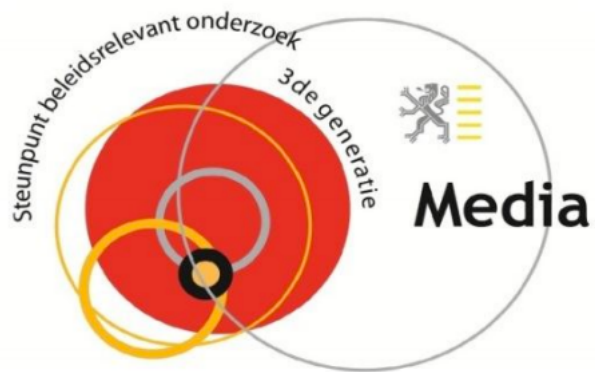


# E-cultuur\_het internet als instrument voor virtuele participatie

*Alexander Deweppe en Ike Picone*  
*SMIT – Vrije Universiteit Brussel*



Een herwerkte versie van dit rapport verscheen ook als volgend boekhoofdstuk:  
*Deweppe, A. & Picone, I. (2015). E-cultuur: het internet als instrument voor virtuele participatie. In: Participatie in Vlaanderen 2: Eerste analyses van de Participatiesurvey 2014. Lievens, J., Siongers, J. & Waeye, H. (eds.). Leuven, Belgium: Acco, pp. 155-179.*

## 1.1. Inleiding

De eerste representatieve meting die rond digitale cultuurparticipatie in Vlaanderen werd uitgevoerd dateert van 2003-2004. Uit resultaten van de toenmalige Cultuurparticipatiesurvey bleek dat één op drie respondenten beschouwd kon worden als een "virtuele cultuurparticipant". De invulling die aan deze omschrijving werd gegeven impliceert dat de respondenten in kwestie het internet gedurende de referentieperiode beschreven in de survey aanwendden om 1) informatie te raadplegen over cultuur, voor het 2) verwerven van culturele producten, of 3) om of cultuur te beleven, gebruik makend van computers, mobiele technologieën en/of schermen. Uit de cijfers van ruim tien jaar terug (Lievens & Waeye, 2005) bleek dat er ook toen reeds een reële vraag was naar – en een publiek bestond voor – online cultuur. De toenmalige culturele sector was nog volop zoekende inzake de hoedanigheden, verschijningsvormen en voordelen van digitale cultuur. Ongeacht het feit dat het aanbod op dat ogenblik nog eerder beperkt en gefragmenteerd was (Nulens, Daems & Bauwens, 2003) en bepaalde subsectoren van de culturele en creatieve industrieën nagenoeg nog volledig afwezig waren op het internet, waren de cijfers voor virtuele participatie toch al vrij hoog. Dit gold in de daaropvolgende jaren als stimulans voor de sector om de ingeslagen digitale weg verder te exploreren en met nieuwe technologieën te experimenteren.

Vijf jaar na de eerste dataverzameling werd in 2009 een vergelijkbare meting uitgevoerd. In deze tweede editie van de Participatiesurvey kwam binnen het kader van de betreffende onderzoekslijn in hoofdzaak de verdere 'domesticatie' (Berker, Hartmann & Punie, 2005) van het internet in bredere lagen van de bevolking naar voor. Een nogal voor de hand liggende trend manifesteerde zich in het feit dat de algemene cijfers voor virtuele cultuurparticipatie behoorlijk spectaculair waren gestegen; hetgeen in het licht van een massaal toegenomen internetgebruik, niet als een verrassing kwam. Deze toename van digitale cultuurparticipatie liet zich op het meest basale niveau verklaren vanuit het feit dat het dagelijkse leven in toenemende mate verweven geraakte met nieuwe mediatoestellen, en dat bijgevolg ook het gebruik van digitale toepassingen voor het ervaren van cultuur niet uitbleef.

Bij de meting in 2009 zagen we dat reeds ruim de helft van de respondenten (56,5%) aangaf een frequente internetgebruiker te zijn. Uit de resultaten voor het consulteren van informatie over cultuur (van bijna 32% in 2003-2004 naar bijna 58% in 2009), het verwerven van cultuurproducten of culturele content (van bijna 19% in 2003-2004 naar 45% in 2009), en het bezoeken van culturele websites (van 15% in 2003-2004 naar 21% in 2009), konden we afleiden dat het internet bij een groter wordend deel van de steekproef ingang vond als instrument voor informatie over cultuur, acquisitie van cultuurproducten en communicatie door culturele instellingen. Bovendien werd binnen de Participatiesurvey van 2009 reeds specifiek met betrekking tot het beleven van culturele content voor de eerste keer het gebruik van mobiele apparaten voor cultuurbeleving bevraagd (bijv. het beluisteren van muziek aan de hand van een mp3-speler of gsm), alsook het gebruik van internet als kanaal voor het genereren van eigen content (bijv. zelfgemaakte foto's online plaatsen). Ruim 40% van de respondenten gaf aan culturele content te consumeren, daarbij gebruik makend van mobiele toestellen en goed een kwart van de respondenten bevestigde het internet aan te wenden om zelf content te creëren en die online te plaatsen.

Naast duidelijke stijgingen voor een aantal parameters die als indicatief kunnen worden bestempeld voor het in kaart brengen van digitale cultuurparticipatie en de opmars van een aantal nieuwe trends, bleken de verschillen in de socio-demografische achtergrond van de participanten vrij substantieel. De cijfers gingen voor zowel mannen als vrouwen omhoog, maar verschillen in participatie in digitale cultuur tussen de geslachten bleven bestaan – zij het minder uitgesproken dan binnen de PaS 2003-2004: mannen participeerden nog steeds meer dan vrouwen. Qua leeftijd en opleidingsniveau was de discrepantie nog opvallender: binnen zowat alle gedefinieerde leeftijdsgroepen en opleidingsniveaus stegen de cijfers voor digitale participatie, maar geenszins gelijkmatig over de categorieën heen. In de periode tussen de twee dataverzamelingen steeg het gebruik van het internet voor het opzoeken van cultuurinformatie binnen de leeftijdsgroep van 18 tot 34 jaar van 53% naar bijna 82%. Bij de leeftijdsgroep tussen de 55 en 64 jaar verdrievoudigde dat aantal bijna (van 15% naar bijna 42%). Binnen de leeftijdsgroep van 35 tot 54 jaar steeg het aandeel van de respondenten dat online culturele producten verwierf van bijna 16% naar ruim 50%, maar ongeacht die spectaculaire stijgingen binnen de leeftijdsgroepen en opleidingsniveaus sprongen vooral de verschillen duidelijk in het oog. De laagst opgeleide groep vervijfvoudigde de cijfers voor het online opzoeken van cultuurinformatie (naar 20%), maar niettemin bleef het verschil met de hoogst opgeleide groep (90%) enorm. In de multivariate analyses werden de netto-effecten op digitale cultuurparticipatie van een aantal verklarende variabelen die bij de bivariate analyses reeds als belangrijkste factoren vastgesteld konden worden, in hoofdzaak toegeschreven aan de verschillen inzake leeftijd en opleidingsniveau (en in mindere mate geslacht). Niettemin werden ook effecten aangetoond voor andere – eerder sociale en economische – factoren. Zo bleken ook opleidings-, arbeidsniveau en socio-economische status van de ouders, de subjectieve perceptie van het inkomen, het sociaal kapitaal en het cultuurparticipatiegedrag van de ouders het digitale participatiegedrag van de respondenten te beïnvloeden. Dat impliceert dat digitale cultuurparticipatie kan worden gezien als een complex kluwen van factoren. Hoewel opleidingsniveau en leeftijd als belangrijkste verklarende factoren kunnen worden genoemd, kon worden vastgesteld dat ook cultureel, sociaal en economisch kapitaal een invloed hebben (Lievens & Waeghe, 2011).

Deze resultaten hadden een reële impact op de Vlaamse beleidscontext, gezien de betreffende analyses naar de overheid en de stakeholders in het culturele veld aangaven dat het digitaal en mobiel beleven van cultuur in opmars was. Zo werd virtuele participatie door de respectieve kabinetten van ministers van Cultuur Anciaux, Schauvliege en Gatz op de Vlaamse beleidsagenda geplaatst, dook het bredere concept van e-cultuur op in diverse visieteksten en beleidsverklaringen, en vertaalde de interesse voor digitale participatie zich gedurende de voorbije legislaturen in concrete acties, projecten en beleidsinstrumenten. Eveneens op basis van de resultaten van de Participatiesurvey 2009 groeide het besef dat online cultuur een zinvolle en succesvolle manier kon zijn om te komen tot publieksverbreding – het aantrekken van meer participanten binnen de reeds bereikte publiekssegmenten – en publieksverdieping – de intensiteit van cultuurparticipatie verhogen. Inzake publieksvernieuwing waren de cijfers echter minder eenduidig. Wel bleek er een nieuw, predominant jong publiek te ontstaan dat zich in termen van cultuur exclusief met virtuele participatie scheen in te laten (Thomas, 2011). Het betreft een groep in de

samenleving die nauwelijks nog participeerde aan cultuur binnen de traditionele definitie, maar wel de weg naar online cultuur scheen te vinden.

Voorbijgaand aan de beschreven algemene trends, kon bovendien worden vastgesteld dat de toegang tot en gebruik van het internet in toenemende mate een bepalende factor was voor online participatie en als het ware een nieuwe participatiedrempel opwierp voor bepaalde groepen uit de bevolking (Selwyn, 2004). Dit maakt dat effecten van media-repertoire – het gebruik van bepaalde toestellen en informatiekkanalen – alsook mediawijsheid – het beschikken over de nodige vaardigheden en kennis om deze toestellen te gebruiken – ook in deze context een rol van betekenis zijn gaan spelen (Jenkins, 2009). Het is met dat aan belang winnende besef in het achterhoofd dat binnen de huidige beleidscontext de departementale samenwerking van de beleidsdomeinen Cultuur, Jeugd, Sport én Media – over de vier betreffende beleidsvoorbereidende steunpunten heen – in het kader van eenzelfde bevraging mogelijk gemaakt heeft, en dat daarbij bij wijze van nulmeting voor het eerst in het kader van de Participatiesurvey ook de onlosmakelijk verbonden kennis over en gebruik van media-toestellen en media-bronnen in kaart konden worden gebracht (zie hoofdstuk 7, "Media- en Nieuwsrepertoire in Vlaanderen"). Een minder positief effect van het samengaan van deze vier steunpunten, is dat er ook in zekere mate een rationaliserings-operatie diende te worden gedaan ten gevolge van de verdeling van de bevragingstijd over vier i.p.v. drie beleidsdomeinen. Dit heeft er in zekere mate voor gezorgd dat enkel de belangrijkste vragen m.b.t. e-cultuur konden worden gevrijwaard, een aantal vragen dienden te worden ingekort, en een aantal vragen uit PaS 2009 niet weerhouden konden worden binnen de huidige bevraging.

Qua inhoud en structuur werd voor dit hoofdstuk in de mate van het mogelijke dus de vorm gerespecteerd die de vergelijking met de vragenreeksen uit enerzijds de CPS 2003-2004 en de PaS 2009 mogelijk zouden moeten maken. Anderzijds moet rekenschap worden gegeven van het feit dat vanuit een technologisch perspectief evoluties in media-gebruik en van media-toestellen steeds sneller en ingrijpender plaatsgrijpen, waardoor binnen de realiteit van een sterk wijzigend digitaal landschap vergelijkingen treffen over een tijdspanne van vijf – of zelfs tien – jaar vaak niet zinvol en soms geheel onmogelijk is. Daarom wordt binnen dit hoofdstuk eerst het begrip 'virtuele cultuurparticipatie' opnieuw in een breder kader geplaatst (ten aanzien van wat dit concept zo'n vijf jaar terug precies inhield). Daarvoor wordt ook binnen deze editie van de Participatiesurvey op de bepalende rol die de toegang tot en het gebruik van het internet daarin spelen ingegaan. Vervolgens worden de maatschappelijke trends en verschuivingen belicht die binnen het concept 'virtuele cultuurparticipatie' begrepen dienen te worden. Daarvoor worden de bestaande drempels voor internetgebruik, gebruik van mobiel internet en sociale netwerken bevestigd (al worden deze pas in het volgende hoofdstuk behandeld). Analoog met de analyse van de PaS 2009 wordt ingegaan op een reeks meer specifieke vragen die de huidige toestand van 'virtuele participatie' in kaart pogen te brengen. De concepten die daarbij centraal staan zijn 1) het gebruik van het internet om informatie over cultuur te vergaren, 2) het internet om culturele producten te verwerven of aan te kopen, en 3) het gebruik van schermen en toestellen om cultuur te beleven. Binnen de context van deze vragen kan een vergelijking worden getroffen met de dataverzamelingen van respectievelijk 2003-2004 en 2009. Extra vragen die pas in de Participatiesurvey van 2009 opdoken, hebben betrekking op 4) het zelf creëren van content – meer specifiek 5) van culturele content – en tenslotte 6) het gebruik van mobiele toestellen, al dan

niet voor culturele doeleinden. De bedoeling is met deze vragen een overzicht te geven van hoe de toestand van digitale cultuurbeleving en -consumptie is geëvolueerd in een periode van zo'n tien jaar en over de 3 meetpunten heen. Daarnaast wordt gepoogd om aan te geven in welke zin de natuur van 'virtuele cultuurparticipatie' gewijzigd is en om een beeld te geven van de nieuwe trends waaraan digitale cultuurparticipatie onderhevig is.

Gezien uit de vorige editie van de het analyseboek van de Participatiesurvey (Lievens & Waeghe, 2011) vooral effecten van leeftijd, opleidingsniveau en geslacht van doorslaggevend belang waren, werd in deze editie gekozen voor een meer beschrijvende en vergelijkende analyse van de huidige situatie ten opzichte van de vorige dataverzamelingen. Gezien de moeilijkheden bij de reconstrueren van de gehanteerde samengestelde variabelen en zodoende ook reproductie van de multivariate analyses uit de vorige editie van het PaS-boek, beperken we ons in dit hoofdstuk tot de verkenning en bivariate analyse van de data, zodat deze resultaten in een meer algemeen kader kunnen worden geplaatst ten opzichte van de resultaten uit de vorige peilingen. Op die manier kunnen we niettemin komen tot een goed beeld van de virtuele en digitale participatiegraad in Vlaanderen. Bovendien kunnen we aan de hand van de voornaamste socio-demografische factoren een gedegen diachrone vergelijking treffen van de voornaamste effecten die leeftijd, geslacht en opleidingsniveau op de virtuele cultuurparticipatie uitoefenen. Op die manier bekijken we aan de hand van de belangrijkste onafhankelijke variabelen uit het verklaringsmodel van de vorige editie of de aangegeven tendensen inzake virtuele cultuurparticipatie zich al dan niet bestendigen, of er andere digitale evoluties zijn die hier invloed op uitoefenen. Tenslotte worden de resultaten teruggekoppeld naar het algemeen kader van dit hoofdstuk, waarbij in het bijzonder stil wordt gestaan bij eventuele beleidsimplicaties van de voorliggende resultaten.

## 1.2. Het internet als instrument voor participatie

Zoals in de vorige editie van deze publicatie werd gesteld, is de domesticatie (Berker, Hartmann & Punie, 2005) van het internet in de Vlaamse huiskamer – en eveneens ver daarbuiten – nog steeds aan een opmars bezig. Het internet is in minder dan twee decennia geëvolueerd van een technologisch curiosum tot een volstrekt normaal, goed ingeburgerd en dagdagelijks instrument om informatie te verzamelen en te verspreiden, om digitale inhoud te consulteren of te beleven, om te communiceren met anderen, enz. Voor grote delen van de bevolking is het internet dan ook nu reeds verworpen tot een onmisbare nutsvoorziening, alsook het vigerende standaardkanaal voor zowel werk als ontspanningsdoeleinden (Bell & Dourish, 2007).

Voor het concrete internetgebruik in de vrije tijd (tabel 1.1) in een tijdspanne van zes maanden voorafgaand aan de bevraging. We spreken hierbij van incidenteel gebruik wanneer het gemiddeld vrijetijdsgebruik een maandelijkse gebruiksfrequentie niet overstijgt. Occasioneel gebruik impliceert een gebruiksfrequentie die minstens maandelijks gebruik veronderstelt, maar een wekelijkse gebruiksfrequentie niet passeert. Onder frequent gebruik wordt een niveau verstaan dat van een gebruik van meermaals per wekelijk tot meermaals per dag uitgaat.

Tabel 1.1. Evolutie van de relatieve gebruiksfrequentie voor vrijetijds-gebruik van het internet tussen 2003 en 2014 (binnen een referentieperiode van 6 maand voorafgaand aan de bevraging). Rijpercentages op basis van CPS 2003/2004, PaS 2009 en PaS 2014.

	niet	incidenteel	occasioneel	frequent	N
CPS 2003/2004	52,0%	5,6%	12,5%	29,4%	2845
PaS 2009	28,0%	5,2%	10,2%	56,5%	3146
PaS 2014	20,1%	2,2%	6,6%	71,1%	3948

Tabel 1.1 toont dat, vergeleken met de surveydata uit de CPS 2003-2004, vooral de stijging inzake het frequent internetgebruik opvalt. Meer dan de helft van de respondenten gebruikte in de referentieperiode voor 2009 het internet reeds dagelijks, tegenover amper een derde van de respondenten in 2003-2004. Naast nog een beperkte stijging in het aantal internet-gebruikers tot net geen 80% van de steekproef, stellen we ook in de PaS 2014 opnieuw een opmerkelijke verschuiving in de gebruiksfrequentie van het internet. Zo blijkt dat tussen PaS 2009 en PaS 2014 het aantal intensieve internet-gebruikers nog substantieel is toegenomen, van zowat de helft tot ruim twee derde van de steekproef. Dat impliceert dat het overgrote deel van de gebruikers van internet, dit inmiddels ook op frequente basis doen.

Wanneer we in Tabel 1.2 deze participatiecijfers specifiek voor geslacht, leeftijd en opleidingsniveau bekijken, dan stellen we vast dat de tendens die zich tussen CPS 2003 en PaS 2009 manifesteerde, zich ook verder heeft doorgetrokken binnen de laatste wave van de Participatiesurvey. Over het algemeen kan een vergelijkbare, stijgende tendens worden vastgesteld, maar de eerder geringe verschillen qua geslacht, alsook de meer manifeste verschillen qua leeftijd en opleidingsniveau bestendigen zich.

Tabel 1.2. Antwoordfrequenties voor gebruik van internet in de vrije tijd, zes maanden voorafgaand aan de bevraging. Rijpercentages voor geslacht, leeftijd en opleidingsniveau op basis CPS 2003/2004, PaS 2009 en PaS 2014.

	CPS 2003-2004	PaS 2009	PaS 2014
Vrouw	39,5%	68,4%	75,6%
Man	55,9%	75,7%	84,5%
15-17	91,9%	99,0%	100,0%
18-34	71,5%	94,1%	98,6%
35-54	52,6%	85,4%	92,9%
55-64	28,6%	60,3%	75,8%
65-85	5,9%	22,3%	41,3%
Volgt dagonderwijs	91,0%	99,1%	99,7%

Geen of lager onderwijs	11,3%	32,1%	36,0%
Lager secundair onderwijs	37,1%	65,4%	65,8%
Hoger secundair onderwijs	53,6%	80,9%	86,2%
Hoger onderwijs	74,3%	94,8%	97,1%
Totaal	48,0%	72,0%	79,9%
N	2 845	3 146	3948

Daarenboven springen vooral de cijfers die binnen de PaS 2014 de 100 % benaderen in het oog. Bij bepaalde groepen in de samenleving – de jongste leeftijdscategorieën, schoolgaande jeugd en hoogopgeleiden – bemerken we deze verregaande domesticatie van het internet. Zoals de verschillen in opleidingsniveau in deze context aangeven, is het gebruik van internet in een schoolgaande context inmiddels zo goed als geïnstitutionaliseerd, wat met betrekking tot virtuele participatie de eerder besproken publieksvernieuwing meer en meer waarschijnlijk maakt (cf. supra), en althans het internet als voorwaarde en drempel voor digitale participatie op schijnt te heffen.

### 1.3. Digitale participatie

Wat de huidige toestand voor het gebruik van internet betreft, zijn de cijfers vrij duidelijk. Bovendien is het hierbij van groot belang op te merken dat qua gebruik de verschijningsvormen en gebruiksmodaliteiten van het internet eveneens ingrijpend veranderd – en drastisch toegenomen – zijn. Een hele resem aan nieuwe mogelijkheden, toestellen en trends die reeds bij de bespreking van de resultaten van de PaS 2009 werden aangehaald, evolueerden gedurende de laatste tien jaar van rariteiten en gadgets naar gevestigde waarden binnen een digitaal repertorium.

Een eerste vaststelling die binnen die context valt te maken is de graduele transitie van digitale naar mobiele en 'alomtegenwoordige' media (Castells, Fernandez-Ardevol, Qiu & Sey, 2009). De plaats waar we ons bevinden is steeds minder bepalend voor het al dan niet hebben van internet-toegang, zij het via kabel, wifi of via mobiel telefoonnetwerk.

De tweede belangrijke vaststelling behelst de verdieping, verbreding en intermediaire overlapping die te situeren valt binnen de 'drievoudige articulatie' van het begrip media (Courtois, Mechant, Paulussen & De Marez, 2012). Zo kunnen we bijvoorbeeld vaststellen dat het gebruik van mobiele mediaspelers fors is teruggelopen, ten voordele van smartphones, tablets en e-readers, omdat deze in grote mate de functionaliteit van de voornoemde hebben overgenomen. Bovendien dient te worden opgemerkt dat op heden het uitvoeren van een digitale taak veel minder als vroeger gedetermineerd wordt door het gebruik van een bepaald apparaat. Het succes en in onbruik raken van bepaalde dragers zoals de evolutie van LPs, CDs, en DVD naar streaming, downloads en torrents, of van het bezoek aan de boekenwinkel, via het bestellen op Amazon, naar e-reader en e-books, lijkt op zich niet veel meer dan een logisch gevolg van toegenomen technologische beschikbaarheid (Haddon, 2006) en



veranderde tijdsgeest. (Meer hierover in hoofdstuk "Media- en Nieuwsrepertoire in Vlaanderen", waarin de actuele cijfers aangaande toestelgebruik zijn opgenomen.) Het gradueel inruilen van draagbare mediaspelers en GSM-toestellen door smartphones en tablets, impliceert anderzijds ook wel dat het creëren van beeld- en geluidsmateriaal een heel stuk laagdrempeliger is geworden. Eveneens nieuw is het feit dat met de hedendaagse technologieën over verschillende toestellen en dragers heen dezelfde content kan worden geconsulteerd en/of gecreëerd.

En derde belangrijke vaststelling manifesteert zich in de verre gaande democratisering van de digitale publieke sfeer en de opkomst en evolutie van een meer sociaal internet (Papacharissi, 2009). De doorbraak en gigantische stijging in populariteit van online sociale netwerken gedurende de laatste jaren (zie ook hiervoor hoofdstuk 7) kan hiervoor als hoofdverantwoordelijke worden aangeduid. Zo zien we dat dit topic in de PaS 2009 nog niet als individuele vraag voorkwam, maar dat 'het hebben van één of verschillende accounts op sociale netwerken' inmiddels is opgelopen tot meer dan de helft van de populatie. Daarenboven behoort het consulteren en gebruiken van sociale netwerken inmiddels tot één van de primaire redenen voor het spenderen van vrije tijd op het internet. En – zo mogelijk – nog belangrijker, worden gebruikers van sociale netwerken actief uitgenodigd om zelf content te gaan creëren, te posten en te delen.

Deze vaststellingen hebben vanzelfsprekend ook een invloed op (digitale) cultuurparticipatie. Het internet biedt immers een nieuwe vorm van gemedieerde toegang tot cultuur. Los van de manier waarop deze toegang gemedieerd is – representatievorm, platform en consultatiewijze – rijzen vragen omtrent de waarde en authenticiteit van dergelijke belevingen. Kan virtuele participatie beschouwd worden als een volwaardige vorm van cultuurparticipatie? In alle geval schijnt het inzetten van een technologie om cultuur te beleven een emancipatorisch potentieel te verwezenlijken, waarbij culturele content éénvoudiger en meer democratisch kan worden verspreid onder een ruim publiek, een groter bereik kan worden bewerkstelligd en ook het produceren van culturele artefacten laagdrempeliger schijnt te zijn geworden.

Toch kan blijkbaar niet iedereen op dezelfde wijze profiteren van de positieve effecten die technologie potentieel op cultuurbeleving uit kunnen oefenen. Naast het feit dat de cijfers van het internetgebruik qua geslacht, leeftijd en opleidingsniveau nog steeds duidelijke verschillen vertonen, werpt e-cultuur ook een aantal nieuwe drempels op, omdat deze vorm van participatie, naast nieuwe opportuniteiten, ook een aantal technologische voorwaarden stelt.

De technologische veranderingen hebben niettemin duidelijk een steeds grotere impact op de wijze waarop cultuur beleefd wordt. Meer en meer is het daarom zinvol om beide participatievormen niet langer meer naast of tegenover elkaar te plaatsen. De wisselwerking tussen hetgeen online en offline gebeurt, lijkt groter en belangrijker dan ooit. Zo is het internet inmiddels, naast een gangbaar kanaal om content te consumeren, nagenoeg het belangrijkste – en in sommige gevallen zelfs het enige – medium geworden om communicatie over traditionele uithuizige cultuuractiviteiten te vernemen, om het fysieke participatiegedrag te organiseren, en om er nadien verslag over uit te brengen. De grenzen tussen het offline en online gebeuren zijn derhalve inderdaad bijzonder vaag geworden, hetgeen ons brengt ons bij de 'hybride' manier waarop cultuur vandaag gecreëerd, gepresenteerd en geconsumeerd wordt (Schäfer,

2011). De sociale en interactieve eigenschappen van die nieuwe digitale cultuuruimte zetten de klassieke conventies (privaat/publiek, expert/amateur, virtueel/reëel, ...) van de culturele industrie behoorlijk onder druk. Of virtuele cultuurparticipatie dan eerder moet gezien worden als een laagdrempelige opstap naar wat we traditioneel onder cultuurparticipatie verstaan (zijnde niet-gemedieerde offline cultuurbeleving) of een op zich staand aspect van een grotere culturele realiteit, blijft voer voor discussie.

#### 1.4. Aspecten van virtuele cultuurparticipatie

In cultureel opzicht werd voor onze landstreken, zijnde Vlaanderen en Brussel, binnen de cultuurparticipatiesurvey (CPS 2003-2004) voor de eerste maal op een structurele en representatieve wijze gepeild naar de virtuele cultuurparticipatie. Deze bevraging werd vijf jaar later uitgebreid over de beleidsdomeinen cultuur, jeugd en sport heen en nam de vorm aan van de Participatiesurvey (PaS 2009). In deze bevraging kwamen meer elementen voor die verband houden met e-cultuur, virtuele participatie en de impact van digitalisering. Binnen de huidige bevraging (PaS 2014) werden de grote lijnen van de vragenlijsten van vijf jaar eerder bewaard, teneinde in de eerste plaats evoluties aan te kunnen tonen in de participatieniveaus. Niettemin drongen enkele wijzigingen zich op, deels ten voordele van het nieuwe media-luik van de bevraging, deels omdat de vergelijking inzake evoluties van bepaalde digitale technologieën mank zou lopen. In dit rapport zullen we derhalve de vragen rond virtuele cultuurparticipatie toelichten, en in de mate van het mogelijke de vergelijking treffen met de cijfers van CPS 2003-2004 en PaS 2009.

In de vragenlijst werden vragen opgenomen die respectievelijk betrekking hebben op internetgebruik voor cultuurinformatie, internetgebruik voor het verkrijgen van cultuurproducten, cultuurbeleving aan de hand van schermen, internetgebruik voor de creatie van culturele inhoud, en het gebruik van mobiele apparaten. De laatste twee categorieën werden in de vragenlijsten van 2003-2004 nog niet opgenomen en werden in het licht van meer recente technologische evoluties en praktijken pas in de tweede editie van de bevraging toegevoegd. Bovendien werden de vragen rond cultuurinformatie, cultuurproducten en online creatie opgenomen in het 'face-to-face'-gedeelte van de bevraging, terwijl de vragen rond cultuurbeleving en gebruik van mobiele apparaten behoorden tot het 'drop-off'-gedeelte van de vragenlijst, wat een impact heeft op de omvang van de steekproef. Daarenboven werden de deelvragen rond virtuele cultuurparticipatie gedetailleerder tussen de waves van 2004 en 2009, hetgeen enerzijds resulteert in een hogere resolutie binnen de data, maar anderzijds ook uitdagingen creëert bij de verwerking ervan. Hierbij aansluitend is het goed op te merken dat in de CPS 2003-2004 in sommige gevallen nog werd gewerkt met een binair meetniveau – zijnde de antwoordmogelijkheden die enkel ja of nee behelzen – terwijl binnen de daaropvolgende waves (PaS 2009 en 2014) werd overgeschakeld op schaalvariabelen die toelaten verschillen in gebruiksfrequentie vast te leggen.

Tenslotte is het voor een aantal van de analyses belangrijk op te merken dat de steekproef-grootte onderhevig is aan variatie. In sommige gevallen is dat te wijten aan het feit dat de betreffende informatie werd gehaald uit het 'drop-off'-gedeelte van de vragenlijst i.p.v. het 'face-to-face'-luik. Anderzijds werden voor de meeste van deze analyses van de PaS 2014 de niet-participanten voor het internet buiten beschouwing gelaten, om zo tot een beter beeld te komen van de gebruiksfrequenties van de

feitelijke internetgebruikers. Verder in het rapport (bij de analyses van de samengestelde variabelen) worden dan de cijfers voor de hele steekproef – en dus ook de niet-internet-participanten – gegeven.

#### 1.4.1 Cultuurinformatie

De cijfers voor het gebruik van het internet om zich te informeren over cultuur staan afgebeeld in tabel 1.3. Daarbij wordt een vergelijking gemaakt tussen de dichotome antwoordcategorieën van de CPS 2003-2004 en de frequenties voor respectievelijk PaS 2009 en PaS 2014, waarbij voor de rapportering een schaal gebruikt werd die is geconverteerd naar incidenteel (een uitzonderlijke keer of maandelijks), occasioneel (meermaals per maand tot wekelijks) en frequent (meermaals per week en dagelijks) gebruik. De eerste vijf rubrieken kwamen in de drie waves van de survey voor, de laatste vijf vragen enkel in de twee laatste waves.

Tabel 1.3. Antwoordfrequenties voor het gebruik van internet voor het opzoeken van cultuurinformatie. Rijpercentages op basis van CPS 2003-2004, PaS 2009 en PaS 2014.

Vraagverwoording		Editie PaS	Frequentie				
CPS 2003/2004			niet	wel			N
	PaS 2009 & PaS 2014			incide nteel	occasi oneel	frequen t	
Muziek		CPS 03/04	78,5%	21,5%			2843
	Klassiek, opera of operette	PaS 2009	91,7%	7,4%	0,8%	0,0%	3144
		PaS 2014	88,2%	10,0%	1,5%	0,3%	3111
	Pop- of rock, jazz, dance of wereldmuziek	PaS 2009	70,4%	22,7%	5,7%	1,0%	3144
		PaS 2014	65,8%	26,4%	6,7%	1,1%	3111
	Vlaamse pop, schlagers, levenslied, chanson	PaS 2009	88,7%	9,9%	1,2%	0,1%	3144
		PaS 2014	85,0%	12,7%	2,0%	0,3%	3111
Boeken		CPS 03/04	88,7%	11,3%			2843
	Boeken	PaS 2009	75,0%	20,9%	3,5%	0,6%	3144
		PaS 2014	61,5%	29,0%	7,9%	1,5%	3111
Films		CPS 03/04	81,6%	18,4%			2843
	Cinema en Film	PaS 2009	61,5%	26,9%	9,6%	2,1%	3144

		PaS 2014	44,1%	42,6%	11,7%	1,6%	3111
Toneel en dans		CPS 03/04	94,5%	5,5%			2843
	Theater en Dans	PaS 2009	84,0%	14,1%	1,7%	0,2%	3144
		PaS 2014	78,2%	18,8%	2,6%	0,3%	3111
Musea en tentoonstellingen		CPS 03/04	91,5%	8,5%			2843
	Beeldende kunst	PaS 2009	89,6%	8,6%	1,6%	0,2%	3144
		PaS 2014	86,7%	10,5%	2,4%	0,4%	3111
	Monumenten en Architectuur	PaS 2009	80,7%	16,8%	2,3%	0,1%	3144
		PaS 2014	71,8%	24,2%	3,6%	0,5%	3111
	Mode Design en	PaS 2009	76,9%	17,5%	4,8%	0,9%	3144
		PaS 2014	69,5%	20,1%	8,6%	1,7%	3111
	Cultuurkalenders	PaS 2009	79,0%	18,0%	2,7%	0,2%	3144
		PaS 2014	77,0%	19,1%	3,4%	0,4%	3111
	Programma's van Culturele Centra	PaS 2009	76,6%	20,1%	3,0%	0,3%	3144
		PaS 2014	76,1%	20,4%	3,3%	0,3%	3111
	Aanbod van Bibliotheken (online catalogus)	PaS 2009	87,6%	10,5%	1,8%	0,3%	3144
		PaS 2014	83,1%	13,7%	3,0%	0,2%	3111
	Kunstzinnige hobby	PaS 2009	85,5%	9,9%	3,3%	1,3%	3144
		PaS 2014	82,8%	11,1%	4,3%	1,9%	3111

Voor de laatste bevraging werd deze vraag logischerwijs niet voorgelegd aan de respondenten die aangaven sowieso niet actief te zijn op het internet. In de vorige edities van de survey was dit echter wel het geval, en werd er bijgevolg geen onderscheid gemaakt tussen niet-internetgebruikers en niet-participanten, hetgeen de cijfers enigszins beïnvloedde. Niettemin zien we sinds de eerste dataverzameling over de hele lijn een vrij forse stijging in het algemene participatiegedrag, en valt op te merken dat voor zowat alle deelaspecten van het opzoeken van cultuurinformatie, de participatiegraad gestegen is. Vergelijkbaar met de cijfers van de evolutie tussen de CPS 2003-2004 en PaS 2009, zien we ook nu dat de intensiteit van de participatie gestegen is, gezien er zich een aantal verschuivingen manifesteren tussen het

incidentele en het occasionele activiteitsniveau. Tenslotte vallen maar weinig noemenswaardige veranderingen binnen het "frequent" gebruik op te merken.

#### 1.4.2. Cultuurproducten

De cijfers inzake het verwerven van cultuurproducten staan afgebeeld in tabel 1.4. Daarbij wordt een vergelijking gemaakt tussen de dichotome antwoordcategorieën van de CPS 2003-2004 en de frequenties voor respectievelijk PaS 2009 en PaS 2014, waarbij voor de rapportering een schaal gebruikt werd die is geconverteerd naar incidenteel (een uitzonderlijke keer of maandelijks), occasioneel (meermaals per maand tot wekelijks) en frequent (meermaals per week en dagelijks) gebruik. Ook hier kwam slechts een beperkt aandeel van de vragen op een vergelijkbare manier over de drie waves van de survey voor.

Tabel 1.4 Antwoordfrequenties voor het gebruik van internet voor het verkrijgen van cultuurproducten. Rijpercentages op basis van CPS 2003-2004, PaS 2009 en PaS 2014

CPS 2003-2004	PaS 2009	PaS 2014	Editie PaS	niet	incidenteel	frequent	zeer frequent	N
Boeken			CPS 2003-2004	98,0 %	2,0%			2843
			PaS 2009	90,7 %	8,8%	0,4%	0,1%	3144
		Online boeken kopen	PaS 2014	83,6 %	14,9%	1,5%	0,1%	3111
		E-books downloaden		90,8 %	7,7%	1,3%	0,3%	3111
Tickets voor culturele activiteiten			CPS 2003-2004	97,5 %	2,5%			2843
			PaS 2009	77,5 %	21,3%	1,1%	0,0%	3144
			PaS 2014	68,3 %	30,10 %	1,4%	0,1%	3111
Muziek cd/dvd/vinyl			CPS 2003-2004	98,2	1,8			2843
Film/video			CPS 2003-2004	99,1	0,9			2843
	Betaalde film of video		PaS 2009	96,7	2,6	0,4	0,2	3144

	CD/dvd muziek		PaS 2009	86,0 %	10,7	2,5	0,7	3 144
		CDs, DVDs, iTunes, ...	PaS 2014	79,0 %	16,5	3,8	0,7	3111
Digitale muziekfile			CPS 2003-2004	99,5	0,5			2 843
	Betaalde muziekfile		PaS 2009	93,4	5	1,3	0,2	3 144
		Betalend muziek beluisteren	PaS 2014	90,1	5,4	2,2	0,9	3111
		Betalend TV/Films/Video bekijken	PaS 2014	83,4	12,3	3,1	1,1	3111
Downloaden van muziek			CPS 2003-2004	83,9	16,1			2 843
	Niet betaalde muziekfile		PaS 2009	80,9	10,6	5,9	2,6	3 144
	Niet betaalde film of video		PaS 2009	90,8	6,3	2,2	0,7	3 144
		Gratis muziek beluisteren of films/video bekijken	PaS 2014	43,2	17,5	20,1	12,1	3111
		Gratis muziek of films/video downloaden	PaS 2014	70,3	14	10,5	2,9	3111

De vergelijking tussen de verschillende edities van de survey loopt hier door technologische veranderingen en aardverschuivingen binnen het digitale landschap een beetje mank. Zo duikt bijvoorbeeld binnen de antwoordcategorieën van de PaS 2014 voor het eerst het gebruik van e-books op. Daarnaast dient inmiddels onderscheid te worden gemaakt tussen het aankopen van fysieke dragers (zoals DVD of CD), het (il)legaal downloaden van dat materiaal of het streamen van audiovisuele content, al dan niet binnen een betalend model. Toch kan globaal ook hier worden geopperd dat er een duidelijke stijging kan worden vastgesteld inzake het verwerven van cultuurproducten. Zo blijkt enerzijds dat de frequentie van het online aanschaffen van de meer klassieke (fysieke) dragers zoals boeken, CDs en DVDs geen noemenswaardige terugval heeft gekend, maar eerder uitgebreid wordt met nieuwere vormen van online verwerven en consumeren van culturele content. Het online aankopen van tickets voor culturele activiteiten zit daarbij nog steeds in de lift. Het meest markante resultaat is echter dat het beluisteren, bekijken en/of downloaden van content sinds de laatste bevraging vrij spectaculair is gestegen en dat het vooral de gratis – en in de meeste gevallen vermoedelijk illegale – variant is die terrein heeft gewonnen. Dat kan ten dele vanuit de populariteit van streaming-platformen (zoals bijvoorbeeld YouTube en Spotify), maar ook die van torrent-websites worden verklaard. Naast een substantiële stijging van het aantal participanten, zien we voor deze vraag ook een zeer duidelijke stijging in de gebruiksfrequentie.

#### 1.4.3. Creatie van (culturele) inhoud

De cijfers inzake het gebruik van het internet voor het creëren van culturele inhoud staan afgebeeld in tabel 1.5. Daarbij wordt een vergelijking gemaakt tussen de frequenties voor respectievelijk PaS 2009 en PaS 2014, waarbij voor de rapportering een schaal gebruikt werd die is geconverteerd naar incidenteel (een uitzonderlijke keer of maandelijks), occasioneel (meermaals per maand tot wekelijks) en frequent (meermaals per week en dagelijks) gebruik. Deze vraag kwam enkel in de laatste twee waves van de Participatiesurvey voor, waardoor niet kan worden vergeleken met de gegevens uit de CPS 2003-2004. Concreet wordt gepeild naar het gebruik van het internet voor de creatie en disseminatie van (culturele) inhoud, zoals zelfgemaakte teksten of audiovisuele content.

Tabel 1.5. Antwoordfrequenties voor het gebruik van internet voor de creatie van (culturele) inhoud. Rijpercentages op basis van PaS 2009 (n = 3 144) en PaS 2014 (n=3111)

Omschrijving		niet	incidenteel	occasioneel	frequent
Zelfgemaakte foto's online plaatsen	PaS 2009	79,5%	15,0%	4,3%	1,1%
	PaS 2014	56,6%	16,5%	23,3%	3,6%
Zelfgemaakte muziek online geplaatst	PaS 2009	98,3%	1,5%	0,3%	0,0%

Zelf gemaakte filmpjes online geplaatst		94,8%	4,5%	0,5%	0,2%
Zelfgemaakte muziek of video's online geplaatst	PaS 2014	89,9%	5,7%	3,8%	0,6%
Literatuur online geplaatst (eigen teksten, gedichten,,,,)	PaS 2009	97,3%	2,0%	0,5%	0,2%
Andere teksten, commentaren op andermans werk, ,, online geplaatst	PaS 2009	90,5%	6,7%	1,8%	0,9%
Zelfgeschreven berichten plaatsen op blog of website	PaS 2014	78,9%	8,8%	9,2%	3,0%

Vanuit de optiek dat online sociale netwerken de afgelopen jaren een enorme stijging qua populariteit hebben kunnen genieten en dat ze een drempelverlagende rol spelen in de creatie en het delen van content, verscheen deze vraag voor het eerst in de PaS 2009. Zoals te verwachten valt vanuit de exponentiële toename van sociale netwerken – die gebruikers er actief toe uitnodigen hun ervaringen met elkaar te delen, het alomtegenwoordig beschikbaar zijn van internet en de populariteit van krachtigere mobiele toestellen (zoals smartphones en tablets), kan over de hele lijn een aanzienlijke toename worden waargenomen voor het creëren van digitale content. Voornoemde factoren hebben het nu eenmaal veel makkelijker gemaakt om zelf klank-, beeld- en tekstmateriaal te produceren, op te slaan en te delen met elkaar. Deze stijging manifesteert zich bovendien niet enkel op het vlak van de participatiegraad, maar ook de frequentie waarmee content wordt gegenereerd. Hoewel dit eerder beperkt is, merken we bovendien ook voor activiteiten die zich uitsluitend in de culturele sfeer bevinden (zoals bijvoorbeeld muziek online plaatsen) een stijging op.

#### 1.4.4. Gebruik van mobiele technologieën

De cijfers inzake het gebruik van mobiele technologieën in het kader van e-cultuur staan afgebeeld in tabel 1.1. Daarbij wordt een vergelijking gemaakt tussen het gebruik van bepaalde technologieën – voor culturele doeleinden – binnen respectievelijk PaS 2009 en PaS 2014. De vraag werd voor het eerst in de PaS 2009 gesteld en heeft in de PaS 2014 een heel ander uitzicht gekregen. Dat komt onder



andere omdat binnen de 'drop-off' van de PaS 2009 nog in hoofdzaak het gebruik van GSM en audioguides in kaart bracht, en – gezien het toenmalige gebrek aan onderscheid tussen beide – nog niet het gebruik van smartphones. Mede door de beperkingen in tijd en ruimte binnen de bevraging van 2014, blijf er maar een beperkte basis voor vergelijking over de verschillende surveys heen. Niettemin kan worden opgemerkt dat het gebruik van mobiele mediaspelers fors is teruggelopen, vermoedelijk in het voordeel van smartphones, die de functionaliteiten van bijvoorbeeld MP3-spelers in de afgelopen jaren stelselmatig zijn gaan overnemen.

Tabel 1.1. Antwoordfrequenties voor gebruik van mobiele apparaten voor het consumeren van content. Rijpercentages op basis van PaS 2009 (n = 2078) en PaS 2014 (n=3949).

Omschrijving PaS 2009	Omschrijving PaS 2014	PaS 2009	PaS 2014
iPod		27,80%	
MP3-speler		34,70%	
	Draagbare mediaspeler		18,20%
Een GSM om muziek te beluisteren		29,20%	
Een GSM om foto's te maken/bekijken		46,60%	
Een GSM om filmpjes te maken/ bekijken		28,30%	
Een GSM voor mobiel internet (surfen, mailen, ...)		19,60%	
Een GSM met uitleg of kaartjes voor een stadsbezoek of museumbezoek		13,30%	
	Smartphone (bv, iPhone, Samsung Galaxy, Experia,Nokia Lumia...)		43,10%

#### 1.4.5. Cultuurbeleving aan de hand van schermen

Cijfers met betrekking tot het gebruik van schermen voor cultuurbeleving kunnen moeilijk vergeleken worden over de CPS 2003-2004, de PaS 2009 en de PaS 2014 heen. Deze vragen werden immers in de twee laatste edities noodgedwongen verschoven naar de 'drop-off'-vragenlijst en geïntegreerd in een ruimer geformuleerde vraag rond cultuurbeleving a.d.h.v. TV, PC en mobiele apparaten. In tabel 1.7 wordt een beperkte selectie weergegeven van antwoordcategorieën die niettemin een basis voor vergelijking over de verschillende waves heen toelaten. In tegenstelling tot de

PaS 2009 werd in deze versie van de survey weliswaar ten gevolge van de inhoudelijke beperkingen geen rekening gehouden met het digitale aanbod, zijnde de websites van Vlaamse media of van de websites van Vlaamse culturele instellingen.

Tabel 1.7. Antwoordfrequenties voor ervaren van culturele inhoud gebruik makend van schermen. Rijpercentages op basis van PaS 2009 (n = 2078) en PaS 2014 (n=3069).

Omschrijving CPS 2003-2004	Omschrijving PaS 2009 / 2014	Editie CPS / PaS	niet	wel	geen antw.
Concerten, opera, festival		CPS 2003-2004	97,2%	2,8%	
	Klassiek concert, opera, ...	PaS 2009	92,4%	1,4%	6,1%
		PaS 2014	93,1%	6,9%	
	Pop of rockconcert, concert met jazz, dance, wereldmuziek, ...	PaS 2009	87,2%	5,6%	7,2%
		PaS 2014	80,1%	19,9%	
	Concert met populaire Vlaamse muziek, schlager, levenslied, chanson	PaS 2009	91,1%	3,2%	5,7%
		PaS 2014	80,3%	19,7%	
	Theater en dans		CPS 2003-2004	99,7%	2,8%
Toneelvoorstelling		PaS 2009	92,3%	0,9%	6,9%
Ballet en dans		PaS 2009	91,6%	1,1%	7,3%
Theater en dans		PaS 2014	91,3%	8,7%	
Musical, show		PaS 2009	90,3%	3,2%	6,5%
		PaS 2014	81,0%	19,0%	
Stand-up comedy, cabaret		PaS 2009	87,3%	5,4%	7,3%
		PaS 2014	65,8%	34,2%	

Binnen die categorieën waar de vergelijking over de verschillende waves van de (Cultuur)participatiesurvey mogelijk is, kan opnieuw een algehele en substantiële toename waargenomen worden van het aantal respondenten dat schermen gebruikt voor het beleven van cultuur. Enerzijds kunnen hiervoor de toegenomen mogelijkheden en gebruiksvriendelijkheid van hedendaagse technologieën als verklaring naar voor worden geschoven, anderzijds spelen ook hier de populariteit van online platformen – zoals YouTube – naast lokale initiatieven – zoals bijvoorbeeld ABTV, het digitale kanaal van concertgebouw Ancienne Belgique – een rol van betekenis.

### 1.5. Evolutie van virtuele cultuurparticipatie

Naast bovenstaande univariate verdelingen bekijken we verder in dit rapport de evolutie van de verschillen met betrekking tot virtuele cultuurparticipatie aan de hand van een aantal onafhankelijke variabelen, namelijk geslacht, leeftijd en opleidingsniveau. De analyses van respectievelijk de CPS 2003-2004 en PaS 2009 toonden immers reeds aan dat de data voor deze variabelen aanzienlijke verschillen

inzake virtuele cultuurparticipatie vertonen. Teneinde deze resultaten bondig en in zeker mate overzichtelijk te overlopen, worden in dit deel van de analyses niet meer alle vragen van de survey individueel toegelicht. Daarom werd per participatiecategorie een samengestelde variabele gecreëerd. De verschillen inzake geslacht, leeftijd en opleidingsniveau worden derhalve als verklaringsmodel voor deze samengestelde variabelen naar voor geschoven. Wat de operationalisering van de samengestelde variabelen betreft, werd eerder in dit rapport reeds aangegeven dat de vragenlijsten die respectievelijk voor CPS 2003-2004, PaS 2009 en Pas 2014 enkele verschillen vertonen. De samengestelde variabelen konden diensgevolge niet volledig op dezelfde manier worden opgebouwd, en daarom wordt de operationalisering ervan over de verschillende vragenlijsten heen kort toegelicht.

#### 1.5.1. Internet als informatiekanal voor cultuur

De samengestelde variabele voor online cultuurinformatie uit de CPS-bevraging van 2003-2004 behelsde het online informatie opzoeken over muziek, over boeken, over films, over theater en dans, over musea en tentoonstellingen. Voor de vragenlijst PaS 2009 werden een groter aantal en meer gediversifieerde selectie van activiteiten die specifiek betrekking hebben op informatie over cultuur weerhouden. Het gaat om informatie opzoeken via internet over een klassiek concert, opera of operette; pop- of rockconcert, concert met jazzmuziek, dance of wereldmuziek; een concert met populaire Vlaamse muziek, schlagers, levenslied, chanson; info over boeken; theater en dans; beeldende kunst; films; monumenten en architectuur; over mode en design; cultuurkalenders; programma's van culturele centra; aanbod van bibliotheken; en het uitvoeren van een kunstzinnige hobby. Informatie i.v.m. toerisme en sport werden niet weerhouden binnen de samengestelde variabele. Deze vragen kwamen op dezelfde manier voor in de PaS 2014. Met die uitbreiding van de samengestelde variabele dient binnen de interpretatie van de resultaten ook rekening te worden gehouden.

#### 1.5.2. Internet als verkoop- en distributiekanaal voor cultuur

Binnen de CPS 2003-2004 werd in verband met het online verkrijgen van cultuurproducten het verwerven van boeken, tickets voor culturele activiteiten, muziek cd/dvd/vinyl, digitale muziekfile, film/video, alsook het downloaden van muziek bevestigd. In de PaS 2009 werd nog een iets ruimer aanbod van cultuurproducten opgelijst die men via internet kan verwerven: CD/dvd muziek, betaalde muziekfiles, niet-betaalde muziekfiles, boeken, betaalde film of video, niet-betaalde film of video, tickets voor culturele activiteiten, en producten voor het uitvoeren van een kunstzinnige hobby. Voor de PaS 2014 werden grosso modo dezelfde categorieën gebruikt als bij de constructie van de samengestelde variabele voor PaS 2009, mits enkele verschuivingen: 'e-books' werd hier als nieuwe categorie opgenomen, betaalde fysieke dragers (zoals DVDs en CDs) werden in deze bevraging samengenomen, en zowel voor streamen als het downloaden van content werd binnen de laatste vragenlijst een opdeling gemaakt tussen gratis en betalende modellen.

#### 1.5.3. Cultuurbeleving via schermen

Voor de CPS 2003-2004-vragenlijst handelen de vragen die betrekking hebben op cultuurbeleving via het internet over het volgende: online naar muziek luisteren, beelden bekijken van concerten/opera/festivals, van muziek/videoclips, of van theater/dans, van film/trailer, alsook het bezoek van een virtuele tentoonstelling. In de 'drop-off'-vragenlijst PaS 2009 werd gevraagd in welke mate respondenten gebruik maken van schermen om cultuur te beleven. De vragen hiervoor namen ook websites van Vlaamse media, websites van Vlaamse culturele instellingen of anders websites in ogenschouw. Het gebruik van deze websites werd bevraagd op het vlak van klassiek concert, opera of operette; pop- of rockconcert, concert met jazzmuziek, dance of wereldmuziek; concert met populaire Vlaamse muziek, schlagers, levenslied, chanson; boeken; toneelvoorstelling; ballet, dans; videoclips; musical, show; stand-up comedy of cabaret; en tenslotte historische documentaire. Ook in de PaS 2014 kwam deze vraag enkel voor in de 'drop-off'-versie van de survey, en werd een licht gewijzigde vragenlijst gebruikt ten aanzien van de PaS 2009. Daarin werden enerzijds een aantal antwoordcategorieën – zoals videoclips en historische documentaires – niet meer individueel bevraagd, en kwam het onderscheid tussen websites van Vlaamse cultuurhuizen en media te vervallen. Ter vervanging werd in de PaS 2014 een deelvraag opgenomen die de consumptie van het cultuurprogramma via Vlaamse media in kaart brengt. Tenslotte werd bij de vraagformulering het gebruik van schermen uitgebreid van enkel pc (in de PaS 2009), naar tv en eveneens het gebruik van tablets en smartphones.

#### 1.5.4. Internet als kanaal voor creatie

Deze vraag werd voor het eerst opgenomen in de PaS 2009 (en kwam dus in de CPS 2003-2004 nog niet voor). Om in kaart te brengen in welke mate het internet gebruikt wordt om zelf inhoud te creëren, werden uit de PaS 2009 de frequenties samengegeld van de volgende activiteiten: zelfgemaakte muziek online plaatsen, online muziek mixen, literatuur online plaatsen, andere teksten online plaatsen, zelfgemaakte foto's online plaatsen, online foto's bewerken, zelfgemaakte filmpjes online plaatsen, online filmpjes remixen en monteren. Deze samengestelde variabele verwees naar alle creatieve activiteiten binnen een bredere vrijetijdscontext. Daarom werd ook een samengestelde variabele aangemaakt die uitsluitend de cultuurgebonden creatieve activiteiten opmat (bijvoorbeeld wel literatuur online plaatsen, maar niet het online plaatsen van zelfgemaakte foto's). De constructie van deze twee samengestelde variabelen volgt voor de PaS 2014 precies dezelfde logica, mits het feit dat remixen en bewerken als deelvragen zijn komen te vervallen.

#### 1.5.5. Cultuurbeleving via mobiele apparaten

In de 'drop-off'-vragenlijst PaS 2009 werd gemeten in welke mate mobiele apparaten gebruikt worden voor cultuurbeleving, onder andere het gebruik van MP3-spelers, GSMs, en PDAs voor muziek, stads- of museumbezoek. Deze vraag werd nog niet opgenomen in de CPS 2003-2004, en binnen de PaS 2014 werd het gebruik van deze toestellen niet meer exclusief aan deze culturele activiteiten gekoppeld. Daarom was de constructie van een samengestelde variabele voor een spaak lopende diachrone vergelijking in dit geval niet zinvol.

### 1.5.6 Verschillen inzake geslacht, leeftijd en opleidingsniveau

De variabelen die zonet werden toegelicht, stellen ons in staat een aantal vergelijkingen te maken tussen de CPS 2003-2004, de PaS 2009 en de PaS 2014 wat internetgebruik voor het consulteren van informatie over cultuur, voor het verkrijgen van cultuurproducten, en als instrument voor cultuurbeleving betreft (zie Tabel 1.8). Daarnaast kan ook een vergelijking worden getroffen voor het internet als kanaal voor (cultuur)creatie, maar dit enkel voor de laatste twee edities van de PaS (zie Tabel 1.9); voor het gebruik van mobiele technologieën zijn vergelijkingen – zowel omwille van de gewijzigde vraagstelling, als omwille van de veranderde technologische realiteit – bijzonder moeilijk te maken, en bovendien weinig zinvol.

Onderstaande bivariate analyses peilen naar de verschillen inzake geslacht, leeftijd en opleidingsniveau van de respondenten. Voor leeftijd wordt een onderverdeling in vijf categorieën gebruikt: 15-17, 18-34, 35-54, 55-64, en 65+. Wat opleidingsniveau betreft, wordt de volgende verdeling gebruikt: volgt nog onderwijs (scholier of student), heeft geen onderwijs gevolgd of ten hoogste lager onderwijs (geen/LO), heeft een diploma lager secundair onderwijs (LSO), een diploma hoger secundair onderwijs (HSO), of een diploma hoger onderwijs (HO).

Tabel 1.8. Antwoordfrequenties voor samengestelde variabelen 1) gebruik van internet voor opzoeken informatie over cultuur, 2) verwerven van culturele producten via het internet en 3) ervaren van culturele inhoud gebruik makend van schermen. Rijpercentages voor geslacht, leeftijd en opleidingsniveau op basis van CPS 2003-2004, PaS 2009 en PaS 2014.

	Cultuurinformatie			Cultuurproducten			Cultuurbeleving		
	CPS 2003-2004	PaS 2009	PaS 2014	CPS 2003-2004	PaS 2009	PaS 2014	CPS 2003-2004	PaS 2009	PaS 2014
N	2845	3146	3949	2 845	3146	3949	2 845	1 816	3131
vrouw	26,4 %	55,1 %	62,2 %	13,3 %	41,0 %	53,8 %	20,3 % (9,4)	18,7 %	90,1 %
man	37,4 %	60,1 %	65,1 %	24,6 %	48,8 %	65,5 %	33,6 % (21,4)	23,3 %	90,9 %
15-17	73,1 %	87,8 %	88,0 %	61,3 %	72,2 %	96,4 %	79,2 % (46,3)	58,8 %	97,1 %
18-34	53,4 %	81,9 %	89,4 %	34,4 %	69,5 %	93,2 %	44,7 % (25,3)	32,3 %	97,3 %
35-54	30,7 %	66,9 %	74,7 %	15,7 %	50,6 %	70,2 %	24,4 % (14,2)	14,8 %	90,4 %
54-65	15,7 %	41,5 %	48,6 %	5,5% %	28,9 %	39,7 %	11,8 % (6,6)	8,0% %	87,6 %

65+	3,7%	14,6 %	27,0 %	0,5%	8,7%	16,6 %	2,4 % (1,1)	11,5 %	84,5 %
volgt nog voltijds dagonderwijs	3,9%	20,2 %	91,6 %	3,1%	12,6 %	95,8 %	5,1 % (2,2)	9,4%	97,4 %
geen of lager onderwijs	21,3 %	46,1 %	16,5 %	14,4 %	32,1 %	11,0 %	20,1 % (9,4)	14,0 %	75,4 %
lager secundair onderwijs	35,0 %	62,2 %	41,7 %	18,8 %	47,1 %	38,1 %	28,5 % (16,5)	16,7 %	87,6 %
hoger secundair onderwijs	53,7 %	83,3 %	66,6 %	22,6 %	69,8 %	62,3 %	35,2 % (23,5)	22,3 %	92,4 %
hoger onderwijs	73,8 %	89,7 %	88,2 %	59,9 %	74,8 %	81,8 %	74,2 % (42,8)	55,1 %	95,9 %
Totaal	31,8 %	57,7 %	63,6 %	18,9 %	44,9 %	59,5 %	26,8 % (15,4)	21,0 %	90,5 %

Gezien het hier bivariate analyses betreft, moeten de verschillen met enige omzichtigheid geïnterpreteerd worden. Niettemin stelt deze vergelijking ons in staat een aantal interessante vaststellingen te doen en patronen te ontdekken. Vooreerst springt ten anderen male de globale, stijgende trend – die we ook in de deelvragen zagen – in het oog. De meest spectaculaire stijging, zijnde die voor beleving van culturele inhoud via schermen, kan ten dele al verklaard worden vanuit de vraagverwoording. In een tijdvak waarin cross-media en transmedia in toenemende ingeburgerd geraken (Buckingham, 2013), en op het moment dat (digitale) TV, computers, tablets en smartphones krachtiger worden en elkaars functionaliteiten overnemen, heeft een reductionistische, media-deterministische en – inmiddels – vrij artificiële opdeling van verschillende types toestellen niet veel zin meer. Anderzijds heeft de veelheid van mogelijke interfaces die binnen deze vraag in aanmerking komen eveneens de exponentiële groei tot gevolg.

De verschillen qua geslacht die al vastgesteld werden in 2004 en die zich doorzetten in 2009, blijven aanwezig voor het verwerven van cultuurproducten en de brede content-creatie-vraag, maar lijken voor het consulteren van cultuurinformatie, cultuurbeleving en cultuurcreatie grosso modo uitgevlakt. De participatie blijkt zowel voor mannen als vrouwen binnen alle bevraagde domeinen en over alle waves van de survey verhoogd, terwijl de verschillen voor gender geringer zijn geworden.

Ook voor de variabele leeftijd stellen we een aanzienlijke stijging vast over alle categorieën heen. Bij de jongste groep – waarbij we in principe van 'digital natives' (Bennett, Maton & Kervin, 2008) kunnen spreken – zien we spontane technologie-adoptieprocessen opduiken, en dat we slechts in eerder uitzonderlijke gevallen met niet-participanten te maken hebben. Zo merken we dat zo'n driekwart van de jongste respondenten inmiddels ook (culturele) content genereert, hetgeen samenhangt met

het participatieve karakter van sociale netwerken en technologische verbeteringen (die het delen van teksten en het maken van filmpjes makkelijker hebben gemaakt). De stijgingen zijn globaal genomen het meest spectaculair binnen de drie middelste leeftijdsgroepen, en we zien ook voor de oudste leeftijdsgroep een duidelijke inhaalbeweging (in de vorm van een verdubbeling van zowel de percentages voor cultuurinformatie als cultuurproducten in dit leeftijdssegment). Het internet lijkt daardoor voor grote delen van de populatie een normaal – zoniet het dominante – distributiekanaal voor cultuurgoederen te zijn geworden, en heeft zeker voor (cultuur)creatie een drempelverlagend effect gehad.

Wanneer de data tenslotte wordt opgesplitst aan de hand van opleidingsniveau, merken we dat ook hier voor zowat alle aspecten de participatiegraad gestegen is. Een hoge opleidingsgraad en/of het nog volgen van onderwijs blijken nog steeds bepalend voor het participatieniveau; over de waves heen zien we dat de verschillen tussen de hoge en lagere opleidingsniveaus aanzienlijk blijven, maar dat ze in relatie tot elkaar teruglopen.

Tabel 1.9. Antwoordfrequenties voor samengestelde variabelen gebruik van mobiele toestellen en internet als kanaal voor cultuurcreatie. Rijpercentages voor geslacht, leeftijd en opleidingsniveau op basis van PaS 2009 en PaS 2014.

	Creatiekanaal		Cultuurcreatie	
	2009	2014	2009	2014
N	3146	3949	3146	3949
vrouw	23,7%	56,2%	3,2%	37,8%
man	27,0%	62,1%	6,6%	38,3%
15-17	68,3%	87,3%	16,6%	75,9%
18-34	50,5%	90,5%	9,3%	73,5%
35-54	18,4%	69,8%	3,4%	37,8%
54-65	11,1%	41,2%	1,9%	17,8%
65+	4,6%	18,4%	0,5%	9,4%
volgt nog voltijds dagonderwijs	8,3%	89,2%	3,0%	76,8%
geen of lager onderwijs	13,5%	16,3%	3,0%	11,0%
lager secundair onderwijs	24,5%	39,9%	4,1%	24,2%
hoger secundair onderwijs	32,7%	61,6%	4,3%	37,9%
hoger onderwijs	66,9%	79,5%	14,3%	47,2%
Totaal	25,4%	59,1%	4,9%	38,1%

## 1.1. Conclusie

Louter technologisch kunnen we stellen dat we in een tijdvak leven dat wordt gedomineerd door digitalisering, waarbij we een evolutie doormaken naar een steeds mobieler en interactiever internet, met toestellen die steeds krachtiger en minder deterministisch worden. Dit heeft vanzelfsprekend repercussies voor de eigenschappen van e-cultuur, en het is daarom belangrijk vast te stellen dat de vorm, inhoud en beschikbaarheid van culturele goederen op het internet daaraan onderhevig

zijn. De opkomst van sociale media, gecombineerd met de opkomst van smartphones en tablets, die het delen van foto's, beeld- en geluidsopnames in grote mate hebben vereenvoudigd, spelen hierbij een bepalende rol. Dat deze verregaande vorm van digitalisering een enorme impact heeft gehad op de culturele industrieën staat eveneens buiten kijf en dat de toenemende trends bovendien cultuurproducenten – gevestigde culturele instellingen en amateurs gelijk – in staat stellen een steeds groter en breder publiek voor zich te winnen, valt enkel toe te juichen.

Dit heeft ook zijn invloed gehad op de vorm en inhoud van de aan e-cultuur gerelateerde vragen van deze derde wave van de Participatiesurvey. Er valt vooreerst op te merken dat we worden geconfronteerd met een onderzoekstopic dat erg veranderlijk is van aard. Zo moesten vooral de technologieën in ernstige mate worden herzien, hetgeen ernstige gevolgen heeft gehad voor de diachrone vergelijkbaarheid van de vragen i.v.m. het gebruik van schermen en mobiele apparaten. In de PaS 2009 werd bijvoorbeeld enerzijds PDA's en gsm's nog als courante en valabele instrumenten voor cultuurparticipatie naar voor geschoven, anderzijds was het gebruik van schermen voor cultuurparticipatie in de survey beperkt tot het gebruik van Tv en pc. Het tanende gebruik van PDA's, de opkomst van tablets en het eerder recente onderscheid tussen gsm's en smartphones maakten derwijze een correcte diachrone vergelijking voor cultureel gebruik van mobiele toepassingen nagenoeg onmogelijk.

Een ander pijnpunt dat daardoor wordt geïllustreerd, is de relatief lage resolutie van de meetpunten, zijnde een vijfjaarlijkse bevraging. Die maakt het quasi onmogelijk om snelle, digitale (r)evoluties en tendensen op de voet te kunnen volgen. Ook het feit dat er met vier i.p.v. drie steunpunten werd samengewerkt, had zijn gevolgen voor het aantal vragen dat binnen elk deel van de survey kon worden gesteld. Zo werd ook de omvang van deze onderzoekslijn ingeperkt, en sneuvelden er een aantal e-cultuurvragen in hun totaliteit (bijvoorbeeld de herkomstvraag voor Vlaams online beeldmateriaal).

Anderzijds stelde de uitgebreide samenwerking ons wel in staat veel zaken terug te koppelen naar een groter referentiekader (i.e. het uitgebreidere media-repertoire van de respondenten) en konden we voor concrete parameters aangaande bezit en gebruik van mediatoestellen verwijzen naar het betreffende rapport. Het kwam er dus in zekere mate op neer de juiste afwegingen en keuzes te maken tussen het bewaken van de diachrone vergelijkbaarheid van de survey enerzijds, en het maken van een realistische en representatieve momentopname van de actuele omstandigheden anderzijds.

Algemeen kunnen we met betrekking tot de onderzoekslijn e-cultuur en digitalisering binnen de Participatiesurvey stellen dat de algemene stijging (die zich voor het eerst manifesteerde in de vergelijking tussen de CPS 2003-2004 en de PaS 2009), in de analyses van de PaS 2014 opnieuw kon worden waargenomen, zoals Tabel 1.10 illustreert.

Tabel 1.10. Antwoordfrequenties voor samengestelde variabelen virtuele cultuurparticipatie. Rijpercentages voor participatie op basis van PaS 2009 en PaS 2014.

	2009	N	2014	N
--	------	---	------	---



Informatiekanaal voor cultuur	57,6%	3146	63,6%	3949
Verkoop- en distributiekanaal voor cultuur	44,8%	3146	59,5%	3949
Kanaal voor creatie	25,4%	3146	59,1%	3949
(cultuurcreatie)	4,9%	3146	38,1%	3949
Cultuurbeleving	74,1%	1815	90,5%	3069

Het aantal respondenten die het internet gebruikte als een kanaal 1) om zich te informeren over cultuur, 2) voor het verwerven van cultuurproducten, en 3) als instrument voor cultuurbeleving nam ten anderen male toe. Ook binnen de specifieke cases die voor het eerst binnen de PaS 2009 werden belicht – zijnde 4) het gebruik van internet voor de creatie van eigen (culturele) content, alsook 5) het gebruik van mobiele apparaten voor het beleven van cultuur – zagen we dezelfde tendens.

De analyses stelden zich tot doel een antwoord te formuleren op de vraag 1) of – en in welke mate – virtuele cultuurparticipatie was gestegen, en 2) in welke mate het al dan niet participeren aan e-cultuur samen zou hangen met leeftijds-, opleidings- en genderfactoren. Vergeleken met het vigerende verklaringsmodel kon worden aangetoond dat de aanzienlijke verschillen in e-cultuurparticipatie zich in hoofdzaak bestendigen, wars van de algemeen toegenomen virtuele participatiegraad. De verschillen konden bovendien in grote lijnen worden verklaard vanuit geslacht, opleidingsniveau en leeftijdsfactoren. De verschillen in leeftijd en opleidingsniveau volgen een bijna lineair pad, wat ons bij wijze van boutade toelaat te stellen dat "hoe jonger en/of hoe hoger opgeleid, hoe groter de digitale cultuurparticipatie". Het valt bovendien te verwachten dat de instroom van nieuwe virtuele cultuurparticipanten door de toenemende domesticatie van digitale technologieën en het stijgend internetgebruik in scholen nog zal toenemen. Bijkomend valt op te merken dat e-cultuur specifieke delen van de populatie over het hoofd schijnt te zien. De specifieke technologieën en digitale vaardigheden waarover gebruikers dienen te beschikken om virtueel te participeren, de strategieën om naar media-inhouden te kunnen navigeren en ze te consumeren, spelen in dit verband eveneens een rol van betekenis.

Wel werden in sommige opzichten de verschillen tussen de leeftijdscategorieën en opleidingsniveaus iets kleiner: vertoonden de cijfers voor de CPS 2003-2004 nog spectaculaire verschillen tussen de verschillende leeftijdsgroepen, opleidingsniveaus of het geslacht van de respondenten, dan zien we dat deze voor sommige parameters over de afgelopen vijf jaar meer zijn uitgevlakt).

Samenvattend kunnen we stellen dat voor een immer toenemend deel van de bevolking het internet een vanzelfsprekend communicatie-, informatie- en distributiekanaal voor cultuurgoederen is geworden. Deze vaststelling is geenszins nieuw, gezien vergelijkbare conclusies konden worden getrokken bij de analyses van de cijfers uit de CPS 2003-2004 en de PaS 2009. Toch moet de grote toename voor sommige waarden niet enkel worden toegeschreven aan gestegen participatie, maar moet juist naar de technologische verbeteringen zelf als belangrijkste factor worden gekeken.

In de beleidsnota van cultuur (2009-2014) van minister Joke Schauvliege – die grotendeels de klemtoon voor dit deel van de PaS 2014 mee richting gaf – wordt de bevordering van e-cultuur en digitalisering opgenomen als één van de zeven

strategische doelstellingen, en ook in de beleidsnota van minister Sven Gatz wordt e-cultuur geformuleerd als één van de 10 operationele doelstellingen. Het dient derhalve te worden opgemerkt dat de technologische mogelijkheden in het Vlaamse digitale cultuurspectrum nog niet zo lang op een gebruiksvriendelijke en bevattelijke wijze voorhanden zijn, en dat ook bij de organisaties in het culturele werkveld het idee tijd nodig heeft gehad om tot volle rijpheid te komen. Er is in die optiek nog heel wat werk te verrichten.

Ongeacht het feit dat kan worden gesteld dat Vlaamse media en Vlaamse cultuurhuizen vandaag werk maken van een digitale cultuurrimte met een gedegen en eigentijds digitaal aanbod, valt anderzijds ook niet te ontkennen dat er op dit vlak nog een inhaalbeweging te doen is in vergelijking met sommige van onze buurlanden. Hoewel in de laatste jaren/decennia hard werk is gemaakt van eigen informatie- en communicatiekanalen, is het voor de virtuele participant uiterst makkelijk om verzeild te raken op de voor de hand liggende kanalen van het gigantische globale aanbod (e.g. YouTube, Facebook, ...). Het is dan ook aan de instellingen om – beter dan tegen deze internet-giganten ten strijde te trekken – het bestaan ervan in hun voordeel om te buigen en deze in hun publiekswerking en communicatiestrategie op te nemen. Dat kan binnen de aan de gang zijnde technologische omwenteling een goede stap zijn in de richting van 1) het vergroten en laagdrempeliger maken van het bestaande digitale aanbod, 2) het verbreden en verdiepen van de traditionele offline cultuurervaring, en 3) een manier om aan de hand van digitale content traditionele niet-participanten toch een aansluiting te laten vinden bij het Vlaamse digitale cultuuraanbod. De revolutie die zich heeft afgespeeld op het front van de draagbare media-toestellen en de ingebruikname van sociale netwerkservices, kan op die manier in het werk worden gesteld om het eigen aanbod te versterken, duidelijker zichtbaar te maken en om aansluiting te vinden bij een groter doelpubliek. Misschien kan op die manier een verstrekkende digitalisering van het aanbod niet enkel de virtuele, maar op termijn zelfs ook de reële participatiecijfers voor Vlaanderen verhogen.

## Referenties

Bell, G., & Dourish, P. (2007). Yesterday's tomorrows: notes on ubiquitous computing's dominant vision. *Personal and Ubiquitous Computing*, 11(2), 133-143.

Bennett, S., Maton, K., & Kervin, L. (2008). The 'digital natives' debate: A critical review of the evidence. *British journal of educational technology*, 39(5), 775-781.

Berker, T., Hartmann, M., & Punie, Y. (2005). *Domestication of media and technology*. New York (NY), United States: McGraw-Hill Education.

Buckingham, D. (2013). *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. Hoboken (NJ), United States: John Wiley & Sons.

Castells, M., Fernandez-Ardevol, M., Qiu, J. L., & Sey, A. (2009). *Mobile communication and society: A global perspective*. Cambridge (MA), United States: MIT Press.

- Courtois, C., Mechant, P., Paulussen, S., & De Marez, L. (2012). The triple articulation of media technologies in teenage media consumption. *New Media & Society*, 14(3), 401-420.
- Haddon, L. (2006). The contribution of domestication research to in-home computing and media consumption. *The Information Society*, 22(4), 195-203.
- Jenkins, H. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. Cambridge (MA), United States: MIT Press.
- Lievens, J., & Waeye, H. (2005). *Cultuurparticipatie in breedbeeld: eerste analyses van de survey 'Cultuurparticipatie in Vlaanderen 2003-2004'*. Berchem, Belgium: Uitgeverij De Boeck.
- Lievens, J., & Waeye, H. (2011). Participatie in Vlaanderen 2: Eerste Analyses van de Participatiesurvey 2009. Leuven, Belgium: Acco Academic.
- Nulens, G., Daems, M., & Bauwens, J. (2003). Virtuele Cultuurparticipatie in Vlaanderen. *Cultuurparticipatie in breedbeeld. Eerste analyses van de survey 'Cultuurparticipatie in Vlaanderen', 2004*, 115-138.
- Papacharissi, Z. (2009). The virtual sphere 2.0: The Internet, the public sphere, and beyond. *Routledge handbook of internet politics*, 230-245.
- Schäfer, M. T. (2011). *Bastard culture!: how user participation transforms cultural production* (Vol. 6). Amsterdam, The Netherlands: Amsterdam University Press.
- Selwyn, N. (2004). Reconsidering political and popular understandings of the digital divide. *New Media & Society*, 6(3), 341-362.
- Thomas, M. (Ed.). (2011). *Deconstructing Digital Natives: Young people, technology, and the new literacies*. Oxford, United Kingdom: Taylor & Francis.