

Technologiegeneraties en hun sociale mediagebruik in Nederland

EUGÈNE LOOS

Het is bekend dat veel jonge mensen met hun smartphone dag en nacht van sociale media gebruik maken. Maar wat valt er te zeggen over het sociale mediagebruik door 65-plussers in ons land? Behoren zij tot een andere technologiegeneratie waardoor het gebruik van sociale media een minder prominente rol speelt in hun dagelijks leven?

Impact van nieuwe technologie op het leven van alle dag

Op een terrasje, in de bus en de trein, op de fiets en in de auto ... Waar je ook kijkt, zie je tegenwoordig mensen staren naar een scherm-pje van een paar vierkante centimeter en daartegen praten, naar kijken, luisteren of het aanraken. De smartphone is niet meer weg te denken uit onze maatschappij. Jonge mensen kunnen zich niet voorstellen dat nog niet zo lang geleden brieven, telegrammen, faxen en de vaste telefoon werden gebruikt om met iemand te communiceren. Draadloos internet is anno 2018 niet met meer weg te denken uit onze samenleving. Via de PC, laptop, tablet en sinds niet al te lange tijd ook de smartphone bellen we elkaar, sturen we Sms'jes, WhatsApp berichten, delen we foto's via Facebook en kijken we TV en films. Maar dat is niet alles, deze sociale media stellen ons in staat ook zelf dingen te maken zoals foto's en filmpjes van bijvoorbeeld onze vakantie, die we dan met wie we maar willen via Facebook delen. En als we op zoek zijn naar een nieuwe baan, dan maken we op LinkedIn reclame voor onszelf. Veel mensen zijn enthousiast over sociale media als nieuwe technologie die

ons altijd en overal met elkaar verbindt. Anderen zijn kritischer en waarschuwen voor hoofdpijn, nekklachten, concentratieproblemen, verslavingsverschijnselen en de verspreiding van nepnieuws. Dit artikel gaat niet over de vraag of sociale media een zegen of een vloek zijn, maar of 65-plussers tot andere technologiegeneraties behoren dan jongeren, waardoor het gebruik wellicht een minder prominente rol speelt in hun dagelijks leven.

ICT gebruik door ouderen

Voordat we ingaan op het sociale mediagebruik van Nederlandse 65-plussers, is het van belang te achterhalen of ze eigenlijk wel van ICT gebruik kunnen en willen maken. In *'De oudere: een digitale immigrant in eigen land? Een verkenning naar toegankelijke informatievoorziening'* dat ik in 2010 publiceerde, liet ik destijds zien dat het een mythe is dat ouderen niet zouden kunnen leren omgaan met ICT. Bij digitale immigranten zou het volgens auteurs als Prensky (2001) gaan om ouderen die zich het gebruik van digitale media alleen met zeer veel moeite nog tot op zekere hoogte kunnen eigen maken. Ik stelde toen dat hiervoor geen empirisch bewijs te vinden is, inte-

gendeel: we zijn nooit te oud om te leren. Cijfers van het CBS (<http://statline.cbs.nl>) tonen dit inmiddels duidelijk aan. In 2009 had van de 65- tot 75-jarigen 43% nog nooit internet gebruikt, tegenover 16% van de 55- tot 65-jarigen. In 2017 had van de 65- tot 75-jarigen slechts 11,7% nog nooit internet gebruikt, tegenover 1% van de 55- tot 65-jarigen. CBS leverde tot voor kort geen cijfers voor de leeftijdsgroep boven 75 jaar, maar de trend voor de 65- tot 75-jarigen is duidelijk: deze statistische gegevens tonen aan dat de zogenaamde digitale kloof met betrekking tot de rol van leeftijd voor ICT gebruik in Nederland inmiddels vrijwel gedicht is. Nieuwe cohorten ouderen zijn op het werk al in aanraking gekomen met ICT, en de nieuwe technologie is ook veel gebruiksvriendelijker geworden – denk daarbij bijvoorbeeld aan tablets. Het is de vraag of de digitale kloof als het gaat om sociale media ook vrijwel verdwenen is.

Technologiegeneraties

De socialisatietheorie stelt dat de periode waarin mensen opgroeien hen socialiseert. Sociaaleconomische en politieke omstandigheden en de beschikbare technologie in hun formatieve jaren (15-25 jaar) drukken als het ware een stempel op hun gedrag. Er wordt wel gesteld dat er sprake is van technologiegeneraties, een term die geïntroduceerd is door Sackman & Weymann (1994, p. 41-43). Sackmann & Winkler (2013, p. 493) lichten toe dat het daarbij gaat om groepen van geboorteaargangen (cohorten) waarbij er een relatie is tussen gezamenlijke ervaringen met de technologie waarmee ze opgroeien en maatschappelijke veranderingen. Snelle technologische veranderingen vergroten volgens hen de kans dat er generationele verschillen ontstaan tussen cohorten. Na de introductie van een nieuwe technologie bestaat de kans dat deze in de maatschappij een vaste plek vindt doordat steeds meer mensen er voor hun dagelijkse activiteiten gebruik van maken. Een actueel voorbeeld is de vaste telefoon die in Frankrijk op het punt staat te verdwijnen, verdrongen door mobiele telefo-

nie. Frankrijk maakt een einde aan ‘ouderwets’ bellen. Over twee maanden is het niet meer mogelijk om een vaste telefoonlijn aan te vragen, daarna volgt een geleidelijke afbouw. Over vijf jaar wordt het landelijke vaste telefonienetwerk in zijn geheel ontmanteld. Frankrijk neemt daarmee na 140 jaar afscheid van de klassieke vaste telefoon. Het apparaat, soms zelfs nog met een aparte hoorn en een speciale telefoonstekker die in de muur verdwijnt, is dan verleden tijd. “Dit is het einde van een tijdperk”, schrijft dagblad *Le Parisien* over het besluit. Vast bellen moet in de toekomst via internet. Parijs kreeg met de Wereldtentoonstelling van 1878 een eerste (beperkt) telefoonnetwerk. Een jaar later volgde de commerciële exploitatie en meldden zich de eerste telefoonabonnees. Dat netwerk werd verzorgd door de Franse PTT en later France Télécom. De opvolger van dat staatsbedrijf, Orange, heeft nu besloten definitief de stekker uit de vaste telefoon te trekken. De reden ligt voor de hand. Steeds meer Fransen bellen mobiel of via hun modem. In twintig jaar is het aantal minuten dat Fransen aan de vaste telefoon hangen, gehalveerd. Het aantal minuten dat ze mobiel bellen is in diezelfde periode met een factor 16 toegenomen. In Nederland is ‘ouderwets’ bellen ook op zijn retour. KPN stopt volgend jaar met de traditionele analoge telefonie en met bepaalde ISDN-diensten. Het bedrijf zegt dat het aantal gebruikers van die telefoondiensten terugloopt en dat de diensten daarom worden gemoderniseerd of vervangen door “toekomstvaste alternatieven” zoals bellen via internet (<https://nos.nl/artikel/2247640-frankrijk-stopt-na-140-jaar-met-klassieke-vaste-telefonie.html>).

Er zijn in de technologiegeschiedenis tal van vergelijkbare voorbeelden: het telegram werd vervangen door de fax en de fax later in veel gevallen weer door de e-mail.

Zoals we van Rogers (1962) kunnen leren, gaan bij succesvolle innovaties eerst de vroege gebruikers, dan de vroege meerderheid, vervolgens de late meerderheid, gevolgd door de late gebruikers en ten slotte zelfs de achterblijvers overstag. Mensen die niet met een speci-

fieke technologie in hun formatieve jaren zijn opgegroeid, zijn dus vaak al wat ouder en velen (maar niet allen!) behoren tot de achterblijvers. De vraag is of als achterblijvers de nieuwe technologie uiteindelijk gebruiken, ze zich die nog echt eigen kunnen maken of dat die een minder prominente rol speelt in hun dagelijks leven dan bij de jongere technologiegeneraties die er wel tijdens de formatieve jaren mee zijn opgegroeid. Huysmans, De Haan & Van den Broek (2004, p. 20) merken daarover op: “Openvolgende geboorteaargangen groeien elk op met een specifieke constellatie van media-aanbod, mediacompetentie en mediavorkeuren. Die vroegere ervaringen met media zouden later tot gedeelde gedragspatronen leiden.”

Om te onderzoeken of technologiegeneraties inderdaad kunnen ontstaan, deden Sackmann & Winkler (2013, p. 493-494) in 2004 en 2009 een onderzoek naar het ICT gebruik in Duitsland. Ze onderscheiden daarbij de volgende technologiegeneraties:

Tabel 1. Verschillende technologiegeneraties in Duitsland

Technologiegeneratie	Cohort, geboren:
Internet	>1980
Computer	1964-1980
Technologieverspreiding	1949-1963
Huishoudrevolutie	1939-1948
Mechanisch	<1938

Bron: Sackmann & Winkler, 2013.

Uit hun onderzoek bleek dat internetgebruik inderdaad afnam per technologiegeneratie: van zeer intensief bij de internettechnologiegeneratie naar tamelijk gering bij de mechanische techniekgeneratie. Ook bleek dat jongere technologiegeneraties veel meer gebruik maken van sociale media dan oudere techniekgeneraties. Dit laat zien dat er inderdaad sprake is van technologiegeneraties qua in-

ternetgebruik in het Duitsland van enkele jaren geleden. Maar spelen technologiegeneraties ook op dit moment in Nederland een rol als het gaat om het gebruik van sociale media?

Hoe technologiegeneraties in Nederland sociale netwerken gebruiken

Wat is er bekend over het gebruik van sociale netwerken door Nederlandse ouderen? Een in 2017 verschenen publicatie van het CBS laat zien dat ouderen steeds actiever zijn op sociale netwerken. Zo gebruikt inmiddels 34% van de 65- tot 75-jarigen sociale netwerken, zoals Facebook. Dat was vijf jaar eerder nog 12%. Bij de oudste leeftijdsgroep (75-plus) nam het aandeel dat actief is op sociale netwerken toe van 2% in 2012 tot 17,3% in 2017. Gemiddeld was 63% van de Nederlanders van 12 jaar of ouder in de drie maanden voor het onderzoek actief op sociale netwerken (<https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2017/52/steeds-meer-ouderen-op-sociale-media>).

Volgens het Nationale Sociale Media Onderzoek zou in 2017 zelfs 68% van de 65-tot 79-jarigen en 61% van de 80+ers wel eens Facebook gebruikt hebben (<https://Newcom.nl>).

Dat de percentages hoger liggen dan bij het CBS zou er mee te maken kunnen hebben dat het CBS vroeg naar activiteiten op sociale netwerken in de drie maanden voor het onderzoek, terwijl Newcom vroeg of iemand wel eens op een sociaal netwerk actief is geweest. Het is duidelijk dat het gebruik van sociale media onder 65-plussers al redelijk wijdverspreid is.

Om te kunnen bepalen of er ook sprake is van verschillende techniekgeneraties onder 65-plussers maken we gebruik van het onderzoek dat in 2016 werd uitgevoerd door Loos (e.a., 2018), waarin aan Nederlandse ouderen werd gevraagd welke media ze de vorige dag gebruikten hadden. Dit gaf onder andere het volgende beeld:

Tabel 2. Mediagebruik bij Nederlandse technologiegeneraties, in %

Technologiegeneratie	E-mailen	Chatten	Gebruik Social Network Sites
Technologieverspreiding (1949-1963)	79,6	56,5	59,5
Huishoudrevolutie (1939-1948)	82,8	39,8	47,6
Mechanisch (<1938)	81,9	30,6	29,3

Bron: Loos, Nimrod & Fernández-Ardèvol, 2018.

Uit tabel 2 blijkt dat er binnen de Nederlandse groep 65-plussers duidelijk sprake is van grote verschillen tussen techniekgeneraties als het gaat om relatief nieuwe media als *chatten* en het gebruik van *Social Network Sites*. Er wordt wel gebruik van gemaakt, maar wel steeds minder naarmate een technologiegeneratie een ouder cohort betreft. Minstens net zo interessant is dat als het gaat om het gebruik van een medium dat inmiddels al wat ouder is, bijvoorbeeld e-mail, alle techniekgeneraties er frequent gebruik van maken en dat hun onderlinge verschillen minimaal zijn. Als een medium al wat langer bestaat, gaan technologiegeneraties die er tijdens hun formatieve jaren niet mee opgegroeid zijn, dus ook leren om het te gebruiken, zodat het voor hen een integraal onderdeel gaat vormen van het alledaagse leven. Een mens is nooit te oud om te leren. En dat zullen we waarschijnlijk ook gaan zien bij het gebruik van sociale media door toekomstige 65-plussers.

Dit artikel is mede gebaseerd op onderzoek dat wordt gefinancierd door Ageing, Communication, Technology (ACT), een Canadees internationaal onderzoeksnetwork (<http://actproject.ca/>). De data-verzameling is uitgevoerd in het kader van “Being Connected at Home – Making use of digital devices in later life”, een onderzoeksproject van het Joint Programme Initiative More Years Better Lives (MYBL) (<https://www.zonmw.nl/nl/over-zonmw/internationaal/programmas/programma-detail/eu-jpi-more-years-better-lives-j-age-2/>).

Literatuur

- Huysmans, F., de Haan, J. & van den Broek, A. (2004). *Achter de schermen: Een kwart eeuw lezen, luisteren, kijken en internetten*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Loos, E.F. (2010). *De oudere: een digitale immigrant in eigen land? Een terreinverkenning naar toegankelijke informatievoorziening*. [oratie]. Den Haag: Boom/Lemma.
- Loos, E.F., Nimrod, G. & Fernández-Ardèvol, M. (Eds.) (2018). *Older audiences in the digital media environment: A cross-national longitudinal study*. Wave 1 Report 1.0. Montreal, Canada: ACT project. <http://spectrum.library.concordia.ca/983866/>
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants, *On the Horizon*, 9 (5), 1-6.
- Rogers, E.M. (1962). *Diffusions of innovations*. New York: The Free Press.
- Sackmann, R. & Weymann, A. (1994). *Die Technisierung des Alltags. Generationen und technische Innovationen*. Frankfurt, Campus Verlag.
- Sackmann, R. & Winkler, O. (2013). Technology generations revisited: The internet generation. *Gerontechnology*, 11 (4), 493-503.

Over de auteur

Eugène Loos is als bijzonder hoogleraar *Oude en nieuwe media in een vergrijzende maatschappij* voor ANBO, dé belangenorganisatie voor senioren, verbonden aan de afdeling communicatiewetenschap en de researchschool ASCoR van de Universiteit van Amsterdam. Hij werkt ook als universitair hoofddocent bij de Utrechtse School voor Bestuurs- en Organisatiewetenschap van de Universiteit Utrecht. Contact: e.f.loos@uu.nl