

## Iedereen internet? Dan begint de ongelijkheid pas!

*Veel beleidsmakers denken dat de digitale kloof is gedicht. Dat is allerminst het geval. Nu bijna iedereen van de Nederlandse bevolking toegang heeft tot het internet worden de verschillen in het gebruik hiervan steeds groter. Terwijl de motivatie voor het gebruik en het bezit van digitale media gelijker zijn geworden, nemen de verschillen bij de vaardigheden, het gebruik en het effect van deze media toe. Sommigen profiteren meer van het internet dan anderen. Zo versterkt het gebruik van digitale media de sociale ongelijkheid. Het is van belang dat de digitale vaardigheden via het onderwijs en het werk beter worden ontwikkeld.*

---

door *Jan van Dijk*

---

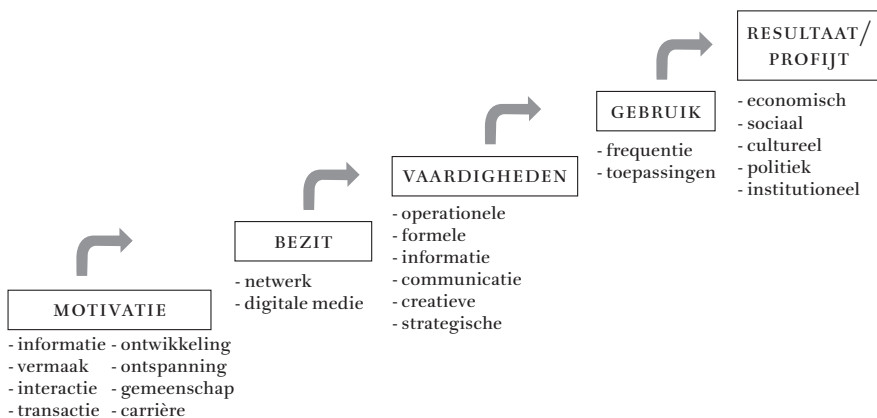
De auteur is hoogleraar communicatiewetenschap en sociologie van de informatiesamenleving aan de Universiteit Twente. Tevens is hij adviseur van de Europese Commissie en diverse Nederlandse ministeries en gemeenten op het gebied van de sociale aspecten van ICT.

BIJ DE KOMST VAN HET INTERNET DACHTEN VEEL MENSEN DAT de ongelijkheid van kennis en mediagebruik zou afnemen. Internetbronnen waren immers grotendeels gratis, overvloedig en relatief makkelijk te vinden. Een URL was voldoende. Het moeizaam zoeken in een bibliotheek was niet meer nodig. Nu we zo'n twintig jaar massaal het internet gebruiken blijkt deze veronderstelling niet uit te komen. Jarenlang onderzoek van de zogenoemde digitale kloof, in het Engels de *digital divide*, geeft aan dat de ongelijkheid alleen maar toeneemt sinds de komst van het internet. Het gebruik van internet versterkt juist de toenemende sociale en economische ongelijkheid zoals die momenteel in vrijwel de hele wereld wordt waargenomen<sup>1</sup> – ook in het relatief genivelleerde Nederland.

Om deze onverwachte, wellicht schokkende conclusie te demonstreren, moeten we het hele proces van toe-eigening van informatie en communicatietechnologie beschrijven. Het gaat niet alleen om het bezit van een technologie, in dit geval internet. In 2016 heeft maar liefst 97 procent van de Nederlanders een internetverbinding, aldus het Centraal Bureau voor de Statistiek. Maar gebruiken al die mensen het internet ook echt, waarvoor gebruiken zij het, en kunnen ze ermee omgaan? Het blijkt dat anno 2016 zo'n 8 procent van de Nederlandse bevolking, ofwel bijna 1,2 miljoen personen, nog nooit internet heeft gebruikt.<sup>2</sup> Deze mensen noemt men *digibeten*. Het gaat hierbij hoofdzakelijk om laagopgeleiden en ouderen. Ik schets eerst de vijf stappen in het proces van toe-eigening van digitale media. Vervolgens probeer ik de toenemende digitale ongelijkheid te verklaren. Ten slotte geef ik een aantal beleidsperspectieven, want de digitale ongelijkheid is geen natuurverschijnsel; overheid, bedrijven en consumenten kunnen er iets aan doen.

#### TOE-EIGENING VAN DIGITALE MEDIA

Het hele proces van toe-eigening van de digitale media omvat vijf stappen (zie figuur 1): om te beginnen (1) moeten mensen gemotiveerd zijn om digitale media te gebruiken; vervolgens (2) moeten ze deze media aanschaffen; en dan (3) moeten ze leren ermee om te gaan: ze moeten zich de zogenoemde digitale vaardigheden eigen maken. Is dat gelukt, dan kunnen ze (4) het medium gebruiken. Ten slotte (5) is het de vraag of ze ervan profiteren; er zijn immers ook andere media om een bepaald doel te bereiken. Naar deze vijf fasen hebben ik en mijn vakgroep aan de Universiteit Twente de afgelopen vijftien jaar onderzoek gedaan.<sup>3</sup> Bij elke fase geef ik hierna een aantal onderzoeksresultaten.



*Figuur 1. Fasen in de toe-eigening van digitale media*

### *Motivatie*

In de jaren tachtig van de vorige eeuw was de meerderheid van de bevolking niet gemotiveerd om een computer of een van zijn netwerken te gebruiken. Velen waren bang voor deze technologie en haar vermeende effecten. Men dacht die ook niet nodig te hebben, iets wat men toen ook vond van de mobiele telefoon. Op dit moment is dat wel anders. Al tegen het jaar 2000 wilden zelfs heel oude mensen een computer en internet gebruiken, al was het maar om met hun kleinkinderen te kunnen communiceren. Instinctief voelde men aan dat men anders in de toekomst uitgesloten zou worden. Op dit moment is meer dan 90 procent van de bevolking gemotiveerd om computer, internet en andere digitale media te gebruiken.<sup>4</sup> Daarbij zijn er nog wel enorme verschillen. Aan de ene kant zijn er nog steeds verschijnselen als computervrees en technofobie. Sommige mensen, vooral ouderen, zijn bang om computers, internet en andere digitale media te gebruiken: ze denken dat ze die niet kunnen hanteren. Anderen, vooral jongeren, gebruiken juist bij voorkeur digitale media – soms zelfs liever dan te moeten praten!

De motivatie om het internet te gebruiken is ook zeer verschillend en is aan het verschuiven. Dit medium kan gebruikt worden voor informatie, vermaak, interactie of transactie. Of voor werk, opleiding, carrière en het creëren of onderhouden van gemeenschappen. Lange tijd was de informatiefunctie het belangrijkste, maar sinds een paar jaar staat in Nederland de vermaaksfunctie op de eerste plaats.<sup>5</sup> Ook interactie (communicatie) en transactie (internetwinkelen) worden steeds belangrijker en winnen terrein op de informatiefunctie.

### *Bezit*

Tussen 1990 en 2005 werd de kloof groter tussen mensen die computers en internet hadden en zij die deze niet bezaten.<sup>6</sup> Mensen met een hoog inkomen en/of een hoge opleiding, jongere mensen en mannen kregen veel eerder computers en internet dan laagopgeleiden, ouderen en vrouwen. Tegen 2005 werden de verschillen kleiner en daarna hebben de mensen met een laag inkomen en/of een lage opleiding, ouderen en vrouwen de achterstand grotendeels ingehaald. Nu we het stadium van bijna universele toegang hebben bereikt, denken veel beleidsmakers dat het probleem van de digitale kloof is opgelost. Helaas is dit allerminst het geval. Ook de ongelijkheid van bezit is nog niet verdwenen. Mensen met hogere inkomens, banen en opleidingen hebben meer en meer verschillende apparaten en betere verbindingen dan anderen. Alles bij elkaar genomen kost het gebruik van digitale media veel geld. Het gaat niet alleen om hardware en software, maar ook om abonnementen, elektriciteit en bijkomende kosten

als inkt en papier. Op het platteland is niet overal voldoende bereik voor breedband.

### *Vaardigheden*

In ons onderzoek worden zes digitale vaardigheden onderscheiden in twee soorten.<sup>7</sup> De mediumgerelateerde vaardigheden zijn de competenties waar de meeste mensen aan denken. Het zijn de operationele vaardigheden (ook wel ‘knoppenkennis’ genoemd) en de formele vaardigheden die elk medium specifiek heeft. Bij het internet gaat het om het browsen en navigeren over en tussen websites.

Daarnaast zijn er vier inhoudelijke digitale vaardigheden: informatievaardigheden, communicatievaardigheden, creatieve vaardigheden en strategische vaardigheden. De belangrijkste hiervan zijn de informatievaardigheden, zoals het vinden, selecteren en beoordelen van informatie op het internet. Een voorbeeld is het goed gebruiken van een zoekmachine. De communicatievaardigheden omvatten bijvoorbeeld het efficiënt en effectief e-mailen, een goed profiel maken en begrijpelijk online schrijven. Creatieve vaardigheden hebben mensen nodig om teksten en beelden (foto’s en video’s) voor het web te maken, want het internet is niet alleen lezen, kijken en luisteren; je kunt ook dingen toevoegen. Wie strategisch

*Ouderen kunnen net zo goed op het internet opereren als jongeren, als ze maar voldoende operationele en formele vaardigheden hebben*

vaardig is kan internet gebruiken voor een bepaald doel: het vinden van een baan, de goedkoopste en/of beste reis of vlucht, of bijvoorbeeld een partner of een politieke partij. Dit is de hoogste competentie.

De afgelopen jaren hebben wij een doorsnee van de Nederlandse bevolking getest op deze vaardigheden in ons laboratorium in

Twente.<sup>8</sup> Anderhalf uur lang moesten honderden mensen van 18 tot 93 jaar oud internetopdrachten maken. Het waren taken waarvan bijvoorbeeld de overheid denkt dat elke burger die kan uitvoeren, zoals online een belastingformulier invullen. Er werden enorme verschillen gevonden bij de opleiding en leeftijd van de proefpersonen, maar niet bij geslacht. Hoogopgeleiden presteerden bij alle vaardigheden beter dan laagopgeleiden. Mannen deden het niet beter dan vrouwen. Het opvallendst was dat jongeren bij informatie- en strategische vaardigheden niet beter scoorden dan ouderen (55+). Jongeren hadden wel meer knoppenkennis, maar waren niet beter in het selecteren en evalueren van de gevonden informatie. De kennis en levenservaring van ouderen op allerlei terreinen bleek de doorslag te

geven. De conclusie was dat ouderen net zo goed kunnen opereren op het internet als jongeren, als ze maar voldoende operationele en formele vaardigheden hebben. Zowel bij jongeren als ouderen zijn er groepen die heel slecht en heel goed met internet kunnen omgaan.

### *Gebruik*

Ook bij de frequentie van het internetgebruik en de toepassing ervan hebben wij in jaarlijkse representatieve enquêtes onder de Nederlandse bevolking grote verschillen gevonden. Sommige mensen zijn de hele dag bezig met het internet en voor alle denkbare toepassingen, anderen slechts af en toe, en dan enkel om een mailtje te sturen of de treintijden op te zoeken. Deze verschillen nemen toe. Frequentie en toepassingen laten verschillende beelden zien. Tot onze verrassing constateerden wij dat sinds 2011 mensen met een lagere opleiding in hun vrije tijd meer uren op het internet zitten dan mensen met een hogere opleiding.<sup>9</sup> Tien en twintig jaar daarvoor was dat precies andersom. De internettijd wordt door lager opgeleiden wel heel anders ingevuld dan door hoger opgeleiden. De lange uren op het internet van de laagopgeleiden hebben te maken met toepassingen als gamen, chatten, winkelen, Marktplaats gebruiken en het downloaden van films of muziek; allemaal zaken die veel tijd vergen. Hoogopgeleiden maken meer gebruik van gerichte toepassingen voor werk, studie en financiën.

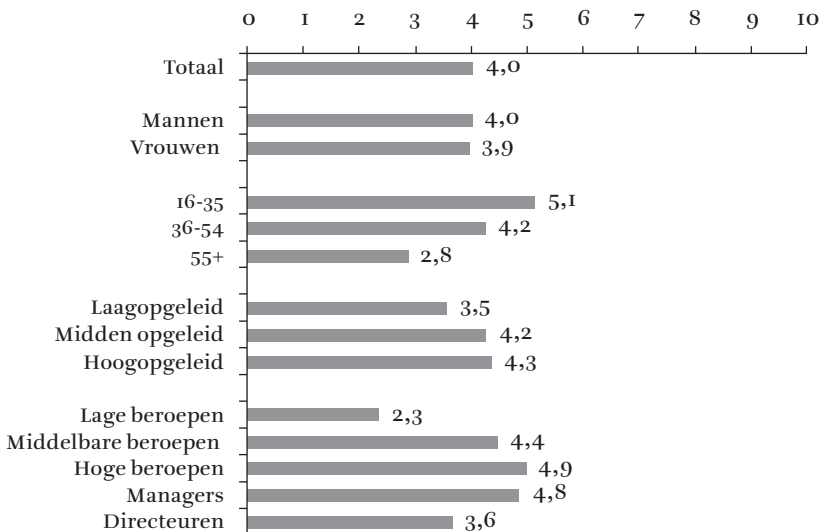
Hiermee kom ik op een trend die ik in de laatste twintig jaar in mijn onderzoek waarneem: de ontwikkeling van een gebruikskloof, misschien wel de belangrijkste soort digitale kloof. Hoogopgeleiden gebruiken significant meer zogenoemde 'serieuze' toepassingen op het internet, bijvoorbeeld voor hun werk, carrière, studie of financiën; laagopgeleiden gebruiken relatief meer toepassingen op het gebied van amusement, eenvoudige communicatie en consumptie. Deze trend lijkt op de kenniskloof die vanaf de jaren zeventig is waargenomen bij televisiekijken. Hoogopgeleiden halen meer kennis uit televisiekijken dan laagopgeleiden. De gebruikskloof op het internet is echter belangrijker dan de kenniskloof bij televisie: internet is ondertussen een zeer belangrijk instrument geworden voor het dagelijkse leven. Steeds meer gebeurt online: van communiceren en kopen tot studeren en het zoeken naar een baan, tot zelfs het vinden van een partner.

### *Resultaat/profijt*

Hiermee komen we bij het profijt dat de digitale media zoals internet voor mensen hebben. Sommigen denken dat de oudere media in de praktijk hetzelfde opleveren, maar dit is niet juist. Het maakt echt uit voor allerlei belangrijke zaken in het leven of men internet heeft en kan gebruiken of niet. Dit hebben wij vastgesteld in een reeks van representatieve enquêtes

voor Nederland. Wij hebben ja-nee vragen gesteld op een reeks van terreinen: economisch, sociaal, politiek, cultureel en institutioneel (burgerrechten en -plichten). Een voorbeeld: ‘Hebt u een baan gevonden via het internet, ja of nee?’ Een paar resultaten: in de laatste enquête van 2012<sup>10</sup> bevestigde 17 procent van de bevolking dat men online een baan gevonden had. Op politiek terrein zei 28 procent dat men er via het internet achtergekomen was op welke politieke partij men wilde stemmen. Op institutioneel vlak was 56 procent via het internet beter op de hoogte van overheidsinformatie, had 27 procent beter contact met de overheid, en ontdekte 28 procent dat men recht had op een bepaalde uitkering, subsidie of belastingverlaging. Op sociaal gebied bevestigde 33 procent dat men via het internet nieuwe vrienden gekregen had die men ook in het echt had ontmoet. Het vitaalst was de online gezondheidsinformatie. 26 procent zei dankzij de medische informatie gezonder te zijn gaan leven, en 17 procent zei dat men een ziekenhuis of kliniek gevonden had die het best of het snelst kon helpen. Helaas werd dit veel meer bevestigd door jongeren dan door ouderen, die deze informatie doorgaans het meest nodig hebben.

Al dit soort toepassingen opgeteld zijn de relatieve sociale verschillen zeer groot. Figuur 2 telt ze op voor leeftijd, geslacht, opleiding en functies. Jongeren, hoogopgeleiden en hogere beroepen profiteren het meest van het internet.



*Figuur 2. Profijt bij diverse economische, sociale, politieke, culturele en institutionele internettoepassingen opgeteld op een schaal van 1 tot 10 (leeswijzer: 2,3 tot 5,1 per 10 toepassingen).*

## VERKLARING

De ongelijkheid in termen van gebruiksmotivatie en bezit van digitale media zoals internet is de afgelopen twintig jaar afgenomen. De ongelijkheid op het gebied van digitale vaardigheden, gebruik en profijt van digitale media is daarentegen toegenomen. Het laatste is belangrijker dan het eerste, omdat dit het daadwerkelijke effect betekent van het gebruik van deze media. De reeds lang bestaande sociale ongelijkheid weerspiegelt zich in de digitale ongelijkheid en wordt hierdoor zelfs versterkt.

Dit versterkende effect kan verklaard worden door de kenmerken van de opkomende netwerksamenleving. In deze samenleving worden posities en relaties steeds belangrijker, meer nog dan de kenmerken van individuen, zoals opleiding, inkomen en geslacht. Digitale media zijn een steeds belangrijker *instrument* voor mensen om hun sociale en economische positie te behouden of te versterken.<sup>11</sup> Zij leveren daarvoor de benodigde kennis en informatie, en wel zo snel en betrouwbaar mogelijk. Mensen die goed kunnen omgaan met sociale-media-netwerken krijgen eerder informatie, en ook betere, voor een betrekking, bestuursfunctie, belegging, toegangskaart, zorg en zelfs een levenspartner. Zij die deze kennis niet hebben of dit niet kunnen, komen op de tweede of derde plaats en vissen dus vaak achter het net.

Op deze manier worden de mensen met de beste posities (banen en opleidingen) en sociale netwerken nog sterker. Hiervoor is al aangegeven dat zij meer profijt hebben van de digitale media en deze intensief gebruiken: hoogopgeleiden voor nog betere banen, en jongeren voor een nog beter netwerk. Het gaat om het *gebruik* van kennis en informatie, en niet om het *consumeren* hiervan. Internet biedt een overvloed aan kennis, informatie en toepassingen, maar wat kan men ermee doen? Dat heeft men zich vroeger niet afgevraagd, toen men nog dacht dat het internet de kennisverschillen zou verminderen. Men kan werklozen in het kader van de re-integratie wel naar een LinkedIn-training sturen, maar als zij geen goed of werkbaar netwerk bezitten, heeft dat niet veel zin. Juist mensen die toch al kansrijk zijn op de arbeidsmarkt hebben daar baat bij.

## BELEIDSPERSPECTIEVEN

Deze zorgwekkende trend is echter geen natuurverschijnsel. Als we in een tijd leefden waarin de gelijkheid toenam, zou het internet deze net zo goed kunnen versterken. Als maatschappelijke posities, bezit, kennis en informatie de laatste decennia beter verdeeld waren, dan hadden de digitale media deze nog beter kunnen verdelen. Als banen in het verleden beter waren verdeeld en kwalitatief beter gemaakt, dan hadden de fantastische

opleidingsmogelijkheden van het internet de gelijkheid kunnen versterken. Omdat dit niet het geval is, kan er nog wel een beleid gevoerd worden dat op zijn minst de bestaande ongelijkheden niet nog groter maakt.

Het eerste wat beleidsvoerders dan moeten doen is zich realiseren dat de digitale kloof niet is gedicht, maar dat deze zich juist verdiept. Het is een zeer complex probleem. Zij moeten dus niet eenvoudig denken dat iedereen tegenwoordig internet heeft en dit dan ook voor alles kan en zal gebruiken. De overheid wil al haar diensten in 2017 digitaal aanbieden. Dat is heel goed, maar politici en ambtenaren moeten niet denken dat *alle* burgers het digitale kanaal goed en bij voorkeur zullen gebruiken. Veel burgers willen nog steeds liever de balie en de telefoon. Onduidelijke of slecht toegankelijke overheidssites leiden alleen maar tot meer telefoontjes en baliebezoek. De staatssecretaris van Financiën is teruggekomen op het besluit om zeer snel de blauwe enveloppe af te schaffen. De overheid moet een multikanalenbeleid voeren waarin de burger *zelf* bepaalt welk kanaal hij/zij wil gebruiken. Zo mag de Belastingdienst nog jarenlang een blauwe envelop sturen voor pakweg een paar honderdduizend burgers. Tegelijkertijd kan de overheid de burger verleiden en helpen om het efficiëntere digitale kanaal te gebruiken. Daarbij zal zij het digitale alternatief, een berichtenbox, moeten verbeteren. Het probleem is immers niet dat deze box zo moeilijk te gebruiken is, maar dat veel burgers het voordeel ervan niet zien.

Ongelijkheden in motivatie bij het gebruik van digitale media en internettoepassingen kunnen moeilijk veranderd worden. Het is de keuze van de burger zelf. Het enige wat men kan doen is bruikbare en toegankelijke digitale diensten ontwerpen voor iedereen, dus niet alleen voor mensen met een goede opleiding. Voor het stimuleren van 'serieuze' toepassingen op het internet kan het (digitale) cultuurbeleid vernieuwd worden. In plaats van werklozen naar LinkedIntrainingen te sturen, kan de overheid beter online cursussen voor bepaalde banen ondersteunen.

Ook het bezit van digitale media blijft een probleem. Het gebruik van digitale media blijft duur, ook als de hardware goedkoper wordt. Concurrentie bij telefoon- en kabelnetwerken en hun abonnementen blijft zeer belangrijk.

Maar de allerbelangrijkste taak is het verbeteren van de digitale vaardigheden van burgers, werknemers en consumenten. Dit kan gebeuren in het formele onderwijs en in het volwassenonderwijs, of bij computeropleidingen voor het bedrijf en on the job. Daarbij moeten ouderen vooral operationele en formele vaardigheden leren, en jongeren inhoudelijke internetvaardigheden zoals informatie-, communicatie- en strategische vaardigheden. Ook een oudere leraar, met minder knoppenkennis dan een jongere, kan de leerlingen veel leren.



## Noten

- 1 Jan van Dijk, *The network society* (derde editie). Thousand Oaks, CA: Sage, 2012.
- 2 CBS StatLine, 'Internet faciliteiten; particuliere huishoudens', 30 mei 2016. Geraadpleegd op 16 juni 2016 via <https://statline.cbs.nl/Statweb/publication/?DM=SLNL&PA=83291NED&D1=a&D2=0-5&D3=0&D4=VW=T>; 'Internet; toegang, gebruik en faciliteiten', 30 mei 2016. Geraadpleegd op 16 juni 2016 via <https://statline.cbs.nl/Statweb/publication/?DM=SLNL&PA=83429NED&D1=0&D2=0,3&D3=0&D4=a&VW=T>; Alexander van Deursen en Ellen Helsper, 'A nuanced understanding of internet use and non-use among the elderly', *European Journal of Communication* 30 (2015), nr. 2, pp. 171-187.
- 3 Voor dit fasemodel zie: Jan van Dijk, *De digitale kloof wordt dieper. Van ongelijkheid in bezit naar ongelijkheid in vaardigheden en gebruik van ICT*. Den Haag/Amsterdam: SQM/Infodrome, 2003; en Jan van Dijk, *The deepening divide. Inequality in the information society*. Thousand Oaks, CA: Sage, 2005.
- 4 Alexander van Deursen en Jan van Dijk, *Trendrapport internetgebruik 2012. Een Nederlands en Europees perspectief*. Enschede: Universiteit Twente, 2012.
- 5 Van Deursen en Van Dijk 2012.
- 6 Zie diverse CBS- en SCP-statistieken en -rapporten in deze jaren.
- 7 Jan van Dijk en Alexander van Deursen. *Digital skills. Unlocking the information society*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014.
- 8 Alexander van Deursen, *Internet skills. Vital assets in an information society* (proefschrift Universiteit Twente). Enschede: Universiteit Twente, 2010; Alexander van Deursen en Jan van Dijk, 'Measuring internet skills', *International Journal of Human Computer Interaction* 26 (2010), nr. 10, pp. 891-916.
- 9 Alexander van Deursen en Jan van Dijk, 'The digital divide shifts to differences in usage', *New Media & Society* 16 (2013), nr. 3, pp. 507-526.
- 10 Van Dijk 2012.
- 11 Van Dijk 2012.