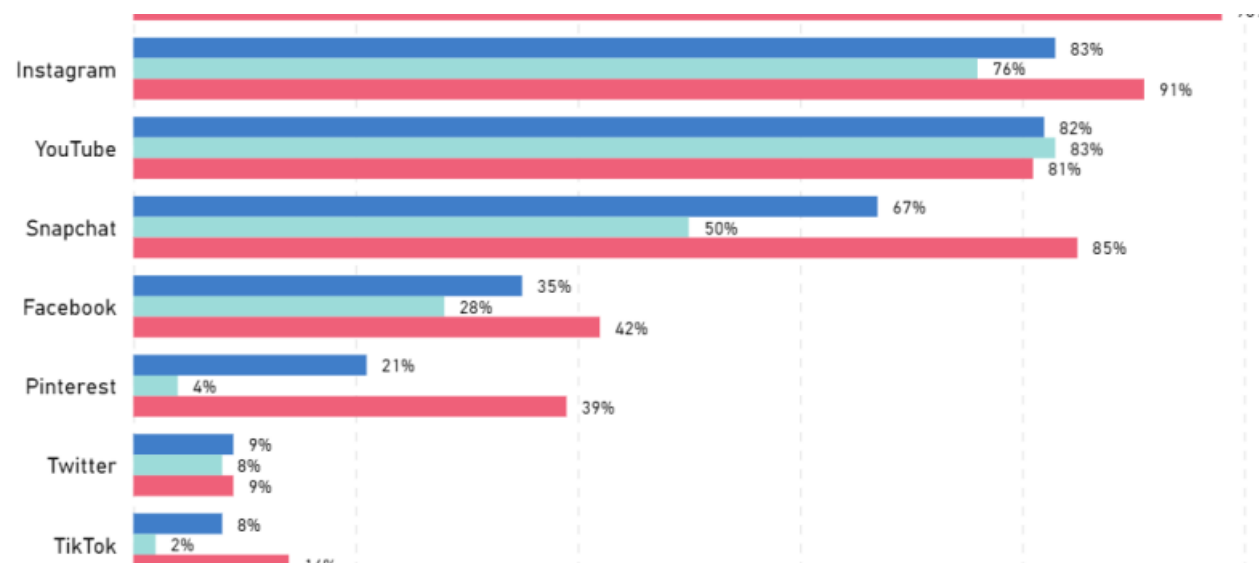
Communicatie belangrijkste doel

Jongeren gebruiken hun smartphone vooral om online te communiceren, informatie te zoeken en ter vermaak (Arends-Tóth, 2019). Met name sociale media-apps, zoals WhatsApp, Facebook, Instagram en Snapchat, zijn populair. WhatsApp is veruit het populairste platform; bijna alle 14- en 15-jarigen (96%) gebruiken het. Ze trekken zich daarbij niets aan van de minimumleeftijd van 16 jaar die WhatsApp hanteert. Vmbo'ers gebruiken een aantal sociale media vaker (Snapchat, Facebook) en langer

(Snapchat, WhatsApp) dan vwo'ers. Zo is Facebook onder vmbo'ers (43%) bijna twee keer zo populair als onder vwo'ers (24%). Bovendien hebben bijna alle sociale media meer meisjes dan jongens als gebruikers. Vooral het verschil op Snapchat is groot: 85% van de meisjes tegenover 50% van de jongens (Van Driel et al., 2019).

Vooral contact met vrienden

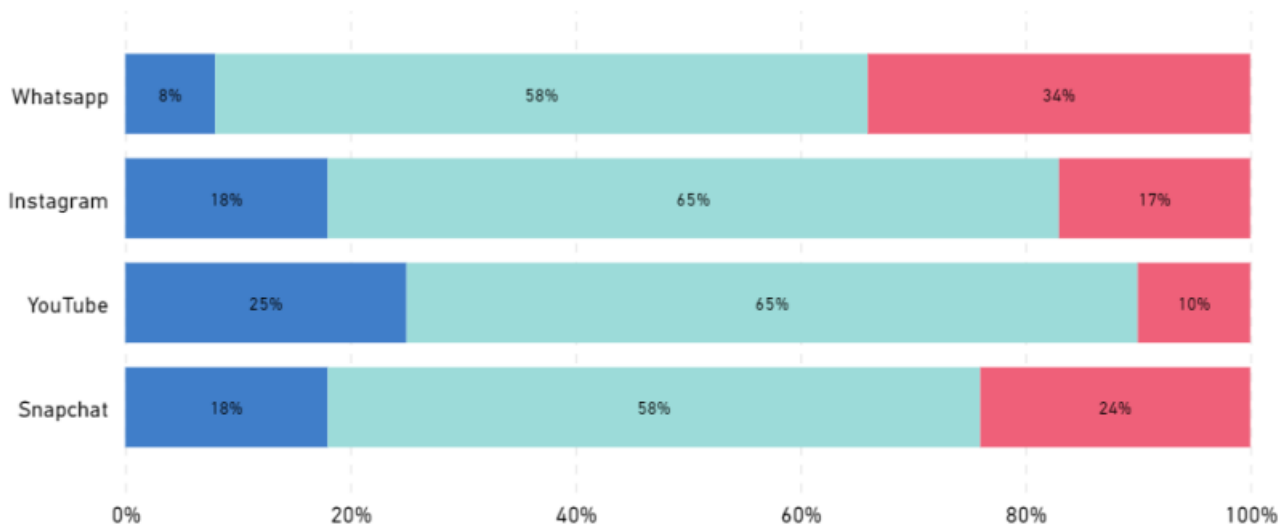
Online contact met anderen hebben ze vooral met kinderen en jongeren die zij in het echte leven ook kennen. Daarnaast heeft bijna een kwart van de jongeren minstens een paar keer per week online contact met vrienden die zij online hebben leren kennen. Jongeren ervaren deze online vriendschappen als net zo echt en hecht als offline vriendschappen (Geelen & Prins, 2016). Jongeren volgen online vooral vrienden en klasgenoten, daarna bekende YouTubers en pas veel later, na favoriete artiesten en vrienden-van-vrienden, komen de Insta-influencers (Van Driel et al., 2019).



Bron: Van Driel et al., 2019.

Non-stop in contact met de buitenwereld

De meeste jongeren gebruiken verschillende platforms voor sociale media naast elkaar, die ze regelmatig controleren op nieuwe berichten. De meeste WhatsAppers (58%) checken deze dienst één tot twaalf keer per dag. Een derde (34%) checkt WhatsApp zelfs vaker. Een kwart (23%) van de WhatsAppers doet dit zelfs 'bijna de hele dag door'. Snapchat wordt door een kwart van de gebruikers vaker dan twaalf keer per dag bekeken (24%), Instagram door 17% en YouTube door 10%. Meisjes checken WhatsApp, Instagram en Snapchat vaker dan jongens. Dat beeld komt overeen met de populariteit van deze platforms, die groter is bij meisjes dan bij jongens (Van Driel et al., 2019). Het gebruik van deze media kan veel tijd in beslag nemen: op de dagen dat ze deze sociale media gebruiken, besteedt bijna een kwart van de Instagrammers (24%) en van de WhatsAppers (22%) er 1 uur of meer aan. Bij het gebruik van meerdere media moeten deze getallen worden opgeteld. Jongeren geven aan dat dit gedrag deels samenhangt met *fear of missing out*: als ze hun telefoon niet gebruiken, hebben ze het gevoel dat ze iets missen (Geelen & Prins, 2016; Van Driel et al., 2019).



Bron: Van Driel et al., 2019.

Muziek- en videodiensten populair

Ook gebruiken kinderen en jongeren veel muziek- en videodiensten. YouTube is de populairste toepassing (86%). Ze gebruiken deze dienst vooral om te consumeren, niet zozeer om te produceren (Van Driel et al., 2019). Daarnaast gebruikt een groot deel van de jeugd Spotify (46%) en Netflix (36%) (Boeke et al., 2017). Onderzoek van GfK laat zien dat voor muziek luisteren de populariteit van streamingdiensten onder jongeren tussen 13 en 17 flink toeneemt: 60% gebruikt Spotify of een soortgelijke dienst. Legaal downloaden via iTunes gebeurt steeds minder. Voor het streamen van muziek maakt men het meest gebruik van de laptop en smartphone (Peters & Van Strien, 2018).

Jongere zoekt online naar informatie, internetbankiert en winkelt

Ook gebruiken jongeren internet om informatie op te zoeken. In 2018 zocht 78% van de jongeren online informatie over goederen en diensten en 59% over gezondheid en leefstijl. Hierbij gaat het bijvoorbeeld om informatie over ziekte, voeding of beweging. Meer dan de helft van de jongeren (58%) las online nieuws. Twee derde (67%) maakte gebruik van overheidswebsites. Ook bankierde in 2018 75% van de jongeren via internet en deed 82% online aankopen. Kleding of sportartikelen werden het vaakst online gekocht (63%), gevolgd door kaartjes voor evenementen (49%) en reizen en vakanties (39%) (Arends-Tóth, 2019).

Bijna de helft van de jongeren gamet dagelijks

Behalve om contact maken draaien veel van de activiteiten die de jeugd met digitale media ondernemen om spelen. Games hebben dan ook een grote aantrekkingskracht op de jeugd: omdat ze het leuk vinden, maar ook omdat het ontspant, de dagelijkse realiteit doet vergeten en de kans biedt om de eigen grenzen te verkennen (Geelen & Prins, 2016; Pijpers, 2017). Bovendien is ook gamen een belangrijke sociale activiteit: veel spellen zijn *multiplayer games*, die je met meerdere mensen tegelijk speelt. De meeste gamers (62%) communiceren dan ook over het gamen. Deze communicatie kan verlopen via audio, beeldbellen of chat (Van Driel et al., 2019).

Wetenschappelijk onderzoek laat zien dat het spelen van games positieve effecten op kinderen kan hebben, zoals op het geheugen en sociale vaardigheden. Ze leren samen te werken, problemen op te lossen en Engels te gebruiken. Ook kan gamen het ruimtelijk inzicht en het reactievermogen vergroten. Daartegenover staan echter ook risico's en negatieve effecten. Games waar kinderen cognitief of emotioneel nog niet aan toe zijn, kunnen agressieve gedachten of gedragingen tot gevolg hebben. Er is echter geen wetenschappelijk bewijs dat gamen an sich agressie opwekt: als kinderen geneigd tijdens het gamen zijn agressief te reageren, ligt dat eerder aan omstandigheden in de thuissituatie (Kennisnet, 2010). Wel bestaat het gevaar dat games te veel tijd in beslag nemen, waardoor buitenspelen of huiswerk maken in het gedrang komt. Ook een gevaar van gamen is het vele zitten (Mediawijsheid.nl, 2019).

Gamen kan een serieuze verslaving vormen. Kenmerken van een gameverslaving zijn:

- Een gebrek aan controle over hoeveel je gamet;
- Een voorkeur voor gamen ten opzichte van andere dagelijkse activiteiten;
- Het blijven gamen, ook als dat negatieve consequenties heeft.

Overigens is het doorgaans niet duidelijk of het gamegedrag een symptoom is van problemen, een oorzaak of beide. Wel verdubbelde 2015-2018 het aantal gameverslaafden dat zich noodgedwongen liet opnemen in een kliniek om zich te laten behandelen van zo'n 250 naar 500. Gameverslaving is, kortom, een groeiend probleem (Van der Braak et al., 2019).

Digitale media geen vervanging van papier

Meer gebruik van digitale media gaat niet ten koste van boeken lezen of ander traditioneel mediagebruik. Ook blijkt dat bij het lezen van lange teksten en boeken papier onder de jeugd de voorkeur geniet boven digitale media. Van de 12- en 13-jarigen geeft bijna driekwart aan alleen papieren boeken te lezen; van de 17-jarigen leest ongeveer de helft van de lezers enkel van papier. Als het gaat om de jeugd lijkt er dus, net als bij volwassenen, sprake te zijn van gemengde gebruikers (Boeke et al., 2017; Wennekers et al., 2018).

Risico's van digitale media: geweld, schadelijke inhoud, pesten

Nieuwe media en deelname aan sociale netwerken zorgen voor vermaak en contact met vrienden. Er zijn echter ook risico's aan verbonden. De overheid en opvoeders maken zich zorgen de bedreiging van de veiligheid, zoals privacyschending, online seksueel getint misbruik, radicalisering en cyberpesten. Veel kinderen zien weleens gewelddadige of pornografische beelden of stuiten op schadelijke inhoud, zoals enge scènes, seksistische uitingen of leedvermaak. Ook zijn kinderen nogal eens slachtoffer van misleidende commerciële praktijken (Pijpers, 2017). Verder vertoont een groot deel van de kinderen weleens risicovol gedrag door bijvoorbeeld op onbekende links te klikken (Van der Grient & Konings, 2018). Negatieve punten van sociale media vinden tieners zelf ruzie, pesten, roddelen, bedreigen, beledigen, misbruik en nare foto's die verspreid of geplaatst worden. Ook noemen ze de afleiding die sociale media kunnen bieden, bijvoorbeeld bij het maken van huiswerk (Van Driel et al., 2019).

Jeugd te positief over eigen digitale vaardigheden

Niet alleen loopt de jeugd kans op het vertonen van risicogedrag en wordt ze vaak geconfronteerd met onveilige situaties, ook blijkt de jeugd minder digitaal vaardig dan ze zelf denkt. Kinderen en jongeren van verschillende leeftijden en schoolniveaus hebben bij het opzoeken van informatie moeite met het beoordelen van de kwaliteit en betrouwbaarheid. Ook het verwerken van informatie en het inzetten van de juiste zoekstrategie is niet voor iedereen vanzelfsprekend (Kennisnet, 2017; Van Welzen et al., 2017). Net als de overheid en het onderwijs doen bibliotheken er veel aan om het niveau van mediawijsheid en informatievaardigheden van zowel de jeugd als volwassenen te verhogen. Zo verzorgt 80% van de bibliotheken in het schooljaar 2020-2021 activiteiten en programma's op het gebied van digitale geletterdheid voor de basisscholen in hun werkgebied (Van de Burgt & Van de Hoek, 2022).

Zorgen niet altijd terecht

Toch zijn de zorgen over nadelen en risico's van digitale media lang niet altijd terecht. Zo blijkt uit onderzoek dat tieners meer hechten aan hun privacy dan vaak wordt gedacht (CBS, 2020). Daarnaast blijkt dat met name meiden zich vaak online graag presenteren aan de buitenwereld, bijvoorbeeld via Instagram, Snapchat en TikTok, maar vooral aan een selecte groep vrienden en vrienden van vrienden. In tegenstelling tot wat vaak gedacht wordt – dat sociale media desastreuze effecten zouden hebben op het zelfbeeld van jongeren, vanwege alle mooimakerij waarmee ze geconfronteerd worden – blijken positieve emoties en gevoelens bij het gebruik van deze digitale media juist lichtelijk de overhand te hebben (Van Driel et al., 2019).

Onderzoek naar en informatie over cybersecurity

Organisaties als [Mediawijzer.net](https://www.mediawijzer.net), [Kennisnet](https://www.kennisnet.nl) en [Alert Online](https://www.alertonline.nl) doen veel onderzoek naar jeugd, mediawijsheid en cybersecurity. Op basis van de inzichten ontwikkelen ze programma's, campagnes, kennisdossiers en informatiemateriaal voor opvoeders en onderwijs over veilig en slim gebruik van digitale media.

Voordelen van digitale media: nieuwe dingen leren

De omgang met digitale media kent ook belangrijke voordelen. Uit onderzoek blijkt dat online communicatie bijdraagt aan de emotionele en cognitieve ontwikkeling van kinderen. Het helpt ze om vriendschappen te onderhouden, zelfvertrouwen te krijgen en een eigen identiteit te vormen (Pijpers, 2017). Veel jeugdige gebruikers van digitale media zijn doelbewust bezig met het opdoen van nieuwe kennis en vaardigheden. Ze vinden het leuk nieuwe dingen te leren en te ontdekken of willen ergens beter in worden. Ze geven aan dat ze via digitale media gaandeweg nieuwe kennis, vaardigheden en ideeën opdoen, bijvoorbeeld via het spelen of zelf maken van games, informatieve sites, video's of plaatjes, tutorials, *DIY's* (*do it yourselves*) en het volgen van rolmodellen, zoals vloggers of gamers. Zo helpt internet hen om hun creativiteit te ontwikkelen, beter Engels te leren en nieuwe dingen te leren gerelateerd aan hun eigen hobby, zoals muziek maken of dansen. Ook gebruiken ze digitale media om een passie verder te ontwikkelen, als voorbereiding voor later (Geelen & Prins, 2016; Pijpers, 2017).

Ondersteuning in de klas

Daarnaast bieden digitale media tal van mogelijkheden voor ondersteuning en verrijking van het onderwijs. Waar de computer en het digibord al langer in het onderwijs worden ingezet, worden tegenwoordig ook tablets en smartphones steeds meer gebruikt. Ongeveer één op de vijf leraren maakte in 2017 in ten minste de helft van de lessen gebruik van een tablet of elektronische leeromgeving (Ten Brummelhuis & Binda, 2017). De verwachting is dat de tablet een positieve bijdrage kan leveren aan de leermotivatie en prestaties van leerlingen, maar dit wordt slechts in beperkte mate onderbouwd met empirisch onderzoek. Onderzoek naar onderwijsprogramma's op tablets toont aan dat leerlingen beter presteren als zij werken met adaptieve digitale leerprogramma's (Faber et al., 2016; Molenaar et al., 2016), maar andere effectstudies waarin een experimentgroep werkt met tablets en een controlegroep met de reguliere methode tonen juist geen verschillen in motivatie en prestaties (Haßler, Major & Hennessy, 2016; Meijer et al., 2014). Onderzoek naar het gebruik van digitale media in het leesonderwijs levert evenmin eenduidige resultaten op. Lezers van de tablet zouden zich minder sterk ondergedompeld voelen in het verhaal dan lezers vanaf papier (Mangen & Kuiken, 2014; Van Gils, 2016). Onderzoek van Stichting Lezen toont echter aan dat de leesmotivatie en leeservaring van tablet- en papierlezers niet of nauwelijks verschilt, mits leraren goede begeleiding bieden bij het digitale lezen (Bakker, 2019).

Bronnen

- Arends-Tóth, J. (2019). *Jongeren en internetgebruik*. Jaarrapport Landelijke Jeugdmonitor 2019. Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS).
- Bakker, N. (2019). *De tablet voor vrij lezen: vriend of vijand?* Amsterdam: Stichting Lezen.
- Boeke, H., Dondorp, L., Heitink, M. & Pijpers, R. (2017). *Monitor jeugd en media 2017*. Zoetermeer: Kennisnet.
- Braak, S. van den, Muntz, T. & Woutersen, E. (2019). *Niet douchen, niet eten. Spelen! De Groene Amsterdammer*, 41. Geraadpleegd op 18-12-2019.
- Brummelhuis, A. ten & Binda, A. (2017). *Vier in balans-monitor 2017*. Zoetermeer: Kennisnet.
- Burgt, A. van de & Hoek, S. van de (2022). *Bibliotheken en de samenwerking met het primair onderwijs. Onderzoeksresultaten Bibliotheekmonitor-enquête samenwerking primair onderwijs 2020-2021*. Den Haag: KB.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) (2020). *Meer jongeren digitaal vaardig*. Geraadpleegd op 14-12-2020.
- Driel, I.I. van, Pouwels, J. L., Beyens, I., Keijsers, L., & Valkenburg, P. M. (2019). *'Posten, scrollen, appen en snappen': Jongeren (14-15 jaar) en social media in 2019*. Amsterdam: Center for Research on Children, Adolescents, and the Media (CcaM), Universiteit van Amsterdam.
- Faber, J.M., Visscher, A.J. (2016). *De effecten van Snappet. Effecten van een adaptief onderwijsplatform op leerresultaten en motivatie van leerlingen*. Enschede: Universiteit Twente, in opdracht van Kennisnet.
- Geelen, S. & Prins, M. (2016). *Vanzelf Mediawijs? Een verkennend Onderzoek naar het gebruik van digitale media door jongeren, waargenomen vanuit hun eigen leefwereld*. Hilversum: Mediawijzer.net.
- Grient, van der R. & Konings, F. (2018). *Nationaal Cybersecurity Bewustzijnsonderzoek*. Motivaction, in opdracht van Alert Online.
- Haßler, B., Major, L. & Hennessy, S. (2015). *Tablet Use in Schools. A Critical Review of the Evidence*

for Learning Outcomes. *Journal of Computer Assisted Learning*, 32(2), 139-156.

- Mediawijsheid.nl (2019). Gamen. Geraadpleegd op 18-12-2019.
- Meijer, J., Emmelot, Y., Felix, C. & Karssen, M. (2014). Gebruik van tablets in de school. Amsterdam: Kohnstamm Instituut.
- Molenaar, I., Campen, C. van & Gorp, K. van (2016). Onderzoek naar Snappet; gebruik en effectiviteit. Nijmegen: Radboud Universiteit, in opdracht van Kennisnet.
- Peters, S. & Strien, van S. (2018). Rapportage Boekenbranche Meting 44 - 1e themameting van 2018 naar het kopen, lezen en lenen van boeken onder jongeren tussen 12 en 25 jaar. Amstelveen: GfK, in opdracht van Stichting Marktonderzoek Boekenvak (Koninklijke Boekverkopersbond, de Groep Algemene Uitgevers, Stichting Lezen, CPNB, KB).
- Platform Onderwijs2032 (2016). Ons Onderwijs 2032. Eindadvies. Den Haag: Platform Onderwijs 2032, in opdracht van de staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW).
- Pijpers, R. & Haan, de J. (2010). *Contact! Kinderen en nieuwe media*. Houten: Bohn Stafleu van Loghum.
- Welzen, A. van, Caarels, M. & Potters, P. (2017). Vanzelf mediawijs? 2017. Hilversum: The Choice marktonderzoek en advies & PAM onderzoek, in opdracht van Mediawijzer.net.
- Wennekers, A., Huysmans, F. & Haan, J. de (2018). Lees:Tijd. Lezen in Nederland. Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau (SCP).
- World Health Organization (WHO) (2016). Growing Up Unequal: Gender and Socioeconomic Differences in Young People's Health and Well-Being. Health Behaviour in School-Aged Children (HBSC) Study: International Report from the 2013/2014 Survey. Health Policy for Children and Adolescents, no. 7.