

# Onwijs veel online? Mediagebruik in de Biblebelt

*Jeroen van der Laan*

## **Inleiding**

In de Biblebelt bestaat veel discussie rondom het gebruik van nieuwe media. Maar welke nieuwe media worden eigenlijk gebruikt? In welke mate worden ze gebruikt? Wat doen jongeren en ouderen met deze media? Op deze vragen probeert het lectoraat nieuwe media in vorming en onderwijs, een samenwerkingsverband tussen Driestar Educatief en de Erdee Media Groep, een antwoord te geven. In samenwerking met het *Reformatorisch Dagblad* heeft dit lectoraat in mei en juni 2013 onderzoek verricht onder een grote groep reformatorische jongeren en hun ouders naar het gebruik van en de meningen over sociale media. Het doel van dit artikel is om op grotendeels beschrijvende wijze de resultaten van de vragenlijsten die onder hen zijn verspreid te bespreken.

## *Opbouw populatie*

De populatie respondenten bestaat uit twee groepen: jongeren en hun ouders. In het eerste gedeelte van de dataverzameling zijn vragen gesteld aan jongeren in de leeftijd van tien tot twintig jaar in de Biblebelt. Ze zijn benaderd via scholen. Achttien basisscholen en zes scholen voor voortgezet onderwijs die zich bevinden in een strook van Goes tot Staphorst hebben meegedaan aan dit onderzoek. Van de scholen voor voortgezet onderwijs hebben vier een reformatorische en twee een protestants-christelijke signatuur. Ook zijn studenten be-

vraagd van een school voor middelbaar beroepsonderwijs. In totaal hebben bijna 4000 leerlingen de vragenlijst ingevuld. Aan de kinderen en jongeren is bovendien het e-mailadres van de ouders gevraagd, die separaat een vragenlijst ontvingen. Dit leverde een respons van ongeveer 500 ouders op. De opbouw van de populatie laat een evenwichtige spreiding zien tussen de verschillende leeftijdsklassen, opleidingsniveau, kerkelijke achtergrond en geografische spreiding. Daarmee vormen de respondenten een betrouwbare dwarsdoorsnede van reformatorische jongeren en hun ouders in de Biblebelt.

### *Statistische verantwoording*

De resultaten van het onderzoek zijn statistisch geanalyseerd. In de onderstaande beschrijving van deze analyse worden uitsluitend relaties tussen variabelen genoemd die statistisch significant zijn met  $p \leq 0,05$ .

Voor het indelen van de jongeren in vier groepen is gebruikgemaakt van data-reducerende clusteranalyse. Dit is het classificeren van groepen respondenten of objecten op grond van hun kenmerken. Daarbij is het doel om een deelpopulatie samen te stellen met gedeelde kenmerken. In dit artikel spreken we bijvoorbeeld regelmatig over kerkelijke flanken. We hebben de keuze gemaakt om drie groepen samen te stellen. Tot de rechterflank van de Biblebelt rekenen wij de Oud Gereformeerde Gemeenten in Nederland en de Gereformeerde Gemeenten in Nederland, tot de middengroep de Gereformeerde Gemeenten, Christelijke Gereformeerde Kerken en Hersteld Hervormde Kerk, en tot de linkerflank rekenen wij de Protestantse Kerk in Nederland, Gereformeerde Kerken (vrijgemaakt) en overige kerkverbanden.

Ook is een data-reducerende factoranalyse opgenomen voor het bepalen van de mediaopvoedstijlen van ouders. Bij factoranalyse wordt gezocht naar een aantal onderliggende, latente factoren die de gemeenschappelijke variantie zo goed mogelijk

verklaren. Daarbij zijn de factoren orthogonaal of oblique geroteerd. Door middel van het berekenen van de Cronbach's alpha (gemiddeld 0.8) is getoetst of de afzonderlijke items samen één schaal mochten vormen.

## **Mediagebruik van ouders**

Aan de reformatorische ouders die meededen aan het onderzoek hebben we gevraagd naar bezit en gebruik van nieuwe media, de tijd die ze eraan besteden en hun waardering voor diverse media. De respondenten zijn ouders van kinderen in de leeftijdscategorie van 10 tot 20 jaar en de resultaten kunnen dus niet geëxtrapoleerd worden naar alle reformatorische ouders binnen de Biblebelt.

### *Bezit*

Vrijwel elke ouder (99 procent) maakt gebruik van een computer of laptop, terwijl een op de vijf over een tablet beschikt. Het bezit van tablets is substantieel lager dan bij de gemiddelde Nederlander. Volgens onderzoek<sup>1</sup> heeft 53 procent van de Nederlanders ouder dan 13 jaar een tablet. Daarnaast heeft minder dan 4 procent van de reformatorische ouders een spelcomputer in huis. Het overgrote deel van de reformatorische ouders heeft een mobiele telefoon (91 procent) en ongeveer een kwart heeft een smartphone (26 procent). In vergelijking met de gemiddelde Nederlander is dit percentage laag. De smartphoneadoptie ligt gemiddeld genomen namelijk op 72 procent.<sup>2</sup> Opvallend is ook dat 9 procent van de respondenten aangeeft geen mobiele telefoon in bezit te hebben. Op de stel-

1. GfK, "Meer dan de helft van de Nederlanders bezit een tablet", GfK, 13 december 2013, <http://www.gfk.com/nl/news-and-events/press-room/press-releases/paginas/aantal-smartphones-hoger-dan-aantal-computers.aspx> (geraadpleegd 23-7-2014).

2. D. Oosterveer, "Bijna driekwart van de Nederlanders bezit smartphone", Marketingfacts, 22 oktober 2013, <http://www.marketingfacts.nl/berichten/bijna-driekwart-van-de-nederlanders-bezit-smartphone> (geraadpleegd 23-7-2014).

ling of het internetgebruik is veranderd door het bezit van een smartphone wordt door 22 procent bevestigend geantwoord: de gebruikers begeven zich hierdoor vaker op internet dan voorheen.

### *Gebruik*

Nederland is koploper in het gebruik van Facebook en Twitter. Volgens Brits onderzoek<sup>3</sup> zegt 65 procent van de Nederlanders in de afgelopen drie maanden gebruik te hebben gemaakt van deze sociale media. Evenals bij het bezit van tablets blijkt dat de volwassen respondenten achterblijven in Facebookgebruik: 27 procent van hen gebruikt dit sociale netwerk minstens eens per maand. De zakelijke netwerksite LinkedIn kan maandelijks rekenen op belangstelling van 15 procent van de respondenten, ongeveer evenveel als Skype. Voor korte berichten gebruikt deze groep sms frequent: 52 procent geeft aan dit minstens wekelijks te gebruiken. Maar ook WhatsApp groeit in populariteit. Een op de vijf ouders gebruikt dit minstens wekelijks. Twitter speelt een bescheiden rol, aangezien slechts 9 procent dit netwerk minstens maandelijks gebruikt. De relatief onbekende sociale media als Instagram, Foursquare en Pinterest worden nauwelijks gebruikt. YouTube daarentegen is behoorlijk ingeburgerd. Bijna de helft van de respondenten (47 procent) gebruikt deze site minstens maandelijks. Dit cijfer ligt behoorlijk in lijn met de kijkcijfers van de gemiddelde Nederlander: iets meer dan de helft (54 procent) van de Nederlanders ouder dan 15 jaar maakt gebruik van YouTube.<sup>4</sup>

3. V. Woollaston, "The meteoric rise of social networking in the UK: Britons are the second most prolific *Facebook* and *Twitter* users in EUROPE with a fifth of over 65s now using these sites", *Daily Mail*, 13 juni 2013.

4. D. Oosterveer, "Social media in Nederland 2013: Groei van gebruik *Twitter* en *Facebook* afgevlakt", Marketingfacts, 18 februari 2013, <http://www.marketingfacts.nl/berichten/social-media-in-nederland-Twitter-en-Facebook-het-meest-actief-gebruikt> (geraadpleegd 23-7-2014).

Opvallend is het verband tussen de waardering van de televisie als nieuwsmedium en het gebruik van YouTube. Respondenten die de televisie uiterst laag waarderen als nieuwsbron, gebruiken wel vaak YouTube. Het omgekeerde geldt niet: een hoge waardering voor de televisie gaat niet samen met een hoge waardering voor YouTube. Een aannemelijke verklaring hiervoor is dat een groep respondenten videosites als YouTube gebruikt als vervanger voor de televisie. De koploper in mediagebruik is zonder twijfel e-mail. Vrijwel iedereen (98 procent) gebruikt e-mail minstens maandelijks en 85 procent zelfs dagelijks.

### *Tijdsbesteding*

De variabelen uit het voorgaande geven een indicatie van de tijdsduur van online activiteiten. Er bestaat echter een verschil tussen ouders in de frequentie van online activiteiten. In tabel 1.1 zijn de respondenten in drie groepen gesplitst. Zo is de groep die wij kwalificeren als lichte gebruiker niet meer dan een halfuur per dag online. Er is sprake van een significante relatie tussen opleidingsniveau en de tijdsbesteding: hoe hoger het opleidingsniveau, hoe langer deze ouder online is.

Lichte gebruiker tot 0,5 uur per dag	27,4%
Middelmatige gebruiker 1-3 uur per dag	61,5%
Intensieve gebruiker meer dan 3 uur per dag	11,1%

*Tabel 1.1: Gebruiksintensiteit van computer, laptop of mobiel, bij ouders: verdeling van drie klassen.*

Uit de vorige paragraaf bleek al dat sociale media bij deze ouders relatief onbekend zijn. Het is dus niet verwonderlijk dat ze er weinig tijd aan besteden. Een kwart (28 procent) gebruikt ze nooit, en 59 procent minder dan een halfuur per dag. Gemiddeld zitten deze ouders 1 uur per dag achter een scherm. Daarnaast besteden ze 16 minuten aan sociale media en 4 minuten aan gamen. Ter vergelijking: bij de gemiddelde Nederlander is dat

respectievelijk 1,6 uur, 24 minuten en 17 minuten.<sup>5</sup> De conclusie is dat ouders in de Biblebelt behoorlijk minder lang online zijn vergeleken met de gemiddelde Nederlander.

Dat ouders minder actief zijn via sociale media, blijkt ook uit het aantal berichten dat ze, vergeleken met hun kinderen, via die media ontvangen. Tabel 1.2 laat zien dat 10 procent van de ouders meer dan 20 berichten per dag ontvangt (e-mail inbegrepen) terwijl dat bij de jongeren 45 procent is. Verder blijkt dat mensen die meer tijd besteden aan het kijken naar films, dvd's of YouTube minder tijd besteden aan het lezen van kranten, boeken en tijdschriften.

Aantal berichten	Ouders/verzorgers	Jongeren
Geen enkel bericht	5,6 %	13,3 %
Hooguit 5 per dag	48,2 %	21,7 %
Tussen de 5 en 20 per dag	36,8 %	20,7 %
Tussen de 20 en 50 per dag	6,5 %	9,2 %
Tussen de 50 en 100 per dag	1,1 %	7,8 %
Tussen de 5 en 20 per uur	1,1 %	7,3 %
Tussen de 20 en 50 per uur	0,4 %	8,1 %
Tussen de 50 en 100 per uur	0,3 %	6,1 %
Meer dan 100 per uur	0,0 %	5,8 %

Tabel 1.2: Aantal ontvangen berichten via sociale media.

### *Mediawaardering*

In ons onderzoek is aan de ouders gevraagd aan te geven hoe belangrijk ze verschillende nieuwsbronnen vinden voor hun eigen nieuwsgaring. De hoogste waardering ontvingen dagbladen (7,4 op een schaal van 1 tot 10) gevolgd door websites voor nieuws (5,7). De laagste waardering ontvingen de gratis kranten (1,4), sociale media (2,0) en televisie (2,0). Vooral de laatst genoemde

5. Stichting ter Promotie en Optimalisatie van Televisiereclame (SPOT), *Alles over tijd, tijdsbestedingsonderzoek 2012* (Amsterdam: Spot, 2012).

waardering is opvallend laag en is tekenend voor de lage mate van acceptatie van televisie onder reformatorische christenen in de Biblebelt. Deze waardering zegt weinig over het daadwerkelijke gebruik van de verschillende nieuwsbronnen. Het blijkt dat de ouders ook in hun online nieuwsgaring loyaal zijn aan de krant die behoort bij de achterban: 55 procent geeft aan de website van het *Reformatorisch Dagblad* te gebruiken als nieuwsbron. Maar ook aanbieders die niet ideologisch zijn verbonden aan deze groep kunnen rekenen op regelmatige belangstelling, zoals de website van de NOS en de website nu.nl (beide 41 procent van de respondenten). Media met een hogere mate van populaire journalistiek zijn niet erg in trek. De websites van de Telegraaf en het Algemeen Dagblad worden gemiddeld door 6 procent van de respondenten gebruikt voor nieuwsgaring.

## **Mediagebruik van jongeren**

In dit gedeelte bespreken wij het mediagebruik van reformatorische jongeren in de Biblebelt.

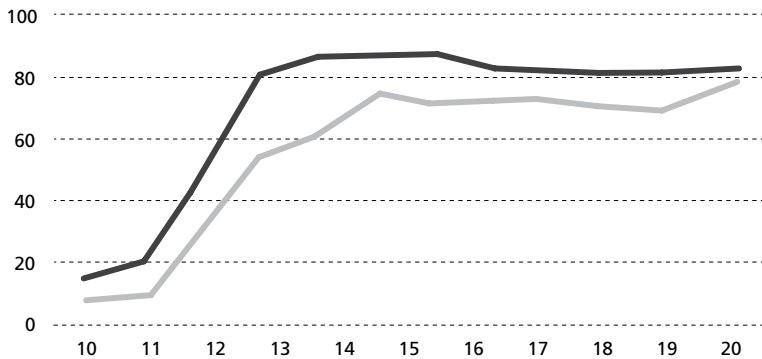
### *Bezit*

‘Ik ben de enige in mijn klas die geen mobieltje heeft!’ Ouders hoeven zulke beweringen niet meteen te geloven, want in elke leeftijdsklasse zijn er jongeren zonder mobiele telefoon. Over welke apparatuur beschikken reformatorische jongeren?

Het overgrote deel (89 procent) heeft een eigen computer, laptop of tablet of meerdere van deze apparaten. Opvallend daarbij is dat jongens significant vaker een eigen computer en tablet hebben dan meisjes. Voor een laptop geldt dat niet. In de kerkelijke rechterflank en in het midden is het eigencomputerbezit lager dan in de linkerflank. Er is geen verband te vinden tussen opleidingsniveau van de jongere en het bezit van computers of tablets. Uit de cijfers blijkt wel dat jongeren met een eigen computer ook de meeste tijd daaraan besteden.

Het bezit van een spelcomputer is sterk geslachtsafhankelijk. Jongens hebben twee keer zo vaak een spelcomputer als meisjes.

De mobiele telefoon is een essentieel onderdeel van de huidige jeugdcultuur. In figuur 1.1 is in kaart gebracht hoe het bezit van de mobiele telefoon varieert met de leeftijd. Opvallend is dat dit verband met leeftijd ook gelijk het enige verband is dat verklarend is. Er is geen relatie met het opleidingsniveau van de jongere, de kerkelijke achtergrond of de intensiteit van mediagebruik. Bij smartphones is dat anders: hier is de kerkelijke richting wel van invloed. Jongeren uit de kerkelijke rechterflank hebben significant minder vaak een smartphone (61 procent) dan uit het midden of de linkerflank (resp. 72 en 78 procent). Er is ook een duidelijk verband met de intensiteit van het mediagebruik: van de lichte gebruikers heeft 41 procent een smartphone ten opzichte van 63 en 85 procent van de middelmatige en zware gebruikers. Een ruime meerderheid (64 procent) van de jongeren geeft dan ook aan dat het bezit van een smartphone eraan heeft bijgedragen dat zij vaker internet gebruiken. Van de ouders van deze jongeren geeft slechts 22 procent aan dat het internetgebruik intensiever is geworden door het bezit van de smartphone.



*Figuur 1.1: Bezit van mobieltjes of smartphone. Percentage van leeftijdsgroep leerlingen.*



### *Socialemediagebruik*

De meeste jongeren krijgen pas een smartphone als ze de basisschool verlaten. Er is dan ook een significante relatie tussen het gebruik van de sociale media Facebook en WhatsApp en het bezit van een smartphone. Dit is duidelijk zichtbaar als figuur 1.2 vergeleken wordt met figuur 1.1.

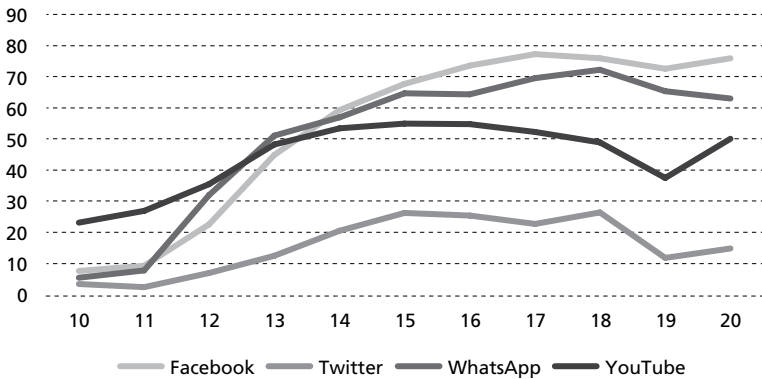
In de top drie van sociale media bij jongeren in de Biblebelt staan Facebook (60 procent), WhatsApp (56 procent) en YouTube (86 procent). De jongeren geven aan met enige regelmaat genoemde tools te gebruiken. Bij de vraag welk sociaal medium ze dagelijks gebruiken, scoort Facebook het hoogst (51 procent). Deze jongeren gebruiken voornamelijk de bekendere platforms. Andere sociale netwerken, zoals Flickr, Foursquare, Google Hangout, MySpace, Path, Pinterest, Snapchat, Tagged, Test4Friends en Tumblr, zijn relatief onbekend.

Opvallend bij het gebruik van sociale media is dat meisjes significant vaker (56 procent) dagelijks gebruikmaken van Facebook dan jongens (45 procent). Dit beeld sluit bijna naadloos aan bij het cijfer van de gemiddelde Nederlander,<sup>6</sup> waar 47 procent van de bezoekers man is en 53 procent vrouw. Bij uitsplitsing naar kerkelijke achtergrond zijn kleine verschillen te zien, maar ook in de rechterflank van de Biblebelt gebruikt 40 procent van de leerlingen dagelijks Facebook.

YouTube is duidelijk populairder bij jongens dan bij meisjes. Jongeren in de rechterflank gebruiken YouTube minder, maar toch geeft ook daar 34 procent aan dit medium dagelijks te gebruiken. Het verschil in YouTubegebruik tussen de kerkelijke flanken is te herleiden op het gebruik van internetfilters die deze videosite blokkeren. Er is namelijk ook een duidelijke relatie tussen de verschillende flanken en het wel of niet hebben van een

6. D. Oosterveer, "Social media in Nederland 2014: jongeren blijven Facebook trouw", Marketingfacts, 27 januari 2014, <http://www.marketingfacts.nl/berichten/nationale-social-media-onderzoek-2014> (geraadpleegd 23-7-2014).

filter dat bepaalde websites of apps blokkeert. Mensen met een gefilterde internetverbinding gebruiken significant minder vaak YouTube. Skype wordt door jongens en meisjes even vaak gebruikt, maar dit geldt niet voor sms en Spotify. Meisjes sms'en vaker dan jongens (respectievelijk 43 en 32 procent) en jongens gebruiken vaker Spotify (respectievelijk 20 en 9 procent).



Figuur 1.2: Gebruik sociale media naar leeftijd.

Er is ook een verschil te zien in de manier waarop deze sociale media gebruikt worden. Op de vraag of leerlingen deze media vooral gebruiken om te zien wat anderen doen of om juist actief informatie met anderen te delen, blijkt een duidelijke tweedeling. De sociale media Facebook, YouTube, Twitter en Instagram zijn typische consumptiemedia. Dit is vooral sterk bij Facebook, aangezien de groep die aangeeft vooral te consumeren voor dat medium tienmaal zo groot is als de groep die vooral produceert. Voor meisjes is dat zelfs veertien keer zo groot. Bij de sociale media WhatsApp, sms en Skype geven gebruikers aan ongeveer evenveel te consumeren als te produceren.

### Tijdsbesteding

De reformatorische jongeren die meewerkten aan ons onderzoek brengen gemiddeld 2 uur en 16 minuten per dag achter

het scherm door. Aan sociale media en aan gamen besteden zij één uur per dag. Er is een duidelijke correlatie tussen leeftijd en schermtijd. Zo is een kind van tien jaar een dik uur achter een scherm te vinden en een jongere van achttien jaar bijna vier uur. Opvallend daarbij is dat jongeren uit de kerkelijke rechterflank van de Biblebelt significant minder lang achter een scherm doorbrengen dan jongeren uit het kerkelijke midden en de linkerflank. Dezelfde trend is zichtbaar bij het gebruik van sociale media en bij gamen. In de schermtijd is weinig verschil tussen jongens en meisjes. Meisjes besteden wel meer tijd aan sociale media dan jongens. Een voor de hand liggend gevolg is dat jongeren die veel online zijn, minder kranten, boeken en tijdschriften lezen. Er is inderdaad sprake van een omgekeerd evenredig verband tussen het lezen en het kijken, waarbij jongeren vaker films bekijken dan boeken of tijdschriften lezen. Desondanks blijft het de vraag of zij minder lezen omdat ze meer kijken, of meer gaan kijken omdat ze minder lezen. Om deze vraag te beantwoorden is vervolgonderzoek noodzakelijk.

### *Onderwerpen*

Aan de jongeren is ook gevraagd naar de onderwerpen in hun online gesprekken. Uit het onderzoek blijkt dat ze afspraken maken met elkaar of praten over elkaar en over huiswerk. Daarnaast scoren de gespreksonderwerpen hobby's en leraren hoog. Op de laagste plaatsen staan de onderwerpen porno, seksualiteit en buitenland. Bij de meeste van deze onderwerpen is er een duidelijk verschil tussen jongens en meisjes te zien. Typische 'meidenonderwerpen' zijn: afspraken maken, problemen, persoonlijke gevoelens en mode. Jongens hebben het vaker over games, sport, geld en seksualiteit. Aan de respondenten is daarnaast gevraagd wat zij graag doorsturen naar anderen. Daarbij geven de jongeren in een open vraag aan dat zij graag 'iets wat leuk is' doorsturen. Aan de andere kant geven zij ook aan dat zij plaatjes met seks en porno in ieder geval niet willen doorsturen naar anderen.

### *Mediawaardering*

Daarnaast is aan de jongeren gevraagd om diverse nieuwsbronnen die relevant zijn voor hun nieuwsgaring, te scoren op een schaal van 1 tot 10. De hoogste waardering ontvingen de sociale media zoals Facebook en Twitter (6,1). Traditionele media, zoals kranten, radio en televisie, scoren beduidend lager (respectievelijk 4,6, 4,6 en 4,1). Het is interessant om deze waardering te vergelijken met die van de ouders. Die waardeerden de traditionele media juist hoog en de sociale media uiterst laag. Opvallend is daarnaast dat de jongeren de televisie dubbel zo hoog waarderen als bron van nieuwsgaring dan hun eigen ouders.

De verschillen in waardering tussen ouders en jongeren blijken ook in het gebruik van deze media. De websites nos.nl (51 procent), nu.nl (40 procent) en media als Facebook en Twitter (47 procent) worden veel gebruikt door de jongeren, terwijl de website van het *Reformatorisch Dagblad* veel minder gebruikt wordt (21 procent). Dat is minder dan de helft in vergelijking met het gebruik van de website van het *Reformatorisch Dagblad* door de ouders. Op basis van deze cijfers kan geconcludeerd worden dat de jongeren de seculiere media vaker gebruiken dan de identiteitsgebonden media. Daarnaast bezoekt deze groep ook vaker populaire krantensites als ad.nl en telegraaf.nl (20 procent) vergeleken met hun ouders.

### **Mediaopvoeding**

Ouders ervaren veel dilemma's rond het thema mediaopvoeding. De belangrijkste zorgen concentreren zich rondom de onderwerpen tijdsbesteding en de balans tussen het online zijn en bezinning in de vrije tijd. Daarnaast noemen ze vaak de oncontroleerbaarheid en het verslavingsaspect van internetgebruik. Slechts een zeer klein gedeelte van de ouders noemt excessen rondom pesten en bedreigingen en de aanwezigheid van seks en porno.

### *Jongeren over hun mediaopvoeding*

Allereerst is aan de jongeren gevraagd hoe zij de mediaopvoeding van hun ouders waarderen en op welke wijze deze wordt vormgegeven. De jongeren zijn door middel van clusteranalyse ingedeeld in vier groepen. Deze vier groepen zijn vooral verschillend in het wel of niet spreken met de ouder, het eens zijn met de ouder en het type argumenten dat de betreffende ouder gebruikt. De eerste groep betreft de jongeren die helemaal niet spreken met hun ouders over het gebruik van sociale media. De volgende groep spreekt wel met zijn of haar ouders over sociale media. Zij geven aan dat hun ouders weten wat ze doen, er belangstelling voor tonen en toestemming geven. De derde groep jongeren vindt de ouders onwetend over hun digitale leefwereld. Zij denken vooral aan gevaren, hebben weinig kennis over media en maken zich ongerust. De laatste groep jongeren geeft aan dat hun ouders voornamelijk hun mening onderbouwen met Bijbelse argumenten en dat zij het ook met deze argumenten eens zijn. Opvallend is ook dat deze groep jongeren vaak een internetfilter heeft, en hiervan de waarde ook inziet.

Ook is aan de jongeren gevraagd welke regels er thuis gehanteerd worden met betrekking tot mediagebruik. Ongeveer een derde van de onderzochte populatie jongeren geeft aan altijd gebruik te mogen maken van computer of mobiel. Een gangbare regel is dat de mobiel niet gebruikt mag worden onder de maaltijd (59 procent). In de meeste gezinnen zijn afspraken gemaakt over de tijdstippen waarop jongeren hun mobiele telefoon mogen gebruiken. Zo zetten sommige ouders de router na tien uur uit, mogen ze niet online als het mooi weer is en ook niet tijdens het koffiedrinken met het hele gezin. Het overgrote deel (54 procent) van de leerlingen geeft aan hun gedrag vaak te conformeren aan de tijdsbeperingen die gesteld zijn. Slechts een kleine minderheid zegt dit zelden of nooit te doen (20 procent). Opvallend is dat intensieve gebruikers zich

minder vaak aan de regels houden ten opzichte van de middelmatige en lichte gebruikers.

### *Ouders over hun mediaopvoeding*

Uit het onderzoek onder de ouders blijkt dat er ook vier verschillende stijlen te onderscheiden zijn met betrekking tot de mediaopvoeding van hun kinderen. De eerste groep ouders voert voornamelijk positieve en belangstellende gesprekken met hun kinderen. Deze opvoedstijl noemen we hier de meekijkstijl. Zij tonen belangstelling voor wat hun kind met de computer of smartphone doet en zijn ook goed op de hoogte van wat hun kind uitvoert. Als er op sociale media iets vervelelends of iets prettigs gebeurt, dan spreken zij hierover met hun kinderen. Ouders geven aan dat deze gesprekken goed verlopen. Opvallend is dat jonge ouders vaker tot deze groep behoren. Dit kan erop wijzen dat jongere ouders beter begrijpen waarom hun kinderen media belangrijk vinden. Dit kan echter ook te verklaren zijn doordat jongere ouders vaker jonge kinderen hebben, waarmee een gesprek voeren over het gebruik van sociale media nog relatief eenvoudig is. Ook blijkt dat ouders met een hogere opleiding significant minder vaak positieve gesprekken met hun kinderen voeren over sociale media in vergelijking tot ouders met een lagere opleiding.

De tweede groep ouders voert vooral het gesprek vanuit waarden en normen. Deze waarden ontlelen zij aan de Bijbel. We noemen dit de toerustingsstijl. Bij deze groep is de levensovertuiging het sterkst aanwezig in de regels en afspraken die zij met hun kind maken. Met deze argumenten in de hand spreken zij hun kinderen aan op geplaatste foto's en berichten op bijvoorbeeld Facebook. Ook vinden zij het belangrijk om met hun kinderen te spreken over hun presentatie op sociale media als christelijke jongere. Wellicht doen zij dit omdat zij ook vaak aangeven dat het mediagedrag van hun kind niet in overeenstemming is met de waarden en normen uit de Bijbel.

Opvallend is dat ouders in de rechterflank van de Biblebelt significant vaker op deze manier het gesprek aangaan. Daarnaast is voor deze groep van toepassing dat hoe hoger de opleiding, hoe meer zij spreken over deze waarden en normen.

De volgende groep ouders voert ook gesprekken, maar deze verlopen negatiever dan bij de vorige groep. We noemen dit de kritiekstijl. Ouders vinden het in deze groep vooral lastig om hun kind te overtuigen van hun standpunten. Deze groep geeft vaak aan ook niet te begrijpen waarom hun kinderen sociale media en games aantrekkelijk vinden. Opvallend onderscheid met de derde groep is dat normen en waarden in de gesprekken bij deze groep bijna geen rol lijken te spelen. De gevoerde gesprekken leiden vooral tot discussie en kritiek. Een opmerking over het mediagedrag van hun kind resulteert direct in een kritische reactie. Opvallend is dat de ouders die jonger zijn minder gesprekken hebben die leiden tot kritiek en discussie dan oudere ouders.

De vierde groep ouders stelt vooral regels en maakt afspraken over het mediagebruik met hun kind. Deze regels stellen zij vaak eenzijdig op en betreffen bijvoorbeeld de tijdsduur van het gebruik van internet en de aard van de activiteiten. Dit noemen we de restrictiestijl. Bijzonder is dat jongere ouders minder regels en afspraken maken over het gebruik van sociale media. Het zijn vooral de oudere ouders, van vijftig jaar en ouder, die fors meer regels stellen. Dit kan deels verklaard worden doordat deze generatie minder bekend is met sociale media. Daarnaast blijkt dat de rechterflank van de Biblebelt significant meer regels en afspraken voor sociale media opstelt in vergelijking met de linkerflank. Ook blijkt dat hoger opgeleide ouders vaker regels opleggen dan lager opgeleiden. Je zou overigens verwachten dat kinderen van hoger opgeleide ouders vaker sociale media gebruiken dan kinderen van lager opgeleide ouders. Dat verschil is in dit onderzoek echter niet gevonden.

## **De Biblebelt in kaart**

Is het zo dat reformatorische ouders en hun kinderen in de gehele Biblebelt homogeen zijn wat betreft mediagebruik en -opvoeding? Zijn er op het vlak van mediagebruik verschillen te zien tussen reformatorische jongeren die in de Randstad wonen en jongeren die op de Veluwe wonen? Hanteren reformatorische ouders in Staphorst eenzelfde opvoedstijl als reformatorische ouders in Krimpen aan den IJssel? In dit gedeelte vergelijken we verschillende regio's binnen de Biblebelt. Op basis van de gegevens van de ouders wordt een vijftal regio's in beeld gebracht. De eerste regio bestaat uit Zeeland en de Zuid-Hollandse eilanden en wordt hieronder aangeduid als regio zuid. De tweede regio is de Randstad, die bestaat uit de driehoek Rotterdam-Gorinchem-Lisse, inclusief plaatsen als Gouda en Woerden. De derde regio is de Veluwe en strekt zich uit vanaf Utrecht in oostelijke richting, tot en met Apeldoorn en Ede. De vierde streek is regio noord, die bestaat uit de plaatsen ten noorden van Apeldoorn. De laatste regio duiden we aan als de Betuwe, die het gebied van Gorinchem oostwaarts beneden de Rijn omvat. Alle genoemde regio's kennen een min of meer vergelijkbare opbouw als het gaat om kerkelijke spreiding, leeftijdsopbouw en opleidingsniveau. Wel zijn in deze dataset de ouders in de regio zuid gemiddeld ouder, en is het opleidingsniveau in de regio's zuid en noord lager ten opzichte van de andere regio's.

### *Bezit en gebruik*

Als het gaat om het gebruik van sociale media, is het opvallend dat in de regio zuid, Betuwe en Veluwe het Facebookgebruik bij ouders het laagst is met respectievelijk 18, 18 en 22 procent, ten opzichte van 35 en 40 procent in de regio's Randstad en noord. Voor het gebruik van YouTube zijn andere verschillen zichtbaar. Dit is het laagst in Zeeland en in de Betuwe (36 en 40 procent) maar algemener in regio noord (48 procent), op de Veluwe (50 procent) en in de Randstad (56 procent). Ook



de factor mediatijsbesteding laat opvallende verschillen zien. De regio Zeeland kent de meeste (41 procent) lichte gebruikers (tot een halfuur per dag), en de regio Randstad kent de minste (19 procent) lichte gebruikers. De tijd die mensen doorbrengen met het bekijken van films en programma's is het hoogst in de Randstad. 12 procent van deze groep kijkt meer dan vier uur per week. In de regio zuid wordt het minst gekeken, waar 71 procent aangeeft dit nooit te doen.

### *Filtering*

Veel reformatorische gezinnen gebruiken een filter op de computer dat toegang tot bepaalde websites en programma's blokkeert. Op de Veluwe is gefilterd internet het meest gangbaar met 92 procent. Maar ook in de Randstad en in de Betuwe worden filters in reformatorische gezinnen veel gebruikt, namelijk onder respectievelijk 81 en 82 procent van de gezinnen. In lijn hiermee ligt dat ouders op de Veluwe er ook het meest van overtuigd zijn dat een filter bescherming biedt (90 procent). Opvallend is dat veel ouders uit de Randstad een filter zien als bescherming (88 procent), maar er toch het minst gebruik van maken. Daar staat tegenover dat veel ouders in de regio noord aangeven dat door het gebruik van een internetfilter het kind niet leert om verantwoordelijk om te gaan met internet (67 procent), maar toch vaak een filteraansluiting hebben (88 procent). Ouders op de Veluwe en in Zeeland zijn het meest bezorgd (beide 53 procent) dat hun kind via sociale media in aanraking komt met denkbeelden die niet overeenkomen met hun eigen identiteit. Regio noord heeft deze angst (met 35 procent) het minst. Ouders uit de Randstad geven weer het minst (15 procent) aan dat hun kind zo door media in beslag genomen wordt dat er geen tijd meer overblijft voor Bijbellezen en bidden. De ouders uit regio zuid geven dit het vaakst (24 procent) aan.

### *Mediaopvoeding*

Tussen de diverse regio's van de Biblebelt zijn ten slotte ook verschillen zichtbaar in mediaopvoedstijl. Op de vraag of de ouder in overleg met het kind afspraken maakt over de online activiteiten, antwoordt 64 procent van de ouders in Zeeland bevestigend. In de regio Randstad is dit beduidend hoger met 88 procent. Ook afspraken over de tijdsduur die het kind online mag zijn of mag gamen zijn verschillend. Hierbij gaat het om regels die ouders eenzijdig hebben ingesteld. De noordelijke regio probeert dergelijke afspraken met 91 procent het vaakst te maken. Op de vraag of ouders eenzijdig regels hebben opgesteld over de soort online-activiteiten antwoorden de regio's Veluwe en noord het vaakst bevestigend met respectievelijk 83 en 82 procent. De regionale verschillen zijn verder duidelijk als het gaat over het midden van het gebruik van (sociale) media op zondag. De noordelijke regio antwoordt unaniem bevestigend, in tegenstelling tot ouders uit Zeeland en de Randstad (respectievelijk 87 en 88 procent).

### **Evaluatie**

In dit artikel zijn de media-activiteiten van reformatische jongeren en hun ouders in de Biblebelt inzichtelijk gemaakt. Uiteraard kleven er beperkingen aan dit onderzoek. Zo bestaat deze groep uit een beperkt aantal leeftijdscategorieën en bij de volwassenen betreft het alleen ouders en verzorgers van kinderen. Dit maakt generalisatie naar de gehele Biblebelt moeilijker. Een vervolgonderzoek onder de andere leeftijdscategorieën zou daarom noodzakelijk zijn om het beeld scherper te krijgen.

De resultaten roepen ook nieuwe vragen op. Zo is de media-intensiteit van mediagebruik van volwassenen in de Biblebelt beduidend lager in vergelijking met die van andere Nederlanders. Is hier sprake van bewuste mijding, of is het slechts een tijdelijk fenomeen omdat de Biblebelt immers zelden bij nieuwe ontwikkelingen voor de troepen uitloopt? Opvallend daarbij is

dat het verschil in mediagebruik tussen reformatorische jongeren uit de Biblebelt en de gemiddelde Nederlander van diezelfde leeftijd een stuk kleiner is. Daarnaast is opvallend dat de media-intensiteit van ouders en hun eigen kinderen behoorlijk verschilt. Is hier enkel sprake van een generatiekloof, of hebben jongeren in de Biblebelt een duidelijk afwijkend leefpatroon ontwikkeld in vergelijking met hun ouders?

Daarnaast blijkt dat de groep reformatorische ouders in de Biblebelt loyaler is aan identiteitsgebonden media, zoals het *Reformatorisch Dagblad* en de website van deze krant. Jongeren gebruiken veel meer seculiere media dan hun ouders. Een interessante onderzoeksvraag is wat dit voor gevolgen heeft voor de meningsvorming van deze jongeren. Het artikel van Steef de Bruijn in deze bundel gaat daar dieper op in.

Ook waarderen jongeren de digitale nieuwsmedia veel hoger dan hun ouders. Tevens lijkt het kijken van films, (online) televisieprogramma's en dvd's bij jongeren behoorlijk ingeburgerd te zijn. Dit is opvallend, gezien de traditionele mijding van televisie door het reformatorische deel van de Biblebelt. Interessant is om deze gedachte te vergelijken met de onderzoeksresultaten van de kwalitatieve interviews van Myrta Otten, verderop in deze bundel.

Ten slotte kan op basis van het onderzoek de conclusie getrokken worden dat het reformatorische deel niet uniform is als het gaat om mediagebruik. Regionaal zijn er behoorlijke verschillen. Geconcludeerd mag worden dat reformatorische ouders in de regio Randstad het meest intensief media gebruiken en de groep respondenten uit de regio zuid het minst intensief. Daarnaast is vooral het gebruik van een internetfilter een opvallend verschil. De ouders in de regio Randstad filteren het minst, en de ouders in de regio Veluwe het meest. Is hier sprake van een cultureel verschil tussen de verschillende regio's of zijn er andere verklarende variabelen? Nader onderzoek is nodig om dergelijke vragen te beantwoorden.