

Studenten op social media

Een onderzoek naar de betekenis van social media in het leven van de hedendaagse student

Auteur: Klaas Jan Huizing

Co-auteurs: L. van den Bos, L. ten Brink, E. Hunze, J. Nicolai (studenten NHL Hogeschool)

Klaas Jan Huizing is docent Communicatie aan NHL Hogeschool en onderzoeker bij Sowijs. Hij maakt tevens deel uit van de kenniskring van het lectoraat Social Media en Reputatiemanagement. Klaas Jan studeerde Nederlandse Taal- en Letterkunde aan de Rijksuniversiteit Groningen en Nederlands en Engels aan de lerarenopleiding van NHL Hogeschool.

Referentie: Huizing, K.J. et al. (2012). *Studenten op social media. Een onderzoek naar de betekenis van social media in het leven van de hedendaagse studenten*. Leeuwarden: Sowijs, NHL Hogeschool.

Social media zijn vandaag de dag niet meer weg te denken uit ons leven. Het online gesprek gaat over merken, bedrijven, mediapersonality's en meer. Liggen er ook kansen voor educatieve instellingen als de NHL Hogeschool om deze social media in te zetten? Om die kansen te verkennen, hebben wij in 2012 onderzoek gedaan naar de betekenis van social media voor studenten van NHL Hogeschool. Welke social media gebruiken studenten? Waarom gebruiken studenten deze media, welke verwachtingen hebben ze daarbij? In dit whitepaper beschrijven we de betekenis van social media in het leven van de hedendaagse student.

Achtergrond

Bij deze studie is gebruik gemaakt van inzichten uit de Uses and Gratifications-theorie. Deze theorie bekijkt het communicatieproces vanuit het perspectief van de ontvanger en veronderstelt dat het mediagebruik van mensen voortkomt uit zowel de behoeftes van het publiek als de voldoening die men aan het mediagebruik denkt te ontleenen.

De belangrijkste reden voor het gebruik van Uses & Gratifications is om de motivatie van het gebruik van bepaalde media te achterhalen. De vraag die hierbij centraal staat is: hoe en waarom gebruiken mensen media? Een belangrijk uitgangspunt hierbij is dat mediagebruik wordt bestudeerd vanuit het perspectief van het publiek.

Aan de hand van een online enquête eind 2012 is inzicht verkregen in het gebruik van social media en de motivatie hiervoor onder studenten van NHL Hogeschool. De

respondenten zijn voltijdstudenten aan NHL hogeschool die een studie volgen aan één van de instituten Economie & Management, Educatie & Communicatie, Techniek of Zorg & Welzijn. 323 studenten beantwoordden de vragenlijst. Deze vragenlijst bestond uit de volgende zes thema's:

- A. Demografische gegevens
- B. Social Mediagebruik in het algemeen
- C. Het gebruik van Social Networksites als Facebook
- D. Het gebruik van Twitter
- E. Het gebruik van Social Media in het onderwijs
- F. Over de persoonlijkheid van de respondent

Resultaten & Conclusies

Studenten van NHL Hogeschool maken actief gebruik van social media. Facebook is het populairst, 60% heeft een account en bezoekt Facebook meerdere keren per dag. Het

plaatsen van *comments* en *likes* wordt het meest gedaan. Weinig benutte functies zijn het versturen van privéberichten en de groepeer mogelijkheden. Veel studenten zijn niet erg kritisch bij het toevoegen van vrienden op Facebook.

Het gebruik van Twitter is erg verschillend. Een kwart van de studenten checkt Twitter meerdere keren per dag, terwijl iets minder dan de helft van de respondenten geen Twitter gebruikt. Veel studenten lezen alleen tweets van anderen en tweeten zelf bijna niet. Ook bij dit social medium worden privéberichten nauwelijks gebruikt. Opvallend is dat de bekende hashtag (#) weinig wordt gebruikt, alleen bij actualiteiten. Studenten van het instituut Educatie & Communicatie retweeten het meest. Zij doen dit om anderen te helpen of om nieuwsfeitjes onder de aandacht te brengen. De sociale media Hyves, Foursquare, Google⁺ en LinkedIn zijn beduidend minder populair onder studenten dan Facebook.

De verschillende social media worden vooral bijgewerkt op een vaste computer, gevolgd door de mobiele telefoon en de laptop. Een tablet of iPad wordt nauwelijks gebruikt voor het bijhouden van de social media.

Alledaagse onderwerpen

Berichten over alledaagse onderwerpen worden het meest geplaatst. Denk daarbij aan berichten over tv-programma's, vakanties, prestaties en blijdschap. Verliefdheden en falen zijn zelden onderwerp van gesprek. Ook politiek nieuws is voor velen niet aan de orde. Opvallend is wel dat een kwart van de studenten van het instituut Economie & Management dit juist wel zouden bespreken. Dit zou verklaard kunnen worden doordat dit instituut oa. de opleidingen Overheidscommunicatie (Thorbecke Academie) en Management, Economie en Recht bevat.

Redenen

Plezier, ontspanning en contact houden met vrienden en familie zijn voor studenten de belangrijkste redenen om gebruik te maken van social media. Ook het delen van informatie is belangrijk. Studenten van het instituut Educatie & Communicatie hechten hier meer waarde aan dan studenten van het instituut Economie & Management. Ook het ontsnappen aan school of werk wordt als

motivatie aangegeven. De studenten gebruiken sociale media naar eigen zeggen niet om 'erbij te horen' of om hip/populair te zijn. De reden om actief te zijn op social media om een netwerk met professionele contacten op te bouwen is gering. Studenten van het instituut Economie & Management voeren dit wel als reden aan.

Privacy

Vrijwel alle studenten geven aan goed na te denken over hoe ze zichzelf presenteren op social media. Privacy wordt belangrijk gevonden. Dit is ook te zien aan het openbaar maken van de profielen: bij 70% van de studenten kunnen alleen vrienden de profielen bekijken.

Social media & NHL Hogeschool

Meer dan de helft van de respondenten geeft aan blij te zijn student aan NHL Hogeschool te zijn: 30% voelt zich sterk verbonden met de NHL, tegenover 40% die het hier mee oneens is. Toch volgt de meerderheid van de studenten niet het Twitter-account van NHL Hogeschool. Ook de mediatheek van de hogeschool (een actief twitteraccount) wordt nauwelijks gevolgd. Driekwart van de mensen die weten dat de eigen opleiding een Twitteraccount heeft, volgt deze niet. De studenten zijn op social media dus zeer beperkt verbonden met de NHL.

Docenten komen voor in de vriendenlijsten op de sociale netwerken van de studenten. 10% geeft aan dit te doen uit nieuwsgierigheid naar de privésituatie van de docent, 20% doet dit om meer informatie over de studie te ontvangen.

De helft van de respondenten geeft aan tijdens colleges gebruik te maken van social media, vooral uit verveling. Volgens de studenten gebruikt het merendeel van de docenten geen sociale media tijdens de colleges, terwijl de studenten dit wel als positief zouden ervaren. Zij verwachten dat sociale media kunnen bijdragen aan het overleggen met medestudenten, het verspreiden van documenten en het krijgen van een betere band met medestudenten.

De praktijk

Studenten zien mogelijkheden voor docenten om social media meer te gebruiken in het onderwijs. Hier liggen kansen. Voor het

uitvoeren van groepsopdrachten wordt Facebook het meest gebruikt door de studenten. Hier kan een educatieve instelling als NHL Hogeschool op inspelen.

De mobiele telefoon wordt veel gebruikt om social media bij te werken. Sites, waarnaar gelinkt wordt op social media, moeten dus geschikt zijn voor mobiele telefoons. Studenten vinden hun privacy belangrijk. Als docenten sociale media gebruiken, is het verstandig hier rekening mee te houden.

Het antwoord op de centrale vraag van dit onderzoek: *Wat is de betekenis van social*

media in het leven van de hedendaagse student? luidt: sociale media zijn belangrijk voor studenten, maar worden door docenten nog weinig ingezet in het onderwijs.

Onderzoekers van Sowijs hebben inmiddels een pilot gedaan met het gebruik van Facebook in het hoger onderwijs. De resultaten van deze pilot vindt u in ons whitepaper '*De inzet van Facebook in het hoger onderwijs*'. Dit whitepaper is te downloaden via onze site (<http://sowijs.nl/publicaties/de-inzet-van-facebook-in-het-hoger-onderwijs/>)

Literatuurlijst

Newcom (2012) *Social Media in Nederland 2012, grootste longitudinale studie*, Amsterdam.

Over Sowijs

Sowijs is het social media lab van NHL Hogeschool en een initiatief van de opleiding Communicatie. Sowijs bestaat uit een lectoraat Social Media en verschillende docenten en studenten. Samen met de praktijk werken wij aan toegepast onderzoek op het gebied van social media. De kennis en kunde die we daarmee opdoen, delen we via whitepapers en symposia.

Contact

Wilt u in contact komen met Sowijs of wilt u kennispartner worden? Dat kan via de volgende wegen:

W: www.sowijs.nl

E: sowijs@nhl.nl

T: www.twitter.com/sowijs