

PROFIELEN VAN MEDIAGELETTERDHEID. EEN EXPLORATIE VAN DE DIGITALE VAARDIGHEDEN VAN BURGERS IN VLAANDEREN

Steve Paulussen¹, Cédric Courtois², Hadewijch Vanwynsberghe³ en Pieter Verdegem⁴

¹IBBT-MICT, Universiteit Gent; Universiteit Antwerpen en Vrije Universiteit Brussel. Contact: steve.paulussen@ugent.be

^{2,3}IBBT-MICT, Universiteit Gent. Contact: cedric.courtois@ugent.be; hadewijch.vanwynsberghe@ugent.be

⁴Uppsala University (Zweden) en IBBT-MICT, Universiteit Gent. Contact: pieter.verdegem@ugent.be

Abstract

Data over de digitale mediageletterdheid van de Vlaamse bevolking zijn schaars. Deze bijdrage rapporteert de resultaten uit de enquête 'Sociaal-culturele verschuivingen in Vlaanderen' (SCV-survey) van 2010. Aan de hand van een clusteranalyse kunnen we drie profielen inzake digitale mediageletterdheid onderscheiden: een groep van '*gevorderde gebruikers*', bestaande uit 58% van de respondenten; een groep van '*vaardige gebruikers*', waartoe drie op de tien respondenten behoren (30%) en een groep van '*beperkte gebruikers*', bestaande uit de overige 11% van de respondenten. Op basis van klassieke parameters zoals gender, leeftijd, opleiding en inkomen wordt elk van deze profielen verder beschreven. Vervolgens geven we per profiel een overzicht van de redenen waarvoor men digitale media, met name het internet en de gsm, gebruikt.

Data about the digital media literacy of the Flemish population are still scarce. This contribution reports on the results of statistical analyses of survey data from 2010. The study reveals three user profiles: a first cluster of 'advanced users', representing 58% of the population, a second cluster of 'skilled users', representing 30% of the respondents; and a third cluster of 'limited users', representing 11% of the respondents. Each of the profiles is described by means of social background variables such as gender, age, education and income. Finally, for each of the profiles, we also discuss the uses and gratifications of Flemish citizens' use of the internet and mobile telephone.

1. 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 bijv. 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 (Mossberger, Tolbert, & McNeal, 2008; Selwyn & Facer, 2007; van Dijk, 2005). 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 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; Rice & Haythornthwaite, 2006; Selwyn, 2004). 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 zullen we nagaan 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 klassieke parameters van de digitale kloof, zoals gender, leeftijd, opleidingsniveau en inkomen? Tot slot zullen we nagaan 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 zullen we exploreren 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, zullen we eerst een kort overzicht geven van de wetenschappelijke literatuur inzake digitale vaardigheden, socio-demografische en socio-economische parameters van de digitale kloof en de ‘uses and gratifications’ van mediagebruik.

2. 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 in het vervolg van deze bijdrage spreken over digitale vaardigheden?

Hoewel er rond het begrip mediageletterdheid nog veel conceptuele vaagheid heerst (Graham & Goodrum, 2007; Potter, 2004; Sourbati, 2009), hanteren wij in het kader van deze bijdrage de definitie van Livingstone (2009). 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 (bijv. 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 bijv. van Deursen, 2010).

3. 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 socio-demografische 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 om de 'digitale kloof van de tweede graad' te beschrijven?

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, Wellman & Klement (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 (van Deursen, 2010; Volman, Van Eck, Heemskerk & Kuiper, 2005). 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 (van Deursen, 2010, Livingstone & Helsper, 2007) 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, Huysmans & Steyaert, 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 informationele 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 (Fuchs, 2009; Selwyn, 2004). 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 socio-demografische 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 mediageletterdheid 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.

4. 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 beslomeringen; en (5) persoonlijke identiteit, hetgeen onder andere verwijst naar de bestendinging van eigen waarden en opinies (Wright, 1960; Katz, Haas & Gurevitch, 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 zullen we een clusteranalyse

uitvoeren op basis van de in punt 2 opgesomde mediumgerelateerde vaardigheden, waarover SCV-data beschikbaar zijn. Nadat we de verschillende vaardigheidsprofielen hebben geïdentificeerd, zullen we deze verder beschrijven aan de hand van de klassieke digitale kloof-parameters, die we in punt 3 hebben besproken.

5. 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 jaarlijks 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 (1,8%) 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 enkel 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 punt 2). 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 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 multinomiale logistische regressieanalyses 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.

6. 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 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. 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 zowel een computer als een gsm hebben gebruikt. Verder in de bijdrage worden zij aangeduid als (digitale media)gebruikers.

6.1. Drie profielen van mediageletterdheid

Via een latente clusteranalyse trachten we de verschillende digitale vaardigheidsprofielen te achterhalen. Deze model-gebaseerde 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 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.

Tabel 1: Vaardigheidsprofielen van de Vlaamse digitale mediagebruikers (berekend via een latente clusteranalyse op basis van 12 vaardigheidsindicatoren)

	Gevorderde gebruiker	Vaardige gebruiker	Beperkte gebruiker		
p indicatoren (in %)	(59%)	(30%)	(11%)	Wald	R^2
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 attachment verzenden	100	94	23	146,51***	0,57
Kopiëren van bestand/map	98	78	19	141,73***	0,45
Gsm aanpassen naar 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

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

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

De eerste cluster, die we kunnen aanduiden als *gevorderde gebruikers*, omvat 59% van de steekproef en bevat mensen die een brede waaier aan vaardigheden onder de knie heeft. 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 naar 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 computermuis, 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 konden dus drie vaardigheidsprofielen onderscheiden worden: 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.

6.2. Kenmerken per profiel

Via twee multinomiale logistische regressieanalyses wordt per klassieke parameter (gender, leeftijd, opleiding en inkomen) gekeken welke kans een respondent heeft om tot een bepaald profiel te behoren. In eerste instantie wordt nagegaan in welke mate de vier vernoemde achtergrondkenmerken de kans om te behoren tot het profiel van de ‘beperkte gebruikers’ verhogen in vergelijking met het behoren tot het profiel van de ‘gevorderde’ of ‘vaardige’ gebruikers. Om een zo volledig mogelijk beeld te schetsen wordt de analyse vervolgens herhaald, ditmaal door het profiel van de ‘gevorderde gebruikers’ te vergelijken met dat van de ‘vaardige’ en de ‘beperkte’ gebruikers. De kenmerken gender, leeftijd, opleidingsniveau en inkomen verklaren voor 33% (cf. 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 ($B= 1,03$) voor gender bij de ‘gevorderde gebruiker’ t.o.v. de ‘beperkte gebruiker’ en de negatieve coëfficiënt ($B=-1,03$) voor gender bij de ‘beperkte gebruiker’ t.o.v. de ‘gevorderde gebruiker’. Daarnaast zien we dat jonge mensen en mensen met een hoog inkomen de meeste kans hebben om tot het profiel van de ‘gevorderde gebruikers’ te behoren. Dit leiden we af uit de negatieve regressiecoëfficiënt ($B=-0,09$) voor leeftijd en de positieve regressiecoëfficiënt ($B= 0,32$) voor inkomen bij de ‘gevorderde gebruiker’ t.o.v. de ‘beperkte gebruiker’. De negatieve coëfficiënten voor een secundair diploma of lager bij de ‘vaardige gebruiker’ t.o.v. de ‘beperkte gebruiker’ wijzen erop dat mensen met zulk diploma minder kans hebben dan diegenen met een hoger diploma om tot het profiel van de ‘vaardige gebruikers’ te behoren. Verder kan uit de resultaten worden afgeleid dat mensen in het profiel van de ‘beperkte gebruikers’ vaker vrouwelijk zijn, ouder zijn, een lager inkomen hebben en laag opgeleid zijn. Er is echter geen verschil in de kans voor vrouwen om tot het profiel van de ‘beperkte gebruikers’ dan wel dat van de ‘vaardige gebruikers’ te behoren, aangezien de coëfficiënt ($B=-0,24$) voor gender bij de ‘vaardige gebruiker’ t.o.v. de ‘beperkte gebruiker’ niet significant is.

Via de multinomiale logistische regressieanalyses hebben we 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 ‘gevorderde 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)

B	Profielen		Profielen	
	(ref: Beperkte gebruiker)		(ref: Gevorderde gebruiker)	
s(b)	Gevorderde gebruiker	Vaardige gebruiker	Beperkte gebruiker	Vaardige gebruiker
Constante	5,34***	3,10***	-5,33***	-2,24***
	(0,79)	(0,79)	(0,79)	(0,44)

Gender (ref: vrouw)***	1,03***	-0,24	-1,03***	-1,27***
	(0,30)	(0,30)	(0,30)	(0,20)
Leeftijd***	-0,09***	-0,03**	0,09***	0,06***
	(0,01)	(0,01)	(0,01)	(0,01)
Opleiding (ref: hoger onderwijs)***				
Geen onderwijs	-4,28***	-2,96***	4,28***	1,32
	(0,88)	(0,80)	(0,88)	(0,94)
Lager onderwijs	-1,68**	-0,65	1,68**	1,02*
	(0,65)	(0,60)	(0,65)	(0,45)
Secundair onderwijs	-1,84***	-1,00**	1,84***	0,84***
	(0,38)	(0,38)	(0,38)	(0,20)
Inkomen**	0,32*	0,11	-0,32*	-0,21**
	(0,13)	(1,13)	(1,13)	(0,08)
Nagelkerke R ² = 0,33***				

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

6.3. 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 afgeleide 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 informatie-component 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.

Tabel 3: Resultaten van de Principale Componentenanalyse voor redenen van mediagebruik.

	Internet			Gsm		
	Informatie en communicatie via internet	Entertainment via internet	E-commerce via internet	Informatie via gsm	E-commerce via gsm	Entertainment via gsm
1.Communiceren	0,73	-0,01	0,04	-0,13	-0,05	--
2.Informatie opzoeken	0,78	-0,00	0,08	0,40	-2,26	0,30
3.Aankopen van goederen	0,16	0,07	0,74	0,02	-0,86	-0,01
4.Verkopen van goederen	-0,21	0,16	0,87	-0,06	-0,85	0,05
5.Financiële diensten gebruiken	0,46	-0,29	0,50	0,17	-0,71	-0,01
6.Spelletjes spelen	-0,10	0,75	-0,04	-0,09	-0,07	0,74
7.Kijken naar films, luisteren naar muziek	0,25	0,64	0,09	0,24	-0,06	0,61
8.Actualiteit volgen	0,80	0,16	-0,05	0,81	0,19	-0,05
9.Deelnemen aan virtuele gemeenschappen	0,09	0,69	0,05	0,65	0,09	0,19
10.Krant lezen	0,77	0,13	-0,12	0,89	0,01	-0,14
11.Radio luisteren	0,15	0,50	0,16	0,21	0,16	0,54
R ²	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 meetschalen een Cronbach's alfa van hoger dan .70 een vereiste is, is het doorgaans aanvaard voor exploratief onderzoek om een lagere cut-off waarde te hanteren.

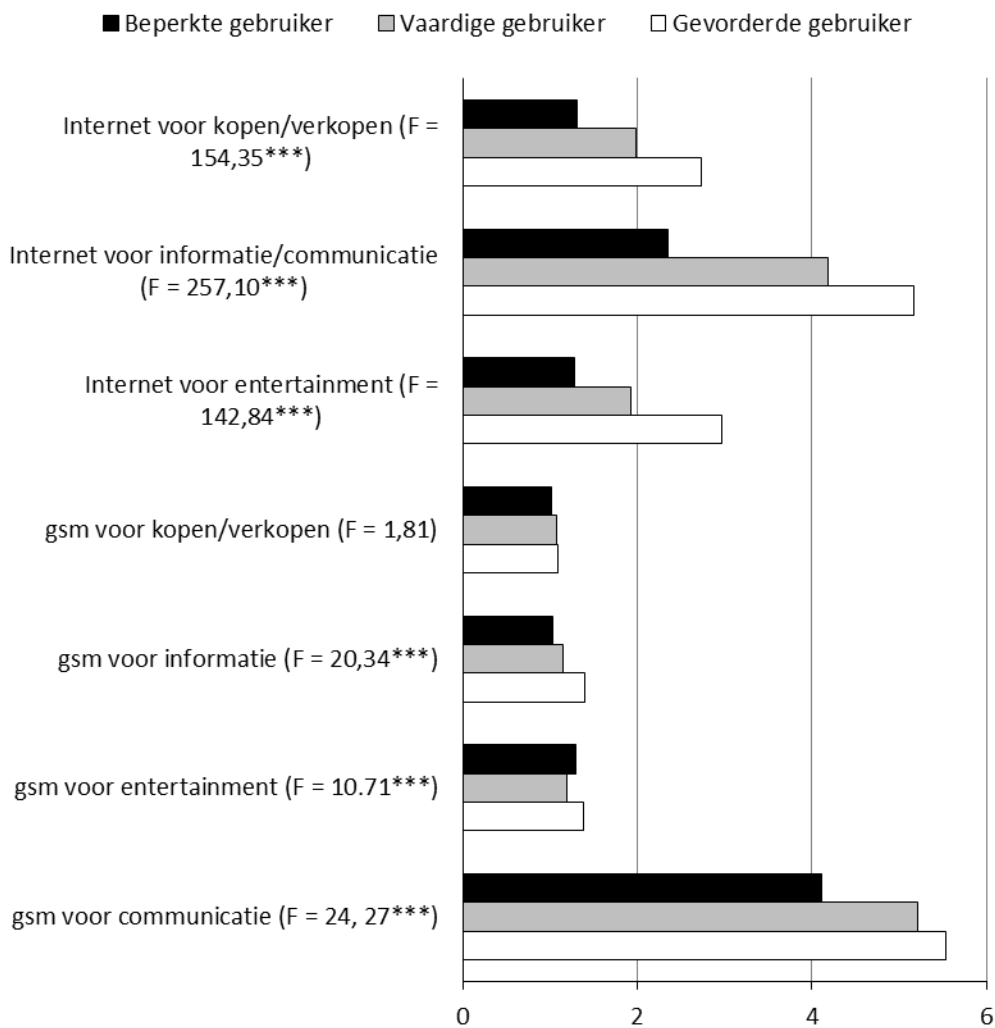
Nu we de redenen voor digitaal mediagebruik hebben gereduceerd tot drie hoofdfuncties voor internetgebruik – ‘informatie en communicatie’, ‘entertainment’ en ‘e-commerce’ – en vier voor gsm-gebruik – ‘informatie’, ‘communicatie’, ‘entertainment’ en ‘e-commerce’ – kunnen we nagaan of er verschillen zijn 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 ‘gevorderde 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.

De resultaten bevestigen de stelling dat wie een hoger niveau van mediageletterdheid 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 (X-as: 1= nooit, 2= bijna nooit, 3= enkele keren per jaar, 4=1-3x per maand, 5= 1-3x per week, 6=bijna elke dag en 7= elke dag).



7. 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 had 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 (en er aldus strategisch voordeel mee kunnen bekomen) dan andere groepen.

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

Het onderscheiden van profielen van mediageletterdheid blijft een belangrijke uitdaging. Dit is immers noodzakelijk om een doelgericht e-inclusiebeleid uit te werken. Het moet duidelijk 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 peilden naar het kunnen gebruiken 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 (informatie- en strategische) inhoudsgerelateerde digitale vaardigheden.

Tot slot moeten we benadrukken dat onze analyses enkel betrekking hebben op de gebruikers van digitale media en dus 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.

Referenties

Attewell, P. (2001). The first and second digital divides. *Sociology of Education*, 74(3), 252-259.

Bawden, D. (2001). Information and digital literacies: A review of concepts. *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'. *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*. Sociaal Cultureel Planbureau.

Dewan, S., & Riggins, F.J. (2005). The digital divide: Current and future research directions. *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. *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 R. Mansell, C. Avgerou, D. Quah & Silverstone (Eds.), *The Oxford Handbook of Information and Communication Technologies* (pp. 473–493). Oxford: Oxford University Press.
- 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*. Paper gepresenteerd op de 68ste IFLA Raad en Algemene Conferentie, Glasgow.
- Gunkel, D. (2003). Second thoughts: Toward a critique of the digital divide. *New Media & Society*, 5(4), 499–522.
- Hargittai, E. (2002). Second-level digital divide: differences in people's online skills. *First Monday*, 7(4), <http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/942/864>.
- Hargittai, E. (2005). Survey measures of web-oriented digital literacy. *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”. *Sociological Inquiry*, 80(1), 92–113.
- Hargittai, E., & Shafer, S. (2006). Differences in actual and perceived online skills: The role of gender. *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*. IBBT.
- Katz, E., Haas, H., & Gurevitch, M. (1973). On the Use of the Mass Media for Important Things. *American Sociological Review*, 38(2), 164–181.
- Kennedy, T., Wellman, B., & Klement, K. (2003). Gendering the digital divide. *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. *CyberPsychology and Behavior*, 7(3), 333–348.
- Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *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. *New Media & Society*, 9(4), 671–696.
- Madden, M. (2003). *America's online pursuits*. Washington, DC: Pew Internet and American Life Project.
- Magidson, J. & Vermunt, J. (2002) A Nontechnical Introduction to Latent Class Models. Geraadpleegd op 6 juli 2011 van <http://www.statisticalinnovations.com/articles/lcmodels2.pdf>

- Martin, S.P. & Robinson, J.P. (2007). The income digital divide: Trends and predictions for levels of internet use. *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. *On the Horizon*, 9(5), 1–6.
- Rice, R. E., & Haythornthwaite, C. (2006). Perspectives on internet use: Access, involvement and interaction. In L. A. Lievrouw & S. Livingstone (Eds.), *Handbook of new media: Social shaping and consequences of ICTs* (second edition) (pp. 92–113). London: Sage.
- Rubin, A. M. (1984). Ritualized and Instrumental Television Viewing. *Journal of Communication*, 34(3), 67–77.
- Ruggiero, T. (2000). Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. *Mass Communication & Society*, 3(1), 3–37.
- Segers, K. & Bauwens, J. (2010) (Eds.). *Maak mij wat wijs*. Leuven: Lannoo Campus.
- Selwyn, N. (2004). Reconsidering political and popular understandings of the digital divide. *New Media & Society*, 6(3), 341–362.
- Selwyn, N., & Facer, K. (2007). *Beyond the digital divide: Rethinking digital inclusion for the 21st century*. Open Education Series. Geraadpleegd op 16/05/2009 van: http://www.futurelab.org.uk/resources/documents/opening_education/Digital_Divide.pdf.
- Sourbati, M. (2009). Media literacy and universal access in Europe. *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*. Paper gepresenteerd op de 58ste Conferentie van de International Communication Association.
- van Deursen, A.J.A.M. (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. *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. *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. *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. *Social Science Quarterly*, 86(1), 252–270.

Wright, C. R. (1960). Functional Analysis and Mass Communication. *The Public Opinion Quarterly*, 24(4), 605-620.