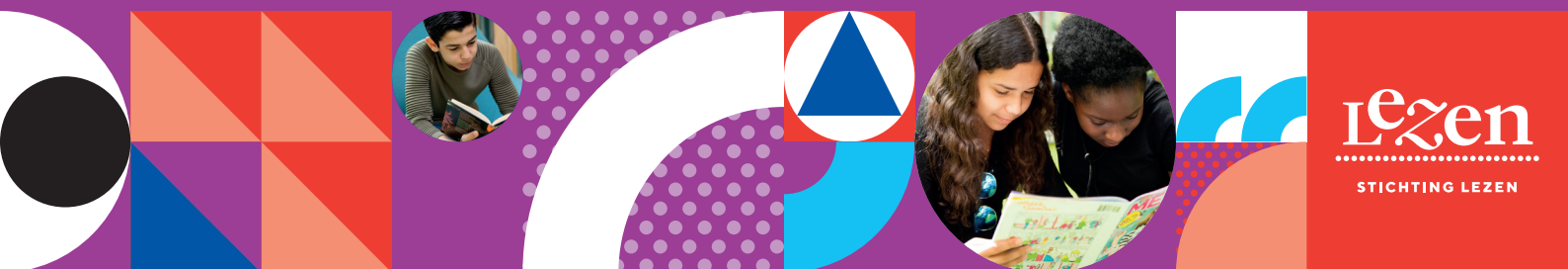


ONDERZOEKSPUBLICATIE

# De leescultuur van jongeren



Qrius

Lezen  
STICHTING LEZEN

## Samenvatting: de belangrijkste conclusies

In juni 2020 heeft Qrius<sup>1</sup> in opdracht van Stichting Lezen een kwantitatief onderzoek uitgevoerd onder 525 jongeren van 12 t/m 20 jaar (middelbare scholieren en mbo-studenten). In november en december hebben we, als vervolg hierop, verdiepende gesprekken gevoerd met nog eens 15 jongeren; zowel jongeren met een hoge als met een lage leesmotivatie.

Het doel van het onderzoek was om inzicht te krijgen in de 'leescultuur' van jongeren in deze leeftijdsgroep. Dit om onder meer een actueel beeld te krijgen van de stand van zaken op het gebied van lezen onder jongeren en om aanknopingspunten te vinden voor leesbevordering bij deze doelgroep. Het accent lag op het lezen in de vrije tijd.

Uit het onderzoek blijkt onder meer het volgende.

1. Vrijwel alle jongeren vinden lezen belangrijk (90%). Slechts een klein groepje vindt lezen 'overbodig'.

Jongeren geven aan lezen belangrijk te vinden, omdat lezen noodzakelijk is voor het leren van de Nederlandse taal. Volgens hen is een goede taalbeheersing een voorwaarde om in het leven vooruit te komen, zowel op school als op werk. Of zoals een respondent het zegt: 'Lezen bepaalt je niveau.'

2. De meeste jongeren hebben een positieve of neutrale associatie met 'lezen'. Er zijn ook negatieve associaties, maar die zijn ver in de minderheid.

Woorden die veel naar boven komen, zijn onder meer 'rust', 'ontspanning', 'leuk', 'spannend' en 'leren'.

3. Ruim een derde van de jongeren (34%) leest iedere week in een leesboek ('fictie'); daarnaast leest 34% wekelijks in een informatieboek ('non-fictie'). Echter, tegenwoordig lezen jongeren veel meer op sociale media (96% doet dat ten minste een dag in de week), op internet (87%) en als ze een serie of film kijken (in de vorm van ondertitels; 90%). Boeken zijn onder jongeren wel populairder dan bijvoorbeeld kranten of tijdschriften.
4. 44% van de jongeren vindt het niet leuk om boeken te lezen; 15% heeft er zelfs een hekel aan. Onder jongens zijn die percentages respectievelijk 54% en 19%. Jongeren vinden het niet leuk

---

<sup>1</sup> Qrius (van het Engelse 'curious') is een onderzoeksbureau dat gespecialiseerd is in kinderen en jongeren van pakweg 0 t/m 29 jaar. Ook doen ze onderzoek onder volwassenen die een belangrijke rol spelen in het leven van kinderen en jongeren, zoals ouders en leraren.

Qrius volgt (onder andere) het mediagebruik en het communicatiegedrag van jongeren op de voet en heeft in de afgelopen jaren ook veel onderzoek naar lezen gedaan. Onder meer in opdracht van Stichting Lezen, de Koninklijke Bibliotheek, diverse uitgevers en diverse bibliotheken. Qrius is lid van de branchevereniging van onderzoeksbureaus (MOA) en volgt ook de richtlijnen van die vereniging.

om boeken te lezen, omdat:

- het te veel inspanning en concentratie vergt;
- in boeken te weinig gebeurt;
- er veel andere dingen zijn die leuker zijn om te doen.

5. Hier staat tegenover dat 38% van de jongeren zich als 'echte lezer' ziet (of het gevoel heeft dat hij of zij er tegenaan zit). Dat percentage ligt nog wat hoger onder meisjes (43%). Wat hen stimuleert om boeken te lezen, is:

- een pakkend verhaal;
- dat lezen rust en ontspanning geeft (ontsnappen aan een drukke wereld);
- dat er bepaalde momenten zijn waarop het fijn is om te lezen, bijvoorbeeld tijdens de grote vakantie.

6. Uit het onderzoek blijkt duidelijk hoe groot de concurrentie voor het lezen van boeken is vanuit de hoek van sociale media, games en series (die een enorme opkomst doormaken). Deze media hebben een grote aantrekkingskracht op jongeren met een lage leesmotivatie, maar ook op jongeren met een hoge leesmotivatie. Hierdoor komt die laatste groep ook vaak niet aan het lezen van boeken toe, terwijl deze jongeren dat wel zouden willen.

De series zetten een bepaalde standaard voor het vertellen van verhalen (fictie en non-fictie), waardoor boeken in een aantal opzichten ouderwets lijken. Jongeren zeggen onder meer dat ze verhalen via series beter beleven dan via een boek en dat de onderwerpen van series en andere programma's actueler zijn dan die in boeken en meer geschikt zijn voor jongeren.

Ook vinden ze dat ze een verhaal via een serie sneller tot zich nemen en dat het kijken naar series minder energie kost, omdat ze zich minder hoeven te concentreren en er minder een beroep wordt gedaan op hun verbeelding (een actief proces).

7. Uit het onderzoek blijkt ook dat jongeren, en zeker ook jongeren met een hoge leesmotivatie, het moeilijk vinden om geschikte boeken te vinden:

- Ze hebben eigenlijk geen idee welke boeken voor hen beschikbaar zijn en welke bij hun interesses passen. Ze hebben dus geen zicht op het actuele aanbod.
- Dat komt onder andere omdat boeken niet zichtbaar zijn in de media die ze gebruiken, bijvoorbeeld op sociale media zoals Instagram en op YouTube.

Er wordt niet voor geadverteerd (of in ieder geval niet zichtbaar en opvallend), ze worden niet aanbevolen en niet gerecenseerd. De digitale activiteiten die er wel op het vlak van boeken zijn, lijken jongeren niet effectief te bereiken. Slechts 8% van de jongeren volgt schrijvers van boeken en/of dichters op sociale media en 6% volgt accounts over boeken en gedichten.

Social influencers en andere bekende Nederlanders bereiken jongeren wel met boeken; waarover bij punt 8 meer.

- Er wordt niet of nauwelijks over boeken gesproken met vrienden. Het lezen van boeken is ook onder vrienden en in vriendengroepen relatief onzichtbaar. Dit in tegenstelling tot sociale media en series, die onder vrienden en in vriendengroepen volop in de

belangstelling staan.

Daarnaast komen jongeren over het algemeen niet in boekwinkels of in bibliotheken; plekken waar ze inspiratie op kunnen doen. Op school zijn ze meestal gebonden aan een lijst en maken ze vaak gebruik van systemen waarmee ze niet gemakkelijk kunnen vinden wat ze zoeken, omdat ze bijvoorbeeld op auteur moeten zoeken of op genre en te weinig informatie krijgen om te beoordelen of een boek interessant is of niet.

Deze situatie stimuleert het lezen van boeken in ieder geval niet en maakt het waarschijnlijk ook moeilijker om de overstap te maken van kinderboeken (sterk ondersteund door school en door ouders) naar boeken voor jongeren en volwassenen.

8. Het spreekt veel jongeren (75%) wel aan als ze een boek zouden kunnen lezen van of over een bekende Nederlander, zoals een (voormalige) topsporter, een bekende YouTuber of Instagrammer of een acteur, filmster of muzikant.

23% van de jongeren heeft al één of meer van dit soort boeken gelezen. Interessant is dat het dan niet alleen om jongeren met een hoge leesmotivatie gaat, maar ook om jongeren met een lage leesmotivatie. Veel van deze boeken zijn, vanwege het onderwerp en het laagdrempelige karakter, juist geschikt voor die laatste groep jongeren.

De boeken liften in dit geval mee met de bekendheid van de auteurs of hoofdpersonen en worden zo ook zichtbaar voor jongeren.

9. Enkele andere belangrijke uitkomsten zijn:
  - Jongeren geven overwegend de voorkeur aan het lezen van boeken op papier en zijn niet erg enthousiast over e-books en luisterboeken
  - Het genre 'spannende boeken' spreekt jongeren het meest aan (46%), gevolgd door 'waargebeurde verhalen' (36%).
  - Meer dan de helft van de jongeren leest weleens boeken uit een serie of reeks (53%).
  - 43% heeft een favoriet boek (en is daar heel enthousiast over).
  - De Boekenweek voor Jongeren is het meest bekende evenement op het gebied van boeken voor jongeren. 57% van de jongeren heeft ervan gehoord en 18% heeft er aan meegedaan.
  - 16% van de jongeren schrijft zelf verhalen, songteksten en gedichten en nog eens 40% doet dat ook, maar dan alleen voor school.

