

Digitale ouderen in Vlaanderen

Smartphones en sociale media steeds meer verweven in het leven van 65-plussers

BART VANHAELEWYN

Steeds meer 65-plussers in Vlaanderen zijn actief op digitale platformen. De smartphone is aan een steile opmars bezig, en e-mail is een erg populair communicatiemiddel binnen deze leeftijdsgroep. De laatste jaren gebruiken steeds meer 65-plussers sociale netwerksites zoals Facebook en berichtendiensten zoals WhatsApp. Toch is de digitale kloof nog niet volledig gedicht. Bepaalde subgroepen binnen dit segment blijven grotendeels verstoken van digitale media, de angst om (nieuwe) technologieën te gaan gebruiken blijft er hoger dan in andere leeftijdsgroepen, en mediawijsheid blijft een belangrijk aandachtspunt.

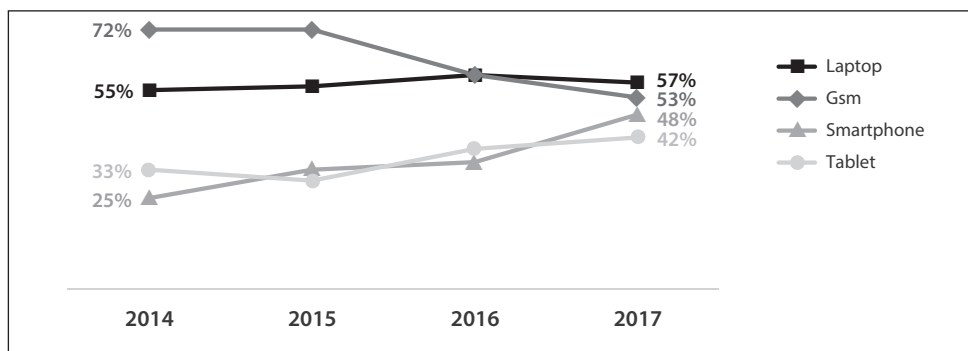
Een wereld van verschil?

Tijdens een Apple conferentie begin 2007 presenteerde Steve Jobs de allereerste iPhone aan de wereld. Intussen begon Facebook steeds meer gebruikers aan te trekken. Sindsdien hebben de smartphone en sociale media elkaar versterkt in hun groei, en zijn beide onmiskenbaar verweven in het dagelijks leven van vele Vlamingen. Had in 2010 nog maar 24% van de Vlamingen een smartphone op zak, dan is dat zeven jaar later bijna 8 op de 10 (78%). Ook Facebook kende een sterke groei in Vlaanderen (van 47% in 2010 tot 71% in 2017), net als andere sociale media zoals Instagram, Twitter, YouTube en Pinterest (imec, 2018).

Dat wat de digitale evolutie in de totale Vlaamse populatie betreft. Maar hoe zit het bij de 65-plussers? Zijn de smartphone en sociale media ook daar doorgedrongen in het

dagelijks leven? Of gaapt er nog steeds een wijde kloof tussen hen en de zogenaamde 'millennials' en 'digital natives'?

Bijna de helft van de 65-plussers heeft een smartphone (48%). Daarmee is de smartphone er nog steeds minder populair dan de gewone gsm (53%). Dit staat in schril contrast met de situatie binnen de groep Vlamingen jonger dan 40, waar 94% een smartphone bezit en slechts 20% (daarnaast) nog een gewone gsm heeft. Toch kunnen we stellen dat de smartphone ook binnen de leeftijdsgroep van 65-plussers een steeds groter aandeel heeft, aangezien de adoptiegraad van de smartphone verdubbeld is in drie jaar tijd. Bovendien is de smartphone slechts één van de toegangspoorten tot de digitale wereld. Bijna 6 op de 10 heeft een laptop in huis (57%), terwijl ruim 4 op de 10 een tablet bezit (42%). Alles bij elkaar zien we dat slechts 18% van de



Figuur 1. Bezit digitale toestellen bij 65-plussers. Evolutie 2014-2017

Bron: imec, 2018.

65-plussers geen computer, smartphone of tablet in huis heeft; 82% bezit dus minstens één van deze toestellen. Meer nog, 30% van de 65-plussers heeft de drie toestellen (smartphone, computer én tablet) in huis.

Digitale kloof

Uit de cijfers van digimeter blijkt dus dat 65-plussers steeds digitaler worden. Het bezit van een computer, tablet of smartphone is ook binnen die generatie intussen meer regel dan uitzondering. Slechts 18% van de 65-plussers zegt geen smartphone, tablet of computer te bezitten. Toch betekent dit niet dat de digitale kloof er volledig verdwenen is. Bij opsplitsing van de groep van 65-plussers in subgroepen, zijn er toch enkele opvallende verschillen. Zo zien we dat het niet-bezitten van digitale toestellen hoger ligt bij vrouwen (22%), lagere inkomens (31%), lager opgeleiden (26%) en wie 75 jaar is of ouder (35%). Ook al lijkt de groep 65-plussers dus de digitale kloof te dichten, we mogen niet vergeten dat er binnen deze groep nog steeds subgroepen zijn waar digitale media nog niet vanzelfsprekend zijn.

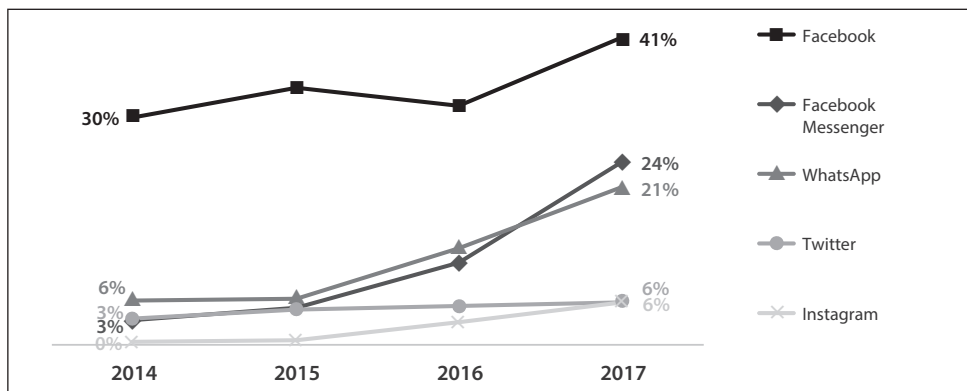
Van functioneel gebruik naar entertainment en netwerken

Op het vlak van digitale toepassingen valt het op dat het vooral de praktische en functionele toepassingen waren die in eerste instantie leidden tot het gebruik van een computer, tablet of smartphone. Denk hierbij aan online bankieren of het nieuws volgen op nieuwswebsites. Een andere opvallende vaststelling is dat e-mail

al gauw een populair communicatiemiddel werd in deze leeftijdsgroep. E-mail wordt ook vaak als een sociaal netwerk gebruikt: ze houden contact met kennissen en vrienden, blijven op de hoogte van nieuws en commerciële acties, sturen via e-mail ook grappen door en delen persoonlijke foto's of filmpjes.

Naarmate de toestellen en de (functionele) digitale toepassingen steeds meer ingeburgerd raakten, gingen 65-plussers ook vaker op zoek naar ontspanningsmogelijkheden op hun digitale toestellen. Het bekijken van onlinevideo is het voorbije jaar flink toegenomen (van 26% naar 36%), terwijl 1 op de 5 online luistert naar muziek (19%). Anders gezegd: in het begin gebruikten 65-plussers digitale toepassingen vooral 'uit noodzaak', bijvoorbeeld om een bankoverschrijving uit te voeren, maar steeds meer zijn ze ook de waarde van digitale media als bron van entertainment gaan appreciëren.

Daarnaast zien we ook dat steeds meer 65-plussers het 'netwerk'-principe van online media zijn gaan ontdekken. Het internet maakt het heel gemakkelijk om vrienden te contacteren, om foto's te delen met familieleden, om een antwoord te vinden op een vraag, of om grappige momenten te delen met anderen. Zoals eerder aangehaald, verliep de eerste kennismaking met dat netwerk vooral via e-mail. Maar 65-plussers zijn ook steeds actiever op sociale media, met Facebook als veruit het meest populaire netwerk. Ruim 4 op de 10 gebruikt Facebook minstens één keer per maand, terwijl Instagram en Twitter slechts 6% maandelijkse gebruikers kennen binnen



Figuur 2. Gebruik sociale netwerksites en berichtendiensten bij 65-plussers

Bron: imec, 2018.

deze leeftijdsgroep. De sterkste groei zit echter niet bij netwerksites, maar bij berichtendiensten. Intussen gebruikt 24% maandelijks Facebook Messenger en 21% WhatsApp. In 2014 was dat nog maar respectievelijk 3% en 6%.

Uitdagingen: mediawijsheid bijbrengen en angst overwinnen

De overgang van e-mail naar sociale media kan verwarring met zich meebrengen. Een anekdotisch voorbeeld hiervan is dat iemand me vroeg hoe hij berichten uit zijn nieuwsoverzicht op Facebook kon verwijderen. Hij trok dus een parallel tussen het nieuwsoverzicht op Facebook en de inbox van zijn e-mailprogramma. Ook al is dit slechts een anekdote, het geeft wel aan dat het belangrijk blijft om bij het aanleren van digitale vaardigheden niet alleen 'knoppenkennis' bij te brengen, maar ook aandacht te schenken aan de achterliggende mechanismes. Denk hierbij ook aan meer ingrijpende zaken, zoals het algoritme achter het nieuwsoverzicht van Facebook dat ervoor zorgt dat de berichten die het best passen bij je interesses, bovenaan je nieuwsoverzicht komen (wat kan leiden tot de zogenaamde 'filterbubbel').

Daarnaast stellen we vast dat de angst voor technologie groter is binnen de groep 65-plussers dan binnen andere leeftijdsgroepen. Van de 65-plussers zegt ruim 4 op de 10 moeite te hebben om zaken rond digitale toepassingen te begrijpen, dat ze digitale media hebben vermeden omdat ze er niet vertrouwd mee waren, of dat ze termen gelinkt aan digi-

tale toepassingen verwarrend vinden. Dat cijfer ligt hoger dan in de totale Vlaamse populatie, waar dit schommelt rond de 25%.

Het reduceren van angst om technologie te gebruiken, het bijbrengen van mediawijsheid en het verder verkleinen van de digitale kloof binnen subgroepen blijven uitdagingen bij Vlaamse 65-plussers. Deze drie elementen hangen ook nauw samen. De angst om technologie te gebruiken vloeit grotendeels voort uit het gevoel niet goed te weten hoe om te gaan met die verschillende vormen van digitale media; het gebrek aan mediawijsheid is het hoogst bij de subgroepen die de laagste adoptiegraad van technologie vertonen; en de digitale kloof is het meest uitgesproken bij wie een hoge mate van angst vertoont ten opzichte van digitale media. Initiatieven die dit segment verder wegwijs willen maken in de digitale wereld, zetten best in op deze drie facetten, en niet op slechts één aspect.

Literatuur

Imec (2018). *Imec.digimeter 2017*. Geraadpleegd van <https://imec.be/digimeter>

Digimeter is een jaarlijkse studie van imec over bezit en gebruik van media en technologie in Vlaanderen. De vragenlijst wordt ingevuld door een steekproef van ruim 2.000 Vlamingen, representatief op leeftijd, geslacht, opleidingsniveau en provincie. Het rapport kan gratis gedownload worden op imec.be/digimeter.

Tabel 1. Angst voor digitale toepassingen

Percentages in tabel geven het aandeel weer dat een score van minstens 4 op een 5-punten-schaal aanduidde.

	65+	Totale populatie (15+)
Ik ondervind moeilijkheden om de meeste zaken rond digitale toepassingen te begrijpen	43%	24%
Ik heb digitale toepassingen vermeden omdat ik er niet vertrouwd mee ben	41%	26%
Termen gelinkt aan digitale toepassingen vind ik verwarrend	41%	25%
Ik twijfel om digitale toepassingen te gebruiken omdat ik vrees fouten te maken die ik niet kan rechtzetten	36%	21%
Ik voel me bezorgd over het gebruik van digitale toepassingen	32%	30%
Ik slaag er moeilijk in om op de hoogte te blijven van belangrijke ontwikkelingen in digitale toepassingen	29%	20%
Ik vrees dat ik iets zal beschadigen als ik digitale toepassingen gebruik	24%	13%
Ik slaag er moeilijk in om digitale vaardigheden te leren	22%	11%

Bron: imec, 2018.

Over de auteur

Bart Vanhaelewyn is analist mediaconsumptie bij imec en Universiteit Gent. Hij is auteur van digimeter, een jaarlijkse studie over het media- en technologiegebruik in Vlaanderen.