

Mogelijk heeft u het gemist. EenVandaag besteedde een behoorlijk lang stuk van haar uitzending op 15 augustus aan de impact van social media en hoe jongeren tot 25 jaar van social media gebruik maken ten opzichte van ouderen. Daarnaast werd uiteraard het privacy stuk breed uitgemeten. Hoewel ik het laatste niet minder belangrijk vindt, trok vooral mijn aandacht wat nu eigenlijk de verschillen zijn in gebruik en beleving in Nederland. Een overzicht.

Onderzoeksbasis







De basis van het onderzoek dat door EenVandaag gepresenteerd werd lag in een enquête onder 22.000 leden van het EenVandaag opinie panel. Dit wil niet zeggen dat alle 22.000 leden antwoord gegeven hebben, het laat wel zien dat het onderzoek representatief genoemd mag worden. De verhouding Jongeren (jonger dan 25 jaar) versus Ouderen die aan de enquête deelnamen, werd niet genoemd. Daarnaast zijn ook gegevens van Newcom research gebruikt die in 2015 hetzelfde onderzocht heeft. Of beide onderzoeken met elkaar verweven zijn, is onbekend.

Smartphone

Verreweg de meeste mensen maken gebruik van een smartphone om connectie met social media te maken. Tablet en laptop zijn goede tweede en de goeie ouwe desktop computer laten we buiten beschouwing. De focus van het onderzoek heeft voornamelijk gelegen bij smartphones. In Nederland zijn ongeveer 10 miljoen smartphones, uit het onderzoek bleek dat de Nederlander gemiddeld 2 uur per dag bezig is met die smartphone. Mails checken, berichten posten of lezen, korte filmpjes kijken of surfen is de hoofdmoot van de activiteiten. Je zou denken dat ook een smartphone bedoeld is om te bellen. Deze primaire functie van de telefoon is echter fors aan het afnemen. Uit het onderzoek bleek dat een kwart van de jongeren al niet eens meer belt met een smartphone.

Applicatieverhoudingen

Facebook wordt verreweg het meest gebruikt. In Nederland zijn 9.4 miljoen Nederlanders geregistreerd op Facebook. WhatsApp doet het met bijna 9.4 miljoen geregistreerde gebruikers nagenoeg even goed en de gebruikers van Instagram is met 1.8 miljoen "behoorlijk" te noemen. Overigens zijn alle drie de genoemde "apps" eigendom van Facebook. Youtube, het kanaal om korte of langere videoproducties op te bekijken is goed voor 6.8 miljoen Nederlandse geregistreerde gebruikers en Twitter tenslotte mag 2.8 miljoen Nederlanders tot geregistreerd gebruiker rekenen. Een overzicht van de sociale media, het dagelijkse gebruik en de verhouding tussen oud en jong op een rijtje:

Ouder dan 25 jaar	Medium	geregistreerde gebruikers	dagelijkse gebruikers (onderzoek NewCom)	Jonger dan 25 jaar
70%		9,4 miljoen	Niet vermeld	97%
70%		9,4 miljoen	6,6 miljoen	90%
16%		1,8 miljoen	722.000	55%
31%		2,8 miljoen	1 miljoen	54%
5%		800.000	320.000	54%
35%		6,8 miljoen	1,2 miljoen	80%

Als verder wordt ingezoomd op met name de jongeren valt op dat 67% bij het opstaan gelijk de berichten op de smartphone checkt. Gedurende de dag kijkt 61% direct op de smartphone bij het binnenkomen van een nieuw

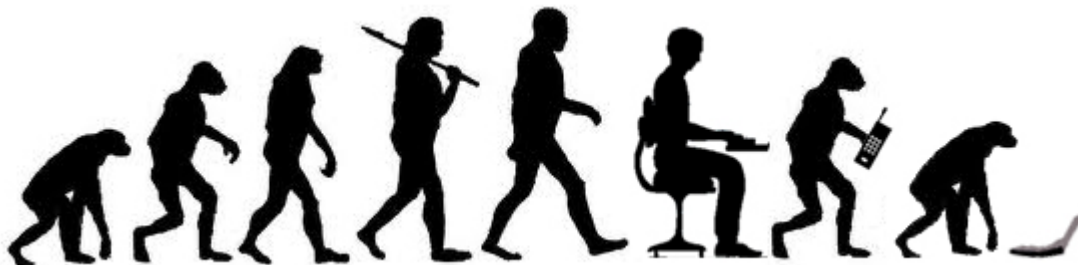
bericht. Het wordt zelfs nog opmerkelijker: Zelfs als men weet dat er geen nieuwe berichten zijn, kijkt 54% toch nog regelmatig op de smartphone. 52% geeft aan minimaal 3 uur per dag op sociale media te zitten, onder de volwassenen ouder dan 25 jaar (maar vooral onder dertigers) is dit percentage 17%. Onder de jongeren blijkt dat zij vinden dat meer dan 5 uur per dag op social media lang is. Van de ondervraagden geeft 66% aan dat social media een verrijking van hun leven is, terwijl 22% aangeeft het als een last te ervaren.

Redenen

Een aantal redenen om zoveel online te zijn, zijn divers maar ook vrij logisch te noemen:

- Altijd online *willen* zijn
- Het gevoel hebben altijd online te *moeten* zijn
- Aandacht krijgen
- Afleiding
- Verslaving

Van de laatste, de verslaving, geeft 30% van de jongeren aan verslaafd te zijn aan sociale media. Wat ook een niet te onderschatten rol speelt is de acceptatiegraad door anderen op berichten die geplaatst worden. Hoe vaak is een bericht, filmpje of foto die men plaatst bekeken? Wie heeft het gezien en hoeveel "likes" of reacties heeft het gekregen? Als je alleen al kijkt naar het aantal selfies dat dagelijks geplaatst wordt en dat zelfs de "selfie-stick" zo'n populair hulpmiddel is geworden voor het promoten van de eigen-ik, is het niet zo verwonderlijk dat dit onderzoek laat zien dat we enorm veel online zijn. Ik durf zelfs te spreken van een omgekeerde evolutie als het gaat om onze houding als mens:



Wat opvalt aan het onderzoek van EenVandaag is dat gegevens over Google gebruik niet besproken wordt. Dit, terwijl Google met services als Gmail, Google+ en alle apps die uit de koker van Google komen toch ook een behoorlijke gebruikersschare in Nederland moet hebben. Met alle privacy elementen die daarbij komen. Datzelfde geldt voor LinkedIn en Pinterest. Om het onderzoek toch min of meer volledig te maken, heb ik de volgende cijfers erbij gezocht:

Google+ in Nederland; Ongeveer 1.8 miljoen geregistreerd, 1,3 miljoen dagelijkse gebruikers

LinkedIn in Nederland; Ongeveer 3.8 miljoen geregistreerd, 400.000 miljoen dagelijkse gebruikers

Pinterest in Nederland; Ongeveer 1.6 miljoen gebruikers, 261.000 dagelijkse gebruikers

(Bron: Newcom research)

Privacy

Nu het onderwerp privacy al even aangestipt is: In het EenVandaag onderzoek wordt zeer veel aandacht gegeven aan privacy, valse profielen, ons eigen digitale exhibitionisme maar ook aan de voorwaarden van het gebruik van social media services. Het zal niet verbazen dat Facebook er in dit privacy onderzoek behoorlijk van langs krijgt, zeker gezien de recente ontwikkelingen in Nederland waar, onder andere, een jonge vrouw een voor haar compromitterend filmpje van Facebook verwijderd wilde zien, dit op last van de rechter door Facebook uitgevoerd moest worden, maar Facebook vooralsnog beweert dit niet te kunnen omdat zij de gegevens niet kunnen achterhalen. Het onderzoek laat zien dat slechts weinigen de voorwaarden echt kennen, maar dat men over het algemeen redelijk op de hoogte is van de voorwaarden van gebruik en de instellingen inmiddels op verhoogde privacy zet. Het is overigens niet helemaal terecht dat alleen Facebook ervan langs krijgt. Alsof Google op advertentie terrein met de verstrekte zoekgegevens in hun zoekmachine niets doet....

Het onderzoek van NewCom research, gehouden in 2015 en waar het EenVandaag onderzoek verdacht veel op lijkt, geeft aan dat mensen, en vooral de jongeren, de social media platformen steeds minder vertrouwen over wat er met hun gegevens gebeurt. 66% geeft aan dat ze zich zorgen maken over de doorverkoop van hun gegevens,

59% maakt zich zorgen over hun gegevens, 58% weet niet of social media te vertrouwen zijn en 13% heeft (zeer) veel vertrouwen in Social media.

Digitaal exhibitionisme

Mits je voldoet aan de minimale leeftijd om een social media account aan te mogen maken, en bij jongere leeftijd goedkeuring van ouders te hebben, kan niemand je verbieden on-line avonturen aan te gaan, connecties te maken met totale vreemden of jezelf schaamteloos te promoten, zolang het maar binnen maatschappelijk aanvaarde normen valt. Dat hierbij risico's gelopen kunnen worden, weten alle social media gebruikers je te vertellen, maar er is niets dat je kan behoeden voor welbedoelde naïviteit als gevolg van je eigen digitaal exhibitionisme, iets wat men in Haren(*) zeker zal kunnen beamen. Maar goed, daar hebben we inmiddels weer "Omgaan met Social Media" cursussen voor....

(*) Haren: Een jong meisje had via een openbare Facebook oproep aangekondigd haar verjaardag te willen vieren. Teveel mensen kwamen erop af en de situatie escaleerde volledig, met politie ingrijpen als gevolg.