

SVR - Studie

2011 / 1

# **Mediageletterdheid in een digitale wereld**

**Marie-Anne Moreas & Jan Pickery (red.)**

Studiedienst van de Vlaamse Regering

Vlaamse overheid



# Mediageletterdheid in een digitale wereld

Redactie: Marie-Anne Moreas en Jan Pickery

---

#### **Samenstelling**

Diensten voor het Algemeen Regeringsbeleid  
Studiedienst van de Vlaamse Regering

#### **Verantwoordelijke uitgever**

Josée Lemaitre  
Administrateur-generaal  
Boudewijnlaan 30 bus 23  
1000 Brussel

#### **Redactie**

Marie-Anne Moreas en Jan Pickery

#### **Review**

Luk Bral, Ann Carton, Martine Corijn, Christine  
Debaene, Jan De Craemer,  
Johan Evers, Josée Lemaitre, Geert Loosveldt, Jo  
Noppe, Peter Thijssen, Dries Verlet

#### **Lay-out cover**

Diensten voor het Algemeen Regeringsbeleid  
Communicatie  
Patricia Van Dichel

#### **Lay-out**

Perplex | Aalst

#### **Druk**

Claes Printing, Sint-Pieters-Leeuw

#### **Depotnummer**

D/2011/3241/225

#### **Bestellingen**

<http://publicaties.vlaanderen.be>

*Delen uit deze uitgave mogen worden  
verveelvoudigd en openbaar gemaakt indien de  
auteur van de bijdrage en de titel van deze studie  
uitdrukkelijk als bron worden vermeld.*

# Inhoud

<b>Inhoud</b>	<b>3</b>
<b>INLEIDING</b>	
<b>Mediageletterdheid in een digitale wereld</b>	<b>7</b>
<b>HOOFDSTUK 1</b>	
<b>De digitale kloof in twee dimensies</b>	
<b>Een verdiepende en verbredende kloof</b>	<b>11</b>
Inleiding	11
1. Digitale kloof	12
1.1. Verdiepende kloof	12
1.2. Verbredende kloof	13
2. Data en methode	15
2.1. Survey	15
2.2. Onderzoeksvragen en -methode	16
3. Resultaten	17
3.1. Algemene cijfers over mediabezit en -gebruik	17
3.2. Evolutie van de digitale kloof	19
3.3. Analyses per medium: verdiepende en verbredende kloof	21
3.3.1. <i>Leeftijd</i>	22
3.3.2. <i>Geslacht</i>	23
3.3.3. <i>Opleiding</i>	24
3.3.4. <i>Gezinsinkomen</i>	25
3.3.5. <i>Kinderen</i>	25
3.3.6. <i>Voor alle demografische variabelen</i>	26

3.4. Mediaprofielen: verbredende kloof	26
3.4.1. <i>Bezitsprofiel</i>	28
3.4.2. <i>Gebruiksprofiel</i>	29
3.4.3. <i>Besluit</i>	31
3.5. Mediaprofielen en intensiteit van mediagebruik	31
3.5.1. <i>Bezitsprofiel en gebruiksfrequentie thuis</i>	31
3.5.2. <i>Gebruiksprofiel en breedte van de gebruikte toepassingen</i>	33
3.5.3. <i>Besluit</i>	33
Conclusie	34
Bibliografie	35
<b>HOOFDSTUK 2</b>	
<b>Kunnen digitale televisie en smartphones de digitale kloof dichten?</b>	
<b>Een verkenning van de democratiserende potentie van nieuwe media</b>	<b>39</b>
Inleiding	39
1. Van digitale kloof naar mediageletterdheid	40
1.1. Traditioneel concept digitale kloof	40
1.2. Van digitale kloof naar mediageletterdheid	40
2. De potentiële impact van de convergentie van media op de ongelijkheid	41
3. Onderzoeksvragen	42
4. Data	43
5. Resultaten	45
5.1. Verschillende mediatoepassingen	45
5.1.1. <i>Algemene penetratie van de 14 internettoepassingen via drie verschillende media en breedte van het mediagebruik</i>	45
5.1.2. <i>Communicatie via internet en via interactieve digitale televisie</i>	47
5.1.3. <i>Informatie zoeken over een onderwerp via internet en via gsm/smartphone</i>	49
5.1.4. <i>Media-inhoud downloaden via internet en via gsm/smartphone</i>	50
5.1.5. <i>Deelnemen aan virtuele gemeenschappen via internet en via gsm/smartphone</i>	52
5.1.6. <i>Conclusies voor de verschillende toepassingen</i>	53
5.2. Nieuwsgaring als spiegelbeeld van de nieuwe mediatoepassingen	54
Conclusies en aandachtspunten voor het beleid	58
Bibliografie	60

**HOOFDSTUK 3****Profielen van mediageletterdheid****Een exploratie van de digitale vaardigheden van burgers in Vlaanderen****61**

Inleiding	61
1. Digitale vaardigheden	62
2. De "klassieke" parameters van de digitale kloof	63
3. Redenen voor digitaal mediagebruik	65
4. Data en methode	66
5. Resultaten	67
5.1. Drie profielen van mediageletterdheid	68
5.2. Kenmerken per profiel	69
5.3. De redenen voor digitaal mediagebruik	71
Conclusie	74
Bibliografie	75

**HOOFDSTUK 4****Ongelijke participatie en (online) mediagebruik****77**

Inleiding	77
1. Mediagebruik en participatie	78
1.1. Patronen van offline en online mediagebruik	78
1.2. Het belang van mediageletterdheid	79
2. De empirische toets	81
2.1. Meetinstrument	81
2.2. Een bivariate analyse	83
2.3. Een genuanceerder beeld: de invloed van (online) mediagebruik op participatie	84
2.3.1. <i>Participatie in verenigingsleven</i>	85
2.3.2. <i>Politieke participatie</i>	86
2.3.3. <i>Cultuurparticipatie</i>	88
Discussie en implicaties voor het beleid	89
Bibliografie	91
Appendix 1 – Meting participatie in verenigingsleven	95
Appendix 2 – Meting politieke participatie	96
Appendix 3 – Meting breedte internetgebruik	97

**HOOFDSTUK 5****Mediageletterdheid en digitale vaardigheden****Naar een multidimensioneel model van digitale uitsluiting****99**

## Inleiding

99

1. Diversiteit en overvloed aan meetinstrumenten 100
2. Beperkingen van bestaande meetmethoden 102
  - 2.1. Theoretische basis: Wat is de digitale kloof? 102
  - 2.2. Operationalisering: Selectieve invulling van indicatoren 103
  - 2.3. Bijkomende methodologische vraagstukken 104
3. Herconceptualisering klassieke determinanten 107
  - 3.1. Multidimensionele karakter van toegang 107
  - 3.2. Heropwaardering van motivaties & attitudes als risicofactoren 109
  - 3.3. Gebruikspatronen en -profielen 111
  - 3.4. Toenemende complexiteit: Mediageletterdheid en digitale vaardigheden 114
    - 3.4.1. *Een wirwar aan concepten en definities* 114
    - 3.4.2. *Digitale vaardigheden: Pragmatische operationalisering* 117
4. Aanvullende determinanten voor digitale uitsluiting 118
  - 4.1. Belang en invulling van ondersteuningsmechanismen 118
  - 4.2. Leerproces digitale vaardigheden 120
  - 4.3. Sociale context: Hoe meten? 122
5. SCV-survey: aanzetten tot verbetering 125
  - 5.1. Klassieke determinanten: toegang, attitude, gebruik en vaardigheden 125
  - 5.2. Aanvullende determinanten: ondersteuning, leerproces en context 128

## Besluit

130

## Bibliografie

132

**Over de auteurs****139**

# Mediageletterdheid in een digitale wereld

## Inleiding

**Josée Lemaitre, Marie-Anne Moreas en Jan Pickery<sup>1</sup>**

Studiedienst van de Vlaamse Regering

Mediageletterdheid komt de laatste jaren steeds meer aan bod in Vlaamse, maar ook in Europese beleidsdocumenten.

In 2006 bracht de Europese Unie een groep van deskundigen inzake mediageletterdheid samen die tot taak kreeg de doelstellingen en trends op het gebied van mediageletterdheid te analyseren en te definiëren, de goede praktijken op Europees niveau onder de aandacht te brengen en te bevorderen en voorstellen op tafel te leggen voor bijkomende maatregelen. Sindsdien leidde dit horizontale thema van mediageletterdheid tot doelstellingen en richtlijnen in verschillende Europese beleidsdocumenten voor de domeinen cultuur, economie, onderwijs en media. De lijst van documenten waarnaar verwezen kan worden is lang. Voorbeelden zijn:

- de mededeling van de Europese Commissie van 20 december 2007 met als titel “Een Europese aanpak van mediageletterdheid in de digitale omgeving”
- de resolutie van het Europees Parlement van 16 december 2008 over mediageletterdheid in de digitale wereld
- de aanbeveling van de Europese Commissie van 20 augustus 2009 over mediageletterdheid in de digitale omgeving voor een meer concurrerende audiovisuele en inhoudsindustrie en een inclusieve kennismaatschappij
- de gewijzigde Europese richtlijn “Audiovisuele mediadiensten zonder grenzen” van 11 december 2007.

In Vlaanderen werd de term media-educatie opgenomen in de Beleidsbrief Media 2003-2004. Ook in de daaropvolgende jaren kwam dit thema terug op de politieke agenda. In het Vlaamse regeerakkoord van 2009 kwamen mediageletterdheid en mediawijsheid expliciet ter sprake, waarna er uitgebreide aandacht volgde in de Beleidsnota Media 2009-2014. Dit werd geconcretiseerd in een aantal projecten zoals de verderzetting van het project “Kranten in de Klas”, waarbij het lezen van kranten moet bijdrage tot het vormen van kritisch geïnformeerde bur-

<sup>1</sup> Met dank aan Christine Debaene van de Cluster Mediabeleid van het Beleidsdomein Cultuur, Jeugd, Sport en Media



gers en de deelname aan het “EU-Kids Online-onderzoek”, dat de online ervaringen van kinderen en hun ouders bestudeert in 25 landen.

In de binnen- en buitenlandse beleidsdocumenten zijn verschillende definities van mediageletterdheid gangbaar. Ze bevatten wel veel gemeenschappelijke elementen die door de Studiedienst van de Vlaamse Regering werden samengevat in volgende werkdefinitie: *‘Mediageletterdheid is de bekwaamheid om toegang te hebben tot het materiaal uit verschillende media en om dit materiaal te identificeren, begrijpen, interpreteren, evalueren, communiceren, berekenen en produceren. Geletterdheid is een continuüm. Het heeft betrekking op de mate waarin mensen geleerd hebben om hun doelen te bereiken, hun eigen kennis en potentieel te ontwikkelen, en om ten volle te participeren in hun gemeenschap en in de verdere maatschappelijke omgeving’.*

Deze werkdefinitie werd toegepast bij de survey naar “Sociaal-culturele verschuivingen in Vlaanderen” (SCV-survey) van 2010. De SCV-survey is een jaarlijkse survey bij een representatieve steekproef van Nederlandstalige inwoners van het Vlaamse Gewest en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. De survey peilt naar waarden, opvattingen en overtuigingen van Vlamingen met betrekking tot maatschappelijk en beleidsrelevante thema’s. Elk jaar worden in de periode maart-juni ongeveer 1.500 toevallig getrokken respondenten ouder dan 18 jaar persoonlijk geïnterviewd. In 2010 bevatte de SCV-survey een uitgebreide module over media- en ICT-bezit en -gebruik. Ook in enkele voorgaande edities was dat trouwens een prominent thema in de survey.

De Studiedienst van de Vlaamse Regering probeert op verschillende manieren de kwaliteit van de SCV-data te garanderen. Het veldwerk, dat uitbesteed wordt aan een onderzoeksbureau, wordt nauwgezet opgevolgd. De behaalde respons is behoorlijk, ook al vertonen de cijfers de laatste jaren een dalende lijn. Zo leverde de SCV-survey 2010 1.370 gevalideerde interviews op van de 2.365 beschikbare adressen. Dat komt neer op een respons van 58%. In de voorgaande jaren lagen de responscijfers wat hoger. De selectie van de respondenten gebeurt op een wetenschappelijk verantwoorde manier. Het steekproefdesign met een gestratificeerde tweetrapssteekproef met clustering op het niveau van de postcode en een verhoging van het aantal geselecteerde adressen in “moeilijke postsectoren” werd gevalideerd door de publicatie in een internationaal tijdschrift. Bij het opstellen van de vragenlijst wordt zoveel mogelijk gebruik gemaakt van vragen die reeds in ander wetenschappelijk onderzoek gevalideerd zijn. De selectie van de vragen gebeurt ook in overleg met een wetenschappelijk begeleidingscomité dat professoren van alle Vlaamse universiteiten bevat. Het volledige proces van de survey wordt bovendien elk jaar uitvoerig beschreven in een basisdocumentatie, zodanig dat alles zeer transparant verloopt en externe onderzoekers zich een correct beeld kunnen verschaffen van het materiaal waarmee zij aan de slag kunnen gaan. Zo willen wij het optimale gebruik van onze data verder aanmoedigen.

Naar aanleiding van de aandacht voor het thema mediageletterdheid in het beleid en in de survey vormde de Studiedienst van de Vlaamse Regering een onderzoeksnetwerk met Vlaamse universiteiten om de surveygegevens te analyseren. Het resultaat van deze gezamenlijke onderzoeksinspanningen vindt u in dit boek dat vijf artikels presenteert over verschillende aspecten van mediageletterdheid. Die artikels werden zowel geschreven door medewerkers van de Studiedienst van de Vlaamse Regering als door onderzoekers van de verschillende Vlaamse

universiteiten. Een stuurgroep bestaande uit leden van het wetenschappelijk begeleidingscomité van de SCV-survey en medewerkers van de Studiedienst en van de ruimere Vlaamse overheid bepaalde mee de keuze van de artikels op basis van de voorstellen die binnenkwamen na een gelanceerde open oproep.

De eerste bijdrage is van Marie-Anne Moreas en Jan Pickery. Zij onderzoeken de digitale kloof – de ongelijke verspreiding van bezit en gebruik van ICT – in Vlaanderen alsook de verdieping – ongelijkheid in het aantal gebruikte toepassingen – en verbreding – bijkomende ongelijkheid bij het gebruik van andere media – van die kloof. In een volgend artikel bestuderen dezelfde auteurs de democratiserende potentie van smartphones en interactieve digitale televisie. Voor verschillende internettoepassingen is het bezit van een computer met internetaansluiting tegenwoordig immers niet meer noodzakelijk. Bevolkingsgroepen waarbij een computer minder ingeburgerd is, hebben wel vaker een gsm of smartphone en (digitale) televisie in huis. Naarmate die toestellen meer internettoepassingen toelaten, kunnen zij misschien bijdragen tot het dichten van de digitale kloof? In een derde bijdrage trachten Steve Paulussen, Cédric Courtois, Hadewijch Vanwynsberghe & Pieter Verdegem profielen op te stellen op basis van één aspect van mediageletterdheid. De auteurs gaan na of Vlamingen in te delen zijn op basis van hun digitaal vaardigheidsniveau; of de “klassieke socio-demografische determinanten” van ICT-bezit en -gebruik ook goede voorspellers zijn van het digitale vaardigheidsniveau; en of dat niveau een impact heeft op de aard van het mediagebruik. Hans Martens en Philippe Meers richten zich op de effecten van mediageletterdheid en meer specifiek van mediagebruik. Hebben offline en online mediagebruik een impact op cultuurparticipatie, politieke participatie en deelname aan het verenigingsleven? Hebben de kritische stemmen die poneren dat de overvloed aan informatie en entertainment ten koste gaat van maatschappelijke participatie wel gelijk? Ilse Mariën en Leo Van Audenhove plaatsen ten slotte enkele kritische vraagtekens bij het overgrote deel van het onderzoek dat gevoerd wordt naar mediageletterdheid en de determinanten ervan. Hun bedenkingen zijn voor een deel ook van toepassing op de andere artikels in het boek en kunnen zo bijdragen aan de discussie en waarschijnlijk hun nut bewijzen bij volgende edities van de SCV-survey.

De artikels vormen samen een boeiend geheel. Wij bedanken de stuurgroep voor hun inzet bij het tot stand komen van deze studie. Wij bedanken de auteurs voor hun bijdragen. Alle artikels werden bovendien nagelezen door verschillende reviewers. Zij worden vooraan vermeld en worden bij deze ook nog eens bedankt. Hun bruikbare opmerkingen hebben zeker tot een kwaliteitsverbetering van de teksten geleid.

Deze studie over mediageletterdheid gaat door onder de auspiciën van de minister bevoegd voor de Studiedienst van de Vlaamse Regering, minister-president Kris Peeters, die we hierbij willen bedanken voor het ter beschikking stellen van de middelen voor het surveyonderzoek in opdracht van de Vlaamse Regering.



# De digitale kloof in twee dimensies Een verdiepende en verbredende kloof

## 1

HOOFDSTUK

Marie-Anne Moreas en Jan Pickery  
Studiedienst van de Vlaamse Regering

### Inleiding

Dit artikel gaat na of de toegang tot en het gebruik van media samenhangen met sociaal-economische kenmerken. Is er nog steeds een digitale kloof of is er zelfs een bredere mediakloof? Hoe groot en hoe diep is deze kloof dan? En welke trends kunnen we over de tijd onderscheiden?

OESO (2008, 4) ziet een wisselwerking tussen mediagebruik en sociale ongelijkheid. *'Een betere manier om ongelijkheid te bezien, is vaststellen of mensen toegang hebben tot sleutelgoederen en -diensten, zoals genoeg te eten hebben, of een televisie of wasmachine kunnen betalen.'* Hierbij is het volgens hen vooral van belang om een gelijkheid van kansen te bewerkstelligen.

Volgens het regeerakkoord "Een daadkrachtig Vlaanderen in beslissende tijden" behoren de media tot deze elementaire sleutelgoederen en diensten:

*'Het is elementair dat elke Vlaming kan participeren aan de vooruitstrevende informatie-maatschappij die Vlaanderen wil zijn. De digitale kloof moet weggewerkt worden. Onze ambitie is om ervoor te zorgen dat ook kwetsbare doelgroepen voldoende mediatoegang hebben en voldoende mediageletterd zijn. Elke Vlaamse woning moet daarom beschikken over een internetaansluiting tegen democratisch tarief. Mediagebruikers moeten de nodige vaardigheden kunnen verwerven om adequaat met de nieuwe media om te gaan'* (Vlaamse Regering, 2009, 76).

Deze beleidsdoelstelling leidde in Vlaanderen tot een hernieuwde onderzoeksinteresse op dit domein (zie Mariën e.a., 2010; De Caluwé e.a., 2011). Ook op nationaal (Brotcorne e.a., 2010) en Europees niveau (Europese Commissie, COM(2010) 245 definitief/2) was er recentelijk een hernieuwde belangstelling vanuit het beleid voor de digitale kloof.

In deze bijdrage verfijnen we eerst het begrip digitale kloof, waarbij een aantal theorieën besproken worden die de evolutie van de kloof kunnen voorspellen. De bronnen waarop we onze analyse zullen baseren, alsook de onderzoeksvragen en –methode komen in een tweede deel aan bod. De resultatensectie behandelt de wijze waarop de kloof zich manifesteert in de huidige maatschappij. In de discussiesectie maken we de vertaalslag van de resultaten naar het beleid.

## 1. Digitale kloof

De digitale kloof verwijst in dit artikel naar de verschillen tussen sociaaleconomische bevolkingsgroepen wat hun toegang tot en hun gebruik van de digitale media betreft. De leeftijd, het geslacht, het inkomen en de opleiding kunnen hierbij gezien worden als individuele kenmerken met een impact op de digitale kloof in Vlaanderen (Moreas, 2007; SVR, 2011). Daarnaast zijn het hebben van werk, het hebben van kinderen en het aantal sociale contacten in het vrijwilligerswerk en het verenigingsleven kenmerken van de relaties in het sociale netwerk van een persoon die de verspreiding van ICT beïnvloeden (Moreas, 2007; SVR, 2011).

Een eerste vraag is of de verschillen tussen bevolkingsgroepen vergroten van het bezit van een medium naar het gebruik ervan. In dat geval spreken we over een verdieping van de kloof. Daarnaast stelt zich de vraag of de kloof voor bezit en gebruik dezelfde zijn voor de verschillende media en/of de verschillen tussen de bevolkingsgroepen vergroten wanneer gekeken wordt naar het totale mediaprofiel. In dat geval spreken we over een verbreden van de kloof. Onze onderzoeksvragen zullen zich dus toespitsen op de evolutie van de kloof in de diepte en in de breedte.

### 1.1. Verdiepende kloof

Hilbert (2010) onderscheidt drie opeenvolgende fases in het implementatieproces van een innovatie: toegang, gebruik en maatschappelijke impact. De stap van de toegang naar het al dan niet gebruiken van ICT is een cruciale stap die vaak niet automatisch verloopt. Het vereist vaardigheden, bekwaamheden en een wijziging in attitudes. De maatschappelijke impact verwijst naar een gewijzigde manier waarop men dingen doet, wat ons inziens overeenkomt met de breedte van de gebruikte toepassingen.

In 2003 schreef van Dijk in het artikel “De Digitale Kloof wordt dieper. Van ongelijkheid in bezit naar ongelijkheid in vaardigheden en gebruik van ICT”:

*‘Op afzienbare termijn zal de overgrote meerderheid van de Nederlandse bevolking een computer en internetverbinding hebben. Dat betekent niet dat de digitale kloof gedicht is. De kloof zal er een worden tussen mensen die ICT en informatie kunnen inzetten voor het verbeteren van de eigen positie, en mensen die dat niet kunnen. Het beheersen van elementaire operationele vaardigheden sluit namelijk niet uit dat strategische- en informatievaardigheden in onvoldoende mate beheerst worden door achterstandsgroepen. De verschillen in het gebruik zullen eerder toenemen dan afnemen. (...) Het zwaartepunt van de problemen van toegang tot ICT verschuift dus van “motivatie en bezit” naar “vaardigheden en gebruik”’* (van Dijk, 2003, 7).

Van Dijk meent dus dat de verschillen tussen bevolkingsgroepen zullen verkleinen voor de toegang en voor het al dan niet gebruiken van ICT. De kloof van de eerste graad zal verkleinen. De gebrekkige strategische en informatievaardigheden bij sommige bevolkingsgroepen zijn echter een drempel om deze ICT in te zetten in het kader van de eigen positie. De verschillen voor de maatschappelijke impact van ICT of de kloof van de tweede graad zullen hierdoor vergroten.

In recent onderzoek krijgen de kloof van de tweede graad en de digitale vaardigheden veel aandacht (zie Brotcorne e.a., 2008, 2010; Mariën e.a., 2010). Ook Moreas (2007) onderzocht de verschuiving van de kloof voor de computer en het internet. Ze kwam tot de conclusie dat de kenmerken van de individuen en van de netwerkrelaties een differentiële rol spelen voor het bezit, voor het algemeen internetgebruik en voor de breedte van het internetgebruik (het aantal gebruikte internettoepassingen). Sociale netwerken en cognitieve vaardigheden van een persoon spelen weliswaar een belangrijke rol voor al de stadia van het implementatieproces, maar kenmerken zoals het inkomen zijn alleen belangrijk wanneer de variabele bezit inhoudt. Dit kan ertoe leiden dat niet al de achterstandsgroepen voor de oorspronkelijke bezitskloof even vatbaar zijn voor een verdiepende of een bijkomende kloof voor de verdere stadia in het implementatieproces.

Voor het gebruik van de overige digitale media is tot op heden minder onderzoek gebeurd in Vlaanderen. Sinds de mobiele telefoon transformeerde van een zuiver telefoontoestel over een toestel met meerdere functies naar een minicomputer met internettoegang, zijn er heel wat software applicaties voor de mobiele telefoon of "apps" ontwikkeld. De meest recente survey van het Pew Internet Project (Purcell e.a., 2010) toont dat 82% van de volwassen Amerikanen een mobiele telefoon gebruikt; 35% bezit software applicaties of "apps" op zijn toestel en 24% gebruikt deze apps. De kloof verdiept. Tegenover de overige gebruikers van de mobiele telefoon zijn de gebruikers van "apps" jonger en hoger geschoold. Het zijn vaker mannen en ze hebben een hoger inkomen. Uit het rapport "Tv in Nederland 2010" (SKO en Intomart GfK, 2011) blijkt dat in Nederland een beperkt aandeel van de mensen met interactieve digitale televisie deze gebruikt voor interactieve diensten.

## 1.2. Verbredende kloof

De geschiktheid van een medium in het kader van bepaalde doelstellingen is het onderzoeksobject van de theorie van "Uses and Gratifications" (Katz e.a., 1973). Deze theorie gaat uit van een actieve, doelgerichte mediaconsument, die op zoek gaat naar het geschikte medium in het kader van zijn behoeften, waaronder:

1. *Needs related to strengthening information, knowledge, and understanding – these can be called cognitive needs;*
2. *Needs related to strengthening aesthetic, pleasurable and emotional experience – or affective needs;*
3. *Needs related to strengthening credibility, confidence, stability, and status – these combine both cognitive and affective elements and can be labeled integrative needs;*
4. *Needs related to strengthening contact with family, friends, and the world. These can also be seen as performing an integrative function;*

5. *Needs related to escape or tension-release which we define in terms of the weakening of contact with self and one's social roles.*' (Katz e.a., 1973, 166-167)

Deze theorie kreeg heel wat tegenkanting, maar is mits de integratie van de 'Sociale leertheorie van Bandura' (1986, in La Rose e.a. 2004) en de theorie van Rogers (2003, in Verdegem, 2009) of van de sociale netwerkanalyse van Hilbert (2010) bruikbaar om hypothesen te formuleren over het proces van de verbreding van de kloof over de media.

La Rose e.a. (2004) menen vooreerst dat het eerder gaat over de verwachte gevolgen van het menselijk gedrag dan over bekrachtigers van dit gedrag ("gratification"), maar inhoudelijk komen de vermelde categorieën sterk overeen. Interessantere toevoegingen zijn de wederzijdse beïnvloeding tussen individuen, hun gedrag en hun omgeving; de gewoonte; de gepercipieerde "self-efficacy" en de "zelf-regulatie".

De "verwachte gevolgen" van een gedrag worden niet alleen bepaald door de ervaren gevolgen van de eigen mediaconsumptie, maar ook door het mediagedrag van anderen dat men kan observeren. In die zin zullen de verwachte positieve gevolgen van nieuwe media zich eerder ontwikkelen in die sociale netwerken waar deze media al circuleren en hun nut bewezen hebben. Volgens de Eurostat-cijfers is het gebrek aan interesse of aan gepercipieerd nut nog steeds de belangrijkste reden om geen internettoegang te hebben (Moreas, 2011).

De verwachte gevolgen zullen bij een verschuiving in onze mediaconsumptie een belangrijke rol spelen. Hierna vormen zich gedragsgewoonten waarbij we bepaalde media zullen gebruiken in bepaalde situaties en voor bepaalde doelstellingen zonder dat we steeds opnieuw in vraag stellen of deze vorm van mediagebruik de grootste kans geeft om deze uitkomsten te bereiken. Volgens de theorie van Rogers (2003, in Verdegem, 2009) verschuiven we van de implementatiefase naar de bevestigingsfase, waarbij het nieuwe gebruik in ons persoonlijk leven geïntegreerd is. Dit mediaconsumptiepatroon zal pas opnieuw in vraag gesteld worden als het niet meer zou voldoen en/of als we met nieuwe mogelijkheden in contact komen. Zo kunnen bepaalde bevolkingsgroepen langer blijven vasthangen in een mediaconsumptiepatroon dat suboptimaal is in de huidige maatschappij omdat andere media minder zichtbaar zijn in hun omgeving en ze tevreden zijn met de huidige gang van zaken.

"Self-efficacy" is het geloof in de eigen bekwaamheid om succes te hebben in een specifieke situatie. Het is m.a.w. het geloof in het eigen kunnen dat in vele situaties zal bepalen of de persoon een nieuwe taak zal starten dan wel vermijden. In die zin veronderstelt "self-efficacy" mogelijks een proces waardoor de "beteren" beter gebruik maken van de opportuniteiten binnen de maatschappij. Het ontbreken van het geloof in de eigen vaardigheden is volgens voornoemd onderzoek van Eurostat een belangrijke drempel om een internetaansluiting aan te schaffen (Moreas, 2011).

Tenslotte is er de "zelfregulatie". Deze term moet het eenzijdige geloof dat meer gebruik ook steeds beter is, tegengaan. Een efficiënt gebruik veronderstelt een gebruik waarbij de mediaconsumptie een verwacht nut heeft. Wanneer mediagedrag een doel op zich wordt, kan men eerder spreken van een verslaving. Hierbij volgt dat het niet noodzakelijk is om een specifiek medium, bijvoorbeeld internet dagelijks te gebruiken om er efficiënt gebruik van te kunnen maken. Een breder mediagebruik zou zelfs kunnen leiden naar een meer sporadisch

mediagebruik per medium omdat de brede mediagebruiker zijn tijd moet verdelen over de verschillende media en misschien ook beter het geschikte medium kan kiezen in functie van zijn noden.

Vanuit deze theorieën kunnen we veronderstellen dat het vooral de best geplaatsten in de maatschappij zijn die (eerst) voordeel halen uit de nieuwe opportuniteiten die de media ons bieden. Zij krijgen eerder kennis van de nieuwe mogelijkheden en hun "self-efficacy" is hoger, waardoor ze eerder het nieuwe medium zullen exploreren. Vervolgens kunnen de anderen uit de groep dit gedrag observeren en overnemen. Binnen het sociale netwerk gaat men deze nieuwe gedragingen in het kader van bepaalde doelstellingen consolideren. Men gaat de dingen op een andere wijze doen (impact).

Vraag is of de groep die digitale media gebruikt de traditionele media niet meer zal gebruiken. Dit zal alleen gebeuren als de digitale media in alle situaties en voor alle doelstellingen superieur zijn aan de traditionele media. Omdat dit niet erg waarschijnlijk is, kan men verwachten dat de gebruiker eerder de digitale media in zijn totaal mediagebruik zal incorporeren. We krijgen groepen waarin men naast de traditionele media ook de digitale media gebruikt tegen groepen waarin men alleen de traditionele media blijft gebruiken. De oorspronkelijke kloof voor mediagebruik tussen de bevolkingsgroepen zal verbreden.

Een breder mediagebruik met digitale media kan leiden tot een minder frequent gebruik van de traditionele media, omdat de brede mediagebruiker beter het geschikte medium kan kiezen in functie van zijn noden. Hij is voor bepaalde doelstellingen overgeschakeld van de traditionele naar de digitale media. Anderzijds kan de brede en vaardige mediagebruiker ook steeds meer gebruik gaan maken van de digitale media, omdat hij deze steeds beter weet in te zetten in het kader van zijn doelstellingen.

## 2. Data en methode

In dit hoofdstuk behandelen we achtereenvolgens de survey naar Sociale en Culturele Verschuivingen (SCV-survey), de onderzoeksvragen en de gebruikte methode.

### 2.1. Survey

We doen in dit artikel voornamelijk een beroep op de SCV-survey van de Studiedienst van de Vlaamse Regering van 2010. Dit was de enige survey waarbij het gebruik van zowel on- als offline media werd bevestigd. De bevestigde media zijn de krant, de radio, de televisie, een spelconsole, een pc of laptop, een gsm of smartphone en een toestel met internetaansluiting. Voor de vergelijkingen over de tijd worden ook de SCV-surveys van 2005 en 2007 gebruikt.

Voor het thuisbezit werd gevraagd over welke media de persoon in huis beschikt. Om het thuisgebruik in kaart te brengen, werd gevraagd hoe vaak de persoon de beschikbare media gebruikte. Met het algemeen mediagebruik bedoelen we het gebruik zowel thuis als op het werk, op de school of elders. Voor bovenstaande media werd bevestigd wanneer men voor het laatst deze media gebruikte.



Door de convergentie van de media kan men meerdere apparaten gebruiken om eenzelfde internettoepassing of -dienst te bereiken. In de SCV-survey van 2010 gaat het over de toegang via iDTV, de gsm of via de traditionele internetaansluiting. In een vroeger onderzoek werd vertrokken van 34 internettoepassingen (Moreas, 2007). Op basis van een factoranalyse, aangevuld met de mening van de experts van de betrokken administratie en rekening houdende met de nieuwe ontwikkelingen, kwam men uiteindelijk tot 14 toepassingen in 2010. In 2007 waren dat nog 13 toepassingen. Er werd per medium (gsm, iDTV, internet) een variabele voor de breedte van het gebruik gecreëerd, die aangeeft voor hoeveel toepassingen de persoon het betreffende medium ooit heeft gebruikt.

## 2.2. Onderzoeksvragen en -methode

De kloof in mediabezit en -gebruik wordt onderzocht voor leeftijd, geslacht, het aantal opleidingsjaren, het gezinsinkomen en het al dan niet hebben van kinderen ten laste.

De onderzochte indicatoren zijn mediabezit, thuisgebruik, algemeen gebruik en het aantal gebruikte internettoepassingen. Bezit wordt geoperationaliseerd als het al dan niet beschikken over dat toestel in huis. Een thuisgebruiker gebruikt het beschikbare toestel minstens maandelijks. Een algemeen gebruiker wordt men als men het toestel in het laatste kwartaal heeft gebruikt, onafhankelijk van de plaats van het gebruik. De breedte van het internetgebruik is het aantal gebruikte toepassingen dat men minstens enkele keren per jaar gebruikt(e).

Om begripsverwarring te voorkomen is het belangrijk om het onderscheid tussen de breedte van het mediagebruik en van het internetgebruik te expliciteren. De breedte van het mediagebruik gaat over het aantal gebruikte media. De breedte van het internetgebruik gaat over het aantal gebruikte internettoepassingen via een digitaal medium. Het verwijst naar de impact van ICT of de derde fase van het implementatieproces.

We onderzoeken vooreerst **hoe het aandeel bezitters, gebruikers en het gebruik zich over de verschillende bevolkingsgroepen verspreidt van 2005 tot 2010**. Voor het computergebruik in het laatste kwartaal en voor de breedte van het internetgebruik zijn er geen cijfers beschikbaar voor 2005. Hiervoor gebruiken we de cijfers van 2007.

Daarna wordt onderzocht **of de kloof tussen de bevolkingsgroepen verdiept** over de fasen van het implementatieproces, met andere woorden van toegang naar gebruik; en vervolgens van gebruik naar de impact ervan op het eigen leven of de wijze waarop men dingen doet. De verdieping van de kloof van bezit naar gebruik kan zowel voor de traditionele als voor de nieuwe media onderzocht worden. De verdere verdieping van de kloof van gebruik naar de impact ervan op het eigen leven kan via het aantal gebruikte internettoepassingen alleen onderzocht worden voor de gsm, de interactieve digitale televisie en de internetaansluiting. We onderzoeken per medium en voor elke fase van het implementatieproces (bezit, thuisgebruik, algemeen gebruik en impact) de verschillen tussen de sociaaleconomische bevolkingsgroepen. Via deze analyses wordt tevens nagegaan **of de kloof verbreedt** over de media. Zijn het steeds dezelfde bevolkingsgroepen die de media minder bezitten en gebruiken?

De variabelen voor het bezit en het gebruik hebben twee mogelijke waarden. Men beschikt al dan niet over het medium in huis, men maakt er thuis al dan niet regelmatig gebruik van ('minstens één keer per maand') of men maakte er in het voorbije kwartaal al dan niet gebruik van. Via Pearson  $\chi^2$ -toetsen wordt nagegaan hoe bevolkingsgroepen van elkaar verschillen voor het bezit en het gebruik van een medium. De breedte van het internetgebruik is een continue variabele (in principe gaande van 0 tot 14 gebruikte internettoepassingen). Voor de analyses werd per demografisch kenmerk en per medium gebruik gemaakt van univariate GLM-toetsen om te zien of er een kloof is voor de demografische kenmerken.

Met het oog op de verdere analyse voor de **verbreding van de kloof** worden bezits- en gebruiksprofielen opgesteld. Hierbij worden groepen opgesteld op basis van hun **totale mediabezit of -gebruik** over de verschillende media. Er wordt onderzocht of de kans om tot de brede mediabezitters of -gebruikers te horen, verschilt tussen de bevolkingsgroepen. De samenhang tussen het mediaprofiel (bezit of gebruik) en de demografische variabelen wordt onderzocht aan de hand van Pearson  $\chi^2$ -toetsen per demografisch kenmerk.

Tenslotte onderzoeken we de **relatie tussen het mediaprofiel enerzijds en de gebruiksfrequentie en de breedte van de gebruikte internettoepassingen per medium anderzijds**. Via univariate GLM-toetsen wordt onderzocht of de frequentie van het thuisgebruik van een medium verschilt in functie van het totale bezitsprofiel. We gaan via univariate GLM-toetsen na of mensen die veel media gebruiken (mediagebruiksprofiel) de door hen gebruikte digitale media voor meer toepassingen gebruiken.

### 3. Resultaten

We vertrekken van enkele algemene statistieken over mediabezit en -gebruik in Vlaanderen. Vervolgens komen de resultaten voor de verschillende onderzoeksvragen aan bod.

#### 3.1. Algemene cijfers over mediabezit en -gebruik

Bijna elke Vlaming van 18 jaar en ouder heeft een televisie in huis en gebruikt deze minstens maandelijks (98%). Ook een radiotoestel (98%) en een gsm of smartphone (93%) is in bijna ieder huisgezin aanwezig, maar het maandelijks thuisgebruik ligt iets lager (bijna 90%). Bij drie volwassenen op vier is er een computer (77%) en een internetaansluiting (75%) aanwezig, ongeveer 7% van de Vlamingen gebruikt deze beschikbare ICT niet maandelijks. Een spelconsole is heel wat minder populair: 33% van de Vlamingen bezit een spelconsole en slechts 15% gebruikt dit toestel minstens maandelijks. 43% van de respondenten zegt over een krant te beschikken in huis en 41% van de Vlamingen leest minstens één keer per maand deze beschikbare krant.

Het algemeen gebruik – onafhankelijk van de plaats van gebruik – verschilt weinig van het maandelijks thuisgebruik voor de meeste media. Het meest opvallende verschil tussen thuisgebruik en algemeen gebruik vinden we bij de krant: 74% van de mensen las de krant in de laatste drie maanden en 41% las minstens maandelijks de beschikbare krant thuis. Deze discrepantie kan gedeeltelijk verklaard worden door de bezitsvraag 'Beschikt u in huis over een

dagblad?'. Dit verwijst eerder naar een regelmatig ter beschikking hebben van de krant. De krant werd in het voorbije kwartaal door 16% van de bevolking maximaal één keer per week gelezen. Verder kan men ook op andere plaatsen zoals in de school, op het werk, bij de familie, ... de krant gelezen hebben. Over de plaats van het gebruik hebben we geen data.

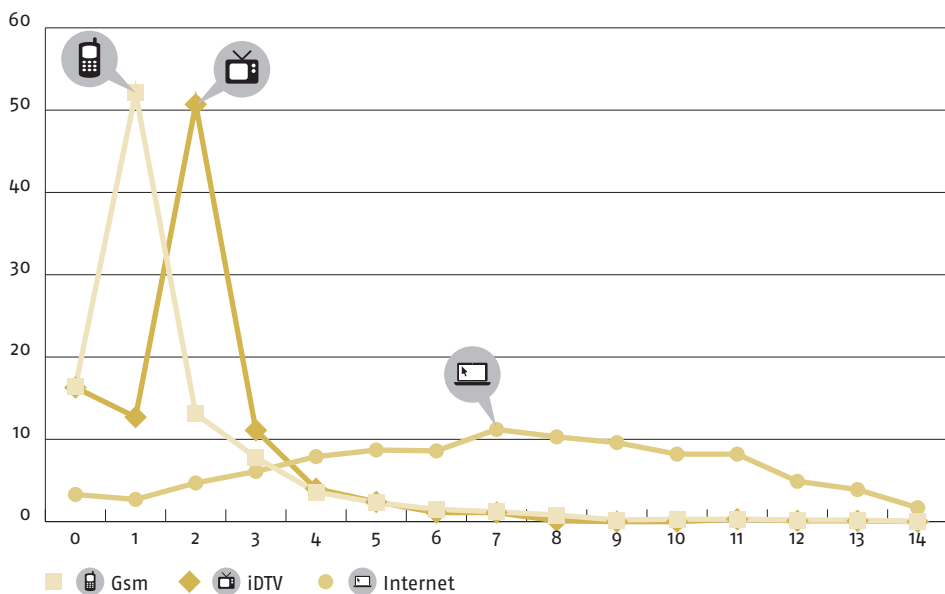
**Tabel 1** – Aandeel van de Vlamingen vanaf 18 jaar dat in huis beschikking heeft over het toestel of de krant; dat het betreffende toestel of de krant thuis minstens maandelijks gebruikt; en dat het toestel of de krant in de laatste drie maanden gebruikte onafhankelijk van de plaats van gebruik\*, in 2010

	Beschikbaarheid in huis	Thuisgebruik minstens één keer per maand	Algemeen gebruik laatste 3 maanden
Radiotoestel	98	87	93
Televisietoestel	98	98	98
Smartphone of gsm	93	88	90
Laptop of pc	77	69	72
Internetaansluiting	75	68	72
Papieren dagblad	43	41	74
Spelconsole	33	15	17

\*Technische noot: De vraag over thuisgebruik wordt alleen gesteld aan respondenten die over het betreffende toestel beschikken. Om cijfers te hebben over de bevolking krijgen de mensen die niet over het toestel beschikken de score 0 ('geen maandelijks gebruik').

Bron: SCV-survey 2010

**Figuur 1** – Aandeel gebruikers van een medium in functie van het aantal uitgevoerde toepassingen via dat medium, in 2010



Bron: SCV-survey 2010.

Figuur 1 laat zien dat de gsm en de interactieve digitale televisie zeer beperkt gebruikt worden in vergelijking met het internet. De meeste mensen beperken het gebruik van de gsm en de iDTV tot één of twee van de vermelde toepassingen, waarna het aandeel gebruikers sterk afneemt. Bij het internet is er een verdeling die een vrij grote spreiding aangeeft van het aantal uitgevoerde toepassingen.

### 3.2. Evolutie van de digitale kloof

Het TAHIB-onderzoek (Koning Boudewijnstichting, 2010, 4) besluit: *‘Van de medische en sociale vooruitgang waarop onze samenleving zo fier is, genieten enkel de “beteren”, terwijl de middengroepen ver beneden het niveau blijven dat haalbaar is, en de zwakkeren er zelfs op achteruit gaan.’* Geldt dit ook op het gebied van de nieuwe media? Vergroot ondanks al de overheidsinspanningen de kloof voor de nieuwe digitale media omdat de “beter geplaatsten” in de maatschappij sneller en effectiever gebruik kunnen maken van deze media?

Uit tabel 2 blijkt dat het antwoord niet zo eenvoudig is. Om de evolutie van de kloof in beeld te brengen onderzoeken we of het verschil tussen de voorlopers en de achterblijvers voor een demografisch kenmerk al dan niet vergroot over de tijd.

De tabel kleurt over het algemeen lichtgrijs, wat betekent dat de kloof verkleint over de tijd. Voor de gsm, de computer en het internet volgt het kleiner worden van de kloof een proces waarbij de penetratie bij de voorlopers bij de eerste meting reeds zeer hoog was (tussen 84 en 100%) en bijgevolg nog weinig kon stijgen. De achterblijvers kunnen zo wat bijbenen. Voor het bezit van de spelconsole – met over het algemeen nog lage penetraties – groeit de kloof nog. Toch zou het wat te eenvoudig zijn om hieruit af te leiden dat de kloof bijgevolg wel zal verdwijnen als we wat geduld uitoefenen.

De kloof tussen hoog- en laaggeschoolden verkleint niet voor computerbezit, voor algemeen computergebruik, voor het hebben van een internetaansluiting en voor het algemeen internetgebruik. Ook hier is er bij de koplopers een hoge penetratiegraad, maar de laaggeschoolden blijven van 2005 tot 2010 zo goed als ter plaatse trappelen. Hier kunnen de “self-efficacy” of de inschatting dat de eigen vaardigheden te beperkt zijn een belangrijke drempel zijn. Eens de laaggeschoolde de bezitsdrempel over is, gaat hij nochtans meer over tot het effectieve gebruik van het beschikbare toestel dan in 2005 het geval was.

De kloof tussen gezinnen met een inkomen onder of boven de 2000 euro blijft constant voor het bezit en het algemeen gebruik van de computer en het internet. Hier lieten de penetratiecijfers tussen 79% en 84% nog wat groei toe bij de koplopers, en ook de mensen met een laag inkomen gingen iets vooruit. De kostprijs van het materiaal en de aansluiting zijn volgens Eurostat in 2010 nog belangrijke drempels voor de internettoegang (Moreas, 2011). Eens de persoon met een laag inkomen de bezitsdrempel over is, gaat hij nochtans meer over tot het effectieve gebruik van het beschikbare toestel dan in 2005 het geval was.

Interessant is ook de evolutie voor het thuisgebruik van de spelconsole. De kloof is hier al sterk verkleind zonder dat de jongeren, de mannen of de hooggeschoolden de maximale penetratie bereikt hebben. We zien zelfs dat anno 2010 de mensen zonder kinderen en de mensen

**Tabel 2** – Aandeel bezitters, thuisgebruikers, algemene gebruikers voor de verschillende media voor alle Vlamingen en per bevolkingsgroep; Gemiddeld aantal gebruikte internet-

		Algemeen	Leeftijd				
			18-30	31-45	46-60	60+	Δ
Bezit gsm	2005	86	99	97	89	63	36
	2010	93	100	99	98	81	19
Thuisgebruik gsm bij bezitters	2005	94	100	97	94	80	20
	2010	98	100	100	98	96	4
Bezit spelconsole	2005	26	42	40	22	3	39
	2010	33	56	51	32	5	51
Thuisgebruik spelconsole bij bezitters	2005	37	67	28	13	0	67
	2010	68	87	67	44	63	24
Computerbezit	2005	68	87	87	75	27	60
	2010	77	96	93	87	45	51
Thuisgebruik computer bij bezitters	2005	87	97	90	83	65	32
	2010	93	100	98	90	84	16
Computergebruik voorbije kwartaal	2007	66	95	87	68	22	73
	2010	72	96	93	77	37	59
Internetaansluiting	2005	62	78	80	70	23	55
	2010	75	94	90	84	42	52
Thuisgebruik internet bij bezitters	2005	84	96	87	80	55	41
	2010	93	100	98	88	84	16
Internetgebruik voorbije kwartaal	2005	61	94	80	61	16	78
	2010	72	96	93	75	35	61
Gemiddeld aantal gebruikte internettoepassingen bij gebruikers	2007	5,13	6,11	5,34	4,37	3,27	2,84
	2010	7,09	9,14	7,77	5,75	4,66	4,48

*Noot: lichtgrijs: de kloof verkleint, donkerder grijs, zwarte letters: de kloof vergroot, donkergrijs met witte letters: de kloof is omgekeerd aan het verwachte in 2010. Vergroten of verkleinen over de tijd: verschil voor percentages stijgt of daalt met minstens 5%; verschil aantal gebruikte toepassingen stijgt of daalt met minstens één toepassing. Of het verschil over de categorieën van een demografische variabele betekenisvol is, komt voor 2010 aan bod in verdere tabellen. In 2007 werden 13 internettoepassingen opgenomen, in 2010 14; Thuisgebruik werd in deze tabel gedefinieerd als het al dan niet thuis gebruiken van het toestel omwille van de andere vraagstelling in 2005.*

*Bron: SCV-surveys 2005, 2007 en 2010*

met een laag inkomen meer gebruik maken van de spelconsole eens ze deze in huis hebben. Worden deze toestellen gezien als minder moeilijk? Sluit de spelconsole beter aan bij de doelstellingen voor mediagebruik van de achterstandsgroepen voor de computer en het internet? Mensen met een lager inkomen en opleiding zouden in hun mediagebruik inderdaad meer gericht zijn op entertainment dan op informatie en dergelijke meer (van Dijk, 2009).

Het bezit en het algemeen gebruik verwijzen naar de kloof van de eerste graad. Volgens van Dijk (2003) zal deze inderdaad wat verkleinen over de tijd, maar de media zullen tegelijkertijd de sociale ongelijkheid blijven versterken omdat de kloof van de tweede graad zal toenemen. We zien inderdaad dat de kloof in de breedte van het internetgebruik toegenomen is van 2007

toepassingen bij de internetgebruikers; Verschil tussen de koplopers en de achterblijvers; in 2005 of 2007 en 2010

	Geslacht			Aantal opleidingsjaren				Gezinsinkomen			Minstens 1 kind		
	Man	Vrouw	Δ	0-9	10-13	≥ 14	Δ	≤ 2000	> 2000	Δ	Geen	≥ 1	Δ
	89	84	5	67	92	96	29	74	96	22	82	96	14
	94	92	2	82	95	98	16	84	99	15	91	99	8
	94	93	1	87	94	97	10	91	95	4	93	95	2
	98	99	-1	97	98	100	3	97	99	2	98	99	1
	28	24	4	13	33	29	16	13	35	22	18	44	26
	35	31	4	11	40	38	27	15	42	27	22	58	36
	51	21	30	11	40	41	30	30	35	5	56	20	-36
	70	65	5	62	65	72	10	73	67	-6	77	60	-17
	70	67	3	39	71	91	52	44	84	40	58	90	32
	81	74	7	40	82	94	54	50	92	42	70	94	24
	91	83	8	65	88	95	30	79	90	11	87	88	1
	95	92	3	77	93	98	21	89	95	6	92	96	4
	73	60	13	29	66	92	63	41	79	38	59	82	23
	77	67	10	29	75	94	65	45	87	42	65	90	25
	63	61	2	33	65	84	51	36	79	43	52	84	32
	78	72	6	37	79	92	55	47	90	43	67	93	26
	87	81	6	57	85	93	36	73	87	14	83	86	3
	96	91	5	77	93	98	21	88	95	7	92	96	4
	66	56	10	22	65	90	68	34	79	45	52	80	28
	77	67	10	28	75	93	65	44	87	43	63	90	27
	5,58	4,62	0,96	3,69	4,77	5,7	2,01	4,50	5,27	0,77	5,21	5,02	-0,19
	7,62	6,57	1,05	4,52	6,32	8,2	3,68	5,92	7,38	1,46	7,08	7,15	0,07

tot 2010 voor de leeftijd en het opleidingsniveau. De overige demografische kenmerken hangen minder samen met de breedte van het internetgebruik.

Of de sociale ongelijkheid in het mediagebruik vergroot of verkleint, is uit deze analyses niet eenduidig af te leiden. Enerzijds blijkt de kloof voor het bezit en het algemene gebruik wat verkleind te zijn en deze voor de breedte van de gebruikte internettoepassingen wat vergroot. De resultaten duiden anderzijds op een gevaar van een te eenzijdige gerichtheid op de kloof van de tweede graad: sommige bevolkingsgroepen trappelen al enkele jaren ter plaatse wat hun bezit en gebruik van de computer en het internet betreft.

### 3.3. Analyses per medium: verdiepende en verbredende kloof

In dit deel gaan we na of de kloof verdiept van het mediabezit naar het thuisgebruik van de toestellen waarover men beschikt; en van het algemeen gebruik van een digitaal toestel naar de breedte van de gebruikte toepassingen op dit toestel. Verder onderzoeken we of het steeds

dezelfde bevolkingsgroepen zijn die voordeel halen uit de verschillende media waardoor de kloof over de media verbreedt. We gaan na welke groepen verschillen voor de verschillende media en voor de verschillende implementatiefases (bezit, gebruik, impact). De cijfers worden alleen vermeld voor de sociaaleconomische kenmerken waarvoor er betekenisvolle verschillen ( $p < 0,01$ ) zijn voor dat medium en voor de betreffende implementatiefase.

### 3.3.1. Leeftijd

**Tabel 3** – Aandeel Vlamingen ouder dan 18 die een toestel bezitten, thuis gebruiken, in het algemeen gebruiken; en het gemiddeld aantal uitgevoerde toepassingen via de digitale media, volgens leeftijd, in 2010

	Radio	Tv	Krant	Gsm	Computer	Internet	Spelconsole
<b>% mediabezitters binnen de bevolking</b>							
18-30			38,8	99,6	95,8	93,5	56,2
31-45			30,4	98,8	92,8	90,1	51,0
46-60			43,2	98,3	87,0	84,4	31,6
60+			56,0	80,6	45,1	42,3	4,6
<b>% regelmatig thuisgebruik, gegeven bezitter</b>							
18-30			86,1	99,6	96,0	97,1	65,1
31-45			97,2	98,2	93,8	94,9	41,7
46-60			97,3	95,6	85,7	85,6	22,4
60+			97,0	86,0	80,2	80,7	40,0
<b>% gebruikers in bevolking, onafhankelijk plaats van gebruik</b>							
18-30	91,2			99,6	95,8	95,8	41,9
31-45	96,5			98,6	92,8	93,3	25,8
46-60	96,5			95,7	76,9	75,3	7,8
60+	87,3			72,2	36,6	35,3	3,1

	iDTV	Gsm	Internet
<b>Gemiddeld aantal gebruikte internettoepassingen, bij toestelgebruikers</b>			
18-30	2,30 <sup>c</sup>	2,66 <sup>d</sup>	9,14 <sup>d</sup>
31-45	2,33 <sup>c</sup>	2,13 <sup>c</sup>	7,77 <sup>c</sup>
46-60	1,77 <sup>b</sup>	1,16 <sup>b</sup>	5,75 <sup>b</sup>
60+	1,32 <sup>a</sup>	0,84 <sup>a</sup>	4,66 <sup>a</sup>

Noot: de letters bij de gemiddelden geven aan welke gemiddelden volgens de Duncan-toets significant verschillen ( $p < 0,05$ ).

Bron: SCV-survey 2010

Voor de digitale media is het duidelijk dat de kloof zowel verdiept als verbreedt. De gsm, de computer, de internetaansluiting en de spelconsole zijn minder vaak te vinden in de huishoudens van ouderen. Wanneer er wel een dergelijk toestel in huis is, zijn het opnieuw de ouderen die er minder gebruik van maken. De 60-plussers die een spelconsole in huis hebben, maken

er wel wat vaker gebruik van dan de 46- tot 60-jarigen, maar het aandeel thuisgebruikers blijft toch het hoogste bij de jongste groep tot 30 jaar. Ook voor het algemeen gebruik van digitale media is de kans op gebruik kleiner bij de ouderen. Wanneer ouderen toch gebruik maken van de interactieve digitale televisie, de gsm en het internet, dan gebruiken ze minder toepassingen. Omdat ouderen voor alle digitale media achtergesteld zijn, kunnen we zeggen dat de potentiële meervoudige toegang tot het internet de kloof voor de ouderen eerder verbreedt dan verkleint.

Voor de traditionele media is de kloof tussen de leeftijdsgroepen minder duidelijk. Het zijn vooral de leeftijdscategorieën tussen 31 en 60 jaar die radio luisteren. Ouderen bezitten vaker een krant en ze lezen deze beschikbare krant ook vaker. De kans dat men in het voorbije kwartaal een krant heeft gelezen verschilt echter niet over de leeftijdsgroepen.

### 3.3.2. Geslacht

**Tabel 4** – Aandeel Vlamingen ouder dan 18 die een toestel bezitten, thuis gebruiken, in het algemeen gebruiken; en het gemiddeld aantal uitgevoerde toepassingen via de digitale media, volgens geslacht, in 2010

	Radio	Tv	Krant	Gsm	Computer	Internet	Spelconsole
<b>% mediabezitters binnen de bevolking</b>							
Man					81,0	78,1	
Vrouw					73,9	71,6	
<b>% regelmatig thuisgebruik, gegeven bezitter</b>							
Man					92,1	93,9	
Vrouw					87,0	86,7	
<b>% gebruikers in bevolking, onafhankelijk plaats van gebruik</b>							
Man	94,8		77,4		77,2	76,6	20,1
Vrouw	90,5		71,1		67,2	66,5	14,6

	iDTV	Gsm	Internet
<b>Gemiddeld aantal gebruikte internettoepassingen, bij toestelgebruikers</b>			
Man	2,19 <sup>b</sup>	1,87 <sup>b</sup>	7,62 <sup>b</sup>
Vrouw	1,77 <sup>a</sup>	1,45 <sup>a</sup>	6,57 <sup>a</sup>

*Noot: de letters bij de gemiddelden geven aan welke gemiddelden volgens de Duncan-toets significant verschillen ( $p < 0,05$ ).*

*Bron: SCV-survey 2010.*

De kloof volgens geslacht verdiept voor de computer en het internet. Mannen beschikken vaker over deze media en wanneer ze er over beschikken, gebruiken ze deze ook vaker. De kans dat een man de computer of het internet gebruikt, is groter dan dat een vrouw dat doet. Verder gebruiken de mannen ook meer internettoepassingen en dit onafhankelijk van de toegang (iDTV, gsm of internetaansluiting). Verder zijn er alleen nog verschillen voor de kans op algemeen mediagebruik: mannen hebben een grotere kans om in het voorbije kwartaal de radio, de krant of de spelconsole gebruikt te hebben. De kloof voor het mediagebruik wordt bijgevolg



vooral verbreed voor algemeen mediagebruik (radio, krant, computer, internet, spelconsole) en voor het gebruik van de internettoepassingen via iDTV, de gsm of de internetaansluiting.

### 3.3.3. Opleiding

**Tabel 5** – Aandeel Vlamingen ouder dan 18 die een toestel bezitten, thuis gebruiken en in het algemeen gebruiken; en het gemiddeld aantal uitgevoerde toepassingen via de digitale media, volgens opleidingsniveau, in 2010

	Radio	Tv	Krant	Gsm	Computer	Internet	Spelconsole
<b>% mediabezitters binnen de bevolking</b>							
0-9 jaren	96,0	100,0		82,3	39,9	37,1	11,4
10-13 jaren	97,8	99,3		95,0	81,5	79,3	39,9
≥ 14 jaar	99,6	96,8		97,7	94,3	91,6	38,4
<b>% regelmatig thuisgebruik, gegeven bezitter</b>							
0-9 jaren	82,9			90,7	68,9	72,1	
10-13 jaren	87,8			93,9	87,9	88,2	
≥ 14 jaar	92,4			97,3	96,6	96,9	
<b>% gebruikers in bevolking, onafhankelijk plaats van gebruik</b>							
0-9 jaren	84,9		62,2	76,9	29,4	28,1	4,7
10-13 jaren	92,2		72,6	90,5	75,3	75,2	19,5
≥ 14 jaar	97,7		82,3	96,8	93,5	92,8	22,5

	iDTV	Gsm	Internet
<b>Gemiddeld aantal gebruikte internettoepassingen, bij toestelgebruikers</b>			
0-9 jaren		1,06 <sup>a</sup>	4,52 <sup>a</sup>
10-13 jaren		1,52 <sup>b</sup>	6,32 <sup>b</sup>
≥ 14 jaar		2,05 <sup>c</sup>	8,20 <sup>c</sup>

*Noot: de letters bij de gemiddelden geven aan welke gemiddelden volgens de Duncan-toets significant verschillen ( $p < 0.05$ ).*

*Bron: SCV-survey 2010.*

De kloof verdiept voor de radio, de gsm, de computer en de internetaansluiting van bezit naar thuisgebruik van het toestel in functie van de opleiding. Voor de gsm en het internet verdiept de kloof ook van algemeen gebruik naar aantal gebruikte toepassingen. Voor televisie is er voor het bezit een omgekeerde kloof: terwijl elke bevolkingsgroep goed voorzien is van een televisie, is de kans op het bezit van een televisie groter bij de laaggeschoolden. Er is ook geen verdere kloof voor de televisie. Verder is de kans dat men in het voorbije kwartaal een krant las, ook groter bij de hooggeschoolden. De cijfers geven aan dat de mediakloof zich over het algemeen verbreedt voor bezit (radio en digitale media), thuisgebruik (radio, gsm, computer en internet), algemeen gebruik tijdens het voorbije kwartaal (alle media, behalve de televisie) en voor het gebruik van internettoepassingen via de gsm en het internet. Groepen met verschillende opleidingsniveaus verschillen niet voor het gemiddeld aantal gebruikte internettoepassingen via iDTV.

### 3.3.4. Gezinsinkomen

**Tabel 6** – Aandeel Vlamingen ouder dan 18 die een toestel bezitten, thuis gebruiken en in het algemeen gebruiken; en het gemiddeld aantal uitgevoerde toepassingen via de digitale media, naar gezinsinkomen, in 2010

	Radio	Tv	Krant	Gsm	Computer	Internet	Spelconsole
<b>% mediabezitters binnen de bevolking</b>							
≤ 2000	96,6			84,1	50,0	46,8	14,5
> 2000	98,9			98,5	92,2	89,8	42,4
<b>% regelmatig thuisgebruik, gegeven bezitter</b>							
≤ 2000				91,0	84,1	84,8	
> 2000				96,6	91,2	92,0	
<b>% gebruikers in bevolking, onafhankelijk plaats van gebruik</b>							
≤ 2000	88,4		67,5	77,8	45,4	43,9	10,1
> 2000	95,7		77,8	97,0	86,7	86,6	20,9

	iDTV	Gsm	Internet
<b>Gemiddeld aantal gebruikte internettoepassingen, bij toestelgebruikers</b>			
≤ 2000			5,92 <sup>a</sup>
> 2000			7,38 <sup>b</sup>

*Noot: de letters bij de gemiddelden geven aan welke gemiddelden volgens de Duncan-toets significant verschillen ( $p < 0,05$ ).*

*Bron: SCV-survey 2010.*

De kloof verdiept voor de gsm, de computer en de internetaansluiting van bezit naar thuisgebruik van het toestel in functie van het inkomen. Voor het internet verdiept de kloof ook van algemeen gebruik naar het aantal gebruikte internettoepassingen. Verder is de kans dat men in het voorbije kwartaal een krant las, naar de radio luisterde of de spelconsole gebruikte, groter bij de personen uit gezinnen met een inkomen van minstens 2000 euro. Deze personen hebben ook meer kans op het bezit van een radio of een spelconsole. De cijfers geven bijgevolg aan dat de mediakloof zich over het algemeen verbreedt voor bezit (radio en digitale media), thuisgebruik (gsm, computer en internet) en algemeen gebruik over het voorbije kwartaal (alle media, behalve de televisie).

### 3.3.5. Kinderen

De kloof verdiept niet voor het aantal kinderen ten laste. Dit kenmerk heeft blijkbaar alleen een effect op de kans op mediabezit en algemeen mediagebruik in het voorbije kwartaal. Mensen met en zonder kinderen hebben eenzelfde kans op het thuisgebruik van een beschikbaar toestel. De breedte van de gebruikte internettoepassingen is ook even groot bij de toestelgebruikers met of zonder kinderen ten laste. De kloof wordt voor mediabezit en voor algemeen mediagebruik groter over de digitale media. De mensen met kinderen hebben meer kans op het bezit van een digitaal medium en ze hebben ook meer kans op het gebruik van de

digitale media in het voorbije kwartaal. De krant is meer beschikbaar bij de mensen zonder kinderen. Tenslotte hebben de mensen zonder kinderen een grotere kans om hun beschikbare spelconsole zelf te gebruiken.

**Tabel 7** – Aandeel Vlamingen ouder dan 18 die een toestel bezitten, thuis gebruiken en in het algemeen gebruiken naar het al dan niet hebben van kinderen ten laste, in 2010

	Radio	Tv	Krant	Gsm	Computer	Internet	Spelconsole
<b>% mediabezitters binnen de bevolking</b>							
Geen			46,6	90,8	70,4	66,8	22,1
≥ 1			34,9	99,0	93,5	92,8	58,1
<b>% regelmatig thuisgebruik, gegeven bezitter</b>							
Geen							51,7
≥ 1							38,9
<b>% gebruikers in bevolking, onafhankelijk plaats van gebruik</b>							
Geen				86,8	64,5	63,3	13,8
≥ 1				97,1	89,6	90,4	25,6

*Noot: er zijn geen betekenisvolle verschillen voor het aantal gebruikte internettoepassingen.*

*Bron: SCV-survey 2010.*

### 3.3.6. Voor alle demografische variabelen

Samengevat kunnen we stellen dat in functie van de implementatiefase (bezit, gebruik, impact) andere demografische kenmerken leiden tot een kloof (Tabel 8).

Voor de digitale media zijn gevoelig voor de kloof en de verdieping van deze kloof, al komen deze ook voor bij de traditionele media. In een enkel geval zijn de achtergestelde groepen van de digitale kloof soms de voorlopers voor de traditionele media: lager geschoolden hebben vaker een televisie en ouderen bezitten en gebruiken vaker thuis de krant. Bij algemeen mediagebruik en bij de breedte van de gebruikte internettoepassingen zijn het steeds dezelfde groepen die vaker overgegaan zijn tot het gebruik. Jongeren, mannen, hoger geschoolden en mensen uit gezinnen met een inkomen boven de 2000 euro maken een breder gebruik van de media en ze gebruiken ook meer internettoepassingen. Deze groepen hebben niet alleen meer media ter beschikking in het kader van hun behoeften of doelstellingen. Ze kunnen deze ook beter gebruiken.

## 3.4. Mediaprofielen: verbredende kloof

In de huidige literatuur wordt mediabezit en -gebruik veelal onderzocht voor elk medium apart. Mensen bezitten en gebruiken echter tegelijkertijd verschillende soorten van media-toestellen. Hun mediageletterdheid zal eerder samenhangen met dit totale bezit en gebruik. Daarom onderzoeken we in dit deel welke profielen van mediabezit en -gebruik we kunnen onderscheiden. Vervolgens gaan we na of deze mediaprofielen voor bezit en voor algemeen gebruik in de laatste drie maanden verschillen in functie van enkele demografische kenmerken.

**Tabel 8** – Demografische kenmerken die volgens Pearson  $\chi^2$ -toetsen een verband hebben met de kloof voor mediabezit, thuisgebruik van de beschikbare media, algemeen gebruik in de laatste drie maanden over de bevolking en breedte van de gebruikte toepassingen bij de mediagebruikers, Vlaanderen, in 2010

	Leeftijd	Geslacht	Opleiding	Inkomen	Kind	Leeftijd	Geslacht	Opleiding	Inkomen	Kind
Radiotoestel			Bezit	hoger				Thuisgebruik		
Tv			lager	hoger				hoger		
Krant	ouder				geen	ouder				
Gsm of smartphone	jonger		hoger	hoger	1+	jonger		hoger	hoger	
Computer	jonger	man	hoger	hoger	1+	jonger	man	hoger	hoger	
Internet	jonger	man	hoger	hoger	1+	jonger	man	hoger	hoger	
Spelconsole	jonger		hoger	hoger	1+	jonger		hoger	hoger	geen
<b>Algemeen gebruik laatste 3 maanden</b>										
Radiotoestel	jonger	man	hoger	hoger		X	X	X	X	X
Tv						jonger	man			
Krant		man	hoger	hoger		X	X	X	X	X
Gsm of smartphone	jonger		hoger	hoger	1+	jonger	man	hoger		
Computer	jonger	man	hoger	hoger	1+	X	X	X	X	X
Internet	jonger	man	hoger	hoger	1+	jonger	man	hoger	hoger	
Spelconsole	jonger	man	hoger	hoger	1+	X	X	X	X	X

*Noot: de aangeduide categorie heeft meer kans op bezit of gebruik en gebruikt bij de breedte van het gebruik meer toepassingen ( $p < 0,01$ ); bijvoorbeeld 'hoger' betekent bij opleiding dat de hoger geschoolde meer kans heeft op bezit, thuisgebruik, ...*

*Bron: SCV-survey 2010.*

### 3.4.1. Bezitsprofiel

Enkele mediaprofielen hebben een grote kans van voorkomen. Bijna 12% van de volwassen Vlamingen beschikt over alle zeven media (radio, televisie, krant, gsm of smartphone, computer of laptop, internet en spelconsole) en bij 60% van de Vlamingen ontbreekt alleen de krant en/of de spelconsole. Andere populaire combinaties zijn de televisie, de radio en de gsm met of zonder de krant. De combinatie van een televisietoestel en een radiotoestel met of zonder de krant komt voor bij één Vlaming op twintig. In al deze categorieën samen bevindt zich 91% van de volwassen Vlamingen. Mensen zonder media zijn hoogst uitzonderlijk: slechts één respondent (N = 1.364) gaf aan geen van de media te bezitten.

**Tabel 9** – De meest voorkomende combinaties van mediabezit binnen de Vlaamse bevolking, 2010, in %

	%
Tv en radio	2,8
Tv, radio, gsm	7,6
Tv, radio, krant	2,6
Tv, radio, gsm, krant	6,6
Tv, radio, gsm, pc, internet	21,7
Alles behalve spelconsole	19,0
Alles behalve krant	19,1
Alles	11,5
Andere combinatie	9,1

Bron: SCV-survey 2010.

Omdat de televisie, de radio en de gsm in bijna elk Vlaams gezin te vinden is, kunnen deze media niet voor veel differentiatie in de mediaprofielen zorgen. Volgende profielen werden opgemaakt op basis van het bezit van de krant en drie van de digitale media, met name de computer, de internetaansluiting en de spelconsole:

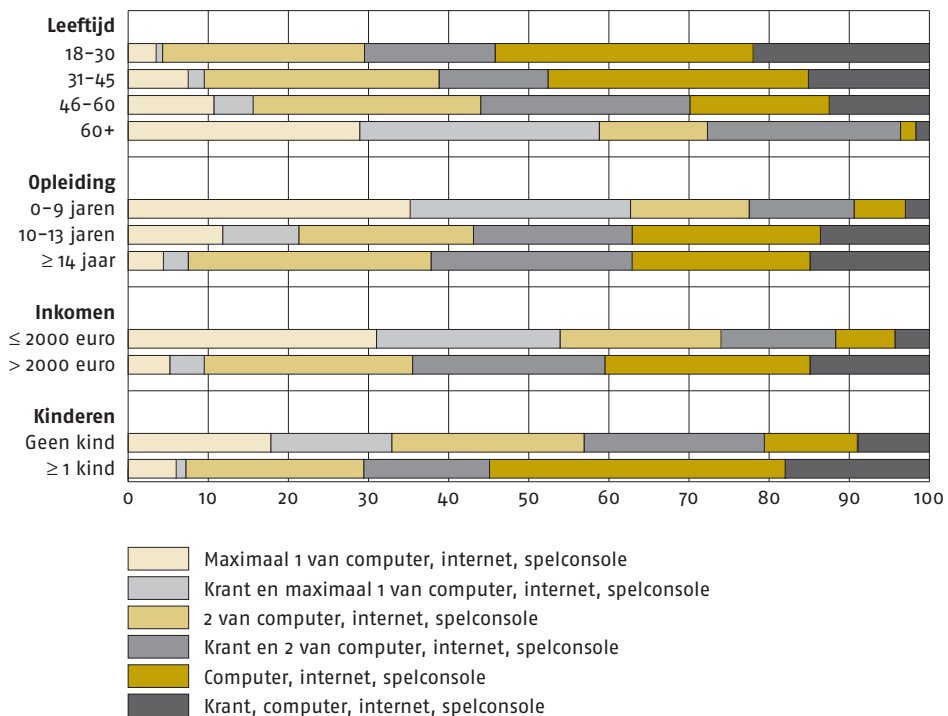
- 14% van de burgers heeft maximaal één van deze digitale media in huis; en nog eens 11% heeft deze combinatie plus de krant ;
- 24% van de Vlamingen heeft twee van deze digitale toestellen; en nog eens 20% heeft deze combinatie plus de krant;
- 19% heeft zowel een computer, een toestel met internetaansluiting als een spelconsole in huis; en 12% van de Vlamingen voegt hier nog een krant aan toe.

De samenhang tussen het bezitsprofiel en de demografische variabelen wordt onderzocht aan de hand van Pearson  $\chi^2$ -toetsen. Er is een sterke samenhang ( $p < 0,01$ ) tussen de bezitsprofielen en de leeftijd, de opleiding, het gezinsinkomen en het hebben van kinderen. De relatie met het geslacht is minder sterk ( $p = 0,011$ ) en wordt hierom buiten beschouwing gelaten. Het bezitsprofiel met de combinatie van drie digitale media (computer, internet en spelconsole) komt meer voor naarmate men jonger is, langer gestudeerd heeft, een gezinsinkomen boven de 2000 euro heeft en als men minstens één kind ten laste heeft. Daartegenover is de kans dat men slechts beschikking heeft over een beperkt aantal media (traditionele media plus

maximaal één van de digitale media computer, de internetaansluiting of de spelconsole) groter naarmate men ouder is, minder gestudeerd heeft, een gezinsinkomen onder de 2000 euro heeft en als men geen kinderen ten laste heeft.

De krant blijft voor de verschillende groepen een interessant medium. De kans op een krant is wel wat kleiner in de groep met de drie digitale media (38%) dan in de groepen met twee (46%) of maximaal één (44%) van deze media ( $\chi^2 = 7,9$ ;  $df = 2$ ;  $p = 0,019$ ).

**Figuur 2** – Het voorkomen van de bezitsprofielen bij Vlamingen ouder dan 18 volgens leeftijd, opleidingsniveau, inkomen en het al dan niet hebben van kinderen, in 2010, in %



Bron: SCV-survey 2010.

### 3.4.2. Gebruiksprofiel

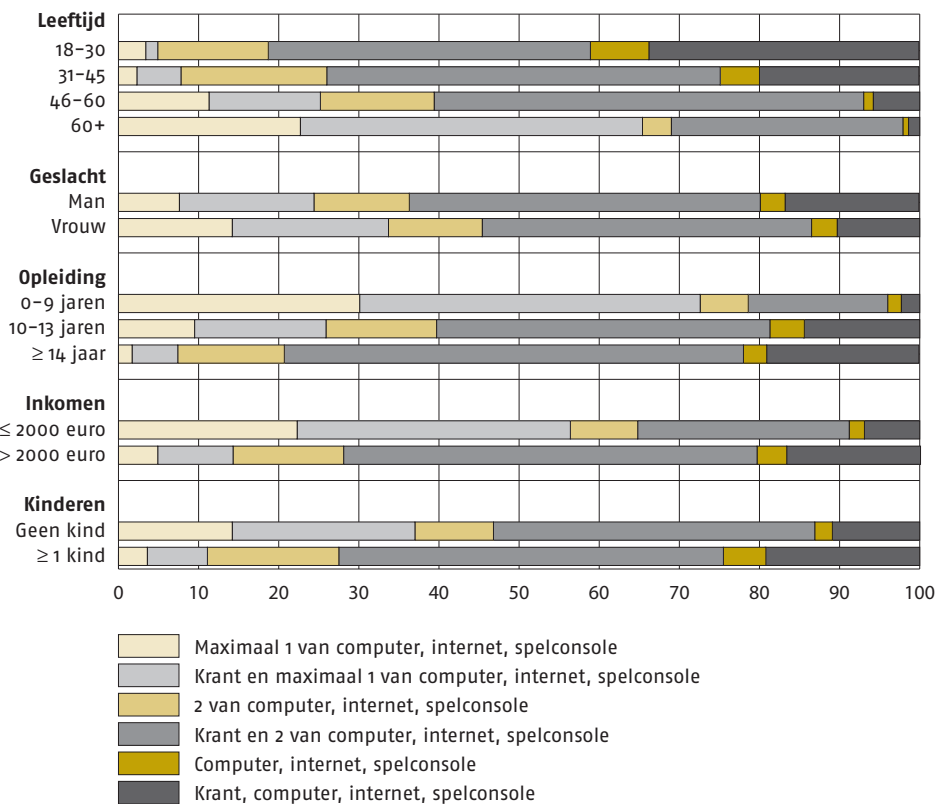
Wanneer we het profiel van het algemeen mediagebruik in de laatste drie maanden bekijken, dan kan 87% van de respondenten ondergebracht worden in acht gebruiksprofielen. De meest voorkomende profielen zijn deze waar traditionele media (tv, radio, krant) gecombineerd worden met de gsm, de pc en het internet (40%) of met alle digitale media (13%). 10% van de Vlamingen gebruikt alle media, uitgezonderd de krant en de spelconsole. De combinatie van de traditionele media met de gsm komt nog voor bij 11% van de volwassen Vlamingen. De overige combinaties komen minder voor.

**Tabel 10** – De meest voorkomende combinaties van mediagebruik in de Vlaamse bevolking, 2010, in %

	%
Tv en radio	2,9
Tv, radio, gsm	5,1
Tv, radio, krant	3,2
Tv, radio, gsm, krant	10,9
Tv, radio, gsm, pc, internet	10,1
Tv, radio, gsm, krant, pc, internet	39,7
Tv, radio, gsm, pc, internet, spelconsole	2,4
Alles	13,1
Andere combinatie	12,7

Bron: SCV-survey 2010.

**Figuur 3** – Het voorkomen van de gebruiksprofielen bij Vlamingen ouder dan 18 jaar volgens leeftijd, geslacht, opleidingsniveau, inkomen en het al dan niet hebben van kinderen, in 2010, in %



Bron: SCV-survey 2010.

De gsm, de radio en de tv worden door minstens 90% van de bevolking gebruikt en kunnen voor minder differentiatie zorgen: ze worden om die redenen net zoals bij de analyse van de bezitsprofielen buiten beschouwing gelaten.

- 11% van de burgers heeft maximaal één van de digitale media computer, internetaansluiting en spelconsole gebruikt in het voorbije kwartaal; en nog eens 18% gebruikte deze combinatie plus de krant ;
- 12% van de Vlamingen heeft twee van deze digitale toestellen gebruikt; en nog eens 43% heeft deze combinatie plus de krant gebruikt;
- 3% heeft een computer, een toestel met internetaansluiting en een spelconsole gebruikt; en 14% van de Vlamingen voegt hier nog een krant aan toe.

Het gebruiksprofiel verschilt eveneens sterk tussen de demografische groepen. Hoe ouder, hoe lager opgeleid en hoe lager het gezinsinkomen, hoe groter het aandeel van de Vlamingen dat maximaal één van de digitale media (computer, internet, spelconsole) gebruikt met of zonder de krant. Ook vrouwen en mensen zonder kinderen ten laste hebben een grotere kans om tot deze categorieën te behoren. De gebruiksprofielen met de drie betreffende digitale media, al dan niet gecombineerd met de krant, komen meer voor naarmate men jonger is, langer gestudeerd heeft, een gezinsinkomen hoger dan 2000 euro heeft, als men kinderen ten laste heeft en als men man is.

### 3.4.3. Besluit

Uit de samenhang tussen het bezits- en het gebruiksprofiel enerzijds en de demografische kenmerken anderzijds volgt dat ouderen, lager opgeleiden, mensen met een gezinsinkomen onder 2000 euro, mensen zonder kinderen en in minder mate vrouwen een minder breed arsenaal aan media ter beschikking hebben en gebruiken. Het gebruik van de digitale media is niet complementair aan het gebruik van de andere media: de gebruikers van de digitale media integreren deze nieuwe media in het geheel van hun mediaconsumptiepatroon waar ook de traditionele media deel van blijven uitmaken.

## 3.5. Mediaprofielen en intensiteit van mediagebruik

We onderzoeken vervolgens welke relatie bestaat tussen de breedte van het mediabezit en -gebruik en de frequentie waarin men elk medium gebruikt en het aantal gebruikte toepassingen via de digitale media. De breedte van het mediabezit en -gebruik wordt geoperationaliseerd via het mediabezit- en het mediagebruiksprofiel. Een breder mediabezit en -gebruik van digitale media zou kunnen leiden tot een minder frequent gebruik van de traditionele media omdat de brede mediagebruiker zijn tijd moet verdelen over de verschillende media en misschien ook beter het geschikte medium kan kiezen in functie van zijn noden. Anderzijds kan de brede en vaardige mediagebruiker ook meer gebruik maken van de nieuwe media, omdat hij deze steeds beter weet te gebruiken in het kader van zijn doelstellingen.

### 3.5.1. Bezitsprofiel en gebruiksfrequentie thuis

Via univariate GLM-toetsen wordt onderzocht of het bezitsprofiel een impact heeft op de frequentie van het thuisgebruik van elk medium apart. De frequentie van het thuisgebruik van de radio, de tv, de krant, de gsm en de pc verschillen in functie van het bezitsprofiel: de



**Tabel 11** – Per medium een univariate GLM-toets met de gebruiksfrequentie thuis als afhankelijke variabele en het bezitsprofiel als onafhankelijke variabele; bijhorende gemiddelde gebruiksfrequentie van de mediatoestellen in functie van het totale bezitsprofiel, in 2010

	Radio	Tv	Krant	Gsm	Pc	Internet	Spelconsole
F; df; p	5,6; 5; 0,000	8,2; 5; 0,000	12,3; 2; 0,000	24,6; 5; 0,000	10,9; 5; 0,000	1,1; 3; 0,328	2,8; 2; 0,064
<b>Post-hoc analyse Duncan</b>							
Maximaal 1 van computer, internet, spelconsole	5,9 <sup>a</sup>	6,8 <sup>bc</sup>	X	5,6 <sup>b</sup>	4,1 <sup>a</sup>	X	2,0 <sup>a</sup>
Krant en maximaal 1 van computer, internet, spelconsole	5,9 <sup>a</sup>	6,9 <sup>c</sup>	6,6 <sup>b</sup>	5,3 <sup>a</sup>	4,2 <sup>a</sup>	X	X
2 van computer, internet, spelconsole	6,1 <sup>ab</sup>	6,5 <sup>b</sup>	X	6,4 <sup>cd</sup>	6,0 <sup>b</sup>	6,0	X
Krant en 2 van computer, internet, spelconsole	6,4 <sup>b</sup>	6,7 <sup>b</sup>	6,4 <sup>b</sup>	6,2 <sup>c</sup>	6,0 <sup>b</sup>	6,0	X
Computer, internet, spelconsole	5,8 <sup>a</sup>	6,8 <sup>bc</sup>	X	6,6 <sup>d</sup>	6,1 <sup>b</sup>	6,0	3,0 <sup>b</sup>
Krant, computer, internet, spelconsole	6,4 <sup>b</sup>	6,7 <sup>b</sup>	5,9 <sup>a</sup>	6,5 <sup>d</sup>	6,3 <sup>b</sup>	6,2	3,2 <sup>b</sup>

*Technische noot: De categorieën worden beperkt tot deze personen die het betreffende toestel uit de analyse bezitten. De categorie wordt maar behouden wanneer er minstens 10 personen in deze categorie zijn. Betekenis cijfers: 1: nooit; 2: bijna nooit; 3: enkele keren per jaar; 4: 1 tot 3 keer per maand; 5: 1 tot 3 keer per week; 6: bijna elke dag; 7: elke dag. Een verschillende letter bij de gemiddelden wijst op een significant contrast ( $p < 0,05$ ) volgens Duncan.*

Bron: SCV-survey 2010.

profielen met maximaal één digitaal toestel gebruiken minder vaak de radio, de gsm, de pc en de spelconsole ook al hebben al deze personen in deze analyses het betreffende toestel in huis. De tv wordt minder vaak gebruikt door de categorieën met minstens twee van de digitale toestellen. De krant wordt minder vaak gebruikt door de categorie met de drie digitale media. Het bredere mediabezit kan bijgevolg de frequentie van het thuisgebruik van de televisie en van de krant wat verminderd hebben. Het gebruik van meerdere digitale media kan geleid hebben tot een betere integratie van deze media in het eigen leven en een frequenter gebruik. Om hierover uitsluitsel te hebben, zijn analyses over de tijd noodzakelijk: er moet onderzocht worden hoe de frequentie wijzigde tussen twee tijdstippen, want de geobserveerde verschillen bestonden misschien ook al voor de opkomst van de digitale media. Zo hebben de ouderen en de laaggeschoolden misschien ook vroeger al meer gebruik gemaakt van de televisie, en de hoger geschoolden van de radio.

### 3.5.2. Gebruiksprofiel en breedte van de gebruikte toepassingen

**Tabel 12** – *Univariate GLM-analyses met de breedte van het mediumgebruik als afhankelijke variabele en de gebruiksprofielen als onafhankelijke variabele; bijbehorende gemiddelden voor het aantal uitgevoerde toepassingen, in 2010*

	Gsm	Internet	iDTV
Ongewogen N	1.275	1.054	624
F; df; p	24; 5; 0,000	25; 5; 0,000	7; 5; 0,000
R <sup>2</sup> adjusted	0,08	0,1	0,046
Krant en maximaal 1 van computer, internet, spelconsole	0,86 <sup>a</sup>	3,09 <sup>a</sup>	1,05 <sup>a</sup>
Maximaal 1 van computer, internet, spelconsole	0,88 <sup>a</sup>	1,50 <sup>a</sup>	1,29 <sup>a</sup>
Krant en 2 van computer, internet, spelconsole	1,78 <sup>b</sup>	6,86 <sup>b</sup>	2,04 <sup>b</sup>
2 van computer, internet, spelconsole	1,49 <sup>b</sup>	6,71 <sup>b</sup>	2,01 <sup>b</sup>
Krant, computer, internet, spelconsole	2,57 <sup>c</sup>	8,87 <sup>c</sup>	2,33 <sup>b</sup>
Computer, internet, spelconsole	1,79 <sup>b</sup>	7,23 <sup>bc</sup>	2,21 <sup>b</sup>

*Technische noot: de letters geven aan welke gemiddelden volgens de Duncan-toets significant van elkaar verschillen ( $p < 0,05$ ). Iedereen in de analyse gebruikte het betreffende medium.*

*Bron: SCV-survey 2010.*

Het aantal uitgevoerde toepassingen via een medium verschilt sterk in functie van het gebruiksprofiel. De mensen die maximaal één van de digitale media gebruiken, gebruiken dit digitale medium minder breed dan de mensen die minstens twee digitale media gebruiken. Tenslotte is het nog opvallend dat de mensen die de krant lezen en de drie digitale media gebruiken een breder internetgebruik en gsm-gebruik hebben dan de mensen die twee digitale media gebruiken.

### 3.5.3. Besluit

Mensen met een breder mediabezit combineren traditionele media met digitale media. Ze maken thuis frequenter gebruik van de digitale media en van de radio, maar minder frequent van de televisie. Wanneer men een computer, een internetaansluiting en een spelconsole heeft, leest men minder frequent de krant. Het blijft echter de vraag of het bredere mediabezit

de frequentie van het gebruik van de televisie en van de krant heeft beïnvloed of dat de achterliggende bevolkingsgroepen steeds dit verschil in mediagebruik hebben vertoond. Hiervoor is een longitudinaal onderzoek noodzakelijk. Mensen met een breder mediagebruik die naast de traditionele media ook meerdere digitale media gebruiken, maken ook gebruik van meer internettoepassingen op de digitale toestellen. Deze personen weten de digitale media blijkbaar beter te gebruiken in het kader van hun doelstellingen: ze hebben deze media beter geïntegreerd in hun leven.

## Conclusie

De Romeinse filosoof Seneca schreef: *'Als men niet weet naar welke haven men zeilt, is geen enkele wind gunstig'*. Dit gaat volgens Hilbert (2010) ook op voor de digitale kloof. De gemaakte keuzes voor de verschillende dimensies van de definitie van de digitale kloof (implementatiefase, toestel, doelgroep) bepalen namelijk niet alleen de verspreiding van de nieuwe technologie over de verschillende bevolkingsgroepen, maar ook de verantwoordelijke beleidsinstanties. Een goede multidimensionale definitie van de kloof is een goede vertrekbasis voor gerichte beslissingen en acties.

De kloof voor het bezit en het algemene gebruik verkleint wat over de tijd, terwijl de kloof voor de breedte van de gebruikte internettoepassingen wat vergroot. Toch is een blijvende aandacht voor de verschillende fases uit het adoptieproces (bezit, gebruik en impact) noodzakelijk: er zijn nog steeds verschillen tussen bevolkingsgroepen en sommige bevolkingsgroepen trappelen al enkele jaren ter plaatse wat hun bezit en gebruik van de computer en het internet betreft. Het maatschappelijke belang van deze verschillen tussen de bevolkingsgroepen is volgens deze studie nog groter wanneer we niet alleen de verschillende fases uit het adoptieproces, maar ook de verschillende beschikbare media in kaart brengen. Van de media-innovaties genieten ondanks alle beleidsacties vooral de "beteren" uit de maatschappij. Zij weten deze nieuwe opportuniteiten beter te integreren in hun totale mediabezit en -gebruik, waar traditionele media ook een plaats behouden. De verschuiving in de kloof gaat in twee dimensies: in de diepte van bezit over gebruik naar een effectief gebruik in het kader van de eigen doelstelling en in de breedte naar een steeds breder arsenaal aan mogelijke media.

De vaststelling dat niet alle bevolkingsgroepen even vatbaar zijn voor elke digitale kloof is een ingangspoort om de digitale vaardigheden van de persoon op maat aan te scherpen. Voor het thuisgebruik van de beschikbare spelconsole is er alleen nog een verschil in functie van de leeftijd. Gsm-bezit en -gebruik verschillen niet tussen mannen en vrouwen. Het aantal gebruikte internettoepassingen via de gsm en de iDTV verschillen niet zo sterk over bevolkingsgroepen als het aantal gebruikte toepassingen via een computer met internetaansluiting. Zijn deze verschillen kleiner omdat de gepercipieerde moeilijkheidsgraad van de spelconsole, de iDTV en de gsm kleiner is en deze toestellen ook beter aansluiten bij de 'entertainment'-doelstelling? Kunnen deze toestellen een weg zijn om de kloof te verkleinen? De Marez (2006, 4) werkte in zijn doctoraat een stappenplan uit om tot een betere verspreiding van ICT te komen: *'ICT-innovaties vandaag de dag zijn multi-featured en we moeten er over waken niet alles ineens ("too much too soon") op de markt te gooien. Anders raken heel wat potentiële adopters overonderd en haken ze af. (...) Het is daarom noodzakelijk ook een graduele uitbouw van het aanbod na te streven.'* Is dat niet precies wat er gebeurd is met

de gsm die mondjesmaat evolueerde van een mobiel telefoontoestel naar een geavanceerde minicomputer? De spelcomputer had oorspronkelijk ook een beperkte focus en ziet nu zijn functionaliteiten uitbreiden. Is dit een mogelijke weg om de achterblijvers te bereiken en hun bij mondjesmaat te introduceren in de digitale wereld en hun digitaal vaardiger te maken? In de bijdrage van Pickery en Moreas in dit boek wordt deze vraag verder uitgediept. Een effectief mediagebruik veronderstelt namelijk een mediagebruik in functie van een bepaalde doelstelling en houdt bijgevolg onderzoek in naar de digitale kloof in functie van specifieke toepassingen. Verkleint deze digitale kloof voor specifieke internettoepassingen via de bijkomende toegang via iDTV en gsm? Hierbij moet opgemerkt worden dat twee jaar na de ontwikkeling van de vragenlijst van de SCV-survey een sterk opkomende vorm van internettoegang ontbreekt: de tablet. Welke plaats deze zal innemen in het geheel is voorlopig nog wat koffiedik kijken.

In het huidige onderzoek worden de analyses nog vaak verricht per medium. Deze bijdrage toont aan dat mediaprofielen een bijkomend interessant studieobject zijn. Verder stellen we ons de vraag of dagelijks gebruik de beste operationalisering is in het kader van mediageletterdheid. Het gaat er niet om hoe vaak mensen een medium gebruiken, maar wel of ze dit medium kunnen integreren in het eigen leven om er voordeel of nut uit te halen. Hierbij zullen bepaalde media dagelijks hun nut bewijzen, maar andere meer sporadisch.

Naast de demografische kenmerken spelen wellicht ook attitudes een belangrijke rol in de digitale kloof (Verdegem e.a., 2011). Moreas (2007) vond dat digitale kloof voor internetgebruik verklaard kan worden door de operationele en formele ICT-vaardigheden van een persoon, de aanwezigheid van ICT en de houding ertegenover in de sociale omgeving, de gepercipieerde moeilijkheidsgraad en de perceptie dat ICT eerder gezien kan worden als een tijdsbesparende dan wel als een tijd consumerende technologie. Computervrees en de gepercipieerde voor- en nadelen spelen een minder belangrijke bijkomende rol. De keuze voor de demografische kenmerken in dit artikel kan verantwoord worden. Rogers (2003, in Verdegem, 2009) gaat er van uit dat de diffusie van een innovatie over een sociaal netwerk verloopt. De sociale omgeving en bijgevolg ook de netwerken van een persoon worden sterker bepaald door zijn demografische kenmerken dan door zijn houding tegenover nieuwe technologieën. Deze houding volgt gedeeltelijk uit zijn netwerken. In functie van beleidsacties is een bevolkingsgroep ook gemakkelijker te bereiken dan een groep met een bepaalde attitude. Het blijft wel belangrijk om te onderzoeken welke attitudes er bij bepaalde groepen leven om gepaste acties mogelijk te maken. Verdegem e.a. (2011) pleiten hierbij voor een meer product- en segmentgerichte aanpak.

## BIBLIOGRAFIE

- Brotcorne, P. & Valenduc, G. (2008). *Ontwikkeling van digitale vaardigheden en verkleining van ongelijkheden. Een verkenning van de digitale kloof van de tweede graad*. Brussel: POD Maatschappelijke Integratie. [http://www.mi-is.be/sites/default/files/doc/studie\\_digitaal\\_vaardigheden\\_nl.pdf](http://www.mi-is.be/sites/default/files/doc/studie_digitaal_vaardigheden_nl.pdf), geraadpleegd op 25 juli 2011.
- Brotcorne, P., Dekelver, J., Mertens, L., Nicolay, K. & Valenduc, G. (2010). *Voorbereiding van de tweede fase van het nationale actieplan ter bestrijding van de digitale kloof 2011-2015. Eindrapport*. Brussel: POD Maatschappelijke Integratie. [http://www.mi-is.be/sites/default/files/doc/miis2010-02\\_eindrapport\\_nl.pdf](http://www.mi-is.be/sites/default/files/doc/miis2010-02_eindrapport_nl.pdf), geraadpleegd op 25 juli 2011.

- De Caluwé, C. & Van Dooren, W. (2011). *De digitale kloof en e-government in Vlaanderen. Uitdagingen voor een inclusieve dienstverlening*. Antwerpen: SBOV. <http://soc.kuleuven.be/sbov/ned/publicaties/detail/s2BBo6001.htm>, geraadpleegd op 25 juli 2011.
- De Craemer, J. (2009). *ICT zonder beperkingen. Tips voor het gebruik van ICT door leerlingen met specifieke onderwijsbehoeften*. Brussel: Afdeling Strategische Beleidsondersteuning. <http://www.ond.vlaanderen.be/publicaties/eDocs/pdf/377.pdf>, geraadpleegd op 25 juli 2011.
- De Marez, L. (2006). *Segmentation Forecast Methodology (PSAP) & blueprint introduction strategy (BPM) "Diffusie van ICT-innovaties: accurate gebruikersinzicht voor betere introductiestrategieën"*. Gent: MICT, Universiteit van Gent. <http://www.mict.be/files/PhD%20abstractx.pdf>, geraadpleegd op 25 juli 2011.
- Van Dijk, J. (2003). *De Digitale Kloof wordt dieper. Van ongelijkheid in bezit naar ongelijkheid in vaardigheden en gebruik van ICT*. Den Haag/Amsterdam: SQM en Infodrome @ United Knowledge. <http://doc.utwente.nl/59819/1/Dijk02digitale.pdf>, geraadpleegd op 25 juli 2011.
- Van Dijk, J. (2009). *Conceptual Framework. EU-SMART Social Impact of ICT*. In opdracht van de Europese Commissie, Draft version. June 2009. <http://www.utwente.nl/gw/mco/bestanden/Conceptual%20Framework-Draft%20Final%20Version%20September%202009.pdf>, geraadpleegd op 25 juli 2011.
- Koning Boudewijnstichting (2010). *Tackling Health Inequalities in Belgium. De sociale ongelijkheid inzake gezondheid blijft hardnekkig hoog in België*. Brussel: POD Wetenschapsbeleid. <http://www.kbs-frb.be/uploadedFiles/KBS-FRB/Files/Verslag/TAHIB-okt-NL.pdf>, geraadpleegd op 25 juli 2011.
- EUROPE 2020 – *Een strategie voor een intelligente, duurzame en inclusieve groei*, COM(2010)2020.
- Europese Commissie (2010). *A Digital Agenda for Europe, COM/2010/0245 f/2 \**, [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52010DC0245R\(01\):EN:NOT](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52010DC0245R(01):EN:NOT), geraadpleegd op 25 juli 2011.
- Hilbert, M. (2010). *The manifold definitions of the digital divide and their diverse implementations for policy responsibility*. In: 38<sup>th</sup> Research Conference on Communication, Information, and Internet Policy, Arlington, <http://www.tprcweb.com/images/stories/2010%20papers/Hilbert%20manifold%20Digital%20Divide.pdf>, geraadpleegd op 25 juli 2011.
- International Monetary Fund (2007). *World economic outlook. Globalization and Inequality. Chapter 4*. N.W., Washington, D.C. 20431, U.S.A. <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2007/02/pdf/text.pdf>, geraadpleegd op 25 juli 2011.
- LaRose, R. & Eastin, M.S. (2004). A social cognitive theory of internet uses and gratifications: toward a new model of media attendance. In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48(3), 358-377. <http://www.entrepreneur.com/tradejournals/article/122763711.html>, geraadpleegd op 25 juli 2011.
- Katz, E., Gurevitch, M. & Haas, H. (1973). On the use of the mass media for important things. In: *American Sociological Review*, 38 (April), 164 – 181, <http://www.jstor.org/stable/2094393>, geraadpleegd op 25 juli 2011.
- Mariën, I., Van Audenhove, L., Vleugels, C., Bannier, S. & Pierson, J. (2010). *Digitale kloof tweede graad in Vlaanderen. Studie in opdracht van IST – Instituut Samenleving en technologie*. Brussel: Vlaams Parlement. [http://www.samenlevingentechnologie.be/ists/nl/pdf/rapporten/digitale\\_kloof\\_finale\\_versie23092010.pdf](http://www.samenlevingentechnologie.be/ists/nl/pdf/rapporten/digitale_kloof_finale_versie23092010.pdf), geraadpleegd op 25 juli 2011.
- Moreas, M.A. (2007). *Digitale kloof in Vlaanderen*. Brussel: SVR-rapport 2007/3. [http://publicaties.vlaanderen.be/docfolder/7427/Digitale\\_kloof\\_in\\_Vlaanderen\\_2007.pdf](http://publicaties.vlaanderen.be/docfolder/7427/Digitale_kloof_in_Vlaanderen_2007.pdf), geraadpleegd op 25 juli 2011.
- Moreas, M.A. (2011). Media. In Bral, L. (red.). *VRIND 2011*. Brussel: Studiedienst van de Vlaamse Regering. <http://www4dar.vlaanderen.be/sites/svr/Monitoring/Pages/2008-06-vrind.aspx>, geraadpleegd op 25 juli 2011.
- OESO (2008). *Steeds ongelijker? Inkomensverdeling en armoede in OESO-landen. Samenvatting in het Nederlands*. Parijs: OECD. <http://www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/fulltext/810805ne5.pdf?expires=1311842710&id=id&accname=guest&checksum=D4BC1A5B2631FEE9C3387E1DA1E04DEB>, geraadpleegd op 25 juli 2011.

- Purcell, K., Entner, R. & Henderson, N. (2010). *The Rise of Apps Culture*. Washington: PewResearchCenter. [http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2010/PIP\\_Nielsen%20Apps%20Report.pdf](http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2010/PIP_Nielsen%20Apps%20Report.pdf), geraadpleegd op 25 juli 2011.
- Stichting KijkOnderzoek en Intomart GfK (2011). *SKO TV in Nederland 2010. Ontwikkelingen in tv-bezit en tv-gebruik: establishment survey*. Amstelveel, SKO. [http://www.kijkonderzoek.nl/images/stories/rapporten/SKO\\_TV\\_in\\_NL\\_2010\\_def\\_k.pdf](http://www.kijkonderzoek.nl/images/stories/rapporten/SKO_TV_in_NL_2010_def_k.pdf), geraadpleegd op 25 juli 2011.
- SVR (2011). *Cijferreeksen voor media en ICT op de SVR-website*. <http://www4.vlaanderen.be/dar/svr/Cijfers/Pages/Excel.aspx>, geraadpleegd op 25 juli 2011.
- UNESCO (2008). *The global literacy challenge. A profile of youth and adult literacy at the mid-point of the United Nations Literacy Decade 2003-2012*. Paris: UNESCO, Education Sector, Division for the Coordination of United Nations Priorities in Education. <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163170e.pdf>, geraadpleegd op 25 juli 2011.
- Vandeursen, J., Lieten, I. & Peeters, K. (2010). *Vlaanderen medisch centrum. Via Doorbraak Warme Samenleving. Conceptnota*. Brussel: Vlaamse Regering. <http://www.ministerjovandeursen.be/nlapps/data/docattachments/VMC%20-%20conceptnota.pdf>, geraadpleegd op 25 juli 2011.
- Verdegem, P. (2009). *De digitale kloof en/in e-government: uitdagingen voor de overheid in de informatiemaatschappij*. Gent: Universiteit van Gent, Faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen. [http://lib.ugent.be/fulltxt/RUG01/001/376/251/RUG01-001376251\\_2010\\_0001\\_AC.pdf](http://lib.ugent.be/fulltxt/RUG01/001/376/251/RUG01-001376251_2010_0001_AC.pdf), geraadpleegd op 25 juli 2011.
- Verdegem, P. & De Marez, L. (2011). Rethinking determinants of ICT acceptance: Towards an integrated and comprehensive overview. In: *Technovation*, 31 (8), 411-423. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0166497211000393>, geraadpleegd op 25 juli 2011.
- Vlaamse Regering (2009). *Een daadkrachtig Vlaanderen in beslissende tijden. Voor een vernieuwende, duurzame, en warme samenleving*. Brussel: Vlaamse overheid, Afdeling Communicatie. [http://iv.vlaanderen.be/nlapps/data/docattachments/Regeerakkoord\\_2009\\_NL.pdf](http://iv.vlaanderen.be/nlapps/data/docattachments/Regeerakkoord_2009_NL.pdf), geraadpleegd op 25 juli 2011.
- Wikipedia (2011). *Digital divide*. [http://en.wikipedia.org/wiki/Digital\\_divide](http://en.wikipedia.org/wiki/Digital_divide), geraadpleegd op 25 juli 2011.
- Wikipedia (2011). *Uses and gratifications theory*. [http://en.wikipedia.org/wiki/Uses\\_and\\_gratifications\\_theory](http://en.wikipedia.org/wiki/Uses_and_gratifications_theory), geraadpleegd op 25 juli 2011.
- WHO (2008). *The World Health Report 2008 – primary Health Care (Now More Than Ever)*. <http://www.who.int/whr/2008/en/index.html>, geraadpleegd op 25 juli 2011.



# Kunnen digitale televisie en smartphones de digitale kloof dichten? Een verkenning van de democratiserende potentie van nieuwe media

## 2

HOOFDSTUK

Jan Pickery en Marie-Anne Moreas  
Studiedienst van de Vlaamse Regering

### Inleiding

Het wegwerken van de digitale kloof staat al jaren op de politieke agenda van alle beleidsniveaus (zie Moreas, 2007). Zo formuleerde eEurope 2005, een actieplan dat in 2003 bekrachtigd werd door de Europese Raad van Ministers, al de doelstelling om een informatiemaatschappij voor allen uit te werken. In Vlaanderen werden de Digitale Actieplannen ontwikkeld met o.a. een vertaling van de krachtlijnen van het Europese i2010 actieplan. Op federaal niveau werd een Nationaal Actieplan met concrete maatregelen opgesteld en werkt de POD Maatschappelijke Integratie aan een “Belgisch strategisch e-inclusieplan 2011-2015” (Brotcorne e.a., 2010).

In de recente beleidsdocumenten vindt het ruimere concept van “mediageletterdheid” steeds meer ingang. Hierachter schuilt een verschuiving van de aandacht voor het bezit en gebruik van mediatoestellen naar het gebruik van mediatoepassingen. Media- en internettoepassingen kunnen immers steeds vaker uitgevoerd worden via verschillende toestellen, waaronder de gsm, de computer met internetaansluiting of de interactieve digitale televisie. Deze convergentie van media dwingt het beleid en het onderzoek tot een nieuwe oriëntatie.

Dit artikel speelt in op deze nieuwe trend en vertrekt van een aantal mediatoepassingen en niet zozeer van één bepaald medium. We willen nagaan of het beschikbaar worden van een toepassing via een ander medium ertoe kan bijdragen dat traditioneel achterblijvende groepen die toepassing toch gaan gebruiken. De vraag is dus of bijkomende toegangsmogelijkheden de bestaande participatiekloven kunnen verkleinen.

In de volgende sectie geven we eerst toelichting bij de nieuwe begrippen. Daarna staan we stil bij de theoretische achtergrond van het onderzoek en formuleren we enkele onderzoeksvragen. Nadien beschrijven we de data en toegepaste methoden. Na de resultaten volgen tot slot enkele conclusies en aandachtspunten voor het beleid.



## 1. Van digitale kloof naar mediageletterdheid

### 1.1. Traditioneel concept digitale kloof

Het concept “*digitale kloof*” gaat al meer dan een decennium mee. In de literatuur onderscheidt men een digitale kloof van de eerste graad en een digitale kloof van de tweede graad.

De “*digitale kloof van de eerste graad*” bestaat tussen de mensen die ICT bezitten en gebruiken en de mensen die dat niet doen. In navolging van de OESO en de Wereldbank (World Bank Group, 2003 in De Haan e.a., 2004) wordt onder ICT verstaan: ‘*alle technologieën die worden gebruikt voor de verzameling, opslag, bewerking en doorgifte van data, beeld en geluid in gedematerialiseerde vorm*’. Ondanks deze ruime definitie werd in de eerste beleidsdocumenten die melding maakten van de digitale kloof, alsook in het vroege wetenschappelijke onderzoek, vooral gedacht aan het gebruik en bezit van computers en internet.

De “*digitale kloof van de tweede graad*” bestaat tussen mensen die ICT en informatie kunnen inzetten voor het verbeteren van de eigen positie en mensen die dat niet kunnen. Het is van Dijk (2003) die erop wijst dat achterstandsgroepen zoals laaggeschoolden wel elementaire operationele vaardigheden onder de knie kunnen hebben maar in onvoldoende mate de strategische en informatieverwerkende vaardigheden beheersen om ICT doelmatig aan te wenden. Zo is het mogelijk dat de maatschappelijke verschillen eerder toenemen dan afnemen ook al geraakt het algemeen bezit en gebruik van computers en een internetaansluiting meer ingeburgerd.

Deze kloof van de tweede graad wordt volgens van Dijk (2003; 2005) pas bedreigend voor de informatiemogelijkheden en voor de democratie als ze een structureel karakter aanneemt. ‘*Dit is het geval als sommige groepen in de samenleving systematisch de meer geavanceerde toepassingen benutten om daarmee verder te komen in werk, studie en maatschappelijke invloed, terwijl andere groepen blijvend meer gebruik maken van de eenvoudige toepassingen die vooral benut worden voor amusement, spel, elektronisch winkelen of betalen en eenvoudige berichten in de communicatie*’ (van Dijk, 2003, 37-38).

Onderzoek in Vlaanderen (Moreas, 2007) wijst uit dat de ongelijkheden tussen bevolkingsgroepen groter zijn voor het aantal gebruikte internettoepassingen (kloof van de tweede graad) dan voor het algemene bezit en gebruik van ICT (kloof van de eerste graad).

### 1.2. Van digitale kloof naar mediageletterdheid

Voor een aantal media- en internettoepassingen is het bezit van een computer met internetaansluiting tegenwoordig niet meer noodzakelijk. Vele toepassingen kunnen ook uitgevoerd worden via een gsm of via interactieve digitale televisie. Door deze “*convergentie van media*” dringt zich een nieuwe oriëntatie van het beleid en van het onderzoek op.

Zo vinden we de term mediageletterdheid terug in het regeerakkoord 2009-2014 van de Vlaamse Regering (Een daadkrachtig Vlaanderen in beslissende tijden): ‘*Het is elementair*

*dat elke Vlaming kan participeren aan de vooruitstrevende informatiemaatschappij die Vlaanderen wil zijn. De digitale kloof moet weggewerkt worden. Onze ambitie is om ervoor te zorgen dat ook kwetsbare doelgroepen voldoende mediatoegang hebben en voldoende mediageletterd zijn. Elke Vlaamse woning moet daarom beschikken over een internetaansluiting tegen democratisch tarief. Mediagebruikers moeten de nodige vaardigheden kunnen verwerven om adequaat met de nieuwe media om te gaan' (Vlaamse Regering, 2009, 76).*

Ook in de Europese richtlijn audiovisuele mediadiensten komt dit terug: *'Mediageletterdheid heeft betrekking op vaardigheden, kennis en inzicht die consumenten in staat stellen doeltreffend en veilig gebruik te maken van media. Mediageletterde mensen zijn in staat geïnformeerde keuzes te maken, de aard van inhoud en diensten te begrijpen en hun voordeel te doen met het volledige scala aan mogelijkheden die de nieuwe communicatietechnologieën bieden. Zij zijn beter in staat zichzelf en hun gezinnen te beschermen tegen schadelijk of aanstootgevend materiaal. Daarom moet de ontwikkeling van mediageletterdheid in alle lagen van de samenleving worden bevorderd, en de vorderingen ter zake moeten op de voet worden gevolgd'* (Richtlijn 2010/13/EU van het Europees Parlement en de Raad van 10 maart 2010).

Wetenschappelijk onderzoek kan zich dus niet langer beperken tot maatschappelijke verschillen in het bezit van een computer en een internetaansluiting. Een focus op het gebruik van mediatoepassingen, los van specifieke toestellen, sluit meer aan bij de recente technologische ontwikkelingen.

## 2. De potentiële impact van de convergentie van media op de ongelijkheid

De vraag of nieuwe toegangswegen tot media- en internettoepassingen de kloof tussen bevolkingsgroepen verkleinen dan wel vergroten, stelt zich al een tijdje.

Reeds in 1962 ontwikkelde Rogers een model dat kan voorspellen of een bijkomende toegang al dan niet tot een grotere kloof zal leiden (zie Dekkers, 2002). De kloof zal vergroten als de complexiteit van het nieuwe medium en van de mediatoepassing via dit nieuwe medium groter is, als dit medium of deze toepassing minder aansluit bij de leefgemeenschap van de persoon, als de testbaarheid en de zichtbaarheid van het medium of de toepassing kleiner zijn en als het relatieve voordeel van deze bijkomende toegang tot de toepassing tegenover andere reeds gebruikte toegangen tot de toepassing klein is. De onderliggende concepten van dit model verdienen een verdere verduidelijking.

- **Complexiteit.** Gewoon kijken naar televisie en bellen met de gsm zijn wel gemakkelijker dan internetgebruik. Maar dit geldt niet noodzakelijk voor specifieke toepassingen van interactieve digitale televisie en van de gsm. De moeilijkheidsgraad van een toepassing kan verschillen naargelang het medium. Bepaalde toepassingen vereisen ook cognitieve vaardigheden. Gebruiksvriendelijke interfaces voor specifieke doelgroepen zoals ouderen blijven meer dan waarschijnlijk zeer gewenst.
- **Compatibiliteit.** Dit betreft de mate waarin zowel het medium als de toepassingen passen bij de normen, waarden, behoeften en eerdere ervaringen van een leefgemeenschap. Bij groepen met een beperktere toegang tot internet zijn televisie en gsm vaak beter

ingeburgerd. Een bijkomende toegang tot een toepassing via de televisie of de gsm kunnen in die zin democratiserend werken. Maar de compatibiliteit van de toepassing moet mee in rekening gebracht worden. Zo toonde Moreas (2007) voor internetgebruik aan dat hoger opgeleiden vaker participeren aan toepassingen in de categorieën e-government, financiële diensten en het volgen van nieuws. Ander onderzoek bevestigt dat hoger geschoolden vaker internet gebruiken voor het opzoeken van informatie terwijl lager geschoolden internet vaker gebruiken voor entertainmenttoepassingen (van Dijk, 2005). Deze verschillen kunnen samenhangen met interesses, waarden, normen en behoeftes.

- **Testbaarheid.** Mediatoepassingen kunnen verschillen in de mate waarin mensen ermee vertrouwd kunnen geraken alvorens ze zelf aan te kopen of te gebruiken.
- **Zichtbaarheid.** Sommige mediatoepassingen zijn veel meer zichtbaar aanwezig in de eigen omgeving dan andere. Een hogere zichtbaarheid heeft eveneens een effect op de bekendheid van het product.
- **Relatief voordeel.** Bijkomende toegangsmogelijkheden tot toepassingen zullen vergeleken worden met voorgangers op het vlak van prijs, kwaliteit en gebruiksmogelijkheden.

Persoonskenmerken zoals cognitieve vaardigheden, sociale en materiële hulpbronnen spelen hier een mediërende rol.

Los van dit model is het evident dat de kloof niet kleiner zal worden, als de bijkomende toegang tot de media- of internettoepassing vooral of uitsluitend gebruikt wordt door de mensen die deze media- of internettoepassing reeds gebruikten via een andere toegang.

### 3. Onderzoeksvragen

De ontwikkeling van interactieve digitale televisie werd in het midden van het voorbije decennium gezien als een mogelijke (gedeeltelijke) oplossing van de digitale kloof zoals onder meer blijkt uit het debat hierover in de bevoegde commissie van het Vlaams Parlement in 2005: *'Ondertussen is er de interactieve digitale televisie van Belgacom en Telenet, wat voorlopig nog niet erg goedkoop is. Ongeveer de helft van de Vlamingen beschikt over een pc en internetverbinding, terwijl de kabel en tv een penetratie hebben van bijna 98 percent. Met andere woorden: interactieve televisie via kabel en telefoon kan een instrument zijn om de digitale kloof te dichten, waarbij de openbare omroep een voortrekkersrol kan spelen'* (Commissievergadering C22 – CUL2 – 13 oktober 2005, 19). Anderen waren minder optimistisch over de rol die televisie kan spelen in het overbruggen van de digitale kloof: *'For content developers in a converged TV-Web world, an apparently intractable issue involves reconciling the differing nature of "lean backward and watch" nature of TV viewing with the "lean forward and type" nature of PC interaction'* (Rao, 2001).

Een vergelijkbare redenering kan ontwikkeld worden voor mobiele telefonie. Groepen die in mindere mate toegang hebben tot internet, beschikken wel vaak over een gsm. Vele internettoepassingen zijn nu ook beschikbaar via gsm's en smartphones.

De onderzoeksvraag is dus of de bijkomende toegang tot internettoepassingen via interactieve digitale televisie en gsm's of smartphones democratiserend kan werken; of mensen

die die toepassingen niet gebruiken via een traditionele computer met internetaansluiting het wel doen via de alternatieve kanalen; of de achterstand die bepaalde groepen hebben voor wat betreft computer- en internetgebruik ook geldt voor nieuwe toepassingen via iDTV en gsm. Voor het bepalen van de groepen die mogelijk achterstand hebben, kijken wij naar de achtergrondkenmerken opleidingsniveau, leeftijd, geslacht, de inschatting van het inkomen en het al dan niet hebben van betaald werk. Deze selectie werd bepaald door een buitenlands voorbeeld en door eigen onderzoek, maar ook door pragmatische overwegingen. Het Nederlandse Sociaal en Cultureel Planbureau beschouwt lager opgeleiden, ouderen, allochtonen en inactieven als op te volgen achterstandsgroepen (van Ingen e.a., 2007). Maar de SCV-survey bevat te weinig allochtonen om die als een aparte groep te behandelen. De andere drie groepen worden wel gevat door de kenmerken die wij opnemen in onze analyses. Daarnaast bekijken wij ook nog geslacht en een inschatting van het inkomen. Eigen onderzoek toont aan dat er in Vlaanderen toch nog verschillen zijn tussen mannen en vrouwen en volgens inkomen (Moreas, 2011). We gebruiken de inschatting van het inkomen in plaats van het feitelijke gezinsinkomen omdat er bij dat laatste toch ook wat ontbrekende waarden zijn, waardoor we bij sommige minder frequent gebruikte internettoepassingen met zeer kleine groepen dreigen over te blijven. Anderzijds laat onze selectie enkele mogelijk bepalende kenmerken achterwege omdat ze in beleidsdocumenten niet vermeld worden bij de bepaling van achterstandsgroepen. Denk bijvoorbeeld aan huishoudtype, waarvoor aangetoond is dat mensen met inwonende kinderen vaker ICT in huis hebben dan mensen zonder inwonende kinderen. Maar het al dan niet hebben van kinderen ten laste heeft geen impact op de breedte van het internetgebruik (SVR, 2011).

Om inzicht te verwerven in de processen die spelen bij het al dan niet groter worden van de achterstand, kijken we ook naar een toepassing die oorspronkelijk via traditionele media werd uitgevoerd: het volgen van het nieuws. Het nieuws volgen gebeurde traditioneel via verschillende media, zoals de krant, de radio of de televisie. Maar het laatste decennium is het internet zeker een belangrijke speler geworden bij het verspreiden en volgen van nieuws. De vraag die zich stelt – als spiegelbeeld van onze andere onderzoeksvragen – is welke impact deze nieuwe toegang tot het nieuws heeft gehad op het gebruik van de verschillende traditionele media voor de nieuwsgaring en op maatschappelijke ongelijkheden in het volgen van nieuws. Interessant is dat we voor nieuwsgaring ook verschuivingen in de tijd kunnen bekijken om de impact van de opkomst van nieuwe media op de maatschappelijke ongelijkheid te onderzoeken.

## 4. Data

Voor het beantwoorden van onze onderzoeksvragen maken we gebruik van de data van de SCV-survey van 2010 en enkele oudere jaargangen. De survey “Sociaal-Culturele Verschuivingen in Vlaanderen” (SCV) is een jaarlijkse enquête bij ongeveer 1.500 respondenten ouder dan 18 jaar, Nederlandskundig, en wonend in het Vlaamse Gewest of het Brussels Hoofdstedelijke Gewest. De survey peilt naar waarden, opvattingen en overtuigingen van Vlamingen met betrekking tot maatschappelijk en beleidsrelevante thema’s zoals arbeid en vrije tijd, mobiliteit, migranten, vertrouwen in instellingen... Naast een vast gedeelte van sociaaldemografische en sociaaleconomische variabelen bevat de survey een

aantal wisselende modules. De methode en kwaliteit van de SCV-surveys worden uitvoerig beschreven in rapporten zoals Carton e.a. (2009).

Voor de gebruikte internettoepassingen kijken we naar vraag 167 van de SCV-survey van 2010. Die vraag bevatte een lijst van 19 toepassingen. Voor elke toepassing werd aan de respondenten die vooraf reeds geantwoord hadden dat ze ooit al interactieve digitale televisie, internet of een gsm gebruikt hadden, gevraagd of ze de betreffende toestellen al eens gebruikt hadden voor die toepassingen en hoe vaak. De lijst met toepassingen was de volgende:

- communicatie zoals e-mail, telefoneren, sms, chatten, ...
- informatie zoeken over een onderwerp of over goederen en diensten
- met de overheid in contact komen zoals informatie opvragen, formulieren online invullen, ...
- financiële diensten zoals internetbankieren, het verhandelen van aandelen of het afsluiten van een lening of een verzekering
- goederen aankopen voor privédoeleinden
- goederen verkopen voor privédoeleinden
- spelletjes spelen
- kijken/luisteren naar muziek, films, radio, televisie, videofilmjes, ...
- muziek, clips, films downloaden om ze later via een ander toestel zoals een mp3-speler, een iPod of een dvd-speler te beluisteren of te bekijken
- iets bijleren via cursussen of via de participatie aan debatten, nieuwsgroepen enz.
- het nieuws of de actualiteit volgen
- een reële afstand virtueel overbruggen via videoconferencing of telewerken
- zelf gemaakte videofilms, weblogs, websites, ... aanbieden op het internet
- deelnemen aan virtuele gemeenschappen
- een mening kenbaar maken door te kiezen voor bepaalde kandidaten, stellingen, ...
- de krant lezen
- radio luisteren
- televisie kijken
- films opvragen (video-on-demand)

Wij bekijken eerst het aantal toepassingen dat mensen gebruiken. We beperken ons daarbij tot de eerste 14 toepassingen, die in vorig onderzoek zinvolle globale categorieën van internettoepassingen bleken te zijn (Moreas, 2007). Daarna zullen we uit deze lijst enkele items selecteren waarbij de nieuwe toegang toch al enige verspreiding heeft gevonden.

Voor nieuwsgaring bevatten de SCV-surveys sinds 2001 vragen naar de frequentie van nieuws kijken op televisie, nieuws luisteren op de radio en het lezen van de krant met antwoordmogelijkheden gaande van “nooit” tot “dagelijks”. Sinds 2007 wordt in dit lijstje ook nieuws volgen via internet bevraagd. In 2001, 2003, 2005 en 2007 werd daarnaast ook het opvolgen van nieuws en actualiteit op lokaal, nationaal en internationaal niveau opgenomen in een lijst met internetactiviteiten waarvan de frequentie bevraagd werd. De aangeboden antwoordcategorieën gingen hierbij wel niet verder dan “bijna elke dag”. Wij zullen de verschillende vragen bekijken, maar toch vooral focussen op de identieke vraagstelling (beschikbaar vanaf 2007 dus).

Een bijkomend probleem bij deze vergelijking in de tijd is dat de populatie van de SCV-surveys tot 2008 beperkt was tot 18- tot 85-jarige Belgen. Bij die temporele vergelijking hebben we dan ook de niet-Belgen en de 85-plussers uit de SCV-surveys van 2009 en 2010 weggelaten.

## 5. Resultaten

### 5.1. Verschillende mediatoepassingen

#### 5.1.1. Algemene penetratie van de 14 internettoepassingen via drie verschillende media en breedte van het mediagebruik

Tabel 1 toont welk aandeel van de respondenten de 14 internettoepassingen ooit al hebben uitgevoerd via de drie media: interactieve digitale televisie, internet en een gsm of smartphone en ook het aandeel ongeacht het medium. Communicatie is de vaakst uitgeoefende toepassing. Zo'n 85% van de Vlamingen heeft ooit één van de drie toestellen gebruikt voor communicatiedoeleinden (e-mail, telefoneren, sms, chatten...). Informatie opzoeken en het nieuws of de actualiteit volgen halen nog meer dan 60%. Bijna 69% heeft via één van de drie media al eens informatie opgezocht over onderwerpen of over goederen en diensten en 63% heeft (één van) die media al gebruikt om de actualiteit te volgen. Nog één toepassing scoort meer dan 50%: kijken of luisteren naar muziek, films, videofilmmpjes... (55%). Daarna volgen een aantal toepassingen die nog door 40 tot 50% van de Vlamingen zijn uitgevoerd (financiële diensten en contact met de overheid). Zelf gemaakte videofilms, weblogs of websites aanbieden op internet sluit de rij met minder dan 10%.

Met breedte van het mediagebruik bedoelen we het aantal toepassingen dat Vlamingen via één bepaald medium gebruiken. Als we kijken naar het aantal gebruikte toepassingen blijkt dat de gsm en de interactieve digitale televisie misschien wel frequent, maar tegelijkertijd ook zeer beperkt gebruikt worden in vergelijking met het internet. Het gemiddelde aantal gebruikte toepassingen voor iDTV bedraagt 0,9; voor een gsm of smartphone is dat 1,5 en voor internet 5,2. Bemerkt dat niet-gebruikers van een medium natuurlijk nul toepassingen gebruiken en zo het gemiddelde naar beneden halen.

Dit beperkte gebruik van iDTV en van de gsm blijkt ook uit het percentage gebruikers in functie van het aantal toepassingen (figuur 1). Naast grote groepen niet-gebruikers van de vermelde toepassingen, zijn er ook zeer veel Vlamingen die hun gebruik van de gsm en de iDTV beperken tot één of twee van die toepassingen. Respectievelijk 91 en 83% van de Vlamingen gebruiken interactieve digitale televisie en een gsm voor maximaal twee toepassingen. De staaf voor internet in de figuur toont een heel ander beeld. Zo'n 65% van de Vlamingen gebruikt internet voor minimaal drie toepassingen.

De lijst met toepassingen is divers en het is niet altijd mogelijk om aan te geven wat het traditionele medium is waarlangs die toepassing oorspronkelijk uitgevoerd werd. Zo geldt voor de communicatie dat e-mail en chat in oorsprong duidelijk internettoepassingen waren. Maar telefoneren en sms'en waren oorspronkelijk gsm-toepassingen. De vraagstelling laat spijtig genoeg niet toe deze verschillende communicatieactiviteiten te onderscheiden. In het kader van onze onderzoeksvraag lijkt het voor deze toepassing vooral relevant om na te gaan wie

e-mail en/of chat gebruikt heeft op een andere manier dan via de computer. Die mensen kunnen echter niet onderscheiden worden bij diegenen die hier aangeven hun gsm al gebruikt te hebben voor communicatiedoeleinden. Bij zij die aangeven hun interactieve digitale televisie al gebruikt te hebben voor communicatie, kan er wel van uitgegaan worden dat dat gebeurde als alternatief voor (of aanvulling van) "traditioneel internetgebruik via de computer".

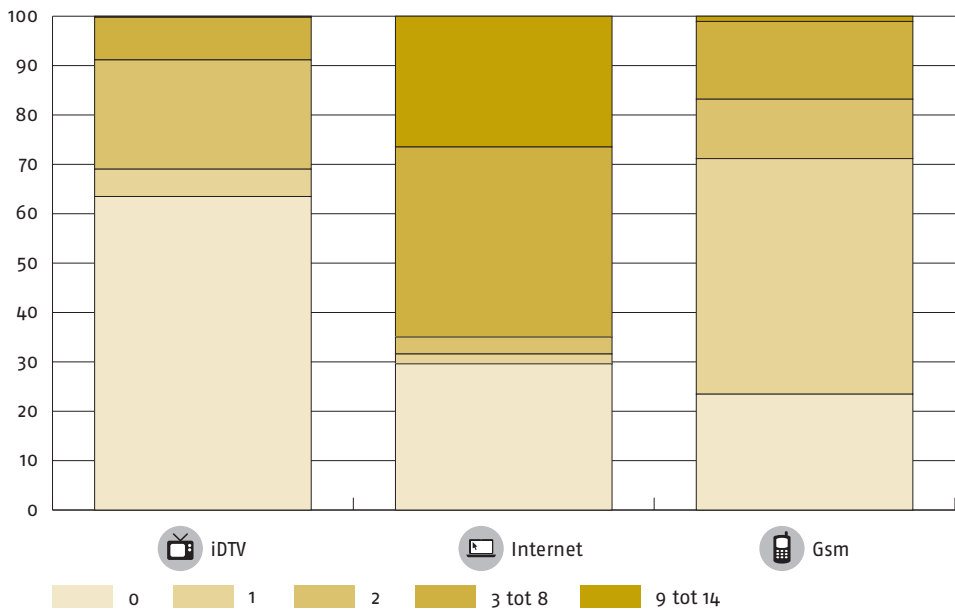
**Tabel 1** – Penetratie van 14 internettoepassingen via drie verschillende media bij 18-plussers in Vlaanderen (in %), 2010

	Wie heeft het ooit gedaan via iDTV?	Wie heeft het ooit gedaan via internet?	Wie heeft het ooit gedaan via gsm/smartphone?	Wie heeft het ooit gedaan ongeacht het medium?
Communicatie zoals e-mail, telefoneren, sms, chatten, ...	6,5	66,2	74,9	84,8
Informatie zoeken over een onderwerp of over goederen en diensten	5,2	68,2	16,9	68,8
Met de overheid in contact komen zoals informatie opvragen, formulieren online invullen, ...	1,4	44,9	7,9	46,2
Financiële diensten zoals internetbankieren, het verhandelen van aandelen of het afsluiten van een lening of een verzekering	0,6	49,2	3,5	49,6
Goederen aankopen voor privédoeleinden	0,5	36,0	3,2	36,5
Goederen verkopen voor privédoeleinden	0,4	20,8	1,8	20,9
Spelletjes spelen	1,3	29,8	13,1	33,0
Kijken/luisteren naar muziek, films, radio, televisie, videofilmjes, ...	31,6	41,4	9,7	55,1
Muziek, clips, films downloaden om ze later via een ander toestel zoals een mp3-speler, een ipod of een dvd-speler te beluisteren of te bekijken	2,3	27,2	4,5	27,6
Iets bijleren via cursussen of via de participatie aan debatten, nieuwsgroepen enz.	1,2	24,3	1,3	24,6
Het nieuws of de actualiteit volgen	33,5	53,2	4,8	63,3
Een reële afstand virtueel overbruggen via videoconferencing of telewerken	0,5	14,0	3,4	14,5
Zelf gemaakte videofilms, weblogs, websites, ... aanbieden op internet	0,2	8,6	0,9	8,6
Deelnemen aan virtuele gemeenschappen	0,4	31,9	4,0	32,0

Bron: SCV-survey 2010.

Een vergelijkbare redenering volgen we voor het gebruik van de gsm of smartphone om informatie te zoeken voor bepaalde onderwerpen, om muziek, films, clips te downloaden en om deel te nemen aan de virtuele gemeenschappen. Bij al deze activiteiten kunnen we zeggen dat het in oorsprong internetactiviteiten zijn en dat de mogelijkheid om ze ook uit te voeren via de interactieve digitale televisie enerzijds en de gsm/smartphone anderzijds een bijkomende toegang betekent die al dan niet een impact kan hebben op de ongelijkheid in het gebruik.

**Figuur 1** – Aandeel gebruikers van een medium naar aantal uitgevoerde toepassingen via dat medium bij 18-plussers in Vlaanderen (in %), 2010



Bron: SCV-survey 2010.

We kiezen bewust die toepassingen waarbij het aantal andere dan internetgebruikers niet te klein is. Toch leert Tabel 1 dat ook voor deze toepassingen de bijkomende toegangsmogelijkheden zelden veel nieuwe gebruikers aantrekken. Het aantal gebruikers “ongeacht het medium” is voor de door ons geselecteerde toepassingen vaak amper groter dan het aantal gebruikers van de toepassing via internet. Dit wordt nog duidelijker als we in de volgende secties deze vier toepassingen één voor één onder de loep nemen.

### 5.1.2. Communicatie via internet en via interactieve digitale televisie

Interactieve digitale televisie biedt de mogelijkheid om bijvoorbeeld e-mails of sms-berichten te versturen. Meer dan 6% van de Vlamingen beweert de interactieve digitale televisie ook al gebruikt te hebben voor communicatiedoeleinden. Daarmee scoort communicatie redelijk goed in vergelijking met andere internettoepassingen via iDTV. Maar die gebruikers blijken slechts in zeer beperkte mate mensen te zijn die niet communiceren via het “traditionele



internet”: 90% van diegenen die hun iDTV als communicatiemiddel hebben gebruikt, communiceerden ook al via internet. Het resultaat is dat het aantal “digitaal communicerende Vlamingen” amper stijgt als we de iDTV-gebruikers bij de internetgebruikers tellen, zoals Tabel 2 aangeeft.

Als we het profiel bekijken van de Vlamingen die communiceren via internet en zij die communiceren via iDTV, merken we dezelfde ongelijkheden (Tabel 3). Hooggeschoolden doen het vaker dan laaggeschoolden, jongeren vaker dan ouderen, mannen vaker dan vrouwen, mensen met betaald werk vaker dan mensen zonder betaald werk en mensen die zeggen comfortabel te kunnen leven van hun inkomen vaker dan mensen die (heel) moeilijk rondkomen. Dit laatste verschil is wel niet significant bij iDTV.

**Tabel 2** – *Communicatie via internet en iDTV bij 18-plussers in Vlaanderen (in %), 2010*

	Wie heeft het ooit gedaan via internet?	Wie heeft het ooit gedaan via iDTV?	Wie heeft het ooit gedaan via iDTV of internet?
Communicatie zoals e-mail, telefoneren, sms, chatten, ...	66,2	6,5	66,9

Bron: SCV-survey 2010.

**Tabel 3** – *Sociale ongelijkheden in communicatie via internet en iDTV bij 18-plussers in Vlaanderen (in %), 2010*

	Communicatie via internet	Communicatie via iDTV
<b>Opleidingsniveau</b>	***	*
• Laag	38,4	4,2
• Midden	75,7	7,2
• Hoog	90,7	7,9
<b>Leeftijd</b>	***	***
• 18-30	92,3	10,8
• 31-65	74,5	7,0
• 66+	22,3	1,6
<b>Geslacht</b>	***	**
• Man	71,3	8,5
• Vrouw	61,3	4,6
<b>Inschatting gezinsinkomen</b>	***	n.s.
• (Heel) moeilijk rondkomen	54,9	4,7
• Rondkomen lukt	59,9	5,9
• Comfortabel leven	83,7	8,5
<b>Betaald werk</b>	***	*
• Ja	83,6	8,0
• Neen	43,1	4,7
<b>Totaal</b>	66,2	6,5

n.s. niet significant; \* $p < 0,05$ ; \*\* $p < 0,01$ ; \*\*\* $p < 0,001$

Bron: SCV-survey 2010.

Het significantieniveau ligt doorgaans lager bij iDTV dan bij internet, maar dat is niet het beste criterium om de grootte van de ongelijkheid in te schatten. Daarom werden ook voor alle kenmerken oddsratio's berekend (hier niet gerapporteerd). Die oddsratio's worden bekomen door de kansverhoudingen van gebruik versus niet-gebruik bij de ene groep te delen door dezelfde kansverhouding bij de andere groep. Bij oddsratio's is 1 het referentiecijfer. Als de oddsratio gelijk is aan 1, is het gebruik in beide groepen gelijk. Hoe meer de oddsratio verschilt van 1, hoe groter de ongelijkheid. Bij een oddsratio groter dan 1 is het gebruik groter bij de groep in de teller; bij een oddsratio kleiner dan 1 is het gebruik groter bij de groep in de noemer. Het voordeel van oddsratio's is dat zij onafhankelijk zijn van het algemene penetratiepercentage. Zij zijn dus beter vergelijkbaar dan de significantieniveaus (zie ook Pickery, 2006). Ook uit de vergelijking van die oddsratio's blijkt dat de sociale ongelijkheid doorgaans groter is bij communicatie via internetgebruik dan bij communicatie via iDTV. Bovendien blijken in een logistische regressie de in Tabel 3 gevonden verschillen voor internetcommunicatie netto-effecten, terwijl voor communicatie via iDTV alleen het leeftijdsverschil en het verschil volgens geslacht significant blijven in het multivariate model.

De conclusie voor communicatie is dus dat de bijkomende toegang tot nu toe weinig nieuwe gebruikers aantrekt. Daardoor zorgt die bijkomende toegang niet voor een verkleining van de digitale kloof tussen gebruikers en niet-gebruikers. Maar de sociale ongelijkheid is doorgaans wel iets kleiner bij het gebruik van de nieuwe toegang. In die zin is er misschien een "kloofverkleinend" potentieel, als de toepassing via de nieuwe toegang ruimere verspreiding zou kennen.

### 5.1.3. Informatie zoeken over een onderwerp via internet en via gsm/smartphone

Meer dan 68% van de Vlamingen zoekt via internet wel eens informatie over een bepaald onderwerp of over goederen of diensten. Net geen 17% doet dat ook via de gsm of smartphone. De totale groep die deze toepassingen gebruikt via één van beide media is amper groter dan de groep die informatie zoekt via internet (zie Tabel 4). De eenvoudige verklaring hiervoor is dat liefst 97% van de mensen die al wel eens hun gsm gebruikt hebben voor deze toepassing, dat ook al deed via het traditionele internet. Ook voor deze toepassing kunnen we dus stellen dat de bijkomende toegang tot op heden de digitale kloof zeker niet heeft kunnen verkleinen.

**Tabel 4** – Informatie zoeken via internet en via gsm/smartphone bij 18-plussers in Vlaanderen (in %), 2010

	Wie heeft het ooit gedaan via internet?	Wie heeft het ooit gedaan via gsm/smartphone?	Wie heeft het ooit gedaan via internet of gsm?
Informatie zoeken over een onderwerp of over goederen en diensten	68,2	16,9	68,8

Bron: SCV-survey 2010.

Tabel 5 toont de verschillen volgens opleidingsniveau, leeftijd, geslacht, subjectieve beoordeling van het gezinsinkomen en het al dan niet hebben van betaald werk. De verschillen lopen steeds gelijk en de sociale ongelijkheden zijn voor beide media vergelijkbaar met een meer geprivilegieerde positie voor hoger opgeleiden, jongeren, mannen, mensen met betaald werk en mensen die comfortabel kunnen leven van hun gezinsinkomen. Een vergelijking van de oddsratio's en de logistische regressies met netto-effecten geeft aan dat ook hier de sociale ongelijkheid doorgaans iets kleiner is voor het nieuwe medium met de toegang tot de toepassing (gsm/smartphone) dan voor het traditionele medium (internet). Dat kan een aanwijzing zijn van het potentieel om de kloof te verkleinen, maar gegeven het feit dat het nieuwe medium voorlopig vrijwel uitsluitend gebruikt wordt door zij die ook het oude medium gebruiken, wordt dat potentieel voorlopig niet gerealiseerd.

**Tabel 5** – Sociale ongelijkheden in het informatie zoeken via internet en via gsm/smartphone bij 18-plussers in Vlaanderen (in %), 2010

	Informatie zoeken via internet	Informatie zoeken via gsm/smartphone
<b>Opleidingsniveau</b>	***	***
• Laag	40,8	10,2
• Midden	77,1	17,5
• Hoog	92,9	25,1
<b>Leeftijd</b>	***	***
• 18-30	95,0	34,6
• 31-65	77,1	16,8
• 66+	21,6	2,3
<b>Geslacht</b>	***	***
• Man	73,6	22,5
• Vrouw	63,0	11,6
<b>Inschatting gezinsinkomen</b>	***	***
• (Heel) moeilijk rondkomen	56,4	10,3
• Rondkomen lukt	62,2	15,2
• Comfortabel leven	85,4	23,6
<b>Betaald werk</b>	***	***
• Ja	86,8	23,3
• Neen	46,6	9,5
<b>Totaal</b>	68,2	16,9

\*\*\* $p < 0,001$

Bron: SCV-survey 2010.

#### 5.1.4. Media-inhoud downloaden via internet en via gsm/smartphone

Het downloaden van media-inhoud kan ondubbelzinnig bestempeld worden als een activiteit die traditioneel via een computer met internetaansluiting werd uitgevoerd. 27% van de Vlamingen heeft dit al gedaan. Iets minder dan 5% beweert het ook al gedaan te hebben met

de gsm of smartphone. Maar opnieuw is dat geen nieuwe groep van gebruikers. Meer dan 95% van hen deed dat immers ook al op de traditionele manier via internet. De totale groep gebruikers is dus vrijwel even groot als de groep internetgebruikers (Tabel 6).

**Tabel 6** – Media-inhoud downloaden via internet en via gsm/smartphone bij 18-plussers in Vlaanderen (in %), 2010

	Wie heeft het ooit gedaan via internet?	Wie heeft het ooit gedaan via gsm/smartphone?	Wie heeft het ooit gedaan via internet of gsm?
Muziek, clips, films downloaden om ze later via een ander toestel zoals een mp3-speler, een iPod of een dvd-speler te beluisteren of te bekijken	27,2	4,5	27,4

Bron: SCV-survey 2010.

**Tabel 7** – Sociale ongelijkheden in het downloaden van media-inhoud via internet en via gsm/smartphone bij 18-plussers in Vlaanderen (in %), 2010

	Media-inhoud downloaden via internet	Media-inhoud downloaden via gsm/smartphone
<b>Opleidingsniveau</b>	***	*
• Laag	13,4	2,4
• Midden	32,5	5,3
• Hoog	38,7	6,3
<b>Leeftijd</b>	***	***
• 18-30	66,5	13,5
• 31-65	23,7	3,4
• 66+	2,9	0,0
<b>Geslacht</b>	***	**
• Man	34,0	6,1
• Vrouw	20,7	3,0
<b>Inschatting gezinsinkomen</b>	***	n.s.
• (Heel) moeilijk rondkomen	16,2	3,0
• Rondkomen lukt	25,1	4,4
• Comfortabel leven	37,1	5,6
<b>Betaald werk</b>	***	***
• Ja	35,5	6,4
• Neen	17,7	2,4
<b>Totaal</b>	27,2	4,5

n.s. niet significant; \* $p < 0,05$ ; \*\* $p < 0,01$ ; \*\*\* $p < 0,001$

Bron: SCV-survey 2010.

Ook deze toepassing wordt meer gebruikt door hoger opgeleiden, jongeren, mannen, mensen met betaald werk en mensen die comfortabel kunnen leven van hun inkomen, al is dit laatste verschil niet significant voor gsm-gebruik (Tabel 7). Een vergelijking van de oddsratio's en de netto-effecten in logistische regressies leidt hier tot minder eenduidige conclusies dan bij de vorige toepassingen. We kunnen zeker niet zomaar besluiten dat de sociale ongelijkheid kleiner zou zijn bij het nieuwe medium. Voor leeftijd is de oddsratio zelfs onberekenbaar omdat er in ons bestand gewoon geen 65-plussers zijn die media-inhoud downloaden met de gsm. Voor deze toepassing lijkt de conclusie dus dat de nieuwe toegang minder het potentieel heeft om de kloof te verkleinen dan bij andere toepassingen.

### 5.1.5. Deelnemen aan virtuele gemeenschappen via internet en via gsm/smartphone

Ten slotte bekijken we de deelname aan virtuele netwerken. Virtuele netwerken zijn ontstaan op het internet, maar deelname via een gsm/smartphone kan ook. Bij de socialenetwerksite Twitter is het gebruik via de gsm bijvoorbeeld zeer voor de hand liggend. Net geen 32% van de Vlamingen zegt via internet al eens deelgenomen te hebben aan sociale netwerken; 4% deed dit via de gsm of smartphone. De totale groep gebruikers is vrijwel identiek in omvang als de groep internetgebruikers (Tabel 8). Ook bij deze toepassing zijn de gsm-gebruikers dus geen nieuwe gebruikers. Liefst 98% van de gsm-gebruikers, neemt ook via het traditionele internet deel aan virtuele gemeenschappen.

**Tabel 8** – Deelnemen aan virtuele gemeenschappen via internet en via gsm/smartphone bij 18-plussers in Vlaanderen (in %), 2010

	Wie heeft het ooit gedaan via internet?	Wie heeft het ooit gedaan via gsm/smartphone?	Wie heeft het ooit gedaan via internet of gsm?
Deelnemen aan virtuele gemeenschappen	31,9	4,0	32,0

Bron: SCV-survey 2010.

Bij deze toepassing zijn de patronen van de sociale ongelijkheid volgens opleidingsniveau, leeftijd, subjectief inkomen en het hebben van betaald werk eveneens vergelijkbaar, al is er bij internetgebruik geen verschil volgens geslacht. Via de gsm nemen mannen wel vaker deel aan virtuele gemeenschappen dan vrouwen. Voor andere achtergrondkenmerken is de ongelijkheid via het nieuwe medium wat kleiner, maar voor leeftijd wordt de oddsratio opnieuw oneindig groot of onberekenbaar omdat er in ons bestand geen enkele 65-plusser is die via de gsm deelneemt aan sociale netwerken.

Vergelijkbaar met het downloaden van media-inhoud, maar in tegenstelling tot de twee andere onderzochte toepassingen kunnen we hier dus niet eenduidig stellen dat de ongelijkheid kleiner is bij het nieuwe medium.

**Tabel 9** – Sociale ongelijkheden in het deelnemen aan virtuele gemeenschappen via internet en via gsm/smartphone bij 18-plussers in Vlaanderen (in %), 2010

	Virtuele gemeenschappen via internet	Virtuele gemeenschappen via gsm/smartphone
<b>Opleidingsniveau</b>	***	n.s.
• Laag	17,6	2,4
• Midden	38,9	4,7
• Hoog	41,8	5,3
<b>Leeftijd</b>	***	***
• 18-30	78,4	13,8
• 31-65	27,8	2,4
• 66+	3,3	0,0
<b>Geslacht</b>	n.s.	*
• Man	33,7	5,1
• Vrouw	30,2	2,9
<b>Inschatting gezinsinkomen</b>	***	*
• (Heel) moeilijk rondkomen	26,6	2,6
• Rondkomen lukt	29,0	3,0
• Comfortabel leven	39,7	6,1
<b>Betaald werk</b>	***	*
• Ja	40,3	5,2
• Neen	22,1	2,7
<b>Totaal</b>	31,9	4,0

n.s. niet significant; \* $p < 0,05$ ; \*\*\* $p < 0,001$

Bron: SCV-survey 2010.

### 5.1.6. Conclusies voor de verschillende toepassingen

Twee conclusies dringen zich op na het onderzoek van de verschillende toepassingen in deze sectie. Ten eerste is het duidelijk dat de bijkomende toegangen op dit moment er niet in slagen om de kloof te verkleinen. De bijkomende toegangen kunnen voor geen enkele toepassing een substantieel aandeel nieuwe gebruikers aantrekken. Ten tweede kan verondersteld worden dat de bijkomende toegangen niet voor alle toepassingen hetzelfde potentieel hebben om de kloof te verkleinen. Voor communicatie en het zoeken van informatie blijkt de sociale ongelijkheid meestal kleiner voor het nieuwe medium dan voor het traditionele medium. Als het gebruik van die toepassing via dat nieuwe medium ruimer verspreid geraakt, kan de digitale kloof voor die toepassingen waarschijnlijk verkleinen. Maar bij het downloaden van media-inhoud of het deelnemen aan virtuele netwerken is dit veel minder duidelijk of zelfs niet het geval.

Het model van Rogers kan deze resultaten helpen duiden. De beperkte populariteit van de nieuwe toegangen is waarschijnlijk een gevolg van de complexiteit. Zo is e-mailen via de interactieve digitale televisie niet eenvoudiger dan e-mailen via een computer die aangesloten is op internet. De mogelijkheden om media-inhoud te downloaden of om deel te nemen aan virtuele netwerken via de gsm of smartphone hebben een kleiner potentieel om de digitale kloof te dichten omwille van de compatibiliteit van die toepassingen. Met name ouderen zullen bijvoorbeeld

minder boodschap hebben aan virtuele netwerken of aan mogelijkheden om media-inhoud te downloaden. Een mogelijke vertrouwdsheid met een medium verandert daar niks aan.

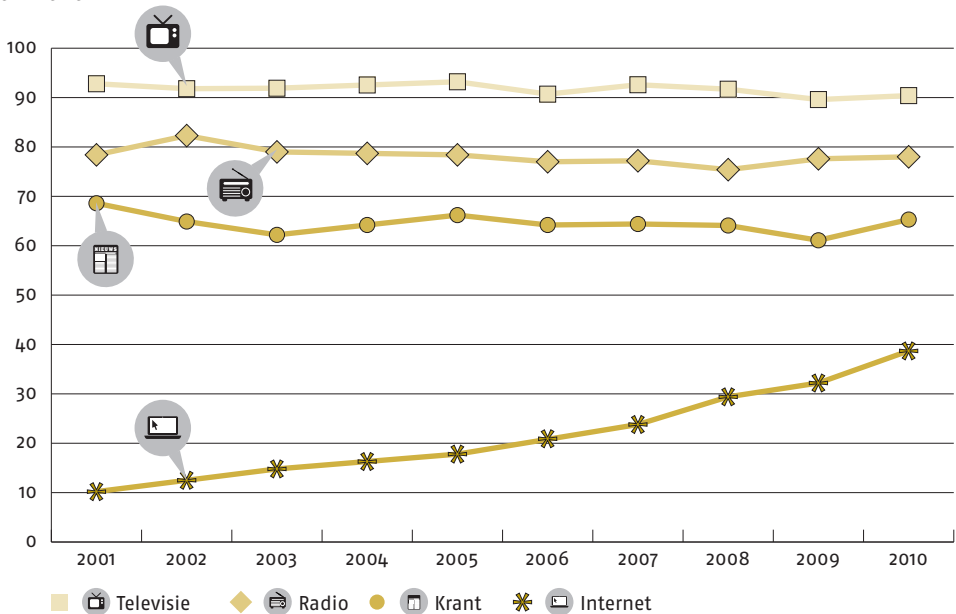
## 5.2. Nieuwsgaring als spiegelbeeld van de nieuwe mediatoepassingen

De vraag die we hier stellen, is wat de opkomst van internet betekend heeft voor het volgen van nieuws. Het antwoord op die vraag kan bijkomend inzicht verschaffen in de impact van nieuwe toegangen tot mediatoepassingen op de ongelijkheid in het gebruik van die toepassingen.

Traditioneel kunnen mensen het nieuws volgen via verschillende media, zoals de krant, de radio of de televisie. Maar het laatste decennium is het internet een belangrijke speler geworden bij het verspreiden en volgen van nieuws. In tegenstelling tot bij de eerder onderzochte mediatoepassingen is internet dus het nieuwe medium dat toelaat een bestaande toepassing te gebruiken. Dit onderzoek naar nieuwsgaring is daardoor in zekere zin het spiegelbeeld van het onderzoek in de vorige sectie. We vragen ons af welke effecten de internettoegang tot het nieuws gehad heeft op het gebruik van de verschillende media voor de nieuwsgaring en op maatschappelijke ongelijkheden in het volgen van nieuws.

De SCV-survey bevat al sinds 2001 vragen over de frequentie van het volgen van nieuws via verschillende media. Het nieuws volgen via internet wordt pas sinds 2007 op een identieke manier bevraagd als het nieuws volgen via radio, tv en krant, maar een andere vraag in de

**Figuur 2** – *Wekelijks nieuws volgen bij 18-85-jarige Belgen in Vlaanderen (in %), periode 2001-2010*



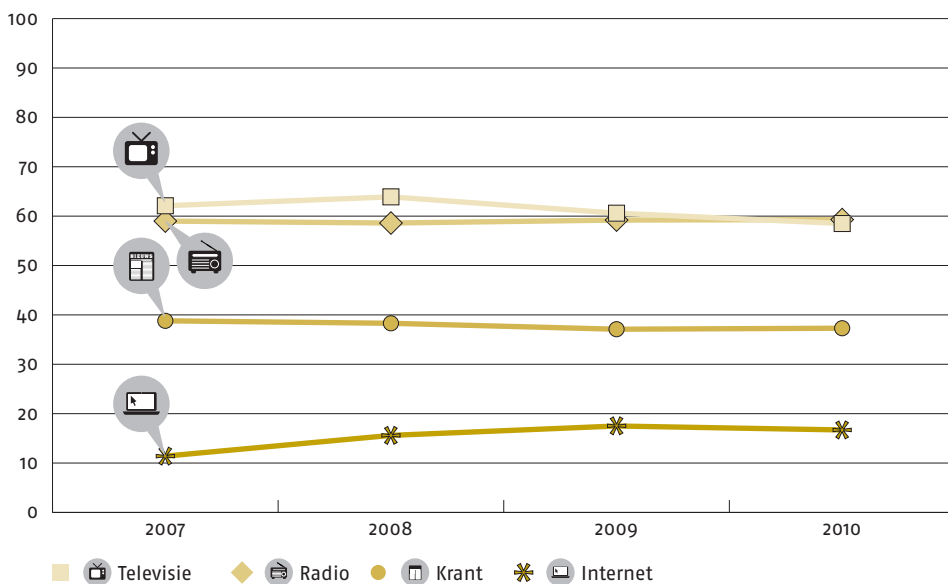
Bron: SCV-surveys 2001-2010.

survey, geeft toch al vergelijkbaar materiaal sinds 2001. Zoals Figuur 2 aangeeft, is de stijging van het nieuwsgebruik via internet de enige duidelijke trend die het afgelopen decennium valt waar te nemen. Voor televisie, radio en krant zijn er minder eenduidige evoluties. Figuur 2 beschrijft het wekelijks gebruik van een medium voor nieuwsgaring.

Voor onze onderzoeksvraag zijn we eigenlijk geïnteresseerd in een cijfer dat abstractie maakt van het gebruikte medium. Wie volgt het nieuws, ongeacht of dat nu via televisie, radio, krant of internet gebeurt? De wijze van bevraging laat spijtig genoeg niet toe om zo'n cijfer eenduidig te bepalen. Wel kan gesteld worden dat sinds 2001 98 tot 99% van de Vlamingen via minstens één medium wekelijks het nieuws volgt. De televisie scoort al hoger dan 90%. De groep die minder dan wekelijks nieuws volgt, is verwaarloosbaar. Daarom zoomen we verder in op dagelijks nieuwsgebruik. Dat kunnen we voor internet wel pas sinds 2007 nagaan. Figuur 3 toont dat het volgen van nieuws via internet de laatste vier jaren minder uitgesproken steeg als we kijken naar het dagelijkse gebruik. Tussen 2009 en 2010 valt er zelfs helemaal geen stijging meer waar te nemen. Voor de andere media zijn er geen uitgesproken evoluties. Bij dagelijks gebruik scoort het radionieuws even goed als het televisienieuws. Bij wekelijks gebruik is er een duidelijk verschil in het voordeel van televisie.

Als we het dagelijks gebruik van de verschillende media voor nieuwsgaring combineren zijn er 16 mogelijkheden, gaande van geen enkel medium dagelijks tot alle media dagelijks. Tabel 10 toont hoe vaak deze combinaties voorkomen bij de Vlamingen. Wij kijken vooral naar de groep die geen enkel medium dagelijks gebruikt en naar de groep die uitsluitend het internet dagelijks gebruikt om het nieuws te volgen.

**Figuur 3** – *Dagelijks nieuws volgen bij 18-85-jarige Belgen in Vlaanderen (in %), periode 2007-2010*



Bron: SCV-surveys 2007-2010.



Van de laatste groep kunnen we zeggen dat die ook in 2010 nog zeer klein is. Voor de vier afzonderlijke jaargangen geldt dat slechts 1 à 2% van de Vlamingen uitsluitend het internet dagelijks gebruikt om het nieuws te volgen. Een ruime meerderheid van de internetgebruikers combineert nieuwsgaring via internet met één of meerdere traditionele media. Ook traditionele media onderling worden gecombineerd, maar de groep die zich voor dagelijkse nieuwsgaring beperkt tot ofwel uitsluitend televisie ofwel uitsluitend radio is toch veel groter dan de groep die zich beperkt tot internet.

**Tabel 10** – *Dagelijks nieuwsmediagebruik bij 18-85-jarige Belgen in Vlaanderen (in %), periode 2007-2010*

	2007	2008	2009	2010
Geen enkel medium	9,9	10,8	11,5	13,4
Alleen radio	13,3	11,2	12,1	12,1
Alleen tv	13,5	13,3	12,2	11,7
Tv en radio	18,0	17,6	16,8	15,6
Alleen krant	4,3	3,4	3,7	3,3
Krant en radio	5,3	3,5	4,2	4,4
Krant en tv	9,7	9,3	7,7	6,9
Krant, radio en tv	14,6	15,3	14,4	15,9
Alleen internet	1,1	1,7	1,8	2,1
Internet en radio	2,3	2,8	3,6	3,1
Internet en tv	1,2	1,2	1,8	1,1
Internet, radio en tv	1,8	3,0	3,1	3,5
Internet, krant, radio en tv	2,6	3,0	3,3	2,7
Internet en krant	0,4	0,7	0,8	1,0
Internet, krant en radio	1,2	2,1	1,8	2,0
Internet, krant en tv	0,7	1,0	1,3	1,2
	100,0	100,0	100,0	100,0

Bron: SCV-surveys 2007-2010.

Bij de eerste groep, de groep die geen enkel medium dagelijks gebruikt om het nieuws te volgen, valt op dat die groep groter wordt ondanks de stijging van het gebruik van internet voor nieuwsgaring. De eerste conclusie is dat nieuwsgaring via internet slechts een beperkte impact kan gehad hebben op het dichten van de kloof. Mensen die dagelijks het nieuws volgen op internet zijn slechts in zeer beperkte mate nieuwe gebruikers. De grote meerderheid volgt ook op een andere manier nog het nieuws. Bovendien neemt het totaal aantal “nieuwsgebruikers” niet toe met het toenemende belang van het internet – er lijkt eerder zelfs een daling op te treden.

Deze laatste conclusie moeten we nuanceren: iemand die meerdere keren per week tv, radio, krant en/of internet gebruikt, komt misschien ook aan dagelijks nieuwsgebruik, maar dan niet via één en hetzelfde medium. Daarom hebben we die bevinding ook nog eens gecheckt met een andere operationalisering. Volgens die andere operationalisering gaan we ervan uit dat iemand dagelijks het nieuws volgt als hij of zij ofwel minstens één van de vier media dagelijks gebruikt, ofwel minstens twee media meerdere keren per week én minstens één medium wekelijks, ofwel minstens één medium meerdere keren per week én de drie andere wekelijks.

Ook volgens deze operationalisering blijkt dat de groep die niet dagelijks het nieuws volgt zeker niet kleiner wordt, eerder integendeel (zie Tabel 11).

**Tabel 11** – Nieuwsgebruik bij 18-85-jarige Belgen in Vlaanderen (in %), periode 2007-2010

	2007	2008	2009	2010
Geen dagelijks nieuwsgebruik	8,3	9,2	9,7	11,0

Bron: SCV-surveys 2007-2010.

De groep die geen enkel medium wekelijks gebruikt, is zeer klein. De groep die volgens een vergelijkbare operationalisering wekelijks helemaal geen nieuws volgt is bijgevolg nog wat kleiner, maar ook die groep is sinds 2001 eerder groter dan kleiner geworden. Ook voor de iets langere termijn – waarbij we als gevolg van de vraagstelling moeten kijken naar wekelijks nieuwsgebruik – geldt dus dat de toegenomen internetmogelijkheden de groep mensen die het nieuws volgen niet vergroot heeft.

**Tabel 12** – Dagelijks nieuwsgebruik via verschillende media bij 18-plussers in Vlaanderen (in %), 2010

	Tv	Radio	Krant	Internet
<b>Opleidingsniveau</b>	***	***	n.s.	***
• Laag	71,6	48,8	35,3	5,8
• Midden	54,1	57,9	35,0	16,6
• Hoog	47,9	70,1	41,0	31,7
<b>Leeftijd</b>	***	***	***	***
• 18-30	28,5	44,2	25,0	23,8
• 31-65	57,9	64,3	35,4	19,3
• 66+	86,6	53,1	50,2	4,6
<b>Geslacht</b>	n.s.	*	*	**
• Man	60,1	61,3	39,4	19,6
• Vrouw	57,3	54,9	34,1	14,2
<b>Inschatting gezinsinkomen</b>	*	**	**	***
• (Heel) moeilijk rondkomen	63,9	52,8	31,3	12,4
• Rondkomen lukt	60,5	55,7	35,1	14,8
• Comfortabel leven	52,9	65,2	42,6	23,1
<b>Betaald werk</b>	***	***	**	***
• Ja	47,9	66,2	32,9	22,4
• Neen	71,3	48,5	41,2	10,4
<b>Totaal</b>	58,7	58,0	36,7	16,9

n.s. niet significant; \* $p < 0,05$ ; \*\*\* $p < 0,001$

Bron: SCV-survey 2010.

Deze vaststellingen zijn enigszins verrassend omdat het profiel van de verschillende nieuwsgebruikers anders is. Vissers e.a. (2009) toonden dit reeds aan en het blijkt ook uit Tabel 12. Laagopgeleiden zijn oververtegenwoordigd bij de volgers van het televisienieuws, terwijl

hoogopgeleiden vaker naar het nieuws op de radio luisteren en internet gebruiken. De oudste leeftijdsgroepen kijken vaker naar het nieuws op televisie en lezen vaker de krant, terwijl de jongeren zich vaker tot het internet wenden. Voor het radionieuws vinden we het grootste aandeel bij de middengroep. De verschillen volgens geslacht zijn eerder beperkt, maar voor elk medium vinden we toch meer mannen dan vrouwen bij diegenen die het nieuws volgen – alleen voor televisie is het verschil niet significant. Mensen zonder betaald werk zijn oververtegenwoordigd bij de televisiekijkers en bij de krantlezers, maar ondervertegenwoordigd bij de radioluisteraars en internetgebruikers. Mensen die moeilijk rondkomen met hun inkomen consumeren minder nieuws dan de anderen, met uitzondering voor het televisienieuws. Vooral het televisienieuws kenmerkt zich dus door een iets ander publiek dan de andere media.

Tabel 12 bevestigt de bevindingen van Vissers e.a. (2009) dat nieuwsgebruik via alle media een zekere mate van ongelijkheid kent. Bovendien lijkt die ongelijkheid het sterkst voor nieuwsgebruik via internet. Toch kan hier niet zomaar uit afgeleid worden dat de opkomst van het internet de ongelijkheid in het al dan niet nieuws volgen vergroot heeft. De eenvoudige reden is dat mensen die het nieuws volgen via internet dat in zeer grote mate ook al deden (en nog doen) via andere media (zie Tabel 10). Dit neemt natuurlijk niet weg dat de groep die internet gebruikt extra informatie kan verwerven zodat er op dat vlak wel bijkomende ongelijkheid kan groeien. De grote verschillen in de laatste kolom van Tabel 12 vormen in die zin toch een knipperlicht.

Dat is ook de les die de analyse van nieuwsgaring ons leert. De bijkomende toegang tot de toepassing heeft – voor zover na te gaan – in eerste instantie niet geleid tot een grotere sociale ongelijkheid in het al dan niet nieuws volgen. Maar in de mate dat internet een bijkomende informatiebron is, is het wel een specifieke groep die zich extra informeert. Als nieuwsgaring via internet andere vormen van nieuwsgaring zou vervangen, bestaat er wel een duidelijk gevaar voor een grotere sociale ongelijkheid. Bij de internettoepassingen was de ongelijkheid voor de nieuwe toegang vaak wat kleiner, met bijgevolg potentieel een milderend effect op de sociale ongelijkheid.

## Conclusies en aandachtspunten voor het beleid

De convergentie van de media wordt (of werd) niet zelden gezien als een mogelijkheid om de digitale kloof te dichten. Het beleid neemt daarom een ondersteunende rol op zich bij enkele van die convergentieprocessen. Zo ondersteunde de Vlaamse Regering de ontwikkeling van digitale tv in Vlaanderen o.a. met het proefproject Interactieve Omroep van de e-VRT en het Vlaanderen interactief-project dat uitmondde in de uitrol van interactieve digitale kabeltelevisie in Vlaanderen (Bourgeois, 2004). Heel wat projecten schenken aandacht aan het ontwikkelen van internetapplicaties via iDTV, wat een meer vertrouwd medium is voor ouderen. Zo ontwikkelde het Interdisciplinair Instituut voor Breedband Technologie (IBBT) in samenwerking met een rusthuis in Ledeborg een “Facebook voor ouderen” via iDTV (De Standaard, 10 december 2010). Verder gaan er Europese subsidies naar projecten waar men gemakkelijk bruikbare internettoepassingen voor ouderen creëert via iDTV, gaande van communicatie met anderen, telefoneren, de eigen agenda consulteren tot virtuele gemeenschappen rond televisieprogramma's. De gsm kan via speciaal hiervoor ontwikkelde toepassingen een interessante

gids worden om mensen de weg naar huis te tonen of om hun te verwittigen van bepaalde taken zoals de inname van medicatie of het sluiten van de ramen alvorens de woning te verlaten.

Uit nieuwsberichten valt op te maken dat die toepassingen een tevreden publiek kunnen hebben. Zij zijn waardevol voor bepaalde doelgroepen. Maar de veronderstelling dat een bijkomende toegang tot een internettoepassing automatisch ook zal leiden tot een democratisering van het gebruik van die toepassing is nog te optimistisch. Bijkomende toegangen tot toepassingen trekken niet vanzelf nieuwe gebruikers aan. Het komt vaker voor dat bestaande gebruikers de nieuwe toegang zien als een opportuniteit om hun eigen gebruik van de toepassing uit te breiden of te veranderen. De nieuwe toegang kan misschien populair worden zoals bij voorbeeld nieuwsgaring via internet aantoont. Maar de verschillen tussen gebruikers en niet-gebruikers worden niet weggewerkt, de kloof blijft bestaan.

Besluiten dat er helemaal geen democratiserend potentieel is, is ook niet correct. Soms is de sociale ongelijkheid in het gebruik van de toepassing via de nieuwe toegang kleiner dan via de oude toegang. Als het gebruik van de toepassing via die nieuwe toegang ruimer verspreid zou geraken, kan de achterstand die bepaalde groepen hebben misschien verkleinen. In die zin komt dit onderzoek misschien een beetje vroeg. Een Amerikaans onderzoeksresultaat kan deze veronderstelling kracht bij zetten. Zwarten en Amerikanen van Latijns-Amerikaanse afkomst blijken hun gsm of smartphone vaker te gebruiken voor e-mail dan blanken. Nochtans bezitten blanken vaker een computer met internetaansluiting (Washington, 2011).

Mogelijk is er ook een onrechtstreeks democratiserend effect van gsm- of iDTV-gebruik voor internettoepassingen. Dat effect moet niet noodzakelijk en niet alleen afgemeten worden aan het gebruik van dezelfde internettoepassingen via de nieuwe media. Het verhogen van de toestelspecifieke vaardigheden van de gsm en van de iDTV kan de algemene digitale vaardigheden verhogen, die vervolgens benut kunnen worden bij computer- of internetgebruik. Zo hebben de speciaal voor bepaalde bevolkingsgroepen gecreëerde toepassingen via de meer vertrouwde media een bijkomende, onrechtstreekse kloofverkleinende potentie. Interessante toepassingen voor iDTV en gsm voor ouderen en lager opgeleiden kunnen hen zo misschien toch over de digitale drempel halen.

Voorlopig is er echter geenszins een alibi om achterover te leunen tot de digitale kloof vanzelf verdwijnt omdat de gsm en de iDTV wel ruim verspreid zijn en waarschijnlijk ook verder verspreid zullen worden bij bevolkingsgroepen zonder klassieke internettoegang. Er wordt voorlopig weinig gebruik gemaakt van de mogelijkheden van de gsm en de iDTV voor internetactiviteiten. De aanwijzingen van Rogers (1995, in Dekkers, 2002) geven aan hoe deze meer populaire toestellen wel een kloofverkleinend effect kunnen hebben. De toepassingen moeten zo gemakkelijk mogelijk zijn. De vereiste operationele en cognitieve vaardigheden mogen niet te hoog zijn. De toepassingen moeten ook goed aansluiten bij eerdere ervaringen en bij de leefwereld van de doelgroep. De realiteit toont dat zeer vele interessante toepassingen niet gebruikt worden door hun doelpubliek. De vraag stelt zich hoeveel ouderen, mindervaliden en zieken op de hoogte zijn van de nieuwe applicaties. De zichtbaarheid en de testbaarheid van die toepassingen zijn hierbij aandachtspunten.

## BIBLIOGRAFIE

- Bourgeois, G. (2004). *Beleidsnota Media 2004-2009*. Brussel: Vlaams Parlement.
- Brotcorne, P., Dekelver, J., Mertens, L., Nicolay, K. & Valenduc, G. (2010). *Vorbereiding van de tweede fase van het nationale actieplan ter bestrijding van de digitale kloof 2011-2015. Eindrapport*. Brussel: POD Maatschappelijke Integratie.
- Commissie voor cultuur, jeugd, sport, media (2005). *Vraag om uitleg van de heer Carl Decaluwe tot de heer Geert Bourgeois, Vlaams minister van Bestuurszaken, Buitenlands Beleid, Media en Toerisme, over de toegang tot de nieuwe media voor mensen in armoede; Vraag om uitleg van de heer Bart Caron tot de heer Geert Bourgeois, Vlaams minister van Bestuurszaken, Buitenlands Beleid, Media en Toerisme, over de problemen van digitale televisie bij zowel Telenet als Belgacom*. Brussel: Vlaams Parlement (Handelingen 2005-2006), [http://docs.vlaamsparlement.be/docs/handelingen\\_commissies/2005-2006/como22cul2-13102005.pdf](http://docs.vlaamsparlement.be/docs/handelingen_commissies/2005-2006/como22cul2-13102005.pdf), geraadpleegd op 25 juli 2011.
- De Haan, J., Klumper, O. & Steyaert, J. (2004). *Surfende senioren: Kansen en bedreigingen van ICT voor ouderen*. Den Haag: Academic Service.
- Dekkers, G. (2002). *Dualisering in het digitale tijdperk – Een onderzoek naar de verbanden tussen multidimensionale armoede en informatie- en communicatietechnologie*. Brussel: Federaal Planbureau.
- Europees Parlement en de Raad van de Europese Unie (2010). Richtlijn 2010/13/EU van het Europees Parlement en de Raad van 10 maart 2010 betreffende de coördinatie van bepaalde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen in de lidstaten inzake het aanbieden van audiovisuele mediadiensten (richtlijn audiovisuele mediadiensten). In: *Publicatieblad van de Europese Unie*, 15/04/2010, L95/1-L95/24, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:095:0001:0024:NL:PDF>, geraadpleegd op 25 juli 2011.
- Moreas, M.-A. (2007). *Digitale kloof in Vlaanderen. SVR-Rapport 2007/3*. Brussel: Studiedienst van de Vlaamse Regering.
- Moreas, M.-A. (2011). *ICT-Monitor 2010. Europese vergelijking bij bedrijven en burgers*. Brussel: Studiedienst van de Vlaamse Regering.
- Pickery, J. (2006). *Een statistische analyse van een toenemende of dalende ongelijkheid in participatie. Van kruistabellen naar oddsratio's en van oddsratio's naar een logistische regressie (en terug)*. Brussel: Studiedienst van de Vlaamse Regering.
- Rao, M. (2001). The New ICE Age: TV Meets the Web. In: *E-OTI: OnTheInternet*, 3 (mei/juni), <http://www.isoc.org/oti/articles/0601/rao.html>, geraadpleegd op 25 juli 2011.
- SVR (2011). *INTERNETGEBRUIKERS: evolutie van de breedte van het internetgebruik naar leeftijd, geslacht, opleiding, sociale contacten, gezinsinkomen, het al dan niet hebben van betaald werk en kinderen*. <http://www4dar.vlaanderen.be/sites/svri/Cijfers/Pages/Excel.aspx>, geraadpleegd op 25 juni 2011.
- Van Dijk, J. (2003). *De digitale kloof wordt dieper. Van ongelijkheid in bezit naar ongelijkheid in vaardigheden en gebruik van ICT*. Den Haag/Amsterdam: SQM & Infodrome.
- Van Dijk, J. (2005). *The deepening divide*. London: Sage.
- Van Ingen, E., de Haan, J. & Duimel, M. (2007). *Achterstand en afstand. Digitale vaardigheden van lager opgeleiden, ouderen, allochtonen en inactieven*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Vissers, S., Hooghe, M. & Moreas, M.-A. (2009). De relatie tussen internetgebruik en politieke participatie in Vlaanderen. In: Pickery, J. (red.). *Vlaanderen gepeild! 2009*. Brussel: Studiedienst van de Vlaamse Regering, 273-297.
- Vlaamse Regering. (2009). *De Vlaamse Regering 2009-2014 Een daadkrachtig Vlaanderen in beslissende tijden Voor een vernieuwende, duurzame en warme samenleving*. Brussel: Vlaamse overheid – afdeling Communicatie.
- Washington, J. (2011, 10 januari). For minorities, new digital divide seen. In: *USA Today*.

# Profielen van mediageletterdheid

Een exploratie  
van de digitale vaardigheden van burgers  
in Vlaanderen

## 3

HOOFDSTUK

**Steve Paulussen, Cédric Courtois, Hadewijch Vanwynsberghe en Pieter Verdegem**  
IBBT-MICT, Universiteit Gent

### Inleiding

Wanneer de term “digitale kloof” opduikt in wetenschappelijke en beleidsteksten, gebeurt dit doorgaans om te wijzen op het onderscheid tussen mensen met en mensen zonder toegang tot informatie- en communicatietechnologieën (ICT) (zie bijvoorbeeld Compaine, 2001; Gunkel, 2003; van Dijk & Hacker, 2003). Gebrek aan toegang tot digitale media is en blijft ook vandaag nog een belangrijke oorzaak van digitale ongelijkheden (van Dijk, 2005; Selwyn & Facer, 2007; Mossberger e.a., 2008). Tegelijk is het duidelijk dat in vele westerse landen deze digitale toegangskloof zich meer en meer lijkt de dichten (Dewan & Riggins, 2005). Ook in Vlaanderen is dit het geval, zoals blijkt uit onderzoek van de Studiedienst van de Vlaamse Regering (Moreas, 2007). Nog recentere studies op basis van quotasteekproeven, gerekruteerd op openbare plaatsen, bevestigen dat in de Vlaamse samenleving het gebruik van de computer en het internet ver doorgedrongen is: 86,1% van de volwassen bevolking beschikt over een eigen computer en 81% heeft een internetverbinding. Ook andere technologieën kennen een grote verspreiding: 55,7% van de Vlamingen bezit digitale televisie en 96,7% heeft een eigen gsm (IBBT iLab.o, 2010).

Toegang tot digitale media is echter slechts één voorwaarde voor participatie in de informatiemaatschappij (Bertot, 2003; Selwyn, 2004; Rice & Haythornthwaite, 2006). Al geruime tijd wijzen onderzoekers er op dat het gebruik ook afhangt van de vaardigheden van mensen om met media om te gaan. In dit kader wordt verwezen naar de “digitale kloof van de tweede graad”, die zich laat omschrijven als een kloof in termen van vaardigheden eerder dan in termen van toegang (Attewel, 2001; Hargittai, 2002). Digitale vaardigheden blijken inderdaad belangrijke voorspellers van ongelijkheden op het vlak van digitaal mediagebruik te zijn. Recente studies rond digitale inclusie vestigen de aandacht dan ook meer en meer op de mate waarin mensen over de nodige competenties beschikken om voluit deel te (kunnen) nemen aan de digitale mediacultuur (Hargittai, 2010; van Deursen, 2010). Dit verklaart meteen de (hernieuwde) aandacht voor mediageletterdheid (zie Segers & Bauwens, 2010).

In deze bijdrage gaan we na hoe de “digitale kloof van de tweede graad” zich in Vlaanderen manifesteert. Merken we duidelijke verschillen inzake digitale vaardigheden onder de Vlaamse bevolking? Zo ja, welke segmenten kunnen we dan onderscheiden? Kunnen we vervolgens de verschillende segmenten beschrijven aan de hand van de klassieke parameters van de digitale kloof, zoals gender, leeftijd, opleidingsniveau en inkomen? Tot slot gaan we na of er een verband bestaat tussen de vaardigheden waarover men beschikt en de redenen waarvoor men digitale media gebruikt. Is er met andere woorden een verband tussen de vaardigheden en de motivaties voor digitaal mediagebruik?

Deze vragen exploreren we aan de hand van data uit de enquête “Sociaal-culturele verschuivingen in Vlaanderen” (SCV-survey) van 2010, uitgevoerd door de Studiedienst van de Vlaamse Regering. Om het onderzoek theoretisch te kaderen, geven we eerst een kort overzicht van de wetenschappelijke literatuur inzake digitale vaardigheden, sociodemografische en socio-economische parameters van de digitale kloof en de “uses and gratifications” van mediagebruik.

## 1. Digitale vaardigheden

Een diepgaande discussie over de definitie en conceptualisering van “mediageletterdheid” en “digitale vaardigheden” valt buiten het bestek van deze bijdrage. Wel is het belangrijk om kort stil te staan bij de manier waarop we deze concepten in deze bijdrage hebben geoperationaliseerd. Waarover hebben we het precies wanneer we over digitale vaardigheden spreken in het vervolg van deze bijdrage?

Hoewel er rond het begrip mediageletterdheid nog veel conceptuele vaagheid heerst (Potter, 2004; Graham & Goodrum, 2007; Sourbati, 2009), hebben wij ervoor gekozen om in het kader van deze bijdrage de definitie van Livingstone (2009) te gebruiken. Zij omschrijft mediageletterdheid als *‘the ability to understand and make meanings of the universe of symbolic resources to which we have access, including access to the technical means to do this’* (Livingstone, 2009). Voortbouwend op een definitie die in 1992 al werd naar voor geschoven door de Amerikaanse *National Association of Media Literacy Education*, onderscheidt Livingstone (2004, 2009) vier dimensies: (1) “toegang” (*access*) verwijst naar de technische en instrumentele vaardigheden van individuen om met nieuwe mediatoepassingen om te gaan; (2) “analyse” (*analysis*) heeft betrekking op de competenties van individuen om media en media-inhouden te begrijpen en te analyseren; (3) “evaluatie” (*evaluation*) betreft de capaciteiten van individuen om op een kritische manier media-inhouden te zoeken en er doorheen te navigeren, de betrouwbaarheid ervan te beoordelen en eventuele fouten erin te detecteren; en (4) “creatie” (*creation*) heeft betrekking op de actieve inbreng van de mediagebruiker en verwijst naar de competenties om media-inhoud aan te maken en/of deze te reproduceren. Deze invulling van mediageletterdheid vertoont duidelijk raakvlakken met de manier waarop digitale vaardigheden eerder al in de literatuur geoperationaliseerd zijn (bijvoorbeeld Steyaert, 2000; van Dijk, 2005).

De meest recente en ook best uitgewerkte classificatie van digitale vaardigheden vinden we bij van Deursen (2010), die verder bouwt op onderzoek van van Dijk (2005). Van Deursen maakt een onderscheid tussen medium- en inhoudsgerelateerde vaardigheden. Binnen de categorie

van de mediumgerelateerde vaardigheden maakt hij een verdere opdeling tussen operationele en formele vaardigheden. Operationele vaardigheden verwijzen naar de basisvaardigheden die men nodig heeft om digitale media te gebruiken, terwijl formele vaardigheden betrekking hebben op het begrijpen van en kunnen omgaan met de structuren en kenmerken van een medium. Inhoudsgerelateerde vaardigheden deelt van Deursen verder op in informationele en strategische vaardigheden. Informationele vaardigheden verwijzen naar de capaciteit om media-inhoud op te zoeken en te evalueren, terwijl strategische vaardigheden gezien moeten worden in termen van het bereiken van een specifiek doel. Als we de hoger vermelde vier dimensies van mediageletterdheid erbij nemen, dan vinden we deze inhoudsgerelateerde vaardigheden vooral terug op het niveau van de “evaluatieve” en “creatieve” competenties. De mediumgerelateerde vaardigheden kunnen daarentegen eerder op het niveau van “toegang” en “analyse” worden gesitueerd.

De SCV-survey peilde hoofdzakelijk naar mediumgerelateerde vaardigheden. Zo werd de respondenten gevraagd naar hun ervaring met activiteiten die operationele vaardigheden vereisen. We denken dan aan activiteiten zoals een muis bedienen, bestanden of mappen kopiëren, een zoekmachine gebruiken, e-mailen, chatten of deelnemen aan forumdiscussies, sms-berichten verzenden, bellen met een gsm of online gaan met een gsm. Ook activiteiten die formele en eerder analytische vaardigheden vereisen, zoals het aansluiten of installeren van nieuwe toestellen op de computer, het installeren van computerprogramma's, het opsporen en oplossen van computerproblemen of het aanpassen van de gsm aan de eigen wensen, vinden we terug in de vragenlijst van de SCV-survey. Wanneer we in het vervolg van deze bijdrage uitspraken doen over de “digitale vaardigheden” of “mediageletterdheid” van de Vlaamse burgers, dan hebben we het dus enkel over hun operationele en formele vaardigheden, die hen toelaten om de digitale media correct te gebruiken. We hebben het echter niet over hun vaardigheden om digitale media inhoudelijk te evalueren of om zelf inhoud te creëren.

We merken nog op dat digitale vaardigheden in de enquête op een indirecte manier werden gemeten. In plaats van te vragen of men over bepaalde vaardigheden beschikte, werd aan de respondenten de vraag gesteld of zij een bepaalde set van activiteiten, met een verschillende complexiteit, ooit al hadden uitgevoerd. Er werd met andere woorden niet gevraagd of ze de activiteit *konden* uitvoeren, maar wel of ze dit ooit al hadden gedaan. Deze aanpak – het meten van vaardigheden aan de hand van activiteiten waarvoor mensen de digitale media (in casu de computer, het internet en de mobiele telefoon) ooit hebben gebruikt – wordt door een aantal onderzoekers als meer betrouwbaar en accuraat beschouwd dan een eigen inschatting, die vaak leidt tot een over- of onderschatting van de reële vaardigheden (zie bijvoorbeeld van Deursen, 2010).

## 2. De “klassieke” parameters van de digitale kloof

Of men ooit al digitale media heeft gebruikt voor bepaalde activiteiten, geeft dus een indicatie van de vaardigheden waarover men beschikt. Hoewel vaardigheden en gebruik uiteraard niet gelijkgesteld kunnen worden, is er een verband tussen beide. Het lijkt ons dan ook zinvol om te kijken of de “klassieke” digitale kloof-parameters ook een invloed hebben op de digitale vaardigheden van mensen. Verschillen in de toegang tot en het gebruik van digitale media worden tot op heden inderdaad nog altijd gedocumenteerd aan de hand van



sociodemografische en socio-economische variabelen zoals gender, leeftijd, opleidingsniveau en inkomen (Hargittai, 2002; Selwyn, 2004; van Dijk, 2005; Verdegem & Verhoest, 2009). Maar zijn deze “klassieke” parameters ook nuttig en voldoende om de “digitale kloof van de tweede graad” te beschrijven en beter te begrijpen?

Een aantal onderzoekers heeft er in het verleden op gewezen dat genderverschillen in het bezit en het gebruik van ICT ook een weerslag hebben op de mediageletterdheid van mannen en vrouwen. Goulding & Spacey (2002) stelden bijvoorbeeld vast dat het hogere internetgebruik bij mannen zich vertaalde in een grotere kennis over het internet en meer vaardigheden om ermee om te gaan. Wasserman & Richmond-Abbott (2005) kwamen tot dezelfde vaststelling. Wat de aard van het gebruik betreft, stelden Kennedy e.a. (2003) vast dat vrouwen het internet minder lang en minder vaak gebruiken dan mannen. Toch verschaft de literatuur geen eenduidig antwoord op de vraag of er een verband is tussen het digitale mediagebruik van mannen en vrouwen en hun digitale vaardigheden. Volgens Hargittai & Shafer (2006) schatten mannen hun eigen computerkennis en –vaardigheden weliswaar hoger in dan vrouwen, maar zijn de verschillen in werkelijkheid miniem. De auteurs geven ook aan dat inzake toegang en gebruik de digitale genderkloof in westerse landen zich stilaan heeft gedicht (Hargittai & Shafer, 2006).

Als voorspeller van mediageletterdheid lijkt leeftijd dan ook belangrijker dan gender. Veel aandacht in de literatuur over de digitale kloof gaat naar de verschillen tussen enerzijds de zogenaamde “*digital natives*” (Prensky, 2001) – jonge mensen die zijn opgegroeid met digitale media, ook wel de “*net generation*” (Leung, 2004) genoemd – en anderzijds de “digitale immigranten” – de oudere generatie van mensen die pas later in hun leven te maken hebben gekregen met de komst van nieuwe ICT. Een veelgehoorde veronderstelling daarbij is dat de laatste groep, en zeker diegenen ouder dan 40 jaar, op school en op het werk minder of geen mogelijkheden hebben gekregen om met de computer en het internet te leren omgaan, waardoor ze deze media ook minder vaak en op een minder geavanceerde manier zouden gebruiken. Omdat de tijd die men online spendeert een impact heeft op de internetvaardigheden die men ontwikkelt (Hargittai, 2005), hoeft het niet te verbazen dat leeftijd negatief geassocieerd is met het niveau van digitale vaardigheden (Volman e.a., 2005; van Deursen, 2010). Ouderen geven ook zelf aan dat ze minder digitaal vaardig zijn dan bijvoorbeeld hun kinderen of jongeren (Bawden, 2001). Een aantal onderzoekers nuanceert de factor leeftijd wel enigszins door er aan de ene kant op te wijzen dat er ook onder jongeren grote verschillen in digitaal mediagebruik en -geletterdheid bestaan (Livingstone & Helsper, 2007; van Deursen, 2010) en door aan de andere kant te benadrukken dat ook senioren geenszins een homogene groep van hoofdzakelijk niet-gebruikers zouden zijn (Selwyn, 2004).

Dat er een verband is tussen digitale vaardigheden en opleidingsniveau ligt voor de hand. Dit verband is deels te verklaren door het feit dat lager geschoolden meer moeilijkheden ondervinden bij het verwerven van de vaardigheden die men nodig heeft om efficiënt gebruik te maken van de digitale media (De Haan e.a., 2002; Goldin & Katz, 2008). Selwyn & Facer (2007) stellen dan ook dat lager geschoolden in feite dubbel benadeeld zijn: niet alleen liggen hun kansen op toegang tot de technologie en toegang tot de vaardigheden lager, hun cognitieve capaciteiten om deze vaardigheden aan te scherpen zijn ook minder groot. Toch betekent dit volgens Hargittai (2002) niet dat hoger opgeleiden per definitie over meer digitale vaardigheden beschikken dan lager opgeleiden. Uit haar onderzoek bleek

bijvoorbeeld dat respondenten met een lager opleidingsniveau bepaalde internetgerelateerde taken sneller uitvoerden dan hoger opgeleiden, die op hun beurt dan weer beter presteerden als het aankwam op de accuraatheid waarmee de taken werden uitgevoerd. Uit onderzoek in Nederland bleek dat hoe hoger het opleidingsniveau, hoe hoger de kans dat men over complexere informatiele en strategische digitale vaardigheden beschikt (van Deursen & van Dijk, 2008).

Naast gender, leeftijd en opleidingsniveau wordt ook inkomen tot de klassieke digitale-kloofparameters gerekend (Verdegem & Verhoest, 2009). Mensen met een hoger inkomen lijken meer toegang te hebben tot en gebruik te maken van de computer en het internet (Selwyn, 2004; Fuchs, 2009). Ook blijkt het inkomen van mensen een invloed te hebben op hun gebruikspatronen op het internet. Mensen met een hoger inkomen zijn bijvoorbeeld meer geneigd om het internet te gebruiken om nieuws en informatie over bepaalde producten te raadplegen, online een reis te boeken en werk- of schoolgerelateerde activiteiten uit te voeren (Madden, 2003). Inkomen beïnvloedt niet alleen het gebruik van digitale media, maar lijkt ook een impact te hebben op de digitale vaardigheden van de gebruikers. Martin & Robinson (2007) stellen in dit verband dat de invloed van inkomen op digitale vaardigheden in de eerste plaats indirect is, in die zin dat mensen met een lager inkomen bijvoorbeeld minder snel geneigd zijn om geld te besteden aan computer- en internetlessen.

Uit dit korte literatuuroverzicht kunnen we besluiten dat de sociodemografische en socio-economische variabelen, zoals gender, leeftijd, opleidingsniveau en inkomen, nog steeds hun nut bewijzen om digitale ongelijkheden te beschrijven. Dit geldt niet alleen voor de digitale kloof van de eerste graad, die zich liet omschrijven in termen van verschillen in toegang en gebruik, maar ook voor de digitale kloof van de tweede graad, die in de eerste plaats het belang van mediagelettertheid benadrukt. Bij de analyse van de resultaten van de SCV-survey zullen we dan ook nagaan in welke mate verschillen in digitale vaardigheden beschreven kunnen worden aan de hand van deze klassieke parameters.

### 3. Redenen voor digitaal mediagebruik

Binnen de communicatiewetenschappen is er een sterke traditie in onderzoek naar de motivaties van mediagebruikers. In vele gevallen vertrekt dergelijk onderzoek vanuit de theorie van "Uses & Gratifications" (U&G). Dit theoretische perspectief postuleert dat media gebruikt worden voor het vervullen van een resem persoonlijke noden (Ruggiero, 2000).

Ondanks uiteenlopende accenten duiden klassieke typologieën voor mediagebruik binnen de U&G-theorie stevast op dezelfde categorieën van voldoening ("gratificatie"), namelijk: (1) informatie vergaren in de meest ruime zin, van sociale informatie tot op de hoogte blijven van gebeurtenissen in de wereld; (2) entertainment en het inherente amusement dat samenhangt met het gebruik van allerhande media; (3) sociale relaties in de vorm van gedeelde ervaringen, communicatie en als gespreksstof in de interactie met anderen; (4) escapisme als het tijdelijk afgeleid zijn van alledaagse beslommeringen; en (5) persoonlijke identiteit, hetgeen onder andere verwijst naar de bestending van eigen waarden en opinies (Wright, 1960; Katz e.a., 1973).

Rubin (1984) maakte in de jaren tachtig op basis van empirisch onderzoek een onderscheid tussen instrumenteel en ritueel mediagebruik. Instrumenteel mediagebruik, dat voornamelijk doelbewust en selectief is, hangt samen met het verzamelen van informatie over gebeurtenissen, het verzamelen van gespreksonderwerpen en het zoeken van tips en richtlijnen. Ritueel mediagebruik heeft meer te maken met gewoontegedrag en wordt geassocieerd met het onderhouden van sociale relaties en entertainment. Het onderscheid tussen de instrumentele en rituele functies van media zal terugkeren in de derde fase van onze analyse, waarin we zullen onderzoeken of er een verband bestaat tussen de graad van mediageletterdheid en de doeleinden waarvoor men digitale media aanwendt.

Om dit verband te onderzoeken is het uiteraard belangrijk dat we de Vlaamse populatie eerst segmenteren naar hun graad van mediageletterdheid. Daarvoor voeren we een clusteranalyse uit op basis van de onder punt 2 opgesomde mediumgerelateerde vaardigheden, waarover SCV-data beschikbaar zijn. Nadat we de verschillende vaardigheidsprofielen hebben geïdentificeerd, beschrijven we deze verder aan de hand van de klassieke digitale kloof-parameters, die we onder punt 3 hebben besproken.

#### 4. Data en methode

Zoals in de inleiding reeds aangegeven, baseren we ons in deze bijdrage op data van 2010 uit de enquête “Sociaal-culturele verschuivingen in Vlaanderen” (SCV-survey). Deze enquête wordt jaarlijks in opdracht van de Studiedienst van de Vlaamse Regering uitgevoerd bij een representatieve steekproef van Vlamingen (Nederlandstalige Belgen) die wonen in het Vlaamse en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. Naast de steeds terugkerende vragen bevat de SCV-survey een module, die elk jaar varieert en vragen bevat over actuele beleidsrelevante thema’s. In 2010 was mediageletterdheid een van de thema’s. Aan de hand van vijf vragen werden gegevens verzameld over reeds uitgevoerde activiteiten met behulp van digitale media (als indicatie van mediageletterdheid) en de redenen voor mediagebruik.

De steekproef van de SCV-survey van 2010 bestaat uit 1370 Vlamingen, tussen de 18 en 98 jaar oud, met een gemiddelde leeftijd van 49 jaar. De steekproef bevat iets meer vrouwen (N = 698) dan mannen (N = 672). 29,5% van de respondenten heeft een diploma van het hoger onderwijs, de helft van de respondenten heeft als hoogst behaalde diploma “secundair onderwijs” (50,8%) en 15,9% heeft een diploma van het lager onderwijs; 3,7% heeft geen diploma. Zes op de tien mensen die deelnamen aan de SCV-survey (60%) hebben een netto persoonlijk maandinkomen dat tussen de 1000 en 1999 euro ligt, 19% verdient minder dan 1000 euro en 21% verdient meer dan 2000 euro. In deze bijdrage zullen we onderzoeken in hoeverre gender, leeftijd, opleidingsniveau en inkomen een invloed hebben op het gebruik van digitale media en de digitale vaardigheden van de Vlaamse bevolking.

Om binnen de Vlaamse bevolking afgelijnde profielen inzake mediageletterdheid te kunnen onderscheiden, maken we gebruik van een latente clusteranalyse op een aantal indicatoren die betrekking hebben op digitale vaardigheden. De indicatoren voor “digitale vaardigheden” in de SCV-survey peilen niet rechtstreeks naar de vaardigheid zelf. Wel wordt aan de respondenten de vraag gesteld welke activiteiten, met een verschillende complexiteit, zij al dan niet ooit hebben uitgevoerd (zie ook sectie 1). De activiteiten, die voor dit onderzoek gebruikt

worden, zijn: het bedienen van een muis of het openen van applicaties, het kopiëren van bestanden of mappen, het aansluiten of installeren van nieuwe toestellen op de computer, het installeren van computerprogramma's, het opsporen en oplossen van computerproblemen, het gebruiken van een zoekmachine, het verzenden van e-mails met bijlage, het verzenden van berichten naar chatrooms, nieuwsgroepen of fora, het telefoneren met de gsm, het verzenden van berichten met de gsm, het aanpassen van de gsm aan de eigen wensen en het op het internet gaan via de gsm. Aan de respondenten werd gevraagd te antwoorden, met ja of nee, of ze deze activiteiten ooit al hadden uitgevoerd.

Na een bespreking van de resultaten van de clusteranalyse beschrijven we de verschillende vaardigheidsprofielen aan de hand van hun gender, leeftijd, opleidingsniveau en inkomensniveau. Via een multinomiale logistische regressieanalyse bestuderen we in welke mate deze kenmerken samenhangen met de digitale vaardigheden.

Tot slot gaan we ook in op de redenen waarvoor de Vlaamse burgers digitale media gebruiken. De redenen worden in de SCV-survey gemeten via een lijst van redenen waarvoor men het internet en de gsm al ooit gebruikt heeft, bijvoorbeeld om te communiceren, spelletjes te spelen of informatie op te zoeken. De lijst van 19 redenen werd gereduceerd tot 11 mediafuncties voor zowel het internet als de gsm. De overige 8 redenen worden niet gebruikt in dit onderzoek, omdat ze niet in gelijke mate toepasselijk zijn voor zowel het internet als de gsm. Vervolgens vergelijken we via een multivariate variantieanalyse (MANOVA) de 11 mediafuncties per vaardigheidsprofiel.

## 5. Resultaten

Uit de SCV-survey blijkt andermaal dat nieuwe media een belangrijke plaats hebben ingenomen in het leven van het merendeel van de Vlaamse bevolking. In 2010 heeft 77,2% van de Vlamingen thuis toegang tot een computer en 74,6% heeft thuis een internetaansluiting. Ook de mobiele telefoon blijkt almaar meer ingeburgerd te zijn: 93,2% is in het bezit van een gsm of smartphone.

De relatief hoge penetratiegraad weerspiegelt zich ook in de cijfers over het effectieve gebruik van deze digitale media. De computer (75,7%), het internet (76,4%) en de gsm (77,4%) worden door telkens meer dan driekwart van de Vlaamse burgers die deze technologieën thuis bezitten, dagelijks tot bijna dagelijks gebruikt. Wat opvalt, is dat het aandeel van de bevolking dat nog nooit internet heeft gebruikt (27,2%) hoger ligt dan het percentage dat geen internetaansluiting heeft (25,2%). Dit wil zeggen dat deze mensen wel de mogelijkheid hebben om thuis internet te gebruiken, maar het toch niet doen. Hetzelfde zien we bij de cijfers over de computer en gsm. 26,1 % beweert nog nooit een computer te hebben gebruikt, terwijl slechts 22,6% van de respondenten geen computer bezit. 8,4% heeft naar eigen zeggen nog nooit een gsm gebruikt, maar enkel 6,8% zegt thuis geen gsm te hebben.

Voor het onderzoek dat in deze bijdrage wordt gerapporteerd zijn de respondenten die nog nooit een computer hebben gebruikt of nog nooit een gsm hebben gebruikt uit de analyses geweerd (N = 395, 29%). Voor deze niet-gebruikers waren immers niet alle variabelen die voor de clusteranalyse zijn gebruikt van toepassing. We benadrukken dus dat de resultaten die

volgen enkel betrekking hebben op de Vlaamse burgers die naar eigen zeggen ooit al gebruik hebben gemaakt van een computer en een gsm (N = 975, 71%). Verder in de bijdrage worden zij aangeduid als (digitale media)gebruikers.

## 5.1. Drie profielen van mediageletterdheid

Via een latente clusteranalyse trachten we de verschillende digitale vaardigheidsprofielen te achterhalen. Deze modelgebaseerde techniek laat ons toe om op basis van categorische data groeperingen te maken van respondenten die op elkaar lijken qua vaardigheidsniveau en tegelijkertijd sterk verschillen van de andere groepen (Magidson & Vermunt, 2002). Initieel werden 23 activiteiten, die verband houden met het gebruik van de computer, het internet of de gsm of smartphone, opgenomen in de analyse. Niet elke activiteit laat echter toe om voldoende te differentiëren tussen groepen. De items die hier het best in slagen werden behouden, terwijl zwakkere items verwijderd werden. Dit leidde tot een compacte set van 12 vaardigheidsindicatoren die de verzamelde data gepast beschrijft ( $L^2(475,7)$ ,  $p = 1$ ). Aldus is het mogelijk om met een minimaal aantal indicatoren verschillende vaardigheidsprofielen te onderscheiden.

**Tabel 1** – Vaardigheidsprofielen van de Vlaamse digitale mediagebruikers (berekend d.m.v. een latente clusteranalyse op basis van 12 vaardigheidsindicatoren), 2010

p indicatoren (in %)	Gevorderde gebruiker (59%)	Vaardige gebruiker (30%)	Beperkte gebruiker (11%)	Wald	R <sup>2</sup>
Telefoneren met gsm	100	100	97	8,25*	0,02
Bedienen van muis, openen van applicaties	99	98	68	76,67***	0,22
Berichten verzenden met gsm	98	96	63	95,47***	0,20
Zoekmachine gebruiken	100	100	57	2,86	0,40
E-mails met attachement verzenden	100	94	23	146,51***	0,57
Kopiëren van bestand/map	98	78	19	141,73***	0,45
Gsm aanpassen aan eigen wens	89	65	20	144,67***	0,25
Aansluiten/installeren van nieuwe toestellen	96	29	6	227,21***	0,60
Installeren van computerprogramma's	93	9	0	178,20***	0,74
Berichten verzenden naar chatrooms/ nieuwsgroepen/fora	57	25	2	79,61***	0,17
Opsporen en oplossen van computerproblemen	74	6	1	138,19***	0,46
Internet gebruiken via gsm	29	7	1	46,92***	0,09

\* $p < 0,05$ ; \*\*\* $p < 0,001$

De cijfers in deze tabel drukken de procentuele kans uit dat de respondenten per profiel de betreffende activiteit ooit al hebben uitgevoerd.

Bron: SCV-survey 2010.

Tabel 1 biedt een overzicht van de resultaten van de latente clusteranalyse. Zoals blijkt, konden drie clusters of profielen onderscheiden worden. De percentages geven per cluster aan hoe waarschijnlijk het is dat mensen, die tot dit profiel behoren, aangeven de activiteit in kwestie reeds uitgevoerd te hebben.

De eerste cluster, die we kunnen aanduiden als *gevorderde gebruikers*, omvat 59% van de digitale mediagebruikers en bevat mensen die een brede waaier aan vaardigheden onder de knie hebben. Bovendien zijn ze vertrouwd met de werking van de toestellen. Ze kunnen doorgaans computerproblemen opsporen en oplossen, randapparatuur en softwareprogramma's installeren en de gsm aanpassen aan hun eigen wensen en voorkeuren. De kans dat mensen uit deze groep ooit al online zijn gegaan met de gsm ligt ook hoger dan in de andere twee groepen.

De digitale mediagebruikers uit de tweede cluster (30%) zijn minder vertrouwd met deze activiteiten. De kans dat mensen uit deze groep zelf al eens een programma hebben geïnstalleerd, computerproblemen hebben opgelost, toestellen hebben geïnstalleerd of de gsm hebben gepersonaliseerd, is kleiner dan bij de eerste cluster. Toch kunnen we deze cluster omschrijven als *vaardige gebruikers*, omdat ze de basisvaardigheden, zoals het bedienen van een computer, het gebruiken van zoekmachines, e-mailen en het versturen van een sms-bericht goed lijken te beheersen.

Tot slot onderscheiden we nog een derde cluster (11%) van digitale mediagebruikers met een eerder beperkt vaardigheidsniveau. Binnen deze groep van *beperkte gebruikers* zitten mensen die moeite hebben met operationele basisvaardigheden, zoals het kunnen bedienen van een muis, het kunnen gebruik maken van een zoekmachine en het kunnen verzenden van een sms. De kans dat ze ooit al complexere taken hebben uitgevoerd, zoals het installeren van een computerprogramma, het oplossen van computerproblemen, het aansluiten van nieuwe toestellen, het online gaan met de gsm of het posten van berichten in een chatroom, nieuwsgroep of op een forum, is zeer klein.

Aan de hand van de clusteranalyse waren we in staat om drie vaardigheidsprofielen te onderscheiden: de "gevorderde", de "vaardige" en de "beperkte gebruikers". Op basis van verdere analyses kunnen we nagaan over welke kenmerken de personen beschikken die tot een bepaald vaardigheidsprofiel behoren.

## 5.2. Kenmerken per profiel

Via een multinomiale logistische regressieanalyse wordt per klassieke parameter (gender, leeftijd, opleiding en inkomen) gekeken welke kans een respondent heeft om tot een bepaald profiel te behoren. Er wordt meer bepaald nagegaan in welke mate de vier vernoemde achtergrondkenmerken de kans beïnvloeden om, in vergelijking met de vaardige gebruikers, tot het profiel van de gevorderde of beperkte gebruikers te behoren. De kenmerken gender, leeftijd, opleidingsniveau en inkomen verklaren voor 33% (Nagelkerke  $R^2$  in Tabel 2) de verschillen tussen de vaardigheidsprofielen. Dit betekent dat er ook nog andere kenmerken zijn die zorgen voor deze verschillen, maar die niet in deze analyse zijn opgenomen.

Uit Tabel 2 kunnen we besluiten dat de vier parameters een effect hebben op het al dan niet behoren tot een bepaald vaardigheidsprofiel. In de resultaten, die we in Tabel 2 presenteren, merken we dat mannen een grotere kans hebben om tot het profiel van de gevorderde gebruikers te behoren. Dit leiden we af uit de significante positieve regressiecoëfficiënt ( $B = 1,27$ ) voor gender bij de gevorderde gebruiker ten opzichte van de vaardige gebruiker. Gender heeft echter geen effect op de kans om eerder dan een vaardige gebruiker een beperkte gebruiker te zijn. Jongere respondenten daarentegen hebben een hogere kans om deel uit te maken van het profiel van gevorderde gebruikers ( $B = -0,06$ ), terwijl het omgekeerde geldt voor het profiel van de beperkte gebruikers ( $B = 0,03$ ). Verder blijkt dat een hoger inkomen samenhangt met een grotere kans om tot het profiel van de gevorderde gebruiker te behoren ( $B = 0,21$ ). Er is echter geen effect van inkomen op de kans om deel uit te maken van de groep beperkte gebruikers. De negatieve coëfficiënten voor lager onderwijs ( $B = -1,02$ ) of secundair onderwijs ( $-0,84$ ) wijzen er op dat mensen met een dergelijk diploma minder kans hebben dan diegenen met een hoger diploma om in plaats van tot de vaardige gebruikers tot de gevorderde gebruikers te behoren. Anderzijds blijkt dat de respondenten zonder diploma ( $B = 2,96$ ) of met een diploma secundair onderwijs ( $B = 1,00$ ) meer kans hebben dan hoger opgeleiden om eerder een beperkte gebruiker te zijn dan wel een vaardige gebruiker.

Samenvattend hebben we via deze multinomiale logistische regressieanalyse een beter inzicht verworven in de achtergrondkenmerken van de verschillende vaardigheidsprofielen. De resultaten liggen volledig in lijn van wat op basis van de literatuurstudie verwacht kon worden. Zo zien we dat mannen meer kans maken om te behoren tot het profiel van de “gevoorderde gebruikers”. Ook mensen met een hoger opleidingsniveau, een hoger inkomen en een jongere leeftijd behoren vaker tot dit profiel. Het omgekeerde geldt voor het profiel van de “beperkte gebruikers”. Zo wordt opnieuw bevestigd dat de traditionele socio-economische en -demografische variabelen nog steeds hun nut bewijzen om verschillen in digitale vaardigheden te verklaren.

**Tabel 2** – Invloed van gender, leeftijd, opleiding en inkomen op mediageletterdheid (berekend d.m.v. multinomiale logistische regressieanalyses), 2010

	Gevorderde gebruiker		Beperkte gebruiker			
	B	S.E.	B	S.E.		
Constante	2,24	***	0,44	-3,10	***	0,79
Gender (ref: vrouw)	1,27	***	0,20	0,24		0,30
Leeftijd	-0,06	***	0,01	0,03	**	0,01
Opleiding (ref: hoger onderwijs)						
• Geen onderwijs	-1,32		0,94	2,96	***	0,80
• Lager onderwijs	-1,02	*	0,45	0,65		0,60
• Secundair onderwijs	-0,84	***	0,20	1,00	*	0,38
Inkomen	,21	*	,08	-,11		,13
Nagelkerke $R^2 = ,33$						

\* $p < 0,05$ ; \*\* $p < 0,01$ ; \*\*\* $p < 0,001$

Bron: SCV-survey 2010.

### 5.3. De redenen voor digitaal mediagebruik

Tot slot willen we ook ingaan op de redenen waarvoor de Vlaamse burgers hun verschillende digitale vaardigheden aanwenden en hoe frequent dit gebeurt. In de vragenlijst werd gepeild naar een reeks courante doeleinden waarvoor men het internet en de gsm kan gebruiken. Er werden 11 items geselecteerd die zowel voor het internet als de gsm van toepassing zijn. Vervolgens werden deze items door middel van een principale componentenanalyse (PCA) verder gereduceerd. Door middel van deze techniek worden redenen die sterk met elkaar samenhangen samengevat in afgelijnde factoren of componenten. Tabel 3 vat de resultaten van de PCA samen.

Voor het internetgebruik kan de eerste component beschreven worden als een informatie- en communicatiefunctie. Deze component omvat de volgende items: communiceren, informatie opzoeken, de actualiteit volgen en kranten lezen. Een tweede component drukt het gebruik voor entertainmentdoeleinden uit. Het betreft hier de volgende items: kijken naar films en luisteren naar muziek, spelletjes spelen, deelnemen aan virtuele gemeenschappen en luisteren naar de radio. De derde component heeft betrekking op e-commerce en bevat naast de aan- en verkoop van goederen via digitale media ook het gebruik van financiële onlinediensten.

De factorstructuur voor gsm-gebruik wijkt licht af van deze voor het internetgebruik. Opnieuw vinden we een component "entertainment" en een component "e-commerce". Uit de informatiecomponent is echter de communicatiefunctie verdwenen. In eerste instantie laadde de variabele "communiceren" op de component "entertainment", maar omwille van de zwakke samenhang tussen de items onderling in deze component beslisten we om "communiceren" als een aparte variabele te beschouwen. In de verdere analyse behandelen we "communiceren via de gsm" dan ook als een afzonderlijke functie naast de informatie-, e-commerce- en entertainment-functies van de gsm.

Nu we de redenen voor digitaal mediagebruik hebben gereduceerd tot drie hoofdfuncties voor internetgebruik – "informatie en communicatie"; "entertainment" en "e-commerce" – en vier voor gsm-gebruik – "informatie", "communicatie", "entertainment" en "e-commerce" – kunnen we nagaan of er verschillen zijn vast te stellen tussen de drie vaardigheidsprofielen. Hiervoor wordt een one-way MANOVA berekend, waarbij de vaardigheidsprofielen gelden als factor en de componenten (de mediafuncties van internet en gsm) als afhankelijke variabelen. De analyse bevestigt dat er een verband bestaat tussen de redenen voor digitaal mediagebruik en het behoren tot een bepaald vaardigheidsprofiel (Wilks' Lambda = 50,89).

Uit de resultaten, die we in Figuur 1 hebben samengevat, blijkt dat de "gevoorderde gebruikers" zowel het internet als de gsm voor elk van de onderscheiden functies het meest frequent gebruiken. Dit is het sterkst merkbaar bij internetgebruik. De "vaardige gebruikers" komen telkens op de tweede plaats, terwijl de "beperkte gebruikers" op alle functies de laagste gebruiksfrequentie vertonen. Wat het gsm-gebruik betreft, merken we dat de verschillen in gebruiksfrequentie echter veel kleiner zijn dan bij het internetgebruik. De verklaring hiervoor is dat de gsm voor alle profielen hoofdzakelijk gebruikt wordt om te communiceren, waardoor de informatie-, entertainment- en e-commercefuncties van de gsm van ondergeschikt belang zijn. In hoeverre de groeiende penetratie van de smartphone hierin verandering zal brengen, zal later onderzoek moeten uitwijzen.



**Tabel 3** – Mediafuncties van het internet en de gsm (berekend d.m.v. een principale componentenanalyse (PCA)), 2010

	Internet			Gsm		
	Informatie en communicatie	Entertainment	E-commerce	Informatie	E-commerce	Entertainment
1. Communiceren	<b>0,73</b>	-0,01	0,04	-0,13	-0,05	*
2. Informatie opzoeken	<b>0,78</b>	-0,00	0,08	<b>0,40</b>	-2,26	0,30
3. Aankopen van goederen	0,16	0,07	<b>0,74</b>	0,02	<b>-0,86</b>	-0,01
4. Verkoop van goederen	-0,21	0,16	<b>0,87</b>	-0,06	<b>-0,85</b>	0,05
5. Financiële diensten gebruiken	0,46	-0,29	<b>0,50</b>	0,17	<b>-0,71</b>	-0,01
6. Spelletjes spelen	-0,10	<b>0,75</b>	-0,04	-0,09	-0,07	<b>0,74</b>
7. Kijken naar films, luisteren naar muziek	0,25	<b>0,64</b>	0,09	0,24	-0,06	<b>0,61</b>
8. Actualiteit volgen	<b>0,80</b>	0,16	-0,05	<b>0,81</b>	0,19	-0,05
9. Deelnemen aan virtuele gemeenschappen	0,09	<b>0,69</b>	0,05	<b>0,65</b>	0,09	0,19
10. Krant lezen	<b>0,77</b>	0,13	-0,12	<b>0,89</b>	0,01	-0,14
11. Radio luisteren	0,15	<b>0,50</b>	0,16	0,21	0,16	<b>0,54</b>
R <sup>2</sup>	36,90	12,61	10,31	30,92	14,43	10,61
Eigenwaarde	4,06	1,39	1,13	3,40	1,59	1,17
Alpha**	0,81	0,67	0,58	0,70	0,73	0,56

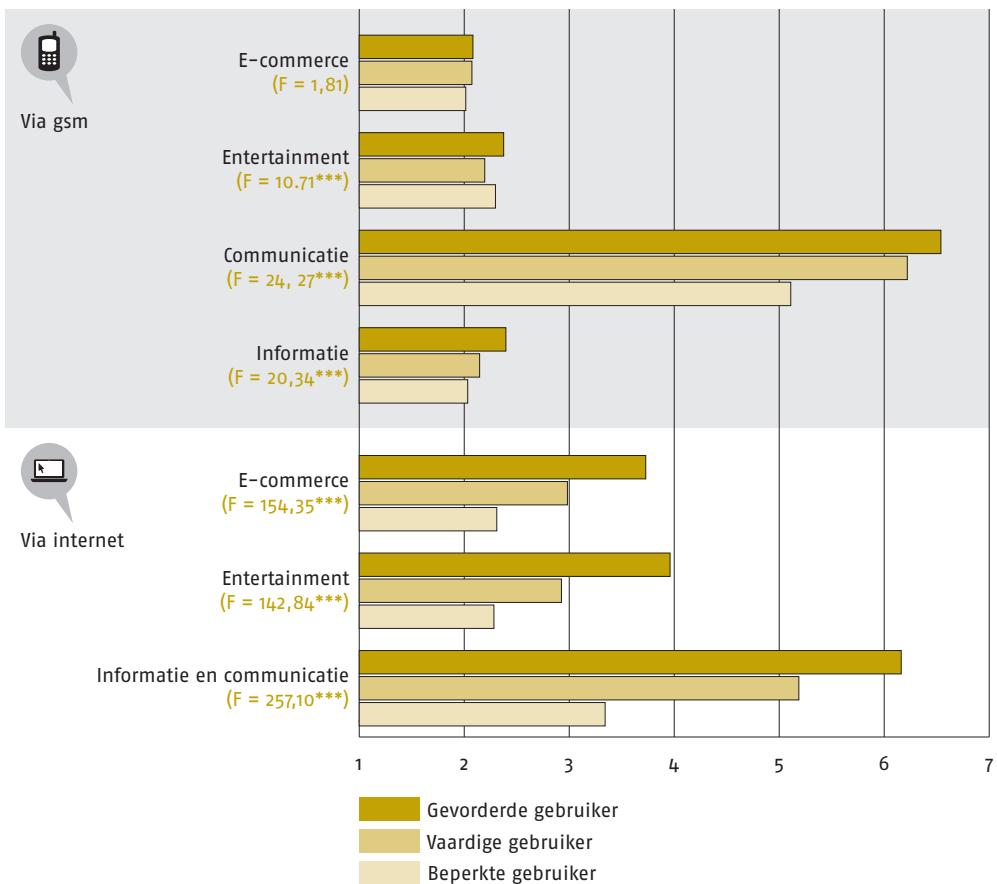
\*Communiceren werd in de PCA-analyse van redenen om de gsm te gebruiken opgenomen en kwam terecht bij de factor 'Entertainment via gsm'. Omwille van de te lage interne consistentie (met het item communiceren erbij Alpha = 0,37) konden we de component niet als unidimensioneel beschouwen. Daarom hebben we besloten om 'communiceren via de gsm' als een aparte variabele te behandelen in de verdere analyse.

\*\*Hoewel een vuistregel stelt dat voor meetenschappen een Cronbach's alfa van hoger dan 0,70 een vereiste is, is het doorgaans aanvaard voor exploratief onderzoek om een lagere cut-off waarde te hanteren.

Bron: SCV-survey 2010.

De resultaten bevestigen de stelling dat wie een hoger niveau van mediagelettertheid heeft het internet, en in mindere mate ook de gsm, op een meer geavanceerde en diverse manier gebruikt. Voor de “gevorderde gebruikers” hebben deze digitale media niet alleen een informatie- en communicatiefunctie, maar ze worden ook gebruikt voor entertainment en e-commerce. Voor de “gevorderde gebruikers” krijgt het digitale mediagebruik met andere woorden een ritueel karakter; het wordt een onderdeel van de dagelijkse levensstijl. De “beperkte gebruikers” daarentegen gebruiken het internet bijna uitsluitend op een instrumentele manier, als een informatiebron en communicatiemiddel. Ook de gsm heeft voor hen louter een instrumentele communicatiefunctie.

**Figuur 1** – Redenen voor mediagebruik per vaardigheidsprofiel (berekend d.m.v. een one-way MANOVA), in 2010



Waarden op de X-as: 1 = nooit, 2 = bijna nooit, 3 = enkele keren per jaar, 4 = 1-3 x per maand, 5 = 1-3 x per week, 6 = bijna elke dag en 7 = elke dag.

\*\*\* $p < 0,001$

Bron: SCV-survey 2010.

## Conclusie

Informatie- en communicatietechnologieën hebben een toenemende impact op ons leven, zowel publiek als privaat. Het is dan ook belangrijk dat iedereen over de mogelijkheden beschikt om volwaardig deel te kunnen nemen aan de digitale informatiesamenleving. Het bestrijden van digitale ongelijkheden is steeds een belangrijke beleidsprioriteit geweest en ook binnen het wetenschappelijk onderzoek heeft het onderwerp de voorbije decennia veel aandacht gekregen. Uit de vele studies naar ongelijkheden inzake toegang en gebruik van ICT blijkt dat de “digitale kloof” in evolutie is. Ook in Vlaanderen wordt een verschuiving vastgesteld van een “digitale kloof van de eerste graad”, die vooral te maken heeft met ongelijkheden op het vlak van toegang tot ICT, naar een “digitale kloof van de tweede graad” (Moreas, 2007), die verwijst naar digitale ongelijkheden die ontstaan doordat bepaalde groepen beter in staat blijken om met digitale media om te gaan dan andere groepen.

Hoewel de problematiek van mediageletterdheid zowel op beleidsniveau als in de onderzoeksweld vandaag op grote belangstelling mag rekenen (voor een overzicht, zie o.a. Segers & Bauwens, 2010), zijn representatieve gegevens over de digitale mediageletterdheid van de Vlaamse bevolking voorlopig nog schaars. Daarom werd op vraag van de Studiedienst van de Vlaamse Regering nagegaan welke inzichten we kunnen verwerven uit de SCV-data van 2010 inzake de digitale mediageletterdheid van de Vlaamse bevolking.

Het onderscheiden van profielen van mediageletterdheid blijft een belangrijke uitdaging voor onderzoek en beleid. Om een doelgericht hedendaags e-inclusiebeleid uit te werken, is een grondig inzicht in de spreiding van digitale vaardigheden binnen de samenleving noodzakelijk. We moeten ons ervan bewust zijn dat we te maken hebben met een informatiemaatschappij met verschillende snelheden. Niet elke burger is even vlug mee met de nieuwe ontwikkelingen. Het onderscheiden van doelgroepen kan een belangrijk middel zijn om maatregelen op maat (bijvoorbeeld in de vorm van formeel en informeel onderwijs) aan te bieden om zo de digitale vaardigheden aan te scherpen.

De gehanteerde methode voor het onderscheiden van profielen van mediageletterdheid heeft echter haar beperkingen. De onderzoeksresultaten moeten dan ook in het juiste perspectief gezien worden. We zouden immers (verkeerdelijk) kunnen veronderstellen dat het nog niet zo slecht gesteld is met de digitale mediageletterdheid in Vlaanderen. Immers, zes op de tien digitale mediagebruikers (59%) bevinden zich in de groep van “gevorderde gebruikers”. Het is belangrijk in het achterhoofd te houden dat deze clustering echter gebaseerd is op variabelen die louter peilden naar het kunnen gebruiken (eerder dan het begrijpen) van digitale media. Dit betekent dat de gepresenteerde data eigenlijk enkel iets zeggen over de – operationele en formele – mediumgerelateerde vaardigheden van de gebruikers, maar niets over hun – informationele en strategische – inhoudsgerelateerde digitale vaardigheden.

Tot slot moeten we benadrukken dat onze analyses enkel betrekking hebben op de gebruikers van digitale media en bijgevolg niets zeggen over de niet-gebruikers. De SCV-data tonen nochtans aan dat het om een belangrijke groep in de samenleving gaat: ruim een kwart van de Vlaamse bevolking heeft anno 2010 nog nooit een computer gebruikt. Aandacht voor de niet-gebruiker blijft dan ook een belangrijk onderdeel van een adequaat e-inclusiebeleid (Verdegem & Verhoest, 2009). Toegang en gebruik zijn immers basisvoorwaarden voor mediageletterdheid.

## BIBLIOGRAFIE

- Attewel, P. (2001). The first and second digital divides. In: *Sociology of Education*, 74(3), 252-259.
- Bawden, D. (2001). Information and digital literacies: A review of concepts. In: *Journal of Documentation*, 57(2), 218-259.
- Bertot, J. C. (2003). The multiple dimensions of the digital divide: More than the technology 'haves' and 'have nots'. In: *Government Information Quarterly*, 20(2), 185-191.
- Compaine, B. M. (2001). *The digital divide: Facing a crisis or creating a myth?* Cambridge, MA: MIT Press.
- De Haan, J., Huysmans, F. & Steyaert, J. (2002). *Van huis uit digitaal: Verwerving van digitale vaardigheden tussen thuis, milieu en school*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Dewan, S. & Riggins, F.J. (2005). The digital divide: Current and future research directions. In: *Journal of the Association for Information Systems*, 6(12), 298-337.
- Fuchs, C. (2009). The role of income inequality in a multivariate cross-national analysis of the digital divide. In: *Social Science Computer Review*, 27(1), 41-58.
- Graham, P. & Goodrum, A. A. (2007). New media literacies: At the intersection of technical, cultural and discursive knowledges. In: Mansell, R., Avgerou, C., Quah, D. & Silverstone, R. (red.). *The Oxford Handbook of Information and Communication Technologies*. Oxford: Oxford University Press, 473-493.
- Goldin, C. & Katz, L.F. (2008). *The race between education and technology*. Cambridge, MA: The Belknap Press of Harvard University.
- Goulding, A. & Spacey, R. (2002). *Women and the information society: Barriers and participation*. In: 68ste IFLA Raad en Algemene Conferentie, Glasgow.
- Gunkel, D. (2003). Second thoughts: Toward a critique of the digital divide. In: *New Media & Society*, 5(4), 499-522.
- Hargittai, E. (2002). Second-level digital divide: differences in people's online skills. In: *First Monday*, 7(4), <http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/942/864>, geraadpleegd op 22 juli 2011.
- Hargittai, E. (2005). Survey measures of web-oriented digital literacy. In: *Social Science Computer Review*, 23(3), 371-379.
- Hargittai, E. (2010). Digital Na(t)ives? Variation in Internet Skills and Uses among Members of the "Net Generation". In: *Sociological Inquiry*, 80(1), 92-113.
- Hargittai, E., & Shafer, S. (2006). Differences in actual and perceived online skills: The role of gender. In: *Social Science Quarterly*, 87(2), 432-448.
- IBBT iLab.o (2010). *Digimeter rapport 2: Mediatechnologie- & ict-gebruik in Vlaanderen. Wave 2. November 2009 – maart 2010*. Gent: IBBT.
- Katz, E., Haas, H. & Gurevitch, M. (1973). On the Use of the Mass Media for Important Things. In: *American Sociological Review*, 38(2), 164-181.
- Kennedy, T., Wellman, B. & Klement, K. (2003). Gendering the digital divide. In: *IT & Society*, 1(5), 72-96.
- Leung, L. (2004). Net-generation attributes and seductive properties of the internet as predictors of online activities and internet addiction. In: *CyberPsychology and Behavior*, 7(3), 333-348.
- Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. In: *The Communication Review*, 7(1), 3-14.
- Livingstone, S. (2009). *Children and the Internet*. Cambridge: Polity Press.

- Livingstone, S., & Helsper, E. (2007). Gradations in digital inclusion: Children, young people and the digital divide. In: *New Media & Society*, 9(4), 671–696.
- Madden, M. (2003). *America' online pursuits*. Washington, DC: Pew Internet and American Life Project.
- Magidson, J. & Vermunt, J. (2002) *A Nontechnical Introduction to Latent Class Models*. <http://www.statisticalinnovations.com/articles/lcmodels2.pdf>, geraadpleegd op 6 juli 2011.
- Martin, S.P. & Robinson, J.P. (2007). The income digital divide: Trends and predictions for levels of internet use. In: *Social Problems*, 54(1), 1–22.
- Moreas, M.–A. (2007). *Digitale kloof in Vlaanderen*. Brussel: Studiedienst van de Vlaamse Regering.
- Mossberger, K., Tolbert, C. & McNeal, R.S. (2008). *Digital citizenship. The internet, society, and participation*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants Part 1. In: *On the Horizon*, 9(5), 1–6.
- Rice, R. E., & Haythornthwaite, C. (2006). Perspectives on internet use: Access, involvement and interaction. In: Lievrouw, L.A. & Livingstone, S. (red.). *Handbook of new media: Social shaping and consequences of ICTs (second edition)*. London: Sage, 92–113.
- Rubin, A. M. (1984). Ritualized and Instrumental Television Viewing. In: *Journal of Communication*, 34(3), 67–77.
- Ruggiero, T. (2000). Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. In: *Mass Communication & Society*, 3(1), 3–37.
- Segers, K. & Bauwens, J. (2010) (red.). *Maak mij wat wijs*. Leuven: Lannoo Campus.
- Selwyn, N. (2004). Reconsidering political and popular understandings of the digital divide. In: *New Media & Society*, 6(3), 341–362.
- Selwyn, N., & Facer, K. (2007). *Beyond the digital divide: Rethinking digital inclusion for the 21st century*. [http://www.futurelab.org.uk/resources/documents/opening\\_education/Digital\\_Divide.pdf](http://www.futurelab.org.uk/resources/documents/opening_education/Digital_Divide.pdf), geraadpleegd op 16/05/2009.
- Sourbati, M. (2009). Media literacy and universal access in Europe. In: *The Information Society*, 25(4), 248–254.
- Steyaert, J. (2000). *Digitale vaardigheden. Geletterdheid in de informatiesamenleving*. Den Haag: Rathenau Instituut.
- Van Deursen, A. & van Dijk, J. (2008). *Measuring digital skills: Performance tests of operational, formal, information and strategic internet skills among the dutch population*. In: 58th Conference of the International Communication Association.
- Van Deursen, A. (2010). *Internet skills. Vital assets in an information society*. Enschede: University of Twente.
- Van Dijk, J. & Hacker, K.L. (2003). The digital divide as a complex and dynamic phenomenon. In: *The Information Society*, 19(4), 315–326.
- Van Dijk, J. (2005). *The deepening divide: Inequality in the information society*. London: Sage.
- Verdegem, P. & Verhoest, P. (2009). Profiling the non-user: rethinking policy initiatives stimulating ICT acceptance. In: *Telecommunications Policy*, 33(10–11), 642–652.
- Volman, M., Van Eck, E., Heemskerk, I. & Kuiper, E. (2005). New technologies, new differences. Gender and ethnic differences in pupil's use of ICT in primary and secondary education. In: *Computers & Education*, 45(1), 35–55.
- Wasserman, I. M. & Richmond–Abbott, M. (2005). Gender and the internet: Causes of variation in access, level, and scope of use. In: *Social Science Quarterly*, 86(1), 252–270.
- Wright, C. R. (1960). Functional Analysis and Mass Communication. In: *The Public Opinion Quarterly*, 24(4), 605–620.

# Ongelijke participatie en (online) mediagebruik

## 4

HOOFDSTUK

**Hans Martens en Philippe Meers**

Departement Communicatiewetenschappen, Universiteit Antwerpen

### Inleiding

Participatie groeide het laatste decennium uit tot een sleutelwoord in het Vlaamse beleid. In uiteenlopende domeinen, zoals onderwijs en vorming, werk, gezondheid en zorg, verenigingsleven, politiek en cultuur, wordt op het belang van participatie als motor voor sociale cohesie gewezen. Participatie zou ook positief inwerken op de kansen die men als individu in de samenleving krijgt (Pickery & Pauwels, 2007; Noppe e.a., 2011).

Drie specifieke participatievormen krijgen traditioneel veel aandacht binnen de Vlaamse context: participatie in het verenigingsleven (Elchardus e.a., 2001; Hooghe & Quintelier, 2007), politieke participatie (Bral e.a., 2011) en cultuurparticipatie (Lievens & Waeghe, 2011a, 2011b). Participatie in het verenigingsleven wordt vaak omschreven als een leerschool voor de democratie. Mensen gaan er in dialoog met anderen, leren omgaan met meningsverschillen, sluiten onderling compromissen, en voelen zich beter betrokken bij de gemeenschap (Hooghe & Quintelier, 2007). De stap naar politieke participatie is daarmee snel gezet. Als van alle burgers een verantwoordelijke, actieve betrokkenheid bij de politieke besluitvorming wordt verwacht, kan het maatschappelijke middenveld individuen helpen om een betekenisvolle rol te spelen in dit democratische proces (Carton & Pauwels, 2005). Daarnaast blijkt deelname aan dat verenigingsleven vaak gepaard te gaan met een hogere graad van cultuurparticipatie. Dit laatste zou op zijn beurt leiden tot ondermeer grotere verdraagzaamheid (Stevens, 2003; Claeys e.a., 2005).

Niet iedereen participeert in gelijke mate in de maatschappij. Op basis van een aantal sociaal-demografische kenmerken kunnen – zowel binnen als buiten Vlaanderen – segmenten worden geïdentificeerd die uit de boot dreigen te vallen wat participatie in het verenigingsleven, politieke en culturele participatie betreft. Het gaat daarbij vooral om laaggeschoolden. Maar ook ouderen trekken zich op late leeftijd gedeeltelijk terug, toch zeker als het om politiek of cultuur gaat (Lievens e.a., 2006; Pickery & Pauwels, 2007; van Eijck & Lievens, 2008; Vlegels & Lievens, 2011). Een aantal auteurs suggereren dat massamedia een bijkomende negatieve

invloed uitoefenen op verschillende participatievormen. Zo lanceerde Putnam (1995a, 1995b, 2000) in de jaren negentig de (intussen welgekende) hypothese dat elektronisch entertainment in het algemeen, en televisie in het bijzonder, in belangrijke mate verantwoordelijk zijn voor de erosie van het publieke leven. Putnam geeft twee mogelijke verklaringen voor dit mechanisme. Ten eerste zou televisie onze vrije tijd privatiseren, omdat het de tijd verdringt die we anders buitenshuis besteden aan sociale activiteiten. Ten tweede zouden de televisieboodschappen waaraan we worden blootgesteld onze perceptie van de wereld beïnvloeden. Hij sloot daarmee nauw aan bij een vooral in de jaren zeventig en tachtig dominante traditie van onderzoek (onder andere Robinson, 1976; Gerbner e.a., 1980) die suggereert dat zware televisiekijkers wantrouwiger staan tegenover mensen en hun omgeving. Naarmate online mediagebruik toenam, werd Putnam's hypothese ook doorgetrokken naar het internet (Kraut e.a., 1998, 2002).

Binnen de communicatiewetenschappelijke literatuur bestaan echter erg uiteenlopende visies over de rol die massamedia in dit proces van sociale differentiatie spelen (Buckingham, 2000; Bennett, 2008). Studies hebben daarbij steeds vaker aandacht voor de positieve participatiemogelijkheden die (ook) online bestaan (zie bijvoorbeeld Norris, 2001, 2002). In deze bijdrage onderzoeken we daarom in welke mate mediagebruik – naast sociaaldemografische factoren – een bijkomende verklaring biedt voor ongelijke participatie in verenigingsleven, politiek, en cultuur. In het theoretische luik schetsen we eerst hoe een aantal (internationale) studies het verband tussen offline en online patronen in mediagebruik en participatievariabelen in kaart hebben gebracht. Vervolgens illustreren we hoe meer recent de aandacht verschoof van motieven voor mediagebruik naar (online) mediageletterdheid. In het empirische deel toetsen we deze bevindingen aan de Vlaamse realiteit. Daarbij maken we gebruik van data uit de survey “Sociaal-culturele verschuivingen in Vlaanderen” 2010.

## 1. Mediagebruik en participatie

### 1.1. Patronen van offline en online mediagebruik

Met zijn analyse van het medium televisie haalde Putnam zich nogal wat kritiek op de hals. Daarbij viel vooral te horen dat hij onvoldoende oog heeft voor de complexiteit van de media als onderzoeksobject. Zo lijkt hij (theoretisch) te suggereren dat er slechts één televisiegebruiker bestaat, eerder dan verschillende types kijkers met eigen motieven en zender- of program-mavorkeuren; slechts één aanbod, eerder dan verschillende types zenders en programma's. Dit vertaalt zich bovendien in een (methodologisch) problematische operationalisering: zelfs al is de hoeveelheid tijd die individuen spenderen aan het kijken van televisie negatief gecorreleerd met participatie in het verenigingsleven, politieke participatie, of cultuurparticipatie, dan nog geeft een dergelijk ruwe tijdsmeting slechts een beperkt inzicht in de mogelijke effecten van de media (Norris, 1996; Shah e.a., 2001, 2005).

Een aantal auteurs ging daarom meer systematisch op zoek naar de relatie tussen patronen in mediagebruik en participatievariabelen. Dit gebeurde vaak met mogelijke verschillen in motivaties bij de individuele mediagebruiker als theoretische uitgangspunt. Meer specifiek beargumenteert “Uses and Gratifications” onderzoek (Blumler & Katz, 1974; Blumler, 1979; Papacharissi & Rubin, 2000) dat individuen een medium zoals televisie of internet gebruiken

om verschillende behoeften te bevredigen. Die behoeften kunnen het resultaat zijn van een reeks psychologische of sociologische processen. Verschillen in motivatie leiden tot specifieke patronen van mediagebruik, die op hun beurt gepaard gaan met uiteenlopende gevolgen. Putnam zelf (2000) nuanceerde trouwens zijn oorspronkelijke these in deze zin door ondermeer een duidelijker onderscheid te maken tussen selectieve kijkers (die de televisie opzetten om een specifiek programma te bekijken en weer afzetten als ze niet kijken) en gewoontekijkers (die minder doelgericht omgaan met het televisieaanbod en de televisie continu laten ontstaan op de achtergrond) (zie ook Rubin, 1984).

Een heel aantal (Amerikaanse) studies bestudeerden de effecten van een wijder spectrum aan offline en online media op participatie in de samenleving (Shah e.a., 2001, 2002; Pasek e.a., 2006; Romer e.a., 2009). Uit deze analyses blijkt dat de invloed van demografische verschillen, zoals leeftijd, opleidingsniveau en inkomen, deels wordt gemedieerd door uiteenlopende patronen in mediagebruik. Zo is er een duidelijk positief verband tussen het informatief gebruik van zowel krant (McLeod & Scheufele, 1999), televisie (Shah, 1998; Shah e.a., 2001) als internet (Shah e.a., 2005; Shah e.a., 2001) en participatie in het verenigingsleven en politieke participatie. Ook wat het gebruik van media ter ontspanning betreft, zijn de gevolgen niet eenduidig negatief. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat ook een populaire talkshow, fictiereeks of sportuitzending stof tot gesprek opleveren. Dit kan – net zoals samen gaan bowlen – de gemeenschapzin bevorderen (Pasek e.a., 2006; Romer e.a., 2009). Met andere woorden, ook binnen entertainment kunnen we een onderscheid maken tussen verschillende genres en types inhoud die positief dan wel negatief samenhangen met participatie (Shah e.a., 2001).

Een interessante vaststelling tot slot is dat er binnen deze context belangrijke generatieverschillen bestaan. Shah e.a. (2001) leggen bijvoorbeeld uit hoe jongeren in de Verenigde Staten minder naar het nieuws kijken op televisie en minder de krant lezen dan ouderen. De negatieve gevolgen voor publieke participatie blijven echter beperkt omdat jongeren tegelijk vaker op zoek gaan naar informatie op het internet. Bovendien vonden deze auteurs een negatief interactie-effect tussen leeftijd en informatief internetgebruik. Online op zoek gaan naar informatie bleek dus minder positieve gevolgen te hebben bij ouderen dan bij jongeren.

In het empirische luik trekken we deze bevinden door naar de Vlaamse context. Dit vertaalt zich in de volgende twee onderzoeksvragen:

- **Onderzoeksvraag 1:** Wat is de relatie tussen offline en online patronen in mediagebruik enerzijds en participatie in verenigingsleven, politieke participatie, en cultuurparticipatie anderzijds?
- **Onderzoeksvraag 2:** Verschillen offline en online mediagebruik en hun effecten op participatie in functie van leeftijd?

## 1.2. Het belang van mediageletterdheid

Mediagebruik wordt niet louter bepaald door individuele motieven of voorkeuren. Zo spelen een aantal structurele factoren eveneens hun rol, zoals kabel- en internetpenetratie, de mate van mediaconcentratie, of strategische keuzes in het (programma)aanbod (Van den Bulck, 1995; Cooper & Tang, 2009). Zelfs online bepaalt een relatief klein aantal mediaorganisaties welke inhoud en op welke manier voor het grote publiek beschikbaar zijn



(Arsenault & Castells, 2008; Castells, 2009). Daarnaast hangt mediagebruik ook nauw samen met mediageletterdheid: zelfs al gaat iemand gemotiveerd op zoek naar informatie, dan nog beschikt hij of zij niet noodzakelijk over voldoende kennis en vaardigheden om op een kritische manier met het beschikbare media-aanbod om te gaan (Potter, 2004).

Al in 1992 definieerde de National Leadership Conference on Media Literacy in de VS mediageletterdheid als *'the ability to access, analyze, evaluate, and communicate messages in a variety of forms'* (Aufderheide, 1993, xx). Deze definitie duikt telkens weer op, soms in licht gewijzigde vorm, zowel in onderzoekspublicaties als in beleidsdocumenten (zie bijvoorbeeld Raad voor Cultuur, 2005, Sectorraad Media, 2009 en Parlementaire Stukken Vlaams Parlement 2009-2010, nr. 209/1). Meer specifiek wijzen vooraanstaande auteurs zoals Buckingham (2003) en Potter (2004) op het belang van kennis en vaardigheden met betrekking tot een aantal centrale facetten van de massamedia, zoals de werking van mediaorganisaties, de narratieve conventies van mediaboodschappen, en de mogelijke (positieve en negatieve) gevolgen van blootstelling hieraan. Het laatste decennium groeit bovendien de aandacht voor de specifieke uitdagingen die door de opkomst van het internet worden gesteld. Zo omschrijven ook Livingstone & Helsper (2010, 311) online geletterdheid als *'a multidimensional construct that encompasses the abilities to access, analyze, evaluate and create online content'* (zie ook Livingstone, 2004, 2008). Zelfs al is de digitale kloof (in enge zin) in veel ontwikkelde landen deels gedicht, toch blijven heel wat verschillen in digitale vaardigheden en het gebruik van internettoepassingen bestaan (van Dijk & Hacker, 2003; van Deursen & van Dijk, 2010a, 2010b). Een belangrijke vraag daarbij blijft wat nu precies de gevolgen zijn van die verschillen in (cognitieve) omgang met online media (DiMaggio e.a., 2004; Livingstone & Helsper, 2010). Met andere woorden: wat ons in deze bijdrage vooral interesseert, is de manier waarop internetgebruik al dan niet samenhangt met verschillen in participatie.

Er is alvast geen gebrek aan conceptueel onderzoek dat een positief verband tussen mediageletterdheid en actief burgerschap of culturele participatie postuleert (zie Martens, 2010). Verrassend genoeg werd dit centrale uitgangspunt tot zeer recent – zowel in binnen- als in buitenland – nauwelijks empirisch getoetst. Met betrekking tot online vaardigheden weten we bijvoorbeeld dat ze in Vlaanderen in belangrijke mate afhankelijk zijn van sociaaldemografische kenmerken (Moreas, 2007). Maar heeft dit verschil in geletterdheid een invloed op het verband tussen patronen van mediagebruik en participatievariabelen? Campbell & Kwak (2010) lijken alvast aan te geven van wel. Aanvullend bij hun analyse van patronen in mediagebruik, onderzochten zij het belang van vaardigheden om via mobiele telefonie online te gaan. Hun studie wijst uit dat de positieve relatie tussen het gebruik van een gsm om informatie uit te wisselen en publieke participatie sterker werd naarmate respondenten over meer digitale vaardigheden beschikten.

Dichter bij huis ging de onderzoeksaandacht tot voor kort typisch uit naar de invloed van televisiekijken of het belang van smaakvoorkeuren (bijvoorbeeld Hooghe, 2002; Elchardus & Siongers, 2007). Meer recent zochten Hooghe & Vissers (2009) uit of het bezoeken van nieuwswebsites, bloggen, online discussiëren, en het sturen of lezen van e-mails of nieuwsbrieven met een politieke inhoud, offline politieke participatie stimuleren. In een aantal bivariante analyses bleken naar websites surfen, e-mails lezen, (ver)kopen van dingen, bloggen en online discussiëren, het nieuws volgen en politieke e-mails doorsturen allemaal positief gerelateerd aan politieke participatie in de meer traditionele zin. De samenhang met het spelen

van interactieve spelletjes was daarentegen negatief. Dit laatste verband overleefde (net als de positieve relatie met websites surfen en e-mails lezen) de meervoudige controle voor een aantal klassieke (demografische en politieke attitude) variabelen niet. Wat cultuurparticipatie betreft, ging Nulens (2011) na in welke mate het internet als kanaal voor informatie, creatie, cultuurbeleving, verkoop en distributie wordt gebruikt.

In tegenstelling tot deze eerdere Vlaamse studies opteren wij voor een bredere benadering waarbij we tegelijk oog hebben voor patronen in offline en online mediagebruik en online geletterdheid. Dit vertaalt zich in de volgende twee aanvullende onderzoeksvragen:

- **Onderzoeksvraag 3:** Hangt online geletterdheid samen met overige patronen in offline en online mediagebruik?
- **Onderzoeksvraag 4:** Heeft online geletterdheid, na controle voor de meer klassieke media-variabelen, een netto-effect op participatie in het verenigingsleven, politieke participatie en cultuurparticipatie?

## 2. De empirische toets

De survey “Sociaal-culturele verschuivingen in Vlaanderen” (SCV-survey) is een jaarlijkse survey bij een representatieve steekproef van Nederlandstalige Belgen in het Vlaamse Gewest en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. In het verleden werden deze data meermaals gebruikt om een analyse te maken van (verschillen in) participatie in verenigingsleven, politieke participatie en cultuurparticipatie. Omdat in 2010 (N = 1370) een aantal mediavariabelen werden toegevoegd, kunnen we empirisch nagaan of – binnen de theoretische krijtlijnen die eerder werden uitgezet – patronen in offline en online mediagebruik samenhangen met participatieverschillen.

### 2.1. Meetinstrument

Om de vergelijkbaarheid met het bestaande onderzoek rond participatiekloven te verhogen, baseren we de afhankelijke participatievariabelen zo veel mogelijk op eerdere publicaties in opdracht van de Vlaamse studiedienst. Zo geven we met de variabele *participatie in verenigingsleven* (Hooghe & Quintelier, 2007; Pickery & Pauwels, 2007) aan welke respondenten actief lid of bestuurslid zijn van minstens één uit een lijst van 24 verenigingen zoals een studentenvereniging, een hobbyclub of groep, een vereniging, groep of bond voor gepensioneerden, enzovoort (zie Appendix 1). In de steekproef blijkt 53,8% van de bevroegde respondenten actief deel uit te maken van minstens één vereniging. Anders geformuleerd, 46,2% van de respondenten neemt helemaal niet actief deel aan het verenigingsleven. *Politieke participatie* (Pickery & Pauwels, 2007) meten we op basis van het al dan niet deelnemen (in het voorbije jaar) aan minstens één activiteit uit een lijst van 12 politieke activiteiten zoals het tekenen van een petitie, het boycotten of opzettelijk kopen van bepaalde producten omwille van politieke, ethische of milieuredenen, het deelnemen aan een demonstratie, enzovoort (zie Appendix 2). In de steekproef geeft 43,6% van de respondenten aan het afgelopen jaar minstens één van deze concrete gedragingen te hebben uitgevoerd. De variabele *cultuurparticipatie* (Pickery & Pauwels, 2007) vertelt ons ten slotte of de respondenten het afgelopen jaar deelnamen aan minstens drie verschillende culturele activiteiten uit de volgende lijst: een

opera of een klassiek concert, een pop- of rockconcert, een jazz- of bluesconcert, een folkloristisch of traditioneel concert, een dans- of balletvoorstelling, een theatervoorstelling, een museumbezoek, een bibliotheekbezoek of een bioscoopbezoek.<sup>1</sup> In de steekproef blijkt dit voor 54,7% van de respondenten het geval te zijn.

Zoals gezegd bevat de SCV-survey ook een aantal vragen die ons meer vertellen over mogelijke patronen van mediagebruik. *Hoeveelheid televisiekijken* geeft bijvoorbeeld weer hoeveel uren televisie de respondenten gemiddeld kijken per dag. Uiteraard is dit – zoals we in het theoretische luik al aangaven – maar een ruwe indicatie van het mediagebruik van de respondenten. Daarom vullen we haar aan met een aantal variabelen die ons meer vertellen over de aard van dit mediagebruik. *Voorkeur openbare omroep* is een dichotome variabele die aangeeft of respondenten het liefst naar Eén, Canvas of Ketnet kijken, dan wel naar een andere televisiezender. Dit onderscheid is relevant omdat de openbare omroep in tegenstelling tot bijvoorbeeld commerciële zenders ook een duidelijke informerende en gemeenschapsbevorderende opdracht heeft (Hooghe, 2002; Van den Bulck & Dhoest, 2007). Wel is het hierbij belangrijk om op te merken dat een voorkeur niet noodzakelijk overeenkomt met de zenders waar respondenten daadwerkelijk het meest op afstemmen (Van den Bulck, 1995). *Volgen actualiteit* ten slotte is een samengestelde variabele die aangeeft hoe vaak respondenten de krant lezen of het nieuws volgen op televisie, radio, of het internet. Indien relevant zullen we in onze analyses een onderscheid maken tussen het gebruik van deze informatieve mediakanalen afzonderlijk.

Op basis van de SCV-vragenlijst construeren we eveneens een indirecte meting van online geletterdheid (zie ook Moreas, 2007). Uit ons literatuuroverzicht blijkt dat er heel wat visies bestaan omtrent wat mediageletterdheid nu precies is. Zelfs al worden we het als onderzoekers eens over een afgelijnde set van kennis, vaardigheden en attitudes (bijvoorbeeld van Dijk & Hacker, 2003; Potter, 2004), dan nog blijft de vraag hoe we meten of respondenten gebruik maken van dit informatieverwerkend vermogen wanneer ze omgaan met media. In tegenstelling tot een aantal andere studies (Hargittai, 2005, 2009; van Deursen & van Dijk, 2010a, 2010b) bevat de SCV-survey geen prestatiemeting of zelfrapportering van cognitieve vaardigheden. Wel kunnen we met behulp van de dataset achterhalen of respondenten vertrouwd zijn met een gevarieerde set van internettoepassingen.<sup>2</sup> Meer specifiek geeft *breedte internetgebruik* aan of respondenten op regelmatige basis gebruik maken van het internet om 19 verschillende toepassingen uit te voeren zoals communiceren, informatie opzoeken, muziek, clips of films

1 Een vergelijkbare maat voor cultuurparticipatie werd ontworpen voor de monitoring van het Pact van Vilvoorde (zie ook Pickery & Pauwels, 2007). In tegenstelling tot de definitie uit het Pact van Vilvoorde dienen respondenten in onze analyses minstens eenmaal (in plaats van tweemaal) deel te nemen aan minstens drie verschillende (in plaats van minstens één) culturele activiteiten. Deze keuze is deels ingegeven door het feit dat de SVC-survey 2010 cultuurparticipatie op twee verschillende manieren heeft bevraagd: de helft van de respondenten kon bij de verschillende culturele activiteiten kiezen tussen (o.a.) de antwoordcategorieën “één keer per jaar” en “meerdere keren per jaar”. De andere helft diende een keuze te maken tussen (o.a.) “1 tot 2 keer”, “3 tot 5 keer” en “meer dan 5 keer”. Daarom is het niet mogelijk om een variabele te creëren die aangeeft welke respondenten minstens tweemaal deelnemen aan een bepaalde culturele activiteit. Ter compensatie houden we in onze studie niet alleen rekening met frequentie (minstens eenmaal) maar ook met diversiteit (minstens drie verschillende culturele activiteiten).

2 In zekere zin volgen we hier de gangbare praktijk in cultuurparticipatieonderzoek om culturele competenties (die moeilijk te meten vallen) onrechtstreeks te meten aan de hand van culturele praktijken (Stevens, 2003). Vertaald naar online geletterdheid betekent dit dat we online competenties (die moeilijk te meten vallen) onrechtstreeks meten aan de hand van online praktijken.

downloaden, deelnemen aan virtuele gemeenschappen, enzovoort (zie Appendix 3).<sup>3</sup> Tot op zekere hoogte kunnen we er van uitgaan dat iemand die vaker gebruik maakt van een gevarieerd pakket van internettoepassingen ook over meer online vaardigheden beschikt.<sup>4</sup> Dit lijkt ons ook deels te legitimeren op basis van eerder empirisch onderzoek (Livingstone & Helsper, 2010). Toch blijft het een belangrijke beperking van dit onderzoek dat we geen directe meting hebben van online geletterdheid.

Ook de demografische variabelen geslacht, opleidingsniveau en onderwijs worden betrokken in onze analyses. *Geslacht* is een dichotome variabele waarbij man = 0 en vrouw = 1. *Opleidingsniveau* bestaat uit vijf categorieën variërend van 0 = "geen/lager onderwijs" tot 4 = "hoger universitair onderwijs". *Leeftijd* ten slotte bestaat uit 7 categorieën variërend van 0 = "18-24" tot 6 = "75+". In onze statistische analyses beschouwen we deze ordinale variabelen als metrisch.

## 2.2. Een bivariate analyse

Tabel 1 geeft een overzicht van de Pearson product-moment correlaties tussen een aantal demografische variabelen, mediavariabelen en participatievariabelen. Wat meteen opvalt, is dat er zich binnen deze dataset uiteenlopende patronen van offline en online mediagebruik aftekenen die in belangrijke mate samenhangen met opleidingsniveau en leeftijd. Ten eerste kijken respondenten met een hoger opleidingsniveau minder televisie in het algemeen en minder nieuws op televisie in het bijzonder. Wel volgen ze vaker het nieuws op radio en internet, en lezen ze vaker de krant. Ze hebben tegelijk een grotere voorkeur voor zenders van de openbare omroep. Een hoger opleidingsniveau vertaalt zich bovendien in een breder internetgebruik. Ten tweede zien we dat, wat leeftijd betreft, de resultaten minder eenduidig zijn. Ouderen kijken vaker televisie, ook naar het nieuws. Daarnaast is er een positieve samenhang tussen enerzijds leeftijd en anderzijds voorkeur voor de openbare omroep en (in beperkte mate) het lezen van de krant. Jongeren volgen daarentegen vaker het nieuws op de radio en (vooral) op het internet. Niet toevallig hangt leeftijd ook negatief samen met de breedte van het internetgebruik. Ten derde onderscheiden we een duidelijk patroon tussen de verschillende mediavariabelen onderling. Respondenten die een voorkeur hebben voor de zenders van de openbare omroep volgen ook vaker de actualiteit. Dit geldt in beperkte mate voor nieuws op televisie, maar vooral voor nieuws op internet, radio, en in de krant. Zware televisiekijkers daarentegen neigen meer naar het commerciële aanbod. Zij kijken veel naar het nieuws op televisie, maar volgen minder vaak de actualiteit op internet en de radio, en lezen ook minder vaak de krant. Met andere woorden, de doorgedreven informatiezoeker kan vooral worden herkend aan zijn of haar krant-, radio-, en internetgebruik. Dat de zware

3 Bij elk van deze 19 toepassingen kozen respondenten uit telkens zeven antwoordcategorieën, variërend van "nooit" tot "elke dag". De 19 items werden nadien opgeteld. Respondenten die "nooit" antwoord op elke toepassing scoren 0 op deze variabele. (Ook respondenten die eerder in de bevraging aangaven nooit gebruik te maken van het internet kregen dezelfde 0-score.) Een (hypothetische) respondent die aangeeft "elke dag" elk van de 19 toepassingen te gebruiken krijgt de maximum score van 114. In onze meervoudige logistische regressieanalyses herschalen we deze variabele naar breedte internetgebruik/7 om de interpretatie te vereenvoudigen. Een toename van één eenheid komt daardoor ongeveer overeen met het gebruik van één extra internettoepassing.

4 Omdat respondenten gebruik en niet vaardigheden rapporteren, zijn deze resultaten vermoedelijk minder vertekend door sociale wenselijkheid. Toch lijkt het ons waarschijnlijk dat respondenten geneigd zijn het gebruik van internettoepassingen te overschatten. Hetzelfde geldt trouwens voor de metingen van participatie in het verenigingsleven, politieke participatie en cultuurparticipatie.

**Tabel 1** – Correlatiematrix demografische, media- en participatievariabelen

	1	2	3	4	5
1. Geslacht (vrouw)	1				
2. Opleidingsniveau	0,03	1			
3. Leeftijd	0,00	-0,28**	1		
4. Hoeveelheid televisie	0,05	-0,32**	0,26**	1	
5. Voorkeur VRT	-0,10**	0,28**	0,17**	-0,15**	1
6. Nieuws televisie	-0,04	-0,11**	0,32**	0,33**	0,10**
7. Nieuws radio	-0,06*	0,24**	-0,07*	-0,15**	0,20**
8. Nieuws internet	-0,08**	0,43**	-0,36**	-0,20**	0,18**
9. Lezen krant	-0,06*	0,15**	0,07*	-0,06*	0,18**
10. Breedte internetgebruik	-0,12**	0,48**	-0,61**	-0,23**	0,09**
11. Participatie in verenigingsleven	-0,12**	0,15**	-0,03	-0,15**	0,12**
12. Politieke participatie	0,00	0,29**	-0,14**	-0,18**	0,16**
13. Cultuurparticipatie	0,00	0,43**	-0,26**	-0,25**	0,21**

Alle testen zijn two-tailed. \* $p < 0,05$ ; \*\* $p < 0,01$ .

Bron: SCV-survey 2010.

televisiekijker ook vaker het televisienieuws volgt, is niet zo verwonderlijk. Door de gelijktijdige programmering van bijvoorbeeld het nieuws (VTM) en het journaal (Eén) blijft de kijker waarschijnlijk trouw aan zijn of haar favoriete zender. Een meer gedetailleerde bevraging van de mate waarin individuen verschillende types (minder en meer laagdrempelige) actualiteitsprogramma's volgen, levert mogelijk een meer gedifferentieerd beeld op. Tot slot vinden we een uitgesproken positief verband tussen het gebruik van online internettoepassingen en het volgen van het nieuws op het internet.

Op basis van de zero-order correlaties in Tabel 1 kunnen we reeds een aantal uitspraken doen over de samenhang tussen demografische en mediavariabelen enerzijds en participatie in het verenigingsleven, politieke participatie, en cultuurparticipatie anderzijds. Vooral opleidingsniveau blijkt in belangrijke mate samen te hangen met zowel mediagebruik als participatie. Een voorkeur voor de VRT en het volgen van de actualiteit op radio, internet en in de krant hangen op hun beurt positief samen met elk van de drie participatievariabelen. Ook onderling blijken de participatievariabelen ten slotte positief samen te hangen.

### 2.3. Een genuanceerder beeld: de invloed van (online) mediagebruik op participatie

Om inzicht te krijgen in de netto-effecten van de demografische en mediavariabelen hebben we nood aan een meer complex analysemodel. Daarom maken we gebruik van drie afzonderlijke meervoudige (binaire) logistische regressies met participatie in het verenigingsleven, politieke participatie en cultuurparticipatie als afhankelijke variabelen. In een eerste stap voeren we telkens de drie demografische variabelen geslacht, leeftijd en opleidingsniveau in. In een tweede stap voegen we daar een aantal mediavariabelen aan toe, met name

6	7	8	9	10	11	12	13
1							
0,11**	1						
-0,10**	0,19**	1					
0,14**	0,18**	0,13**	1				
-0,17**	0,17**	0,75**	0,09**	1			
-0,04	0,14**	0,13**	0,16**	0,16**	1		
-0,04	0,14**	0,24**	0,12**	0,29**	0,15**	1	
-0,07**	0,20**	0,35**	0,17**	0,42**	0,20**	0,28**	1

hoeveelheid televisiegebruik, voorkeur openbare omroep, volgen actualiteit en breedte internetgebruik. Als de betekenisvolle effecten van de demografische variabelen in deze tweede stap (deels) verdwijnen, verloopt het effect van de demografische kenmerken (deels) langs mediagebruik. In een derde stap testen we tenslotte de interactie-effecten tussen leeftijd en de verschillende mediavariabelen. Op die manier kunnen we achterhalen of de (eventuele) effecten van (online) mediagebruik verschillen in functie van leeftijd.

Strikt genomen laat het cross-sectionele design van deze studie niet toe om causale uitspraken te doen. Wel krijgen we met behulp van deze meervoudige regressiemodellen een genuanceerd beeld van de mate waarin demografische en mediavariabelen samenhangen met participatieverschillen.

### 2.3.1. Participatie in verenigingsleven

Tabel 2 geeft een overzicht van de coëfficiënten in de meervoudige logistische regressie van participatie in het verenigingsleven op demografische en mediavariabelen. Het intercept in *blok 1* kan worden geïnterpreteerd als de kans die een mannelijke respondent met het laagste opleidingsniveau (geen/lager onderwijs) uit de jongste leeftijdscategorie (18-24) heeft om actief te participeren in minstens één vereniging. Die kans blijkt ongeveer 47% te zijn. Vrouwen hebben een kleinere kans om te participeren. Ter vergelijking, een vrouwelijke respondent tussen 18 en 24 met het laagste opleidingsniveau heeft slechts 34% kans om te participeren in het verenigingsleven. In lijn met onze bivariate verkenning, heeft opleidingsniveau een sterk positief effect. Leeftijd ten slotte speelt geen substantiële rol in dit model.

**Tabel 2** – Meervoudige logistische regressie met participatie in verenigingsleven als afhankelijke variabele

	Blok 1		Blok 2		Blok 3	
	B	Exp(B)	B	Exp(B)	B	Exp(B)
<b>Blok 1: Demografische variabelen</b>						
Intercept	-0,13	0,88	-0,70	0,50	-0,08	0,92
Geslacht (vrouw)	-0,52 ***	0,59	-0,38 **	0,68	-0,37 **	0,69
Opleidingsniveau	0,25 ***	1,28	0,05	1,06	0,06	1,06
Leeftijd	0,02	1,02	0,09 *	1,09	-0,17	0,85
<b>Blok 2: Mediavariabelen</b>						
Uren televisie per dag			-0,14 ***	0,87	-0,15 *	0,86
Voorkeur VRT			0,15	1,16	0,27	1,30
Volgen actualiteit			0,05 **	1,05	-0,01	0,99
Breedte internetgebruik / 7			0,08 *	1,08	0,12 *	1,13
<b>Blok 3: Interacties</b>						
Leeftijd*uren televisie per dag					0,01	1,01
Leeftijd*voorkeur VRT					-0,04	0,96
Leeftijd*volgen actualiteit					0,02 **	1,02
Leeftijd*breedte internetgebruik / 7					-0,02	0,98

\* $p < 0,05$ ; \*\* $p < 0,01$ ; \*\*\* $p < 0,001$

Bron: SCV-survey 2010.

Wanneer we de mediavariabelen in *blok 2* bij onze analyse betrekken, blijkt dat ook na controle voor demografische variabelen het aantal uren televisiekijken een negatief effect heeft op participatie in het verenigingsleven. Putnam's centrale these blijft dus ook in onze analyses overeind. Toch nuanceert ons model enigszins het negatieve effect van mediagebruik: het volgen van de actualiteit heeft een significant positieve invloed op de kans tot participeren. Dit geldt trouwens ook voor de breedte van het internetgebruik. Voorts valt op dat in deze tweede stap de sterkte van de effecten van geslacht en opleidingsniveau afneemt. Dat laagopgeleide vrouwen minder participeren in het verenigingsleven valt dus deels te verklaren doordat ze ook minder de actualiteit volgen en minder breed gebruik maken van het internet. Op basis van *blok 3* blijkt dat de effecten van de verschillende mediavariabelen op participatie in het verenigingsleven grotendeels vergelijkbaar blijven over de verschillende leeftijdsgroepen heen. Enkel wat betreft het volgen van de actualiteit neemt de positieve invloed enigszins toe naarmate respondenten ouder worden.

### 2.3.2. Politieke participatie

Tabel 3 geeft een overzicht van de coëfficiënten in de meervoudige logistische regressie van politieke participatie op demografische en mediavariabelen. Het intercept uit *blok 1* kan hier opnieuw worden geïnterpreteerd als de kans die een mannelijke respondent met het laagste opleidingsniveau (geen/lager onderwijs) uit de jongste leeftijdscategorie (18-24) heeft om jaarlijks minstens een politieke activiteit uit te voeren. Die kans blijkt ongeveer 23% te zijn, wat een stuk lager ligt dan bij participatie in het verenigingsleven. In dit geval hebben mannen

ongeveer even veel kans om te participeren als vrouwen. Opleidingsniveau hangt opnieuw sterk positief samen met de afhankelijke variabele. Zo stijgt de kans tot politiek participeren bij mannelijke respondenten uit de jongste leeftijdscategorie met een hoger universitair diploma tot 64%. Ook het effect van leeftijd is duidelijk positief. De kwadratische term geeft echter aan dat dit positieve verband afbuigt naarmate respondenten ouder worden.<sup>5</sup> Vooral vanaf 65 jaar participeren de respondenten opvallend minder.

**Tabel 3** – Meervoudige logistische regressie met politieke participatie als afhankelijke variabele

	Blok 1		Blok 2		Blok 3	
	B	Exp(B)	B	Exp(B)	B	Exp(B)
<b>Blok 1: Demografische variabelen</b>						
Intercept	-1,22	0,29	-2,08	0,13	-1,22	0,30
Geslacht (vrouw)	-0,04	0,96	0,18	1,19	0,19	1,21
Opleidingsniveau	0,45 ***	1,56	0,22 ***	1,24	0,20 **	1,23
Leeftijd	0,23 *	1,26	0,33 **	1,40	-0,05	0,96
Leeftijd <sup>2</sup>	-0,05 **	0,95	-0,05 *	0,95	-0,03	0,97
<b>Blok 2: Mediavariabelen</b>						
Uren televisie per dag			-0,10 **	0,90	-0,12	0,88
Voorkeur VRT			0,33 *	1,40	0,32	1,37
Volgen actualiteit			0,02	1,02	-0,01	0,99
Breedte internetgebruik / 7			0,17 ***	1,20	0,13 *	1,14
<b>Blok 3: Interacties</b>						
Leeftijd*uren televisie per dag					0,01	1,01
Leeftijd*voorkeur VRT					0,01	1,01
Leeftijd*volgen actualiteit					0,01	1,01
Leeftijd*breedte internetgebruik / 7					0,02	1,02

\* $p < 0,05$ ; \*\* $p < 0,01$ ; \*\*\* $p < 0,001$

Bron: SCV-survey 2010.

In *blok 2* zien we de partiële regressiecoëfficiënt van opleidingsniveau kleiner worden. Dit suggereert opnieuw dat het effect van opleidingsniveau indirect verloopt via mediagebruik. Met andere woorden, omdat opleidingsniveau sterk samenhangt met specifieke patronen van mediagebruik wordt de participatiekloof nog versterkt. Bij leeftijd blijkt daarentegen dat mediavariabelen (wanneer ze zoals in *blok 1* niet worden opgenomen in de meervoudige regressie) de positieve relatie tussen leeftijd en politieke participatie deels verbergen: het netto-effect van leeftijd neemt toe in de tweede stap van ons analysemodel. In Tabel 1 zagen we al dat oudere mensen meer televisiekijken. Televisie hangt (opnieuw) negatief samen met participatie. Bovendien zijn ouderen (veel) minder vertrouwd met het web. De breedte van het internetgebruik oefent (opnieuw) een positieve invloed uit. Daarbij valt bovendien het relatief grote effect op. Juist omdat deze factoren samenhangen met politieke participatie,

5 Ook in de meervoudige logistische regressies met participatie in verenigingsleven en cultuurparticipatie voerden we deze kwadratische term aanvankelijk in. Omdat dit curvilineaire verband in beide gevallen niet significant bleek, rapporteren we in Tabel 2 en 4 enkel het lineaire verband tussen leeftijd en participatie.



wordt het verschil in politieke participatie tussen jongeren en ouderen enigszins ingeperkt. Daarnaast oefent ook een voorkeur voor de openbare omroep (opnieuw) een positieve invloed uit. Verrassend genoeg draagt het volgen van de actualiteit niet bij tot politieke participatie. Een meer gedetailleerde analyse leert dat – wanneer we het volgen van de actualiteit weer uitsplitsen naar medium – enkel het lezen van de krant een (significant) positief netto-effect heeft op de afhankelijke variabele.

In *blok 3* betrekken we de interactie-effecten tussen leeftijd en de mediavariabelen opnieuw bij onze analyse. Deze keer blijft het verband tussen mediagebruik en politieke participatie over de volledige lijn constant voor de verschillende leeftijdsgroepen.

### 2.3.3. Cultuurparticipatie

Tabel 4 geeft tot slot een overzicht van de coëfficiënten in de meervoudige logistische regressie van cultuurparticipatie op demografische en mediavariabelen. Het intercept in *blok 1* illustreert dat laaggeschoolde mannen uit de jongste leeftijdscategorie 32% kans hebben om minstens eenmaal te participeren aan minstens drie verschillen types culturele activiteiten. Voor de derde keer op rij hangt opleidingsniveau sterk positief samen met participatie – bij hoog opgeleide mannen tussen 18 en 24 loopt de kans tot cultuurparticipatie op tot maar liefst 91%. Naarmate respondenten ouder worden neemt deze kans geleidelijk af.

**Tabel 4.** – Meervoudige logistische regressie met cultuurparticipatie als afhankelijke variabele

	Blok 1		Blok 2		Blok 3	
	B	Exp(B)	B	Exp(B)	B	Exp(B)
<b>Blok 1: Demografische variabelen</b>						
Intercept	-0,75	0,47	-2,12	0,12	-1,92	0,15
Geslacht (vrouw)	-0,02	0,98	0,29 *	1,34	0,30 *	1,35
Opleidingsniveau	0,76 ***	2,14	0,46 ***	1,58	0,47 ***	1,60
Leeftijd	-0,19 ***	0,83	-0,08	0,93	-0,20	0,82
<b>Blok 2: Mediavariabelen</b>						
Uren televisie per dag			-0,14 **	0,87	-0,12	0,89
Voorkeur VRT			0,54 ***	1,72	0,78 **	2,17
Volgen actualiteit			0,06 ***	1,06	0,02	1,02
Breedte internetgebruik / 7			0,19 ***	1,21	0,25 ***	1,29
<b>Blok 3: Interacties</b>						
Leeftijd*uren televisie per dag					-0,01	0,99
Leeftijd*voorkeur VRT					-0,08	0,93
Leeftijd*volgen actualiteit					0,02	1,02
Leeftijd*breedte internetgebruik / 7					-0,03	0,98

\* $p < 0,05$ ; \*\* $p < 0,01$ ; \*\*\* $p < 0,001$

Bron: SCV-survey 2010.

In de tweede stap merken we dat de effecten van opleidingsniveau en leeftijd minder belangrijk worden. Deze relatie wordt dus opnieuw (deels) gemedieerd door mediagebruik. Het belang van geslacht neemt echter toe. Na controle voor mediavariabelen blijkt namelijk dat

vrouwen meer cultureel participeren dan mannen. Met betrekking tot de overige netto-effecten valt vooral de belangrijke rol van “voorkeur VRT” en (opnieuw) “breedte internetgebruik” op. Ook de positieve invloed van het volgen van de actualiteit is substantieel. Voor de derde keer op rij is het effect van uren televisie per dag daarentegen duidelijk negatief. Net zoals bij politieke participatie verschillen de effecten van offline en online mediagebruik op cultuurparticipatie niet significant in functie van leeftijd.

## Discussie en implicaties voor het beleid

Dat massamedia in het algemeen, en televisie in het bijzonder, een bijzondere rol spelen in de samenleving ligt voor de hand. Als burgers en consumenten worden we dagelijks langs allerhande mediakanalen aangesproken. De steile opgang van het internet vergroot de continue nabijheid van mediaboodschappen. Een aantal kritische stemmen poneren onomwonden dat de overvloed aan informatie en entertainment ten koste van participatie in het verenigingsleven, politieke participatie, en cultuurparticipatie gaat. Andere onderzoekers wijzen dan weer op de vele mogelijkheden die het medialandschap – zowel offline als online – biedt. In deze bijdrage onderzochten we daarom op basis van recente Vlaamse survey-data op welke manier mediagebruik samenhangt met participatie.

In onze eerste twee onderzoeksvragen namen we de relatie tussen offline en online patronen in mediagebruik en ongelijke participatie onder de loep. Bijzondere aandacht ging daarbij uit naar mogelijke verschillen in functie van leeftijd. We stellen echter vast dat er zich vooral op basis van opleidingsniveau een op de openbare omroep gericht en informatief mediapatroon aftekent. Een voorkeur voor de zenders van de publieke omroep hangt daarbij positief samen met het volgen van de actualiteit. Dat betekent niet dat elke hoogopgeleide daartoe hetzelfde kanaal gebruikt. Ouderen halen hun nieuws bijvoorbeeld vaker uit de televisie of de krant. Voor jongere informatiezoekers is het internet daarentegen in toenemende mate het nieuwsmedium bij uitstek (Bakker & de Vreese, 2011). Een op de openbare omroep gericht en informatief mediapatroon heeft bovendien een aantal positieve gevolgen. Na controle voor demografische kenmerken, hangen een voorkeur voor de publieke omroep en het volgen van de actualiteit doorgaans positief samen met participatie in verenigingsleven, politieke participatie en cultuurparticipatie. Meestal zijn deze verschillen van substantiële omvang. Dit in schril contrast met het profiel van de zware televisiekijker. Die is in de regel lager geschoold en meer op commerciële zenders gericht. Tegelijk heeft hij of zij duidelijk minder kans om maatschappelijk te participeren. Deze effecten verschillen trouwens nauwelijks in functie van leeftijd. Met andere woorden, zelfs al zijn er generatieverschillen wat betreft hoeveelheid en type mediagebruik, de invloed die elk van de mediavariabelen uitoefent op participatie blijft ongeveer constant voor de verschillende leeftijdsgroepen.

In onderzoeksvraag drie en vier stelden we vervolgens online geletterdheid centraal. De indirecte meting van internetvaardigheden geeft aan dat vooral hoog opgeleiden en jongeren hun weg vinden op het web. Voorts hangt de breedte van het internetgebruik in belangrijke mate samen met overige patronen in offline en online mediagebruik. Meer specifiek is de op de openbare omroep en informatie gerichte mediagebruiker in de regel ook meer vertrouwd met het internet. Bovendien biedt de breedte van het internetgebruik ook na controle op demografische

en meer traditionele mediavariabelen een belangrijke bijkomende verklaring voor ongelijke participatie.

De gehanteerde regressiemodellen vertrokken telkens van de assumptie dat demografische en mediavariabelen een invloed uitoefenen op participatie, en niet andersom. Meer dan waarschijnlijk loopt dit effect in beide richtingen: een informatief mediagebruik stimuleert bijvoorbeeld participatie, terwijl participatie op haar beurt de behoefte verhoogt aan maatschappelijk georiënteerde informatie. Beide zijn bovendien het resultaat van brede socialisatieprocessen thuis, op school, met peers, op het werk, enzovoort. Deze nuances doen echter geen afbreuk aan onze centrale vaststelling: ongelijke participatie is niet louter sociaaldemografisch te vatten, ook (online) mediagebruik speelt een rol.

Op basis van onze analyses is het mogelijk een aantal beleidsaanbevelingen te formuleren wat mediageletterdheid betreft. Van een overheid kan namelijk een mediabeleid worden verwacht dat (ook) expliciet inzet op sociaal-culturele uitdagingen. Omgekeerd moet een sociaal-cultureel beleid rekening houden met het toenemende belang van (offline en online) media in onze samenleving.

Ten eerste, het gebruik van meer traditionele media zoals de krant en televisie blijft – ondanks de opkomst van het web – samenhangen met participatieverschillen. Met andere woorden, inspanningen met betrekking tot mediageletterdheid kunnen zich beter niet uitsluitend focussen op internetgebruik. Aan de aanbodzijde speelt de publieke omroep nog steeds een duidelijke rol. Het marktaandeel van de VRT is hoog – ook in de SCV-bevraging geeft een meerderheid van respondenten Eén of Canvas op als voorkeurzender. Toch blijkt uit onze bivariate analyses dat met dit aandeel vooral de hoger opgeleiden worden bereikt. Hetzelfde geldt voor het volgen van het nieuws op de radio of het lezen van de krant. Met andere woorden, ook hier blijft een belangrijke uitdaging voor beleidsmakers weggelegd. De SCV-data suggereren dat daarbij niet enkel aan het programma-aanbod moet worden gewerkt. Zo lijkt het succes van nieuwsuitzendingen op televisie op het eerste zicht een positief gegeven. Een bijkomende analyse leert echter dat de netto-effecten van regelmatige blootstelling hier – in tegenstelling tot bij radio en vooral de krant – verwaarloosbaar zijn of zelfs in de negatieve richting gaan. Kortom, democratisering van het aanbod leidt niet noodzakelijk tot verandering. Ook aan de receptiezijde moet worden gevormd en geschaafd. Mediagebruik is in belangrijke mate afhankelijk van motivatie, kennis en vaardigheden die op hun beurt samenhangen met sociaaldemografische kenmerken. Binnen deze context lijkt mediageletterdheid vooral een taak van onderwijs en sociaal-culturele organisaties, eerder dan van de publieke omroep.

Dat print en audiovisuele media belangrijk blijven, wil niet zeggen dat de toenemende beleidsaandacht voor online vaardigheden onterecht is. Onze analyses tonen duidelijk aan dat de breedte van het internetgebruik positief samenhangt met participatie. Toch willen we, ten tweede, beklemtonen dat een aantal belangrijke parallellen met meer traditionele massamedia vaak onderbelicht blijven. Vooral voor jongere leeftijdsgroepen is het internet in belangrijke mate een vorm van vrijetijdsbesteding, waarbij ze chatten of mailen met vrienden, zich amuseren op sociale netwerk- of entertainmentsites, muziek en films downloaden, enzovoort (Buckingham, 2007a, 2007b, 2007c). Populaire nieuws- en entertainmentsites zijn doorgaans verlengstukken van bestaande mediabedrijven. Zelfs sociale netwerksites en zoekmachines proberen – net als meer klassieke mediabedrijven – met behulp van media-inhouden een zo

groot mogelijk publiek aan zich te binden. Een aantal klassieke communicatiewetenschappelijke vragen over de commercialisering van het beschikbare media-aanbod en de kritische competentie van de mediagebruiker boeten daarom nauwelijks aan belang in (Potter, 2009). Op dat vlak schiet de SCV-dataset enigszins tekort. We hebben nood aan een meer genuanceerde meting van online mediagebruik. Daarbij pleiten we voor een brede invulling (en meting) van het concept mediageletterdheid met aandacht voor kennis en vaardigheden over verschillende mediakanalen heen. Meer specifiek denken we aan een beter inzicht in de werking van mediaorganisaties, de narratieve conventies van mediaboodschappen, en de positieve en negatieve gevolgen van blootstelling hieraan. Ook online blijft het voor mediagebruikers belangrijk om de betrouwbaarheid van een bron te achterhalen, een analyse van de inhoud en de vorm van een mediaboodschap te maken, en stil te staan bij de mogelijke impact van het eigen internetgebruik.

Ten derde, zelfs al hangen brede patronen in offline en online mediagebruik samen met participatie in verenigingsleven, politieke participatie, en cultuurparticipatie, de manier waarop dit mechanisme werkt is niet noodzakelijk mediumafhankelijk. Wat televisie betreft lijkt een meer selectieve blootstelling aan mediaboodschappen bijvoorbeeld wenselijk. Op het web schijnt meer daarentegen ook beter te zijn: het regelmatig gebruik van een breed arsenaal aan internettoepassingen heeft een positief effect op elk van de drie afhankelijke variabelen. Maar ook binnen de variabele die de breedte van het internetgebruik meet, is de variatie aan activiteiten erg groot. Het online aankopen van een dvd kan niet zomaar gelijk worden geschakeld met het opzoeken van informatie over een film of het bediscussiëren van de kwaliteit ervan op een sociale netwerksite. Deze toepassingen creëren mogelijkheden om te participeren, maar ze doen dat niet altijd op dezelfde manier. Anders geformuleerd, de relatie tussen (online) mediagebruik en de participatiekloof blijft erg complex. Een beleid rond mediageletterdheid kan daarom slechts werken rond scherp afgelijnde prioriteiten als zowel de antecedenten als de gevolgen van verschillende types mediagebruik meer gedetailleerd in kaart zijn gebracht.

## BIBLIOGRAFIE

- Arsenault, A. H. & Castells, M. (2008). The Structure and Dynamics of Global Multi-Media Business Networks. In: *International Journal of Communication*, 2, 707-748.
- Aufderheide, P. (Ed.). (1993). *Media Literacy. A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy*. Aspen, CO: Aspen Institute.
- Bakker, T. P. & de Vreese, C. H. (2011). Good News for the Future? Young People, Internet Use, and Political Participation. In: *Communication Research*, online vanaf 20 januari 2011.
- Bennett, W.L. (2008). *Civic life online: Learning how digital media can engage youth*. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Cambridge: MIT Press.
- Blumler, J. G. (1979). The Role of Theory in Uses and Gratifications Studies. In: *Communication Research*, 6(1), 9-36.
- Blumler, J. G., & Katz, E. (red.). (1974). *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Bral, L., Carton, A., Noppe, J., Pauwels, G., Pickery, J. & Verlet, D. (2011). Sociale, maatschappelijke, en politieke participatie in Vlaanderen en Europa. In: Noppe, J., Vanderleyden, L. & Callens, M. (red.), *De sociale staat van Vlaanderen 2011*. Brussel: Studiedienst van de Vlaamse regering, 257-308.

- Buckingham, D. (2000). *The making of citizens: Young people, news and politics*. London: Routledge.
- Buckingham, D. (2003). *Media education. Literacy, learning and contemporary culture*. Cambridge: Polity Press.
- Buckingham, D. (2007a). Digital Media Literacies: rethinking media education in the age of the Internet. In: *Research in Comparative and International Education*, 2(1), 43-55.
- Buckingham, D. (2007b). Introducing Identity. In Buckingham, D. (red.). *Youth, Identity, and Digital Media*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 1-22.
- Buckingham, D. (2007c). Media education goes digital: an introduction. In: *Learning, Media and Technology*, 32(2), 111-119.
- Campbell, S. W. & Kwak, N. (2010). Mobile Communication and Civic Life: Linking Patterns of Use to Civic and Political Engagement. In: *Journal of Communication*, 60(3), 536-555.
- Carton, A. & Pauwels, G. (2005). Burgerschap in Vlaanderen anno 2004. De perceptie van de rol van de burger en de overheid in de weegschaal gelegd. In: Pickery, J. (red.). *Vlaanderen gepeild 2005*. Brussel: Administratie Planning en Statistiek, 87-129.
- Castells, M. (2009). *Communication Power*. New York: Oxford University Press.
- Claeys, J., Elchardus, M. & Vandebroeck, D. (2005). De smalle toegang tot cultuur. Een empirische analyse van cultuurparticipatie en van de samenhang tussen sociale participatie en cultuurparticipatie. In: Pickery, J. (red.). *Vlaanderen gepeild 2005*. Brussel: Administratie Planning en Statistiek, 7-35.
- Cooper, R. & Tang, T. (2009). Predicting Audience Exposure to Television in Today's Media Environment: An Empirical Integration of Active-Audience and Structural Theories. In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 53(3), 400-418.
- DiMaggio, P., Hargittai, E., Celeste, C. & Shafer, S. (2004). Digital inequality: From unequal access to differentiated use. In: Neckerman, K. (red.). *Social inequality*. New York: Russell Sage Foundation, 355-400.
- Elchardus, M., Huyse, L. & Hooghe, M. (2001). *Het maatschappelijke middenveld in Vlaanderen*. Brussel: VUBpress.
- Elchardus, M. & Siongers, J. (2007). Ethnocentrism, taste and symbolic boundaries. *Poetics*, 35(4-5), 215-238.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M. & Signorielli, N. (1980). The "Mainstreaming" of America: Violence Profile No. 11. In: *Journal of Communication*, 30(3), 10-29.
- Hargittai, E. (2005). Survey Measures of Web-Oriented Digital Literacy. In: *Social Science Computer Review*, 23(3), 371-379.
- Hargittai, E. (2009). An Update on Survey Measures of Web-Oriented Digital Literacy. In: *Social Science Computer Review*, 27(1), 130-137.
- Hooghe, M. (2002). Watching Television and Civic Engagement: Disentangling the Effects of Time, Programs, and Stations. In: *Harvard International Journal of Press/Politics*, 7(2), 84-104.
- Hooghe, M. & Quintelier, E. (2007). Naar een vergrijzing van het verenigingsleven? Trends in de participatie aan het verenigingsleven in Vlaanderen, 1998-2006. In: Pickery, J. (red.). *Vlaanderen Gepeild 2007*. Brussel: Studiedienst van de Vlaamse Regering, 141-166.
- Hooghe, M. & Vissers, S. (2009). Ongelijkheden in het internetgebruik in België. In: Walgrave, S., Hooghe, M., Bennett, L. & Stolle, D. (red.). *Politieke mobilisatie en nieuwe communicatietechnologie: een multilevel studie van de digital divide*. Brussel: Academia Press, 13-37.
- Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V. & Crawford, A. (2002). Internet Paradox Revisited. In: *Journal of Social Issues*, 58(1), 49-74.

- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukopadhyay, T. & Scherlis, W. (1998). Internet Paradox: A Social Technology That Reduces Social Involvement and Psychological Well-Being? In: *American Psychologist*, 53(9), 1017-1031.
- Lievens, J. & Waeye, H. (2011a). *Participatie in Vlaanderen 1. Basisgegevens van de participatiesurvey 2009*. Leuven: Acco.
- Lievens, J. & Waeye, H. (2011b). *Participatie in Vlaanderen 2. Eerste analyses van de Participatiesurvey 2009*. Leuven: Acco.
- Lievens, J., Waeye, H. & De Meulemeester, H. (2006). *Cultuurparticipatie gewikt en gewogen. Basisgegevens van de survey 'Cultuurparticipatie in Vlaanderen 2003 - 2004'*. Antwerpen: Uitgeverij De Boeck.
- Livingstone, S. (2004). Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies. In: *The Communication Review*, 7(1), 3-14.
- Livingstone, S. (2008). Engaging With Media – A Matter of Literacy? In: *Communication, Culture & Critique*, 1(1), 51-62.
- Livingstone, S. & Helsper, E. (2010). Balancing opportunities and risks in teenagers' use of the internet: the role of online skills and internet self-efficacy. In: *New Media & Society*, 12(2), 309-329.
- Martens, H. (2010). Evaluating Media Literacy Education: Concepts, Theories and Future Directions. In: *Journal of Media Literacy Education*, 2(1), 1-22.
- McLeod, J. M., Scheufele, D. A. & Moy, P. (1999). Community, communication, and participation: The role of mass media and interpersonal discussion. In: *Political Communication*, 16(3), 315-336.
- Moreas, M.-A. (2007). *Digitale kloof in Vlaanderen*. Brussel: Studiedienst van de Vlaamse Regering.
- Noppe, J., Vanderleyden, L. & Callens, M. (red.). (2011). *De sociale staat van Vlaanderen 2011*. Brussel: Studiedienst van de Vlaamse Regering.
- Norris, P. (1996). Does Television Erode Social Capital? A Reply to Putnam. In: *PS: Political Science and Politics*, 29(3), 474-480.
- Norris, P. (2001). *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty and the Internet World Wide*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Norris, P. (2002). *Democratic Phoenix: Reinventing Political Activism*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Nulens, G. (2011). Het internet als instrument voor cultuurparticipatie. In: Lievens, J. & Waeye, H. (red.). *Participatie in Vlaanderen 2. Eerste analyses van de Participatiesurvey 2009*. Leuven: Acco, 347-374.
- Papacharissi, Z. & Rubin, A. M. (2000). Predictors of Internet Use. In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(2), 175-196.
- Pasek, J., Kenski, K., Romer, D. & Jamieson, K. H. (2006). America's Youth and Community Engagement. In: *Communication Research*, 33(3), 115-135.
- Pickery, J., & Pauwels, G. (2007). *Wie participeert niet? Ongelijke deelname aan het maatschappelijke leven in verschillende domeinen*. Brussel: Studiedienst van de Vlaamse Regering.
- Potter, W. J. (2004). *Theory of media literacy: A cognitive approach*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Potter, W. J. (2009). *Arguing for a General Framework for Mass Media Scholarship*. Thousand Oaks: Sage.
- Putnam, R. D. (1995a). Bowling Alone: America's Declining Social Capital. In: *Journal of Democracy*, 6(1), 65-78.
- Putnam, R. D. (1995b). Tuning In, Tuning Out: The Strange Disappearance of Social Capital in America. In: *PS: Political Science and Politics*, 28(4), 664-683.

- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simons & Schuster.
- Raad voor Cultuur (2005). *Mediawijsheid. De ontwikkeling van nieuw burgerschap*. Den Haag: Raad voor Cultuur.
- Robinson, M. J. (1976). Public Affairs Television and the Growth of Political Malaise: The Case of "The Selling of the Pentagon". In: *The American Political Science Review*, 70(2), 409-432.
- Romer, D., Jamieson, K. H. & Pasek, J. (2009). Building Social Capital in Young People: The Role of Mass Media and Life Outlook. In: *Political Communication*, 26(1), 65-83.
- Rubin, A. M. (1984). Ritualized and Instrumental Television Viewing. In: *The Journal of Communication*, 34(3), 67-77.
- Sectorraad Media (2009). *Advies aangaande mediageletterdheid*. [http://www.cjsm.vlaanderen.be/raadcjsm/SR\\_medialadviezen/225\\_08\\_MED\\_advies\\_mediageletterdheid\\_20090910.pdf](http://www.cjsm.vlaanderen.be/raadcjsm/SR_medialadviezen/225_08_MED_advies_mediageletterdheid_20090910.pdf), geraadpleegd op 25 juli 2011.
- Shah, D. V. (1998). Civic Engagement, Interpersonal Trust, and Television Use: An Individual-Level Assessment of Social Capital. In: *Political Psychology*, 19(3), 469-496.
- Shah, D. V., Cho, J., Eveland, W. P. & Kwak, N. (2005). Information and Expression in a Digital Age. In: *Communication Research*, 32(5), 531-565.
- Shah, D. V., Kwak, N. & Holbert, R. L. (2001). "Connecting" and "Disconnecting" With Civic Life: Patterns of Internet Use and the Production of Social Capital. In: *Political Communication*, 18(2), 141-162.
- Shah, D. V., McLeod, J. M. & Yoon, S.-H. (2001). Communication, Context, and Community. In: *Communication Research*, 28(4), 464-506.
- Shah, D. V., Schmierbach, M., Hawkins, J., Espino, R. & Donovan, J. (2002). Nonrecursive Models of Internet Use and Community Engagement: Questioning Whether Time Spent Online Erodes Social Capital. In: *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 79(4), 964-987.
- Stevens, F. (2003). Kan het middenveld bijdragen tot de vorming van culturele praktijken? In: Laermans, R., Lievens, J. & Waegel, H. (red.). *Cultuurkijker. Aanzetten voor cultuuronderzoek in Vlaanderen*. Antwerpen: Uitgeverij De Boeck, 169-207.
- Van den Bulck, H. & Dhoest, A. (2007). Programmering: het precaire evenwicht tussen informatie, educatie, cultuur en ontspanning. In: Dhoest, A. & Van den Bulck, H. (red.). *Publieke televisie in Vlaanderen. Een geschiedenis*. Gent: Academia Press, 173-198.
- Van den Bulck, J. (1995). The Selective Viewer: Defining (Flemish) Viewer Types. In: *European Journal of Communication*, 10(2), 147-177.
- Van Deursen, A. J. A. M., & van Dijk, J. (2010a). Internet Skills and the Digital Divide. In: *New Media & Society*, online gepubliceerd op 6 december 2010, voor de eigenlijke druk.
- Van Deursen, A. J. A. M., & van Dijk, J. (2010b). Measuring Internet Skills. In: *International Journal of Human-Computer Interaction*, 26(10), 891 - 916.
- Van Dijk, J., & Hacker, K. (2003). The Digital Divide as a Complex and Dynamic Phenomenon. In: *Information Society*, 19(4), 315-326.
- Van Eijck, K., & Lievens, J. (2008). Cultural omnivorousness as a combination of highbrow, pop, and folk elements: The relation between taste patterns and attitudes concerning social integration. In: *Poetics*, 36(2-3), 217-242.
- Vlaams Parlement (2010). *Stuk 209 (2009-2010), nr. 1*. Brussel: Vlaams Parlement.
- Vlegels, J. & Lievens, J. (2011). Louter een kwestie van voorkeur en goesting? Over kunsten- en erfgoedparticipatie, bekeken door een cultuursociologische bril. In Lievens, J. & Waegel, H. (red.). *Participatie in Vlaanderen. Eerste analyses van de Participatiesurvey 2009*. Leuven: Acco, 235-272.

## Appendix 1

### Meting participatie in verenigingsleven

In ons land zijn nogal wat mensen aangesloten bij verenigingen. Ik ga u een lijst met een aantal soorten verenigingen voorlezen. Kunt u mij zeggen of u daar nu lid van bent of soms vroeger lid bent van geweest en indien u nu lid bent of dat dan is als actief lid, passief lid of bestuurslid? Met een passief lid bedoelen wij iemand die enkel het lidgeld betaalt en/of het tijdschrift leest; een actief lid is iemand die aan de activiteiten van de vereniging deelneemt en een bestuurslid is iemand die binnen de vereniging een officiële functie vervult zoals voorzitter, secretaris, penningmeester.

- een jeugdbeweging, jeugdvereniging of jeugdclub
- een milieu of natuurvereniging, dierenbescherming
- fanclub
- een vereniging die gehandicapten, bejaarden, kansarmen, zieken, ... helpt
- een vereniging voor (amateur-)kunstbeoefening (koor, toneelkring, literatuur, dans, ...)
- een hobbyclub of groep (koken, naaien, postzegels verzamelen, wijnproeven)
- een vrouwenbeweging (K.A.V., S.V.V., K.V.L.V., ...)
- een socio-culturele vereniging (K.W.B., Davidsfonds, ...)
- een sportvereniging of club (ook wandelen, schaken)
- een politieke vereniging of partij
- een religieuze of kerkelijke vereniging (parochiaal werk, ...)
- een wijkof buurtcomité, ook carnavalvereniging, feestvereniging en de redactie van een lokaal tijdschrift horen erbij
- een vereniging die ijvert voor internationale vrede, voor ontwikkeling van de Derde Wereldlanden, humanitaire hulp en mensenrechten (Amnesty International, wereldwinkel)
- een vakbond, een middenstandsorganisatie, een beroepsvereniging of een organisatie van werkgevers of zelfstandigen
- een gemeentelijke adviesraad
- gezinsverenigingen (Gezinsbond, ...)
- een groepering die verbonden is aan een plaatselijk café (sjoelbak, vogelpik, spaarkas, cafévoetbalt ploeg, duiven, groepslotto, voetbalpronostiek of iets dergelijks)
- Rode Kruis, Vlaams Kruis, vrijwillige brandweer, algemene hulpdiensten
- een vereniging, groep of bond voor gepensioneerden
- een zelfhulpgroep
- een oudervereniging, schoolcomité, schoolraad, volwasseneducatie
- vereniging of organisatie voor migranten
- een woningbouwof huurdervereniging, consumentenvereniging
- studentenvereniging



## Appendix 2

### Meting politieke participatie

---

Ik ga nu verschillende manieren opsommen waarop mensen sociaal of politiek actief kunnen zijn. Kan u mij telkens zeggen of u iets ooit heeft gedaan of in de toekomst zou doen?

- tekenen van een petitie
- boycotten of opzettelijk kopen van bepaalde producten omwille van politieke redenen, ethische redenen of milieuredenen
- deelnemen aan een demonstratie
- bijwonen van een politieke vergadering of bijeenkomst
- contacteren of proberen contacteren van een politicus of ambtenaar om uw mening te uiten
- schenken of verzamelen van geld voor een sociale of politieke activiteit
- contacteren van de media of verschijnen in de media om uw mening te uiten
- aansluiten bij een politiek forum of een discussiegroep op het internet
- zich kandidaat stellen op een lijst voor verkiezingen
- deel uitmaken van een advies-, overlegof inspraakorgaan van uw gemeente of stad
- actief informatie verzamelen over plannen of beslissingen van de overheid
- lidmaatschap van een buurtcomité, bewonersgroep of actiecomité

## Appendix 3

### Meting breedte internetgebruik

---

Ik ga u nu een lijst voorleggen met zaken waarvoor u deze media kan gebruiken.

Kunt u mij zeggen hoe vaak u het internet gebruikt(e) voor elk van deze toepassingen?

Hoe vaak gebruikt(e) u internet voor ...

- voor communicatie zoals e-mail, telefoneren, SMS, chatten, ...
- om informatie te zoeken over een onderwerp of over goederen en diensten
- om met de overheid in contact te komen zoals informatie opvragen, formulieren online invullen, ...
- voor financiële diensten zoals internetbankieren, het verhandelen van aandelen of het afsluiten van een lening of een verzekering
- om goederen aan te kopen voor privé-doeleinden
- om goederen te verkopen voor privé-doeleinden
- om spelletjes te spelen
- om te kijken/luisteren naar muziek, films, radio, televisie, videofilmjes, ...
- om muziek, clips, films te downloaden om ze later via een ander toestel zoals een mp3-speler, een i-pod of een dvdspeler
- te beluisteren of te bekijken
- om iets bij te leren via cursussen of via de participatie aan debatten, nieuwsgroepen enz.
- om het nieuws of de actualiteit te volgen
- om een reële afstand virtueel te overbruggen via videoconferencing of telewerken
- om eigen gemaakte videofilms, weblogs, websites, ... aan te bieden op het internet
- om deel te nemen aan virtuele gemeenschappen zoals facebook, netlog, ...
- om uw mening kenbaar te maken door te kiezen voor bepaalde kandidaten, stellingen, ...
- om de krant te lezen
- om radio te luisteren
- om televisie te kijken
- om films op te vragen (video-on-demand)



# Mediageletterdheid en digitale vaardigheden

Naar een multidimensioneel model van digitale uitsluiting

## 5

HOOFDSTUK

**Ilse Mariën en Leo Van Audenhove**  
IBBT SMIT, Vrije Universiteit Brussel

### Inleiding

Mediageletterd zijn – media kunnen vinden, begrijpen en maken – is een noodzakelijke voorwaarde om te kunnen participeren in de huidige maatschappij. Hierbij gaat het om oude media zoals televisie en kranten, maar ook om nieuwe media zoals het internet (Segers & Bauwens, 2010). Iedereen beschikt echter niet in dezelfde mate over de nodige vaardigheden. De voorbije tien jaar is het risico op digitale uitsluiting in grote mate gestegen, en dit voor zowel kansarme als kansrijke bevolkingsgroepen. In de eerste plaats leidt de toenemende digitalisering van de maatschappij en de steeds verdergaande integratie van ICT in alle velden van het maatschappelijk leven naar een verhoogd risico (Van Dijk, 2005). In de tweede plaats is het concept van digitale uitsluiting, ook wel *digitale kloof* genoemd, de voorbije tien jaar geëvolueerd van een dichotome opvatting op het niveau van toegang en gebruik tot een multidimensioneel en uitermate complex fenomeen waarbij aspecten als diversiteit van het gebruik en digitale vaardigheden steeds belangrijker zijn (DiMaggio e.a., 2001; Warschauer, 2003; Hargittai, 2004; Selwyn, 2004; van Dijk, 2005; Barzilai-Nahon, 2006; Livingstone & Helsper, 2007; Brotcorne & Valenduc, 2008; Mariën e.a., 2010). Verschillende onderzoeken geven aan dat het merendeel van de huidige meetmethoden deze evolutie niet heeft gevolgd en op verschillende niveaus een aantal tekortkomingen vertoont (Hargittai, 2004; Selwyn, 2004; van Dijk, 2005; Barzilai-Nahon, 2006; Moreas, 2007; Hargittai, 2008; van Deursen & van Dijk, 2009; Verdegem & Verhoest, 2009; Zillien & Hargittai, 2009; Brotcorne e.a., 2010; Hargittai, 2010; Mariën e.a., 2010). De beperkte meting van digitale uitsluiting in huidige nationale en internationale surveys leidt niet alleen tot een vertekend beeld van de problematiek, maar eveneens tot beperkte beleidsinterventies. Het uitwerken van een adequaat e-inclusie beleid kan enkel indien beleidsmakers kunnen steunen op coherente en correcte data. Hiervoor zijn meetsystemen nodig die beantwoorden aan het complexe en multidimensionele karakter van digitale uitsluiting, en in het bijzonder, digitale geletterdheid.

Deze bijdrage heeft tot doel een kritische analyse te maken van de operationalisering van digitale uitsluiting, en in het bijzonder mediageletterdheid en digitale vaardigheden. Hierbij

wordt digitale uitsluiting ingevuld als zijnde *“sociale uitsluiting ten gevolge van de introductie van nieuwe media in de maatschappij”*. Mediageletterdheid wordt, in navolging van de interpretatie van de Studiedienst van de Vlaamse Regering (SVR), ingevuld als *‘de bekwaamheid om toegang te hebben tot het materiaal uit verschillende media en om dit materiaal te identificeren, begrijpen, interpreteren, evalueren, communiceren, berekenen en te produceren. Geletterdheid is een continuüm. Het heeft betrekking op de mate waarin mensen geleerd hebben om hun doelen te bereiken, hun eigen kennis en potentieel te ontwikkelen, en om ten volle te participeren in hun gemeenschap en in de verdere maatschappelijke omgeving’*.<sup>1</sup> Met dit artikel willen we voorstellen formuleren voor een meetstelsel dat de complexiteit van digitale uitsluiting beter in kaart brengt en hierdoor een meer genuanceerd beeld geeft in functie van het beleid. Het artikel focust daarom op 1) aspecten die in de theorie als cruciaal worden aangegeven zoals de gebruikscontext, het sociale ondersteuningsnetwerk en de digitale vaardigheden; en 2) de manier waarop deze aspecten momenteel vertaald worden in indicatoren. De basisvraagstelling is hoe cruciale karakteristieken voor digitale uitsluiting het best in kaart gebracht worden middels een kwantitatieve bevraging. Welke indicatoren dienen gemeten te worden? Hoe kunnen deze indicatoren vertaald worden in survey vragen en passende meet- en antwoordschalen? Hierbij wordt telkens de afweging gemaakt welke meetmethode – kwalitatief, kwantitatief of een combinatie van beide – het meest ideaal is voor het meten van specifieke aspecten.

Deze analyse wordt in de eerste plaats uitgevoerd op het niveau van kwantitatieve meetinstrumenten aangaande de digitale kloof, zoals Eurostat, SIBIS (Statistical Indicators Benchmarking the Information Society), DIDIX (Digital Divide Index), NRI (Network Readiness Index) of DAI (Digital Access Index). Met andere woorden op meetsystemen die eerder streven naar het in kaart brengen van bepaalde trends of fenomenen dan op het verklaren hiervan. Er zal eveneens aandacht zijn voor een aantal vernieuwende aanzetten zoals deze van van Deursen & van Dijk (2009) of Hargittai (2008, 2010). In de tweede plaats wordt gekeken naar de opmaak van de SCV-vragenlijsten (Sociaal-Culturele Verschuivingen in Vlaanderen) van de Studiedienst van de Vlaamse Regering van 2001 tot en met 2010.<sup>2</sup> Welke indicatoren zijn reeds in deze vragenlijsten aanwezig en hoe verhouden deze zich ten aanzien van meer uitgebreide en genuanceerde meetmethoden? Het hoofddoel van deze studie is een aanzet te geven tot realistische en haalbare kwantitatieve meetmethoden aangaande digitale uitsluiting.

## 1. Diversiteit en overvloed aan meetinstrumenten

Een eerste verkenning van de literatuur maakt duidelijk dat er een veelheid aan meetmethoden bestaan die zeer divers zijn wat betreft hun doelstelling en hun inhoudelijke focus. Algemeen gesteld zijn er drie grote invalshoeken. In de eerste plaats is er grootschalig internationaal onderzoek dat voornamelijk doelt op het vergelijken van posities van landen of regio's ten opzichte van elkaar. Voorbeelden zijn Eurostat en OESO (Organisatie voor Economische Samenwerking en Ontwikkeling), maar ook samengestelde indexen zoals DIDIX (Digital Divide Index) of DOI (Digital Opportunity Index) (Hüsing & Selhofer, 2004; Barzilai-Nahon, 2006; Vehovar e.a., 2006; Hanafizadeh e.a., 2007). Eurostat, OECD of nog GDI (Global

1 Studiedienst van de Vlaamse Regering: Zie 'Oproep voor een studiedag rond mediageletterdheid'.

2 Idem: <http://www4.vlaanderen.be/dar/svr/Enquetes/Pages/Enquetes.aspx>

Diffusion of the Internet Project) zijn zogenaamde *Comparative International ICT measures* en focussen op het vergaren en analyseren van vergelijkbare data omtrent verschillende ICT-gerelateerde aspecten (Hanafizadeh e.a., 2007; van Deursen, 2010). DIDIX, DOI en vergelijkbare meetinstrumenten zoals DAI (Digital Access Index), NRI (Networked Readiness Index) of ISI (Information Society Index) zijn *Compound ICT measures* en bestaan uit één specifiek cijfer tussen 0 en 1 dat de ranking en positie van landen ten aanzien van elkaar aangeeft. Dit indexcijfer ontstaat door de integratie van verschillende aparte aspecten (zoals bij Eurostat) in één enkele indicator (Vehovar e.a., 2006; Hanafizadeh e.a., 2007). Deze grootschalige surveys en samengestelde indexen gaan vaak gepaard met een grote aandacht voor Westerse indicatoren. Het zijn voornamelijk Westerse regio's die deze meetsystemen ontwikkelen en bijgevolg ook de methodologische en ethische keuzes maken inzake indicatoren (Barzilai-Nahon, 2006; Hanafizadeh e.a., 2007). Zo wordt de diffusie van breedbandtoegang ruim bevraagd maar is er veel minder tot geen aandacht voor alternatieve manieren van toegang via openbare computerruimten of telecentra zoals meer gebruikelijk is in landen in het Zuiden. Grootschalige surveys en indexen weerspiegelen vaak een technologisch deterministische visie waarbij de focus ligt op benchmarking. Dit resulteert in een zeer vernauwde en vervormde visie op digitale uitsluiting waarbij inhoudelijk gefocust wordt op socio-economische aspecten verbonden met de notie van toegang zoals de prijs van technologie, de competitieve marktstructuren of de netwerkinfrastructuur (Barzilai-Nahon, 2006; Hanafizadeh e.a., 2007).

In de tweede plaats, vinden er ook op nationaal en regionaal niveau heel wat metingen plaats. De voornaamste doelstelling van dit soort onderzoeken is het verkrijgen van een gedetailleerd beeld van het gebruik van nieuwe media of van digitale uitsluiting op nationaal en/of regionaal niveau. De SCV-survey valt onder dit type onderzoek. Een ander voorbeeld is de Oxford Internet Survey (OxIS) gelanceerd door het Oxford Internet Institute (OII) die bedoeld is om een zicht te krijgen op de invloed van het Internet op het dagelijks leven van Engelse burgers. Vaak is de methodologie achter deze nationale surveys gebaseerd op grootschalige internationale surveys en gaan zij uit van dezelfde indicatoren, survey vragen en meetschalen. Dit maakt dat zij vaak onderhevig zijn aan dezelfde voor- en nadelen. Het hoofddoel van deze (inter)nationale surveys is het monitoren of in kaart brengen van trends wat betreft ICT-toegang, -gebruik en -vaardigheden.

In de derde plaats bestaat er een grote hoeveelheid kleinschalig onderzoek waarbij één of meerdere aspecten eigen aan digitale uitsluiting vaak op een meer diepgaande en kwalitatieve manier onderzocht wordt. In een groot deel van dit soort onderzoek ligt de focus op het verklaren van bepaalde fenomenen. Dit type metingen is voornamelijk toegespitst op specifieke doelgroepen (bv. vrouwen, jongeren, kansarmen...) of maakt abstractie van één determinant van digitale uitsluiting (bv. attitudes, informatievaardigheden, internetgebruik...) Enkele voorbeelden zijn het recente onderzoek van Hargittai & Hinnant (2008) dat dieper ingaat op de verschillen in internetgebruik bij adolescenten of het onderzoek van Selwyn e.a. (2005) dat handelt over niet-gebruik bij volwassenen. De lijst van voorbeelden van dit type onderzoek is eindeloos. Over het algemeen is dit type van meting minder socio-economisch georiënteerd en vertrekt het eerder vanuit het perspectief van het individu en zijn sociale, culturele en economische context (Gilbert, 2010).

Ondanks de overvloed aan meetinstrumenten en de diversiteit in hun aanpak en focus, is er alsnog een gebrek aan vergelijkbare en betrouwbare data (Hargittai, 2004; Sciadras, 2005;

Verdegem, 2009; Gilbert, 2010). De redenen hiervoor zijn zeer divers en zijn in grote mate verbonden met de theoretische en methodologische tekortkomingen van huidige meetinstrumenten. Bovendien blijkt uit de literatuur dat er binnen het academisch onderzoek naar de digitale kloof tot op heden onvoldoende aandacht wordt besteed aan het verbeteren en verder uitwerken van een valide, betrouwbaar en multidimensioneel meetinstrument (Hargittai, 2007; Jin & Cheong, 2008). Het volgende deel gaat dieper in op de verschillende beperkingen van bestaande meetmethoden en spitst zich in eerste instantie toe op de tekortkomingen van grootschalige internationale, nationale of regionale meetsystemen voor digitale uitsluiting, gezien beleidsinstanties voornamelijk teruggrijpen naar dit soort van data voor het uitwerken of verantwoorden van hun beleidsaanpak (Sciadas, 2005; Barzilai-Nahon, 2006; Verdegem, 2009).

## 2. Beperkingen van bestaande meetmethoden

### 2.1. Theoretische basis: Wat is de digitale kloof?

Een eerste belangrijk probleem betreft het gebrek aan theoretische basis en een duidelijke definitie van de digitale kloof of digitale uitsluiting as such (Barzilai-Nahon, 2006; Jin & Cheong, 2008; van Deursen & van Dijk, 2009). Vaak zijn meetmodellen gebaseerd op een te beknopte, te specifieke of een onvoldoende gecontextualiseerde conceptualisering van digitale uitsluiting. Het is duidelijk dat de evolutie van de digitale kloof als zijnde een dichotoom fenomeen van *haves* versus *have nots* naar een multidimensioneel en uitermate complex gegeven niet voldoende gevolgd wordt (Hargittai, 2004; Selwyn, 2004; van Dijk, 2005; Barzilai-Nahon, 2006; Moreas, 2007; Hargittai, 2008; van Deursen & van Dijk, 2009; Verdegem & Verhoest, 2009; Zillien & Hargittai, 2009; Brocorno e.a., 2010; Hargittai, 2010; Mariën e.a., 2010). Het grote aantal invullingen van het concept "digitale kloof" en de veelheid aan bestaande modellen ter verklaring van de digitale kloof zorgt voor heel wat onduidelijkheid en maakt het vergelijken van data onderling quasi onmogelijk (Jin & Cheong, 2008; Verdegem, 2009). Tegelijkertijd wordt de notie van digitale kloof onvoldoende gekaderd binnen meer algemene theorieën van sociale uitsluiting en sociale ongelijkheid (van Dijk, 2005; Hargittai, 2007; Helsper, 2008; Gilbert, 2010). Er wordt te weinig ingegaan op de mogelijk perverse effecten van de introductie van ICT in de maatschappij, zijnde nieuwe mechanismen van sociale uitsluiting. De mogelijke link tussen digitale uitsluiting en sociale uitsluiting blijft aldus onderbelicht. Gilbert (2010) stelt terecht dat er meer aandacht moet zijn voor de constellatie van machtsrelaties en hoe deze de toegang tot en het gebruik van ICT beïnvloeden. Socio-demografische gegevens als etnische afkomst, gender of sociale status moeten hierbij gezien worden als deelaspecten van processen van sociale ongelijkheid in plaats van als beschrijvende karakteristieken van individuen: *'For example, instead of describing the different patterns of ICT access and use of men and women, we could ask: how does the gender division of labor in the household and labor market shape men's and women's access to and use of ICT?'* (Gilbert, 2010, 1005).

Op het niveau van de conceptualisering, is er eveneens nood aan een betere en meer gerichte invulling van onder meer ICT (informatie- en communicatie technologieën) en *het internet*. Te vaak wordt ICT herleid tot het gebruik van computers en het internet, terwijl ICT eerder een overkoepelende term is voor een heel gamma aan technologische applicaties zoals

mobiele telefonie of e-readers (Selwyn, 2004). Nochtans manifesteert digitale uitsluiting zich evenzeer op het niveau van andere ICT zoals interactieve digitale televisie, digitale fotografie en video of e-government en andere online diensten (Selwyn, 2004; Vehovar e.a., 2006; Van Audenhove e.a., 2007; Helsper, 2008; Brotcorne e.a., 2010). Ook *het internet* is een concept met onduidelijke afbakening en definitie. Betreft het enkel websites of gaat het ook om online dienstverlening of online communicatiemogelijkheden (Helsper, 2008)? Hetzelfde geldt voor gebruik. Bij het vergelijken van diffusiepercentages van gebruik en applicaties is het belangrijk dat er gestart wordt van dezelfde conceptualisering van gebruik. Welke aspecten van het gebruik worden bij de meting wel in beschouwing genomen en welke niet? Wordt er enkel gekeken naar internetgebruik of wordt het gebruik van zogenaamde oude media als kranten eveneens in beschouwing genomen (Hargittai, 2004)? Het gebruik van het ene medium kan niet los gezien worden van het gebruik van andere media. Meetsystemen en onderzoek dienen zich daarom eerder te richten op het in kaart brengen en begrijpen van de dagelijkse praktijken van mensen en de rol die verschillende ICT hierin toebedeeld krijgen (Anderson & Tracey, 2001).

De conceptuele invulling van digitale vaardigheden blijft eveneens beperkt. Vaak worden deze eenzijdig vertaald naar operationele vaardigheden – cf. de knoppenkennis nodig om (nieuwe) media effectief te kunnen gebruiken – en informatievaardigheden – cf. het vermogen om media-inhoud te zoeken, vinden, selecteren, kritisch evalueren en toepassen (Eshet-Alkali & Amichal-Hamburger, 2004; van Deursen & van Dijk, 2009; van Deursen, 2010). Een verdere en meer uitgebreide invulling van digitale vaardigheden als zijnde een complex geheel van verschillende soorten vaardigheden – operationeel, formeel, informatie, strategisch en recentelijk ook communicatievaardigheden – wordt onvoldoende toegepast in onderzoek. Een expliciet gevolg hiervan is dat het merendeel van de grootschalige surveys een te positief beeld geeft van het reële niveau van digitale vaardigheden (van Deursen & van Dijk, 2009; van Deursen, 2010). Daarnaast wordt er onvoldoende aandacht geschonken aan algemene basisvaardigheden – zijnde vaardigheden die niet louter verbonden zijn met het gebruik van ICT – zoals probleemoplossend denken of basisgeletterdheid (Helsper, 2008).

## 2.2. Operationalisering: Selectieve invulling van indicatoren

De beperkte uitwerking van een geschikt en allesomvattend theoretisch kader komt eveneens naar voor bij de operationalisering van determinerende karakteristieken en de bijhorende selectie en invulling van indicatoren. Er wordt een te grote nadruk gelegd op socio-demografische en socio-economische variabelen, met als gevolg dat de eigenlijke analyse nadien in grote mate teruggebracht wordt tot het beschrijven van verschillen in toegang en gebruik naar socio-demografische karakteristieken (Vehovar e.a., 2006; Verdegem, 2009; Gilbert, 2010). Daarnaast is er een duidelijke tendens tot het operationaliseren van digitale uitsluiting naar makkelijk meetbare indicatoren als toegang tot ICT en ICT-gebruik. De achterliggende reden is dat de keuze voor dit soort indicatoren benchmarking en het meten vergemakkelijkt (van Dijk & Hacker, 2003; Barzilai-Nahon, 2006; Brandtweiner e.a., 2010). Een eerste belangrijke kritiek is dat huidige meetsystemen onvoldoende aandacht schenken aan het in kaart brengen of het insluiten van de sociale context (Barzilai-Nahon, 2006; Bouwman & Van der Duin, 2007; Verdegem, 2009). Een tweede kritiek luidt dat op deze manier vaak foutieve en misleidende indicatoren worden gecreëerd (Vehovar e.a., 2006). Het bepalen en



uitwerken van indicatoren wordt bemoeilijkt door het dynamische karakter van de determinanten van digitale uitsluiting. Digitale uitsluiting is van nature uit een dynamisch fenomeen en karakteristieken zoals het type toegang, gebruiksmogelijkheden en vereiste vaardigheden kunnen fundamenteel wijzigen doorheen de tijd – zie desbetreffend de snelle evolutie van nieuwe media en bijhorende applicaties en gebruiksmogelijkheden (Anderson & Tracey, 2001). Dit impliceert dat ook indicatoren dynamisch zijn en onderhevig zijn aan de maatschappelijke context (Jin & Cheong, 2008; Brotcorne e.a., 2010). Een regelmatige herbeschouwing van digitale uitsluiting op theoretisch niveau en van de determinanten en bijhorende indicatoren is dus vereist. Een belangrijk nadeel van een dergelijke herbeschouwing en eventuele verandering van indicatoren, is dat de vergelijking van data over tijd en ruimte bemoeilijkt wordt.

De beperkingen van de huidige manieren van operationalisering worden versterkt door een gebrek aan consensus over de eigenlijke invulling van indicatoren. Verschillende methodologen houden er verschillende visies en opinies op na en maken op basis daarvan hun keuze voor bepaalde indicatoren en operationalisering. Hanafizadeh e.a. (2007, 390) stellen dat *'the development of the measurement framework involves the choice of the basic indicators that are suitable for the quantitative evaluation of the phenomena. Basic indicators that express different aspects of what is being measured are selected on the basis of their analytical soundness, measurability, relevance to the phenomenon being measured, and relationship to each other'*. Met andere woorden, het opmaken van een meetinstrument impliceert de subjectieve beoordeling van verschillende aspecten als de keuze van indicatoren, methodologische aanpak of analysemodel en niet alle methodologen zitten hierbij op eenzelfde golflengte. De voornaamste oorzaak kan gezien worden in het gebrek aan theoretische onderbouw van digitale kloof metingen en de te eenzijdige conceptualisering van digitale kloof determinanten. Hier blijkt het bepalen of vastleggen van indicatoren en meetschalen voor digitale vaardigheden – en strategische vaardigheden in het bijzonder – het meest complex en dubbelzinnig (van Deursen, 2010). Het gebrek aan consensus uit zich eveneens in de opmaak van of de keuze voor meetschalen. Bijvoorbeeld, ICT-gebruik wordt in grote mate kwantitatief onderzocht door het bevragen van de frequentie van het gebruik. Binnen bestaande meetinstrumenten is er echter geen overeenstemming over de schaal die het best gebruikt wordt om deze frequentie te meten. Moet er gekeken worden naar het gebruik in termen van dagen, weken, maanden, ... (Vehovar e.a., 2006)? Belangrijke implicatie is dat het gebrek aan consensus de onderlinge vergelijking van datasets quasi onmogelijk maakt (Hargittai, 2007).

### 2.3. Bijkomende methodologische vraagstukken

Huidige meetsystemen zijn onderhevig aan een aantal bijkomende methodologische tekortkomingen. Grootchalige metingen worden gekenmerkt door een voorkeur voor beschrijvend kwantitatief onderzoek (van Dijk, 2005; Jin & Cheong, 2008; Gilbert, 2010). Belangrijkste implicatie is dat het rapporteren over digitale uitsluiting hierdoor in grote mate beperkt blijft tot het beschrijven van verschillende parameters – voornamelijk toegang en gebruik – en het verklaren hiervan volgens socio-demografische variabelen zoals leeftijd, gender, inkomen, opleidingsniveau, etnische achtergrond of arbeidssituatie (Gilbert, 2010). Bovendien gebeurt dit vaak op een ééndimensionale manier waarbij verwezen wordt naar voor de hand liggende socio-demografische karakteristieken als belangrijkste oorzaak van digitale uitsluiting.

Typisch voorbeeld hiervan is het aanduiden van een gebrek aan financiële middelen als enige verklaring voor niet-gebruik zonder hierbij rekening te houden met achterliggende oorzaken en de sociale context van individuen zoals het gebrek aan stimulansen tot het gebruik van ICT, knoppenangst of andere mogelijke drempels en motivaties (Brants & Frissen, 2005; Barzilai-Nahon, 2006; Verdegem, 2009). Fundamentele vragen over waarom, hoe en met welke voordelen individuen ICT (niet) gebruiken blijven in grote mate onbeantwoord (Barzilai-Nahon, 2006; Vehovar e.a., 2006; Verdegem, 2009). Diepgaand verklaringsgericht onderzoek op grote schaal blijft momenteel fel onderbelicht, zeker wat betreft het meten van digitale uitsluiting op nationaal of internationaal niveau. Hetzelfde geldt voor longitudinaal onderzoek (Vehovar e.a., 2006; Helsper, 2008).

Kwantitatieve metingen gaan daarnaast gepaard met een aantal beperkingen en drempels op het niveau van de steekproef. In de eerste plaats worden vaak het individu of het huishouden en niet het volledige gezin naar vorgebracht in het steekproefdesign. Vragenlijsten worden ingevuld door één lid van het huishouden, zijnde in het merendeel van de gevallen de vader of de moeder. Hierbij wordt het individu zelden in zijn context geplaatst en wordt er weinig rekening gehouden met de gezinsdynamiek en houding binnen het gezin ten aanzien van ICT. Dit betekent dat als het gezin over een pc beschikt, de vader of moeder aangeeft in welke mate hij of zij de pc gebruikt. Hierbij kan geen onderscheid gemaakt worden tussen wie wel of geen gebruik maakt van de pc binnen het gezin, noch van de mate waarin de pc door de verschillende gezinsleden gebruikt wordt. Hetzelfde geldt voor het gebruik van Internet en voor de bevraging van de computer- en internetvaardigheden. Deze reflecteren slechts de vaardigheden van één gezinslid en niet van de verschillende gezinsleden (Mariën e.a., 2010). In de tweede plaats zijn bepaalde populaties meer vertegenwoordigd in steekproeven dan anderen. Met name sociaal zwakke groepen vallen zeer vaak uit de boot bij grootschalige surveys omwille van de meetmethode (vb. via een online survey) maar ook door het gebrek aan klare taal en de grote non-respons bij deze groepen. Er wordt bovendien beduidend meer gefocust op ICT-gebruikers dan op niet-gebruikers (Verdegem, 2009). Bij het meten van vaardigheden is er sprake van een overmatige selectie van respondenten uit een academische setting, zijnde universiteitsstudenten of –docenten (Hargittai, 2008). De steekproef bepaalt bijgevolg tot op een zekere hoogte ook de resultaten. Het niveau van informativaardigheden van universiteitsstudenten ligt vermoedelijk hoger dan dit van een representatieve sample. Om een juiste interpretatie van de resultaten mogelijk te maken is het daarom onontbeerlijk om steeds duidelijk aan te geven welke populaties wel en welke populaties geen deel uitmaken van de steekproef (Hargittai, 2004). Hierbij speelt de grootte van de steekproef eveneens een bepalende rol (Verdegem, 2009; van Deursen, 2010). Een vaak voorkomende manier om een zo ruim mogelijke steekproef te verkrijgen is te werken met steekproefcriteria. Dit kan inhouden dat er zeker aantal laagopgeleiden, studenten of alleenstaande vrouwen met kinderen, ... moet opgenomen zijn in de steekproef. De rekrutering van een steekproef op basis van specifieke criteria is echter niet evident en is zeer tijdsrovend (Verdegem, 2009).

Methodologische discussies doen zich eveneens voor omtrent het meten van digitale vaardigheden. Een manier van operationaliseren bestaat uit het terugbrengen van *digitale vaardigheden* naar “het aantal taken dat iemand kan uitvoeren”. Aan de hand van een dichotome vraag (ja/nee) worden respondenten gevraagd of ze bepaalde taken – voornamelijk operationele of informatiegerichte aspecten – al dan niet kunnen uitvoeren. Bij de analyse wordt

dit vervolgens herleid tot een bepaald vaardigheidsniveau waarbij bijvoorbeeld “het kunnen uitvoeren van 0 tot 3 taken” overeenstemt met “niet digitaal vaardig” (Lankshear & Knobel, 2008; van Deursen, 2010). Eenzelfde redenering wordt toegepast op diegenen die meer dan 5 of 6 activiteiten uitoefenen die nadien aangegeven worden als “respondenten met een hoog vaardigheidsniveau”. Dit type operationalisering geeft geen reëel en correct beeld van het effectieve vaardigheidsniveau, maar is eerder een indicatie van verschillen in het type gebruik (Van Deursen, 2010). Het gebruik van zelfrapportering voor het bevragen van digitale vaardigheden is onderhevig aan verschillende kritieken. Hargittai (2005, 2009) stelt onder meer dat *self efficacy* – cf. de evaluatie van de eigen vaardigheden gebaseerd op het geloof of vertrouwen dat iemand heeft in zijn eigen vaardigheden om bepaalde ICT-gerelateerde taken succesvol uit te voeren – een foutieve benadering is voor het reële vaardigheidsniveau van individuen. Zelfrapportering van digitale vaardigheden gaat gepaard met een gendergerelateerd spanningsveld. Vrouwen schatten hun eigen vaardigheden veel lager in, terwijl jonge mannelijke respondenten hun eigen vaardigheden eerder overschatten (Hargittai & Shafer, 2006; Hargittai, 2007; van Deursen, 2010). Aansluitend neigen ook kansengroepen en ouderen naar het onderschatten van hun vaardigheidsniveau (Hargittai, 2007). Ook sociale wenselijkheid speelt een rol. Verdegem (2009, 146) stelt dat *‘we ervan kunnen uitgaan dat een deel van de respondenten misschien sociaal wenselijk zal antwoorden om de eventueel beperkte vaardigheden te verdoezelen. Het meten van ICT-vaardigheden via de klassieke vragenlijsten moet dus kritisch benaderd worden’*. Er is momenteel geen consensus over welke meetmethode dan wel het meest geschikt is. Van Deursen (2010) stelt dat er momenteel drie concurrerende meetmethoden zijn: 1) indirecte meting aan de hand van de jaren gebruikservaring en het gebruik in termen van tijdsbesteding; 2) zelfrapportering via surveys; en 3) performantietesten. Helsper (2008) geeft twee mogelijke invalshoeken aan: 1) vaardigheden kunnen gemeten worden middels een kwalitatieve aanpak waarbij de inhoud en het engagement van individuen in kaart wordt gebracht; of 2) vaardigheden worden kwantitatief benaderd middels een evaluatie van wat individuen wel of niet kunnen uitvoeren. Echter, zelfrapportering of zelfinschatting via surveys gaat gepaard met een gebrek aan validiteit en betrouwbaarheid en brengen een te positief beeld naar voor van het reële vaardigheidsniveau. Van Deursen (2010) stelt dat het meten van internetvaardigheden gepaard moet gaan met het effectief gebruiken van het internet. Dit type meetmethoden – cf. performantietesten en observaties – kent evenwel een aantal pragmatische drempels. Beide methoden zijn zeer tijd- en arbeidsintensief en vragen om een aanzienlijke financiële investering. Bijvoorbeeld, de performantietesten uitgevoerd door van Deursen (2010) vereisen anderhalf uur per respondent. De voorbereiding – cf. steekproeftrekking, ontvangst van respondenten, het invullen van een korte vragenlijst,... en de analyse nadien nam ongeveer twee uur per respondent in beslag. Deze methode kan bijgevolg quasi onmogelijk op grote schaal worden uitgevoerd. Van Deursen (2010) zelf schat het maximum aantal respondenten op 100. Wel is het duidelijk dat dit type methoden een meer diepgaand, valide en betrouwbaar beeld geeft van het eigenlijke vaardigheidsniveau van individuen en aldus een nodige aanvulling dient te zijn op andere methoden toegepast in grootschalige surveys (Hargittai, 2005; van Deursen, 2010).

### 3. Herconceptualisering klassieke determinanten

#### 3.1. Multidimensionele karakter van toegang

Een eerste vraag die zich stelt is op welke manier toegang binnen gangbaar onderzoek gedefinieerd wordt. Van Dijk (2005) maakt een onderscheid tussen vier opeenvolgende fasen van toegang tot ICT: 1) motivatie; 2) bezit van hardware en software; 3) digitale vaardigheden; en 4) verschillen in daadwerkelijk gebruik. Selwyn (2006) op zijn beurt definieert vijf soorten toegang waarbij een onderscheid gemaakt wordt naar de plaats van toegang en de mate waarin ondersteuning aanwezig is: 1) toegang thuis samen met voldoende ondersteuning; 2) toegang thuis maar minder ondersteuning; 3) toegang elders maar minder ondersteuning; 4) toegang in openbare computerruimten; en 5) geen toegang en geen ondersteuning. Selwyn (2004) maakt eveneens het onderscheid tussen theoretische toegang – de materiële toegang die theoretisch gezien aanwezig is – en effectieve toegang – het eigenlijke gebruik van ICT. Voor het merendeel wordt toegang echter gedefinieerd als het effectief bezitten van een computer, internetverbinding of andere ICT in de thuisomgeving (van Dijk, N.N.). Tegelijkertijd geeft van Dijk (2005) aan dat digitale uitsluiting op het niveau toegang eveneens gekenmerkt wordt door een gebrek aan toegang binnen andere netwerken zoals school of tewerkstellingsplaats.

Een tweede vraag die zich vooral beleidsmatig stelt is in hoeverre toegang nog als een bepalende factor voor digitale uitsluiting beschouwd kan worden. De voorbije tien jaar is de penetratiegraad van computer en internet in de Vlaamse huishoudens gestegen tot bijna 80% (De Marez e.a., 2009). Internettoegang via breedband is eveneens zeer verspreid in Vlaanderen. Het lijkt dus dat het bezit van computer en internet meer en meer geïntegreerd raakt in het dagelijks leven van Vlaamse burgers en er minder nood is aan computer- en internetbezug als parameter voor digitale uitsluiting. Verschillende onderzoeken geven echter nieuwe aspecten aan die gerelateerd zijn aan de notie van toegang en die een risico op digitale uitsluiting met zich meebrengen.

De gebruikservaringen van iemand met een hogesnelheidsverbinding thuis 7 dagen op 7 en 24 op 24 uur is totaal anders dan de gebruikservaring van iemand met enkel toegang binnen de school- of werkcontext (Selwyn, 2004; Verdegem, 2009). Hoe beter de internetverbinding, hoe meer mogelijkheden er zijn voor het gebruiken van meer geavanceerde applicaties (Vehovar e.a., 2006; Helsper, 2008). Breedbandverbindingen maken het gebruik vrijer en aangenaamer en bepalen in zekere mate de manier waarop het netwerk wordt gebruikt (Robinson e.a., 2003; Hanafizadeh e.a., 2007). Daarnaast is de vrijheid van gebruik in de thuisomgeving anders dan in een gecontroleerde omgeving als school, werk of OCR (Helsper, 2008). De plaats van toegang beïnvloedt eveneens het leerproces aangaande digitale vaardigheden. Thuisoegang bevordert het leerproces op een positieve manier omdat individuen meer de mogelijkheid krijgen om te oefenen en operationele vaardigheden te ontwikkelen, in tegenstelling tot diegenen die op school of in een OCR het internet moeten gebruiken (Mossberger e.a., 2003; van Dijk, 2003; Livingstone & Helsper, 2007; Brotcorne e.a., 2009; Brandtweiner e.a., 2010; van Deursen, 2010). Een belangrijke drempel voor het verkrijgen van thuisoegang is echter de financiële investering die vereist is. Deze is in Vlaanderen momenteel nog steeds te hoog, zeker voor kansengroepen (Cuervo & Menendez, 2005; van Dijk, 2005). Bovenstaande geeft aan dat de kwaliteit van toegang beschouwd moet worden als een nieuwe indicator. Verschillende parameters worden aangebracht in huidig onderzoek:

1. De kwaliteit van de technische uitrusting (Selwyn, 2004; Hargittai, 2007; Helsper, 2008). Volgens DiMaggio & Hargittai (2001) spelen het type software en hardware een rol. Zillien & Hargittai (2009) werkten een index van vier elementen uit:

---

Kwaliteit van de computeruitrusting

---

Leeftijd van de computer

---

Snelheid van de internetverbinding

---

Prijs van de internetverbinding

---

2. De betaalbaarheid van toegang (Selwyn, 2004; Cuervo & Menendez, 2005; Barzilai-Nahon, 2006; Verdegem, 2009; Zillien & Hargittai, 2009). Verdegem (2009) brengt de opdeling van Thomas & Wyatt (2000) aan:

---

Kosten voor infrastructuur

---

Kosten voor software

---

Telecommunicatiekosten

---

Kosten voor de internetprovider

---

3. Het type internettoegang (Robinson e.a., 2003; Helsper, 2008, Hanafizadeh e.a., 2007). Helsper (2008) geeft aan dat de beschikbaarheid van draadloze of mobiele toegang tot internet mogelijk een goede indicator is voor de kwaliteit van internettoegang omdat het beschikbaar is op verschillende plaatsen en meestal hogesnelheidsverbindingen betreft. Mogelijke elementen zijn dus:

---

Inbelverbinding (minder relevant in een Vlaamse context)

---

Breedbandverbinding (ADSL of kabel in een Vlaamse context)

---

Hogesnelheidsverbinding (Fibernet Telenet, VDSL2 in een Vlaamse context)

---

Draadloze verbinding

---

4. De plaats van toegang (Selwyn, 2004; Brotcorne e.a., 2009). Mogelijke elementen die bevraagd kunnen worden zijn:

---

Belangrijkste plaats van toegang

---

Aantal plaatsen van toegang

---

Beide met als mogelijke antwoordcategorieën: toegang in thuiscontext, toegang op school, mobiele toegang via USB-sticks of oplaadkaarten, toegang op werk, toegang bij vrienden of familie, toegang in een OCR, toegang elders (Helsper, 2008; van Deursen, 2010).

### 3.2. Heropwaardering van motivaties & attitudes als risicofactoren

Huidig kwantitatief onderzoek besteed weinig aandacht aan de motivaties en attitudes van individuen ten aanzien van het al dan niet aanschaffen of gebruik maken van ICT (Frissen, 2000; Verdegem, 2009; van Dijk, N.N.). Nochtans blijkt dat wanneer de eerste drempels overwonnen zijn (cf. toegang, vaardigheden), motivationele aspecten een sterke invloed hebben op de mate waarin en de manier waarop individuen gebruik maken van ICT (Brotcorne & Valenduc, 2008; Donat e.a., 2009; van Dijk, 2005). Verschillen in attitudes leiden met andere woorden naar verschillen in gebruikspatronen (Hargittai, 2007). Een gebrek aan motivatie maakt eveneens dat individuen minder snel geneigd zijn hun digitale vaardigheden te verbeteren (Donat e.a., 2009). Beleidsmatig wordt er echter makkelijk uitgegaan van de premisse dat een gebrek aan motivatie slechts een tijdelijk probleem is dat zich voornamelijk voordoet bij bepaalde groepen zoals ouderen, ongeletterde individuen of andere kansengroepen (van Dijk, N.N.). Helsper (2008, 15) daarentegen stelt dat er een link is tussen niet-gebruik en sociale uitsluiting maar dat de algemene problematiek veel complexer is: *'digital disengagement is a complex compound problem involving cultural, social and attitudinal factors and in some cases informed digital choice'*. Onderzoek in Nederland bevestigt dit en geeft aan dat er een harde kern van niet-gebruikers bestaat die het gebruik van ICT vrijwillig verwerpen en bovendien zeer moeilijk te overhalen zijn (van Deursen & Van Dijk, 2009; Verdegem & Verhoest, 2009). Vermoed wordt dat eenzelfde situatie ook van toepassing is in Vlaanderen (Mariën e.a., 2010). Verdegem (2009) stelt duidelijk dat er binnen toekomstig onderzoek meer aandacht moet zijn voor de motivaties en attitudes van individuen om geen gebruik te maken van ICT.

Wetenschappelijk onderzoek naar de conceptualisering van motivaties en attitudes ten aanzien van ICT blijft tot op heden zeer beperkt. Donat e.a. (2009) hebben een theoretisch kader uitgewerkt en beschrijven attitudes als een multidimensionele constructie van drie componenten: 1) een cognitieve component – zijnde de percepties en kennis omtrent een bepaald medium; 2) een affectieve component – zijnde de gevoelens ten aanzien van een bepaald medium, hieronder valt onder meer knoppenangst; en 3) een gedragsgeoriënteerde component – zijnde reacties ten aanzien van een bepaald medium. Donat e.a. (2009) spreken aanvullend over latente en manifeste drempels. Latente drempels verwijzen naar de gepercipieerde nutteloosheid van het internet en het gebrek aan interesse. Manifeste drempels situeren zich op het niveau van gebrek aan vaardigheden, bewustzijn en financiële middelen. Helsper (2008) verwijst naar Haddon (2000) die de term *self-exclusion* aanbrengt om te beschrijven welke elementen een rol spelen bij het verwerpen van ICT, met name 1) een negatieve attitude ten aanzien van technologie in het algemeen; 2) een gepercipieerd gebrek aan vaardigheden; en 3) een gebrek aan gepercipieerd nut verbonden met het gebruik. De operationalisering van attitudes naar indicatoren, survey vragen en meetschalen of antwoordcategorieën blijkt enorm divers. In een studie van Helsper (2008) wordt attitude herleid naar vragen omtrent drie categorieën: 1) algemene attitudes ten aanzien van ICT; 2) attitude ten aanzien van regulering (bijvoorbeeld privacysettings op sociale netwerksites; en 3) attitudes omtrent de centrale en cruciale rol van ICT. Gesteld wordt dat het nagaan van attitudes omtrent regulering van digitale content belangrijk is omdat het duidelijk maakt in hoeverre individuen zich bewust zijn van de risico's en opportuniteiten die verbonden zijn met bepaalde ICT. Hüsing & Selhofer (2004) stellen dat het bevragen van waardeoordelen over gewenst en ongewenst gedrag mogelijk een goede indicator is.

Het meten van attitudes via surveys gebeurt voornamelijk aan de hand van een batterij uitspraken waarbij respondenten vervolgens middels een Likert schaal (bijvoorbeeld van 'helemaal eens' tot 'helemaal oneens') kunnen aangeven wat hun mening is of welke situatie het meest bij hen aansluit. Hargittai (2009) stelt dat er echter voorzichtig moet omgesprongen worden met het opmaken van surveys voor het meten van attitudes aangezien zich problemen kunnen voordoen met de validiteit van het onderzoek. Een cruciale bekommernis is dat de verschillende stellingen effectief meten wat ze beweren te meten. In een batterij uitspraken worden zowel negatief als positief geformuleerde stellingen geïntegreerd. Een voorbeeld van mogelijke uitspraken, zoals toegepast in een onderzoek van Donat e.a. (2009), zijn:

	Helemaal oneens	Eerder oneens	Niet eens / niet oneens	Eerder eens	Helemaal eens
Ik ben bang van technologie.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het is leuk om nieuwe dingen te proberen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Technologie maakt het leven makkelijker.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vandaag verandert alles zo snel dat ik niet meer kan volgen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Aanvullend maken Donat e.a. (2009) eveneens gebruik van semantische differentiaal waarbij twee uiterste termen tegenover elkaar geplaatst worden en de respondent gevraagd wordt aan te duiden welke van de twee termen het meest aanleunen bij zijn gevoel. Enkele differentiaal die gebruikt werden om de houding ten aanzien van ICT uit te drukken zijn:

Uitputtend	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ontspannend
Moeilijk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Eenvoudig
Oninteressant	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Interessant
Nutteloos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Nuttig
Tijdrovend	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tijdbesparend

Verschiedende onderzoeken geven aan dat attitudes een cruciale rol spelen bij het niet gebruiken van ICT of het stopzetten van het ICT-gebruik (Frissen, 2000; Hargittai, 2004; Donat e.a., 2009; Verdegem, 2009). Het bevragen van redenen voor het niet gebruiken of stopzetten van het gebruik, wordt gekenmerkt door een grote verscheidenheid in mogelijke antwoordcategorieën:

Geen nood aan ICT
Geen interesse
Geen zicht of bewustzijn over de mogelijke meerwaarde van ICT
Gebrek aan tijd
Gebrek aan financiële middelen / ICT is te duur
Gebrek aan vaardigheden / ICT is te moeilijk / Knoppenangst
Gebrek aan ondersteuning vanuit het sociale netwerk
Aversie ten aanzien van ICT
Toegang elders

Ten slotte geeft de literatuur aan dat het toepassen van meer kwalitatieve meetmethoden een absolute meerwaarde heeft of een meer geschikte meetmethode is voor het bestuderen van attitudes. Het aangeven van bijvoorbeeld 'geen interesse' als reden, maakt niet duidelijk in hoeverre het bewustzijn over de mogelijke meerwaarde voldoende aanwezig is bij de respondent in kwestie (Hargittai, 2004). Of zoals Gilbert (2010, 1004) stelt: *'The "have nots" are differentiated, have agency, and need to be examined from the perspective of their own ICT frameworks grounded in daily experiences'*.

### 3.3. Gebruikspatronen en -profielen

Het meten van gebruik wordt gekenmerkt door fundamentele verschillen in de theoretische kaders aan de basis van de gebruikte meetinstrumenten. Grootschalige (inter)nationale surveys die als doel hebben trends en fenomenen in kaart te brengen, zijn in grote mate gebaseerd op diffusietheorieën. Diffusiemodellen baseren zich grotendeels op de innovatietheorie van Rogers (1995) en focussen voornamelijk op het achterhalen van de verspreiding van specifieke ICT in de maatschappij vanuit economisch en technologisch standpunt. Bijgevolg ligt de nadruk op toegang (Frissen, 2000). Kleinschalig en eerder kwalitatief gericht onderzoek dat doelt op het achterhalen van beweegredenen, oorzaken en verklaringen voor bepaalde fenomenen, zijn eerder opgesteld vanuit het domesticatieperspectief. Hierbij bevindt het zwaartepunt zich op processen van betekenisgeving en op de manier waarop en de mate waarin individuen zich het gebruik van ICT hebben eigen gemaakt (Frissen, 2004). Silverstone (1992) verwijst hiervoor naar vier fasen: 1) de pure aanschaf van iets; 2) de mate van gebruik van het product in de dagelijkse leefwereld; 3) de impact van het gebruik van het product op dagelijkse routines; en 4) de communicatie over het product naar de buitenwereld toe. Meetmodellen die hierop gebaseerd zijn vertrekken eerder vanuit het individu en schenken meer aandacht aan de gebruikscontext.

De voorbije jaren krijgt de opmaak van gebruikersprofielen heel wat aandacht (Selwyn, 2003; van Dijk, 2005; Livingstone & Helsper, 2007; Helsper, 2008; Verdegem, 2009; Brotcorne e.a., 2010). De invulling van profielen, met name wat betreft de elementen die deel uitmaken van het profiel, verschilt van onderzoek tot onderzoek. In de eerste plaats zijn er een aantal zeer eenvoudige typologieën die gebaseerd zijn op een beperkt aantal aspecten. Bijvoorbeeld de typologie ontwikkeld door Selwyn (2003). Hierbij wordt enkel rekening gehouden met de mate van gebruik en met de mate waarin respondenten het internet gebruiken voor informatievergaring en communicatieve doeleinden. Hij maakt het onderscheid tussen:

Core users	Hoog gebruik, informatie & communicatie
Peripheral	Middelmatig gebruik, informatie & communicatie sporadisch
Non users	Geen gebruik

Livingstone & Helsper (2007) gaan uit van een gelijkaardige opdeling maar voegen de notie van attitude toe, in die zin dat per profiel aangegeven wordt of de situatie waarin individuen zich bevinden een vrijwillige of niet-vrijwillige situatie behelst. In de eerste plaats maken zij het onderscheid tussen niet-gebruikers, occasionele gebruikers en ervaren gebruikers.



Vervolgens maken zij voor ieder type een verdere onderverdeling. Voor niet-gebruikers werd de volgende opdeling ontwikkeld:

Voluntary drop-outs	Met toegang	Vrijwillig gestopt met gebruik
Involuntary drop-outs	Geen toegang meer	Niet vrijwillig gestopt met gebruik
Potential users	Met toegang	Nooit gebruikt
Internet excluded	Geen toegang	Nooit gebruikt

De typologie van niet-gebruikers uitgewerkt door van Dijk (2005) sluit hierbij aan maar voegt de redenen van niet-gebruik toe en informatie omtrent het opleidingsniveau. Van Dijk (2005) spreekt van “drop-outs”; “net-evaders” en “echte niet-verbonden gebruikers”. Verdegem (2009) werkte eveneens een typologie van niet-gebruikers uit op basis van “Access – Skills – Attitudes”, de zogenaamde ASA-profielen. Hij voegt informatie betreffende het vaardighheidsniveau toe. Helsper (2008) en Brotcorne e.a. (2010) werkten meer doorgedreven profielen uit waarbij in grote mate ook de sociale context in rekening wordt gebracht. Helsper (2008) voegt de sociale positie, het onderwijsniveau en de gezinssituatie toe als beschrijvende elementen. De focus van het gebruik is eveneens uitgebreider dan bij Selwyn (2003). Brotcorne e.a. (2010) gaan nog een stap verder en voegen geslacht, leeftijd en attitude ten aanzien van ICT toe. Daarnaast brengen zij ook de initiële motivatie voor het gebruik, de vaardigheden van de andere gezinsleden, de beschikbaarheid van het sociale ondersteuningsnetwerk als de reden voor het aanleren van digitale vaardigheden in kaart. Brotcorne e.a. (2010) gaan hierbij uit van een driedelige opdeling:

Le territoire des usages	Het karakter en de eigenschappen van het gebruik, met name de focus, frequentie en tijdsbesteding betreffende online activiteiten.
L'évolution des pratiques	De manier waarop gebruikspraktijken beïnvloed worden door de sociale context.
La place et le sens des usages	De symbolische betekenis van het gebruik in het persoonlijke en het sociale leven van mensen.

Wat betreft het in kaart brengen van gebruik worden een aantal (nieuwe) indicatoren naar voor geschoven. Een eerste betreft de diversiteit van het gebruik (Hüsing & Selhofer, 2004; Brotcorne e.a., 2010; Hargittai, 2010). Gesteld wordt dat een hogere diversiteit in het gebruik zich uit in een verbetering van de digitale vaardigheden (Hargittai, 2010). De operationalisering van deze parameter gebeurt meestal aan de hand van een duale vraagstelling (ja/nee) omtrent welke applicaties (tekstverwerking, rekenbladen, fotobewerkingsprogramma's, etc.) gebruikt worden of voor welke doeleinden (informatievergaring, communicatie, financiële transacties, games, etc.) bepaalde media gebruikt worden. Hargittai (2007) voegt er een bevraging toe over de aanwezige kennis omtrent terminologie voor basis internetgebruik en meer recente webapplicaties:

Frames – Phishing – Widget Spam – RSS Torrent – Pdf – Bookmarks – Malware – Web feeds – Jpeg – Podcasting – Wiki – Tagging

Een tweede indicator betreft de ervaring van het gebruik (Hargittai, 2003; Mossberger e.a., 2003; Warschauer, 2003; van Dijk, 2005; Helsper, 2008; Zillien & Hargittai, 2009; van Deursen, 2010). Aangegeven wordt dat de internetervaring – uitgedrukt in aantal jaren – in grote mate de diversiteit van het gebruik beïnvloedt. Livingstone & Helsper (2007, 686) stellen dat *'children and young people who have been online for longer, and who use the internet more often, take up more online opportunities'*. De jaren gebruikservaring beïnvloedt eveneens het vaardigheidsniveau. Individuen die meer en langer het internet gebruiken, vergaren automatisch meer kennis over het internet, hebben meer mogelijkheden gekregen om via trial-and-error dingen te leren en ontwikkelen met name betere formele vaardigheden (Zillien & Hargittai, 2009; van Deursen, 2010). Een belangrijke kritiek is dat de jaren internetervaring geen juiste weergave of voorspelling zijn van de reële capaciteiten van respondenten of van hun reële vaardigheidsniveau (van Deursen, 2010). Eenzelfde redering geldt voor de frequentie van het gebruik. Dit beïnvloedt de ontwikkeling van vaardigheden, maar geeft tegelijkertijd geen zicht op de "kwaliteit" van deze vaardigheden (Mossberger e.a., 2003). Een derde indicator, verbonden met de notie van digitale vaardigheden, is de autonomie van het gebruik. Dit hangt voor een deel samen met de plaats van toegang en de vrijheid van het gebruik (DiMaggio & Hargittai, 2001; Robinson e.a., 2003; Brotcorne e.a., 2010). Diegenen met een grotere autonomie, zijnde thuistoegang en een grote gebruiksvrijheid, worden verondersteld op een eenvoudiger en makkelijkere manier meer voordeel te halen uit hun gebruik. Aanvullend sluit de mate waarin respondenten nood hebben aan ondersteuningsnetwerken en de rol die sociale netwerken innemen voor het ontwikkelen van digitale vaardigheden hierbij aan. Een vierde indicator betreft de meerwaarde van het gebruik. Gesteld wordt dat de mensen pas aangezet worden tot het gebruiken van ICT als het gepaard gaat met een effectieve meerwaarde (van Dijk, 2003; Selwyn, 2004; Verdegem & Verhoest, 2009). Mogelijk bepalende elementen hierbij zijn:

---

Tijdsbesparing door het gebruik

---

Nood aan een oplossing voor een bepaald probleem

---

Gepercipieerd nut of functie van ICT

---

Interesse voor ICT

---

Het is evenwel nodig deze aspecten te plaatsen tegenover redenen voor niet-gebruik zoals de gepercipieerde moeilijkheid om te (leren) werken met een bepaald medium, de kostprijs, de gebruiksvriendelijkheid... (van Dijk, 2005; Moreas, 2007). Pas als de voordelen de nadelen overstijgen, zullen individuen overgaan tot het gebruik. Het ontstaan van een meerwaarde gebeurt op basis van verschillende contextgebonden karakteristieken (Manueli e.a., 2007). Hierop wordt dieper ingegaan verder in dit artikel.<sup>3</sup>

Een belangrijke kritische noot met betrekking tot het in kaart brengen van gebruik, is dat de relatie tussen gebruik en sociale uitsluiting onvoldoende belicht wordt. Een groot deel van de huidige metingen en onderzoek spitst zich louter toe op het achterhalen van verschillen in gebruik, zonder na te gaan in hoeverre deze verschillen in gebruik ook gepaard gaan met mechanismen van digitale en sociale uitsluiting (Selwyn, 2004; van Dijk, 2005; Hargittai, 2010). Niet ieder verschil in gebruik is noodzakelijk verbonden met digitale uitsluiting en kan

---

3 Zie deel rond 'Aanvullende determinanten: "Sociale context: hoe meten?"

eerder een uiting zijn van verschillen in attitude en gedrag (Brotcorne e.a., 2010). Echter, ieder verschil in gebruik kan potentieel wel bijdragen tot sociale ongelijkheden (Hüsing & Selhofer, 2004; Hargittai, 2010).

### 3.4. Toenemende complexiteit: Mediageletterdheid en digitale vaardigheden

#### 3.4.1. Een wirwar aan concepten en definities

Het meten van mediageletterdheid en digitale vaardigheden is een tweede domein waar zich grote verschillen voordoen in definitie, operationalisering en methodologie. Of zoals Lankshear & Knobel (2008, 2) stellen: *'The most immediately obvious facts about accounts of digital literacy are that there are many of them and that there are significantly different kinds of concepts on offer.'* Door deze verscheidenheid in definities en concepten is het onduidelijk hoe mediageletterdheid en digitale vaardigheden zich verhouden ten opzichte van elkaar. Zitten digitale vaardigheden volledig vervat in mediageletterdheid, is er slechts deels aansluiting of staan beide concepten volledig los van elkaar? Enerzijds wordt in de literatuur gesteld dat de notie van geletterdheid gaat om bepaalde competenties en kennis, terwijl de notie van vaardigheden eerder verwijst naar de technische aspecten eigen aan deze competenties en kennis (van Deursen, 2010). Digitale vaardigheden kunnen in dit geval beschouwd worden als de vertaling van media-, informatie- of digitale geletterdheid naar meer praktisch gerichte en beter meetbare taken (van Deursen, 2010). Anderzijds worden in andere onderzoeken een veelheid aan concepten en definities gebruikt die allen op één of andere manier verbonden zijn met mediageletterdheid en/of digitale vaardigheden, zoals bijvoorbeeld informatievaardigheden, technische competenties, multimediageletterdheid, *"transliteracy"* of *"technical proficiency"*. Dit artikel heeft niet tot doelstelling een nieuwe definitie of conceptualisering voor mediageletterdheid of digitale geletterdheid uit te werken, maar focust op de verschillende drempels voor het meten van digitale vaardigheden. Het gebrek aan een eenduidige definitie en conceptualisering is daar duidelijk één van en heeft als gevolg dat een vergelijking tussen datasets over mediageletterdheid en digitale vaardigheden quasi onmogelijk wordt. Het opmaken van een overkoepelende definitie van digitale vaardigheden en mediageletterdheid impliceert het samenbrengen en terugbrengen van deze verschillende conceptualiseringen en invullingen naar één gemeenschappelijke deler.

Een overzicht en korte vergelijking van de verschillende soorten geletterdheden en hun conceptualisering geeft aan hoe complex het uitwerken van een eenduidige visie is. Lankshear & Knobel (2008) spreken van centrale competenties die het geheel aan basisvaardigheden en competenties omvatten, met name:

---

Het kunnen lezen en begrijpen van digitale en niet-digitale formats

---

Het kunnen creëren en communiceren van digitale informatie

---

Het kunnen evalueren van informatie

---

Kennisvergaring

---

Informatiegeletterdheid

---

Mediageletterdheid

---

Warschauer (2003) gaat uit van een lijst van verschillende soorten geletterdheid die nodig zijn om ten volle gebruik te maken van het internet:

Computergeletterdheid	Basis voor het werken met computers en netwerken
Informatiegeletterdheid	Competenties om met grote hoeveelheden informatie om te gaan
Multimediegeletterdheid	Competenties om multimediacontent te begrijpen en te produceren
Computer geremedieerde communicatiegeletterdheid of <i>netiquette</i>	Vaardigheden om op een efficiënte manier met online communicatie om te gaan (vb. email, chat, videoconferenties...)

Het gebruik van het concept informatiegeletterdheid kent een langere onderzoekstraditie vanuit de bibliotheekwetenschappen. Het ALA (American Library Association) definieerde in 1989 informatiegeletterdheid als: *'the ability to recognize when information is needed and the ability to locate, evaluate, and use the needed information effectively'* en vult dit in als een lineair proces bestaande uit zes stappen:

1. Het (h)erkennen van de nood aan informatie
2. De identificatie van welke informatie nodig is
3. Het vinden van deze informatie
4. Het evalueren van deze informatie
5. Het organiseren van deze informatie
6. Het gebruiken van de verkregen informatie

De uitwerking van SCOUNL (Society of College, National and University Libraries, 2006) sluit hierbij aan, maar is uitgebreider en verwijst onder meer naar het lokaliseren en verkrijgen, het vergelijken en evalueren, het organiseren, toepassen en communiceren; en het samenvatten en creëren van content. Anderen die het concept van informatiegeletterdheid uitwerkten zijn Boekhorst (2003), Mossberger e.a. (2003) en Lankshear & Knobel (2008). Boekhorst (2003) brengt drie onderverdelingen aan:

De competenties om ICT te gebruiken om informatie te vergaren en te verspreiden
De vaardigheden nodig om op een autonome manier informatie te vinden en te gebruiken
Het proces dat het mogelijk maakt de nood aan informatie te (h)erkennen, vervolgens informatie te vergaren, evalueren, gebruiken en verspreiden om kennis te verkrijgen of te vergroten

Lankshear & Knobel (2008) brengen het concept *morele en sociale geletterdheid* aan dat verwijst naar het bewustzijn en het begrijpen van wat moreel aanvaardbaar gedrag is binnen een digitale omgeving. Dit omvat onder meer het bewustzijn en kunnen omgaan met privacy issues en de creatie van een online identiteit. Als concept sluit dit aan bij de notie van "*netiquette*" van Warschauer (2003). Lankshear & Knobel (2008) maken bovendien het onderscheid tussen informatiegeletterdheid en mediageletterdheid. Volgens hen verwijst het eerste naar de competenties nodig om op een proactieve manier informatie te vinden, terwijl mediageletterdheid betrekking heeft tot het omgaan met informatie die aan individuen bij wijze van spreken opgedrongen wordt. Dit onderscheid uit zich niet in andere conceptualisering van

mediageletterdheid. Potter (2004, 58) definieert mediageletterdheid als *'the set of perspectives from which we expose ourselves to the media and interpret the meaning of the messages we encounter'*. De focus ligt hierbij op het bezitten van kennis en vaardigheden, voornamelijk gerelateerd tot mediaproductie. Jenkins (2009) gebruikt het concept *nieuwe mediageletterdheid* en beschrijft dit als een geheel van culturele competenties en sociale vaardigheden die jonge mensen nodig hebben in het nieuwe medialandschap. Hij maakt een opdeling naar:

Play	De competenties om te experimenteren als een manier om via trial-and-error problemen op te lossen
Judgement	De competenties om informatiebronnen te evalueren op hun betrouwbaarheid en geloofwaardigheid
Networking	De competenties om te zoeken naar, samenvatten van en verspreiden van informatie
Negotiation	De competenties om alternatieve normen en de verscheidenheid aan gemeenschappen en invalshoeken te begrijpen en te volgen

Het kunnen evalueren van informatie maakt volgens een zeker aantal onderzoekers deel uit van informatigeletterdheid dat op zijn beurt deel uitmaakt van de bredere notie van digitale en/of mediageletterdheid (ALA, 1989; Steyaert, 2000; Boekhorst, 2003; Hargittai, 2003; van Dijk, 2005; SCONUL, 2006; Jenkins, 2009; van Deursen, 2010). De definitie van digitale geletterdheid aangebracht door Martin (2006, 255) illustreert dit duidelijk: *'Digital literacy is the awareness, attitude and ability of individuals to appropriately use digital tools and facilities to identify, access, manage, integrate, evaluate, analyse and synthesise digital resources, construct new knowledge, create media expressions, and communicate with others, in the context of specific life situations, in order to enable constructive social action; and to reflect upon this process.'*

Van Deursen (2010) brengt een meer algemene definitie aan en omschrijft geletterdheid als de vaardigheden die nodig zijn om goed te kunnen functioneren in de maatschappij. Deze definitie is echter te algemeen en bovendien zeer waardegeladen. Wat houdt *'goed kunnen functioneren in de maatschappij'* effectief in? Graham & Goodrum (2007, 474) vullen geletterdheid in als *'the ability to understand and make meanings of the universe of symbolic resources to which we have access, including access to the technical means to do this'*. Het doortrekken van eenzelfde redenering naar digitale geletterdheid betekent volgens Lankshear & Knobel (2008, 5) dat over digitale geletterdheid moet nagedacht worden in termen van *'a shorthand for the myriad social practices and conceptions of engaging in meaning making mediated by texts that are produced, received, distributed, exchanged, etc., via digital codification.'*

Een zekere verscheidenheid in definities en concepten doet zich eveneens voor bij digitale vaardigheden. Bovendien stemmen de verschillende soorten geletterdheden deels overeen met de conceptualisering van bepaalde type vaardigheden. Steyaert (2000), van Dijk (2005) en van Deursen (2010) categoriseren digitale vaardigheden als volgt: In de eerste plaats zijn er zogenaamde instrumentele vaardigheden (Steyaert, 2000) of operationele vaardigheden (van Dijk, 2005; van Deursen, 2010) die verwijzen naar de knoppenkennis of de operationele vaardigheden die nodig zijn om technologie te kunnen bedienen. Dit sluit aan bij de notie van computergeletterdheid aangebracht door Warschauer (2003). Mossberger e.a. (2003) gebruiken de concepten technische competentie, zijnde de vaardigheden nodig om het internet

te bedienen, en *“hardware-related technical proficiency”*, zijnde de vaardigheden nodig om hardware en software te bedienen. Helsper (2008) spreekt van technische vaardigheden. In de tweede plaats wordt het begrip structurele vaardigheden naar voor gebracht door Steyaert (2000). Dit gaat om het kunnen omgaan met de structuur van een medium en is van toepassing op zowel oude als nieuwe media. Van Dijk (2005) herformuleert dit naar formele vaardigheden. In de derde plaats brengt Steyaert (2000, 10) het concept strategische vaardigheden aan, zijnde: *‘de ingesteldheid tot het pro-actief zoeken naar informatie, het nemen van beslissingen op basis van informatie en het scannen van de omgeving op voor iemands werk of persoonlijk leven relevante informatie’*.

Van Dijk (2005) splitst dit verder op en maakt expliciet het onderscheid tussen informatievaardigheden en strategische vaardigheden. Deze laatste omschrijft hij als de competenties die nodig zijn om computer en netwerken te gebruiken in het eigen voordeel of ter verbetering van de eigen sociale positie. Het concept informatievaardigheden, krijgt net als bij de conceptualisering van de verschillende soorten geletterdheden, meer aandacht in onderzoek. Volgens van Dijk (2005) omvat het de competenties nodig voor het zoeken, vinden, selecteren, evalueren en toepassen van informatie. Van Deursen (2010) past eenzelfde vierledige omschrijving toe voor het internet. Aanvullend maakt van Deursen (2010) het onderscheid tussen mediumgerelateerde vaardigheden (cf. operationele en formele vaardigheden) en inhoudgerelateerde vaardigheden (cf. informatie- en strategische vaardigheden). Ook geeft hij aan dat er nood is aan een vijfde categorie, met name computer geremedieerde communicatievaardigheden omdat online communicatie een hele reeks vaardigheden vereist die niet terug te vinden zijn in één van de vier vorige categorieën (van Deursen & van Dijk, 2009). De grootste verschillen doen zich echter voor bij de operationalisering en praktische invulling van deze soorten geletterdheden en vaardigheden in bestaande meetsystemen.

### 3.4.2. Digitale vaardigheden: Pragmatische operationalisering

Op het eerste zicht lijkt er een zekere consensus te zijn over de verschillende types vaardigheden die nodig zijn om het internet ten volle te kunnen gebruiken. Het grote verschil uit zich echter in de manier van operationalisering over verschillende onderzoeken heen. Zowat ieder onderzoek naar digitale vaardigheden gaat uit van een andere invulling waarbij er weliswaar sprake is van een zekere overlap maar niet van uniformiteit. Dit maakt het vergelijken van data over onderzoeken heen onmogelijk. Steyaert (2000), Van Dijk (2005) en van Deursen (2010) baseren zich op EDCL (European Computer Driving License) voor de uitwerking van welke specifieke taken respondenten moeten kunnen uitvoeren. Een belangrijke kritiek is dat EDCL te fel gebaseerd is op Windows software en bijgevolg focust op klassieke applicaties als tekstverwerking, rekenbladen, presentaties en gegevensbestanden (Verdegem, 2009). Andere academici – Bouwman & Van der Duin, 2007; Bunz, 2009; Hargittai, 2003, 2007, 2008, 2009; Lankshear & Knobel, 2008; Larsson, 2002; Mossberger e.a., 2003; Warschauer, 2003; Zillien & Hargittai, 2009 – brengen naast elkaar heen nog een groot deel andere taken aan. De meeste aandacht wordt gegeven aan het kunnen gebruiken van de muis of het kunnen openen, gebruiken en bewaren van verschillende formaten en documenten (Hargittai, 2008; Larsson, 2002; Mossberger e.a., 2003; van Deursen, 2010; Warschauer, 2003). Minder bevroegde elementen zijn onder meer het openen van een webadres, het aanmaken van bookmarks of het gebruik van Boolean operatoren (Bunz, 2009; Hargittai, 2003; Larsson, 2002; van Deursen, 2010). Het meetinstrument uitgewerkt door van Deursen (2010) is zonder twijfel het meest uitgebreid en

omvat taken die aansluiten bij de vier type vaardigheden (operationeel, formeel, informatie en strategisch). De huidige invulling van computer geremedieerde communicatievaardigheden focust op het kunnen participeren in online netwerken en groepsgesprekken, het kunnen gebruiken van de juiste lengte voor een bericht of het kunnen gebruiken van de gepaste afkortingen en emoticons (Bouwman & Van der Duin, 2007; Hargittai, 2007; van Deursen, 2010).

Buiten deze klassieke determinanten van digitale vaardigheden, worden bijkomende indicatoren aangebracht die zelden geïntegreerd worden in bestaande meetsystemen. Een eerste is basisgeletterdheid. Een minimale geletterdheid is een cruciale voorwaarde voor het verdere gebruik van ICT (Mossberger e.a., 2003; Dekkers & Kegels, 2003; Lankshear & Knobel, 2008). Mensen in armoede en kansengroepen, maar ook jongeren kampen met een laag niveau van geletterdheid (Mossberger e.a., 2003; Dekkers & Kegels, 2003; Brotcorne, Mertens & Valenduc, 2009). Een tweede indicator zijn cognitieve vaardigheden. Mensen dienen het nodige cognitieve vermogen te bezitten dat hen toelaat te kunnen omgaan met de complexiteit van ICT (van Dijk, 2005; Verdegem, 2009; Brotcorne e.a., 2010). Het meten van het cognitieve vermogen gebeurt voornamelijk op basis van het opleidingsniveau (Barzilai-Nahon, 2006). Een belangrijk element dat momenteel buiten beschouwing gelaten wordt, is het probleemoplossend vermogen van individuen (Robinson e.a., 2003; van Deursen, 2010). Een derde indicator betreft bewustzijn en kennis over beschikbare tools en applicaties (Robinson e.a., 2003; Hargittai, 2007; Donat e.a., 2009). Of zoals Katz & Rice (2002, 94) stellen: *'Good intentions and well-meaning efforts are only part of the equation. What we call the "other digital divide" is awareness. Awareness is not simply hearing a word or a name. It also means being aware of what the internet can do to serve one's own ends'*.

## 4. Aanvullende determinanten voor digitale uitsluiting

### 4.1. Belang en invulling van ondersteuningsmechanismen

Ondersteuningsmechanismen of hulpbronnen spelen een belangrijke rol voor de mate waarin en de manier waarop individuen zich bepaalde ICT eigen maken. Een groot aantal individuen heeft nood aan hulp, maar weet niet altijd waar ze deze kunnen vinden (Hargittai, 2007). Mariën e.a. (2010) geven aan dat er een sociale netwerk drempel bestaat die er voor zorgt dat kansengroepen blijven vastzitten in een homogeen ICT-arm sociaal netwerk en van daaruit ook weinig tot geen stimulansen, technische of emotionele ondersteuning krijgen. Gesteld wordt dat een gebrek aan hulpbronnen een cruciale oorzaak is van structurele digitale ongelijkheden (DiMaggio & Hargittai, 2001; van Dijk, 2005; Brotcorne e.a., 2010). Individen die een veelheid aan hulpbronnen hebben waarop ze kunnen terugvallen, worden op een meer intense en meer diverse manier gestimuleerd tot het aanschaffen en gebruiken van ICT (Haddon, 2004). Referentiepunten of –personen nemen een voorbeeldrol in en beïnvloeden het gedrag van mensen in het netwerk (van Dijk, 2003; Donat e.a., 2009). Moreas (2007) stelt dat als individuen ingebed zijn in een sociale context die positief staat tegenover ICT, deze individuen ICT ook makkelijker als een positief iets zullen beschouwen. ICT-rijke sociale ondersteuningsnetwerken – familie, vrienden, collega's, ... – maken andere leden van het netwerk bewust van het belang en het nut van applicaties en ICT of zijn een belangrijke bron voor het aanleren van ICT-vaardigheden (van Dijk, 2005; Brotcorne e.a., 2009). De invloed van het netwerk kan echter ook negatief zijn. Indien er binnen een netwerk een negatieve attitude

heerst ten aanzien van ICT, heeft dit een impact op het gebruik en de attitudes van de leden van dat netwerk (Helsper, 2008).

Als concept worden ondersteuningsmechanismen of hulpbronnen op verschillende manieren ingevuld. Van Dijk e.a. (2000) maken een onderscheid tussen drie soorten hulpbronnen: 1) cognitieve; 2) materiële; en 3) sociale hulpbronnen en stellen dat het sociaal kapitaal van mensen is opgebouwd uit de hulpbronnen waarop ze kunnen terugvallen voor de aanschaf en het gebruik van ICT. Hierbij gaat het dan specifiek om:

Mensen die in eenzelfde sociale omgeving bewegen en zelf ICT bezitten
Vaardigheden die in sociale netwerken aangesproken kunnen worden
Mate waarin andere leden van het netwerk hulp en informatie kunnen of willen geven

Selwyn (2004) baseert zich op het werk van Bourdieu rond sociaal kapitaal en werkt een driedelige opdeling uit gedefinieerd in termen van kapitaal:

Economisch kapitaal	Financiële middelen om ICT aan te kopen
Cultureel kapitaal	Beschikbaarheid van een culturele context die het aanleren van digitale vaardigheden stimuleert
Sociaal kapitaal	Motivationele, technische en sociale ondersteuning vanuit het sociale netwerk

Brotcorne e.a. (2010) hanteren dezelfde opdeling maar definiëren deze iets ruimer. Economisch kapitaal omvat het geheel aan economische middelen, inclusief de materiële ICT-uitrusting, maar ook de koopkracht en de plaats die aan ICT wordt toegekend in de thuiscontext. Gilbert (2010) brengt het concept "*technologisch kapitaal*" aan dat verwijst naar het geheel van effectieve en potentiële hulpbronnen verbonden met toegang, gebruik of kennis aangaande ICT. Hoewel de invulling verschilt, is elke opdeling en definitie gebaseerd op de notie van sociaal kapitaal van Bourdieu (1986, 242-252): '*Social capital consists of resources based on group membership, relationships, networks, and support. It constitutes the totality of current and potential resources connected to a durable network of more or less institutionalized relations characterized by mutual knowing or acknowledgements; in other words, social capital is a resource based on the affiliation to a group*'.

In het kader van ondersteuningsnetwerken wordt eveneens de notie van "*warm experts*" en "*local experts*" gebruikt (Bakardjieva & Smith, 2001; Haddon, 2004; Selwyn e.a., 2005; Stewart, 2007). Beide concepten verwijzen naar personen die beschouwd kunnen worden als een informatie- en referentiepunt bij wie andere leden van een netwerk terecht kunnen met hun vragen (Haddon, 2004). Ze spelen een cruciale rol binnen het adoptie- en domesticatieproces in hun netwerk (Stewart, 2007). Het begrip "*proxy user*" sluit hierbij aan, maar heeft een andere betekenis. Een *proxy user* is iemand die ICT gebruikt in opdracht van en ten behoeve van iemand anders (Helsper, 2008). Een belangrijk risico is dat de aanwezigheid van één of meerdere proxy gebruikers kan leiden naar *bewuste en selectieve incompetentie*. Dit houdt in dat individuen mogelijk weinig inspanning zullen leveren om zelf hun digitale vaardigheden te ontwikkelen en/of ICT te gebruiken omwille van het feit dat zij een digitaal



vaardig iemand hebben in hun onmiddellijke omgeving die alle ICT-gerelateerde zaken voor hen uitvoert (Verdegem, 2009).

Er worden verschillende indicatoren aangebracht die gebruikt kunnen worden om de ondersteuningsmechanismen van individuen in kaart te brengen. Een eerste is de eigenheid van het netwerk van individuen in termen van homogeniteit/heterogeniteit. Hoe groter het aantal netwerken waartoe men behoort, hoe meer kans op stimulansen er zijn om ICT te gebruiken (van Dijk e.a., 2000; DiMaggio & Hargittai, 2001). Dit kan geoperationaliseerd worden aan de hand van het bevragen van de deelname in het aantal netwerken (bijvoorbeeld participatie in arbeid, educatie, vrije tijd, cultuur,... (DiMaggio & Hargittai, 2001; Hargittai, 2003; van Dijk e.a., 2000). Het bevragen van het aantal netwerken op zich is echter onvoldoende. Een tweede indicator is de houding en interesse ten aanzien van ICT binnen deze netwerken. Zillien & Hargittai (2009) gebruiken hiervoor de notie “*computer interested setting*”. Verdegem (2009) verwijst naar het bestaan van een *technologische cultuur*. Mogelijke parameters die aangebracht worden, zijn:

ICT-attitude in netwerken	Hargittai, 2003; Dekkers, 2003; Moreas, 2007; Verdegem, 2009
ICT-gebruik binnen netwerken	Haddon, 2004; Crang et al., 2006; Mariën, 2007
ICT-bezit binnen netwerken	van Dijk et al., 2000
Aanwezigheid van hulpbronnen (economisch, sociaal, technisch, cultureel) in netwerken	Brotcorne, Mertens & Valenduc, 2009; Dekkers, 2003; Hargittai, 2003; Gilbert, 2010; Vandenbroeck et al., 2007
Keuze (favoriete) sociale hulpbron	Robinson et al., 2003; Verdegem, 2009

Respondenten moeten zich eveneens bewust zijn bij wie of waar ze terecht kunnen voor welke type vragen of ondersteuning aangaande ICT. Bewustzijn omtrent de aanwezigheid van *warm experts* dient dus ook te worden bevroegd (Hargittai, 2007). Voor het in kaart brengen van de autonomie van het gebruik, is het eveneens interessant na te gaan in hoeverre respondenten nood hebben aan of een beroep moeten doen op ondersteuning. Of omgekeerd, zelf een rol spelen als *warm expert* of referentiepunt voor anderen (Verdegem, 2009; van Deursen, 2010). Daar hieromtrent weinig of geen data beschikbaar zijn, kan het leerrijk zijn eveneens te vragen naar het type ondersteuning dat nodig is.

#### 4.2. Leerproces digitale vaardigheden

Het leerproces verbonden met het aanleren en verbeteren van digitale vaardigheden wordt zelden uitgebreid bevroegd in grootschalige surveys. Nochtans geeft recent onderzoek aan dat het leerproces een belangrijke rol speelt bij het tegengaan van digitale uitsluiting (van Dijk, 2005; Hargittai, 2008; Newholm et al., 2008; Donat e.a., 2009; Heeley & Damodaran, 2009; Jenkins, 2009; van Deursen & van Dijk, 2009; Brotcorne e.a., 2010; van Deursen, 2010). Nu worden digitale vaardigheden voor een groot deel aangeleerd op een autodidactische manier, via handboeken of via het sociale netwerk (van Dijk, 2003; van Deursen & van Dijk, 2009). Het zijn voornamelijk operationele en formele vaardigheden die op deze manier ontwikkeld worden (van Deursen, 2010). Informatie- en strategische vaardigheden worden makkelijker aangeleerd via formele opleidingen (van Deursen, 2010). In het onderwijs ligt de focus echter

te sterk op het aanleren van operationele vaardigheden en applicaties als tekstverwerking en rekenbladen, terwijl het ontwikkelen van informatie- en digitale vaardigheden onderbelicht blijft. Informatie- en strategische vaardigheden vragen om het ontwikkelen van een zekere attitude, met name het kritisch zijn ten aanzien van media-inhouden, maar ook om het proactief en rationeel gebruiken van het internet ter verbetering van de eigen sociale positie. Attitudeveranderingen vinden zelden plaats via informeel leren en vereisen aldus een educatieve tussenkomst (Mariën e.a., 2010; van Deursen, 2010). De betekenis van opleidingen mag bijgevolg niet onderschat worden, want, zo stellen Donat e.a. (2009, 51) *'education has the power to reshape attitudes in general and therefore also towards ICTs'*. Het onderwijs dient wel te blijven investeren in de ontwikkeling van operationele en formele vaardigheden want informeel leren garandeert niet dat individuen leren werken met een veelheid aan applicaties (van Deursen, 2010). Gesteld wordt dat het deelnemen in computerlessen of informeel leren via trial-and-error onvoldoende is voor het uitbouwen van een adequaat vaardigheidsniveau. Brotcorne e.a. (2010) geven aan dat er drie manieren zijn om digitale vaardigheden aan te leren:

---

Op school tijdens normale schoolloopbaan

---

Bijkomende opleidingen elders

---

Op een autodidactische manier

---

Laagopgeleiden en kansengroepen krijgen echter minder opportuniteiten tot bijscholing in hun werkcontext. Ze participeren bovendien minder in training in het algemeen omwille van slechte schoolervaringen in het verleden, een gebrek aan zelfvertrouwen of een laag zelfbeeld (Mariën & Van Audenhove, 2010). Kansengroepen worden meer en beter bereikt via kleinschalige bottom-up initiatieven die werken rond sociale en digitale inclusie. Deze initiatieven hebben een pedagogische aanpak ontwikkeld die de leerdrempels van kansengroepen in grote mate neutraliseren door:

---

Eén op één begeleiding

---

Kleine groepen

---

Traag tempo

---

Klare taal

---

Leermateriaal op maat

---

Vertrouwensrelatie

---

Het is daarom zeker waardevol om de tweede categorie verder op te splitsen naar:

---

Bijkomende opleiding op de werkvloer

---

Bijkomende opleiding in formele onderwijsinstellingen voor volwassenen

---

Bijkomende opleiding in kleinschalige socio-culturele instellingen

---

De vraag luidt dan op welke manier het leerproces eigen aan digitale vaardigheden gemeten moet worden. De plaats waar en de manier waarop vaardigheden het liefst worden aangeleerd

zijn cruciaal (van Dijk, 2003; Heeley & Damodaran, 2009; Verdegem, 2009; van Deursen, 2010):

Plaats leerproces	Thuis – OCR – School – Werk – Andere onderwijsinstelling – Socio-culturele organisatie
Manier leerproces	Zelf uitproberen – Handboek – Met hulp van vrienden of familie – Opleiding op het werk – Opleiding op school – Opleiding elders

Een ander element dat hierbij aansluit is wat door Jenkins (2009) *play* genoemd wordt, met name het vermogen van individuen om op een experimentele en probleemoplossende manier om te gaan met ICT. Dit vanuit de redenering dat informeel leren, leren via trial-and-error, in grote mate steunt op het vermogen van individuen op probleemoplossend te werken. Een laatste aspect dat bevraagd kan worden, zijn de redenen waarom er geen participatie is in ICT-opleidingen en -training (Mariën e.a., 2010; van Deursen, 2010). Mogelijke antwoordcategorieën zijn:

Geen tijd	Cursussen zijn te moeilijk
Geen interesse	Cursussen gaan te snel
Geen nood aan een opleiding	De taal van cursussen is te moeilijk

### 4.3. Sociale context: Hoe meten?

Barzilai-Nahon (2006, 270) stelt het volgende: *'context should be one of the most important frameworks conceptualizing the digital divide'*. De sociale context bepaalt in grote mate hoe mensen met ICT omgaan in hun dagelijkse realiteit. Word je in je werksituatie geconfronteerd met een bepaald gebruik van ICT en krijg je daarbij de nodige opleiding en ondersteuning? Brengt het gebruik van een bepaalde applicatie (Vb. Railtime – een applicatie van de Belgische spoorwegen die treinvertragingen in reële tijd aangeeft) een directe meerwaarde met zich mee of integendeel, maakt de sociale context dit gebruik overbodig (Vb. iemand die nooit met de trein reist)? Hoewel er een groot aantal onderzoeken zijn die het belang van de sociale context benadrukken voor de adoptie en het gebruik van ICT, zijn er weinig tot geen definities of conceptualisering van de sociale context voorhanden (Silverstone & Haddon, 1996; Wellman & Haythornthwaite, 2002; Selwyn e.a., 2005; Crang e.a., 2006; van Dijk, 2006; Verdegem, 2009; Gilbert 2010). Een eerste mogelijke invulling is deze van Brotcorne e.a. (2010) waarbij de term *"territoire d'usages"* gebruikt wordt. Zij stellen dat het volstaat om het geheel aan verschillende activiteiten die het gebruik kenmerken te mappen door deze te situeren in tijd en ruimte en deze te positioneren binnen de sociale omgeving van respondenten, zijnde de thuisomgeving, op school, op het werk of elders. Hierbij rekening houdend met het feit dat verschillende individuen ICT op verschillende manieren gebruiken, op verschillende locaties en tijdstippen en met verschillende frequenties, verwachtingen en bedoelingen, en dit binnen een verscheidenheid aan sociale contexten (Brotcorne e.a., 2010). Een overzicht van verschillende invullingen voor de sociale context wordt gegeven door Bouwman & Van der Duin (2007). Zij verwijzen naar het onderscheid dat McCreadie & Rice (1999) maken tussen *context* en *situation*. Het eerste verwijst naar het bredere geheel in dewelke gebruikers handelen. Het tweede refereert

naar de specifieke omstandigheden vanuit dewelke een behoefte naar informatie ontstaat. Daarnaast brengen Bouwman & Van der Duin (2007) de opdeling van Pedersen & Ling (2002) aan. Hierbij wordt uitgegaan van “proxies”, gebaseerd op karakteristieken betreffende mobiliteit, tewerkstelling, vrijetijdsbesteding en specifieke socio-demografische eigenschappen, voor het maken en beschrijven van verschillen tussen de verschillende contexten van eindgebruikers. Volgens Bouwman & Van der Duin (2007) verwijst context echter niet alleen naar de dagelijkse context van individuen waar ICT wordt gebruikt maar ook naar de bredere sociale context waarin individuen bewegen.

Een eerste element dat daarom in kaart moet gebracht worden is de sociale context op micro niveau, met name op het niveau van het individu en zijn directe leefwereld. De redenen hiervoor zijn divers. In de eerste plaats omdat het gebruik van ICT niet los van bestaande activiteiten en gedrag beschouwd kan worden (Wellman & Haythornthwaite, 2002; Hargittai, 2004; Jin & Cheong, 2008; Zillien & Hargittai, 2009). Onderzoek van Selwyn e.a. (2005) geeft aan dat het internetgebruik van individuen bijna altijd verbonden is met de activiteiten die mensen reeds uitoefenden voor de start van hun internetgebruik. Het internet laat enkel toe dat mensen zich meer of op een andere manier engageren in hun dagelijkse activiteiten. Bij het verkrijgen van een duidelijk zicht op (niet-)gebruik moeten aldus de sociale en persoonlijke omstandigheden van individuen, offline gedrag inbegrepen, in rekening gebracht worden (Selwyn e.a., 2005). Een tweede reden is dat de netwerken, sociale relaties en gemeenschappen waarin individuen vervat zitten, een grote invloed hebben op de manier waarop ICT worden gedomesticiseerd, gevormd en gebruikt (Frissen, 2000). Individuen en hun ICT-gebruik staan niet los van de sociale, plaats- en tijdsgebonden dynamiek van de thuis-, werk- of schoolomgeving (Crang e.a., 2006). Het beschouwen van de context laat toe om een verband te leggen tussen het sociaal kapitaal aanwezig op individueel niveau en het sociaal kapitaal aanwezig op het niveau van de verschillende gemeenschappen waartoe het individu behoort (Gilbert, 2010). Een derde reden is dat culturele factoren en de sociale context mee aan de basis liggen van de geïnformeerde keuze op basis waarvan individuen beslissen geen gebruik te maken van ICT (Helsper, 2008). Een vierde reden is dat de sociale context het dynamische karakter van ICT gebruik in kaart brengt. Hierdoor wordt duidelijk hoe het gebruik van ICT individuen beïnvloedt en vice versa (Crang e.a., 2006). Het gebruik van ICT wordt gevormd door de manier waarop individuen er betekenis aan toe kennen. ICT en het gebruik ervan zijn geen statische elementen die puur technologie gedreven zijn (Lee, 2008).

Een tweede element dat verder moet onderzocht worden, is de sociale context op macro niveau. In de eerste plaats omdat netwerken en ICT geen neutrale technologieën zijn maar gevormd worden door de politieke, culturele en sociale omgeving in dewelke ze zijn ontstaan (Barzilai-Nahon, 2006). In de tweede plaats omdat de sociale context op macro niveau aangeeft in hoeverre plaats, tijd, ruimte en schaal verbonden met ICT in relatie staan tot mechanismen van digitale uitsluiting. Het laat bovendien toe om duidelijkheid te schep- pen over de oorzaken van digitale uitsluiting, met name dat digitale ongelijkheden niet het resultaat zijn van voor de hand liggende sociale factoren, maar wel tot stand komen vanuit de dagelijkse ervaringen van individuen. Hierbij spelen machtsconstellaties op verschillende niveaus een belangrijke rol. Gilbert (2010, 1006) verduidelijkt met een voorbeeld: *‘Instead of documenting geographic variations in ICT access and use, we can ask questions such as how do local labor markets, the quality of schools, or the availability of public services such as libraries explain variations in access and use of ICT’*. Met andere woorden, ook de relaties

tussen elementen onderling moeten van naderbij beschouwd worden (Barzilai-Nahon, 2006). Aanvullend heeft het in kaart brengen van de geografische context een meerwaarde omdat het aangeeft op welke manier ICT in bepaalde plaatsen is ingebed. Een belangrijke denkpiste hier is dat de geografische context voornamelijk een impact heeft op de beschikbaarheid van ICT, maar evenzeer op de sociale en culturele attitudes die lokaal aanwezig zijn. Er zijn reeds een aantal indicaties dat digitale uitsluiting zich anders manifesteert in een rurale dan in een urbane context.

Maar welke elementen moeten er dan concreet in kaart gebracht worden? Haythornthwaite (2001) stelt dat een beeld moet gevormd worden van de manier waarop ICT in relatie staat tot het leven van individuen. Hierbij moeten de volgende zaken zeker in kaart gebracht worden:

De mensen met wie een individu interageert
Technologieën waarmee een individu in aanraking komt (over plaatsen en contexten heen)
De levensstijl van een individu
De levensfase waarin een individu zich bevindt

Er is echter weinig tot geen literatuur te vinden die specifiek ingaat op het in kaart brengen en integreren van de sociale context in bestaande meetsystemen voor digitale uitsluiting. Wel komen doorheen andere studies de volgende aspecten naar voor als determinerend element voor domesticatie en gebruik:

Wat is de potentiële meerwaarde van het gebruik?	Hüsing & Selhofer, 2004; Selwyn et al., 2005; Verdegem, 2009
Welke betekenis en plaats kennen individuen toe aan ICT in hun dagelijkse realiteit?	Anderson & Tracey, 2001; Bakardjieva & Smith, 2001; Brotcorne et al., 2010; Doyle, 2008; van Deursen, 2010
Vanuit welke interesse gebruiken individuen ICT?	Zillen & Hargittai, 2009
Wat willen individuen bereiken met hun gebruik?	DiMaggio & Hargittai, 2001; Hargittai, 2004; Hüsing & Selhofer, 2004; Brotcorne et al., 2010
Vanuit welke redenen gebruiken individuen ICT?	Brotcorne et al., 2010
Welke noden en behoeften liggen aan de basis van het gebruik?	Verdegem, 2009

Ieder van de hierboven aangebrachte aspecten blijven nog zeer algemeen. Huidige onderzoeken geven niet aan op welke manier deze aspecten concreter en op een meetbare manier ingevuld kunnen worden. Een belangrijke conclusie is dat er bijkomend onderzoek nodig is, theoretisch en empirisch, waarin deze bepalende aspecten verder gedefinieerd worden in termen van indicatoren en meetbare parameters.

## 5. SCV-survey: aanzetten tot verbetering

### 5.1. Klassieke determinanten: toegang, attitude, gebruik en vaardigheden

Wat betreft toegang (cf. bezit van ICT) wordt in de SCV-surveys uitgegaan van een ja/nee vraagstelling. Ook het jaar van aanschaf en het aantal toestellen wordt bevraagd, net als het type internetaansluiting waarover mensen beschikken. Het verleggen van de nadruk naar het bevragen van de kwaliteit van toegang is hier prioritair. Daarom is het aangewezen de volgende items zeker te (her)bevragen:

**Op welke van de volgende plaatsen gebruikt u het internet?**

	Nooit	Min. 1 × per jaar	Min. 1 × per maand	Min. 1 × per week	Dagelijks	Nvt
Thuis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Op school	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Op het werk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bij vrienden of familie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Via een gratis draadloos netwerk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mobiel via USB-sticks of oplaadkaarten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In een openbare computerruimte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Gezien de hoge prijzen van internetverbindingen in Vlaanderen en de mogelijk negatieve impact hiervan op de aanschaf van internet, is het herintegreren van vragen omtrent de betaalbaarheid zeker aangewezen. Dit kan in navolging van de SCV-surveys van 2005 en 2007 opnieuw bevraagd worden door middel van een aantal attitude-gerichte vragen (Vb. de computer, de modem en ander materiaal om op het internet te gaan, is te duur, de telefoonkosten of de kosten van het internetabonnement zijn te hoog). Daarnaast is het nodig de focus op mensen zonder toegang te vergroten en de redenen na te gaan waarom individuen thuis geen computer of internetverbinding hebben. Dit kan door middel van de volgende vraagstelling (cf. Internet):

**Wat is de voornaamste reden waarom u thuis geen internetverbinding heeft?**

<input type="radio"/>	Ik heb geen internet nodig thuis.
<input type="radio"/>	Het internet interesseert mij niet.
<input type="radio"/>	Ik weet niet welk voordeel het internet mij zou geven.
<input type="radio"/>	Ik heb geen tijd.
<input type="radio"/>	Internet is te duur.
<input type="radio"/>	Ik kan niet met het internet werken.
<input type="radio"/>	Ik heb ergens anders toegang tot het internet en dat is voor mij voldoende.
<input type="radio"/>	Als ik het internet voor iets nodig heb, dan doet iemand anders dat voor mij.
<input type="radio"/>	Andere reden

Met betrekking tot attitude focust de SCV-survey in eerste instantie (2001 & 2003) op het bevragen van redenen van niet-gebruik, eventuele incentives voor een mogelijke aanschaf in de toekomst en de houding ten aanzien van drempels en opportuniteiten van de computer en het internet. Hierbij wordt gebruik gemaakt van een Likert schaal van 5 antwoordmogelijkheden (helemaal eens tot helemaal oneens) en een batterij negatief en positief geformuleerde uitspraken. De SCV-survey van 2007 is meer uitgebreid: Verschillende vragen zijn toegespitst op attitudes aangaande het gebruik van online data door derden. Tegelijk worden attitudes over internet en nieuwe technologieën in het algemeen gemeten. In 2009 en 2010 werd het meten van attitudes niet langer opgenomen. Gezien het belang van attitudes ter verklaring van het (niet)-gebruik van ICT, is het aangewezen het meten van attitudes te herintegreren. Hierbij kan nagedacht worden over de mogelijke integratie van (een deel van) de 37 stellingen die opgemaakt en gevalideerd werden in het onderzoek van Verdegem (2009). Let wel, de bevraging van attitudes moet focussen op gebruik en op niet-gebruik.

Wat betreft gebruik worden de voor de hand liggende indicatoren bevraagd, met name de frequentie en het type toepassingen dat gebruikt worden (cf. enkel in 2001 & 2003 voor computer; 2001 tem 2010 voor internet). Aanvullend wordt het gebruik van bepaalde toestellen bevraagd. (Vb. Radio, televisie, 'toestel met internet', spelconsole...) Daarnaast is de SCV-survey in grote mate toegespitst op e-government. Zo wordt het gebruik van online websites van overheden, het gebruik van internet voor overheidsdiensten en de manier om contact op te nemen met de overheid bevraagd in 2007 en 2009. Een eerste aandachtspunt is de opmaak van meer gedetailleerde gebruikersprofielen. Momenteel gebeurt de data-analyse van de SCV-survey in grote mate vanuit de meest voor de hand liggende socio-demografische karakteristieken (cf. leeftijd, gender, inkomen, nationaliteit, onderwijsniveau, arbeidssituatie, gezinsituatie,...) Het is zeker aangewezen om dit uit te breiden met het bevragen van de initiële motivatie van het gebruik en de vaardigheden van de andere gezinsleden. In de tweede plaats moet aandacht besteed worden aan het in kaart brengen van de sociale context. Hoewel meer onderzoek nodig is naar mogelijke meetmethoden, indicatoren en vraagstellingen, is het bevragen van de meerwaarde van het gebruik en meer concreet de redenen voor het gebruik een mogelijke aanzet:

### **Redenen voor het gebruik**

***Wat is voor u de belangrijkste reden om het internet te gebruiken?***

- Ik bespaar tijd.
- Het is nuttig.
- Ik vind het interessant.
- Ik heb een oplossing nodig voor een bepaald probleem.
- Ik leer nieuwe dingen.
- Dan verveel ik mij niet.
- Andere

Mogelijk zijn hier minder of andere antwoordcategorieën nodig, maar zoals reeds aangegeven, meer onderzoek is nodig. In de derde plaats is het bevragen van de autonomie van het gebruik prioritair. Concreet kan dit door de volgende vraagstelling:

### Autonomie van het gebruik

#### Geef aan welke situatie voor u het meest van toepassing is:

<i>Als ik het internet gebruik of wil gebruiken, dan:</i>	
<input type="radio"/>	Kan ik dit zonder probleem alleen
<input type="radio"/>	Heb ik altijd hulp nodig van iemand
<input type="radio"/>	Heb ik soms hulp nodig van iemand
<input type="radio"/>	Moet ik een handboek gebruiken
<input type="radio"/>	Ik gebruik het internet nooit omdat het voor mij te moeilijk is
<i>Als ik problemen heb met mijn computer of het internet, dan:</i>	
<input type="radio"/>	Krijg ik dit zelf opgelost
<input type="radio"/>	Kan ik bij mijn eigen gezin terecht voor hulp
<input type="radio"/>	Kan ik bij vrienden / kennissen terecht voor hulp
<input type="radio"/>	Kan ik bij collega's of medestudenten terecht voor hulp
<input type="radio"/>	Kan ik bij niemand terecht

De bevraging van vaardigheden en mediageletterdheid blijft in de SCV-survey zeer beperkt. In 2001 en 2003 werd gevraagd naar het (her)kennen van verschillende ICT. De focus lag hierbij op de technologie op zich en niet op het type formaten of applicaties. In de surveys van 2007 en 2010 werd gevraagd naar een oplistings van computer- en internetactiviteiten, gecombineerd met een dichotome antwoordschaal ja/nee:

### Voorbeelden computer- en internetvaardigheden

<i>Welke van de volgende activiteiten heeft u ooit al zelf uitgevoerd?</i>	<i>JA</i>	<i>NEE</i>
Met een muis of een ander apparaat een programma, zoals een internet browser of een tekstverwerker, openen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kopiëren van een bestand of van een map	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comprimeren van bestanden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Een zoekmachine gebruiken om informatie te vinden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

*Bron: SCV-survey 2007*

De survey van 2010 bevat een aantal vragen over de activiteiten uitgevoerd op digitale televisie of met de mobiele telefoon. Maar, zoals reeds aangegeven in het begin van dit artikel, geven de resultaten van dit type vragen meer informatie over de diversiteit van het gebruik dan over het effectieve vaardigheidsniveau. Het bepalen van het reële vaardigheidsniveau kan best via performantietesten waarbij respondenten effectief een aantal taken moeten uitvoeren op een computer en het internet. Hoewel een survey niet de ideale methode is om digitale vaardigheden te bevragen, is het zelf inschatten van het eigen vaardigheidsniveau een mogelijke manier om bepaalde trends te identificeren op voorwaarde dat bij de analyse en de rapportering rekening gehouden wordt met de nadelen van een dergelijke methode. In het geval van de SCV-survey is het cruciaal om de inhoudelijke focus van de bevraging uit te breiden.



Waar de SCV-survey nu voornamelijk focust op operationele vaardigheden, moeten ook formele, informatie en strategische vaardigheden worden bevraagd. De beste manier om dit te verwezenlijken is middels een kritische analyse, uitbreiding en verbetering van het reeds gevalideerde meetinstrument van van Deursen (2010). Andere aanzetten tot verbetering, situeren zich op het niveau van het bewustzijn van de mogelijke meerwaarde van internet of de kennis aangaande specifieke termen en applicaties. Een mogelijke vraagstelling is:

Kan u aangeven in hoeverre volgende uitspraken voor u van toepassing zijn?	Helemaal oneens	Eerder oneens	Niet oneens / niet eens	Eerder eens	Helemaal eens
Ik weet wat een webbrowser is.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik weet wat de nieuwe mogelijkheden van ICT zijn.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik ben mij bewust van mijn privacy online.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik weet wat ik allemaal kan downloaden van het internet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Het is wel nodig de voorstellen voor het meten van de klassieke determinanten op een kritische manier te benaderen. De aangebrachte stellingen zijn opgemaakt op basis van wat door verschillende onderzoeken als cruciaal naar voor werd gebracht. Ze werden echter nog niet getest, noch gevalideerd in effectief onderzoek. Ook mogen de aangebrachte antwoordcategorieën niet beschouwd worden als definitief. Meer onderzoek is nodig om relevante indicatoren en aspecten te identificeren.

## 5.2. Aanvullende determinanten: ondersteuning, leerproces en context

In de SCV-surveys van de voorbije jaren werd weinig aandacht besteed aan de relatie tussen sociale netwerken en ICT en de mogelijk stimulerende rol van sociale netwerken voor de adoptie en domesticatie van ICT. In 2001 en 2003 werden respondenten meer algemeen bevraagd over hun sterke en zwakke sociale banden. Vanaf 2007 werd het aantal vragen hierover teruggeschroefd en werd enkel het aantal ontmoetingen met vrienden en familie in de thuisomgeving, de participatie en tijdsbesteding in vrijwilligerswerk en het lidmaatschap in verenigingen bevraagd. In 2005 en 2007 werden wel een aantal stellingen omtrent de attitude en het gebruik van ICT in netwerken van respondenten geïntegreerd:

---

Veel mensen rondom u vinden internet interessant.

---

In uw kennissenkring zijn er velen die gebruik maken van nieuwe technologieën.

---

De meeste van uw vrienden en kennissen hebben geen internet.

---

De bevraging blijft echter te beperkt. Een eerste prioriteit is het nagaan van de heterogeniteit van sociale netwerken waartoe respondenten behoren door het bevragen van de participatie in verschillende type netwerken: school, opleiding, werk, verenigingsleven, cultuur, sport... Een tweede aspect betreft het ICT-gerelateerde karakter van ieder van deze netwerken, met name het ICT-bezit, -attitude en -gebruik in deze netwerken en de aanwezigheid van hulpbronnen (economisch, sociaal, technologisch, cultureel kapitaal) in deze netwerken. Een derde en laatste aspect betreft ondersteuning an sich. Concreet betekent dit dat respondenten ook

bevraagd moeten worden over de mate waarin ze ondersteuning nodig hebben, welk type ondersteuning er nodig is en de mate waarin hun sociale netwerken hen de nodige ondersteuning geven.

Wat betreft het leerproces, besteedt de SCV-survey slechts beperkt aandacht aan de rol van computer- en internetopleidingen. Het opleidingsniveau van de respondent en zijn directe sociale contacten – partner en ouders – wordt wel consequent bevraagd vanaf 2001. Vanaf 2007 wordt ook gevraagd naar het aantal jaren opleiding dat iemand heeft genoten, samen met de leeftijd bij het behalen van het hoogste diploma. In 2001 en 2003 werden eveneens een aantal vragen gesteld rond de participatie in bijkomende opleidingen, de tijd die hiervoor werd uitgetrokken en vanuit wiens initiatief de deelname werd opgestart. De houding ten aanzien van bijkomende vorming werd bevraagd in 2001, 2003 en 2007, samen met de redenen voor eventuele vorming en de redenen voor niet-participatie. Het is zeker aangewezen deze vraagstelling opnieuw te integreren. Het willen deelnemen in een computeropleiding werd in 2001 en 2003 bevraagd middels een ja/nee vraagstelling. Aansluitend werd eveneens gepeild naar de redenen voor het volgen van een eventuele computeropleiding. Voor het eventueel volgen van een internetopleiding werd dit niet bevraagd. Aanzetten ter uitbreiding zijn zeker mogelijk. In de eerste plaats is het waardevol om respondenten te bevragen over de plaats en de manier waarop ze het liefst leren werken met de computer en het internet. Ook het probleemoplossend vermogen van respondenten is van belang. Concreet zou een dergelijke bevraging kunnen op de volgende manier:

---

*Op welke plaats leert u het liefst werken met de computer en het internet?*

---

- Thuis
  - In een openbare computerruimte
  - Op school
  - Op het werk
  - In een andere onderwijsinstelling (vb. CVO, Basiseducatie...)
  - In een socio-culturele organisatie (vb. KVLV, KWB...)
  - Ergens anders
  - Ik wil niet met de computer of het internet leren werken.
- 

*Op welke manier leert u het liefst werken met de computer en het internet?*

---

- Door het zelf te proberen
  - Met een handboek
  - Door het volgen van een cursus
  - Met hulp van vrienden of familie
  - Door een opleiding op het werk
  - Door een opleiding op school
  - Andere
  - Ik wil niet met de computer of het internet leren werken.
- 

Tot slot zijn er drie belangrijke opmerkingen. In de eerste plaats zijn de hierboven aangebrachte voorstellen ter verbetering van de SCV-survey niet exhaustief en zijn er nog een aantal andere zaken die eveneens geïntegreerd moeten worden om digitale uitsluiting volledig in kaart te brengen. In de tweede plaats zijn de aangebrachte vragen en bijhorende antwoordcategorieën

louter richtinggevend en werden ze niet gevalideerd in bestaand onderzoek. Vooraleer ze geïntegreerd kunnen worden in een bestaande survey is een testfase onvermijdelijk. In de derde plaats wordt in de analyse van de SCV-survey minder prominent ingegaan op het in kaart brengen van de sociale context. Dit omdat er momenteel nog onvoldoende kennis is omtrent mogelijke indicatoren en de operationalisering hiervan in een meetsysteem. Vanuit de theoretische beschouwing werden een aantal zaken als cruciaal geïdentificeerd (bijvoorbeeld de potentiële meerwaarde van het gebruik, de betekenis en plaats dat aan ICT wordt toegekend in de dagelijkse realiteit, het doel van het gebruik of de noden en behoeften die aan de basis liggen van het gebruik). Hetzelfde geldt voor aspecten als de levensstijl van een individu of de levensfase waarin een individu zich bevindt. Concrete survey-vragen en antwoordcategorieën ontbreken echter. Er is met andere woorden bijkomend onderzoek nodig over de manier waarop de sociale context geïntegreerd kan worden in meetsystemen.

## Besluit

Digitale uitsluiting is een zeer complex gegeven dat de klassieke drempels – toegang, motivatie, gebruik en vaardigheden – overstijgt en gekenmerkt wordt door een aantal bijkomende factoren zoals het ondersteuningsnetwerk, het leerproces en de sociale context. Huidige meetsystemen zijn niet in lijn met de toegenomen complexiteit van digitale uitsluiting en worden, naargelang het type onderzoek, gekenmerkt door een zeker aantal inhoudelijke en methodologische beperkingen. Enerzijds zijn er grootschalige (inter)nationale surveys die voornamelijk doelen op het categoriseren van landen of regio's ten opzichte van elkaar, of op het in kaart brengen van bepaalde trends en fenomenen aangaande het bezit of gebruik van ICT. Deze surveys hebben vooral te lijden aan een gebrek aan theoretische onderbouwing, een gebrek aan uniformiteit in de conceptualisering en operationalisering en een te beperkte en eenzijdige operationalisering zoals bv. het geval is voor gebruik en vaardigheden. Ze zijn meestal te fel gefocust op technologie as such en schenken minder aandacht aan de sociale context. Anderzijds is er een enorme hoeveelheid kleinschalig en vaak meer kwalitatief gericht onderzoek dat focust op het aanbrengen van meer diepgaande informatie en eerder op zoek gaat naar verklaringen en processen van betekenisgeving. Dit type onderzoek is vaak te specifiek qua invulling en beschouwt zelden digitale uitsluiting in zijn volledige complexiteit. Op dit vlak ontbreekt longitudinaal en grootschalig verklaringsgericht onderzoek. De voorbije jaren zijn er vanuit onderzoek weinig acties ondernomen om de bestaande meetsystemen te verbeteren en een meer genuanceerd en gecontextualiseerd theoretisch kader voor het meten van digitale uitsluiting uit te werken. Zowel bij kwalitatief als meer kwantitatief gericht onderzoek is er nochtans ruimte voor inhoudelijke en theoretische verbetering.

Dit artikel geeft in de eerste plaats aan dat ook op het niveau van de klassieke drempels – toegang, motivatie, gebruik en vaardigheden – een herbeschouwing nodig is. Internettoegang wordt niet langer gekenmerkt door bezit as such maar door de kwaliteit van toegang, met name of mensen hun manier van toegang als voldoende aangenaam en vrij ervaren en dit op een manier dat hen toelaat om op het internet te doen wat ze willen. Dit houdt in dat de belangrijkste en het aantal plaatsen van toegang, de betaalbaarheid van deze toegang, het type internetverbinding en het comfort eigen aan de plaats van toegang bepalend is. Motivationale aspecten krijgen in huidig onderzoek onvoldoende aandacht en een heropwaardering en herintegratie van deze aspecten in meetinstrumenten is zeker op zijn plaats omdat attitudes een

cruciale rol spelen bij het niet-gebruiken van ICT of het stopzetten van het gebruik. Gebruik dient te worden geplaatst in zijn context en metingen dienen voorbij te gaan aan het louter registreren van frequenties en aantallen. Hier zijn onder meer de diversiteit, de ervaring en de autonomie van het gebruik bepalende factoren. Vaardigheden vragen zowel om een inhoudelijke als een methodologische herziening. Ze moeten bevroegd worden in hun volledige complexiteit en de focus moet liggen op het in kaart brengen van mediageletterdheid en de verschillende soorten digitale vaardigheden (cf. operationeel, formeel, informatie, strategisch, communicatie). Om dit te realiseren is eerst bijkomend onderzoek nodig naar de relatie tussen de drie volgende aspecten: mediageletterdheid, digitale vaardigheden en de competenties nodig om te kunnen omgaan met niet-digitale media. Op het niveau van methodologie is er een spanningsveld tussen wat de beste manier is om vaardigheden te meten en het realiseren van representatieve metingen op grote schaal. De operationalisering die gehanteerd wordt in surveys (cf. op basis van het aantal taken, zelfinschatting, ja/nee vraagstellingen) leidt naar een vertekend en vaak te positief beeld. De ideale meetmethoden zijn performantietesten en observaties zoals uitgewerkt door bv. van Deursen, maar beide zijn zeer dure en arbeidsintensieve methoden die onmogelijk te realiseren zijn op grote schaal met een representatieve steekproef. Representatieve metingen van vaardigheden worden dus alsnog best gerealiseerd via een survey. Er zijn echter twee aandachtspunten: Er moet verder nagedacht worden over andere manieren om digitale vaardigheden te meten via een survey waarmee huidige tekortkomingen weggewerkt worden. Daarnaast is een meer genuanceerde rapportering van de resultaten van surveys op zijn plaats. Het doortrekken in de rapportering van het bevragen van aantal taken of zelfrapportering van vaardigheden naar een zeker niveau van digitale vaardigheden is te kort door de bocht.

In de tweede plaats maakt dit artikel duidelijk dat het sociale ondersteuningsnetwerk, het leerproces eigen aan digitale vaardigheden en de sociale context bepalende factoren zijn van digitale uitsluiting en daarom ook in kaart gebracht moeten worden. Wat betreft het sociale ondersteuningsnetwerk moet er rekening gehouden worden met twee niveaus. Eerst en vooral op het niveau van het individu: In hoeverre heeft het individu ondersteuning nodig bij het gebruik van ICT? Dit sluit aan bij de idee van autonomie van het gebruik: In welke mate is een individu in staat om zelfstandig om te gaan met ICT? Ten tweede op het niveau van het ondersteuningsnetwerk zelf: Hoe divers zijn de netwerken waarvan een individu deel uitmaakt en hoe staat ieder van deze netwerken tegenover ICT? Dit sluit aan bij de vraag welke hulpbronnen (cf. economisch, sociaal, technisch en cultureel) in netwerken aanwezig zijn en in welke mate leden van netwerken bereid zijn om deze hulpbronnen te delen met anderen. Voor het bevragen van het leerproces zijn volgende aspecten cruciaal: Op welke verschillende plaatsen en manieren krijgen individuen de mogelijkheid (of net niet) om hun digitale vaardigheden te ontwikkelen? In welke mate zijn individuen in staat om hun vaardigheden op een autodidactische manier te verbeteren? Bij individuen met een gebrek aan vaardigheden, is het cruciaal te weten wat hun deelname in onderwijs en training belemmert. Het in kaart brengen van de sociale context is belangrijk op twee niveaus. Eerst en vooral wat betreft gebruik, ten tweede met betrekking tot digitale uitsluiting zelf. Er moet nagedacht worden over de invulling van meer gedetailleerde gebruikersprofielen omdat dit toelaat de ervaringen van individuen met ICT beter te kaderen en duidelijk te maken in hoeverre er effectief sprake is van digitale uitsluiting. Niet-gebruik staat niet noodzakelijk gelijk met sociale uitsluiting. Een individu kan niet de nood voelen ICT te gebruiken, dit niet-gebruik evenmin aanvoelen als een gemis, en zonder probleem in staat zijn ten volle te participeren in de maatschappij.

Anderen kunnen door hun gemis aan toegang en vaardigheden geconfronteerd worden met mechanismen van uitsluiting. Achterhalen bij welke individuen of groepen dit het geval is, kan enkel door de sociale context mee in beschouwing te nemen. Het uitwerken van gedetailleerde gebruikersprofielen kan hiervoor een hulpmiddel zijn. Belangrijk is daarom om naast de klassieke socio-demografische karakteristieken (cf. leeftijd, geslacht, inkomen, gezinssituatie, opleidingsniveau...) eveneens aspecten als de ICT-attitude en -gebruik in het gezin, de initiële motivatie van het gebruik of de meerwaarde van het gebruik te bevragen. Hoewel het belang van de sociale context in een groot aantal onderzoeken erkend wordt, zijn er weinig concrete voorbeelden voorhanden van hoe dit geïntegreerd moet worden in een meetinstrument. Er is bijgevolg meer onderzoek nodig naar mogelijke indicatoren en bepalende factoren.

Bovenstaande argumenten geven duidelijk het complexe karakter van digitale uitsluiting aan. Een belangrijke implicatie, in het bijzonder voor de Studiedienst van de Vlaamse Regering, is dat digitale uitsluiting eigenlijk te complex is en te veel dimensies omvat om te bevragen in een bestaande vragenlijst zoals de SCV-survey die zelf reeds uit meer dan 200 vragen bestaat. De SCV-survey is waardevol voor wat hij beoogt te meten, met name sociaal culturele verschuivingen, maar is minder geschikt voor het in kaart brengen van digitale uitsluiting. Een integratie in de SCV-survey vereist een te groot aantal compromissen en concessies in termen van aantal vragen dat kan geïntegreerd worden. Het complexe karakter van digitale uitsluiting kan onmogelijk gemeten worden aan de hand van een batterij van 20 tot 30 vragen, maar vraagt eerder – zoals het geval is voor de SCV-survey zelf – om een vragenlijst van om en bij de 200 vragen. Het ontwikkelen van een langetermijnsvisie en een adequaat digitaal inclusiebeleid in Vlaanderen vereist gedetailleerd en longitudinaal onderzoek naar digitale uitsluiting. Er is nood aan een survey waarbij niet alleen gekeken wordt naar de mate waarin mensen toegang hebben tot ICT en over de nodige motivaties en vaardigheden bezitten, maar ook gekeken wordt naar wat mensen doen met ICT, hoe deze aspecten beïnvloed worden door de sociale context en of er al dan niet sprake is van mechanismen van uitsluiting. Dit artikel pleit daarom voor een zelfstandige survey, toegespitst op ICT en digitale uitsluiting, in plaats van een beperkte integratie van ICT-gerelateerde vragen in de bestaande SCV-survey. De vraag is dan in hoeverre de Studiedienst van de Vlaamse Regering bevoegd is of de financiële middelen heeft om een aparte survey te realiseren? En indien niet, welke Vlaamse beleidsinstanties bereid zijn een dergelijk initiatief op te starten?

## BIBLIOGRAFIE

- Association, A. L. (1989). *Presidential Committee on Information Literacy: Final Report*. Chicago: American Library Association.
- Anderson, B., & Tracey, K. (2001). Digital living: The impact (or otherwise) of the Internet on everyday life. In: *American Behavioral Scientist*, 45(3), 456-475.
- Bakardjieva, M., & Smith, R. (2001). The Internet in everyday life: Computer networking from the standpoint of the domestic user. In: *New Media & Society*, 3(1), 67-83.
- Barzilai-Nahon, K. (2006). Gaps and bits: Conceptualizing measurements for digital divide(s). In: *The Information Society*, 22(5), 269-278.

- Boekhorst, A. K. (2003). Information literacy in the Netherlands: On becoming information literate in the Netherlands. In: C. Basisli (red.). *Information literacy in Europe: A first insight into the state of the art of information literacy in the European Union*. Rome: Consiglio Nazionale delle Ricerche, 187-205.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In: J. G. Richardson (red.). *Handbook of theory and research for the sociology of education*. Westport: Greenwood Press, 241-258.
- Bouwman, H., & Van der Duin, P. (2007). Futures research, communication and the use of information and communication technology in households in 2010: a reassessment. In: *New Media & Society*, 9(3), 379-399.
- Brandtweiner, R., Donat, E., & Kerschbaum, J. (2010). How to become a sophisticated user: a two-dimensional approach to e-literacy. In: *New Media & Society*, 12(5), 813-833.
- Brants, K., & Frissen, V. (2005). Inclusion and exclusion in the information society. In: R. Silverstone (red.). *Media, technology and everyday life in Europe*. Aldershot: Ashgate, 21-33.
- Brotcorne, P., & Valenduc, G. (2008). *Ontwikkeling van digitale vaardigheden en verkleining van ongelijkheden. Een verkenning van de digitale kloof van de tweede graad*. Brussel: POD Maatschappelijke Integratie, cel 'digitale kloof', Fondation Travail-University (FTU).
- Brotcorne, P., Mertens, L., & Valenduc, G. (2009). *Offline jongeren en de digitale kloof. Over het risico op ongelijkheden bij 'digital natives'*. Brussel: POD Maatschappelijke Integratie, FTU Fondation Travail-Université, Centre de Recherche Travail & Technology.
- Brotcorne, P., Damhuis, L., Lauren, V., Valenduc, G., & Vendramin, P. (2010). *La fracture numérique au second degré*. Namen: Fondation Travail-Université ASBL.
- Bunz, U. (2009). A generational comparison of gender, computer anxiety, and computer-email-web fluency. In: *Studies in Media and Information Literacy Education*, 9(2), 54-69.
- Crang, M., Crosbie, T., & Graham, S. (2006). Variable geometries of connection: Urban digital divides and the uses of information technology. In: *Urban Studies*, 43(13), 2551-2570.
- Cuervo, M. R., & Menendez, A. J. (2005). A multivariate framework for the analysis of the digital divide: Evidence for the European Union-15. In: *Information & Management*, 43(6), 756-766.
- Dekkers, G. J. M. (2003). Poverty, dualisation and the digital divide. In B. Cammaerts, L. Van Audenhove, G. Nulens, & C. Pauwels (red.). *Beyond the digital divide: reducing exclusion, fostering inclusion*. Brussels: Brussels University Press.
- Dekkers, G. J. M., & Kegels, C. (2003). *Informatie- en communicatietechnologieën in België: Analyse van de economische en sociale impact*. Mechelen: Kluwer Uitgevers.
- De Marez, L., Courtois, C., Evens, T., Lievens, B., Theuwissen, I., Vaesen, N. e.a. (2009). *Digimeter rapport 1: Mediatechnologie en ICT-gebruik in Vlaanderen. Wave 1*. IBBT - iLab.o.
- DiMaggio, P., & Hargittai, E. (2001). *From the 'digital divide' to 'digital inequality': Studying internet use as penetration increases*. Princeton: Center for Arts and Cultural Policy Studies. Working Paper #15.
- DiMaggio, P., Hargittai, E., Celeste, C., & Shafer, S. (2004). From unequal access to differentiated use: A literature review and agenda for research on digital inequality. In: Neckerman, K. (red.). *Social Inequality*. New York: Russel Sage Foundation, 355-400.
- Donat, E., Brandtweiner, R., & Kerschbaum, J. (2009). Attitudes and the digital divide: Attitude measurement as instrument to predict internet usage. In: *Informing Science: The International Journal of an Emerging Transdiscipline*, 12, 37-56.
- Doyle, K. O. (2008). Introduction: Thinking differently about the new media. In: *American Behavioral Scientist*, 52(1), 3-7.
- Eshet-Alkali, Y., & Amichai-Hamburger, Y. (2004). Experiments in digital literacy. In: *Cyberpsychology & Behavior*, 7(4), 421-429.

- Frisson, V. (2000). *Cultuur als confrontatie. De mythe van de digitale kloof*. Zoetermeer: Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap.
- Frisson, V. (2004). *De domesticatie van de digitale wereld*. In: Conferentie 'ICT en sociale verandering', Erasmus Universiteit Rotterdam.
- Graham, P., & Goodrum, A. A. (2007). New media literacies: At the intersection of technical, cultural and discursive knowledges. In R. Mansell, D. Q. Avgerou, & R. Silverstone (red.). *The Oxford handbook of information and communication technologies*. New York: Oxford University Press, 473-493.
- Gilbert, M. (2010). Theorizing digital and urban inequalities. In: *Information, Communication & Society*, 13(7), 1000-1018.
- Haddon, L. (2004). *Information and communication technologies in everyday life: A concise introduction and research guide*. Oxford: Berg.
- Hanafizadeh, M. R., Saghaei, A., & Hanafizadeh, P. (2009). An index for cross-country analysis of ICT infrastructure and access. In: *Telecommunications Policy*, 33(7), 385-405.
- Hargittai, E. (2002). Second-level digital divide: Differences in people's online skills. In: *First Monday*, 7(4), 20p.
- Hargittai, E. (2003). The digital divide and what to do about it. In: Jones, D.C. (red.). *New Economy Handbook*. San Diego, CA: Academic Press, 822-841.
- Hargittai, E. (2004). Internet access and use in context. In: *New Media & Society*, 6(1), 137-143.
- Hargittai, E. (2007). A framework for studying differences in people's digital media use. In: INDIRE. Expert Meeting on New Millennium Learners, Firenze, Italië.
- Hargittai, E. (2009). An update on survey measures of web-oriented digital literacy. In: *Social Science Computer Review*, 27(1), 130-137.
- Hargittai, E. (2010). Digital Na(t)ives? Variation in Internet skills and uses among members of the "Net Generation". In: *Sociological Inquiry*, 80(1), 92-113.
- Hargittai, E., & Hinnant, A. (2008). Digital inequality: Differences in young adults' use of the internet. In: *Communication Research*, 35(5), 602-621.
- Hargittai, E., & Shafer, S. (2006). Differences in actual and perceived online skills: The role of gender. In: *Social Science Quarterly*, 87(2), 432-448.
- Haythornthwaite, C. (2001). Introduction: the internet in everyday life. In: *American Behavioral Scientist*, 45(3), 363-382.
- Heeley, M., & Damodaran, L. (2009). *Digital Inclusion: A review of international policy and practice*. Loughborough University.
- Helsper, E. J. (2008). *Digital inclusion: An analysis of social disadvantaged and the information society*. Oxford: UK Government, Communities and local government, Oxford University, Oxford Internet Institute (OII).
- Hüsing, T., & Selhofer, H. (2004). DIDIX: A digital divide index for measuring digital inequality in IT diffusion. In: *IT&Society*, 1(7), 21-38.
- Jenkins, H. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Jin, J., & Cheong, A. W. (2008). Measuring digital divide: The exploration in Macao. In: *Observatorio (OBS\*) Journal*, 2(3), 259-272.
- Katz, J. E., & Rice, R. E. (2002). *Social consequences of internet use*. Cambridge: Cambridge University Press.



- Lankshear, C., & Knobel, M. (2008). *Digital literacies. Concepts, policies and practices*. New York: Peter Lang Publishing.
- Larsson, L. (2002). *Digital literacy checklist*. Health Services.
- Lee, L. (2008). The impact of young people's internet use on class boundaries and life trajectories. In: *Sociology*, 42(1), 137–153.
- Livingstone, S., & Helsper, E. (2007). Gradations in digital inclusion: Children, young people and the digital divide. In: *New Media & Society*, 9(4), 671–696.
- Manueli, K., Latu, S., & Koh, D. (2007). *ICT adoption models*. In: 20th Annual Conference of the National Advisory Committee on Computing Qualifications (NACCQ 2007).
- Mariën, I. (2007). *Gebruikersgeoriënteerd ontwikkelen van ICT: inclusie of exclusie van mensen in armoede in Vlaanderen*.
- Mariën, I., & Van Audenhove, L. (2010). *e-Learning and undereducated learners: barriers and opportunities*. In: Digitas Conference 'Digital Natives, Digital Immigrants, Digital Asylum-seekers: The clash of cultures, Sibiu, Roemenië.
- Mariën, I., Van Audenhove, L., Vleugels, C., Bannier, S., Pierson, J. (2010) *De digitale kloof van de tweede graad in Vlaanderen*. Onderzoeksrapport in opdracht van het Instituut voor Samenleving en Technologie (IST).
- Martin, A. (2006). Literacies for the digital age. In: Martin, A. & Madigan, D. (red.). *Digital literacies for learning*. London: Facet, 3–25.
- Moreas, M.-A. (2007). *De digitale kloof in Vlaanderen*. Brussel: Studiedienst Vlaamse Regering.
- Moreas, M.-A. (2011). *ICT-Monitor 2010. Europese vergelijking bij bedrijven en burgers*. Brussel: Studiedienst van de Vlaamse Regering (SVR).
- Mossberger, K., Tolbert, C. J., & Stansbury, M. (2003). *Virtual Inequality. Beyond the digital divide*. Washington D.C.: Georgetown University Press.
- Newholm, T., Keeling, K., McGoldrick, P., Macaulay, L., & Doherty, J. (2008). The digital divide and the theory of optimal slack. In: *New Media & Society*, 10(2), 295–319.
- Potter, W. J. (2004). *Theory of media literacy: A cognitive approach*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Robinson, J. P., DiMaggio, P., & Hargittai, E. (2003). New social survey perspectives on the digital divide. In: *IT&Society*, 1(5), 1–22.
- Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of innovations*. New York: The Free Press.
- Sciadas, G. (2005). Infostates across countries and over time: Conceptualization, modeling and measurements of the digital divide. In: *Information Technology for Development*, 11(3), 299–304.
- SCONUL. *Information skills in higher education: A SCONUL position paper*. [http://www.sconul.ac.uk/groups/information\\_literacy/papers/Seven\\_pillars.html](http://www.sconul.ac.uk/groups/information_literacy/papers/Seven_pillars.html), geraadpleegd op 25 juli 2011.
- Selwyn, N. (2003). Apart from technology: understanding people's non-use of information and communication technologies in everyday life. In: *Technology in Society*, 25(1), 99–116.
- Selwyn, N. (2004). Reconsidering political and popular understandings of the digital divide. In: *New Media & Society*, 6(3), 341–362.
- Selwyn, N., Gorard, S., & Furlong, J. (2005). Whose internet is it anyway? Exploring adults' (non) use of the internet in everyday life. In: *European Journal of Communication*, 20(1), 5–26.
- Selwyn, N., Gorard, S., & Furlong, J. (2006). *Adult learning in the digital age: Information technology and the learning society*. Londen: Routledge.
- Shapiro, J. J., & Hughes, S. K. (1996). Information literacy as a liberal art. Enlightenment proposals for a new curriculum. In: *Educom Review*, 31(2), 31–35.



- Silverstone, R., & Hirsch, E. (1992). *Consuming technologies: Media and information in domestic spaces*. Londen: Routledge.
- Silverstone, R., & Haddon, L. (1996). Design and the domestication of information and communication technologies: Technical change and everyday life. In: R. Silverstone, & R. Mansell (red.). *Communication by design: The politics of information and telecommunication technologies*. Oxford: Oxford University Press.
- Segers, K. & Bauwens, J. (2010). *Maak mij wat wijs: Media kennen, begrijpen en zelf creëren*. Tiel: Lannoo Campus.
- Stewart, J. (2007). Local experts in the domestication of information and communication technologies. In: *Information, Communication & Society*, 10(4), 547-569.
- Steyaert, J. (2000). *Digitale vaardigheden. Geletterdheid in de informatiesamenleving*. Den Haag: Rathenau Instituut.
- Thomas, G., & Wyatt, S. (2000). Access is not the only problem: Using and controlling the internet. In: S. Wyatt, F. Henwood, N. Miller, & P. Senker (red.). *Technology and inequality: Questioning the information society*. Londen: Routledge, 21-45.
- Van Audenhove, L., Mariën, I., Jans, G., Staelens, T., Van Attenhove, J., Jacobs, A., Verdegem, P., Hauttekeete, L. (2007). *Multichannel e-Government. Integratie van belangrijkste resultaten en aanbevelingen omtrent digitale kloof*. WP 5.2 Multigov Project, IBBT.
- Vandebroeck, M., Verschelden, G., Boonaert Tom & Van Haute, L. (2007). Changes in the digital divide: A case from Belgium. In: *British Journal of Educational Technology*, 38(4), 742-743.
- Van Deursen, A. J. A. M., & van Dijk, J. A. G. M. (2009). *Using the Internet: Skill related problems in users' online behavior. Interacting with Computers*.
- Van Deursen, A. J. A. M. (2010). *Internet Skills: vital assets in an information society*. Enschede: Universiteit Twente.
- Van Dijk, J. A. G. M. (N.N.) *A framework for digital divide research*. [http://www.gw.utwente.nl/van-dijk/research/digital\\_divide/Digital\\_Divide\\_overigen/a\\_framework\\_for\\_digital\\_divide.doc1](http://www.gw.utwente.nl/van-dijk/research/digital_divide/Digital_Divide_overigen/a_framework_for_digital_divide.doc1), geraadpleegd op 25 juli 2011.
- Van Dijk, J. A. G. M. (1999). *The Network Society: Social aspects of new media*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- Van Dijk, J. A. G. M. (2003). *De digitale kloof wordt dieper: Van ongelijkheden in bezit naar ongelijkheden in vaardigheden en gebruik van ICT*. Den Haag/Amsterdam: SQM, Infodrome@United Knowledge.
- Van Dijk, J. A. G. M., & Hacker, K. (2003). The digital divide as a complex and dynamic phenomenon. In: *The Information Society*, 19(4), 315-327.
- Van Dijk, J. A. G. M. (2005). *The deepening divide. Inequality in the information society*. Thousand Oaks, Londen, New Delhi: Sage.
- Van Dijk, J. A. G. M. (2006). Digital divide research, achievements and shortcomings. In: *Poetics*, 34(4-5), 221-235.
- Van Dijk, L., De Haan, J., & Rijken, S. (2000). *Digitalisering van de leefwereld: Een onderzoek naar informatie- en communicatietechnologie en sociale ongelijkheid*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Vehovar, V., Sicherl, P., Hüsing, T., & Dolnicar, V. (2006). Methodological challenges of digital divide measurements. In: *Information Society*, 22(5), 279-290.
- Verdegem, P., & Verhoest, P. (2008). The 'relative utility' approach for stimulating ICT acceptance: profiling the non-user. In: *European Journal of ePractice*, 3(1), 1-11.

- Verdegem, P. (2009) *De digitale kloof en/in e-government: Uitdagingen voor de overheid in de informatiemaatschappij*. Doctoraat, Faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen, Universiteit Gent.
- Warschauer, M. (2003). *Technology and social inclusion. Rethinking the digital divide*. Massachusetts: MIT Press.
- Wellman, B., & Haythornthwaite, C. (2002). *The internet in Everyday Life*. Wiley-Blackwell.
- Zillien, N., & Hargittai, E. (2009). Digital distinction: Status-specific types of internet usage. In: *Social Science Quarterly*, 90(2), 274-291.



## Over de auteurs

**Cédric Courtois** studeerde in 2008 af als master in de communicatiewetenschappen aan de Universiteit Gent en ging daarna meteen aan de slag als junior researcher bij de IBBT-onderzoeksgroep voor Media & ICT (IBBT-MICT-UGent). Zijn huidige onderzoeksinteresses vallen onder de ruime noemer van mediaconsumptie in een convergerend medialandschap. Hij biedt ook methodologische ondersteuning bij tal van projecten van het MICT.

**Ilse Mariën** is onderwijsassistente en doctoraatsstudente binnen de vakgroep Communicatiewetenschappen van de Vrije Universiteit Brussel. Zij is eveneens werkzaam bij het onderzoekscentrum IBBT-SMIT (Studies on Media, Information and Telecommunication) waar zij onderzoek doet naar de sociale implicaties van nieuwe media. Haar doctoraatsonderzoek focust op verschillende aspecten eigen aan digitale uitsluiting met een insteek naar de formulering van beleidsaanbevelingen voor digitale inclusie.

**Hans Martens** is mandaatassistent in het Departement Communicatiewetenschappen van de Universiteit Antwerpen. Binnen de onderzoeksgroep Visuele Studies en Mediacultuur werkt hij aan een doctoraat rond media-educatie in Vlaanderen. Hij publiceert nationaal en internationaal over media-educatie en mediageletterdheid, in onder andere het *Journal of Media Literacy Education* en het *Media Education Research Journal*. Hij was eerder als visiting scholar verbonden aan het *Media Education Lab* van Temple University in Philadelphia.

**Philippe Meers** is hoofddocent film- en mediastudies in het Departement Communicatiewetenschappen en ondervoorzitter van de onderzoeksgroep Visuele Studies en Mediacultuur van de Universiteit Antwerpen. Hij publiceert internationaal over historische en hedendaagse mediacultuur en filmpublieken in onder andere *Screen, Media, Culture and Society*, *The Journal of Popular Film and Television* en *Communications* en in verzamelwerken zoals *The Contemporary Hollywood Reader* (2009), *The Handbook of Political Economy of Communications* (2011). Recent verschenen twee verzamelwerken, beide met Richard Maltby en Daniel Biltereyst als mederedacteurs: *Explorations in New Cinema History. Approaches*

*and Case Studies* (Wiley-Blackwell, 2011) en *Cinema, Audiences and Modernity: New Perspectives on European Cinema History* (Routledge, 2011).

**Marie-Anne Moreas** werkt reeds meer dan 10 jaar bij de Studiedienst van de Vlaamse Regering, waar ze het domein “Media en ICT” opvolgt. In samenwerking met de betrokken administraties zorgt ze voor de selectie en de invulling van statistische beleidsindicatoren. Deze indicatoren worden verwerkt in monitoringinstrumenten zoals de jaarlijkse *Vrind* of de tweejaarlijkse *ICT-monitor*. Verder is ze betrokken bij onderzoek over media- en ICT-gebruik, waarbij ze een bijzondere interesse ontwikkelde voor de digitale kloof.

**Steve Paulussen** is postdoctoraal onderzoeker bij de IBBT-onderzoeksgroep voor Media & ICT aan de Universiteit Gent (IBBT-MICT-UGent). Daar werkt hij onder meer op het IWT-project EMSOC rond de maatschappelijke gevolgen van digitale media ([www.emsoc.be](http://www.emsoc.be)). Daarnaast is hij als deeltijds docent journalistiek en nieuwe media verbonden aan de Universiteit Antwerpen en de Vrije Universiteit Brussel.

**Jan Pickery** is doctor in de sociale wetenschappen (K.U.Leuven, departement Sociologie) en is momenteel adviseur bij het Team kwaliteit statistiek, survey, toekomstverkenningen en beleidsevaluatie van de Studiedienst van de Vlaamse Regering, waar hij adviezen verstrekt over statistiektoepassingen en kwaliteit van statistische data.

**Leo Van Audenhove** is docent nieuwe media en internationale communicatie binnen de vakgroep Communicatiewetenschappen van de Vrije Universiteit Brussel. Hij is Program Director van de Engelstalige Master of Communication Studies – New Media and Society in Europe. Binnen het onderzoekscentrum IBBT-SMIT (Studies on Media, Information and Telecommunication) is hij verantwoordelijk voor het onderzoek naar Internetbeleid.

**Hadewijch Vanwynsberghe** is junior researcher aan de IBBT-onderzoeksgroep voor Media & ICT aan de Universiteit Gent (IBBT-MICT-UGent). Na haar opleiding in de sociologie begon ze in december 2010 te werken op het IWT-project EMSOC, waarbinnen zij een doctoraat voorbereidt rond het meten van (nieuwe) mediageletterdheid ([www.emsoc.be](http://www.emsoc.be)).

**Pieter Verdegem** is momenteel als postdoctoral research fellow verbonden aan het Department of Informatics and Media van Uppsala University (Zweden). Daarnaast is hij postdoctoraal onderzoeker bij de IBBT-onderzoeksgroep voor Media & ICT aan de Universiteit Gent (IBBT-MICT-UGent). In 2009 promoveerde hij met een doctoraal proefschrift over beleidsstrategieën in de informatiemaatschappij. Zijn onderzoek concentreert zich op sociaalwetenschappelijke aspecten van nieuwe media en de informatiemaatschappij.