

Over goede burens en verre vrienden in het online tijdperk

Nina Schaap
Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid
nina.schaap@minienm.nl

Sascha Hoogendoorn-Lanser
Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid
sascha.hoogendoorn@minienm.nl

Jaco Berveling
Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid
jaco.berveling@minienm.nl

**Bijdrage aan het Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk
20 en 21 november 2014, Eindhoven**

Samenvatting

Over goede burens en verre vrienden in het online tijdperk

Sociale contacten zijn een belangrijk onderdeel van ons leven en daarmee een relevante *driver* achter een gedeelte van onze mobiliteit. Niet alleen reizen we vaak voor sociale doeleinden, sociale contacten helpen ook om ons ergens thuis te voelen. Maar de manier waarop we sociale contacten leggen en onderhouden en de activiteiten die we met onze vrienden en kennissen samen ondernemen zijn mogelijk aan grote veranderingen onderhevig door de sterke opkomst van vele sociale toepassingen van het internet. Op basis van literatuur en de data uit het eerste jaar van het Mobiliteitspanel Nederland (MPN) duiken we daarom in de wereld van de online sociale netwerken.

De resultaten van onze analyses laten zien dat het internet inderdaad een aantoonbare impact heeft op sociale relaties en de verplaatsingen die we maken om deze contacten te onderhouden. Door het gebruik van internet breiden mensen hun sociale netwerken uit, zeker de mensen die gebruik maken van datingsites.

Tegelijk blijkt dat het internet zowel positieve (stimulerende) effecten als negatieve (afremmende) effecten heeft op de mobiliteit. Zo reizen sommige mensen verder omdat hun nieuwe (online) vrienden verder weg wonen, maar gaan anderen minder vaak hun huis uit omdat zij via internet nieuwe contacten op kunnen doen en niet meer naar een kroeg of andere ontmoetingsplaats hoeven te gaan. Een belangrijke conclusie is dus dat het kunnen uitvoeren van sociale activiteiten via het internet zowel tot een toename als een afname en een verandering van de mobiliteit leidt. Over het algemeen kunnen we stellen dat de contacten die via het internet worden opgedaan gemiddeld iets verder weg wonen dan de traditionele offline contacten, maar dat weerhoudt mensen er niet van om af en toe wat verder te reizen.

Ook al zijn de resultaten uit het MPN soms verrassend, we zien geen drastische veranderingen in de manier waarop mensen hun sociale netwerken onderhouden of de mate waarin ze reizen voor deze sociale contacten. Er is in ieder geval geen reden om de Dikke Van Dale te herschrijven: het spreekwoord "een goede buur is beter dan een verre vriend" zal echt nog wel even standhouden.

1. Inleiding

Sociale contacten zijn een belangrijk onderdeel van ons leven en daarmee een relevante *driver* achter een gedeelte van onze mobiliteit. Niet alleen reizen we vaak voor sociale doeleinden, sociale contacten zijn ook een manier om je ergens thuis te voelen. Maar de manier waarop we sociale contacten leggen en onderhouden en de activiteiten die we met onze vrienden en kennissen samen ondernemen zijn aan verandering onderhevig door de sterke opkomst van vele sociale toepassingen van het internet. Was e-mailen 20 jaar geleden nog een betrekkelijk nieuw fenomeen, inmiddels buitelen de nieuwe sociale applicaties over elkaar heen, geeft de term "Whatsapp" inmiddels zelfs meer Nederlandstalige zoekresultaten (10 miljoen) dan "mobiele telefoon" (7,5 miljoen), bereiken gebruikersaantallen van sociale media een recordhoogte, en zijn sommige sociale media zelfs alweer ter ziele gegaan.

In dit artikel kijken we in hoeverre internet invloed heeft op ons sociale leven. Dat een goede buur beter is dan een verre vriend weten we al langer. Maar hoe passen online vrienden in deze vergelijking? Verandert het internet de omvang en kwaliteit van onze sociale contacten? En wat betekent een mogelijke verandering in de vriendschapsband voor de mobiliteit voor sociale contacten? Deze vragen zullen we in dit artikel beantwoorden op basis van de antwoorden op stellingen uit het Mobiliteitspanel Nederland (MPN) en de literatuur over sociale netwerken en de rol van het internet.

Dit artikel zit als volgt in elkaar. In het volgende hoofdstuk kijken we eerst naar de mogelijke effecten die het uitvoeren van online activiteiten kunnen hebben op mobiliteit. In hoofdstuk 3 introduceren we een nieuwe bron voor dit type onderzoek, het Mobiliteitspanel Nederland. Vervolgens leggen we een theoretische basis over sociale netwerken en het gebruik van internet hiervoor (hoofdstuk 4), waarna we inzoomen op de verschillen tussen face-to-face (offline) netwerken en online netwerken. Daarbij kijken we achtereenvolgens naar de omvang van de sociale netwerken (hoofdstuk 5), de kwaliteit van de contacten in die netwerken (hoofdstuk 6) en de verplaatsingen die we maken voor deze contacten (hoofdstuk 7). Vervolgens trekken we in hoofdstuk 8 onze conclusies: is een goede buur nog steeds beter dan een verre vriend, of heeft het internet onze sociale netwerken dramatisch veranderd?

2. Mobiliteitseffecten van online activiteiten: vier mogelijke richtingen

De eerste gedachte die vaak opkomt bij het vergelijken van offline en online activiteiten, is dat het uitvoeren van offline activiteiten verplaatsingen vergt die voor online activiteiten niet meer nodig zijn. Ook bij het onderhouden van sociale contacten is dit een logische gedachte. Zo kunnen mensen via hun computer een potentiële partner leren kennen, waardoor ze niet meer naar de kroeg hoeven; kunnen ze via Skype met vrienden in Australië of de Antillen praten zonder het vliegtuig in te hoeven; en kunnen ze de nieuwste films eenvoudig downloaden, waardoor ze niet meer naar de bioscoop hoeven te gaan met hun vrienden. Dit zogenaamde substitutie-effect is echter niet het enige effect dat het internet kan hebben op mobiliteit. Activiteiten op het internet kunnen ook op een andere manier effect hebben op mobiliteit, bijvoorbeeld doordat mensen door hun verbondenheid via het internet beter weten waar hun vrienden zijn (Berveling et al,

2014). Salomon (1986) en Mokhtarian (2002) hebben 4 typen mobiliteitseffecten van online activiteiten onderscheiden: substitutie, complementariteit, neutraliteit en modificatie. De vier effecten kunnen tegelijk optreden bij een bepaalde activiteit, en dus kan het lastig zijn om een netto-effect te bepalen. In dit artikel kijken we apart naar alle vier de typen effecten. Een totaal netto-effect zullen we nog niet kunnen vaststellen, maar door de vier typen effecten te ontrafelen proberen we een stap dichterbij de mobiliteitseffecten van online sociale netwerken te komen.

3. Nieuwe databron: het Mobiliteitspanel Nederland (MPN)

3.1 Opzet van het MPN

Voor het onderzoek naar de relatie tussen het opbouwen en onderhouden van sociale contacten via het internet en mobiliteit, is gebruik gemaakt van data uit het Mobiliteitspanel Nederland (MPN). Het MPN is een longitudinaal huishoudpanel, dat in 2013 is gestart door het Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid in samenwerking met de Universiteit Twente en Goudappel Coffeng. Het MPN is erop gericht het inzicht te vergroten in de factoren die een rol spelen bij veranderingen in verplaatsingsgedrag. Hierbij kan gedacht worden aan life-events, zoals als verhuizen, kinderen krijgen of van baan veranderen, of aan mobiliteitsgerelateerde veranderingen, zoals het kopen van een nieuwe auto of een toe- of afname in thuiswerken. Het MPN omvat verschillende groepen Nederlanders, zoals jongeren, gezinnen met jonge kinderen en ouderen. Deze kennis en inzichten kunnen gebruikt worden om bij het vormgeven van beleid beter in te spelen op mobiliteitsveranderingen en bij het kalibreren van verkeers- en vervoersmodellen.

Per huishouden vult jaarlijks één persoon een huishoudvragenlijst in. Daarnaast vult iedereen in het huishouden van 12 jaar of ouder een persoonsvragenlijst in. Vervolgens houdt iedereen in een dagboekje gedurende drie opeenvolgende dagen bij welke locaties heeft zij bezocht heeft, wat hij daar gedaan heeft hoe laat hij is aangekomen en vertrokken en op welke wijze hij zich tussen de verschillende locaties verplaatst heeft. De MPN dataset voor 2013 bevat 7760 respondenten (0+ jaar). Voor een uitgebreidere beschrijving van het MPN zie Hoogendoorn-Lanser et al. (2013).

3.2 Vragenlijst en stellingen internetgebruik

In 2013 is in de persoonsvragenlijst een set vragen opgenomen die bedoeld is om de invloed van internetgebruik op mobiliteit in kaart te brengen. In 2015 zal deze vragenlijst opnieuw worden opgenomen, om niet alleen cross-sectie maar ook longitudinaal naar dit onderwerp te kunnen kijken.

6126 personen (12 jaar of ouder) hebben de gehele persoonsvragenlijst ingevuld. Van hen hebben 5878 respondenten aangegeven het internet tenminste 1 keer per kwartaal te gebruiken voor relevante sociale activiteiten (sociale contacten onderhouden via e-mail / netwerksites / videochatten / instant messaging / chatten, daten via datingsites en het gebruikmaken van online entertainment). Hieruit zijn random 2825 respondenten geselecteerd, die de uitgebreide set vragen over het onderhouden van sociale contacten en vrijetijdsbesteding via internet volledig hebben ingevuld. Deze vragenlijst bevatte vragen over het gebruik van internet voor het maken en onderhouden van sociale contacten. Daarnaast kregen de respondenten stellingen voorgelegd over de effecten

hiervan op de kwaliteit en kwantiteit van hun sociale contacten en de rol van mobiliteit hierin.

4. Over sociale netwerken

4.1 Waar hebben we het over?

Mensen gebruiken vele termen voor de sociale relaties die ze met elkaar onderhouden: vrienden, kennissen, bekenden en contacten, om maar een paar te noemen. Impliciet bevatten deze termen informatie over de exclusiviteit en kwaliteit van deze contacten, maar een duidelijk onderscheid is er niet te maken. We spreken in dit artikel daarom over sociale netwerken als overkoepelende term voor alle actieve sociale contacten, of ze nou offline of online tot stand zijn gekomen en/of worden onderhouden. Door het hele artikel heen maken we daarnaast onderscheid tussen de kwantiteit van contacten en de kwaliteit daarvan in deze sociale netwerken.

De term 'sociaal netwerk' wordt vaak ook gebruikt voor internetapplicaties waarmee mensen in een online netwerk met elkaar zijn verbonden, een variant van sociale media. Om duidelijkheid te scheppen over welke variant we bedoelen, zullen we deze laatste netwerken aanduiden met de term 'sociale media/netwerksites'.

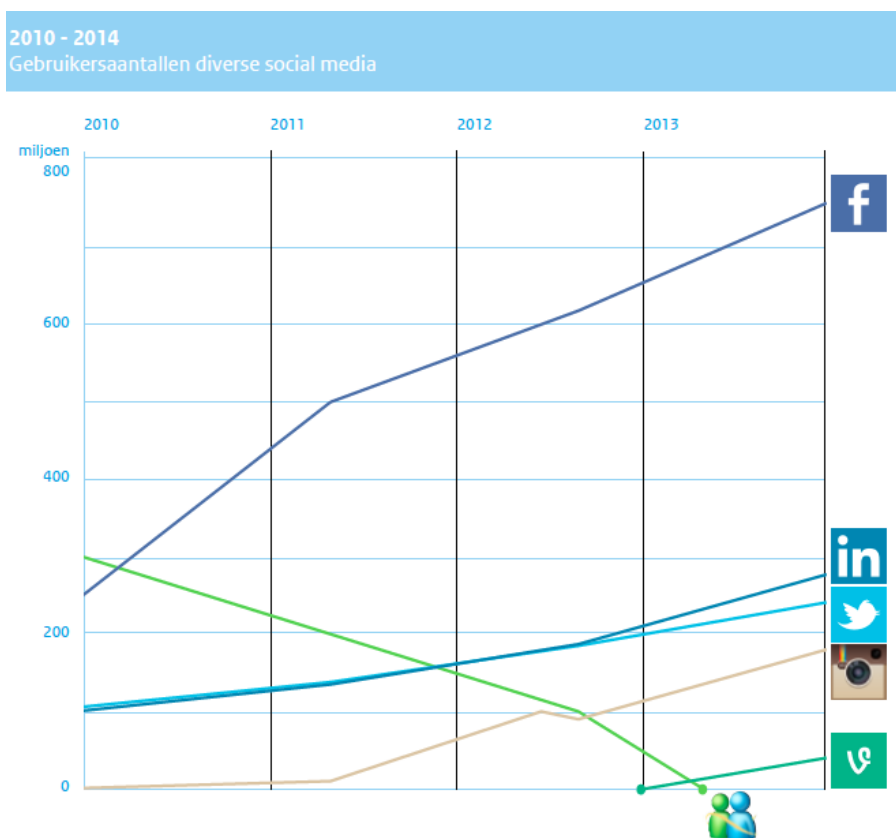
4.2 De snelle opkomst van bepaalde sociale media/netwerksites (en de ondergang van andere)

Vrijwel iedere Nederlander (95%; CBS, 2013) heeft toegang tot het internet. Nederland loopt daarmee voorop in Europa. Ook onderweg hebben steeds meer mensen toegang tot internet: in 2013 gebruikte al 58% van de Nederlanders een smartphone. Een ruime meerderheid van de Nederlanders, 88%, gebruikt internet dan ook vrijwel dagelijks. Mensen gebruiken internet vooral voor communicatie en het zoeken van informatie (CBS, 2013).

Ook online platforms voor sociale interactie zijn populair. Er zijn inmiddels honderden verschillende online sociale platforms, zoals sociale media/netwerksites, wiki's, blogs en discussiegroepen. De platforms maken bovendien snelle ontwikkelingen door: wat vandaag populair en actueel is, kan morgen verdwenen zijn. Onder een 'sociaal netwerk' (sociaal medium) wordt door het CBS de mogelijkheid verstaan om op een website contacten te leggen met andere deelnemers en berichten en bestanden uit te kunnen wisselen. In 2013 waren ruim zeven op de tien Nederlandse internetters op een sociaal medium/netwerksite actief en het gebruik ervan neemt nog steeds toe. Onder jongeren (12-24 jaar) is het gebruik hoog (ruim 90%), maar gestabiliseerd, terwijl het onder oudere leeftijdsgroepen (25 jaar en ouder) de laatste jaren alleen maar is gestegen (CBS, 2014). Wereldwijd is Facebook het meest populaire sociale medium/netwerksite. Op een gemiddelde dag versturen 1,4 miljard Facebookgebruikers samen 10 miljard Facebookberichten, 'liken' ze meer dan 6 miljard keer en uploaden ze 350 miljoen foto's (Marketingfacts, 2014).

Om aan te geven hoe snel de ontwikkelingen gaan en hoe groot de veranderingen in de sociale media/netwerksites zijn, gaan we een paar jaar terug in de geschiedenis. Figuur 1 toont de omvang van zes bekende sociale media/netwerksites over een periode van 4

jaar. Van boven naar onder staan de iconen voor Facebook (een sociaal medium/netwerksite voor puur sociale contacten), LinkedIn (een sociaal medium/netwerksite voor voornamelijk zakelijke contacten), Twitter (een medium waarmee berichten en foto's verstuurd kunnen worden naar andere gebruikers), Instagram (een sociaal medium/netwerksite waarin het delen van foto's centraal staat), Vine (een nieuw sociaal medium dat stoelt op het maken en uitwisselen van korte videoclips) en MSN (een sociaal medium dat vooral gebruikt werd voor zijn online chat applicatie Messenger). Zoals het plaatje toont is het grootste sociale medium van 2010 (MSN) alweer ter ziele, terwijl nieuwe sociale media in een aantal maanden een groot deel van de markt kunnen veroveren. Ook laat het plaatje zien dat niet alleen de functie van het medium een rol speelt: de dip die Instagram halverwege 2012 laat zien is toe te schrijven aan een wijziging in hun privacy-voorwaarden (International Business Times, 2013).



Figuur 1 Gebruikersaantallen van sociale media 2010 - begin 2014.

5. De omvang van offline en online sociale netwerken

Sociale netwerken (en vriendschappen in het bijzonder) spelen zoals gezegd een belangrijke rol in het leven van mensen, en het intensieve gebruik van internet zal aan dat gegeven niet veel veranderen. Maar het is interessant om te weten hoeveel vrienden of contacten mensen eigenlijk hebben, hoeveel tijd ze aan het onderhouden van hun sociale netwerken besteden, en of dit verandert door het internet.

5.1 Eerdere studies over de omvang van sociale netwerken

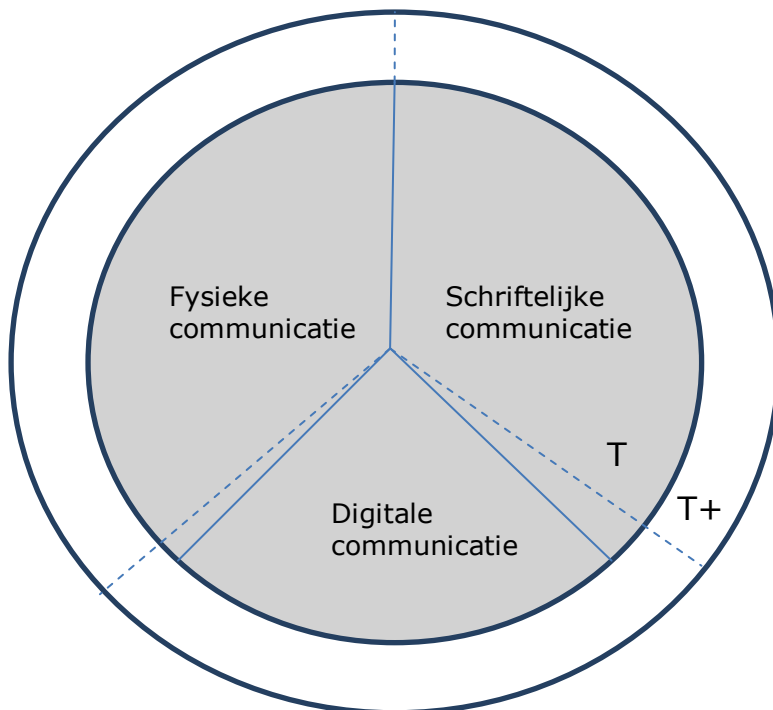
De hoeveelheid tijd besteed aan face-to-face contacten neemt in Nederland al jaren af. Besteedden Nederlanders van 12 jaar of ouder in 1975 gemiddeld iets meer dan 11 uur per week aan het onderhouden van hun face-to-face contacten, in 2011 was dit gedaald tot minder dan 6 uur per week (Cloïn et al., 2013). Die daling heeft zich al ruim voor de komst van internet ingezet en kan dus niet alleen worden toegeschreven aan het feit dat we via internet zijn gaan communiceren (Cloïn et al., 2013). Toch zegt deze tijdsbesteding nog niets over de omvang van de actieve sociale netwerken die mensen onderhouden. Het meten van de omvang actieve face-to-face sociale netwerken is overigens op zich al een uitdaging. Dit heeft er onder andere mee te maken dat vriendschappen en sociale contacten niet via een vast patroon verlopen: sommige vrienden kunnen tijden geen contact met elkaar onderhouden, maar wel een actieve vriendschap hebben, terwijl andere contacten wel in het adresboekje kunnen staan, maar de vriendschappen eigenlijk al lang geleden zijn verwaterd.

Hill en Dunbar (2003) onderzochten de omvang van sociale netwerken daarom aan de hand van het aantal verstuurde kerstkaarten. Het bleek dat de deelnemers aan het onderzoek rond de 150 individuen in hun netwerk hadden. Circa 20% van het netwerk bestaat uit familieleden, circa 60% uit vrienden en de rest uit collega's en burens. Overigens zijn die 60% niet allemaal goede vrienden; mensen hebben in hun leven slechts ruimte voor 4 tot 6 hechte, diepe vriendschappen (Dunbar, 2012). Er zit dus een grens aan het aantal face-to-face contacten dat mensen er op na kunnen houden.

Door de komst van internet, en vooral de sociale media, is het de vraag of die maximale omvang van netwerken niet kan worden doorbroken. Het wordt immers makkelijker om anderen te bereiken, en communicatie wordt laagdrempeliger. Daarnaast hoeven mensen door tussenkomst van het internet niet langer tegelijkertijd te communiceren om toch snel en relatief direct contact te kunnen hebben: het is eenvoudig berichten te posten of versturen die op een later tijdstip door anderen gelezen worden, en de verzendtijd van de vroegere brief is daarbij verdwenen. Iedereen kan dus op zijn eigen tijdstippen deelnemen en reageren.

Het blijkt inderdaad dat mensen door internet (en ICT in het algemeen) meer met elkaar communiceren (Mokhtarian, 1990), zie figuur 2. De vorm van communicatie verschuift dels van traditionele manieren naar online communicatie, maar overall is er vooral een toename te zien van de hoeveelheid communicatie (Mokhtarian, 1990).

Toch zijn er factoren die er toe bijdragen dat mensen met behulp van internet hun sociale netwerken proberen uit te breiden. Sommige mensen verwachten bijvoorbeeld dat ze met het bezitten van veel Facebook-vrienden indruk maken en dat het hun status verhoogt. Dat blijkt slechts tot op zekere hoogte het geval (Tong et al., 2008). Je wordt als Facebook-gebruiker populairder naarmate je meer vrienden hebt, maar er zit wel een maximum aan. Het optimum ligt op ongeveer 300 vrienden; mensen met meer dan 300 Facebook-vrienden zijn minder populair en scoren laag op 'sociale aantrekkelijkheid'. Niemand gelooft dat dat allemaal 'echte' vrienden kunnen zijn.



Figuur 2 Door ICT verschuift de verhouding tussen digitale, schriftelijke en fysieke communicatie, in totaal vindt er meer communicatie plaats (Mokhtarian, 1990).

5.2 Resultaten uit het MPN

Respondenten in het MPN geven aan dat ze door het internet meer mensen hebben leren kennen dan daarvoor. Maar liefst 31% van de respondenten geeft te kennen meer contacten te hebben door het internet. Er is hierin geen verschil te zien voor mannen en vrouwen. Als we inzoomen op de mensen die sociale media/netwerksites gebruiken tekent dit beeld zich nog sterker af: maar liefst 56% van deze respondenten geeft aan dat hun sociale netwerk groeit door het gebruik van netwerksites en dat de nieuwe online contacten die ze daar op doen naast bestaande offline contacten gaan bestaan. Voor 9% daarentegen vervangen online contacten sommige offline contacten en neemt hun sociale netwerk dus netto niet toe.

Een vrij specifieke vorm van het ontmoeten van mensen via internet betreft het internetdaten. Het aandeel respondenten uit het MPN dat aangeeft te internetdaten is slechts 1,1%, maar bijna de helft van hen (48%) ontmoet daardoor wel meer mensen face-to-face. Met andere woorden, internetdaten breidt hun actieve sociale netwerk uit.

6. De kwaliteit van offline en online sociale netwerken

6.1 Eerdere studies over de kwaliteit van sociale contacten

Voor begrip over de kwaliteit van sociale netwerken, is het begrip *sociaal kapitaal* relevant. Dit verwijst naar de sociale netwerken van individuen en al de hulpbronnen die ze via deze netwerken kunnen mobiliseren. Binnen sociale netwerken zijn er sterke en zwakke onderlinge banden ('strong ties' en 'weak ties'), en die zijn afhankelijk van de hoeveelheid tijd die in de relatie wordt geïnvesteerd, de emotionele intensiteit, de intimiteit en de wederkerigheid van de relatie (Granovetter, 1973; Granovetter, 1983). Zowel sterke als zwakke banden kunnen echter bijdragen aan het totale sociale kapitaal

van iemand. Zwakke relaties (zoals vage kennissen) kunnen nuttige informatie opleveren (bijvoorbeeld tips voor wie op zoek is naar een andere baan); sterke relaties (goede vrienden) bieden emotionele steun in moeilijke tijden.

Concepten als sociaal kapitaal en sterke en zwakke banden zijn ook van toepassing voor de online wereld. Ook online heb je sterke en zwakke banden. Toch bestaat het impliciete onderscheid in termen voor vriendschappen waar we eerder aan refereerden (vrienden, kennissen) in online netwerken niet, en dat heeft zo zijn weerslag op hoe we met sommige van onze online contacten omgaan. De term 'vriend' wordt bijvoorbeeld online echt anders beleefd dan offline. Een mooie anekdote hierover komt uit 2009. In dat jaar startte de hamburgerketen Burger King in de Verenigde Staten de 'Whopper Sacrifice'-campagne. Iedereen die bereid was op Facebook tien vrienden te 'ontvrienden' kreeg een gratis hamburger (een Whopper, die in Nederland €3,75 kost). De campagne werd een groot succes: in korte tijd kwam aan 234.000 'vriendschappen' een einde (Quenqua, 2009). In datzelfde jaar was 'unfriend', of ontvrienden, zelfs het Amerikaanse woord van het jaar, volgens het New Oxford American Dictionary (Reuters, 2009).

Dit wijst in de richting van verminderd sociaal kapitaal in sociale netwerken, al is het geen sterk bewijs. Sommige onderzoekers wijzen er op dat de interacties via sociale media vooral met *bestaande* vrienden plaatsvinden (Wellman et al., 2001; Lampe et al., 2006; Boyd en Ellison, 2008). Het komt maar weinig voor dat contacten die online zijn opgedaan het schoppen tot offline vrienden. Ook laten verschillende studies een negatieve invloed zien van online sociale netwerken op relaties en welzijn in het algemeen. Zo wijst men erop dat de tijd die aan het internet wordt besteed ten koste gaat van meer betekenisvolle face-to-face contacten. Online-contacten zijn van een andere orde omdat hierbij maar een beperkt aantal zintuigen gebruikt kunnen worden (geluid of zicht), terwijl bij fysieke contacten alle zintuigen aan bod komen (ook geur en tast). Wanneer mensen gevraagd wordt de kwaliteit van verschillende vormen van communicatie te beoordelen (fysiek contact, telefoon, Skype video conferencing, sms, sociale media en e-mail) dan blijkt dat mensen fysiek contact en Skype de meest bevredigende vormen vinden. Fysiek contact maakt het meest gelukkig (Vlahovic et al. 2012).

Toch zijn er ook onderzoeken waaruit blijkt dat het internet voor een toename van sociaal kapitaal zorgt. Het internet stelt mensen in staat om tegen lage kosten contact te zoeken met vrienden en bekenden. Ze kunnen vaak contact leggen, allerlei persoonlijke dingen uitwisselen (zoals foto's en filmpjes) en makkelijker afspreken om elkaar in levende lijven te ontmoeten. Sociale media maken het immers mogelijk op een efficiënte manier contacten te onderhouden, waardoor ook kennissen en bekenden betekenisvol kunnen worden. Onderzoek laat zien dat mensen de sociale banden die online ontstaan weliswaar vaak niet te vergelijken vinden met face-to-face contacten, maar contacten die bijvoorbeeld door Facebook ontstaan kunnen wel degelijk bijdragen aan een gevoel van verbondenheid (social connectedness). Gebruikers van Facebook die hoog scoren op 'social connectedness' (actieve gebruikers die zich bij andere Facebook-gebruikers betrokken voelen) hebben minder last van depressies en angsten. Ze rapporteren ook een grotere tevredenheid met hun leven (Grieve et al, 2013).

Zelfs op het werk spelen sociale contacten een grote rol. Het is de afgelopen jaren een stuk eenvoudiger geworden om op afstand (bijvoorbeeld thuis, in een andere vestiging van de organisatie of in een flexkantoor) te werken. Het aandeel telewerkers is tussen 2008 en 2012 toegenomen van 27 tot 32% (Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid, 2014), maar het contact met collega's is een belangrijke barrière voor een verdere toename van werken op afstand (o.a. AVV, 2004; Erasmus Universiteit, 2012; Ernst & Young, 2011; Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid, 2014; TNS Nipo, 2006). Of om met de woorden van een van de deelnemers van een focusgroepstudie te spreken: "Thuiswerken gaat ten koste van de relatie en communicatie met collega's" (Veldkamp, 2013). Deze behoefte aan face-to-face contact leidt er toe dat er een natuurlijk maximum zit aan het aantal volledige werkdagen dat mensen thuiswerken (AVV, 2004; Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid, 2014). Bij mensen die meer dan 2,5 dag per week telewerken, begint het gebrek aan face-to-face contact zich op den duur te wreken (Gajendran en Harrison, 2007).

6.2 Resultaten uit het MPN

Zoals we al eerder zeiden scoren videochatten (Skype) en fysieke ontmoetingen het best op ervaren kwaliteit van communicatie (Vlahovic et al. 2012). Ook de MPN-respondenten videochatten regelmatig, maar liefst 28% gebruikt dit middel vaker dan eens per kwartaal om contacten op afstand te onderhouden. En met effect: respondenten die regelmatig videochatten geven aan dat ze vaker echte vriendschappen ontwikkelen met mensen die ze kennen via internet, dan mensen die hiervoor vrijwel nooit videochat gebruiken. Zo maakt slechts 8% van de mensen die andere middelen dan videochatten gebruiken nieuwe echte vrienden via het internet, tegenover 17% van de mensen die wel videochatten. Bij het gebruik van sociale netwerksites zijn de verschillen aanzienlijk kleiner: mensen die wel gebruik maken van sociale media/netwerksites doen in ongeveer 13% van de gevallen nieuwe échte vrienden op (in plaats van vage kennissen), terwijl dat voor de mensen die geen gebruik maken van netwerksites op ongeveer 9% ligt

Ook geeft bijna een vijfde van de respondenten aan zijn of haar vrienden vaker in het echt te zien doordat ze ook contact met hen hebben via het internet; van de jongvolwassenen (18- 30 jaar) is dit maar liefst 28%. Hiervoor kunnen meerdere verklaringen zijn. Mogelijk versterkt de laagdrempelige communicatie via internet de vriendschapsband, en willen mensen elkaar daardoor vaker zien. Ook is het eenvoudiger is geworden om af te spreken (73% van de jongvolwassenen geeft dit aan), waardoor de ontmoeting zelf eenvoudiger tot stand komt. Driekwart van de jongvolwassenen antwoordt bovendien dat ze beter weten waar en wanneer iets leuks te doen is; mogelijk is dit ook een stimulans om vaker met anderen een sociale activiteit te ondernemen. Wat de reden ook is, er is een duidelijke link te zien tussen het online onderhouden van contacten en de kwaliteit van offline contacten.

7. Mobiliteitseffecten van online sociale netwerken

7.1 Eerdere studies over de mobiliteitseffecten van online sociale netwerken

Vrienden maken en contacten onderhouden betekent nog niet dat je ze ook daadwerkelijk gaat opzoeken. Cho et al. (2011) laten zien dat sociale relaties ongeveer 10-30% van alle menselijke mobiliteit verklaren. Bij een groter sociaal netwerk zou het kunnen dat je inderdaad meer reist om al die contacten te onderhouden. Of dit ook

daadwerkelijk het geval is hangt van een aantal factoren af, onder andere het gemak waarmee je je vrienden kunt vinden. Er komen steeds meer applicaties op de markt met de mogelijkheid om te zien waar familie, vrienden en bekenden zijn. Met behulp van locatieservices in apps en door de directere en toenemende communicatie tussen mensen die we eerder omschreven, weten mensen beter waar andere gebruikers in hun sociale netwerk zich bevinden. Welke consequenties dit heeft voor mobiliteit is nog niet duidelijk; zie voor een eerste verkenning Berveling et al. (2014). Toch zijn gemak en kennis niet de enige factoren die bepalen of mensen meer of minder gaan reizen voor hun sociale contacten – tijd en geld spelen eveneens een belangrijke rol, net als de moeite die je wilt ondernemen om iemand op te zoeken. Niet met elk contact heb je evenveel face-to-face contact: de kwaliteit van online contacten speelt hierin ook een grote rol.

Uit ander onderzoek blijkt bovendien dat mensen door het gebruik van ICT eerder meer, dan minder mobiel zijn. Face-to-face contact en fysieke reizen nemen eerder toe dan af. Mensen vinden fysiek contact nog steeds erg belangrijk. Voor zinvol contact, gebaseerd op vertrouwen, blijven fysieke ontmoetingen noodzakelijk (Tillema et al., 2010).

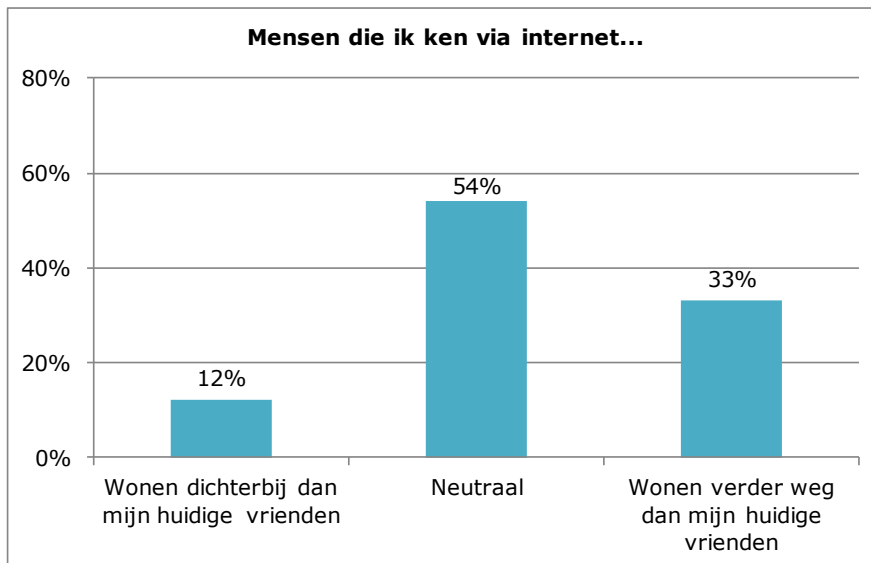
7.2 Resultaten uit het MPN

Het onderhouden van sociale netwerken via het internet heeft niet alleen zijn weerslag op de kwantiteit en kwaliteit van de contacten, maar op basis van de eerste resultaten van het MPN kunnen we ook concluderen dat het zijn weerslag heeft op mobiliteit. Zoals we in hoofdstuk 2 al schetsten, is het niet eenvoudig om een eenduidig antwoord te geven op de vraag of internet verplaatsingen vervangt of niet. Er zijn vier verschillende typen effecten (substitutie, complementariteit, modificatie en neutraliteit) en die effecten kunnen ook nog tegelijk plaatsvinden.

We zien inderdaad dat er substitutie optreedt, bijvoorbeeld bij het ontmoeten van mensen. 18% van de internetdaters uit het MPN antwoordt bijvoorbeeld op de stellingen dat ze minder de deur uit gaan door internetdaten, omdat ze van achter de computer nieuwe contacten kunnen leggen en daarvoor niet naar een kroeg of andere sociale ontmoetingplaats hoeven te gaan. Ook door het gebruik van online entertainment zien we een dergelijk substitutie-effect ontstaan. Meer dan een derde van de mensen (35%) die gebruik maken van online entertainment (online streamen van films, gaming, tv-on-demand) geeft aan daardoor minder vaak naar de bioscoop te gaan – dit zijn overigens vooral mannen. Bij hen is er dus sprake van verminderde mobiliteit voor deze specifieke sociale activiteit.

Naast deze duidelijke substitutie is ook een complementariteitseffect (internet zorgt voor meer verplaatsingen) is terug te vinden in de data. Zo antwoordt 13% van de respondenten op de stellingen dat ze langere ritten (met auto of openbaar vervoer) maken dan vroeger doordat ze via internet mensen heb leren kennen die verder weg wonen. Voor iets meer dan 2% geldt dat ze meer vliegvluchten maken dan voorheen, doordat ze mensen hebben leren kennen via internet die ver weg wonen. Een derde van de respondenten die mensen leert kennen via internet geeft aan dat deze online contacten over het algemeen verder weg wonen dan hun huidige contacten (figuur 3). De meerderheid zegt dat huidige en nieuwe contacten ongeveer even ver weg wonen. Hoewel het om een kleine groep gaat, is het een relevant signaal dat online sociale

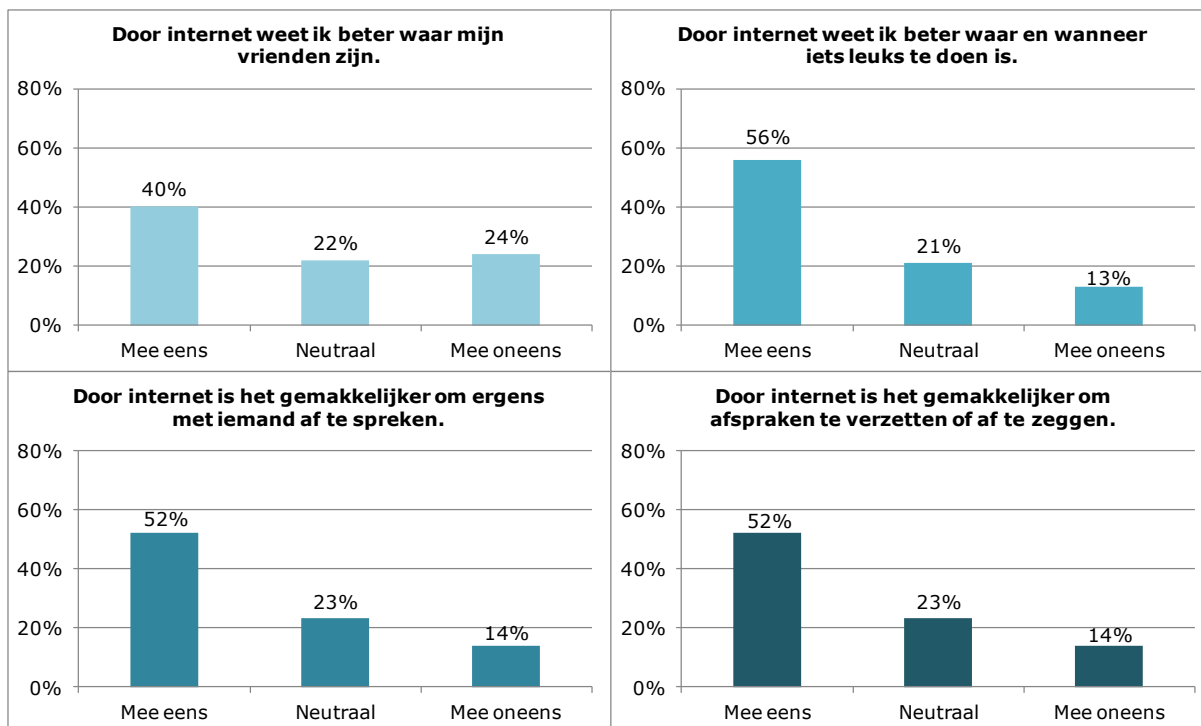
netwerken ook voor verdere reizen kunnen zorgen. Over de veranderingen in het verplaatsingsgedrag door de tijd die optreden door het gebruik van internet voor sociale activiteiten heen kunnen we nog geen uitspraken doen. In 2016, wanneer we deze vragenlijst herhalen onder dezelfde panelleden, zullen we hier meer over kunnen zeggen.



Figuur 3 De nieuwe contacten die gebruikers van sociale netwerksites online opdoen wonen vaak minstens net zo ver weg dan hun huidige vrienden.

Een derde effect dat terug te vinden is in de data is modificatie: mensen gaan naar een andere plek of op een ander tijdstip, doordat ze online zijn (geweest). Mensen weten door internet beter waar hun vrienden zijn en waar iets leuks te doen is. De manier van afspreken verandert daarmee ook: Mensen weten beter dan vroeger waar hun vrienden zich bevinden, waar iets te doen is, en blijven door het internet erg laagdrempelig met elkaar in contact (figuur 4). Opvallend is voorts dat veel meer vrouwen (44%) dan mannen (35%) aangeven dat zij sociale veranderingen zien (beter op de hoogte zijn van waar hun vrienden zijn) en in de manier waarop zij afspraken met hun vrienden maken en verzetten (55% van de vrouwen tegenover 51% van de mannen). Daarentegen geven aanzienlijk meer mannen dan vrouwen aan dat zij hun activiteitenpatroon wijzigen, zoals minder bioscoopbezoek door online entertainment.

Het vierde effect, neutraliteit (waarbij internetgebruik geen effect heeft op mobiliteit en alleen op het activiteitenpatroon) is met behulp van de huidige stellingen niet vast te stellen. Met behulp van de data uit het mobiliteitsdagboekje van het MPN zullen we binnenkort meer over het netto effect van internetgebruik op het verplaatsingsgedrag voor sociale activiteiten kunnen zeggen.



Figuur 4 Door internet weten mensen beter waar hun vrienden zijn en blijven ze laagdrempelig met anderen in contact.

8. Conclusies: een verre vriend haalt het nog (lang) niet bij een goede buur

Het internetgebruik neemt nog steeds toe, en het aanbod van online applicaties voor het onderhouden van sociale contacten is enorm in beweging. In dit artikel hebben we gekeken naar de effecten van internetgebruik op de kwaliteit en kwantiteit van sociale relaties. De resultaten laten zien dat het internet inderdaad een impact heeft op sociale relaties, maar ook dat het vooralsnog niet om revolutionaire veranderingen gaat. Mensen krijgen er weliswaar door het internet een aantal sociale contacten bij, zeker diegenen die gebruik maken van datingsites, maar er lijkt ook online een natuurlijke grens te zitten aan het aantal betekenisvolle contacten dat mensen er op na kunnen houden.

We hebben vervolgens onderzocht welke impact deze online sociale netwerken op mobiliteit hebben. Het uitvoeren van online activiteiten kan op vier manieren effect hebben op mobiliteit: het kan mobiliteit vervangen (substitutie), genereren (complementariteit) of veranderen (modificatie), en soms heeft het ook geen effect (neutraliteit). Voor de eerst drie effecten zijn bewijzen gevonden, en deze effecten bestaan dus naast elkaar. Zo reizen sommige mensen verder voor sociale ontmoetingen, maar gaan anderen minder vaak de deur uit doordat ze hun entertainment ook thuis kunnen krijgen. Een belangrijke conclusie is dus dat het kunnen uitvoeren van sociale activiteiten via het internet zowel tot een toename als een afname en een verandering van de mobiliteit leidt. We zien dat de contacten die via het internet worden opgedaan over het algemeen iets verder weg wonen dan de traditionele offline contacten. Op basis van de verplaatsingsdata uit het dagboek van het MPN zullen we als volgende stap de netto effecten van internetgebruik op mobiliteit onder de loep nemen. Ook kunnen we met behulp van deze data inzoomen op bepaalde groepen, bijvoorbeeld frequente internetgebruikers, jongvolwassenen, of mensen die aangeven dat hun online vrienden

verder weg wonen dan hun huidige contacten. In 2016, als deze vragenlijst nogmaals is afgenomen, zullen we bovendien meer kunnen zeggen over veranderingen in de tijd.

Ook al zijn de resultaten uit het MPN soms verrassend, we zien geen drastische veranderingen in de manier waarop mensen hun sociale netwerken onderhouden of de mate waarin ze reizen voor deze sociale contacten. Er is in ieder geval geen reden om de Dikke Van Dale te herschrijven: het spreekwoord "een goede buur is beter dan een verre vriend" zal echt nog wel even standhouden.

Literatuur

AVV (2004). *Telewerken: de stand van zaken revisited*. Rotterdam: Adviesdienst Verkeer en Vervoer.

Berveling, J., L. Harms en M. Storm (2014). *De mensenradar... nooit meer zoek*. Bijdrage aan het Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk. Eindhoven.

Boyd, D.M. en N.B. Ellison (2008). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer Mediated Communication* 13 (1): 210-230.

CBS (2013). *ICT, kennis en economie 2013*. Den Haag/Heerlen: Centraal Bureau voor de Statistiek.

CBS (2014). *ICT, kennis en economie 2014*. Den Haag/Heerlen: Centraal Bureau voor de Statistiek.

Cho, E., S.A. Myers en J. Leskovec (2011). Friendship and mobility: user movement in location-based social networks. Paper presented at the Proceedings of the 17th ACM SIGKDD international conference on Knowledge discovery and data mining.

Cloin, M. (2013). *Met het oog op de tijd. Een blik op de tijdsbesteding van Nederlanders*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

Erasmus Universiteit (2012). *De staat van Het Nieuwe Werken: Resultaten van de Nationale HNW Barometer 2012*. Rotterdam School of Management. Rotterdam: Erasmus Universiteit.

Ernst & Young (2011). *Rapport ICT Barometer 2011*. Geraadpleegd april 2013 via <http://ict-barometer.nl>.

Dunbar, R.I.M. (2012). Social cognition on the Internet: testing constraints on social network size. *Philosophical Transactions of the Royal Society B* 367: 2192-2201.

Gajendran, R.S. en D.A. Harrison (2007). The Good, the Bad, and the Unknown About Telecommuting: Meta-Analysis of Psychological Mediators and Individual Consequences. *Journal of Applied Psychology*, 92(6), 1524-1541.

Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology* 78 (6): 1360-1380.

Granovetter, M. (1983). The strength of weak ties: A network theory revisited. *Sociological theory* 1 (1): 201-233.

Grieve, R., M. Indian, K. Witteveen, A.G. Tolan en J. Marrington (2013). Face-to-face or Facebook: Can social connectedness be derived online? *Computers in Human Behavior*, 29(3), 604-609.

Hill, R.A. en R.I.M. Dunbar (2003). Social network size in humans. *Human Nature* 14 (1): 53-72.

Hoogendoorn-Lanser, S., N. Schaap & M.-J. Olde Kalter (2013). Het Mobiliteitspanel Nederland: een oude bekende in een nieuw jasje. *Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk*.

International Business Times (2013). Instagram loses half its daily users in a month, and here's why. *International Business Times* (14 januari 2013).

Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid (2014). Meer tijd- en plaatsafhankelijk werken: kansen en barrières. Den Haag: Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid.

Lampe, C., N. Ellison en C. Steinfield (2006). A Face (book) in the crowd: Social searching vs. social browsing. *Proceedings of the 2006 20th anniversary conference on Computer supported cooperative work*: ACM.

Marketingfacts (2014). M! Marketingfacts jaarboek 2014-2015, geraadpleegd september 2014 via www.marketingfacts.nl.

Mokhtarian, P.L. (1990). A typology of relationships between telecommunications and transportation. *Transportation Research part A* 24(3), 231-242.

Mokhtarian, P.L. (2002). Telecommunications and travel. The case for complementarity. *Journal of Industrial Ecology* 6(2), 43-57.

Quenqua, D. (2009). Friends, Until I Delete You. *The New York Times* (29 januari 2009).

Reuters (2009). "Unfriend" named word of the year. <http://www.reuters.com> (17 november 2009).

Salomon, I. (1986). Telecommunications and travel relations: a review. *Transportation Research Part A* 20(3), 223-238.

Tillema, T., M. Dijst en T. Schwanen (2010). Face-to-face and electronic communications in maintaining social networks: the influence of geographical and relational distance and of information content. *New media & society*, 12(6), 965-983.

TNS Nipo (2006). Trends in mobiliteit. E6033, in opdracht van CapGemini. Amsterdam: TNS Nipo.

Tong, S.T., B. van der Heide, L. Langwell en J.B. Walther (2008). Too Much of a Good Thing? The Relationship Between Number of Friends and Interpersonal Impressions on Facebook. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13: 531-549.

Veldkamp (2013). Mogelijkheden en barrières om spitsmijdend te werken. Een verkennend onderzoek onder werknemers in opdracht van het Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid. Rapport P6031. Amsterdam: Veldkamp.

Vlahovic, T.A., S. Roberts en R. Dunbar (2012). Effects of duration and laughter on subjective happiness within different modes of communication. *Journal of Computer Mediated Communication* 17 (4): 436-450.

Wellman, B., A.Q. Haase, J. Witte en K. Hampton (2001). Does the Internet increase, decrease, or supplement social capital? Social networks, participation, and community commitment. *American behavioral scientist* 45 (3): 436-455.