

# Ouderen maken inhaalslag op sociale media

27-06-2017 08:31

**Acht op de tien Nederlanders van 12 jaar of ouder maken gebruik van sociale netwerken als WhatsApp, Facebook of Twitter. De afgelopen jaren is het gebruik hiervan onder ouderen toegenomen, terwijl dit onder jongeren nauwelijks is veranderd. Dat meldt het CBS bij het verschijnen van de publicatie ICT, Kennis en Economie 2017.**

In 2016 was bijna 80 procent van de 12-plussers actief op sociale netwerken, in 2014 was dit nog bijna 72 procent. Drie kwart gaf aan berichten met anderen uit te wisselen, bijvoorbeeld via Skype Messenger of WhatsApp. Twee jaar eerder was dit nog 63 procent. Ook de deelname aan andere sociale netwerken zoals Facebook of Twitter, en aan een professioneel netwerk als LinkedIn nam tussen 2014 en 2016 licht toe.

## **Verschil sociale media gebruik tussen jong en oud steeds kleiner**

Jongeren maakten in 2016 weliswaar nog meer gebruik van sociale netwerken dan mensen in de oudere leeftijdsgroepen, maar het verschil is sinds 2014 kleiner geworden. Het gebruik van sociale netwerken onder 45- tot 65-jarigen nam toe van 70 procent naar 83 procent. Onder 65-plussers steeg dit aandeel in dezelfde mate, van 26 procent naar 39 procent. Vooral het direct uitwisselen van berichten, bijvoorbeeld via Skype Messenger of WhatsApp, nam fors toe onder 45-plussers, mede door het toegenomen smartphonebezit. Onder 15- tot 25-jarigen bleef het gebruik van sociale netwerken met 95 procent vrijwel gelijk.

## **Hoger opgeleiden vooral meer op professionele netwerken**

In 2016 nam 91 procent van de Nederlanders met een hoger opleidingsniveau deel aan sociale netwerken, tegen 83 procent van de middelbaaropgeleiden en 66 procent van de lager opgeleiden. Het verschil naar opleidingsniveau is relatief het grootst bij deelname aan professionele netwerken (zoals LinkedIn) en het kleinst bij populaire sociale netwerken als Facebook en Twitter. Tussen 2014 en 2016 is deelname aan sociale netwerken het sterkst gestegen onder middelbaaropgeleiden.