

# Het gebruik van nieuwe media door de Vlaamse bevolking

## EERSTE RESULTATEN VAN EEN GROOTSCHALIG ONDERZOEK

Jo Steyaert en Piet Porteman

### ■ NIEUWE MEDIA EN PUBLIEKSONDERZOEK

Aan het Departement Communicatiewetenschap van de K.U.Leuven lopen momenteel twee onderzoeken in het kader van het actieprogramma Medialab van het IWT. Het ene project onderzoekt de mogelijkheden die elektronische dragers bieden voor nieuwsverspreiding en hoe de Vlaamse dagbladuitgevers daarop kunnen inspelen. Het tweede project onderzoekt de mogelijkheden die nieuwe media aan lokale overheden bieden om de communicatie met en de dienstverlening naar de burgers toe te optimaliseren. Bij de uitwerking van beide onderzoeksprojecten is veel aandacht uitgegaan naar het Internet en meer bepaald naar het profiel van de Internetter en het Internetgebruik. Verschillende surveys werden opgezet om hierover data te verzamelen. Een van de methodologische problemen bij het uitvoeren van deze onderzoeken was dat de klassieke steekproeftrekkingsprocedures vaak niet geschikt zijn voor algemene surveys over nieuwe media en Internet bij de Vlaamse bevolking. Wanneer een keuze wordt gemaakt om een representatieve steekproef van Vlamingen te trekken en de Internetters uitgebreider te interviewen, botst men al vlug op problemen. Het percentage Vlamingen dat het Internet gebruikt, was in 1998 nog steeds erg laag (de cijfers lopen uiteen van 7% tot 13%). Het was daardoor financieel en praktisch moeilijk haalbaar zeer grote aantallen Vlamingen te ondervragen om zo voldoende geldige enquêtes bij Internetters te realiseren. Een mogelijke oplossing hiervoor is om alle Vlaamse Internetters als populatie te beschouwen en hierbij onderzoek te doen. Er bestaat echter geen officiële of officieuze lijst van de Vlaam-

se Internetters, te vergelijken met een rijksregister of een telefoonboek. En de lijsten die wel bestaan, beperken zich tot een subgroep van Internetters die niet representatief is voor de totale populatie, zoals bv. de abonnees van de Internet Service Providers (ISP's). De verschillende ISP's trekken immers een variërend klantenprofiel aan, en de ISP's zijn slechts een van de vele mogelijke soorten van verbindingen met het Internet. De soort aansluiting heeft ongetwijfeld een invloed op het gebruik. Een andere methode bestaat erin te experimenteren met surveys die via het Internet zelf gebeuren en zo nieuwe vormen van kwantitatief onderzoek te ontwikkelen. Ook hieraan zijn methodologische problemen verbonden. Een voorbeeld is de e-mailenquête. Uit e-mailbestanden worden steekproeven getrokken of respondenten worden via reclamebanners en hyperlinks naar de vragenlijst gelokt. Vooral deze laatste methode van steekproeftrekking, gebaseerd op zelfselectie, wordt te gemakkelijk gebruikt zonder rekening te houden met het inherente gevaar van vertekende resultaten.

Rekening houdend met de methodologische opmerkingen werd in het kader van beide onderzoeksprojecten gekozen voor een gezamenlijke dubbele onderzoeksstrategie.<sup>1</sup> Allereerst werd eind 1998 een gezamenlijk onderzoek opgezet op basis van een steekproef uit de klantenbestanden van meerdere ISP's. Hierdoor kon onderzoek worden gedaan dat representatief is voor de thuisgebruikers van het Internet die via een ISP met het Internet verbonden zijn. De belangrijkste beperking bij dit onderzoek was dat een extrapolatie van de resultaten naar de Vlaamse bevolking zoals gezegd een onmogelijke opgave werd. Bovendien konden geen data worden verzameld over de verspreiding van het Internetgebruik in Vlaanderen. Ten tweede werd, om aan deze beperkingen tegemoet te komen, een grootschalige survey uitgevoerd bij de Vlaamse bevolking midden 1999. Op basis van dit onderzoek kunnen extrapolaties van de Internet-specifieke onderzoeken worden gerealiseerd en kunnen scheeftrekkingen in de steekproeven van voorgaande onderzoeken worden weggevlakt. Het nieuwe onderzoek bood ons meteen de kans om ook enkele andere onderzoeksvragen uit te werken en te beantwoorden.

In dit onderzoeksverslag wordt beperkt ingegaan op de resultaten van de survey bij de Vlaamse bevolking. De volgende onderzoeksvragen staan hierbij centraal:

1. Wat is de invloed van de factor geslacht op het bezit en gebruik van nieuwe media en op de houding t.o.v. de personal computer?
2. Wat is de invloed van de factor Sociaal Economische Status (SES) op het bezit en gebruik van nieuwe media en op de houding t.o.v. de personal computer?
3. Wat is de invloed van de factor houding t.o.v. de personal computer op het bezit en gebruik van nieuwe media?

## ■ METHODOLOGIE

Als onderzoeksmethode kozen we voor een postenquête. De steekproef was samengesteld uit een toevallige selectie van 2000 personen uit het rijksregister. Woonplaats, leeftijd en nationaliteit waren de enige selectiecriteria: al de respondenten zijn Belg, hebben hun domicilie in het Vlaamse Gewest en zijn tussen 18 en 75 jaar oud. De steekproef werd naderhand gecontroleerd voor leeftijd en geslacht. Op voorhand werd gehoopt op een responsgraad van om en bij de 50%, wat ongeveer 1000 geldige enquêtes zou opleveren. Om de respons op te drijven werd volgend schema opgesteld. Elke respondent kreeg een enquêteformulier toegestuurd, vergezeld van een verklarende brief en een enveloppe om de enquête terug te sturen. Na twee weken volgde een eerste herinneringsbrief voor alle respondenten. Na nog eens drie weken ontvingen de respondenten die de enquête nog niet hadden terugbezorgd, een nieuw enquêteformulier. Als extra aanmoediging werden na de eerste verzending, na de tweede en na de derde verzending, telkens cd-bonnen verloten. Uiteindelijk telden we 1006 geldig ingevulde enquêtes, wat resulteert in een responsgraad van 50,3%. De vragenlijst had als titel 'Vlamingen in het mediatijdperk. Een wetenschappelijk onderzoek naar de Vlaming en de media', en bevatte hoofdzakelijk vragen naar het mediagebruik, waaronder een aanzienlijk aantal over het Internet. Ook het bezit van mediatoestellen en de houding ten overstaan van de computer werd gemeten.

## ■ ONDERZOEKSRESULTATEN

In tabel 1 is een overzicht gegeven van enerzijds de correlatie tussen SES (laag, midden en hoog) en het bezit en gebruik van nieuwe media en de houding t.o.v. de pc, en anderzijds van de correlatie en de  $\chi^2$ -waarden tussen de variabele geslacht (codering: 0 = man en 1 = vrouw) en het bezit en gebruik van nieuwe media en de houding t.o.v. de pc. Eerst wordt dan ook een antwoord gegeven op de twee eerste onderzoeksvragen.

Een eerste opvallende conclusie is dat *het bezit van nieuwe media thuis nog steeds wordt bepaald door de sociale klasse en niet door het geslacht*. Er is immers een significant positieve relatie tussen het mediabezit en SES voor alle media. Deze is het sterkst voor pc- en modembezit. Er is geen significante relatie tussen het nieuwe mediabezit en geslacht, of m.a.w. mannen of vrouwen bezitten thuis niet meer of minder nieuwe media omdat ze man of vrouw zijn.

Verder blijkt dat het te verwachten is dat *in de toekomst alle sociale klassen in meer gelijke mate zullen beschikken over nieuwe media*. Er is immers geen significante relatie tussen de koopintentie binnen de 6 maanden wat

nieuwe media betreft en de variabelen sociale klasse en geslacht. Alle sociale klassen hebben een gelijklopende koopintentie wat nieuwe media betreft naar de toekomst toe. Er is wat dit aspect betreft ook bijna geen verschil tussen mannen en vrouwen. Enkel wat betreft de aankoop van een pc blijkt dat vrouwen licht minder geneigd zijn om in de nabije toekomst een pc aan te schaffen. Dit verband is echter bijna verwaarloosbaar klein.

*Het gebruik van Internet in het algemeen, alsook thuis en op het werk is nog steeds overwegend een zaak van mannen en van de sociaal hogere klassen. Globaal gebruiken reeds 24,6% van de Vlamingen Internet. Bij de mannen bedraagt dit echter reeds 30,7% en bij de vrouwen is dit slechts 18,5%. Hetzelfde geldt voor de Internettoegang op het werk en thuis. 11,9% en 13,8% van de bevolking heeft resp. op het werk en thuis toegang tot Internet. Bij mannen bedraagt dit percentage echter resp. 15,9% en 18,1% en bij vrouwen resp. 7,8% en 9,6%. Ook blijkt duidelijk dat er een positieve relatie is tussen de sociale klasse en het gebruik van Internet in het algemeen, thuis of op het werk. Meer Vlamingen uit sociaal hogere klassen hebben reeds gebruik gemaakt van Internet, zij hebben meer kans op een Internetaansluiting op het werk en ook iets meer kans op een Internetaansluiting thuis. De Internetanciënniteit (aantal maanden dat men reeds het medium gebruikt) voor mannen en vrouwen en hogere en lagere klassen is echter niet verschillend. De frequentie van gebruik van nieuwe media blijkt evenmin sterk onderhevig aan sociale klasse of het geslacht. Sociaal hogere klassen maken iets meer frequent gebruik van e-mail. De beschikbaarheid van Internet in de werksfeer zal hier waarschijnlijk niet vreemd aan zijn. Mannelijke en vrouwelijke gebruikers kennen een gelijke gebruiksfrequentie. Er maken met andere woorden wel meer mannen en individuen uit hogere sociale klassen gebruik van Internet, maar de gebruikers zelf kennen een gelijklopend gebruikspatroon naar sociale klasse en geslacht toe.*

Tot slot blijkt dat hogere sociale klassen 1) de pc iets meer als vooruitgang beschouwen, 2) minder stellen dat ze achter staan wat de kunde van het gebruik van computers betreft (factor 'computerachterstand'), 3) een positievere houding hebben t.o.v. de pc en 4) de pc ook minder beschouwen als een ontspanningsmedium (spelletjes,...). Ook vrouwen beschouwen zichzelf, in tegenstelling tot de mannen, meer als computeronkundigen, zien de computer minder als vooruitgang en hebben een meer negatieve houding tegenover de computer. Er is echter geen verschil tussen mannen en vrouwen wat de perceptie van de pc als ontspanningsmedium betreft. Over het algemeen zijn de verschillen tussen mannen en vrouwen echter klein. Vrouwen en hoger opgeleiden vinden de computer iets meer noodzakelijk in het dagelijkse leven, maar de verschillen zijn erg klein.

Tabel 1: Relatie tussen mediabezit, Internetgebruik en houding t.o.v. de pc en de variabelen SES en geslacht.

	SES	GESLACHT Chi <sup>2</sup> (Df = 1)	
	Correlatie	F-waarde	P
Bezit pc (nee/ja)	.292**	.097	.755
Bezit cd-rom (nee/ja)	.206**	.016	.899
Bezit modem (nee/ja)	.252**	3.259	.071
Bezit ISDN (nee/ja)	.139**	.234	.629
Koopintentie pc (nee/ja)	-.021	3.981	.046
Koopintentie cd-rom (nee/ja)	.011	3.585	.058
Koopintentie modem (nee/ja)	.031	.472	.492
Koopintentie ISDN (nee/ja)	.060	1.832	.176
Gebruik Internet (nee/ja)	.235**	19.980	.000**
Internetaansluiting op het werk (nee/ja)	.274**	15.395	.000**
Internetaansluiting thuis (nee/ja)	.178**	15.440	.000**

	SES	GESLACHT
	Correlatie	Correlatie
Anciënniteit Internetgebruik	.123	-.121
Anciënniteit Internet in de woonplaats	.061	-.030
Gemiddeld aantal uur Internetgebruik per weekdag	-.116	-.095
Gemiddeld aantal uur Internetgebruik per weekenddag	-.136	-.108
Frequentie gebruik e-mail	.244**	-.055
PC is noodzakelijk	.093**	.118**
Computerachterstand	-.318**	.145**
PC is vooruitgang	.126**	-.141**
PC is ontspanningsmedium	-.209**	-.005
Negatieve houding t.o.v. computer	-.294**	.131**

\*\* Correlatie is significant op niveau .01

In tabel 2 is de correlatie weergegeven tussen de houdingen t.o.v. de pc enerzijds en anderzijds het bezit en de frequentie van gebruik van nieuwe media. Hieruit blijkt de ambivalente relatie van de houding 'een pc is tegenwoordig noodzakelijk' t.o.v. de andere variabelen. De verklaring hiervoor is waarschijnlijk dat deze overtuiging in die mate verspreid is bij grote delen van de bevolking zodat deze variabele geen autonome verklaringswaarde meer heeft. Het blijkt duidelijk dat mensen die zichzelf als 'achter' beschouwen wat computers betreft, die een negatieve houding hebben t.o.v. de pc en die de pc eerder als een ontspanningsmedium zien, significant minder nieuwe

media bezitten en minder gebruik maken van Internet. De omgekeerde relatie doet zich voor bij de mensen die de pc beschouwen als vooruitgang. Zij hebben meer kans nieuwe media te bezitten en te gebruiken. Eenmaal men echter gebruiker is, valt op dat er geen relatie meer is met de Internetanciëntiteit. Wel is het zo dat er een sterk negatieve relatie is tussen de factor computerachterstand en de frequentie van het gebruik van e-mail, en een positieve relatie tussen de factor 'pc is vooruitgang' en het gemiddeld aantal uren dat men gebruik maakt van Internet.

Tabel 2: Correlaties tussen bezit en gebruik van nieuwe media en de houding t.o.v. de pc

	PC is noodzakelijk	Computerachterstand	PC is vooruitgang	PC is ontspannings-medium	Negatieve houding t.o.v. computer
Bezit van een pc (nee/ja)	-.011	-.432**	.255**	-.152**	-.242**
Bezit van een cd-rom (nee/ja)	-.028	-.372**	.225**	-.095**	-.184**
Bezit van een modem (nee/ja)	-.024	-.373**	.232**	-.152**	-.234**
Gebruik Internet (nee/ja)	-.002	-.574**	.328**	-.143**	-.301**
Internetaansluiting op het werk (nee/ja)	.067	-.458**	.226**	-.114**	-.268**
Internetaansluiting thuis (nee/ja)	-.015	-.398**	.247**	-.117**	-.228**
Anciëntiteit Internetgebruik	.156	-.214**	.135	-.069	-.200**
Anciëntiteit Internet in de woonplaats	.013	-.053	.139	-.019	-.129
Gemiddeld aantal uur Internetgebruik per weekdag	-.005	-.157	.202**	.052	-.048
Gemiddeld aantal uur Internetgebruik per weekenddag	-.057	.007	.249**	.079	.033
Frequentie gebruik e-mail	.084	-.417**	.096	-.139	-.184**

\*\* Correlatie is significant op niveau .01

## ■ CONCLUSIES

Uit de voorlopige analyse van de resultaten van dit onderzoek blijkt dat SES een invloed heeft op het bezit van nieuwe media, maar niet op de koopintentie wat nieuwe media betreft. Dit doet verwachten dat de adaptatie van nieuwe media in de toekomst minder sociaal zal schieffgetrokken zijn dan in het verleden. Geslacht heeft geen invloed op het bezit, maar wel op het al dan niet gebruik van internet. Mannen gebruiken het meer dan vrouwen. Echter

gebruikers kennen een sterk gelijkaardig gebruiksprofiel wat nieuwe media betreft. De factoren SES en geslacht blijken dan weinig of geen invloed meer uit te oefenen. De enige uitzondering betreft de relatie tussen de e-mailfrequentie en SES. Deze wordt waarschijnlijk bepaald door het beroep van de gebruiker. Lagere sociale klassen en vrouwen hebben een meer negatieve houding t.o.v. de pc, beschouwen zichzelf meer als computeronkundig, vinden een pc minder noodzakelijk en zien deze ook minder sterk als vooruitgang. Tot slot blijkt dat de houding t.o.v. de computer een belangrijke factor is wat betreft het nieuwe mediabezit en minder wat het gebruik ervan betreft.

#### NOOT

- 1 Daarnaast werden nog gescheiden onderzoeken uitgevoerd, waarbij onder andere de methode van zelfselectie werd getest.

#### AUTEURS

Jo Steyaert en Piet Porteman zijn als wetenschappelijk medewerker verbonden aan het Departement Communicatiewetenschap van de K.U.Leuven.