



## 3 Medicijnen tegen de 'zilveren digitale kloof'

*Jan Steyaert*

### 3.1 Internet als vierde revolutie in het leven van ouderen

Rond ouderen en technologie hangt het imago dat ouderen altijd de laatste groep zijn om met innovaties aan de slag te gaan, dat ze veranderingen eerder als bedreigend dan als kansrijk ervaren en vooral met heimwee terugkijken naar vroeger. "Veel ouderen leven als het ware in de sciencefiction van hun jeugd." is de omschrijving die de troonrede van september 2000 voor deze situatie geeft. De jongeren hebben de toekomst, luidt het.

De socioloog Richard Sennett formuleerde enkele jaren geleden zijn kritiek op de 'flexibele mens', de algemene sfeer die continue verandering als norm verheerlijkt (Sennett 1998). Van de moderne mens wordt verwacht dat hij flexibel is en altijd bereid te veranderen van werkomgeving, werkstijl en woonplaats wanneer de markt daarom vraagt. Sennett waarschuwt vooral dat een dergelijke 'ode aan de bewegelijkheid' verbergt dat daarbij ook maatschappelijke kosten komen kijken, zoals verbodskeling van ons leven, gebrek aan stabiliteit en verlies van het wij-gevoel.

Hoewel de analyse van Sennett betrekking heeft op participatie op de arbeidsmarkt, bij uitstek een terrein waarop ouderen minder actief zijn, is een transpositie naar het terrein van de technologie voor de hand liggend. Ook daar is de retoriek vanuit beleid en bedrijven doortrokken van verandering, ook daar wordt vernieuwing gelijkgesteld aan verbetering. Zowel de snelheid waarmee technologische innovaties elkaar opvolgen, als de impact die ze hebben op de snelheid van het dagelijks leven doen een stevig beroep op 'de flexibele mens'. Voor de wat oudere burger in de Westerse samenleving zijn moderne informa-

tie- en communicatietechnologieën (ICT) de vierde technische innovatie in zijn levensloop. Iemand die nu de gezegende leeftijd van 80 overschreden heeft, zag zich in zijn jonge jaren geconfronteerd met de verspreiding van de telefoon, in de naoorlogse jaren met het toegenomen bezit en gebruik van de auto en iets later met de televisie (pas in 1957 werd de honderdduizendste televisiekijker geteld). Computers, internet en mobiele telefoons vormen zo de vierde substantiële technologische revolutie. Aanvullend is er sprake van incrementele innovaties, bijvoorbeeld rondom de televisie met de uitbreiding van enkele uren zwart-wit televisie per dag naar 24 uur televisie in kleur en met keuze tussen tientallen zenders, inclusief de autonomie inzake het tijdstip van kijken via de videorecorder.

Niet iedereen gaat in gelijke mate mee met nieuwe innovaties, er is sprake van voorlopers en achterblijvers. Ouderen hebben veelal het imago tot de achterblijvers te behoren. Dat is evenwel een gemeenplaats, die niet door empirisch onderzoek bevestigd wordt: “There is inconsistent evidence about the relationship of age and innovativeness. About half of the many diffusion studies on this subject show no relationship, a few found that earlier adopters are younger, and some indicate they are older” (Rogers 2003: 288). Deze algemene observatie geldt evenwel niet voor internet en nieuwe media, waar leeftijd de afgelopen jaren wel degelijk een belangrijke factor werd die toegang tot en het al dan niet gebruiken van internet verklaart. De bijdrage van Jos de Haan aan dit boek beschrijft de verschuivingen in de belangrijkste breuklijnen van de digitale kloof. Terwijl in de eerste jaren van thuistoegang tot internet vooral inkomen en opleidingsniveau belangrijke verklarende factoren waren, is dat nu leeftijd. Bovendien is de ongelijke toegang van ouderen niet één-dimensionaal, maar is er sprake van een gelaagdheid. Er is ongelijkheid inzake het al dan niet hebben van toegang, inzake de kwaliteit van die toegang (de kracht van de pc, het soort verbinding met internet) en inzake de frequentie van gebruik en hoeveelheid tijd. Dergelijke gelaagde ongelijkheid heeft implicaties voor de aangrijpingspunten voor beleid en sociale interventies.

In deze bijdrage staan we stil bij de vraag of het belangrijk is dat de huidige ouderen gebruikers van internet worden (§ 3.2), en welke sociale interventies ontwikkeld werden om de vermeende kloof tussen ouderen en technologie te overbruggen (§ 3.3).

## 3.2 Ouderen verplicht aan internet?

Moeten die ouderen nu zo noodzakelijk aan internet? Met een beetje cynisch perspectief op de samenleving zou je kunnen zeggen dat de recente aandacht voor de participatie van ouderen in de digitale leefwereld alleen maar gericht is op het ontsluiten van nieuwe markten voor technologiebedrijven, nu andere



bevolkingsgroepen al massaal geïnvesteerd hebben in hun producten. Of levert internet ook een verhoogde levenskwaliteit op voor ouderen?

Van Winden (2003) pleit voor het verplichten van toegang tot internet in huishoudens met kinderen. Los van de vraag hoe een dergelijke verplichting praktisch vorm kan gegeven worden en hoe je dan ook zinvol gebruik daarin verwerkt (aanvullend op het gebruik voor plezier en ontspanning, dat promoot zichzelf wel), kan de vraag ook vertaald worden naar andere bevolkingsgroepen. Waarom wel een verplichting voor huishoudens met jonge kinderen, en waarom niet voor ouderen? Uit de bijdrage van onder andere Johan van der Leeuw aan deze bundel blijkt immers, dat met wat technologie in huis het zelfstandig wonen van ouderen eenvoudiger wordt en de kosten van de vergrijzing draaglijker worden voor de samenleving. Winst dus, zowel voor het individu als de samenleving.

Gelukkig geeft niet elke variatie in bezit/gebruik van media aanleiding tot sociaal beleid of tot sociale interventies. Dat blijkt uit een vergelijking met oude media. Inzake televisiekijken is er een groot verschil volgens opleiding. Iemand met een HBO- of WO-diploma keek in 2000 gemiddeld 10,2 uur naar televisie, terwijl iemand met een lo-, lbo- of mavo-diploma 14,9 uur keek (Breedveld en Van den Broek 2001: 79). Vrouwen bellen gemiddeld 66 minuten per week, mannen slechts 29 (Van Dijk et al. 2000: 85). Er is behoorlijke variatie inzake gebruik van deze oude media, maar toch bestaat er geen overheidsbeleid om hooggeschoolden meer televisie te laten kijken of vrouwen minder te laten bellen.

Daarbij moet ik ook steeds denken aan mijn opa, die enkele jaren geleden op z'n 96<sup>ste</sup> overleed. Tot enkele weken voor zijn dood helder en fit, tot voorbij de 90 gelukkig getrouwd en tot zijn laatste maanden geliefd en begeerd door tientallen verweduwde dames uit het verzorgingstehuis. Mijn opa was op zijn 96<sup>ste</sup> natuurlijk al lang met pensioen, na een carrière bij de gemeente als kasseilegger. Zijn vele vrije tijd ging vooral naar kaartjes leggen met de andere bewoners van het rusthuis, en televisie kijken. Die televisie, dat was een soort technologie waar hij niet mee opgegroeid was. Hij keek er wel naar, maar zoals hij het had leren kennen, in zwart-wit. Dat was echte televisie. Kleurentelevisie was nep. Toen een jaar of tien geleden zijn televisie stuk ging, moesten we een nieuwe kopen. Dat moest en zou een zwart-wit televisie zijn, maar die bleken niet meer verkrijgbaar. Uiteindelijk hebben we een kleurentelevisie moeten kopen en de kleuren weggedraaid. Was dat fout? Miste hij iets door vast te houden aan zwart-wit televisie?

Het criterium om beleid en interventies te (blijven) ontwikkelen op het snijvlak van ouderen en technologie, ligt in de mate waarin hun eventueel niet-bezit en niet-gebruik van nieuwe media hun participatie in de maatschappij bemoeilijkt. In die zin is dit criterium niet specifiek voor ouderen, maar ook hanteerbaar bij beleid voor andere sociaal-demografische segmenten van de samenleving, zoals laaggeschoolden of oudkomers.

Zolang de ouderen terecht kunnen in de boekhandel voor hun leesvoer, hoeven ze niet noodzakelijk naar [www.Amazon.com](http://www.Amazon.com) of [www.boekhandel.com](http://www.boekhandel.com). Zodra het aanbod van webwinkels echter in belangrijke mate goedkoper of veel ruimer is dan de normale boekhandel, ontstaat er een probleem. Hetzelfde gaat op voor financiële transacties, zolang aan het loket hetzelfde niveau van dienstverlening beschikbaar is als bij elektronisch bankieren, is er geen probleem. En zolang het reisbureau om de hoek eenzelfde aanbod heeft als de digitale reisbureaus, is er niets aan de hand.

Dat maakt meteen duidelijk dat beleid en interventies nodig zijn. De keuzevrijheid en voorwaarden van een digitaal aanbod overstijgt steeds meer dat van fysieke loketten en winkels, waardoor de digitale burger en consument in een betere positie verkeert dan de niet-digitale burger. Daarvan zijn talloze voorbeelden te geven: wie aan het loket van de NS een kaartje koopt, betaalt iets meer dan aan de automaat. Wie met Basiq Air vanaf Schiphol vliegt en via internet incheckt, hoeft geen uren voor vertrektijd op de luchthaven te staan. Wie een internetspaarrekening heeft, krijgt hogere rente dan wie alle verrichtingen op de klassieke manier doet. Geld afhalen bij de bank kan in veel gevallen slechts vanaf een zogenaamd drempelbedrag, bijvoorbeeld 500 of 1.000 euro. Wie een koopwoning zoekt en niet bij initiatieven als [www.funda.nl](http://www.funda.nl) te rade gaat, mist kansen. Wie telefonisch openingsuren en toegangsprijzen van een museum opvraagt, wordt vriendelijk verwezen naar hun website. Reclame op radio en televisie verwijst steeds minder naar een telefoonnummer voor verdere informatie, maar naar een adres op het world wide web. Toen ik al enkele dagen na de première met mijn jarig petekind naar 'Harry Potter en de gevangenen van Azkaban' ging kijken, kon ik lange wachtrijen aan het loket vermijden door vooraf via internet kaartjes te kopen. Ook bij de Belgische spoorwegen ([www.nmbs.be](http://www.nmbs.be)) kan ik online kaartjes kopen en wachttijd aan het loket vermijden.

Dergelijke dienstverlening via automaten is niet alleen handig voor consumenten, maar is voor aanbieders kostenefficiënt. De meerkosten van traditionele vormen van dienstverlening worden steeds meer op de consument afgewenteld, die als een soort straf extra moet betalen voor de kosten van de baliemedewerkers. Bovendien zien we in de private sfeer eenzelfde tendens, waarbij nieuwe media oudere vormen van handelen verdringen. Familiekiekjes maak je tegenwoordig digitaal en mail je rond, en dan is het lastig dat oma en opa geen computer en internet hebben. Sociale contacten houd je mede in stand door vrienden eens een mail te sturen, en dan is het lastig dat oma en opa verwachten dat je toch regelmatig echt langskomt, want mailen kan niet. Door dergelijke verschuivingen in mediagebruik van jongeren en volwassenen, zou er wel eens een communicatiekloof kunnen ontstaan met de oudere generatie die geen gebruik maakt van nieuwe media.

De aandacht voor nieuwe media mag ons niet doen vergeten, dat de mate waarin iemand er levenskwaliteit uit haalt of er van afhankelijk wordt, ook gerelateerd is aan de mate waarin oude technologie en vormen van dienstverlening



verdwijnen. Dat werd eerder omschreven als 'creative destruction' (Schumpeter 1942: 83). Er is continu een soort Darwinistische strijd op overleven aan de gang tussen oude en nieuwe vormen van technologie, waarbij sprake is van zowel uitgestorven (de telegraaf of de CD-i als technologisch equivalent van de dodo), met uitsterven bedreigde (dienstverlening aan de balie als panda) en nieuwe diersoorten (dienstverlening via internet of mobiele telefoon als reuzenpekari). Onder druk van nieuwere, efficiëntere en/of effectievere technologie of vormen van dienstverlening, krijgen oudere vormen een uitdovend karakter en wordt er niet meer geïnvesteerd.

Meteen is aangegeven dat er twee benaderingen zijn om de spanning te overbruggen. Traditionele vormen van technologie en dienstverlening kunnen beschermd worden en ouderen kunnen verleid worden tot gebruik van nieuwe technologie en de daarmee gerelateerde dienstverlening. De eerste benadering, beleid op oude technologie, krijgt nauwelijks aandacht en wordt ten onrechte al te snel omschreven als een rem op vooruitgang, als oppositie tegen innovatie (Bauer 1995). Hoewel het borgen van traditionele vormen van technologie en dienstverlening ingegeven kan zijn vanuit een dergelijke tegenstand, is de essentie meer te vinden in het respecteren van voorkeuren en vaardigheden van burgers/consumenten. In het openbaar vervoer bouwen we verschillende vormen van infrastructuur om van punt a naar punt b te gaan, zoals straten, bus-, tram- en treinverbindingen, om zo een diversiteit van mobiliteit te borgen. Waarom kunnen we in bijvoorbeeld financiële dienstverlening niet eenzelfde diversiteit nastreven en dienstverlening via loketten of via internet op hoogwaardige wijze aanbieden?

Beleid op oude technologie/dienstverlening wordt voornamelijk vormgegeven door de ouderenbonden, de gehandicaptenorganisaties en de Consumentenbond. Zo was er februari 2002 hun actie rondom dienstverlening van banken en het rapport 'De balie geld(t) niet meer..?'. Recenter was er het protest van de ouderenbonden en de gezamenlijke consumentenorganisaties (LOCOV) tegen de toeslagheffing van de NS op aan de balie verkochte vervoersbewijzen of de meldactie 'Dat zou handig zijn' waarbij tientallen suggesties verzameld werden voor betere product- en dienstontwikkeling voor ouderen.

In het vervolg van deze tekst staan we stil bij de verschillende bouwstenen van de tweede benadering, het verleiden van de ouderen tot bezit en gebruik van nieuwe technologie.

### 3.3 De grote verleiding

Een decennium digitale kloof is niet beperkt gebleven tot analyse, tot observatie van wie wel en wie niet toegang heeft tot de nieuwe media. Naast een decen-

nium van onderzoek is het ook een decennium van probleemoplossing, van sociale interventies geweest. Deze interventies hadden allemaal als doelstelling de burger te verleiden tot het zich eigen maken van nieuwe media in het algemeen en internet in het bijzonder. Een ruwe classificatie is mogelijk volgens: kennismaken met nieuwe media, publieke toegangspunten, stimuleren thuisbezit, aangepaste technologie en de vaardige surfer. Van de meeste strategieën bestond of bestaat een variant, die specifiek gericht is op ouderen.

### Kennismaken

Het fundament voor bezit en gebruik van computers en internet ligt in kennis van wat het is en wat er mee kan. Het wekt dan ook geen verbazing, dat er diverse initiatieven genomen zijn in Nederland en andere Westerse landen om burgers te informeren over het bestaan van nieuwe media en hen er kennis mee te laten maken.

Het zwaartepunt van deze kennismaking was ongetwijfeld te vinden in de media, die steeds meer aandacht besteedden aan nieuwe media en er speciale katernen aan wijdden. De televisie verkeerde nog in de veronderstelling dat internet geen concurrent was en lanceerde programma's als 'Thuis op Internet' via RTL4 en 'Internet Society TV' via RTL5 (beide in de lente van 2000). Internet en nieuwe media duiken steeds meer op in op ouderen gerichte weekbladen als 'Onze tijd' en de maandbladen van de ouderenbonden zoals 'Nestor' of 'Vizier'. Dat mediageweld werd aangevuld met uitspraken vanuit beleid, zoals Ad Melkert die de doelstelling formuleerde dat iedere burger een e-mailadres moest hebben. De burger voelde al snel dat hij/zij wat moest.

Het blijft daarbij niet alleen bij het kennismaken, bij het weten dat internet en nieuwe media bestaan. Op diverse manieren wordt ook de mogelijkheid geboden om een en ander te zien en te testen. Zo werden er vanaf zomer 1999 op massale schaal cd-roms weggeven om gratis een e-mail-account te openen en in te bellen. In maart 2000 was er het landelijke 'internetweekend' met als doelstelling de 80% van de bevolking die nog nooit op internet geweest was, kennis te laten maken met het medium. November 2001 was er ook de Vlaamse ICT-seniorenweek met vergelijkbare doelstellingen, maar specifiek gericht op ouderen.

In diverse steden reden internetbussen rond om bij scholen of allerlei publieke happenings te tonen wat het nieuwe medium allemaal al niet vermag, zoals de cyberbus van het Ministerie van Binnenlandse Zaken of van de hulpverleningsorganisatie Dorcas ([www.cyberbus.nl](http://www.cyberbus.nl)) of de cybertruck van Roccade Public.

Sommige van deze activiteiten richtten zich niet op het brede publiek, maar op specifieke segmenten van de bevolking. Zo zijn er de activiteiten van Technica 10 gericht op meisjes of de activiteiten van SeniorWeb gericht op ouderen. Gestart als project van het Nederlands Platform Ouderen en Europa (NPOE)

had SeniorWeb in 1998 al een netwerk van 350 ambassadeurs. Oudere vrijwilligers trokken na een opleidingsdag het land in om op lokaal niveau leeftijdsgenoten kennis te laten maken met internet via demonstraties en cursussen. Ook landelijk was en is de organisatie actief, zoals bijvoorbeeld op de jaarlijkse 50+ beurs, of de actie tijdens de kabinetsformatie van 1998 ('internet in het AWBZ').

Binnen deze kennismakingsinitiatieven nemen de intergenerationele projecten een bijzondere plaats in, omdat ze twee verschillende doelgroepen bereiken. Zo was er in 2001 het *Jong gedaan, oud geleerd* project van de Openbare Bibliotheek Leiden (Bijl 2002). Onder het motto 'een mens is nooit te oud om te leren' werden in twee zorgcentra internetpunten gerealiseerd. Scholieren van naburige scholen hebben daarbij de ouderen wegwijs gemaakt op internet, onder begeleiding van de bibliotheek.

Ook SeniorWeb hanteerde deze intergenerationele aanpak met bijvoorbeeld het *Junior helpt Senior* boek en het 'help je ouders online' initiatief (zie [www.helpjeoudersonline.nl](http://www.helpjeoudersonline.nl)). In Groningen werd de methode 'Van jong naar oud op internet' gekoppeld aan het opzetten van een bedrijfje door de leerlingen met aandacht voor organisatiestructuur, communicatie en financiën. Zo worden leerpunten voor zowel jongeren als ouderen verknoopt in één project.

De Amerikaanse variant van deze strategie om de jonge generatie te mobiliseren de oude generatie te helpen, is het *Teens Teaching Internet Skills* (TTIS) en een evaluatie van de eerste projecten laat positieve resultaten zien, zowel voor de jongere als oudere deelnemers (Kolodinsky et al. 2002). In een Israëliëse variant op deze strategie wisselen ouderen deze kennis over nieuwe media uit voor hun kennis over geschiedenis (Aphex 2001, 2002).

Deze initiatieven hebben nut gehad. Er werd via pers en media veel geschreven over internet, maar slechts weinigen konden zich in de beginjaren een duidelijk idee vormen van wat het nu eigenlijk was en wat men er als burger mee kon. Deze kennismakingsinitiatieven zijn dan ook te vergelijken met de Ronde van Frankrijk en wielerveden op dorpskermissen, die ruim honderd jaar geleden ontstonden vanuit de behoefte burgers kennis te laten maken met dit nieuwe transportmiddel en te verleiden ervan gebruik te gaan maken, want kijk toch hoe spannend het allemaal kan zijn.

Nu een meerderheid van de bevolking toegang heeft tot internet en de anderen een duidelijker beeld hebben van het medium (of zich dat kunnen vormen bij bureu en familie), is er minder behoefte aan dergelijke kennismakingsactiviteiten. Uit de bijdrage van Klumper en Duimel aan deze bundel blijkt, dat niet alle ouderen heldere beelden hebben bij wat internet is en wat het kan, maar grootschalige kennismakingsinitiatieven zijn in dit stadium minder efficiënt. Elke burger, ongeacht leeftijd, kan wel bij familie, een buur of vrienden kijken wat

internet kan. De focus kan verschuiven van kennismaking naar toegang en gebruik.

### Publieke toegangsplekken

Om burgers toegang te geven tot nieuwe media, werden op diverse plaatsen publieke toegangsplekken georganiseerd, met een vergelijkbare functie als die van de openbare telefooncel: toegang aanbieden voor wie geen eigen toegang heeft. De bekendste daarvan zijn die bij de openbare bibliotheken en de digitale trapveldjes (zie [www.trapveld.nl](http://www.trapveld.nl)). Sommige van deze trapveldjes worden georganiseerd binnen de muren van een openbare bibliotheek, maar velen ook in buurthuizen en dergelijke. Daarnaast zijn er ook commerciële toegangsplekken in de vorm van cybercafés of ‘computerzuilen’ op luchthavens. Waar deze enkele jaren geleden ook gebruikt werden door mensen die met internet wilden kennismaken of er te weinig gebruik van maakten om thuis toegang nuttig te maken, is het gebruik van deze cybercafés nu vooral verschoven naar toeristen en zakenreizigers. Bovendien is er een verschuiving naar het alleen aanbieden van draadloze internettoegang (via WiFi in bijvoorbeeld Starbucks of McDonalds) vanuit de observatie dat steeds meer mensen op stap zijn met de eigen hardware (laptop of ‘personal digital assistant’).

Om de analogie met telefooncellen volledig te maken, verschenen in sommige steden ook op de openbare weg computerzuilen, maar deze werden nooit een succes en zijn in de meeste gevallen met stille trom afgevoerd.

De meeste van dergelijke publieke toegangsplekken zijn niet specifiek gericht op ouderen. Dat is wel het geval met het initiatief om toegangsplekken te organiseren in woonzorgcentra, gestart in 2000. Naast een mogelijkheid tot gebruik van internet hebben deze plekken ook een ontmoetings- en uitwisselingsfunctie. Ouderen ervaren deze gelegenheden als positief, omdat ze er opnieuw bijhoren en met hun familie of jongere vrienden kunnen praten (zie ook het hoofdstuk van Klumper en Duimel in deze uitgave).

### Bezit thuis stimuleren

Nieuwe media gebruiken in een publieke plek is toch wat anders dan gebruik in het huishouden. In een digitaal trapveldje ga je bijvoorbeeld niet snel even elektronisch bankieren, terwijl er elk moment iemand over je schouder kan meekijken. Of je gaat er niet eens rustig naar informatie zoeken over mogelijke scenario’s om je pensioen aan te vullen, als er nog tien wachtenden achter je zijn. Daarom hebben een aantal gemeenten lokaal beleid ontwikkeld om thuisbezit te stimuleren. Die zijn vooral specifiek gericht op huishoudens met kinderen die leven van een bijstandsuitkering. Zo loopt er in Eindhoven het project Webwise, in Arnhem het project ‘pc voor minima’, in Rotterdam het project ‘Computer Thuis’, het pc-privé-project minima in Amstelveen en het pc-privé-project voor alleenstaande ouders in bijstand in Deventer. Er zit veel variatie in het





ambitieniveau van dergelijke plannen, van 25 gezinnen per jaar in Rotterdam tot 1.500 gezinnen per jaar in Amsterdam. Er zit ook enige variatie in de mate waarin deze initiatieven specifiek zijn (alleenstaande ouders of niet, minimaal 110% van de bijstandsnorm of niet, kleine eigen bijdrage of niet), maar het basisidee is steeds dezelfde. Specifiek in deze gezinnen het bezit van pc en internettoegang stimuleren, zou zowel een effect hebben op de sociale activering en arbeidsmarktkansen van de ouders, als de eventuele onderwijsachterstand van de kinderen verkleinen. NIBUD verklaarde in juli 2002, naar aanleiding van een studie dat minima nauwelijks de eindjes aan elkaar kunnen knopen, dat een pc met toegang tot het world wide web als een basisbehoefte kan beschouwd worden in een gezin met kinderen vanaf zes jaar.

Deze vorm van sociale interventie op het terrein van de digitale kloof richt zich op jonge gezinnen in de bijstand, en niet op ouderen. Er zijn ons geen vormen bekend van het stimuleren van thuisbezit bij ouderen vanuit (lokaal) beleid. Wel hebben enkele organisaties specifiek voor ouderen ondersteuning georganiseerd rondom thuisbezit. Zo lanceerde SeniorWeb in 2000 een aankoopgids, waarin de meest voorkomende onderdelen van computers omschreven worden en het geweld van reclametermen getemperd wordt tot hanteerbare proporties.

Niet onbelangrijk is de ondersteuning na aankoop. Bill Gates mag anders beweren, maar technologie is kwetsbaar. Te pas en te onpas 'hangt' de computer, worden we uitgenodigd exotische 'plug in's' te installeren, staren we naar het bekende blauwe scherm, gaan er bestanden verloren en wil het ding niet doen wat het zou moeten doen of wat we ervan verwachten. Kortom, een computer gebruiken is nog steeds een avontuur. Terwijl we rondom het gebruik van de auto een hele industrie zagen ontstaan van dienstverlening (zoals tankstations, ANWB, hulpdiensten en garages voor klein en groot onderhoud), staat de computergebruiker er alleen voor. Juist op dit terrein van de ondersteuning na aankoop hebben oudere burgers meer mogelijkheden. Via de rubriek 'computer en internet' worden tips uitgewisseld en korte handleidingen beschikbaar gesteld. SeniorWeb organiseert bovendien al jaren de *pc-hulp*. Leden kunnen via e-mail ondersteuning krijgen bij het gebruik van de computer en internet. Voor complexe situaties is er pc-hulp aan huis, en komt een van de SeniorWeb-vrijwilligers ter plaatse het computerprobleem oplossen.

### Aangepaste technologie

Niet alle technologie, zoals die in de winkel verkrijgbaar is, kan gebruikt worden door alle burgers. Producten worden meermaals ontwikkeld door een team van jonge en vaardige 'product developers', die in de jacht op innovatie niet stilstaan bij de diversiteit van vaardigheden van gebruikers en diversiteit in gebruiksomgevingen. Het klassieke voorbeeld is ondertussen natuurlijk de mobiele telefoon, met groene en rode knopjes om een gesprek aan te nemen, dan wel

af te wijzen. Door kleurenblindheid zien 8% van de mannelijke gebruikers het verschil tussen beide knoppen niet. Dat is eenvoudig op te lossen door een andere kleurcombinatie te kiezen, of door een redundantie aan symbolen te gebruiken: naast kleur ook een symbool voor praten (een wolkje bijvoorbeeld) en een symbool voor stoppen (een kruis). Diezelfde redundantie van symbolen vinden we bij verkeerslichten voor voetgangers: rood/groen, boven/onder en een stilstaand/lopend mannetje.

Ook in nieuwe technologie kan de toegankelijkheid verhoogd worden door een aantal kleine aanpassingen. Veel daarvan zijn recent opgenomen door softwarebedrijven als Microsoft, Adobe of Corel onder invloed van Amerikaanse wetgeving die overheidsorganisaties niet toelaat technologie te kopen als die niet toegankelijk is voor personen met een functionele beperking (Artikel 508 van de Rehabilitation act, zie [www.section508.gov](http://www.section508.gov)). Omdat deze softwarebedrijven die overheidsmarkt niet willen verliezen, maken ze aanpassingen aan hun producten. Zo heeft Windows al enkele jaren een aantal mogelijkheden op het vlak van toegankelijkheid (in het configuratiescherm).

Nederland lift, net als andere landen, mee op deze ontwikkelingen. Alleen grote markten als de Amerikaanse overheid of de Europese Unie hebben de macht om wereldspelers op de markt van hard- en software aandacht te laten besteden aan toegankelijkheid. Anders is het gesteld met het gefragmenteerde en lokale veld van 'content providers'. Iedere persoon of organisatie die een website bouwt, kan rekening houden met toegankelijkheid, of niet. Dat kan door een aantal eenvoudige regels te respecteren, zoals het steeds voorzien van een alternatieve tekst bij een grafisch element op webpagina's. In Nederland wordt deze manier van aandacht besteden aan toegankelijkheid van websites onder de aandacht gebracht door initiatieven zoals [www.drempelweg.nl](http://www.drempelweg.nl) en [www.accessibility.nl](http://www.accessibility.nl).

Opvallend afwezig op dit terrein is aangepaste software voor ouderen. Terwijl de ongebreidelde mogelijkheden van programma's zoals Microsoft Office zorgen voor toename van complexiteit, is er blijkbaar weinig behoefte om vereenvoudigde software voor ouderen te ontwikkelen. Er zijn wel enkele voorbeelden, zoals 'it's never too late' (zie [www.in21.com](http://www.in21.com)), maar echt populair kunnen ze niet genoemd worden. Microsoft besteedt zelf wel aandacht aan computergebruik door ouderen (zie [www.microsoft.com/enable/aging/](http://www.microsoft.com/enable/aging/)), maar spreekt dan tactisch van baby boomers. Bovendien beperken hun aanpassingen zich tot algemene toegankelijkheid voor gebruikers met functiebeperkingen en zijn ze niet specifiek gericht op ouderen.

Aangepaste technologie beperkt zich niet tot computers en internet, maar omvat ook andere automaten. Zo is de kaartjesautomaat van NS voorzien van een bijgestelde frontplaat op basis van gebruikersonderzoek bij ouderen, en hebben de ouderenbonden actie gevoerd voor uitzondering op de balietoeslag voor men-



sen ouder dan 60 jaar. Ook bij de introductie van pinautomaten speelt toegankelijkheid. Dat zit gedeeltelijk in de hardware van de pinautomaat, zoals leesbaarheid van het scherm of gebruik van reliëf bij de vormgeving van toetsen. Daarnaast wordt de toegankelijkheid verhoogd door bijvoorbeeld het beschikbaar stellen van memokaarten en het zelf kunnen wijzigen van de pincode naar een eenvoudig te onthouden cijfercombinatie.

Een bijzondere eend in deze bijt van aangepaste technologie is de verhalentafel van 'de Waag' (zie [www.verhalentafel.nl](http://www.verhalentafel.nl)). Het fraai vormgegeven meubel 'verbergt' drie computers die eenvoudig te bedienen zijn, er komt geen toetsenbord of muis aan te pas. De oudere gebruikers kunnen er historisch audiovisueel materiaal bekijken en er hun eigen reacties en herinneringen aan toevoegen. Onderwerpen van het beschikbare materiaal zijn afkomstig uit de oude Polygoon-journaals. Thema's variëren van de eerste maanlanding tot de begrafenis van Koningin Wilhemina, van een optreden van Wim Sonneveld tot een preek van de evangelist Tommy Lee Osborne uit 1958. Doordat gekozen is voor materiaal uit 1920-1980, sluit de inhoud aan bij het actieve leven van de hoogbejaarde gebruikers. Dat leidt tot het prikkelen van het geheugen, en tot communicatie tussen de gebruikers die vlot herinneringen ophalen (waar was jij toen ...).

Het eerste exemplaar stond in de gemeenschappelijke ruimte van verzorgingshuis het Twiskehuis in Amsterdam-Noord, maar ondertussen zijn er al meerdere exemplaren in gebruik. Het gaat hier om aangepaste technologie met een specifieke toepassing. Het is evenwel mogelijk om aanvullende toepassingen te bedenken, zoals het toegankelijk maken van digitale fotoboeken van de (achter)kleinkinderen.

### **De vaardige surfer**

Wie ooit op zee gesurft heeft, weet dat daar meer voor nodig is dan een surfplank en een beetje wind. Er komt ook heel wat behendigheid bij kijken en bepaalde vaardigheden zijn vereist. Zo ook met het omgaan met nieuwe media. De veelzijdigheid van computers en internet vertaalt zich in complexiteit van bediening. Het gebruik ervan is minder intuïtief dan bijvoorbeeld dat van een telefoon en vraagt om specifieke vaardigheden. Die zijn benoemd in het Europese Digitale Rijbewijs, de European Computer Driving Licence ([www.ecdl.nl](http://www.ecdl.nl)). Deze is evenwel afgestemd op participatie op de arbeidsmarkt en daarom maar gedeeltelijk relevant voor ouderen. Veel aanbod aan cursussen en cursusinhoud is daarom een creatieve vertaling van ECDL naar de doelgroep ouderen.

Er is een waaier van boeken en cd-roms beschikbaar voor de oudere die zich nieuwe media eigen wil maken. Zo is er de relatief populaire reeks van Addo Stuurs volgens de visual steps-methode (zie [www.visualsteps.nl](http://www.visualsteps.nl)). De website vermeldt daarover dat "Addo Stuur zijn unieke methode van schrijven heeft aangepast aan de specifieke eisen en wensen van senioren op basis van onder-

zoek, verricht door medewerkers van de faculteit der Toegepaste Onderwijskunde (afdeling Instructietechnologie) van de Universiteit Twente.” Zoals de naam doet vermoeden wordt daarin heel grafisch en in kleine stapjes het gebruik van verschillende toepassingen uitgelegd. Daarmee sluit het aan bij de traditie van de minimal manual (Carroll 1990, 2004), een methode van actiegerichtte instructie voor alle beginners op een nieuw terrein. Wat er in het geval van Addo Stuur specifiek voor ouderen aan is, is minder duidelijk, wellicht alleen de marketing.

Op diverse plaatsen worden ook cursussen ontwikkeld en gegeven die ‘zilveren surfers’ helpen bij het eerste gebruik. Voor een groot deel werden deze cursussen georganiseerd door dezelfde organisaties die de eerder genoemde publieke toegangspotentialen organiseren, zoals de openbare bibliotheken (bijvoorbeeld de cursus internet voor senioren van de Bibliotheek Den Haag) en de digitale trapvelden. Een deel wordt door andere organisaties (zoals Educatief 55+) georganiseerd, maar maakt gebruik van deze infrastructuur. In andere gevallen zijn er leercentra voor senioren, bijvoorbeeld ingebed in ROC’s en georganiseerd door SeniorWeb, of wordt tijdelijk gebruik gemaakt van vrijetijdaccommodaties.

SeniorWeb heeft ook online-cursussen die gebruikers van de website gratis kunnen volgen. Een aantal daarvan is gratis door iedereen te gebruiken, andere zijn voorbehouden voor leden van SeniorWeb. Tot het gratis pakket hoort onder meer de cursus internetbankieren, opmerkelijk omdat het niet onmiddellijk de eerste behoefte is van de surfende senior, maar logisch gelet op de jarenlange sponsorrelatie tussen Rabobank en SeniorWeb.

### 3.4 Besluit

In dit hoofdstuk van de ‘surfende senior’ werd aangesloten bij de analyse van Jos de Haan over de gelaagdheid van de digitale kloof. Het gaat niet alleen om toegang, maar ook om gebruik en vaardigheden. Vervolgens werd stilgestaan bij de vraag of variatie in toegang en gebruik altijd problematisch is, en of ouderen wel zo nodig allemaal aan internet moeten. Wat heeft mijn vader van 80 daar nu nog aan, waarom zou hij zich door die moeilijke leercurve worstelen?

Onze argumentatie is dat beleid inzake ouderen en internet gerechtvaardigd is naarmate toegang tot nieuwe media essentiële bouwstenen worden voor participatie in de samenleving, naarmate het afwezig zijn van toegang en gebruik leidt tot sociale ongelijkheid. In dit hoofdstuk zijn diverse voorbeelden aangedragen die laten zien dat het voor ouderen (en ook andere bevolkingsgroepen) die niet online zijn, moeilijker wordt om aan bepaalde informatie te komen en dat het financiële en sociale nadelen oplevert. Dat beleid moet een dubbel karakter hebben, te weten aandacht besteden aan het verdwijnen van oude technologie en ‘oude’ dienstverlening (denk aan loketdiensten) en het verleiden van

ouderen tot het opnemen van nieuwe technologie (via kennismaking, via toegang, via aangepaste technologie, via vaardigheden). Helaas zien we dat de maatschappelijke aandacht zich al te sterk richt op nieuwe media en er vrijwel geen aandacht is voor beleid op oude technologie. Het streven naar grotere verspreiding van nieuwe technologie en hoog scores in de Europese doelstellingen domineert blijkbaar op sociale doelstellingen. De informatie-economie heeft vooralsnog een hoger soortelijk gewicht dan de informatiesamenleving.

### Literatuur

- Aphek, E. (2001). Minimizing the digital divide and the inter-generation gap. *Ubiquity*(29), [http://www.acm.org/ubiquity/views/e\\_aphek\\_1.html](http://www.acm.org/ubiquity/views/e_aphek_1.html)
- Aphek, E. (2002). View from Israel: The Intergeneration Project. *Ubiquity*, 21, [http://www.acm.org/ubiquity/views/e\\_aphek\\_2.html](http://www.acm.org/ubiquity/views/e_aphek_2.html)
- Bauer, M. (red.) (1995). *Resistance to new Technology - nuclear power, information technology and biotechnology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bijl, L. (2002). *Handleiding intergenerationeel project 'jong gedaan, oud geleerd'*. Leiden: Openbare bibliotheek Leiden.
- Breedveld, K. en A. van den Broek (red.) (2001). *Trends in de tijd, een schets van recente ontwikkelingen in tijdsbesteding en tijdsordening*. Den Haag: SCP.
- Carroll, J. (1990). *The Nurnberg funnel: designing minimalist instruction for practical computer skill (technical communication, multimedia, and information systems)*. Cambridge: MIT.
- Carroll, J. (red.) (2004). *Minimalism Beyond the Nurnberg Funnel*. Cambridge: MIT.
- Van Dijk, L., J. de Haan en S. Rijken (2000). *Digitalisering van de leefwereld, een onderzoek naar informatie- en communicatietechnologie en sociale ongelijkheid*. Den Haag: SCP.
- Kolodinsky, J., M. Cranwell en E. Rowe (2002). Bridging the Generation Gap Across the Digital Divide: Teens Teaching Internet Skills to Senior Citizens. *Journal of Extension*, 40(3), <http://www.joe.org/joe/2002june/rb2002.html>.
- Rogers, E. (2003). *Diffusion of innovations* (5 ed.). New York: Free press.
- Schumpeter, J.A. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Harper.
- Sennett, R. (1998). *The corrosion of character; Personal consequences of work in the new capitalism*. New York: Norton.
- Van Winden, W. (2003). *Essays on Urban ICT Policies*. Rotterdam: Tinbergen Institute.