

# Mediagebruik, e-cultuur en mediawijsheid

## Basiscijfers uit de participatiesurvey

*Alexander Deweppe, Ike Picone, Katia Segers en Caroline Pauwels*

*SMIT/CEMESO – Vrije Universiteit Brussel*



Een herwerkte versie van dit rapport verscheen ook als volgend boekhoofdstuk:  
*Deweppe, A., Picone, I., Segers, K. & Pauwels, C. (2015). Mediagebruik, e-cultuur en mediawijsheid.*  
*In: Participatie in Vlaanderen 1: Basisgegevens van de Participatiesurvey 2014. Lievens, J., Siongers, J.*  
*& Waeye, H. (eds.). Leuven, Belgium: Acco, pp. 115-140.*

## Inleiding

In dit rapport worden de vragen toegelicht die betrekking hebben tot het gebruik van digitale toestellen, die handelen over online participatie en de kennis en vaardigheden bevragen van het gebruik van ICT-technologieën. In eerste instantie wordt gepeild naar het bezit van computer en de toegang tot het internet thuis, gezien dit geldt als een eerste barrière voor de toegang tot digitale informatie. Ook de daarbijhorende drempels die niet-gebruik in de hand werken, worden in deze context bevestigd.

Vervolgens wordt het gebruik van een aantal vaste en mobiele media-toestellen bevestigd en aansluitend een aantal toepassingen en activiteiten die het gebruik van het internet veronderstellen. Er wordt ook gepeild naar het gebruik van een paar specifieke online diensten alsook de drempels die er bestaan om deze diensten vooralsnog niet te gebruiken. In dezelfde context wordt het gebruik van mobiel internet bevestigd, alsook de mogelijke drempels die het gebruik van mobiel internet in de weg staan.

Binnen de context van e-cultuur wordt gepeild naar het gebruik van het internet als informatiebron voor cultuur, evenals het gebruik van het internet als kanaal voor verkoop, distributie en creatie van culturele artefacten. Tenslotte wordt aan de respondenten gevraagd een inschatting te maken van het niveau van een aantal digitale vaardigheden waar ze al dan niet mee vertrouwd zijn, en waar ze al dan niet over beschikken.

## 1.1. Computer en Internet

### 1.1.1. Gebruik pc en internetaansluiting

#### 1.1.1.1 Omschrijving

Vraag ICT 1 meet het bezit van een computer en de toegang tot internet. We vragen de respondenten in ICT 1.1 of er thuis een pc of laptop aanwezig is. Aan diegenen die aangeven dat dit effectief het geval is, worden ook de vragen ICT1.2 en ICT1.3 gesteld, die respectievelijk peilen naar het feit of die pc of laptop ook door de respondent zelf gebruikt wordt en de aanwezigheid van een internetaansluiting bij de respondent thuis.

#### 1.1.1.2 Vraagstelling

---

**ICT 1** De volgende vragen gaan over pc- en internetbezig.

---

	Ja	Neen
1. Is er thuis een pc of laptop?	1	0
2. Gebruikt u die pc of laptop zelf?	1	0
3. Is er thuis een internetaansluiting?	1	0

#### 1.1.1.3 Vraagverwoording

De vragen over computer en internet peilen naar de aanwezigheid van een aantal courante digitale technologieën bij de respondenten thuis. Enerzijds wordt het thuisbezit van een pc of laptop in kaart gebracht, anderzijds wordt het persoonlijke gebruik van deze apparatuur bevraagd. Daarnaast wordt gevraagd of er een internetaansluiting aanwezig is. De aanwezigheid van een internetaansluiting wordt in deze context beschouwd als voorwaarde om in de thuisomgeving toegang te hebben tot online informatie.

## **Literatuur**

Chinn, M. D., & Fairlie, R. W. (2010). ICT use in the developing world: an analysis of differences in computer and internet penetration. *Review of International Economics*, 18(1), 153-167.

Flanagin, A. J., & Metzger, M. J. (2001). Internet use in the contemporary media environment. *Human communication research*, 27(1), 153-181.

Lievens, J., & Waege, H. (2011). *Participatie in Vlaanderen*. Acco.

Lievens, J., Waege, H., & de Meulemeester, H. (2006). *Cultuurkijker: Cultuurparticipatie gewikt en gewogen. Basisgegevens van de survey 'Cultuurparticipatie in Vlaanderen 2003-2004'*. Antwerpen: De Boeck.

Nulens, G., Daems, M. & Bauwens, J. (2005) Virtuele cultuurparticipatie in Vlaanderen. In J. Lievens & H. Waege (eds.). *Cultuurparticipatie in breedbeeld. Eerste analyses van de survey 'Cultuurparticipatie in Vlaanderen 2003-2004'*. reeks Cultuurkijker, Antwerpen: De Boeck.

**Tabel 1.1 Gebruik pc en internetaansluiting (ICT 1)**

	Ja	Neen	N
1. Is er thuis een pc of laptop?	85,1	14,9	3949
2. Gebruikt u die pc of laptop zelf?	92,2	7,8	3361
3. Is er thuis een internetaansluiting?	98,3	1,7	3361

### **1.1.2. Gebruiksfrequentie internet**

#### **1.1.2.1 Omschrijving**

Vraag ICT 2 peilt naar de frequentie waarmee gebruik wordt gemaakt van het internet. Aan alle respondenten wordt gevraagd hoe vaak ze de voorbije zes maanden gebruik hebben gemaakt van het internet in hun vrije tijd (los van hun job en/of opleiding).

#### **1.1.2.2 Vraagstelling**

1. Nooit	1
2. Een uitzonderlijke keer of minder dan 6 keer	2
3. Maandelijks	3
4. Meermaals per maand	4
5. Wekelijks	5
6. Meermaals per week	6
7. Dagelijks	7

### 1.1.2.3 **Vraagverwoording**

Wat de gebruiksfrequentie van internet betreft, wordt een referentieperiode bevraagd die voldoende ruim is (zes maanden). Zodoende kan er een duidelijk onderscheid gemaakt worden tussen frequente en sporadisch gebruikers. Wat de gebruiksfrequentie betreft, kunnen de respondenten eerst aangeven of ze in de afgelopen zes maanden wel of niet gebruik gemaakt hebben van het internet. Daarna kunnen eerder incidentele gebruikers aangeven dat ze er een zeldzame keer of maandelijks gebruik van hebben gemaakt tijdens de afgelopen zes maanden. De meer regelmatige gebruikers kunnen aangeven hoe vaak ze hiervan gebruik maakten, gaande van meermaals per maand tot dagelijks.

### **Literatuur**

Chinn, M. D., & Fairlie, R. W. (2010). ICT use in the developing world: an analysis of differences in computer and internet penetration. *Review of International Economics*, 18(1), 153-167.

Flanagin, A. J., & Metzger, M. J. (2001). Internet use in the contemporary media environment. *Human communication research*, 27(1), 153-181.

Lievens, J., & Waege, H. (2011). *Participatie in Vlaanderen*. Acco.

Lievens, J., Waege, H., & de Meulemeester, H. (2006). *Cultuurkijker: Cultuurparticipatie gewikt en gewogen. Basisgegevens van de survey 'Cultuurparticipatie in Vlaanderen 2003-2004'*. Antwerpen: De Boeck.

Nulens, G., Daems, M. & Bauwens, J. (2005) Virtuele cultuurparticipatie in Vlaanderen. In J. Lievens & H. Waege (eds.). *Cultuurparticipatie in breedbeeld. Eerste analyses van de survey 'Cultuurparticipatie in Vlaanderen 2003-2004'*. reeks Cultuurkijker, Antwerpen: De Boeck.

**Tabel 1.2      Gebruiksfrequentie internet (ICT 2)**

	percentage
1. Nooit	20,1
2. Een uitzonderlijke keer of minder dan 6 keer	1,2
3. Maandelijks	1,1
4. Meermaals per maand	1,4
5. Wekelijks	5,2
6. Meermaals per week	11,1
7. Dagelijks	60,0
<i>(N)</i>	3948

**1.1.3. Drempels voor internetgebruik****1.1.3.1      Omschrijving**

Vraag ICT3 handelt over de drempels die er bestaan voor het gebruiken van het internet. Deze vraag wordt enkel gesteld aan die respondenten die met code 1 of 2 antwoordden op vraag ICT 2. Concreet betekent dit dat enkel de respondenten die de voorbije zes maanden nooit of slechts een uitzonderlijke keer het internet gebruikten (los van job of opleiding), de vraag dienen te beantwoorden.

**1.1.3.2      Vraagstelling****ICT 3      Waarom gebruikt u het internet niet of nauwelijks?**

1. Ik heb er geen tijd voor	1
2. Het aanbod op internet interesseert me niet	1
3. Ik weet niet wat ik met het internet kan doen	1
4. Het gebruik van internet is te ingewikkeld	1
5. Ik vind internet gevaarlijk (virussen, privacy, ...)	1
6. Ik vind internet niet nuttig	1
7. Ik vind een internetaansluiting of computer te duur	1
8. Ik ben te oud om nog te beginnen met internet	1

9. Fysieke hindernissen (rugklachten, beperkt zicht, ...)	1
10. Ik ben bang om fouten te maken	1

### 1.1.3.3 *Vraagverwoording*

Deze vraag handelt over zeer sporadische en niet-gebruikers van het internet. Deze informatie is nodig om mogelijke redenen voor het niet-gebruik van internet in kaart te brengen. Het verkleinen van de digitale kloof is namelijk in verschillende westerse landen een prioriteit voor beleidsmakers. Onderhavige survey biedt de kans om die drempels bij de respondenten te beschrijven en te analyseren. Deze informatie kan dus een eerste stap betekenen om die drempels op te heffen.

De vraag peilt naar de mogelijke redenen die er bestaan voor het niet gebruiken van het internet. Drempels die aan bod komen behelzen tijdgebrek, desinteresse voor het aanbod of voor het internet in het algemeen, gebrek aan vaardigheden of voorkennis, complexiteit, risico's verbonden aan het internet, relevantie, kostprijs, leeftijd, fysieke gezondheid en vertrouwen in eigen kunnen.

### *Literatuur*

Chinn, M. D., & Fairlie, R. W. (2010). ICT use in the developing world: an analysis of differences in computer and internet penetration. *Review of International Economics*, 18(1), 153-167.

Lievens, J., & Waeye, H. (2011). Participatie in Vlaanderen. Acco.

Selwyn, N. (2006). Digital division or digital decision? A study of non-users and low-users of computers. *Poetics*, 34(4), 273-292.

Selwyn, N. (2003). Apart from technology: understanding people's non-use of information and communication technologies in everyday life. *Technology in society*, 25(1), 99-116.

Wyatt, S. (2004) Non-users also matter: the construction of users and non-users of the Internet. In Oudshoorn N. & T. Pinch (eds.), *How users matter: the co-construction of users and technology*. Cambridge MA: MIT Press.

**Tabel 2.3 Drempels voor internetgebruik (ICT 3)**

percentage

1. Ik heb er geen tijd voor	12,4
2. Het aanbod op internet interesseert me niet	36,4
3. Ik weet niet wat ik met het internet kan doen	23,9
4. Het gebruik van internet is te ingewikkeld	38,5
5. Ik vind internet gevaarlijk (virussen, privacy, ...)	8,3
6. Ik vind internet niet nuttig	22,9
7. Ik vind een internetaansluiting of computer te duur	7,9

8. Ik ben te oud om nog te beginnen met internet	43,3
9. Fysieke hindernissen (rugklachten, beperkt zicht, ...)	6,9
10. Ik ben bang om fouten te maken	12,6
(N)	838

## 1.2. Toestelgebruik

### 1.2.1. Gebruik van mediatoestellen

#### 1.2.1.1 Omschrijving

Vraag ICT 8 peilt naar het gebruik van een aantal traditionele en meer moderne mediatoestellen. Een bepaald toestel mag worden aangegeven wanneer het op minstens maandelijkse basis wordt gebruikt.

#### 1.2.1.2 Vraagstelling

---

**ICT 8** Welke van de volgende apparaten gebruikt u **minstens maandelijks** (zowel privé als voor het werk)?

1. Televisietoestel	1
2. Huistelefoon (vaste lijn)	1
3. Mobiele telefoon (gsm; ook wanneer het een gedeelde gsm betreft)	1
4. Smartphone (bv. iPhone, Samsung Galaxy, Sony Experia, Nokia Lumia...)	1
5. Draagbare of vaste computer (geen tablet)	1
6. Spelconsole/ Draagbare spelconsole	1
7. Tablet of E-reader (bv. iPad, Kindle, Galaxy Tab, Surface...)	1
8. Draagbare mediaspeler (bv. iPod, Archos, Zen, mp3/videospeler)	1

#### 1.2.1.3 Vraagverwoording

Bij deze vraag wordt een onderscheid gemaakt tussen een aantal eerder klassieke en vaste toestellen enerzijds, een aantal mobiele en relatief moderne toestellen anderzijds. Daarnaast hebben sommige van de opgelijste toestellen een eerder specifieke functie en zijn andere eerder multi-functioneel van aard. Overigens kunnen sommige toestellen verbinding maken met het internet, en kunnen anderen dat niet.

De rationale achter deze vraag is dat doorgaans respondenten met een eerder beperkt repertorium aan toestellen voor het stellen van bepaalde acties gebruik zullen maken van de meer traditionele en specifiek daartoe bestemde toestellen. Respondenten met een bredere waaier aan opties zijn makkelijker in staat om tussen verschillende toestellen te kiezen voor het uitvoeren van bepaalde (online) taken.



Voor deze vraag wordt een referentieperiode van één maand in acht genomen. Dit is het geval omdat bij zeer sporadische activiteit (in dit geval minder dan maandelijks) de gebruikelijke referentieperiode van zes maanden, die doorgaans in het kader van deze survey wordt gehanteerd, in de praktijk quasi overeenstemt met niet-gebruik.

### **Literatuur**

De Marez, L., Courtois, C., Evens, T., Lievens, B., Theuwissen, I., & Vaesen, N. (2009). Digimeter rapport 1: Mediatechnologie en ICT-gebruik in Vlaanderen.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU press.

Koltay, T. (2011). The media and the literacies: Media literacy, information literacy, digital literacy. *Media, Culture & Society*, 33(2), 211-221.

Murthy, D. (2008). Digital ethnography an examination of the use of new technologies for social research. *Sociology*, 42(5), 837-855.

Selwyn, N. (2003). Apart from technology: understanding people's non-use of information and communication technologies in everyday life. *Technology in society*, 25(1), 99-116.

**Tabel 1.4      Gebruik van mediatoestellen (ICT 8)**

	percentage
1. Televisietoestel	97,6
2. Huistelefoon (vaste lijn)	69,4
3. Mobiele telefoon (gsm; ook wanneer het een gedeelde gsm betreft)	68,0
4. Smartphone (bv. iPhone, Samsung Galaxy, Sony Experia, Nokia Lumia...)	43,1
5. Draagbare of vaste computer (geen tablet)	74,6
6. Spelconsole/ Draagbare spelconsole	14,4
7. Tablet of E-reader (bv. iPad, Kindle, Galaxy Tab, Surface...)	34,8
8. Draagbare mediaspeler (bv. iPod, Archos, Zen, mp3/videospeler)	18,2
(N)	3949

## **1.3. Toepassingen en activiteiten op het internet**

### **1.3.1. Gebruik van internettoepassingen**

#### **1.3.1.1      Omschrijving**

Vraag ICT 4\_7 peilt naar de gemiddelde frequentie waarmee het internet wordt aangewend voor het (minstens maandelijks) uitvoeren van een aantal specifieke online activiteiten.

#### **1.3.1.2      Vraagstelling**

**ICT 4\_7** Ik zal nu een aantal toepassingen en activiteiten voorlezen die u kan doen op het internet. Kunt u me zeggen hoe vaak u **de voorbije maand** voor deze toepassingen gebruik gemaakt heeft van het internet los van uw job of opleiding?

	Niet de voorbije maand	Een uitzonderlijke keer	Een paar keer de voorbije maand	Wekelijks	Meermaals per week	Dagelijks
1. Specifieke informatie opzoeken (Wikipedia, Google, ...)	1	2	3	4	5	6
2. Actualiteit volgen via online kranten of nieuwssites	1	2	3	4	5	6
3. Online communicatie (chat, email, internettelefoon, ...)	1	2	3	4	5	6
4. Online producten kopen (tickets, kleren, muziek, films, games, ...)	1	2	3	4	5	6
5. Zelfgemaakte foto's online plaatsen	1	2	3	4	5	6
6. Zelfgemaakte muziek of video's online plaatsen	1	2	3	4	5	6
7. Zelfgeschreven berichten plaatsen op blog of website	1	2	3	4	5	6
8. Muziek, video, artikel of evenement delen met anderen (vb. via mail, blog, Facebook...)	1	2	3	4	5	6
9. Online producten of diensten beoordelen (vb. op iTunes, TripAdvisor, Amazon...)	1	2	3	4	5	6

### 1.3.1.3 **Vraagverwoording**

Deze vraag peilt naar het uitvoeren van een aantal taken die een eerder laag activiteitsniveau behelzen (zoals het volgen van de actualiteit of informatie opzoeken), een aantal taken die een hoger activiteitsniveau veronderstellen (zoals communiceren of het aankopen, delen en beoordelen van content of producten) en een aantal taken waar een zeker creatief proces aan vooraf is gegaan.

In dit item van de survey worden topics uit twee verschillende vragen van de vorige editie van de participatiesurvey samen gebracht (zijnde vragen ICT 4 en ICT 7). Enerzijds wordt gepeild naar een aantal typische online vaardigheden die verschillende media-wijsheidsniveau's veronderstellen, anderzijds ligt de focus op zogenaamde user generated content (UGC) op het internet. In het laatste decennium is er niet enkel de opkomst, maar ook de spectaculaire groei en toename in populariteit van online sociale netwerken geweest. Dat heeft het delen van al dan niet zelf-gemaakte content een stuk vereenvoudigd, de klassieke grenzen tussen expert-users en gewone gebruikers doen vervagen, en producent (producer) en consument (consumer) dichter bij elkaar gebracht (of zelfs laten overlappen in hoofde van de *prosumer*, die typisch zowel online content creëert als consumeert).

In de voorbije editie van de participatiesurvey was dit nog een relatief zeldzaam en uitzonderlijk fenomeen, en daarom werd de betreffende referentieperiode toen nog voldoende ruim genomen (zijnde zes maanden). In de huidige editie van de participatiesurvey wordt een referentieperiode van

één maand in acht genomen. Deze aanpassing werd gemaakt omdat in geval van zeer sporadische activiteit (in dit geval minder dan maandelijks) de eerder vastgelegde referentieperiode van zes maanden – die doorgaans overigens als standaard wordt gehanteerd in het kader van deze survey – in de praktijk in principe overeenstemt met niet-gebruik.

Wat de frequentie van deze activiteiten betreft, kunnen de respondenten aangeven of ze in de afgelopen maand een bepaalde handeling wel of niet hebben gesteld. De eerder incidentele gebruikers van een bepaalde toepassing kunnen aangeven dat ze een bepaalde actie een zeldzame keer of een paar keer hebben gedaan in de afgelopen maand. De meer regelmatige gebruikers kunnen aangeven hoe vaak ze een bepaalde actie deden, gaande van wekelijks tot dagelijks.

### **Literatuur**

Keen, A. (2007) *The Cult of the Amateur: How Today's Internet is Killing Our Culture*. New York: Doubleday.

Lievens, J., & Waeye, H. (2011). *Participatie in Vlaanderen*. Acco.

Nulens, G. (2009) Wijsheid van de massa of kennis van de elite? Het democratisch deficit binnen de sector. In Bultynck, M. (ed.) *360° Participatie*. Brussel, Demos.

Steyaert J. & De Haan J. (2001). *Geleidelijk digitaal: een nuchtere kijk op de sociale gevolgen van ICT*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

Surowiecki, J. (2005) *The Wisdom of Crowds*. New York: Anchor Books.

Van Dijk J. (2005). *The Deepening Divide Inequality in the Information Society*. Thousand, Oaks CA, London/New Delhi: Sage Publications.

**Tabel 1.5 Gebruik van internettoepassingen (ICT 4\_7)**

	Niet de voorbije maand	Een uitzonderlijke keer	Een paar keer de voorbije maand	Wekelijks	Meermaals per week	Dagelijks	N
1. Specifieke informatie opzoeken (Wikipedia, Google, ...)	3,5	4,6	12,7	19,4	28,9	30,9	3111
2. Actualiteit volgen via online kranten of nieuwssites	25,0	6,7	6,0	10,0	13,8	38,5	3109
3. Online communicatie (chat, email, internettelefoon, ...)	13,1	3,5	5,0	14,0	19,5	45,0	3109
4. Online producten kopen (tickets, kleren, muziek, films, games, ...)	44,1	29,4	22,0	3,0	1,0	0,5	3108
5. Zelfgemaakte foto's online plaatsen	56,6	16,5	17,7	5,6	2,3	1,3	3108
6. Zelfgemaakte muziek of video's online plaatsen	89,9	5,7	3,1	0,7	0,4	0,2	3108

7. Zelfgeschreven berichten plaatsen op blog of website	78,9	8,8	6,3	3,0	1,8	1,2	3108
8. Muziek, video, artikel of evenement delen met anderen (vb. via mail, blog, Facebook...)	58,7	15,4	12,8	6,9	3,7	2,4	3108
9. Online producten of diensten beoordelen (vb. op iTunes, TripAdvisor, Amazon...)	84,7	10,3	3,2	0,9	0,7	0,3	3108

## 1.4. Mobiel Internet

### 1.4.1. Gebruik mobiel internet

#### 1.4.1.1 Omschrijving

De vraag MOBIEL 1 peilt naar de frequentie waarmee gebruik wordt gemaakt van mobiel internet. Aan de respondenten wordt gevraagd hoe vaak ze in de voorbije zes maanden gebruik hebben gemaakt van mobiel internet buiten de context van hun eigen huis of werkomgeving.

#### 1.4.1.2 Vraagstelling

**mobiel 1** Hoe vaak gebruikte u **de voorbije zes maanden** mobiel internet buiten uw eigen thuis- of werkomgeving (bijvoorbeeld onderweg op uw smartphone of via publieke wifi op uw tablet)?

1. Niet de voorbije 6 maanden	1
2. Een uitzonderlijke keer of minder dan 6 keer	2
3. Maandelijks	3
4. Meermaals per maand	4
5. Wekelijks	5
6. Meermaals per week	6
7. Dagelijks	7

#### 1.4.1.3 Vraagverwoording

In vergelijking met de referentieperiode van de vorige editie van de participatiesurvey (PaS '09), is het gebruik van mobiel internet veel alledaagser en breder verspreid geraakt. Daarom is het inmiddels niet abnormaal om, naast het gebruik van een internetaansluiting thuis, ook het gebruik van mobiel internet in kaart te brengen. Deze vraag peilt daarom naar de gebruiksfrequentie van mobiel internet.

Voor deze vraag wordt een referentieperiode gehanteerd van zes maanden, omdat deze voldoende ruim is om een duidelijk onderscheid te maken tussen eerder sporadisch, occasioneel en frequent gebruik. Eerder incidentele gebruikers kunnen derhalve aangeven dat ze er een zeldzame keer of maandelijks gebruik van hebben gemaakt in de afgelopen zes maanden. Ook meer regelmatige gebruikers kunnen een indicatie geven van hoe vaak ze er gebruik van maakten, gaande van meermaals per maand tot dagelijks.

### **Literatuur**

Lee, I., Kim, J., & Kim, J. (2005). Use contexts for the mobile internet: a longitudinal study monitoring actual use of mobile internet services. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 18(3), 269-292.

Lievens, J., & Waeye, H. (2011). *Participatie in Vlaanderen*. Acco.

Okazaki, S. (2006). What do we know about mobile Internet adopters? A cluster analysis. *Information & Management*, 43(2), 127-141.

**Tabel 1.6 Gebruik mobiel internet (mobiel 1)**

	percentage
1. Niet de voorbije 6 maanden	45,6
2. Een uitzonderlijke keer of minder dan 6 keer	7,9
3. Maandelijks	4,2
4. Meermaals per maand	5,0
5. Wekelijks	5,6
6. Meermaals per week	7,7
7. Dagelijks	24
(N)	3107

## **1.4.2. Drempels voor gebruik van mobiel internet**

### **1.4.2.1 Omschrijving**

Vraag MOBIEL 2 handelt over de drempels die er bestaan voor het gebruiken van mobiel internet. Deze vraag wordt enkel gesteld aan die respondenten die met code 1 of 2 antwoordden op vraag MOBIEL 1. Concreet betekent dit dat enkel de respondenten die de voorbije zes maanden nooit of slechts een uitzonderlijke keer (buiten eigen huis of de werkomgeving) gebruik maakten van mobiel internet de vraag dienen te beantwoorden.

### 1.4.2.2 Vraagstelling

---

**mobiel 2** **Waarom gebruikt u mobiel internet niet of een uitzonderlijke keer buiten uw eigen thuis- of werkomgeving?**

1. Ik weet niet wat ik met mobiel internet kan doen	1
2. Het gebruik van mobiel internet is te ingewikkeld	1
3. Het is niet duidelijk hoeveel het me precies kost om mobiel te surfen	1
4. Ik vind mobiel internet niet nuttig	1
5. Ik vind mobiel internet gevaarlijk (virussen, privacy...)	1
6. Ik vind een mobiel data-abonnement te duur	1
7. Ik vind toestellen, zoals smartphones en tabletcomputers te duur	1
8. ik ben te oud om nog te beginnen met internet	1
9. Ik ben bang om fouten te maken	1
10. Ik heb onderweg geen internet nodig	1
11. Omwille van technische problemen	1

### 1.4.2.3 Vraagverwoording

Deze vraag beschouwt enkel de uiterst sporadische of de niet-gebruikers van mobiel internet. De vraag peilt naar de mogelijke redenen die er zijn voor het niet gebruiken van mobiel internet. Drempels die aan bod komen behelzen complexiteit, desinteresse, nut, onbekende of te hoge kostprijs, gebrek aan vaardigheden of kennis, complexiteit, risico's van mobiel internet, vertrouwen in eigen kunnen en technische problemen.

### Literatuur

Hargittai, E. (2004). Internet access and use in context. *New Media & Society*, 6(1), 137-143.

Kim, H., Kim, J., Lee, Y., Chae, M., & Choi, Y. (2002, January). An empirical study of the use contexts and usability problems in mobile Internet. In *System Sciences, 2002. HICSS. Proceedings of the 35th Annual Hawaii International Conference on* (pp. 1767-1776). IEEE.

Morris, A., Goodman, J., & Brading, H. (2007). Internet use and non-use: views of older users. *Universal Access in the Information Society*, 6(1), 43-57.

**Tabel 1.7** **Drempels voor gebruik van mobiel internet (mobiel 2)**

	percentage
1. Ik weet niet wat ik met mobiel internet kan doen	11,8
2. Het gebruik van mobiel internet is te ingewikkeld	13,0
3. Het is niet duidelijk hoeveel het me precies kost om mobiel te surfen	11,8
4. Ik vind mobiel internet niet nuttig	44,8

5. Ik vind mobiel internet gevaarlijk (virussen, privacy...)	17,3
6. Ik vind een mobiel data-abonnement te duur	15,7
7. Ik vind toestellen, zoals smartphones en tabletcomputers te duur	4,0
8. ik ben te oud om nog te beginnen met internet	6,1
9. Ik ben bang om fouten te maken	67,3
10. Ik heb onderweg geen internet nodig	10,0
11. Omwille van technische problemen	1,3
(N)	1662

## 1.5. Online diensten

### 1.5.1. Accounts op online diensten

#### 1.5.1.1 Omschrijving

De vraag ONLINE 3a peilt naar het gebruik van een aantal online diensten: het betreft een aantal sociale netwerken, blogtoepassingen en muziekdiensten. Aan de respondenten wordt gevraagd of ze enerzijds de betreffende diensten kennen en anderzijds of ze er al dan niet een account op hebben.

#### 1.5.1.2 Vraagstelling

**online 3a** Op welke van de volgende online diensten heeft u een account? U kan ook aangeven als u nog niet van deze diensten gehoord heeft.

	Heb ik een account	Heb ik geen account	Nog nooit van gehoord
1. Facebook	1	2	3
2. Twitter	1	2	3
3. LinkedIn	1	2	3
4. Blogspot of Wordpress of Tumblr	1	2	3
5. Spotify of Deezer of Simfy	1	2	3

#### 1.5.1.3 Vraagverwoording

Zoals bij ook vraag ICT 4\_7 aangehaald, valt in de afgelopen jaren de spectaculaire toename qua populariteit van sociale netwerkdiensten niet te ontkennen, zeker bij de jongere segment van de bevolking. Om een correct beeld te krijgen van het vigerende mediagebruik, wordt daarom in het kader van deze survey voor het eerst ook het lidmaatschap van sociale netwerken in kaart gebracht. Daarvoor wordt bij een beperkt aantal van de meest courante sociale netwerksites gepeild naar het feit of ze al dan niet gekend zijn, en of de respondenten er een account op hebben. Naast sociale netwerksites worden ook een aantal gelijkaardig georganiseerde blog- en muziekdiensten bevroegd.

### Literatuur

Brandtzæg, P. B., & Heim, J. (2009). Why people use social networking sites. In *Online communities and social computing* (pp. 143-152). Springer Berlin Heidelberg.

Hargittai, E. (2007). Whose space? Differences among users and non-users of social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 276-297.

**Tabel 0.8 Accounts op online diensten (online 3a)**

	Heb ik een account	Heb ik geen account	Nog nooit van gehoord	N
1. Facebook	54,1	42,8	3,1	3947
2. Twitter	14,6	77,4	8,0	3945
3. LinkedIn	15,4	54,5	30,1	3943
4. Blogspot of Wordpress of Tumblr	4,9	52,9	42,2	3939
5. Spotify of Deezer of Simfy	11,7	52,3	36,0	3939

## 1.5.2. Gebruiksfrequentie van online diensten

### 1.5.2.1 Omschrijving

De vraag ONLINE 3b bevraagt de gemiddelde gebruiksfrequentie (over een periode van zes maanden) van de respondenten die te kennen gaven een account te hebben op de online diensten beschreven in vraag ONLINE 3a.

### 1.5.2.2 Vraagstelling

**online 3b** Hoe vaak heeft u **de voorbije 6 maanden** gebruik gemaakt van deze diensten?

	niet	een uitzonderlijke keer	maandelijks	meermaals per maand	wekelijks	meermaals per week	dagelijks
1. Facebook	1	2	3	4	5	6	7
2. Twitter	1	2	3	4	5	6	7
3. LinkedIn	1	2	3	4	5	6	7
4. Blogspot of Wordpress of Tumblr	1	2	3	4	5	6	7
5. Spotify of Deezer of Simfy	1	2	3	4	5	6	7



### 1.5.2.3 Vraagverwoording

In het kader van sociale netwerkdiensten is het interessant te weten welke de profielen van de gebruikers ervan zijn. Daarom is het belangrijk de gebruiksfrequentie van deze diensten te bevragen. Van de respondenten die aangaven een of meerdere accounts te hebben op de diensten beschreven in de vorige vraag, wordt gepeild naar het feit of zij eerder incidentele dan wel (zeer) actieve gebruikers zijn van de beschreven diensten. Het soort activiteiten op sociale netwerkdiensten wordt elders in de survey bevroegd, dus wordt in deze context enkel gevraagd hoe vaak de respondenten hun account gebruiken. Er wordt geen onderscheid gemaakt tussen respondenten die in hoofdzaak passief inhouden consumeren, en gebruikers die actief posten, delen, communiceren of creëren.

Voor deze vraag wordt de gebruikelijke referentieperiode van zes maanden gehanteerd, omdat deze voldoende ruim is om een duidelijk onderscheid te maken tussen eerder sporadisch, occasioneel en frequent gebruik. Wat de frequentie van het gebruik van sociale netwerkservices, blog- en muziekdiensten betreft, kunnen de meer incidentele gebruikers aangeven dat ze er een zeldzame keer of maandelijks gebruik op na houden. Meer regelmatige gebruikers kunnen een indicatie geven van hoe vaak ze er gebruik van maakten, gaande van meermaals per maand tot dagelijks.

### Literatuur

Brandtzæg, P. B., & Heim, J. (2009). Why people use social networking sites. In *Online communities and social computing* (pp. 143-152). Springer Berlin Heidelberg.

Hargittai, E. (2007). Whose space? Differences among users and non-users of social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 276-297.

Lievens, J., & Waeye, H. (2011). *Participatie in Vlaanderen*. Acco.

Portwood-Stacer, L. (2012). Media refusal and conspicuous non-consumption: The performative and political dimensions of Facebook abstention. *New Media & Society*, 15(7), 1041-1057.

Sheldon, P. (2012). Profiling the non-users: Examination of life-position indicators, sensation seeking, shyness, and loneliness among users and non-users of social network sites. *Computers in Human Behavior*, 28(5), 1960-1965.

**Tabel 0.9 Gebruiksfrequentie van online diensten (online 3b)**

	percentage							N
	niet	een uitzonderlijke keer	maandelijks	meermaals per maand	wekelijks	meermaals per week	dagelijks	
1. Facebook	6,5	4,5	3,5	4,1	10,1	15,7	55,7	2135
2. Twitter	26,9	16,1	10,6	7,1	11,5	11,4	16,3	575
3. LinkedIn	21,7	18,7	15,4	15,3	14,2	8,4	6,2	608

4. Blogspot of Wordpress of Tumblr	52,3	11,3	8,1	6,2	9,4	6,0	6,6	194
5. Spotify of Deezer of Simfy	26,1	9,4	11,5	11,5	14,9	12,6	14,0	460

### 1.5.3. Drempels voor het gebruik van online diensten

#### 1.5.3.1 Omschrijving

Vraag ONLINE 4 handelt over de drempels die er bestaan voor het gebruiken van de online diensten beschreven in vraag ONLINE 3a. Deze vraag wordt enkel gesteld aan die respondenten die te kennen gaven geen of zelden gebruik te maken van een account op sociale netwerksites door met code 1 of 2 te antwoorden op vraag ONLINE 3b. Concreet betekent dit dat enkel de respondenten die de voorbije zes maanden nooit of slechts een uitzonderlijke keer gebruik maakten van sociale netwerken, blogtoepassingen of online muziekdiensten, de vraag dienen te beantwoorden.

#### 1.5.3.2 Vraagstelling

#### online 4 Waarmee gebruikt u Facebook, Twitter en LinkedIn niet of een uitzonderlijke keer?

1. Ik heb geen of moeilijk toegang tot internet	1
2. Ik heb er geen tijd voor	1
3. Wat mensen op sociale media zetten interesseert me niet	1
4. Ik weet niet wat ik met sociale media kan doen	1
5. Ik weet niet hoe ik sociale media moet gebruiken	1
6. Ik vind sociale media gevaarlijk (privacy...)	1
7. Ik vind sociale media niet nuttig	1
8. Informatie over mezelf delen op sociale media interesseert me niet	1
9. Ik ben te oud om nog met sociale media te beginnen	1
10. Ik ben bang om fouten te maken	1

#### 1.5.3.3 Vraagverwoording

Deze vraag handelt over uiterst sporadisch of niet-gebruik van sociale netwerken en aanverwante diensten. Hoewel hun populariteit in de afgelopen jaren bij delen van de bevolking spectaculair is toegenomen, weigert een deel van de bevolking resoluut deze nieuwe technologie in gebruik te nemen. In sommige gevallen is dit een bewuste keuze, in sommige gevallen is dit eerder een gevolg van angst, in sommige gevallen is het nut of bestaan van sociale netwerkdiensten bij de respondenten onbekend. De vraag peilt daarom naar de mogelijke redenen die er bestaan voor het niet in gebruik nemen van sociale netwerkdiensten. Drempels die aan bod komen behelzen toegang, tijdgebrek, gebrek aan voorkennis of informatie, risico-inschatting, desinteresse voor aanbod en gebrek aan relevantie, complexiteit, leeftijd en vertrouwen in eigen kunnen.

## Literatuur

Hargittai, E. (2007). Whose space? Differences among users and non-users of social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 276-297.

Lievens, J., & Waeye, H. (2011). *Participatie in Vlaanderen*. Acco.

Portwood-Stacer, L. (2012). Media refusal and conspicuous non-consumption: The performative and political dimensions of Facebook abstention. *New Media & Society*, 15(7), 1041-1057.

Sheldon, P. (2012). Profiling the non-users: Examination of life-position indicators, sensation seeking, shyness, and loneliness among users and non-users of social network sites. *Computers in Human Behavior*, 28(5), 1960-1965.

**Tabel 0.10** Drempels voor het gebruik van online diensten (online 4)

	percentage
1. Ik heb geen of moeilijk toegang tot internet	14,2
2. Ik heb er geen tijd voor	16,2
3. Wat mensen op sociale media zetten interesseert me niet	39,4
4. Ik weet niet wat ik met sociale media kan doen	9,5
5. Ik weet niet hoe ik sociale media moet gebruiken	9,8
6. Ik vind sociale media gevaarlijk (privacy...)	28,4
7. Ik vind sociale media niet nuttig	27,2
8. Informatie over mezelf delen op sociale media interesseert me niet	32,5
9. Ik ben te oud om nog met sociale media te beginnen	18,8
10. Ik ben bang om fouten te maken	6,9
(N)	1964

## 1.6. E-cultuur

### 1.6.1. Informatie over culturele activiteiten

#### 1.6.1.1 Omschrijving

Vraag ICT5 meet de mate waarin internet gebruikt wordt als informatiekanaal voor en over cultuur. Aan de respondenten wordt gevraagd met welke gemiddelde frequentie ze (minstens de voorbije zes maanden) gebruik hebben gemaakt van het internet voor het opzoeken van informatie over verschillende cultuurthema's.

#### 1.6.1.2 Vraagstelling

---

#### ICT 5

In onderstaande lijst staan onderwerpen die terug te vinden zijn op internet (websites, nieuwsbrieven, apps, mailinglists,...). Kan u zeggen hoe vaak u over elk onderwerp

---

informatie heeft opgezocht **de afgelopen zes maanden?**

Informatie opgezocht over ...	nooit	een uitzonderlijke keer	maande lijks	meermaals per maand	wekelijks	meermaals per week	dagelijks
1. Klassiek concert, opera, ...	1	2	3	4	5	6	7
2. Pop- of rockconcert, concert met jazzmuziek, dance of wereldmuziek	1	2	3	4	5	6	7
3. Concert met populaire Vlaamse muziek, schlagers, levenslied, chanson	1	2	3	4	5	6	7
4. Boeken	1	2	3	4	5	6	7
5. Theater en dans	1	2	3	4	5	6	7
6. Beeldende kunst	1	2	3	4	5	6	7
7. Cinema en films	1	2	3	4	5	6	7
8. Monumenten, erfgoed en architectuur	1	2	3	4	5	6	7
9. Mode en design	1	2	3	4	5	6	7
10. Sport	1	2	3	4	5	6	7
11. Cultuurkalenders	1	2	3	4	5	6	7
12. Programmatie van culturele instellingen	1	2	3	4	5	6	7
13. Aanbod van bibliotheken	1	2	3	4	5	6	7
14. Verenigingen waar ik lid van ben	1	2	3	4	5	6	7
15. Een artistieke hobby	1	2	3	4	5	6	7
16. Verplaatsingen, reizen en toerisme	1	2	3	4	5	6	7
17. Tentoonstellingen	1	2	3	4	5	6	7

### 1.6.1.3 *Vraagverwoording*

De keuze van de domeinen die bevroegd worden zijn in hoofdzaak gebaseerd op de participatiesurvey 2009. Sinds deze bevraging werd de algemene categorie aangaande het opzoeken van informatie over cultuur verder uitgesplitst in verschillende subcategorieën. Daarbij worden eerst een aantal verschillende domeinen binnen het bestaande culturaanbod en erfgoed bevroegd (zijnde

klassieke muziek, pop- en rockmuziek, en populaire muziek, boeken, theater, dans, beeldende kunst, films, monumenten en architectuur). Daarnaast wordt ook naar het opzoeken van cultuurinformatie gelinkt aan een aantal specifieke informatiekanaalen gepeild. Vervolgens worden ook verenigingen waar de respondenten lid van zijn en het opzoeken van informatie over een eventuele kunsthobby bevraagd. Tenslotte komen ook informatie over sport en toerisme aan bod.

Voor deze vraag wordt een referentieperiode gehanteerd van zes maanden, omdat deze voldoende ruim is om een duidelijk onderscheid te maken tussen eerder sporadisch, occasioneel en frequent gebruik. Wat de gebruiksfrequentie van deze online bronnen over kunst en cultuur betreft, kunnen de meer incidentele gebruikers aangeven dat ze er een zeldzame keer of maandelijks naartoe surfen. Meer regelmatige gebruikers kunnen een indicatie geven van hoe vaak ze van deze informatie gebruik maakten, gaande van meermaals per maand tot dagelijks.

### **Literatuur**

De Haan J. & Huysmans, F. (2002). *E-cultuur: een empirische verkenning*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

Lievens, J., & Waege, H. (2011). Participatie in Vlaanderen. Acco.

Lievens, J., Waege, H., & de Meulemeester, H. (2006). *Cultuurkijker: Cultuurparticipatie gewikt en gewogen. Basisgegevens van de survey 'Cultuurparticipatie in Vlaanderen 2003-2004'*. Antwerpen: De Boeck.

Nulens, G., Daems, M. & Bauwens, J. (2005) Virtuele cultuurparticipatie in Vlaanderen. In J. Lievens & H. Waege (eds.). *Cultuurparticipatie in breedbeeld. Eerste analyses van de survey 'Cultuurparticipatie in Vlaanderen 2003-2004'*. reeks Cultuurkijker, Antwerpen: De Boeck.

Wubs, H. & Huysmans, F. (2006). *Klik naar het verleden*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

**Tabel 1.11 Informatie over culturele activiteiten (ICT 5)**

Informatie opgezocht over ...	nooit	een uitzonderlijke keer	maande lijks	meermaals per maand	wekelijk s	meermaals per week	dagelijks	N
1. Klassiek concert, opera, ...	88,2	8,1	1,9	1,1	0,4	0,2	0,1	3111
2. Pop- of rockconcert, concert met jazzmuziek, dance of wereldmuziek	65,8	17,6	8,8	5,0	1,8	0,7	0,4	3111
3. Concert met populaire Vlaamse muziek, schlagers, levenslied, chanson	85,0	10,1	2,6	1,2	0,8	0,2	0,1	3111
4. Boeken	61,5	18,7	10,3	5,7	2,3	1,2	0,4	3111
5. Theater en dans	78,2	14,3	4,5	2,1	0,5	0,2	0,1	3111

6. Beeldende kunst	86,7	8,0	2,5	1,6	0,8	0,4	0,1	3111
7. Cinema en films	44,1	26,2	16,4	8,6	3,1	1,3	0,3	3111
8. Monumenten, erfgoed en architectuur	71,8	17,7	6,5	2,5	1,1	0,3	0,2	3111
9. Mode en design	69,5	11,5	8,6	5,4	3,3	1,1	0,6	3111
10. Sport	52,4	11,0	9,7	6,9	7,8	5,9	6,4	3111
11. Cultuurkalenders	77	12,9	6,2	2,4	1,0	0,3	0,1	3111
12. Programmatie van culturele instellingen	76,1	14,7	5,7	2,3	1,0	0,2	0,1	3111
13. Aanbod van bibliotheken	83,1	9,1	4,6	2,4	0,6	0,2	0,1	3111
14. Verenigingen waar ik lid van ben	65,6	8,3	9,9	6,2	6,0	2,7	1,2	3109
15. Een artistieke hobby	82,8	7,3	3,8	2,5	1,8	1,2	0,7	3111
16. Verplaatsingen, reizen en toerisme	29,2	27,9	20,8	13,7	4,8	2,7	0,9	3111
17. Tentoonstellingen	77,7	14,5	4,9	2,1	0,7	0,2	0,0	3111

## 1.6.2. Gebruik van schermen voor cultuurbeleving

### 1.6.2.1 Omschrijving

Vraag 7 uit de drop-off vragenlijst meet hoe vaak gedurende een periode van zes maanden gebruik werd gemaakt van schermen voor cultuurbeleving. Daarbij wordt de kijkfrequentie van verschillende types content bevraagd, los van het feit of het kijken op een tv-scherm, pc, tablet of mobiele apparaten gebeurde.

### 1.6.2.2 Vraagstelling

**DO\_Q7** Hoe vaak keek u via een scherm (bv. via tv, pc, tablet, ...) naar onderstaande zaken, gedurende **de voorbije zes maanden**?

	nooit	een enkele keer	Maandelijks	meermaals per maand	wekelijks	meermaals per week	dagelijks
1. Klassiek concert, opera, ...	1	2	3	4	5	6	7
2. Pop of rockconcert, concert met jazz, dance, wereldmuziek, ...	1	2	3	4	5	6	7
3. Concert met populaire Vlaamse muziek, schlager, levenslied, chanson	1	2	3	4	5	6	7

4. Muziekfestival	1	2	3	4	5	6	7
5. Theater en dans	1	2	3	4	5	6	7
6. Beeldende kunst	1	2	3	4	5	6	7
7. Cinema en film	1	2	3	4	5	6	7
8. Monumenten erfgoed en architectuur	1	2	3	4	5	6	7
9. Musical, show	1	2	3	4	5	6	7
10. Stand-up comedy, cabaret	1	2	3	4	5	6	7
11. Mode en design	1	2	3	4	5	6	7
12. Sport	1	2	3	4	5	6	7
13. Cultuurprogramma van Vlaamse media (Canvas Collectie, Belpop, ...)	1	2	3	4	5	6	7

### 1.6.2.3 *Vraagverwoording*

Reeds uit de cultuurparticipatiesurvey van 2003/2004 bleek dat heel wat respondenten via digitale weg cultuur beleven. Waar deze vorm van participatie in 2003 nog als digitale cultuurbeleving werd gedefinieerd en in hoofdzaak beleving via het internet inhield, werd voor de survey uit 2009 een bredere definitie gehanteerd, zijnde de beleving aan de hand van toestellen die digitale content binnen halen en deze in beeld kunnen weergeven. De mogelijkheden die daarvoor werden opgegeven, werden opgedeeld in schermen van TV, pc of laptop, en mobiele apparaten. Op deze manier kon een link worden gemaakt met het toenmalige Vlaamse digitale cultuuraanbod: aan de hand van het type scherm kon in zekere mate de herkomst van de cultuurinhoud worden achterhaald.

In de huidige versie van de survey is de vragenlijst enigszins gereduceerd en vereenvoudigd, in die zin dat het er in principe nog weinig toe doet via welk scherm bepaalde content wordt geconsumeerd. Bovendien dekt de categorie "mobiele apparaten" inmiddels niet meer dezelfde lading als bij de vorige editie van de participatiesurvey. De opgelijste mediatoestellen hebben inmiddels in grote lijnen elkaars functionaliteit van live of uitgesteld bekijken van online en/of audiovisuele content overgenomen, waardoor het minder relevant wordt te weten via welk mediatoestel precies werd gekeken (TV-scherm, pc, laptop dan wel mobiele apparaten). Omwille van diezelfde reden werden de subcategorieën van de verschillende mediatoestellen (zijnde "websites van Vlaamse media", "websites van Vlaamse culturele instellingen", "andere websites", "opnamemedia", "inhouden van Vlaamse media", "inhouden van Vlaamse culturele instellingen", "opnamemedia" en "andere") in deze versie van de survey niet weerhouden.

Wat wel nog steeds relevant blijft, is de waaier van verschillende domeinen uit het culturele aanbod die bevroegd worden: klassieke muziek, pop, rock, jazz, dance en wereldmuziek, populaire Vlaamse muziek, festivals, theater en dans, cinema of film, monumenten erfgoed en architectuur, shows of musicals, stand-up comedy en cabaret, mode en design, sport en tenslotte de cultuurprogrammatie van Vlaamse media (Canvas Collectie, Belpop, ...).

Voor deze vraag wordt de gebruikelijke referentieperiode gehanteerd van zes maanden, omdat deze voldoende ruim is om een duidelijk onderscheid te maken tussen eerder sporadisch, occasioneel en frequent gebruik. Wat de frequentie van schermgebruik voor cultuurbeleving betreft, kunnen de respondenten enerzijds aangeven of ze dit wel of niet hebben gedaan in de afgelopen zes maanden;

anderzijds kunnen meer incidentele gebruikers aangeven dat ze er een zeldzame keer of maandelijks naartoe surfen. Meer regelmatige gebruikers kunnen een indicatie geven van hoe vaak ze van deze informatie gebruik maakten, gaande van meermaals per maand tot dagelijks.

### Literatuur

Courtois, C., Verdegem, P., & De Marez, L. (2013). The triple articulation of media technologies in audiovisual media consumption. *Television & New Media*, 14(5), 421-439.

Courtois, C. (2012). When two worlds meet: An inter-paradigmatic mixed method approach to convergent audiovisual media consumption. *Participations, Journal of Audience and Reception Studies*, 9 (2), 716, 742.

Decraene, M., Pauwels, C., Bauwens, J. & Nulens, G. (2007) De televisie- en film participatie. In Laermans, R. (ed.). Cultuurparticipatie in Meervoud. Empirische bouwstenen voor een genuanceerde visie op cultuurdeelname in Vlaanderen. Antwerpen: De Boeck.

Lievens, J., & Waege, H. (2011). Participatie in Vlaanderen. Acco.

Lievens, J., Waege, H., & de Meulemeester, H. (2006). Cultuurkijker: Cultuurparticipatie gewikt en gewogen. Basisgegevens van de survey 'Cultuurparticipatie in Vlaanderen 2003-2004'. Antwerpen: De Boeck.

Nulens, G., Daems, M. & Bauwens, J. (2005) Virtuele cultuurparticipatie in Vlaanderen. In J. Lievens & H. Waege (eds.). Cultuurparticipatie in breedbeeld. Eerste analyses van de survey 'Cultuurparticipatie in Vlaanderen 2003-2004'. reeks Cultuurkijker, Antwerpen: De Boeck.

**Tabel 1.3 Gebruik van schermen voor cultuurbeleving (DO\_Q7)**

	nooit	een enkele keer	Maandelijks	meermaals per maand	wekelijks	meermaals per week	dagelijks	N
1. Klassiek concert, opera, ...	76,7	16,4	3,4	1,8	0,9	0,5	0,2	3069
2. Pop of rockconcert, concert met jazz, dance, wereldmuziek, ...	51,8	28,2	10,4	5,5	2,3	1,3	0,4	3037
3. Concert met populaire Vlaamse muziek, schlager, levenslied, chanson	58,1	22,1	8,6	5,8	3,1	1,5	0,7	3065
4. Muziekfestival	56,1	28,7	8,2	4,8	1,4	0,5	0,3	3050
5. Theater en dans	71,9	19,4	5,3	2,1	0,8	0,3	0,1	3049
6. Beeldende kunst	81,5	11,7	3,5	1,9	0,9	0,4	0,1	3031
7. Cinema en film	21,9	15,8	14,3	18,5	14,5	11,3	3,7	3050
8. Monumenten erfgoed en architectuur	67,2	18,3	6,7	4,8	1,7	1,1	0,2	3040
9. Musical, show	54,7	26,4	8,4	6,8	2,5	1,1	0,2	3040
10. Stand-up comedy, cabaret	40,7	25,1	15,2	12,0	4,8	1,7	0,5	3052
11. Mode en design	56,4	19,7	9,9	7,6	4,0	1,9	0,5	3044
12. Sport	28,2	14,8	9,3	13,1	13,7	12,9	8,0	3069
13. Cultuurprogramma van	51,7	20,8	10,7	8,5	4,7	2,5	1,0	3043



Vlaamse media (Canvas Collectie, Belpop, ...)								
---	--	--	--	--	--	--	--	--

### 1.6.3. Verwerven van artistieke producten

#### 1.6.3.1 Omschrijving

Vraag ICT 6 meet de mate waarin het internet wordt aangewend als kanaal voor het bekomen van (cultuur)producten. Aan de respondenten wordt gevraagd met welke regelmaat ze (minstens gedurende de voorbije zes maanden) gebruik hebben gemaakt van het internet voor het verkrijgen van (cultuur)producten.

#### 1.6.3.2 Vraagstelling

#### ICT 6

In onderstaande lijst staan een aantal producten die u online kan verkrijgen. Kan u zeggen of u deze verschillende zaken hebt gedaan gedurende **de afgelopen zes maanden**? En zo ja, hoe vaak?

	nooit	een enkele keer	Maandelijks	meermaals per maand	wekelijks	meermaals per week	dagelijks
1. Muziek of films/video kopen (CDs, DVDs, iTunes, ...)	1	2	3	4	5	6	7
2. Gratis muziek beluisteren of films/video bekijken (Soundcloud, Youtube, ...)	1	2	3	4	5	6	7
3. Gratis muziek of films/video downloaden (Torrents, ...)	1	2	3	4	5	6	7
4. Betalend muziek beluisteren (Deezer, Spotify, ...)	1	2	3	4	5	6	7
5. Betalend TV/Films/Video bekijken (MUBI, Stieve, Netflix, Apple TV, ...)	1	2	3	4	5	6	7
6. Boeken kopen ( <i>Amazon, ...</i> )	1	2	3	4	5	6	7
7. E-books downloaden gratis of betalend ( <i>Amazon Kindle, iBooks, boek.be</i> )	1	2	3	4	5	6	7
8. Tickets kopen voor culturele activiteiten	1	2	3	4	5	6	7
9. Producten kopen voor het uitoefenen van een artistieke hobby	1	2	3	4	5	6	7
10. Apps downloaden voor pc, tablet of smartphone, gratis of betalend	1	2	3	4	5	6	7
11. Tickets kopen voor toerisme en verplaatsingen	1	2	3	4	5	6	7

### 1.6.3.3 **Vraagverwoording**

Deze vraag handelt over zowel fysieke als digitale (cultuur)producten waarbij de transactie online plaatsvindt. Een selectie van verschillende (cultuur)producten die aangekocht kunnen worden alsook (cultuur)producten die gratis kunnen worden verkregen worden in deze lijst opgenomen. Het betreft diverse types producten die in meerdere of mindere mate vallen binnen het culturele aanbod: zowel fysieke dragers als elektronische formaten, betalende en gratis (al dan niet legale) content, tickets voor het bijwonen van culturele activiteiten of voor transport, alsook programma's voor digitale toestellen en producten voor het beoefenen van kunstzinnige hobby's.

Voor deze vraag wordt een referentieperiode gehanteerd van zes maanden, omdat deze voldoende ruim is om een duidelijk onderscheid te maken tussen eerder sporadisch, occasioneel en frequent gebruik. Wat de frequentie van het aankopen van deze producten betreft, kunnen de meer incidentele gebruikers aangeven dat ze dit een zeldzame keer of maandelijks doen. Meer regelmatige gebruikers kunnen een indicatie geven van hoe vaak ze online aankopen doen, gaande van meermaals per maand tot dagelijks.

### **Literatuur**

De Haan J. & Huysmans, F. (2002). *E-cultuur: een empirische verkenning*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

Lievens, J., & Waege, H. (2011). *Participatie in Vlaanderen*. Acco.

Lievens, J., Waege, H., & de Meulemeester, H. (2006). *Cultuurkijker: Cultuurparticipatie gewikt en gewogen. Basisgegevens van de survey 'Cultuurparticipatie in Vlaanderen 2003-2004'*. Antwerpen: De Boeck.

Nulens, G., Daems, M. & Bauwens, J. (2005) Virtuele cultuurparticipatie in Vlaanderen. In J. Lievens & H. Waege (eds.). *Cultuurparticipatie in breedbeeld. Eerste analyses van de survey 'Cultuurparticipatie in Vlaanderen 2003-2004'*. reeks Cultuurkijker, Antwerpen: De Boeck.

Wubs, H. & Huysmans, F. (2006). *Klik naar het verleden*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

**Tabel 1.12 Verwerven van artistieke producten (ICT 6)**

	nooit	een enkele keer	Maandelijks	meermaals per maand	wekelijks	meermaals per week	dagelijks	N
1. Muziek of films/video kopen (CDs, DVDs, iTunes, ...)	79,0	11,1	5,4	2,8	1,0	0,5	0,2	3111
2. Gratis muziek beluisteren of films/video bekijken (Soundcloud, Youtube, ...)	43,2	8,4	9,1	9,5	10,6	9,7	9,4	3111
3. Gratis muziek of films/video downloaden (Torrents, ...)	70,3	7,7	6,3	5,4	5,1	2,9	2,4	3111

4. Betalend muziek beluisteren (Deezer, Spotify, ...)	90,1	3,6	1,8	1,0	1,2	0,9	1,4	3111
5. Betalend TV/Films/Video bekijken (MUBI, Stieve, Netflix, Apple TV, ...)	83,4	8,4	3,9	2,0	1,1	0,7	0,4	3111
6. Boeken kopen ( <i>Amazon, ...</i> )	83,6	11,5	3,4	1,2	0,3	0,1	0,0	3111
7. E-books downloaden gratis of betalend ( <i>Amazon Kindle, iBooks, boek.be</i> )	90,8	5,3	2,4	1,1	0,2	0,2	0,1	3111
8. Tickets kopen voor culturele activiteiten	68,3	24,8	5,3	1,0	0,4	0,1	0,0	3111
9. Producten kopen voor het uitoefenen van een artistieke hobby	90,3	6,5	2,2	0,7	0,2	0,1	0,0	3111
10. Apps downloaden voor pc, tablet of smartphone, gratis of betalend	54,6	14,6	13,1	10,2	4,2	2,3	0,9	3111
11. Tickets kopen voor toerisme en verplaatsingen	64,9	28,4	4,8	1,5	0,3	0,2	0,0	3111

## 1.7. Mediavaardigheden

### 1.7.1. Inschatting mediavaardigheden

#### 1.7.1.1 Omschrijving

De vraag MEDIAWIJS beschouwt een aantal courante en minder courante handelingen die met hedendaagse digitale technologieën kunnen worden uitgevoerd. De vraag peilt bij de respondenten enerzijds naar hun kennis van van deze handelingen (en of ze die bovendien al ooit hebben uitgevoerd), anderzijds naar hoe ze zelf hun vaardigheid inschatten voor het uitvoeren ervan.

#### 1.7.1.2 Vraagstelling

**mediawijs** Denkt u dat u de volgende activiteiten kan? Geef uzelf een score van 1 (kan dit helemaal niet) tot 5 (kan dit heel goed). U kan ook aangeven als u de zaken niet kent.

Hoe goed kan u ...	Kan dit helemaal niet				Kan dit heel goed	<i>Ken ik niet, nooit van gehoord</i>	<i>Ken het wel maar heb het nog niet gedaan</i>
1. De trein- of busuren online opzoeken	1	2	3	4	5	8	9
2. De weg opzoeken op bvb. Google Maps of Mappy	1	2	3	4	5	8	9

3. Online tickets voor een voorstelling bestellen	1	2	3	4	5	8	9
4. Het weerbericht online opzoeken	1	2	3	4	5	8	9
5. Online informatie vinden die ik nodig heb	1	2	3	4	5	8	9
6. Online een boek van de bib verlengen	1	2	3	4	5	8	9
7. Een lijst aanmaken op Twitter	1	2	3	4	5	8	9
8. Iemand opbellen met Skype	1	2	3	4	5	8	9
9. Een blogpost maken	1	2	3	4	5	8	9
10. Een bericht plaatsen op een online forum	1	2	3	4	5	8	9
11. Uploaden van eigen filmpjes op youtube	1	2	3	4	5	9	9
12. Apps downloaden op smartphone of tablet	1	2	3	4	5	9	9
13. Foto's delen online (op Facebook, Flickr, Instagram...)	1	2	3	4	5	9	9
14. Een programma opnemen met de digicorder	1	2	3	4	5	9	9
15. Je privacy instellingen op sociale netwerken aanpassen zodat niet iedereen je profiel kan zien	1	2	3	4	5	9	9

### 1.7.1.3 **Vraagverwoording**

Dit deel van de survey handelt over een aantal relatief eenvoudige en een aantal minder voor de hand liggende competenties die indicatief zijn voor het gemiddelde mediavaardigheidsniveau van de respondenten. In de beschrijving van deze vaardigheden is voornamelijk de eigen inschatting van belang. Gesteld dat de respondent de beschreven actie zelf nog niet daadwerkelijk heeft uitgevoerd, dan wordt gevraagd of de respondent vertrouwd is met die bepaalde actie of deze (nog) niet kent. Binnen de opgelijste activiteiten worden diverse vaardigheden geëvalueerd en kunnen verschillende mediawijsheidsniveaus worden gedefinieerd. Naast operationele vaardigheden (het bedienen van technologieën), worden functionele (het uitvoeren van bepaalde acties), communicatieve en strategische vaardigheden bevraagd.

### **Literatuur**

Mariën, I., & Van Audenhove, L. (2011). Mediageletterdheid en digitale vaardigheden: naar een multidimensioneel model van digitale exclusie. In *Mediageletterdheid in een digitale wereld* (pp. 99–130). Brussel: Studiedienst Vlaamse Regering.

Paulussen, S., Courtois, C., Vanwynsberghe, H., & Verdegem, P. (2011). Profielen van mediageletterdheid. Een exploratie van de digitale vaardigheden van burgers in Vlaanderen. In M.-A. Moreas & J. Pickery (Eds.), *Mediageletterdheid in een digitale wereld* (pp. 61–77). Brussel: Studiedienst van de Vlaamse Regering.

Van Deursen, A., & Van Dijck, J. A. G. M. (2010). Measuring Internet Skills. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 26(10), 891–916.

Verkasalo, H., López-Nicolás, C., Molina-Castillo, F. J., & Bouwman, H. (2010). Analysis of users and non-users of smartphone applications. *Telematics and Informatics*, 27(3), 242-255.

**Tabel 1.13. Inschatting mediavaardigheden (mediawijs)**

Hoe goed kan u ...	percentage							N
	Kan dit helemaal niet				Kan dit heel goed	<i>Ken ik niet, nooit van gehoord</i>	<i>Ken het wel maar heb het nog niet gedaan</i>	
1. De trein- of busuren online opzoeken	20,8	3,3	8,6	13,7	47,5	1,7	4,4	3917
2. De weg opzoeken op bvb. Google Maps of Mappy	18,9	2,4	5,8	13,2	54,8	2,3	2,5	3923
3. Online tickets voor een voorstelling bestellen	25,2	4,1	9,1	12,1	39,5	2,2	7,8	3907
4. Het weerbericht online opzoeken	18,8	1,7	4,4	11,0	58,6	1,9	3,7	3923
5. Online informatie vinden die ik nodig heb	17,2	2,0	5,2	17,4	54,9	1,8	1,6	3923
6. Online een boek van de bib verlengen	36,0	4,6	6,6	7,3	24,9	4,1	16,5	3872
7. Een lijst aanmaken op Twitter	58,5	4,7	4,4	3,2	8,8	8,1	12,4	3857
8. Iemand opbellen met Skype	36,3	3,8	7,2	8,7	32,1	4,0	7,8	3908
9. Een blogpost maken	57,4	6,5	6,7	3,8	8,6	7,8	9,2	3891
10. Een bericht plaatsen op een online forum	40,4	4,5	8,6	10,4	23,5	5,1	7,4	3913
11. Uploaden van eigen filmpjes op youtube	48,9	5,2	6,8	7,6	18,0	4,0	9,4	3901
12. Apps downloaden op smartphone of tablet	40,7	3,1	5,4	8,2	32,9	4,5	5,2	3907
13. Foto's delen online (op Facebook, Flickr, Instagram...)	37,6	3,2	6,1	9,2	34,2	3,7	6,1	3919
14. Een programma opnemen met de digicorder	25,9	1,9	4,3	7,9	54,7	2,3	2,9	3917
15. Je privacy instellingen op sociale netwerken aanpassen zodat niet iedereen je profiel kan zien	36,9	3,1	6,6	10,2	33,7	4,1	5,4	3902