

Internet nu eerste levensbehoefte

De gemiddelde Nederlander was het afgelopen jaar 3 uur en 6 minuten online, een stijging met 24 minuten ten opzichte van 2010. Internet is hiermee een even primaire levensbehoefte aan het worden als eten, drinken en slapen. Dit toenemende gebruik wordt mede veroorzaakt doordat internet steeds vaker als een communicatie- en vermaakmedium wordt ingezet. Zorgelijk is hierbij wel dat internetgebruikers juist hun communicatievaardigheden laat inschatten. Ook de steeds grotere gebruikerskloof bij het succesvol gebruiken van internet vraagt om aandacht.

De internetconsumptie van de Nederlander groeit nog steeds. Waar we in 2010 gemiddeld een dikke tweeënhalf uur (2 uur en 42 minuten) online waren, is ons gebruik in 2011 de kaap van de drie uur (3 uur en 6 minuten) gepasseerd. Studenten zijn van alle Nederlanders de meest actieve gebruikers; zij zijn gemiddeld net geen vier uur (3 uur en 54 minuten) per dag online, bijna een halve werkdag dus. Opnieuw blijkt dat ook werklozen en arbeidsongeschikten groot gebruikers zijn van internet. Doordat zij vooral voor 'tijdrovende' toepassingen als online gamen en chatten kiezen, volgen zij, wat gebruiksduur betreft, de studenten op de voet.

Van informatie naar communicatie

De drijvende kracht achter dit toenemende gebruik is het feit dat internet zich steeds meer ontwikkeld tot een communicatie- en vermaakmedium (chat, sociale netwerksites en andere interactieve communicatietoepassingen). Het gebruik van internet als informatiemedium (googlen en surfen) is daarentegen dan wel blijvend hoog, maar ook de afgelopen jaren stabiel gebleven.

Het toenemende belang van communicatie is een trend die reeds werd geconstateerd in het *Trendrapport Computer- en Internetgebruik uit 2010*. En die nu, zo blijkt uit de cijfers, versterkt doorzet. Zo is het aantal internetgebruikers dat chat in een jaar toegenomen van 44 naar 52 procent (een relatieve toename van 18 procent). Het aantal internetgebruikers dat via internet telefoneert (bijv. via Skype, niet wordt bedoeld met een traditionele telefoon over internet bellen), is in dezelfde periode toegenomen van 34 naar 39 procent (een relatieve toename van 15 procent). Het aantal mensen dat discussieert op online fora is toegenomen van 41 naar 46 procent (een relatieve toename van 12 procent). En het gebruik van sociale netwerksites tot slot is gestegen van 64 naar 70 procent (een relatieve toename van 9 procent). Hierbij valt bovendien op dat 59 procent van de 16- tot 35-jarige sociale media zelfs dagelijks gebruikt.

Rek uit groei informatiefunctie

Zoals reeds gemeld neemt tegelijkertijd het belang van internet als informatiemedium relatief gezien af. De metingen over het afgelopen jaar tonen aan dat wat betreft dit gebruik de rek uit de groei is. Het aantal mensen dat zoeksystemen als Google gebruik is bijvoorbeeld nog steeds hoog, maar wel met een procentpunt afgenomen (van 99 naar 98 procent). Ditzelfde min of meer

stabile beeld geldt voor het raadplegen van online nieuwsdiensten (van 83 naar 82 procent) en het bezoeken van websites van omroepen, kranten en tijdschriften (van 80 naar 81 procent).

Gamen en streamen

Ook het in het Trendrapport van vorig jaar reeds geschetste beeld dat internet steeds meer een transactie- en een vermaakmedium aan het worden is, wordt door het huidige onderzoek bevestigd.

Het aantal internetters dat online winkelt (oriënteren en kopen) is gestegen van 87 naar 94 procent (een relatieve toename van 8 procent). Een kanttekening hierbij is wel dat het aantal mensen dat online een reis of een vakantie heeft geboekt is gedaald van 71 naar 66 procent (een relatieve daling van 7 procent). Mogelijk spelen hierbij de gedurende het jaar verslechterende economische omstandigheden een belangrijke rol. Het is bekend dat consumenten hierdoor juist grote aankopen als vakanties zo lang mogelijk uitstellen en vaak ook afstellen.

Wat vermaak betreft valt de opmars van online gamen op met een stijging van 46 naar 51 procent op (een relatieve toename van 11 procent). Een kanttekening hierbij is echter wel dat het downloaden en uploaden van audiovisuele bestanden gelijk is gebleven. Dit wil echter geenszins zeggen dat de consumptie van audiovisuele data via het internet niet is gegroeid. Het *streamen* van dit type content (kijken en luisteren via het internet zonder te downloaden) is immers sterk in opmars. Denk hierbij aan muziekdiensten als Spotify en het *on demand* kijken van films via het kabelbedrijf (waarbij het overigens maar de vraag is of veel consumenten zich überhaupt realiseren dat zij dan via het internet kijken). Deze vorm van gebruik is in dit onderzoek echter niet bevraagd.

Communicatievaardigheden blijven achter

Waar internet dus vooral steeds meer wordt gebruikt als een communicatiemedium, blijkt tegelijkertijd dat de meeste internetgebruikers over slechts matig ontwikkelde communicatievaardigheden beschikken.

In het *Trendrapport van 2011* zijn naast de operationele, formele, informatie- en strategische vaardigheden voor het eerst ook de communicatievaardigheden van internetgebruikers gemeten. Het betreft hier de vaardigheden die nodig zijn om zich begrijpbaar te maken en anderen te begrijpen in een online omgeving: een digitale identiteit kunnen aannemen, digitale contacten kunnen maken en onderhouden, online aandacht trekken en meningen met anderen kunnen uitwisselen.

In dit onderzoek blijkt dat van alle vijf van de onderzochte vaardigheden de communicatievaardigheden van Nederlandse internetters het slechtste zijn ontwikkeld. Op een schaal van 1 tot en met 5 bedraagt de gemiddelde score 2,29. Ter vergelijking: de formele vaardigheid van het kunnen navigeren op internet scoort met een 3,91 het hoogst.

Het is een bekend (ervarings)gegeven dat communiceren op internet lastig is, althans lastiger dan in de fysieke wereld. In cyberspace ontbreken lichaamstaal en gezichtsuitdrukking. Internetters moeten daarom geheel terugvallen op hun taal- en vooral schrijfvaardigheden. Bovendien ontbreken in de digitale wereld soms de directe feedbackmogelijkheden die kenmerkend zijn voor *face tot face* communicatie. Zeggen we iets verkeerd, dan kunnen we dat niet meteen corrigeren en gaan het zij eigen leven leiden. Met alle gevolgen van dien.

Nu internet steeds meer een communicatiemedium aan het worden is, wordt dit probleem meer prangend. Daarbij moeten we ons realiseren dat de ontwikkelingen op communicatievlak mogelijk nog lang niet ten einde zijn. Illustratief is wat dit betreft de opmars van de tablet. Uit dit onderzoek blijkt dat het tabletgebruik dan wel misschien hard groeit, maar dat nog maar 10 procent van de internetters daadwerkelijk over een tablet beschikt. Met ander woorden, mogelijk is de groei nog lang niet uit de verspreiding van dit vooral op communicatie en entertainment gerichte medium. Als dat zo is (of wanneer om een andere reden de communicatiefunctie steeds belangrijker wordt), zal het niet beschikken over goed ontwikkelde communicatievaardigheden voor internetters steeds grotere gevolgen hebben.

Geen goed beeld ontwikkeling overige vaardigheden

Over de ontwikkeling van de overige vaardigheden valt op basis van de gegevens die zijn verzameld voor deze editie van het Trendrapport weinig te zeggen. Waar voor het bepalen van het niveau van deze vaardigheden in het *Trendrapport van 2010* gebruik is gemaakt van uitvoerig praktijkonderzoek (proefpersonen hebben in een 'laboratoriumomgeving' taken uitgevoerd waarvoor specifieke vaardigheden zijn vereist), zijn ditmaal de vaardigheden alleen gemeten door via telefonische enquêtes te vragen naar de perceptie van mensen naar hun eigen vaardigheden. Het is bekend dat respondenten (en dan vooral de mannen) bij dit type onderzoek zichzelf vaak hoger inschatten dan reëel is om zo hun eigenwaarde te versterken. In het Trendrapport komt een lichte verbetering van de eerder gemeten vaardigheden naar voren. Ofschoon meer internetervaring niet per se leidt tot betere vaardigheden, wordt deze ontwikkeling mogelijk (deels) veroorzaakt door het genoemde toenemende aantal uren dat de Nederlander online is.

Maar we gedragen ons wel vaardiger

Dat de vaardigheden van de Nederlandse internetter aan het toenemen zijn, wordt onderstreept door het feit dat steeds meer mensen in de praktijk daadwerkelijk handeling hebben uitgevoerd waarvoor het bezitten van een of meerdere van de vaardigheden noodzakelijk is.

Bijvoorbeeld het aantal mensen dat via een datingsite een afspraak heeft gemaakt is in een jaar toegenomen van 11 naar 14 procent (een relatieve toename van 27 procent). Het aantal ondervraagden dat via internet een baan heeft gekregen is in een jaar gestegen van 15 naar 19 procent (een relatieve toename van 26 procent). Het aantal internetters dat via het web vrienden heeft gemaakt, is toegenomen van 26 naar 32 procent (een relatieve toename van 23 procent). Opvallend is tevens dat ook op bijna elk ander van de effectmetingen (product goedkoop gekocht,

iets geruild of verkocht, vereniging gevonden en medische kwaal gediagnosticeerd) er licht hogere scores genoteerd zijn. Alleen voor het 'bepalen keuze politieke partij' is de score (37 procent) gelijk gebleven. Dit is overigens niet zo vreemd als we ons realiseren dat er in 2010 Tweede Kamerverkiezingen hebben plaatsgevonden en in 2011 'enkel' verkiezingen voor de Provinciale Staten.

Digitale Kloof

Uit deze metingen van de effecten van internetgebruik blijkt tevens dat de digitale kloof tussen de generaties en bevolkingsgroepen verder aan het verdiepen is. Jongeren en hoogopgeleiden profiteren in de praktijk beduidend meer van de mogelijkheden die internet biedt dan ouderen en laagopgeleiden. Een sprekend voorbeeld hiervan is het gebruik van internet als middel voor zelfdiagnose en medische zelfhulp. Hoewel jongeren beduidend minder vaak ziek zijn dan ouderen heeft 33 procent van hen in het afgelopen jaar informatie over een medische kwaal op internet gezocht en gevonden. Hier staat voor wat ouderen betreft slechts een schamele score van 22 procent tegenover.

Bij het inschatten van deze digitale kloof moeten we ons bovendien realiseren dat de harde kern van niet-gebruikers, de zogenoemde digitale analfabeten, er niet kleiner op is geworden. Nog steeds gebruikt 9 procent van de Nederlanders internet in zijn geheel niet. Daarnaast is er een grotere groep van ongeveer 20 tot 25 procent van de bevolking die internet slechts sporadisch gebruikt. Bijvoorbeeld om de vertrektijd van een trein te controleren of enkel de e-mail te checken. In een steeds verder digitaliserende samenleving dreigen ook deze mensen buiten de boot te vallen.

We worden onvoorzichtiger

Een laatste interessante en mogelijk ook zorgwekkende bevinding is dat we op internet onvoorzichtiger zijn geworden.

Het gebruik van alle (!) onderzochte beveiligingsmaatregelen (virusscanner, firewall, spamfilter, pop-upblokkering, anti-spyware en pornofilter installeren, automatische updates toestaan, controleren doorsturen persoonlijke gegevens en regelmatig wachtwoorden veranderen) is afgenomen. Relatief gezien minimaal met een paar en maximaal met 10 procent (deze laatste afname betreft het gebruik van pop-up blokkering). Jongeren worden op dit terrein steeds lakser en naïever, terwijl ouderen simpelweg niet over de vaardigheden beschikken die nodig zijn om de juiste beschermingsmaatregelen te nemen.

Mogelijk worden deze ontwikkelingen (deels) veroorzaakt door het feit dat beveiligingsmaatregelen tegenwoordig steeds vaker zitten voorgeprogrammeerd in programma's en bij *web based* toepassingen zelfs geheel 'achter de schermen' plaatsvinden. De geconstateerde afname van genomen maatregelen kan echter niet anders dan betekenen dat het bewustzijn van de gevaren van internet ook aan het afnemen is. Gezien de steeds verdere professionalisering van

de internationale cybercriminaliteit is dat een zorgelijke ontwikkeling: wanneer het criminelen lukt door de automatische beveiligingsmaatregelen heen te komen treffen zij steeds vaker een onoplettende en nietsvermoedende gebruiker aan.