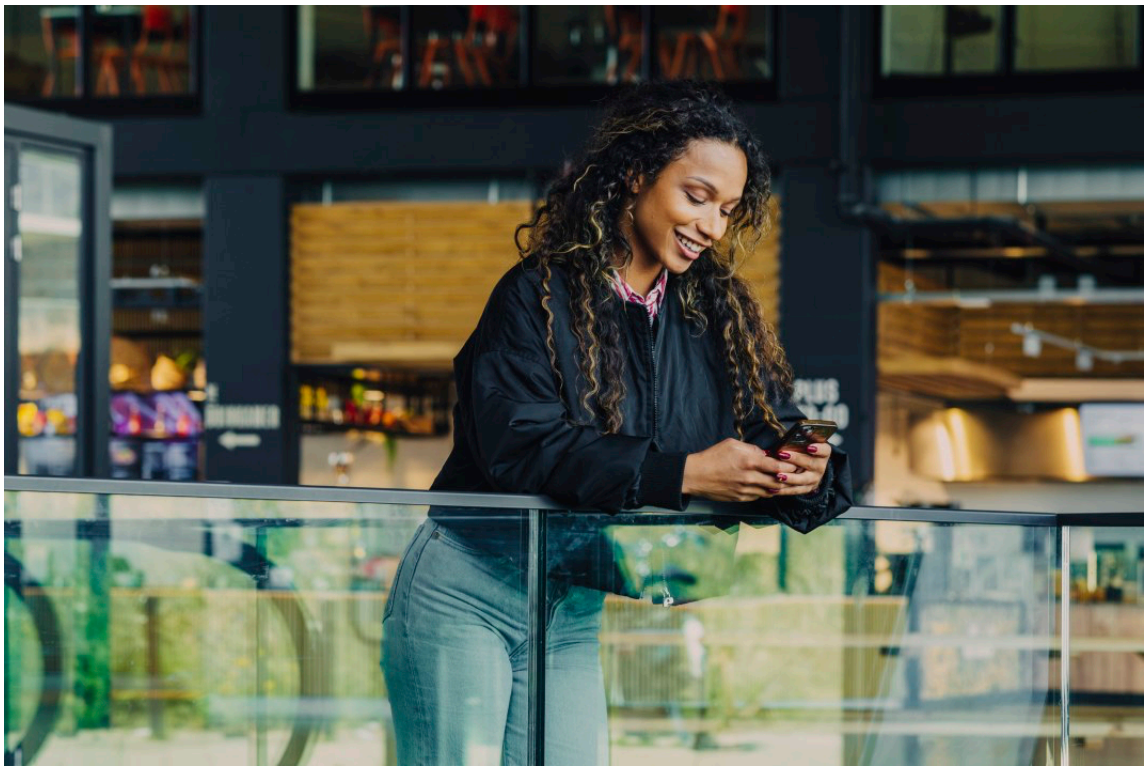
71% van de Nederlanders ervaart gripverlies op digitale mediagebruik

Onderzoek Netwerk Mediawijsheid: gezond schermgebruik vraagt om meer dan verminderen schermtijd



Een moment van verveling, alleen zijn of moeten wachten: je grijpt al snel naar je scherm. Dat lijkt onschuldig, maar uit nieuw onderzoek van Netwerk Mediawijsheid blijkt dat 71% van de Nederlanders tussen de 18 en 45 jaar een vorm van gripverlies op het eigen digitalemediagebruik ervaart. Dat betekent bijvoorbeeld de tijd uit het oog verliezen of ongewild blijven kijken. Bijna de helft (49%) gebruikt schermen langer dan gepland. Wie meer grip wil krijgen, begint met inzicht in eigen gewoontes en een persoonlijk stappenplan. Het onderzoek maakt deel uit van de Week van de Mediawijsheid, die vandaag start en tot en met 13 november in het teken staat van gezond schermgebruik.

Gripverlies volgt vaak vast patroon

Op kwetsbare momenten, zoals bij verveling of wachten, wordt sneller naar een scherm gegrepen. Het gaat daarbij niet alleen om discipline, ook de omstandigheden spelen een rol. Verveling (51%) en wachten (44%) zijn de meest genoemde

aanleidingen om automatisch en onbewust met digitalemediagebruik te beginnen. Ook alleen zijn speelt een rol (38%). De behoefte aan meer grip is groot: 61% van de Nederlanders tussen de 18 en 45 jaar had het afgelopen jaar behoefte aan meer controle op ten minste één vorm van digitaal mediagebruik. Die behoefte speelt het vaakst bij sociale media: 43% wil daar bewuster mee omgaan.

Mary Berkhout, programmadirecteur van Netwerk Mediawijsheid: *“We denken bij gezond mediagebruik vaak als eerste aan minder schermtijd, maar het gaat er vooral om dat je zelf de regie houdt. Als je mediagebruik meer tijd en aandacht vraagt dan je wilt, kan dat ten koste gaan van bijvoorbeeld slaap, concentratie en tijd voor andere activiteiten. Door te herkennen wanneer en waarom je automatisch naar je telefoon grijpt, kun je gerichter iets veranderen.”*

Persoonlijk stappenplan voor blijvende verandering
Er zijn verschillende manieren om mediagebruik te onderbreken. Zo vindt 53% van de respondenten meldingen uitzetten een effectieve aanpak. Apps verwijderen en de telefoon buiten bereik leggen worden door 47% genoemd. Ook de telefoon op bepaalde momenten niet gebruiken (45%) en een tijdslimiet instellen (39%) worden als mogelijke maatregelen genoemd.

Minder gebruik van de ene vorm van digitale media betekent niet automatisch dat iemand ook minder digitale media gebruikt. Van de respondenten die probeerden één vorm van digitale media minder te gebruiken, gaf 58% aan daarna juist meer een andere vorm te zijn gaan gebruiken. Wie bijvoorbeeld minder tijd op sociale media doorbrengt, kan die tijd invullen met gamen of video's kijken.

Tijdens het onderzoek probeerden deelnemers vier dagen lang een digitale detox. Dat hielp hen bewuster te worden van hun mediagebruik en onderliggende gewoontes en behoeften te herkennen, maar biedt niet automatisch een blijvende oplossing. Een persoonlijk stappenplan kan helpen om die inzichten om te zetten in kleine, haalbare veranderingen die passen bij de eigen situatie.

Berkhout: *“Er bestaat helaas geen quick fix. Een persoonlijk stappenplan helpt je om te kijken naar je eigen gewoontes en behoeften. Het doel is niet om digitale media uit je leven te bannen, maar om zelf weer vaker te bepalen wanneer je ze gebruikt en wanneer niet.”*

Bijna de helft van de ondervraagden (49%) heeft er vertrouwen in dat een persoonlijk stappenplan kan helpen om meer grip te krijgen op het eigen mediagebruik. Nog eens 39% denkt dat dit misschien kan helpen.



Over Week van de Mediawijsheid
Tijdens de Week van de Mediawijsheid, van 6 tot en met 13 november 2026, staat centraal hoe mensen zelf stappen kunnen zetten naar meer grip op hun digitale mediagebruik. In deze week worden in heel Nederland activiteiten georganiseerd in bibliotheken, scholen, zorginstellingen, buurthuizen en andere organisaties. Ook MediaMasters is onderdeel van deze week: een gratis serious game voor leerlingen van groep 5 tot en met 8 van het basisonderwijs en het speciaal onderwijs, die hen basiskennis over digitale media en taal- en rekenvaardigheden biedt.

Over het onderzoek
Het kwantitatief online onderzoek is uitgevoerd onder Nederlanders van 18 t/m 45 jaar, waaraan 1.212 respondenten deelnamen. In het kwalitatieve onderzoek namen 12 deelnemers gedurende 10 dagen deel aan een experiment met digitale detox om zo hun mediagebruik onder de loep te nemen.Het kwalitatieve veldwerk vond plaats van 20 tot en met 29 augustus 2026; het kwantitatieve veldwerk van 15 tot en met 22 september 2026. Het onderzoek naar grip op digitaal mediagebruik is in opdracht van Netwerk Mediawijsheid uitgevoerd door Motivaction.

Over Netwerk Mediawijsheid
Netwerk Mediawijsheid bestaat uit meer dan duizend organisaties die zich inzetten op gebied van mediawijsheid en zich hard maken voor een Nederland waarin iedereen mediawijs is - of bezig is dat te worden. Want mensen die mediawijs zijn, kunnen zich verantwoord en zelfverzekerd bewegen in een samenleving waarin (online) media een steeds grotere rol spelen. Netwerk Mediawijsheid is in 2008 opgericht op initiatief van het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap.



Vrouw op telefoon_ campagne Week van de Mediawijsheid.Netwerk Mediawijsheid.jpg
4.02 MB



Jongen op telefoon_ campagne Week van de Mediawijsheid.Netwerk Mediawijsheid.jpg
2.92 MB

Factsheet WvdM 2026.pdf
7.27 MB

Netwerk Mediawijsheid heeft de missie: ‘Nederland mediawijs’. Met meer dan 1000 aangesloten organisaties, bedrijven, zelfstandig professionals en instellingen werkt het netwerk aan een Nederland waarin iedereen mediawijs is - of bezig is dat te worden. Want mensen die mediawijs zijn, kunnen zich gemakkelijker en zekerder bewegen in een samenleving waarin (online) media een steeds grotere rol spelen.

Birgitte van Boven
(Freelance) PR & Communicatie
birgitte@prvanboven.com
06-33972220

Netwerk Mediawijsheid
Media Parkboulevard 1
1217WE Hilversum

www.netwerkmediawijsheid.nl

Geen berichten meer ontvangen van ons? Klik hier