Sosiale media en koinonia in gemeentes: ’n Prakties teologiese studie

Deur

Leon Oosthuizen

Ingehandig in ooreenstemming met die vereistes vir die graad

Philosophiae Doctor

aan die Departement van Praktiese en Missionale Teologie

Universiteit van die Vrystaat

Studieleiers: Proff WJ Schoeman en JA van den Berg

November 2021

VERKLARING

Hiermee verklaar ek, Leon Oosthuizen, dat die tesis getitel, *Sosiale media en koinonia in gemeentes: 'n Prakties teologiese studie*, my eie oorspronklike werk is, en dat alle bronne wat geraadpleeg is, aangedui en erken is.

Leon Oosthuizen
Studentenommer 2012195935

November 2021

DANKBETUIGINGS

As ’n gemeente leraar en nie ’n akademikus nie, was hierdie navorsing nie ’n maklike pad vir my nie. As pragmatis wil ek ’n saak so eenvoudig as moontlik stel en afhandel. Maar, ek moes leer dat dit nie die weg van ’n akademiese dokument is nie. Daarom my opregte dank en erkenning aan die volgende persone:

My studieleiers, Kobus Schoeman en Jan-Albert van den Berg vir hulle leiding tydens my studies.

My vrou en kinders vir al hulle geduld tydens my etlike jare van studies.

My gemeente, Langenhovenpark Gemeente, wat my die tyd gegun het om ook by die akademie uit te kom.

Ek waardeer julle almal se ondersteuning en bystand.

OPSOMMING

Met die fenomenale groei van sosiale media, het hierdie vorm van nuwe media, ’n daadwerklike deel van meeste mense se daaglikse lewe geword. Talle gemeentes het die geleentheid aangegryp om ook van sosiale media platforms gebruik te maak, maar terselfdertyd ook die teleurstelling beleef dat hulle nie die verwagte reaksie op hulle media-plasings ontvang het nie. Hierdie navorsing ondersoek die ontwikkeling van sosiale media, veral die inhoudelike van sosiale media plasing en mense se verwagtings wanneer hulle hierdie platforms besoek. Die volgende navorsingsvraag spruit uit die agtergrond van die inhoudelike van sosiale media plasings en die gebruikers se verwagtings: Kan sosiale media koinonia in die plaaslike gemeente bevorder? Die navorsing volg ’n hermeneutiese proses. Oplossings word gesoek deur die verloop van vier duidelike take, soos oorspronklik deur Osmer omskryf. Die eerste behels die empiries beskrywende taak om die stem van die gebruikers te hoor en wel deur middel van ’n inhoudsanalise van vyf gemeentes se Facebook inskrywings, persoonlike onderhoude met Facebook-gebruikers, en ’n fokusgroep-gesprek met gebruikers van ’n Whatsapp-groep. Dit word volg deur die interpretatiewe taak en behels ’n literatuurstudie waar na redes gesoek word oor waarom dít wat in die eerste taak waargeneem is, gebeur. Derdens, ’n normatiewe taak word uitgevoer ten einde sekere toepaslike begrippe vanuit die Skrif en tradisie te beoordeel. Laastens, is die pragmatiese taak waar daar gepoog word om die *praxis* probleem te herstel. Uit die empiriese werk, sowel as die literatuurstudie, blyk dit dat gebruikers nie net eenrigtingkommunikasie op sosiale media wil ontvang nie, maar ’n behoefte het om op hierdie platforms te sosialiseer en selfs onderlinge koinonia te ervaar. Hoewel ’n koinonia-ervaring in ’n digitale ruimte moontlik minder intens is as in ’n fisiese omgewing, kan hierdie medium heelwat bydra tot mense wat alreeds ’n verbintenis met ’n fisiese gemeente het, se ervaring van koinonia. Met die korrekte gebruik, kan sosiale media dus beslis help om koinonia in die plaaslike gemeente te bevorder.

ABSTRACT

With the phenomenal growth of social media, this form of new media has become an active part of most people's daily lives. Many congregations took the opportunity to also make use of social media platforms, but at the same time also experienced the disappointment that they did not receive the expected response to their media posts. The research explores the development of social media, but especially the content of social media posts and people's expectations when visiting these platforms. The following research question emerged from the background of the content of social media posts and the users' expectations: Can social media promote koinonia in the local church? The research follows a hermeneutical process, seeking solutions through the course of four clear tasks, as originally described by Osmer. The first is the empirical descriptive task of hearing the voice of the users. It involves a content analysis of five congregations' Facebook entries, personal interviews with Facebook users, and a focus group conversation with users of a Whatsapp group. This is followed by the interpretive task. Reasons are sought through a literature study on why what was observed in the first task happened. Thirdly, there is a normative task to judge certain relevant concepts from Scripture and tradition. Lastly, there is the pragmatic task, where an attempt is made to repair the *praxis* problem. From the empirical work, as well as from the literature study, it become clear that users not only want to receive one-way communication on social media but have a need to socialize on these platforms and even experience mutual koinonia. Although a koinonia experience in a digital space may be less intense than in a physical environment, this medium can greatly contribute to people, who already have a connection to a physical congregation, experience of koinonia. Properly used, social media can definitely contribute to the experience of koinonia in the local congregation.

INHOUDSOPGAWE

VERKLARING II

DANKBETUIGINGS III

OPSOMMING IV

ABSTRACT V

INHOUDSOPGAWE VI

LYS VAN FIGURE XII

HOOFSTUK 1. DIE AGTERGROND TOT DIE NAVORSING EN POSISIONERING VAN DIE NAVORSER 1

1.1 Inleidende opmerkings 1

1.2 Die huidige stand van navorsing oor die gebruik van sosiale media binne die gemeente 6

1.3 Navorsingsprobleem 8

1.4 Primêre navorsingsvraag 10
1.4.1 Die navorsingsvraag teen die agtergrond van Osmer se vier take 11

1.5 Sekondêre vrae 13
1.5.1 Sekondêre vraag 1 13
1.5.2 Sekondêre vraag 2 14
1.5.3 Sekondêre vraag 3 14
1.5.4 Sekondêre vraag 4 15

1.6 Struktuur van die navorsing 16
1.6.1 Algemene navorsingsbeginsels 16
1.6.2 Navorser se raamwerk 19
1.6.3 Uiteensetting van die navorser se raamwerk 20
1.6.3.1 Moontlike probleem(e) in die praktyk 20
1.6.3.2 Navorsingsprobleem 20
1.6.3.3 Navorsingsvraag 20
1.6.3.4 Navorsingsontwerp 20
1.6.3.5 Teoretiese en Empiriese Navorsing 22
1.6.3.6 Paradigma 22
1.6.3.7 Tipe navorsing 23
1.6.3.8 Data insamelingsmetodes 24
1.6.3.9 Data insameling 25
1.6.3.10 Dataverwerking 25
1.6.3.11 Literatuurstudie 25
1.6.3.12 Navorsingsbevindinge 25
1.6.3.13 Aanbevelings 26

1.7 Hoofstuk indeling 26

1.8 Waarde van die studie 28

1.9 Etiese klaring 28
1.9.1 Deelnemers 28
1.9.2 Empiriese navorsing 29

1.9.2.1 Objektiwiteit 29
1.9.2.2 Geldigheid 30
1.9.2.3 Betroubaarheid 30
1.9.2.4 Voldoen hierdie navorsing aan geldigheid en betroubaarheid? 30

1.10 Praktiese teologie as vakgebied waarbinne die navorsing plaasvind 31
1.10.1 Inleiding 31
1.10.2 Die konteks van die navorser 32
1.10.3 Teologie in die algemeen 33
1.10.4 Praktiese teologie as selfstandige vakgebied 35
1.10.5 Die ontwikkeling van praktiese teologie 36
1.10.6 Die ontwikkeling van praktiese teologie in Suid-Afrika 38
1.10.6.1 Eerste draaipunt 38
1.10.7 Die worsteling tussen teorie en *praxis* binne hierdie tydvak (wêreldwyd en in Suid-Afrika) 39
1.10.7.1 Tweede draaipunt 42
1.10.8 Praktiese teologie skep 'n platform vir interdissiplinêre samewerking 44
1.10.9 Die uitgangspunt van die navorser 46

1.11 Samevatting 47

HOOFSTUK 2. 'N EMPIRIESE ONDERSOEK ONDER DIE GEBRUIKERS VAN SOSIALE MEDIA 48

2.1 Inleiding tot die empiriese hoofstuk 48
2.1.1 Rede vir 'n empiriese ondersoek 48
2.1.2 Die plek van empiriese ondersoeke en praktiese teologie 49
2.1.3 Keuse van 'n metodologie vir die ondersoek 52
2.1.3.1 Gemengde metodes navorsing (Mixed methods research) 52
2.1.3.1.1 Die invalshoeke van die drie empiriese ondersoeke 53
2.1.3.2 Induktief of deduktief? 54
2.1.3.3 Fenomenologiese navorsing 56
2.1.3.4 'n Hermeneutiese model, soos verder onwikkel deur Osmer 59
2.1.4 Die doel van die empiriese navorsing 61

2.2 Die probleem eienaar – Langenhovenpark gemeente 62
2.2.1 Die gemeente as primêre konteks vd navorsing 62
2.2.2 Kort beskrywing van die gemeente 63
2.2.2.1 Die woonbuurt 64
2.2.2.2 Die gemeente 65
2.2.3 Gebruik van sosiale media in die gemeente 66

2.3 Die navorser 67
2.3.1 Plek en rol van die navorser 67
2.3.2 Persoonlike waarneming van die navorser (*attending*) 68

2.4 Die gebruik van Facebook, soos in die ring van Waterbron waargeneem 70
2.4.1 Die rede vir die fokus op Facebook 70
2.4.2 Die Ring van Waterbron as 'n geskikte steekproef 71
2.4.3 Beskrywing van die Ring van Waterbron en hoe die data insameling geskied 71
2.4.4 Versameling van data 72
2.4.4.1 Gebruik van bestaande data 72
2.4.4.2 Fisiese insameling van die data 73
2.4.5 Hoe is die Facebook-data ontleed? 73
2.4.5.1 Inhoudsanalise 73
2.4.5.2 Die kriteria vir die indeling van kategorieë 75
2.4.6 Data analise 76
2.4.6.1 Werkswyse 76
2.4.6.2 Afwykings 78
2.4.6.3 Resultate 79
2.4.7 Bevindinge uit die Facebook-data 85
2.4.8 Hoe word Sekondêre vraag 1 beantwoord deur die Facebook-data? 86
2.4.9 Beperkinge van die ondersoek ten opsigte van Facebook-data 86

2.5 Onderhoude met lidmate van Langenhovenpark gemeente oor die gebruik van sosiale media 87
2.5.1 Wat is die doel van die onderhoude?......87
2.5.2 Kwalitatiewe navorsing......87
2.5.3 Die seleksie van respondente 91
2.5.3.1 ’n Doelgerigte steekproef 91
2.5.4 Onderhoude......92
2.5.5 Data insameling 94
2.5.6 Data analise......94
2.5.6.1 Kodegroep 1 – Koinonia......96
2.5.6.2 Kodegroep 2 – Fokus op inligting 96
2.5.6.3 Kodegroep 3 – Pro Moedertaal 96
2.5.6.4 Kodegroep 4 – Riglyne vir sosiale media......97
2.5.7 Bevindinge uit die persoonlike onderhoude 97
2.5.8 Hoe word Sekondêre vraag 1 beantwoord?......103
2.5.9 Beperkinge van die ondersoek oor lidmate se gebruik van Facebook 103

2.6 Fokusgroep gesprekke oor die gebruik van sosiale media in LHP......104
2.6.1 Wat is die doel van die fokusgroep-gesprekke?......104
2.6.2 Die seleksie van respondente (doelgerigte steekproef)......104
2.6.3 Fokusgroep......104
2.6.4 Data versameling 106
2.6.5 Data analise......107
2.6.5.1 Inleiding 107
2.6.5.2 Eerste fokusgroep byeenkoms......107
2.6.5.2.1 Kodegroep 1 – Onkundig oor Whatsapp 108
2.6.5.2.2 Kodegroep 2 – Irritasie met Whatsapp......108
2.6.5.2.3 Kodegroep 3 – Praktiese gebruiksmoontlikhede 108
2.6.5.2.4 Kodegroep 4 – Verbeter koinonia 109
2.6.5.3 Implimentering van ’n Whatsapp-groep 109
2.6.5.4 Tweede fokusgroep byeenkoms......110
2.6.5.4.1 Kodegroep 1 – Bevorder koinonia 110
2.6.5.4.2 Kodegroep 2 – Geestelik opbouend......111
2.6.5.4.3 Kodegroep 3 – Bevorder administrasie 111
2.6.5.4.4 Kodegroep 4 – Behoeftes om ook deel van die Whatsapp-groep te wees 111
2.6.5.5 Die groep se persepsie van ’n Whatsapp groep voor hulle ervaring van so ’n groep ..112
2.6.5.6 Die groep se persepsie van ’n Whatsapp groep na hulle ervaring van so ’n groep 112
2.6.5.7 Verdere waarnemings wat die navorser gemaak het 113
2.6.5.8 Bevindinge uit die fokusgroep onderhoude......114
2.6.6 Hoe word Sekondêre vraag 1 beantwoord?......115
2.6.7 Beperkinge van die ondersoek oor lidmate se ervaring van ’n Whatsapp-groep......115

2.7 Integrasie van die drie empiriese ondersoeke......115

HOOFSTUK 3. ’N INTERPRETATIEWE ONDERSOEK NA SOSIALE MEDIA EN DIE INVLOED WAT DIT OP SOSIALISERING HET......119

3.1 Inleiding 119

3.2 Literatuurstudie 119

3.3 Woordverklaring......120
3.3.1 Nuwe media......120
3.3.2 Sosiale media 121
3.3.3 Virtuele wêreld (Kuberruim)......122

3.4 Die geskiedenis van die sosiale media 123
3.4.1 Die era van internet......123
3.4.2 Die era van sosiale media 125
3.4.3 Mobiele netwerke......126
3.4.4 Die sosiale media platforms 127
3.4.5 Platforms waarop hierdie navorsing fokus 128
3.4.6 Die fenomenale groei van die internet en sosiale media 129

3.5 Die gebruikers van sosiale media 136

3.6 Afbakening van die studieveld 140

3.7 Redes vir die kerk om krities oor sosiale media na te dink en afbakening van hierdie denke 141
3.7.1 Agtergrond tot die nadenke 141
3.7.2 Die kerk en tegnologie 142
3.7.3 Verskeie invalshoeke binne die gesprek oor sosiale media 146
3.7.3.1 Die optimistiese invalshoek 146
3.7.3.2 Die pessimistiese invalshoek 147
3.7.3.3 Die invalshoek is veelkantig 148

3.8 Moontlike negatiewe invloed van sosiale media op sosialisering 149
3.8.1 Sosiale media lei tot sosiale isolasie 149
3.8.2 Sosiale media ontneem mense hulle privaatheid / vryheid 152
3.8.3 Sosiale media beroof mense van tyd 153
3.8.4 Sosiale media kan probleme in bestaande fisiese verhoudings veroorsaak 155
3.8.5 Sosiale media belemmer identiteitsvorming en kan verwarring tussen realiteit en simulasie skep 158
3.8.6 Sosiale media skep valse gemeenskappe van omgee 161

3.9 Moontlike positiewe invloed van sosiale media op sosialisering 163
3.9.1 Sosiale media kan fisiese verhoudings versterk 163
3.9.2 Sosiale media kan sosiale integrasie bevoordeel 165
3.9.3 Sosiale media kan ’n pastorale bediening bevorder 167
3.9.4 Sosiale media bevorder identiteitsvorming en is ’n eksponent van sosiale kapitaal 171

3.10 Samevatting 173

HOOFSTUK 4. ’N NORMATIEWE ONDERSOEK OOR DIE GEBRUIK VAN SOSIALE MEDIA IN DIE PLAASLIKE GEMEENTE EN OF DIT KOINONIA KAN BEVORDER 175

4.1 Inleiding 175

4.2 Koinonia 175
4.2.1 Etimologie 175
4.2.2 Koinonia tekste in die Nuwe Testament 178
4.2.2.1 Koinonia in die Lukas-geskrifte 179
4.2.2.2 Koinonia in die Pauliniese tekste 180
4.2.3 Perspektiewe op koinonia 180
4.2.3.1 Inleiding 180
4.2.3.2 Koinonia begin met God se natuur 181
4.2.3.3 Koinonia impliseer eenheid 182
4.2.3.4 Die verband met familie 183
4.2.3.5 Nie slegs geestelik geïnterpreteer 183
4.2.4 Die belang van koinonia vir gemeente-wees 184
4.2.5 Is ‘aanlyn-koinonia’ werklik koinonia? 185
4.2.6 Vrese en besware oor koinonia in die virtuele wêreld 191
4.2.6.1 Bepaalde rituele kan slegs fisies plaasvind 191
4.2.6.2 ’n Vrees vir tegnologie 192
4.2.6.3 Vrees vir eksklusiwiteit 192
4.2.7 Belangrike perspektiewe oor koinonia 194

4.3 Die plaaslike gemeente – ’n Ekklesiologiese perspektief 195
4.3.1 Die nodigheid om krities na te dink oor die plaaslike gemeente 195
4.3.2 Etimologie van die woorde: Kerk en gemeente 196
4.3.3 Die ontstaan en omskrywing van gemeentes 198
4.3.4 Die NG Kerk se pad met die begrip gemeente 200
4.3.5 Geloofsgemeenskap 201
4.3.5.1 Vanaf kerk na geloofsgemeenskap 201
4.3.5.2 Geloofsgemeenskap as gemeenskap 203
4.3.5.3 Bestaande praktyke wat vra om nadenke van gemeente-wees 206

4.3.6 Belangrike perspektiewe oor 'die gemeente' 209

4.4 Die rol van sterk en swak verbintenisse, binne die konteks van koinonia en gemeente 210
4.4.1 Inleiding 210
4.4.2 'n Teorie oor sterk en swak verbintenisse 210
4.4.3 Belangrike perspektiewe op sterk en swak verbintenisse 214

4.5 Samevatting 215

HOOFSTUK 5. KRITIESE NADENKE OOR HUIDIGE PRAKTYKE EN MOONTLIKE PRAGMATIESE OPLOSSINGS 216

5.1 Inleiding 216

5.2 Bevindinge van die navorsing 216
5.2.1 Ervaar die gebruikers van sosiale media dat dit koinonia bevorder tussen individue en groepe in die gemeente? 216
5.2.2 Wat is die invloed van sosiale media op die sosialisering van individue en groepe in die gemeente? 218
5.2.3 Watter rol behoort koinonia in die bediening van 'n gemeente te speel? 219
5.2.4 Hou die koinonia-bediening van die gemeente tred met die uitdagings van die digitale era? 220
5.2.4.1 Geografiese grense 220
5.2.4.2 Taal 221

5.3 Gevolgtrekking van die navorsing 223

5.4 Pragmatiese oplossings vir die tekortkominge in gemeentes se sosiale media bediening 223
5.4.1 Ervaar die gebruikers van sosiale media dat dit koinonia bevorder tussen individue en groepe in die gemeente? 224
5.4.2 Wat is die invloed van sosiale media op die sosialisering van individue en groepe in die gemeente? 226
5.4.3 Watter rol behoort koinonia in die bediening van 'n gemeente te speel? 227
5.4.4 Hou die koinonia-bediening van die gemeente tred met die uitdagings van die digitale era? 228

5.5 'n Sosiale media strategie 231
5.5.1 Inleiding 231
5.5.2 Stel duidelike doelwitte op 231
5.5.3 'n Strategie bevat die volgende kategorieë 232
5.5.3.1 Frekwensie van plasings 232
5.5.3.2 Spertye 232
5.5.3.3 Begroting 232
5.5.3.4 Verantwoordelike persone 232
5.5.4 Ken jou teikenmark 232
5.5.5 Kies die toepaslike platforms 232
5.5.6 Regte inhoud 232
5.5.7 Terugvoerbeleid 232

5.6 Slotwoord oor huidige praktyke 233

HOOFSTUK 6. PERSOONLIKE REFLEKSIE OOR GEMEENTES SE GEBRUIK VAN SOSIALE MEDIA 234

6.1 Inleiding 234

6.2 Bydraes, tekortkominge en toekomstige navorsing 235

6.3 Slotwoord 238

6.4 Laaste persoonlike gedagtes 238

BIBLIOGRAFIE 242

BYLAE A-G 274

LYS VAN FIGURE

Figuur 1-1: Osmer se vier take 13
Figuur 1-2: Babbie en Mouton se skematiese voorstelling van die navorsingsproses 17
Figuur 1-3: Navorsingsraamwerk.... 19
Figuur 1-4: Leedy en Omrod se skema 21
Figuur 2-1: Konvergente parallelle gemengde metodes ontwerp 53
Figuur 2-2: Wiel van die Wetenskap 54
Figuur 2-3: Tashakkori en Teddie se siklus van navorsing 56
Figuur 2-4: Creswell en Poth se diagram van navorsingsontwerpe.... 57
Figuur 2-5: Mouton se stappe in die navorsingsproses 60
Figuur 2-6: Mouton se hipotese-toetsende vs. hipotese-genererende raamwerk 61
Figuur 2-7: Kaart van Langenhovenpark.... 64
Figuur 2-8: Bevolkingsgroepe in Langenhovenpark 64
Figuur 2-9: Taalprofiel van Langenhovenpark inwoners 65
Figuur 2-10: Ouderdomsprofiel van die gemeente 66
Figuur 2-11: Reaksie op Facebookplasings 78
Figuur 2-12: BAIE GOEIE REAKSIE terugvoer.... 79
Figuur 2-13: WEINIG REAKSIE terugvoer 79
Figuur 2-14: NUL REAKSIE terugvoer.... 80
Figuur 2-15: Dagstukkies.... 81
Figuur 2-16: Gebed 81
Figuur 2-17: Gemeente aktiwiteit 82
Figuur 2-18: Preek.... 82
Figuur 2-19: Advertensie 83
Figuur 2-20: Leraar.... 84
Figuur 2-21: Pastorale berig 85
Figuur 2-22: Friese se data ontledingsproses 88
Figuur 2-23: Kodegroepe (Persoonlike onderhoude)-ATLAS.ti uitdruk 95
Figuur 2-24: Woordwolk wat die belang van taal uitwys.... 101
Figuur 2-25: Fokusgroep 1 – Kodegroepe (soos onttrek van ATLAS.ti) 108
Figuur 2-26: Fokusgroep 2 – Kodegroepe (soos onttrek van ATLAS.ti) 110
Figuur 2-27: Integrasie van empiriese ondersoeke 117
Figuur 3-1: Whatsapp se groei in Suid Afrika.... 128
Figuur 3-2: Markpenetrasie van die internet en sosiale media 130
Figuur 3-3: Facebook-gebruikers.... 131
Figuur 3-4: Facebook se oorheersing van die sosiale media landskap 132
Figuur 3-5: Whatsapp-gebruikers 133
Figuur 3-6: Persentasie van die bevolking wat sosiale media gebruik 134
Figuur 3-7 Aantal sosiale netwerkgebruikers in Suid-Afrika 135
Figuur 3-8: Mobiele konneksies.... 136
Figuur 3-9: Die onderskeie generasies 136
Figuur 3-10: Onderskeie generasies se voorkeur sosiale media platforms 137
Figuur 3-11: Ouderdomsgroepe se gebruik van sosiale media platforms.... 138
Figuur 3-12: Gebruikers van sosiale media 139
Figuur 3-13: Tydvermorsing tydens werksure 154
Figuur 3-14:Opname oor tydsbesteding tydens werksure 154
Figuur 5-1: Lidmate se reaksie op Facebook-inskrywings 217
Figuur 6-1: Wie het besluit op ’n digitale bediening.... 234
Figuur 6-2: Kultuurskuiwe.... 235

HOOFSTUK 1.
DIE AGTERGROND TOT DIE NAVORSING EN POSISIONERING VAN DIE NAVORSER

1.1 Inleidende opmerkings

So min as twee dekades gelede was digitale verbintenisse (die vermoë om oor die internet te kommunikeer) vir die meeste mense ’n onbekende begrip (Zickuhr & Smith, 2012:4). Met die ontstaan van sosiale media en die koms van die slimfoon, het digitale verbintenisse volgens Turkle (2011:13), vir baie mense egter die primêre vorm van kommunikasie geword. Met die geweldige groei van die internet wêreldwyd (gemiddeld 18 nuwe gebruikers elke sekonde) (Kemp, 2017:elektroniese bron; Zickuhr & Smith, 2012:14) het baie besighede, organisasies en selfs kerke, die geleentheid aangegryp om via sosiale media te kommunikeer en selfs pogings aangewend om deur hierdie medium verhoudings met hulle lede of kliënte op te bou.

Lewis (2016:elektroniese bron) meld dat baie kerke ook sosiale media gebruik in die hoop dat dit meer onderlinge kontak en koinonia sal bevorder, maar hulle doen dit sonder enige oorweging van die vermoë van sosiale media om wel koinonia te bevorder. Ander navorsing toon duidelik aan dat baie gemeentes sosiale media bloot gebruik as ’n bemarkingshulpmiddel en nie as ’n manier om mense met mekaar te laat sosialiseer nie (White, Tella, Ampofo, 2016:3). Dus, mis hulle waarskynlik die bestaansdoel van sosiale media.

Hoewel die navorser self verstom staan oor die geweldige groei en die gebruiksmoontlikhede van sosiale media, het hy op grond van persoonlike ondervinding en navorsing, soos in die paragraaf hierbo genoem, ’n vermoede dat die besluit om sosiale media te benut met weinig vooraf nadenke of navorsing gepaardgaan. Sy vermoede is dat baie organisasies en kerke hierdie fenomeen benut, bloot omdat dit soos ’n golf deur die samelewing spoel, sonder om krities na te dink oor die moontlike voor- of nadele van sosiale media.

Die navorser se nadenke oor die onderwerp het nie ontstaan binne ’n akademiese dampkring nie, maar as ’n vraag (vrae) wat hy in die praktyk van ’n gemeentebediening begin vra het. Aangesien talle van die navorsingsmodelle wat die navorser bestudeer het

begin met ’n vraag uit die praktyk, is die praktykprobleem dan ook die eerste logiese stap in hierdie navorsingsraamwerk. Vervolgens sal die agtergrond oor die praktykprobleem wat die navorser oor die afgelope aantal jare waargeneem het, bespreek word.

Die navorser se pad met die navorsingsonderwerp het in 2011 begin toe hy ’n *Facebook*-blad vir sy plaaslike gemeente geskep het, maar weens die trae reaksie op die blad, besin het oor die sinvolheid van ’n sosiale media voetspoor vir die plaaslike gemeente. Aangesien dit ’n persoonlike reis was, is die onderstaande gedeelte in die eerste persoon geskryf.

> *Ek het kennis geneem van die fenomenale groei van die sosiale media, asook van die feit dat talle gemeentes begin het om die sosiale media en spesifiek Facebook te gebruik om inligting deur te gee. My eerste reaksie was dus dat my plaaslike gemeente nie die golf moet mis nie en ook ’n teenwoordigheid op sosiale media moes hê.*
>
> *Die doel van die Facebook-blad sou eerstens wees om aan bestaande lidmate nog ’n bron van inligting te verskaf, naas die gemeente se weeklikse aankondigingsblad en die webblad wat redelik stagnant was. Tweedens, sou dit dien as bemarkingsmedium vir potensiële lidmate in die Langenhovenpark omgewing.*
>
> *Ek het ’n Facebook-blad geskep, ’n boodskap of twee geplaas en met gespanne afwagting gekyk wat die reaksie gaan wees. Dit was helaas nie indrukwekkend nie! ’n Paar van die getroue lidmate het gaan kyk na die plasings op die Facebook-blad en kommentaar gelewer, maar waarskynlik ontdek dat die inligting wat hulle daar kry bloot ’n duplisering is van inligting wat hulle alreeds Sondae tydens die eredienste ontvang het. Gevolglik het hulle besoeke aan die blad begin afneem.*
>
> *Derhalwe het ek begin wonder of ’n gemeente werklik ’n sosiale media teenwoordigheid benodig? Of het die probleem dalk by die inhoud van die publikasies gelê? Hoe gereeld moet nuwe berigte geplaas word? Wie wil jy bereik – slegs bestaande lidmate, of ook nuwe lidmate? Lê die probleem nie*

juis by die feit dat die blad in Afrikaans is nie, terwyl daar soveel meer Engelssprekende internetgebruikers is?

Ek het meer vrae as antwoorde gehad en besef dat 'n mens nie op 'n golf moet spring bloot omdat dit 'n golf is nie. Die fenomenale groei van sosiale media kan nie ontken word nie (daar sal later meer aandag aan hierdie groei gegee word), maar ek het begin twyfel of die kerk en spesifiek die plaaslike gemeente, werklik voordeel kan trek uit hierdie fenomeen, genaamd sosiale media.

Tydens hierdie fase van ontnugtering, vang my oog egter die naam van 'n persoon wat die Facebook blad steeds gereeld besoek en kommentaar lewer op plasings. 'n Persoon wat voorheen lidmaat by die gemeente was, maar op daardie tydstip in die buiteland gewoon het, in 'n land wat daarvoor bekend is dat hulle nie baie verdraagsaam is teenoor Christene nie.

Toe ek 'n rukkie later nog 'n gereelde besoeker opmerk, hierdie keer iemand wat nog lidmaat van die gemeente was, maar reeds vir etlike maande iewers in Midde-Afrika gewerk het, het ek begin om met nuwe oë na sosiale media te kyk. Is dit dalk moontlik dat hierdie persone wat geografies afgesonder is van 'n plaaslike gemeente deur sosiale media, tog 'n ervaring van meelewing met 'n plaaslike gemeente kon beleef. My fokus op en evaluering van sosiale media het gevolglik verskuif vanaf 'n mediavorm wat vir inligting-oordrag en bemarking gebruik word, na een wat fokus op sosialisering.

Die nuwe vraag waarmee ek dus begin worstel het, was of sosiale media werklik koinonia kan bevorder tussen gebruikers. Saam met hierdie nuwe bril waarmee ek na sosiale media begin kyk het, het vrae ongelukkig nie minder geword nie, maar juis meer: Skep sosiale media 'n ruimte vir lidmate om onderling te sosialiseer en koinonia te ervaar? Selfs nog meer - skep dit nie dalk 'n ruimte vir lidmate om met nie-lidmate te sosialiseer nie?

Want indien sosiale media koinonia kan bevorder, spreek dit sekerlik 'n krisis in die kerk aan. Die meeste gelowiges sal maklik sê dat die kerk 'n geloofsgemeenskap is; dat daar tussen lidmate 'n onderlinge verbondenheid is, soos ook gesien kan word uit die groei van kleingroepe in gemeentes oor

die laaste dekade of twee. Maar in die praktyk bestaan baie lidmate se kerklike betrokkenheid bloot uit die bywoon van eredienste op 'n Sondag waar daar hoofsaaklik eenrigtingkommunikasie is. Wanneer die persoon wat verantwoordelik is vir die kleingroepe van een van die grootste Nederduits Gereformeerde gemeentes in die land voorts wonder of daar werklik koinonia in kleingroepe bestaan (Lombaard, 2007:149)*, word die gebrek aan koinonia en die behoefte om meer koinonia tussen lidmate te bewerk, verder versterk. Kan sosiale media dalk hierdie leemte aanvul en 'n medium wees waardeur daar meer onderlinge kontak tussen lidmate kan plaasvind?*

Die eerste groepering wat baat sou kon vind by 'n toename in koinonia is die huidige lidmate. Die wat reeds betrokke is, maar 'n behoefte het aan meer tweerigtingkommunikasie, sowel as die wat weens hulle werksprogram minder betrokke is, maar wel 'n behoefte het om meer kontak met hulle mede-lidmate te hê, op tye wat vir hulle geleë is.

Die tweede groepering wat dalk baat kon vind is Christene wat nie fisies by 'n gemeente kan inskakel nie, omdat hulle geografies ver van 'n plaaslike gemeente is of weens mobiliteit dit moeilik vind om by die kerkgebou, waar die meeste gemeente aktiwiteite plaasvind, uit te kom. Kan sosiale media dalk vir hulle die ruimte skep om deel te voel van 'n gemeente?

Die derde groepering is nie-Christene of ongelowiges of bloot Christene wat nog nie 'n gemeente gevind het waar hulle tuis voel nie. Indien sosiale media werklik koinonia kan bevorder, sou dit moontlik vir mense uit hierdie groepering, 'n deur tot 'n geloofsgemeenskap kon wees.

Opgewonde oor die potensiaal van sosiale media, het ek begin om oor die onderwerp te lees. In my aanvanklike leeswerk het ek baie positiewe kommentaar gekry oor sosiale media wat veral gefokus het op die astronomiese groei en die potensiaal van sosiale media vir bemarking. Ek het egter ook 'n paar skrywers ontdek wat bedenkinge het oor die effek van die sosiale media op mense se vermoë om te groei in interpersoonlike verhoudings.

Vir die gladde verloop van die verhaal oor my persoonlike reis met die onderwerp, verwys ek hier na leeswerk, sonder om spesifieke skrywers uit te lig. In latere hoofstukke, sal die individuele skrywers, na wie hier in die algemeen verwys word, wel uitgelig word.

Min van die skrywers het egter die verskillende kante teen mekaar opgeweeg. Dit het veroorsaak dat 'n mens nie 'n gebalanseerde prentjie kon vorm van die effek wat sosiale media op onderlinge verbondenheid / koinonia het nie. In my leeswerk, het ek gehoor dat daar mense is wat verkies om in die virtuele wêreld te sosialiseer, eerder as met mense wat fisies teenwoordig is. Derhalwe het 'n uitbreiding op bogenoemde vraag by my ontstaan: Is fisiese kontak die enigste vorm van kontak wat koinonia kan bevorder of kan mense dalk werklik noemenswaardige verhoudings in die kuberruim beleef?

Omdat my navorsing fokus op die plaaslike gemeente, kon ek ook nie anders as om krities na te dink oor ons definisie van gemeente nie. Die virtuele wêreld is onbegrens, terwyl gemeentes tans steeds gekenmerk word deur geografiese grense. Indien sosiale media gebruik kon word om koinonia te bevorder, sou dit 'n implikasie hê op ons begrip en definisie van wat 'n gemeente is.

Tydens my reis met hierdie onderwerp, het ek ook toenemend besef dat 'n mens baie mooi moet dink oor die taal wat jy op sosiale media gebruik. Wanneer die grense van die tradisionele gemeente oorgesteek word en die gemeente sosiale media inspan om koinonia tot stand te bring met mense wat dalk elders woon, is die vraag of Afrikaans steeds as kommunikasie-taal gebruik moet word? Sal die reikwydte nie net soveel groter wees, indien daar eerder in Engels gekommunikeer word nie? Midde in hierdie argument het ek dan ook die anderkant van die muntstuk ontdek, naamlik dat die taal, Afrikaans, dalk 'n gemene deler kan wees wat mense na 'n bepaalde geloofsgemeenskap lok. Ook hierdie saak sal verder ondersoek word.

Die navorser is van mening dat baie gemeentes sosiale media gebruik in die hoop om hulle bediening aan lidmate te verbeter, aangesien so baie lidmate reeds aktief op sosiale media is. Dit word egter gedoen sonder om krities na te dink oor wat hulle met sosiale

media wil bereik en of dit enigsins ingespan kan word om byvoorbeeld mense suksesvol by mekaar se leefwêrelde uit te bring. Kietzmann, Hermkens, McCarthy en Silvestre (2011:243) lig die belangrikheid uit van ŉ doelgerigte bou en instandhouding van verhoudings op sosiale media: "*Social media sites and firms seeking to engage with their users must understand how they can maintain or build relationships, or both.*"

In die volgende hoofstukke sal die navorser poog om op ŉ empiries verantwoordbare wyse die uiteenlopende standpunte oor sosiale media se vermoëns om koinonia in die plaaslike gemeente te bevorder, uit te lig en te evalueer, ten einde te bepaal of sosiale media bevorderlik is vir koinonia, al dan nie.

1.2 Die huidige stand van navorsing oor die gebruik van sosiale media binne die gemeente

Die geweldige groei in sosiale media het tot gevolg dat daar oor die afgelope aantal jare baie navorsing gedoen en publikasies oor sosiale media verskyn het. *The new media frontier* van Reynolds en Overton (2008) verskaf ŉ magdom van inligting oor die gebruiksmoontlikhede van sosiale media vir die kerk. Hoewel hierdie bron heelwat praktiese nadenke bied oor hoe verskillende sosiale media platforms aangewend kan word om met kommunikasie na lidmate en potensiële lidmate te help, is daar nie te veel nadenke oor die sosialiseringsmoontlikhede van sosiale media nie.

Stephenson (2006), in sy boek, *Web-empower your church*, volg redelik dieselfde roete, buiten in Hoofstuk 9 waar daar op ŉ baie praktiese vlak aangedui word dat hulle in hulle plaaslike gemeente se sosiale media bediening, tog ervaar het dat daar sosialisering kan plaasvind en ŉ geloofsgemeenskap geskep kan word. In sy definisie van ŉ aanlyngemeenskap, naamlik "*online community happens when online visitors connect in discussion and relationship"* (Stephenson, 2006:135), blyk dit vir die navorser duidelik dat verhoudings gebou kan word.

SimChurch: Being the church in the virtual world (Estes, 2009) bied vele praktiese wenke oor kerk wees in ŉ virtuele wêreld, maar die fokus in hierdie boek is meer op ŉ virtuele kerk, in afsondering van ŉ fisiese gemeente wat nie die skopus van hierdie navorsing is nie. Die navorser werk vanuit die fisiese plaaslike gemeente en ondersoek sosiale media as ŉ uitbreiding op die bediening van die plaaslike gemeente.

Die impak wat sosiale media op sosialisering en verhoudings het, is in die afgelope jare deur talle bestudeer, soos Castells (2004 & 2009) en Lenhart, Purcell, Smith en Zickuhr (2010). Uit hulle navorsing is dit duidelik dat daar ŉ potensiaal vir sosialisering in sosiale media opgesluit is. Hoe noemenswaardig dit is en of die kerk dit kan aanwend om koinonia te bevorder, word egter nie in-diepte bespreek nie.

Campbell (2005)(2010)(2012)(2020), Helland (2005), Schultze (2008) en Drescher (2011) se publikasies is definitief toepaslik vir hierdie navorsing, aangesien hulle sosiale media vanuit ŉ teologiese en spesifiek prakties teologiese hoek beskou. Die aktualiteit van sosiale media vir die kerk word verder uitgelig wanneer Helland (2005:12) meld dat Christen internetgebruikers toenemend hulle deelname aan aanlyn godsdienstige gemeenskappe sien as ŉ natuurlike uitbreiding tot hulle fisiese geloofspraktyke. Daarteenoor wys Drescher (2011:xv) weer op die hoë persentasie van leraars wat tans sosiale media aanwend om hulle bediening uit te brei.

Ten spyte van die oorvloed van inligting oor die kerk se gebruik van sosiale media, spreek bogenoemde navorsing egter nog nie die vraag aan of sosiale media koinonia kan bevorder nie. Trouens, Rice (2009:45) waarsku dat die kwaliteit van aanlyn konneksies nie noodwendig genoegsaam is om lidmate uit isolasie te bring en in te trek in ŉ lewendige Christelike gemeenskap nie.

Aangesien die navorser fokus op Facebook, bevat die werk van Rice, *The church of Facebook* (2009), belangrike inligting; veral oor die voordele en gevare verbonde aan die gebruik van Facebook waaroor die navorser in Hoofstuk 3 sal uitbrei.

In Dreyer se artikel, *Being church in the era of 'homo digitalis'* (2019:2), word die relevante vraag gevra: "*Is the digital era the end of the church as we know it, or does it open up new possibilities of being church*?" Hiermee lei hy die debat in ŉ soeke na ŉ eietydse ekklesiologie wat gepas is vir ŉ kerk in die digitale milieu. Die navorser sal in latere hoofstukke aansluit by enkele van die waarnemings wat Dreyer maak.

Ook die werk van Joubert, *Flowing under the radar in a multifaceted liquid reality: The ekerk narrative* (2018), verdien vermelding. In hierdie artikel word die vloeibaarheid van die samelewing waarin digitale verbintenisse ŉ groot rol speel, uitgelig. Die artikel

ondersoek moontlikhede oor hoe die kerk vloeibaar aanpassend kan wees in hierdie nuwe samelewing sonder om die suiwer evangelie prys te gee.

Van den Berg se navorsing, *Tweeting God: A practical theological analysis of the communication of Christian motifs on Twitter* (2018), bied waardevolle inligting oor '*networked theology*' en die kerk se posisionering teenoor sosiale media. Hoewel die fokus van hierdie navorsing die gebruik van bepaalde Christelike motiewe op Twitter is, is daar tog heelwat agtergrond inligting wat baie toepaslik is vir die groter tema van die kerk se gebruik van sosiale media.

Die werk van Oldewage, *Fostering koinonia: A critical evaluation of the value of digital social networks in urban congregations* (2015), verdien spesiale vermelding, aangesien die onderwerp noue ooreenkoms met hierdie navorsing toon, ongeag die verskil in konteks. Oldewage se navorsing geskied binne die milieu van die Hill Song kampusse in Sydney, Kaapstad en New York. Hoewel die navorsing die tema van koinonia aanspreek, het die navorser tog die aanvoeling dat die Hill Song kerk se fokus baie op evangelisasie val en dat hulle sosiale media platforms (Twitter, Facebook en Instagram) eerder op dit fokus as op koinonia. Die empiriese navorsing verskil dus, maar binne die literatuurstudie is daar baie gemene delers.

Uit die bogenoemde bronne is dit duidelik dat daar baie navorsing oor sosiale media en selfs die kerk se gebruik van sosiale media beskikbaar is. Die navorser vind egter min nadenke oor die effek wat sosiale media spesifiek op koinonia kan hê en daarom kan hierdie navorsing wel ŉ plek binne die akademiese dampkring inneem.

1.3 Navorsingsprobleem

Tydens nadenke oor sosiale media se gebruik in gemeentes sou daar baie vrae as vertrekpunt gebruik kon word, maar een logiese vertrekpunt sou definitief ook die vraag oor die kern bestaan doel van sosiale media wees. Is sosiale media primêr ŉ platform waar inligting-oordrag plaasvind of is dit primêr ŉ platform waar sosialisering plaasvind?

Die navorser ontken nie die vermoë van sosiale media om ŉ instrument van inligting oordrag te wees nie, maar werk vanuit die voorveronderstelling dat sosiale media primêr ten doel het om mense te laat sosialiseer, eerder as ŉ platform te wees wat vir bemarking en inligting-oordrag gebruik word. Cohen (2011:1) beaam hierdie siening dat sosiale

media juis platforms is waarop sosiale interaksie plaasvind: "*Social media are platforms for interaction and relationships, not content and ads".* Inherent aan die begrip "sosialisering" is die konsep van tweerigting verkeer of interaksie of soos Rice en ander dit stel: "*An important component of social media is the role of the audience as a user who engages actively with the content rather than simply viewing it*" (Rice, Haynes, Royce & Thompson, 2016:82).

Binne die gemeentelike konteks word daar na die onderlinge kontak en omgee tussen medegelowiges as koinonia of die gemeenskap van gelowiges verwys. Die konsep van koinonia sal later meer volledig bespreek word, maar net kortliks die verband tussen sosialisering en koinonia.

Aku (2000:107) voer aan dat koinonia nie net gaan oor ʼn voorsiening in die primêre behoeftes van die mens nie, maar ook om die morele vorming van die mens vir die openbare welvaart van die breër samelewing. By so ʼn benadering tot koinonia gaan dit dus om verbintenisse op twee vlakke te bewerkstellig:
1. Die daarstelling van interpersoonlike verbintenisse of aangesig-tot-aangesig verbintenisse (sosialisering).
2. Die daarstelling van meer uitgebreide verbintenisse wat gepaard gaan met moraliteit en waardes soos geregtigheid, eerlikheid, lojaliteit en betroubaarheid. Hoewel die tweede deel van koinonia ontsettend belangrik is, gaan die navorser vir die doel van hierdie navorsing op die eerste deel van koinonia – die daarstelling van interpersoonlike verbintenisse, fokus. Wanneer die onderwerp van sosiale media dus binne die gemeente konteks bespreek word, moet die invloed wat dit het op sosialisering as deel van koinonia sekerlik verreken word.

Die probleem waarmee die navorser worstel, is dat talle gemeentes, sy eie gemeente ingesluit, gebruik maak van sosiale media sonder dat daar enige kritiese nadenke was oor hoe die sosiale media aangewend moet word om koinonia te bevorder nie en of sosiale media hoegenaamd in staat is om koinonia te bevorder nie. Die navorser het gedurende Junie 2017 in die Ring van Waterbron in die Vrystaat sinode navraag gedoen oor gemeentes se gebruik van sosiale media en die volgende resultate bekom: Uit die sewe gemeentes het al sewe reageer. Ses van die gemeentes het gerapporteer dat hulle sosiale media gebruik (dit het gewissel van Facebook-groepe en blaaie, interaktiewe

webtuistes, Whatsapp-groepe en Instagram) en een gemeente het gerapporteer dat hulle nie sosiale media gebruik nie, maar fokus op hulle webtuiste.

Slegs een van die gemeentes wat sosiale media gebruik, is van mening dat hulle besin het oor die gebruik van sosiale media, aangesien hulle nagedink het oor watter sosiale media platform die meeste byval by hulle lidmate sal vind. Met ander woorde, hulle 'nadenke' oor sosiale media het suiwer gegaan oor ŉ keuse tussen die verskillende platforms en nie oor die gebruiksmoontlikhede en gevolge van die gebruik van sosiale media nie. Die ander vyf gemeentes het egter nie een vooraf krities nagedink oor die gebruik en gebruiksmoontlikhede van sosiale media nie. Hulle het bloot begin om sosiale media te gebruik, omdat dit so gewild is en reeds so wyd gebruik word, of soos een dit gestel het: die "in-ding" is om te doen. (Meer inligting oor hierdie opname, volg in Hoofstuk 2.)

Hierdie beperkte opname het die navorser se vermoede versterk dat baie gemeentes gebruik maak van sosiale media, sonder kritiese nadenke oor die doel, gebruiksmoontlikhede en gevolge van sosiale media. Hierdie waarneming word ook bevestig deur navorsing van Joubert en Schoeman (2015:180) waar hulle bevind het dat daar meestal geen duidelike en omvattende gemeentestrategie rondom digitale kommunikasie is nie. Wanneer daar spesifiek nagedink word oor die vermoë van sosiale media om koinonia te bevorder, is die navorser se probleem dus dat gemeentes sosiale media baie keer onnadenkend gebruik en dat daar in die leesstof wat hy bestudeer het ook geen duidelike aanduiding is of dit koinonia kan bevorder nie. Hierdie waarneming lei tot die primêre navorsingsvraag wat die navorser in die volgende afdeling aan die orde gaan stel.

1.4 Primêre navorsingsvraag

Dit kom dus voor of baie gemeentes sosiale media gebruik in die hoop dat dit ŉ bydrae kan lewer tot die bediening deur koinonia te bevorder. Daar is egter ŉ gebrek aan inligting of dit enigsins koinonia kan bevorder, en indien wel, hoe dit aangewend moet word om effektief te wees. Vanuit hierdie vakuum ontstaan die primêre navorsingsvraag: Kan sosiale media koinonia in die plaaslike gemeente bevorder?

Die opmerking van Campbell (2010:112) "... *forcing them to decide if the technology is appropriate for members*..." verwoord die nodigheid dat elke gemeente eers kritiese vrae

moet vra oor die effek van sosiale media voordat hierdie media in gebruik geneem word. Die primêre navorsingsvraag gaan egter nog verder as bloot of die tegnologie vir die lidmate gepas is. Die vraag is spesifiek of sosiale media koinonia kan bevorder. Die fokus van hierdie navorsing sal dus nie administratiewe of kommunikatiewe voordele van sosiale media bespreek nie, maar slegs die vermoë om koinonia te bevorder.

In die soeke na antwoorde op die primêre navorsingsvraag gebruik die navorser Osmer (2008) se vier take as ŉ riglyn. Vanuit sy take, word daar dan ook sekondêre vrae geformuleer. Voordat daar verder gegaan word met die opstel van sekondêre vrae, is dit egter nodig om net eers kortliks Osmer se vier take te omskryf.

1.4.1 Die navorsingsvraag teen die agtergrond van Osmer se vier take

Osmer (2008:3-10), wat vanuit die praktiese teologie kyk na ŉ navorsingsmodel, onderskei vier hooftake: ŉ empiries-beskrywende taak waarin data insameling plaasvind; ŉ interpretatiewe taak waarin die navorser poog om afleidings te maak vanuit die ingesamelde data; ŉ normatiewe taak waarin normatiewe vrae vanuit die teologie, maar ook vanuit die ander wetenskappe gevra word; en ŉ pragmatiese taak waar die navorser poog om regstellings in die praktyk aan te bring.

i) Die empiries-beskrywende taak

Osmer omskryf hierdie taak as ŉ "priesterlike luister" waar die navorser op ŉ empiriese wyse luister na mense se persoonlike ervaring (Osmer, 2008:33-34). Tydens hierdie taak versamel die navorser inligting om die probleemveld binne die *praxis* beter te begryp. Hierdie versameling van inligting kan die navorser help om patrone en dinamika in bepaalde gebeure of kontekste in die hede te ontdek. In die geval van hierdie navorsing: Wat is die gebruikers van Facebook en Whatsapp in die gemeente(s) se ervaring en respons op die gemeente se sosiale media?

ii) Die interpretatiewe taak

Inligting (data) wat deur die empiries beskrywende taak bekom is, bied egter net ŉ blik op die probleem. Die interpretatiewe taak wil op sy beurt dus weet hoekom dit gebeur. Die interpretatiewe taak soek na redes vir fenomene wat in die beskrywende taak geïdentifiseer is. Volgens Osmer (2008:84) verg hierdie taak wysheid wat gebeure, situasies en kontekste op drie interafhanklike maniere interpreteer:

- Herkenning van spesifieke besonderhede van gebeure en omstandighede.

- ʼn Onderskeiding van die morele kwessies wat op die spel is.
- Vasstelling van die mees effektiewe wyse waarop doelwitte bereik kan word met moontlikhede en beperkinge in ag genome.

Tydens die interpretatiewe taak moet die navorser ook wyer lees en die ingesamelde data met navorsing wat reeds gedoen is in dieselfde veld, vergelyk. Dit is naïef om te dink dat daar oor die onderwerp waarop navorsing gedoen word, nog niks gepubliseer is nie. Flick (2014:66) argumenteer derhalwe dat dit altyd goeie beleid is om die literatuur te bestuur. Daar is teoretiese literatuur oor die onderwerp, empiriese literatuur oor navorsing wat reeds in die veld gedoen is, en metodologiese literatuur om die navorser te help oor watter metodes beskikbaar is.

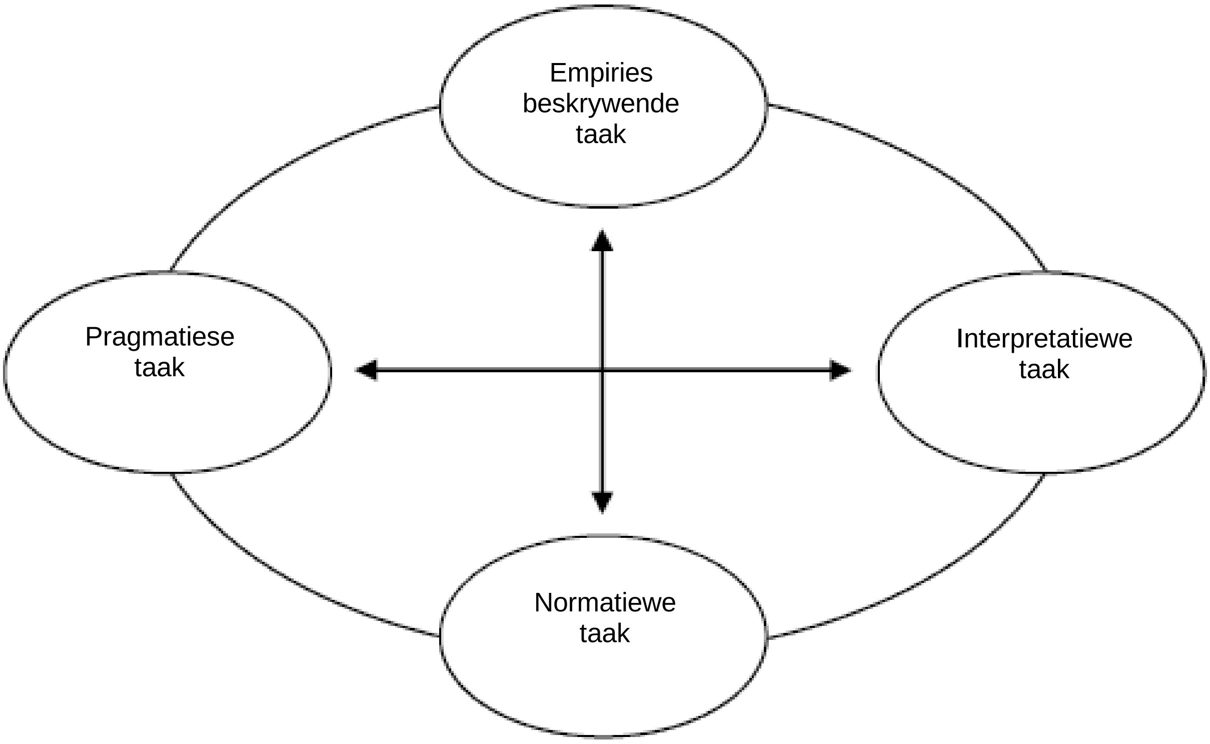
iii) Die normatiewe taak

Elke stuk navorsing word vanuit ʼn sekere invalshoek gedoen. In hierdie geval is dit teologie, en spesifiek praktiese teologie. Uit hierdie vakgebied(e) is daar reeds gevestigde gebruike en nadenke oor bepaalde aspekte wat relevant is tot die navorsing. Die navorser moet dus deeglik kennis neem van hierdie sienings. Tydens hierdie taak word gevra: Wat behoort te gebeur? In die normatiewe taak gebruik Osmer teologiese begrippe om besondere gebeure, situasies en kontekste te interpreteer. Daaruit word etiese norme gekonstrueer wat leiding kan bied in ons reaksies. Die normatiewe taak is ʼn poging om God se wil te soek vir die huidige realiteit (Osmer, 2008:132). Veral die kritiese kyk na *koinonia* en *ekklesia* sal vra dat hier normatiewe besluite geneem word.

iv) Die pragmatiese taak

Tydens hierdie taak is dit belangrik om te beweeg vanaf akademiese nadenke na die praktyk. Die navorser poog om perspektiewe daar te stel om die problematiese *praxis* te herstel. Hier gaan dit dus oor hoe daar nuut opgetree behoort te word. Hierdie taak bemoei hom met die bepaling van strategieë en aksieplanne wat die *status quo* op maniere sal beïnvloed wat gewens is (Osmer, 2008:4). Op hierdie wyse wil die proses riglyne verskaf waarvolgens leiers vir gemeentes op ʼn verantwoordelike manier deur die proses van nodige verandering kan lei (Osmer, 2008:164). Die navorser sal tydens hierdie stap dus poog om duidelike riglyne oor die sinvolle gebruik van sosiale media in die plaaslike gemeente te gee. Die nadenke oor wat ʼn gemeente is, sal ook aangespreek word met moontlike versoeke tot verdere, meer indringende studie.

Dit is belangrik om te verstaan dat hierdie vier stappe nie liniêr geskied nie, maar dat daar ŉ deurlopende interaksie tussen die take is, soos in die onderstaande figuur uitgebeeld.



Figuur 1-1: Osmer se vier take

(Osmer, 2008:11)

In die beantwoording van die primêre navorsingsvraag, en in lyn met Osmer se vier take, word daar op vier sekondêre navorsingsvrae gesteun.

1.5 Sekondêre vrae

1.5.1 Sekondêre vraag 1

Ervaar die gebruikers van sosiale media dat dit koinonia tussen individue en groepe in die gemeente bevorder?

Tydens Osmer se empiries beskrywende taak, moet die navorser eerstehands inligting inwin deur waarneming. In hierdie ondersoek na sosiale media se vermoë om koinonia te bevorder, wil die navorser dus allereers die gebruikers van sosiale media in die gemeente(s) se persoonlike ervarings boekstaaf. Die navorser wil induktief te werk gaan en vanuit die *praxis* na die teorie beweeg en dan weer terug na die *praxis* (Babbie & Mouton, 2001:270). In die empiries beskrywende gedeelte van die navorsing begin die navorser dus by die praktyk – die lidmate wat hulle ervaring deel.

Die eerste sekondêre vraag het dus ten doel om by die gebruikers van sosiale media eerstehands uit te vind wat hulle gebruiksgewoontes van die gemeente se sosiale media is, sowel as hulle ervaring van koinonia op die blaaie. Hierdie vraag sal in Hoofstuk 2 aan die orde kom.

1.5.2 Sekondêre vraag 2

Wat is die invloed van sosiale media op die sosialisering van individue en groepe in die gemeente?

Tydens Osmer se interpretatiewe taak, interpreteer die navorser die empiriese data teen die agtergrond van navorsing wat reeds gedoen is. Sekondêre vraag 2 het dan juis ten doel om die invloed van sosiale media op mense en spesifiek op onderlinge sosialisering na te vors. Hierdie vraag impliseer ŉ multidissiplinêre benadering, aangesien baie van die beskikbare navorsing vanuit die sosiale wetenskappe, sowel as vanuit kommunikasiekunde en natuurlik ook vanuit die praktiese teologie kom.

Die belangrikheid van die interpretatiewe taak word baie duidelik wanneer die uiteenlopende sienings oor die effek van sosiale media op die tafel geplaas word, want in die debat oor die invloed van sosiale media op die gebruikers, is daar groot meningsverskille. In Hoofstuk 3 sal die navorser verder hieroor uitbrei.

Sekondêre vraag 2 wil dus die uiteenlopende opinies oor die invloed van sosiale media op sosialisering, krities bespreek en die empiriese data wat in hierdie navorsing bekom is, teen hierdie agtergrondsinligting interpreteer.

1.5.3 Sekondêre vraag 3

Watter rol behoort koinonia in die bediening van ŉ gemeente te speel?

Tydens Osmer se normatiewe taak kyk die navorser na die vraagstuk vanuit die hoek van die Skrif en die tradisie. Watter lig werp teologie op die saak wat ondersoek word? Die konsep van koinonia word onder die vergrootglas geplaas ten einde ŉ teologies deurdagte perspektief te vorm.

Die meeste werke wat die navorser geraadpleeg het, kom uit ander sosiale wetenskaplike dissiplines en verwys na die effek wat sosiale media op *sosialisering* het (Antheunis, Valkenburg & Peter, 2012) (Atique, 2013) (Becker & Mark, 1999) (Cohen, 2011) (Coutu, 2003) (Frykholm, 2008) (Lesane, 2005) (Turkle, 1999) (Turkle, 2011) (Young, 2011)

(Yust, 2014), e.a.). Die navorser sal poog om die lyn tussen sosialisering en koinonia te trek en te definieer wat koinonia beteken.

Die vraag wil dus nadink oor hoe belangrik koinonia in die gemeente is en of sosiale media ʼn bydrae kan maak tot koinonia. Die konsep van koinonia is egter verweef aan die gemeenskap waarin hierdie koinonia plaasvind. Die navorsing speel af binne ʼn bepaalde veld, naamlik die plaaslike gemeente. Smith (2007:133) maak die opmerking: "[Die kerk] gaan nie regtig oor al die lidmate wat elke Sondag die banke van die kerk vol maak en warm sit nie. Nee, dit gaan juis nie oor hulle nie. Die kerk bestaan vir die wat nie daar is nie." Aangesien die plaaslike gemeente in die verlede grootliks beskou is as geografies bepaal (vergelyk Kerkorde Reglement 23)(Algemene Sinode, 2013:105) en ʼn bediening wat slegs op lidmate binne hierdie geografiese area gefokus was, sal die navorser kritiese vrae moet vra oor die definisie van gemeente.

Talle van die metafore wat deur die jare vir kerk (ekklesia) gebruik is, vra ook ʼn ruimer siening van die gemeente as net ʼn geografies beperkte gebied (Giles, 1995:17). Lesane bevraagteken die tradisionele definisies van gemeente, juis met die oog op die insluiting van ʼn virtuele wêreld (Lesane, 2005:17). In Hoofstuk 4 sal die hierdie vraag aangespreek word wanneer die begrippe *koinonia* en *gemeente* verder ondersoek word.

1.5.4 Sekondêre vraag 4

Hou die koinonia bediening van die gemeente tred met die uitdagings van die digitale era?

Die vierde navorsingsvraag hou verband met Osmer se pragmatiese taak (Taak 4), waar die navorser vanuit die inligting wat deur die navorsing ingewin is, beweeg na die ontwikkeling van strategieë om sosiale media effektief in gemeentes aan te wend. Teen die agtergrond van hierdie vrae en die inligting bekom vanuit die normatiewe taak, moet die vraag gevra word: Hou die definisie van gemeente en die bedieningsveld van gemeentes nog enigsins stand binne die digitale wêreld waar geografiese grense glad nie geld nie? Indien nie, moet nuwe strategieë ontwikkel word. Hierdie vraag het dus ten doel om die koinonia bediening van die plaaslike gemeente te belyn met die nuwe moontlikhede wat sosiale media bied. Die navorser sal poog om in Hoofstuk 5 hierdie vraag te beantwoord en pragmatiese oplossings vir die huidige bedieningsprobleme aan te bied.

1.6 Struktuur van die navorsing

1.6.1 Algemene navorsingsbeginsels

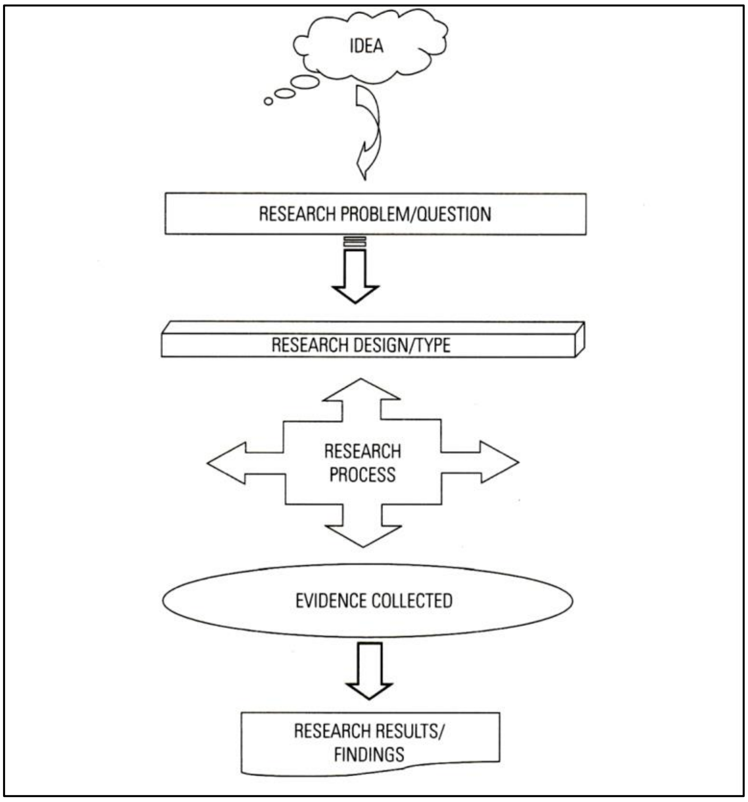
Enige navorsing moet ʼn bepaalde beginpunt, ʼn struktuur en ʼn einddoel hê, ongeag die spesifieke situasie of die agtergrond van die navorser. Hierdie struktuur word bepaal deur die veld van navorsing, die probleem wat ondersoek word, maar ook die posisie en betrokkenheid van die navorser binne die navorsingsveld. Denzin en Lincoln (2018:16) bevestig die kontekstuele verbondenheid van die navorser as volg:

> *The gendered, multiculturally situated researcher approaches the world with a set of ideas, a framework (theory, ontology) that specifies a set of questions (epistemology), which are then examined (methodology, analysis) in specific ways*.

Ongeag die navorser se eie oortuigings, eie persoonlikheid en veld van waaruit die navorsing gedoen word, moet daar steeds ʼn bepaalde struktuur wees wat getrou is aan navorsingsbeginsels en die navorser op ʼn doelgerigte pad hou. So ʼn struktuur van navorsing word deur Hesse-Biber and Leavy (2011:11) beskryf as ʼn holistiese proses wat doelbewus ontologie, epistemologie, metodologie en metode integreer. Dus, navorsing is ʼn proses, eerder as ʼn aantal losstaande gebeurtenisse.

Die navorser sluit aan by Barron (2006:203) se omskrywing van ontologie ("*ontology is concerned with the existence of, and relationship between different aspects of society, such as social actors, cultural norms and social structures")* deurdat hy die wêreld sien as ʼn plek waar daar ʼn interaksie tussen God, organisasies, mense, kulture en tale, is. ʼn Standpunt wat ook ondersteun word deur Hesse-Biber en Leavy (2011:4). Epistemologie volg op die ontologie en werk met vrae soos: i) Wat is kennis, ii) Hoe word kennis bekom en iii) Is die kennis wetenskaplik verdedigbaar (Turner, 2006:171). Na die epistemologiese denke moet die navorser besluit oor watter metodologie hy gaan gebruik om hierdie inligting te bekom.

In die navorser se soeke na ʼn struktuur om te verseker dat hy aandag gee aan die ontologie, epistomologie en metodologie, maak hy gebruik van ʼn redelike standaardwerk as vertrekpunt, naamlik Babbie en Mouton se skematiese voorstelling van ʼn logiese navorsingsproses.



Figuur 1-2: Babbie en Mouton se skematiese voorstelling van die navorsingsproses

(Babbie & Mouton, 2001:73)

Binne die proses, soos in Figuur 1.2 uiteengesit, moet daar duidelik onderskei word tussen i) die navorsingsontwerp en ii) die navorsingsmetodologie.

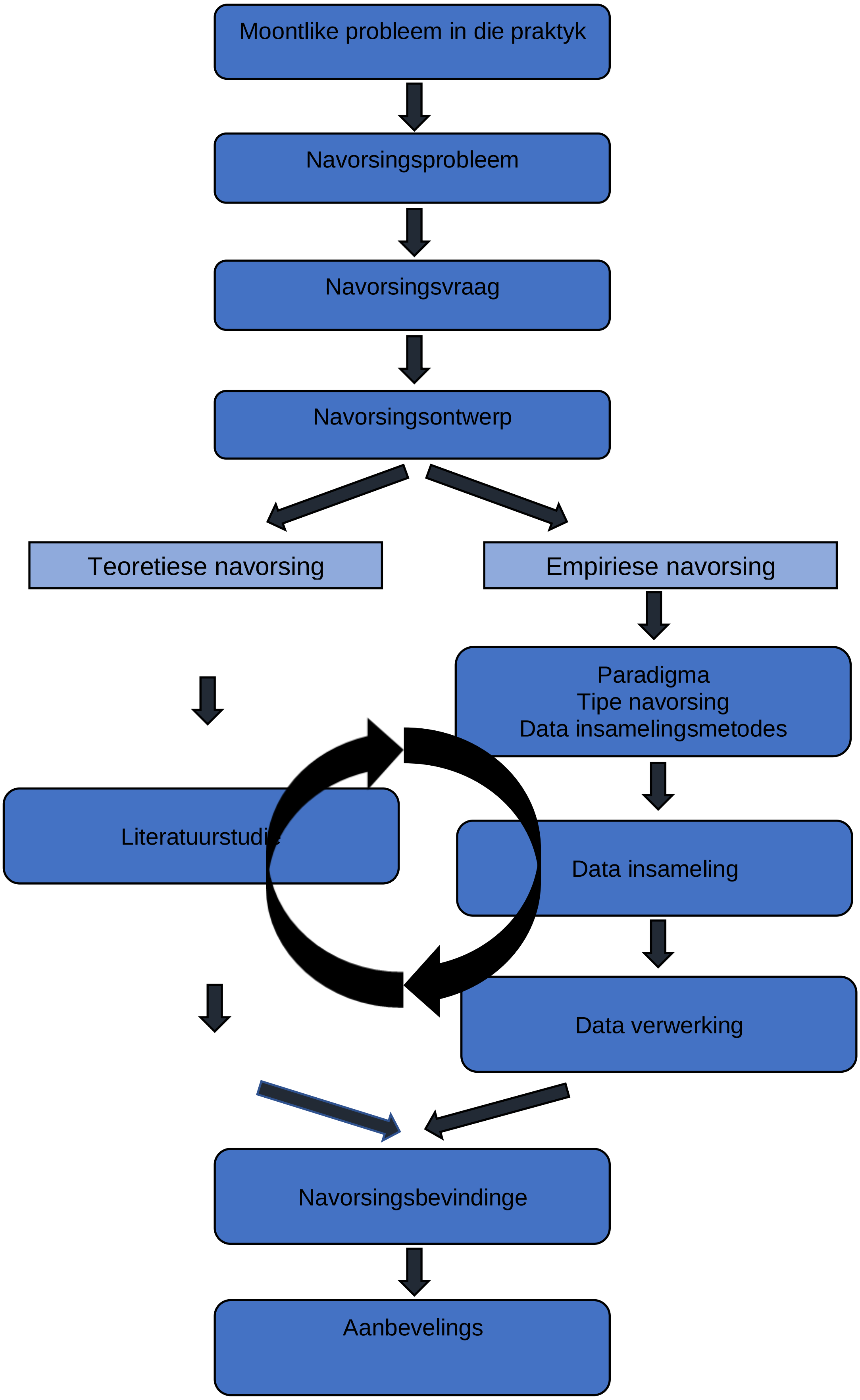
i) Die navorsingsontwerp is ʼn plan oor hoe die navorser sy navorsing gaan doen. Die vertrekpunt is die navorsingsprobleem en hierdie deel van die proses fokus op die logiese stappe wat gevolg moet word om inligting in te win ten einde die probleem aan te spreek. Dit is soos die bouplanne wat ʼn argitek vir ʼn nuwe huis optrek; dit spel uit hoe die huis gaan lyk en watter materiaal gebruik gaan word.

ii) Die navorsingsmetodologie is die stappe wat geneem moet word om die navorsingsontwerp uit te voer. Hier val die klem op die proses en die gereedskap wat benodig word om die proses af te handel, soos die invordering en sif van die data (Babbie

& Mouton, 2001:74-75). Dit is met ander woorde in die idioom van ŉ huis wat gebou word, die bouproses wat die bouer volg om die huis op te rig.

Soos reeds vroeër gemeld, volg die navorser Osmer (2005) se vier take as ŉ riglyn tot ŉ gestruktureerde nadenke tydens die navorsingsproses. Na aanleiding van Babbie en Mouton, sowel as ander navorsers se modelle (bv. Denzin & Lincoln, 2018; Creswell, 2013; Babbie & Mouton, 2001; Saldaña, 2013; Cohan & Manion, 1998; Niewenhuis, 2012; Punch, 1998), saam met Osmer (2005) se take, stel die navorser sy eie raamwerk saam waarvolgens sy navorsing gaan verloop.

1.6.2 **Navorser se raamwerk**



Figuur 1-3: Navorsingsraamwerk

1.6.3 **Uiteensetting van die navorser se raamwerk**

1.6.3.1 Moontlike probleem(e) in die praktyk

Die navorser se vertrekpunt is die plaaslike gemeente en 'n probleem wat daar ervaar is. Die probleem(e) is reeds breedvoerig bespreek in die inleiding en navorsingsvrae; en daarom is dit binne die uitbreiding van die struktuur slegs nodig om te meld dat die navorsing se vertrekpunt 'n werklike probleem in die praktyk is.

1.6.3.2 Navorsingsprobleem

In die navorser se aanvanklike nadenke oor die gebruik van sosiale media in die gemeente, het allerlei vrae ontstaan. Die navorser het reeds gemeld hoedat sy aanvanklike vrae gereduseer is tot die identifisering van 'n navorsingsprobleem.

1.6.3.3 Navorsingsvraag

Vanuit die navorsingsprobleem het die navorser 'n navorsingsvraag met 'n aantal sekondêre vrae ontwikkel. Hierdie proses is reeds in afdelings 1.4 en 1.5 volledig bespreek.

1.6.3.4 Navorsingsontwerp

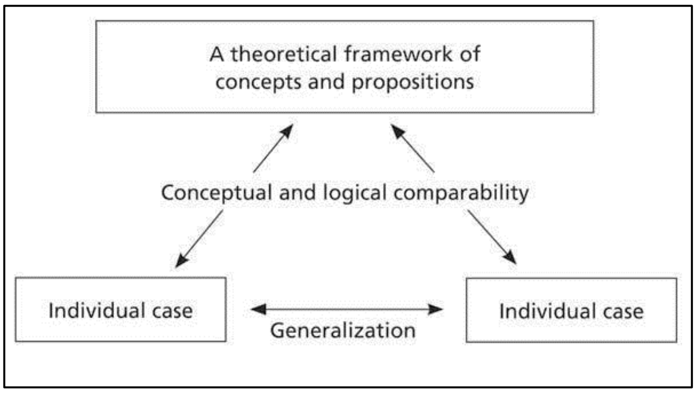
Volgens Strauss en Corbin (1990:21), is daar ses verskillende navorsingsontwerpe: Begronde teorie, etnografie, fenomenologiese benadering, lewensgeskiedenisse, gesprekontleding en kwalitatiewe evaluering. Nieuwenhuis (2012:71) meld egter die volgende: konseptuele-, historiese-, aksie-, gevallestudie-, etnografiese- en begronde teorie-navorsing. Uit die onderskeie ontwerpe het die navorser 'n fenomenologiese studie gekies, aangesien dit volgens Creswell (2009:51), 'n beskrywing is van die algemene betekenis van 'n geleefde ervaring wat 'n aantal individue met 'n bepaalde fenomeen gehad het. Volgens hom is die doel van 'n fenomenologiese studie om individuele ervarings van 'n fenomeen te reduseer tot 'n universele waarde (Creswell, 2009:76).

Volgens Jordaan en Jordaan (1998:30) is die uitgangspunt in fenomenologiese navorsing dat die mens in 'n wêreld leef wat deur elkeen op 'n bepaalde, unieke manier gesien word en aldus subjektief beleef word. Die navorser poog dus om die fenomeen te ondersoek sonder enige vooropgestelde idees of verwagtings. Alle voorafgaande kennis met betrekking tot die fenomeen word tydens die navorsing op die agtergrond geplaas sodat die navorser oop en ontvanklik kan wees vir die inligting wat verkry word (Omrey,

1983:50). Die navorser is dus op soek na die essensie van die betekenis van 'n bepaalde ervaring.

Die navorser voel tuis binne hierdie paradigma, omdat hy aanvanklik begin het om 'n aantal lidmate se persoonlike ervarings met sosiale media in die gemeente na te vors ten einde te bepaal wat hulle geleefde ervaring van die fenomeen is, en wel sodat hierdie ervarings gereduseer kan word tot 'n universele waarde. Die doel is dat gemeentes wat in die toekoms sosiale media wil gebruik, hulle aanwending kan baseer op hierdie universele waardes wat ontdek is.

Die navorser kan dus vanuit individue se persoonlike ervarings van 'n fenomeen bepaalde teoretiese konsepte vorm, soos uitgebeeld in Leedy en Ormrod (2010:73) se skematiese voorstelling.



Figuur 1-4: Leedy en Omrod se skema

Creswell (2009:78-79) noem enkele eienskappe wat tipies is van 'n fenomenologiese studie. Die navorser toon in hakies aan of sy navorsing in lyn is met Creswell se eienskappe.

- Klem word gelê op 'n fenomeen wat bestudeer word. (*Sosiale media word ondersoek.*)
- Navorsing word gedoen onder persone wat hierdie fenomeen beleef het. (*Persoonlike onderhoude en fokusgroep-onderhoude met lidmate wat die onderskeie sosiale media platforms in die gemeente benut; asook 'n analise van Facebook inskrywings deur gemeentes en lidmate*.)
- Die navorser kan ook persoonlike ervaring met die fenomeen hê, maar fokus so ver as moontlik op die ervarings van die deelnemers ten einde objektiwiteit na te streef.

(*Die navorser het die sosiale media blaaie geskep voordat hy met die navorsing begin het, maar is doelbewus vir die duur van die navorsing nie baie aktief op hierdie blaaie nie in ’n poging om objektief te bly.*)

- Onderhoude maak normaalweg deel uit van die data insameling. (*Daar word onderhoude met ’n aantal gebruikers van die gemeente se Facebook-blad gehou en ’n fokusgroep-onderhoud met gebruikers van ’n Whatsapp-groep.*)
- In die data analise is twee vrae ter sprake: “wat” die deelnemers ervaar het en “hoe” hulle dit ervaar het. (*Die “wat” en “hoe” is ingebou in die vrae wat aan die deelnemers gestel word.*)
- Die eindpunt van die navorsing is om die essensie van die deelnemers se ervaring van die “wat” en die “hoe” te bepaal. (*Deur die verwerking van die data sal die navorser poog om die essensie van die “wat” en “hoe” te bepaal.*)

1.6.3.5 Teoretiese en Empiriese Navorsing

Sommige navorsing fokus op die literatuur wat reeds oor ’n bepaalde onderwerp beskikbaar is en maak daaruit bepaalde deduksies. Ander navorsing fokus byna suiwer op empiriese werk wat gedoen word, met weinig aandag aan die literatuur. Die navorser het juis ’n model gekies waar daar beide teoretiese en empiriese navorsing plaasvind.

Osmer (2008) se benaderings toon duidelik die heen en weer beweeg tussen die empiriese navorsing en die teoretiese, normatiewe navorsing. In die lig van sy model is dit vir die navorser dus ondenkbaar dat daar nie ook ’n element van teoretiese navorsing saam met die empiriese navorsing sal plaasvind nie. ’n Omvattende literatuurstudie oor dit wat reeds geskryf is oor die fenomeen, veral vanuit die sosiale wetenskappe, asook oor die posisie van praktiese teologie en die plek waar die navorsing plaasvind, naamlik die plaaslike gemeente en die onderlinge kontak wat daar bestaan, is dus uiters belangrik.

1.6.3.6 Paradigma

Die navorser vind aanklank by die pragmatisme paradigma, en wel om die volgende redes:

Volgens Cresswell, (2009:28), fokus pragmatisme op die uitkomste van die navorsing; dus, wat moet in die praktyk gedoen word, na aanleiding van die bevindinge van die navorsing. In plaas van op die metode van navorsing te fokus, is die belangrikste aspek van navorsing binne die raamwerk van pragmatisme, die probleem wat nagevors word en die vrae wat gevra word rondom hierdie probleem (Creswell, 2009:29).

In Creswell se uiteensetting van die pragmatisme paradigma, sit hy dit as volg uiteen:

- Die ontologiese uitgangspunt: Realiteit is prakties en "dit werk".
- Die epistemologiese uitgangspunt: Realiteit kan nagevors word deur verskeie navorsing metodes, beide deduktief en induktief.
- Aksiologiese uitgangspunt: Waardes word bespreek, omdat die kennis wat ingewin word, beide die navorser en die deelnemers se sienings reflekteer.
- Metodologiese uitgangspunt: Beide kwantitatiewe en kwalitatiewe data insamelingsmetodes kan gebruik word (Creswell, 2009:37).

Die navorser se model stem ooreen met al vier uitgangspunte van Creswell.

1.6.3.7 Tipe navorsing

Aangesien die navorsing fokus op mense se ervaring en belewing van 'n bepaalde fenomeen, is die voor-die-hand-liggende styl kwalitatiewe navorsing. 'n Baie eenvoudige definisie van kwalitatiewe navorsing sou die volgende wees: "*Qualitative research is empirical research where the data are not in the form of numbers*" (Punch, 1998:3). Met al die ontwikkeling in hierdie veld van navorsing, blyk hierdie definisie te eng vir die navorser te wees.

Denzin en Lincoln se generiese definisie word deur baie navorsers aangehaal. Die ontwikkeling in hierdie veld verloop egter so snel dat hulle in elke uitgawe van hulle boek, *The SAGE Handbook of Qualitative Research*, die definisie uitbrei om vir nuwere insigte voorsiening te maak. Die definisie in die 2018-uitgawe lui as volg:

> *Qualitative research involves the studied use and collection of a variety of empirical materials - case study, personal experience, introspective, life story, interview, artifacts, and cultural texts and productions, along with observational, historical, interactional, and visual texts - that describe routine and problematic moments and meanings in individuals' lives. Accordingly, qualitative researchers deploy a wide range of interconnected interpretive practices, hoping always to get a better fix on the subject matter at hand* (Denzin & Lincoln, 2018:10).

Vir die navorser is die belangrikste eienskappe van kwalitatiewe navorsing die volgende: Dit het te make met die bestudering van mense in hulle natuurlike omgewing. 'n Wye verskeidenheid van navorsingsmetodes word gebruik om te bepaal hoe mense hulle

sosiale realiteite ervaar en hoe hulle gevolglik in hulle sosiale wêreld optree. Dit is ’n poging om konneksies te maak tussen gebeure, persepsies en dade, sodat hulle analises van die situasie holisties en kontekstueel is. Dit sluit ook aan by Ericksen (2018:36) se definisie wat kwalitatiewe navorsing beskryf as ’n ondersoek “(*that*) *seeks to discover and to describe narratively what particular people do in their everyday lives and what their actions mean to them*”.

Aangesien die navorsing egter ook data ontleed, afkomstig van Facebook-blaaie, is ’n inhoudsanalise van hierdie data, ’n meer gewenste tipe navorsing styl. Inhoudsanalise sorteer egter onder kwantitatiewe navorsing. Maree en Pietersen (2017:162) omskryf kwantitatiewe navorsing as ’n proses wat sistematies en objektief is in die gebruik van numeriese data, vanuit ’n geselekteerde subgroep van die samelewing wat ten doel het om ’n bevinding te veralgemeen ten opsigte van die totale samelewing. In die kompleksiteit van die moderne samelewing is dit egter soms nodig om aanpasbaar te wees en is ’n gemengde metodes (*mixed methods*) navorsing in sekere gevalle ’n beter opsie as slegs een enkele tipe navorsing (Ivankova & Creswell, 2009:135).[1]

1.6.3.8 Data insamelingsmetodes

Die eerste data waarmee die navorser gewerk het, was sy eie lewensteks. Sy persoonlike waarnemings word aan die begin van die inleidende hoofstuk gedokumenteer, aangesien dit gelei het tot die aanvanklike vrae uit die praktyk en die uiteindelike formulering van ’n navorsingsvraag.

Die inskrywings op die Facebook-blaaie van die onderskeie Ringgemeentes word geanaliseer deur middel van ’n inhoudsanalise om te bepaal watter reaksie daar op verskillende tipes inskrywings is.

Die navorser het ook gebruik gemaak van steekproewe en ’n aantal semi-gestruktureerde onderhoude met gebruikers van Facebook in die NG Gemeente Langenhovenpark. Data is ook verkry vanuit ’n fokusgroep oor die gebruik van Whatsapp. Die besonderhede van die metodologie en metodes van data-insameling word in die volgende hoofstuk breedvoerig bespreek.

[1] Die Gemengde Metodes Navorsing sal meer breedvoerig bespreek word in Afdeling 2.1.3.

1.6.3.9 Data insameling

Die insameling van data sal breedvoerig in Hoofstuk 2 bespreek word.

1.6.3.10 Dataverwerking

Onverwerkte, rou data is van geen nut vir ’n navorser nie. Die navorser sal van kodering gebruik maak om die data sinvol te verwerk, aangesien die doel van kodering is om data te sistematiseer ten einde betekenis en antwoorde op die navorsingsvrae te vind (Saldaña, 2013:9). Die sagteware *ATLAS.ti* sal gebruik word in die kodering van die data. Die navorser sal egter sy metodologie in Hoofstuk 2 volledig beskryf.

1.6.3.11 Literatuurstudie

'n Belangrike stap in die hele navorsingsproses is die literatuurstudie. Laasgenoemde is nie net ’n tussen-in stap in die navorsingsproses nie, maar reflekteer die navorsing wat reeds oor ’n bepaalde probleem afgehandel en gepubliseer is. Die literatuurstudie fokus op die navorsingsprobleem, sowel as die moontlike oplossings wat in reeds afgehandelde navorsingsprojekte hiervoor aangebied is (Lues & Lategan, 2006:35).

Kumar (2005:30) lig die essensie van die literatuurstudie uit: “*The literature review is an integral part of the entire research process and makes a valuable contribution to almost every operational step*.” Mouton (2001:86) brei uit op die definisie van ’n literatuurstudie deur daarop te wys dat dit nie net gaan oor die versameling van tekste oor ’n onderwerp nie, maar om na te vors hoe ander navorsers reeds met die probleem in terme van metodologie, teorie en uitkomste gehandel het. Die navorser sal sy literatuurstudie in Hoofstukke 3 en 4 uiteensit.

1.6.3.12 Navorsingsbevindinge

Omdat die navorsing vanuit die praktiese teologie geskied, maar die meerderheid van die literatuurstudie uit ander sosiale wetenskappe kom, en om te verseker dat die empiriese navorsing en die teoretiese navorsing nie los van mekaar staan nie, sal die navorser die onderskeie pole sinchroniseer.

Die band tussen teologie en die sosiale wetenskappe kan nie ontken word nie. Sielkunde het byvoorbeeld ’n beduidende groot invloed op die kerk se pastoraat en beradingstegnieke gehad. Liberale teologie is grootliks beïnvloed deur sosiologie, terwyl antropologiese navorsing weer ’n groot invloed gehad het op rituele wat in die kerk

beoefen word (Browning, 1991:80). Hierdie samewerking het egter spanning meegebring tussen die navorsing op wetenskaplike gebied en die boodskap van die Bybel, soos deur sommige geïnterpreteer. Gevolglik het hermeneutiek al hoe belangriker geword om die normatiewe uit die Bybel en die praktiese bevindinge uit die wetenskap bymekaar uit te bring (De Villiers, 2016:36). Na afhandeling van die dataverwerking, asook die literatuurstudie wat die normatiewe vanuit die Bybel en teologie insluit, sal die navorser deur 'n hermeneutiese proses tot sy bevindinge kom en dit boekstaaf.

1.6.3.13 Aanbevelings

Omdat die navorser vanuit 'n pragmatiese denkraamwerk funksioneer, is dit uiters belangrik om aan die einde van die navorsing, sinvolle aanbevelings aangaande die gebruik van sosiale media vir gemeentes te maak.

1.7 Hoofstuk indeling

Inleiding

Die agtergrond tot die navorsing en posisionering van die navorser

In hierdie hoofstuk wil die navorser die leser inlei tot die aanleidende redes tot die keuse van die navorsingsonderwerp. Die navorsingsprobleem en -vrae en struktuur van die navorsing word op die tafel geplaas. Die waarde en beperkings van die studie word bespreek en die hoofstuk word afgesluit met die teologiese posisionering van die navorser.

Hoofstuk 2

'n Empiriese ondersoek onder die gebruikers van sosiale media

In hierdie hoofstuk hanteer die navorser Osmer se empiries beskrywende taak. Die metodologie wat gevolg word, data insameling-instrumente en die analise van die data word deeglik bespreek.

In 'n soeke na antwoorde op Sekondêre vraag 1 (Ervaar die gebruikers van sosiale media dat dit koinonia tussen individue en groepe in die gemeente bevorder), word die gebruikers van Facebook-blaaie se gebruikersdata verwerk, en inligting wat uit die semi-gestruktureerde onderhoude, en fokusgroep na vore gekom het, word aangemeld.

Hoofstuk 3

’n Interpretatiewe ondersoek na sosiale media en die invloed wat dit op sosialisering het.

Osmer se interpretatiewe taak wil die empiriese data wat in Hoofstuk 2 geboekstaaf is, interpreteer teen die agtergrond van navorsing wat reeds gedoen is. Derhalwe doen die navorser ’n literatuurstudie in ’n poging om Sekondêre vraag 2 (Wat is die invloed van sosiale media op die sosialisering van individue en groepe in die gemeente) te antwoord.

Die hoofstuk begin met enkele woordverklarings sodat die navorser en leser hierdie tegniese terme dieselfde interpreteer. Dan word die geskiedenis van digitale verbintenisse en sosiale media kortliks geboekstaaf en die groei van hierdie fenomeen en die gebruikers van sosiale media word bespreek. Ten slotte, word die invalshoeke in die navorsing oor sosiale media se vermoë om sosialisering te bevorder uitgelig met die navorser se gevolgtrekkings daaroor.

Hoofstuk 4

’n Normatiewe ondersoek oor die gebruik van sosiale media in die plaaslike gemeente en of dit koinonia kan bevorder.

Hierdie hoofstuk ondersoek die plek van koinonia in die gemeente, asook die vraagstuk of die begrip van gemeente-wees tred hou met die digitale era. In hierdie hoofstuk vind ons dus Osmer se normatiewe taak met die fokus op Sekondêre vraag 3 (Watter rol behoort koinonia in die bediening van 'n gemeente te speel).

Hoofstuk 5

Kritiese nadenke oor huidige praktyke en moontlike pragmatiese oplossings

Osmer se pragmatiese taak waar die navorser vanuit die inligting wat deur die navorsing ingewin is, beweeg na die ontwikkeling van strategieë om sosiale media effektief in gemeentes aan te wend, word in hierdie hoofstuk behandel. Sekondêre vraag 4 (Hou die koinonia bediening van die gemeente tred met die uitdagings van die digitale era) kom dus aan die orde.

Hoofstuk 6

Persoonlike refleksie oor gemeentes se gebruik van sosiale media

Die navorser dink na oor leemtes in hierdie ondersoek en moontlike sake wat verdere navorsing verdien. Hy eindig sy reis met hierdie tesis in ’n persoonlike refleksie oor wat hy in die afgelope aantal jaar oor sosiale media in die gemeente geleer het.

1.8 Waarde van die studie

Hoewel daar al baie geskryf is oor sosiale media, ook in die kerklike konteks, is daar min nadenke oor die effek van sosiale media op koinonia. Hierdie navorsing fokus op die effek wat sosiale media op koinonia binne die gemeente het. Die doel is om uiteindelik tot die bevinding te kom of dit bevorderlik is of nie sodat gemeentes ingeligte besluite kan neem oor hulle sosiale media bediening. Praktiese wenke wat aan die einde van die navorsing deurgegee word, kan hopelik vir gemeentes rigtinggewend wees in hulle toekomstige gebruik van sosiale media. Uit die kritiese nadenke oor koinonia en ekklesia kan moontlik aanduidings kom van sake wat verdere ondersoek regverdig.

Tydens die inperkingstyd van 2020 weens die wêreldwye COVID-19 pandemie[2], het meeste kerke en gemeentes aktief op digitale kommunikasie en sosiale media staat gemaak om in ’n tyd waar fisiese kontak wetlik verbode was, steeds met hulle lidmate kontak te hê. Ander navorsers wat hierdie proefskrif lees, post 2020, sou sekerlik vra waarom die navorser nie meer aandag aan die bediening via sosiale media in hierdie tyd spandeer het nie. Die proefskrif was egter in die finale fase van afronding tydens hierdie tyd en daarom het die navorser besluit dat die inligting vervat in hierdie proefskrif, hoofsaaklik beperk word as pre-inperkingstyd.

1.9 Etiese klaring

’n Navorser het twee kategorieë van etiese verantwoordelikheid, naamlik ’n verantwoordelikheid vir die welsyn van die deelnemers aan die navorsing, en ’n verantwoordelikheid teenoor empiriese navorsing om eerlik en akkurate rapportering van die navorsing te gee (Strydom, 2005:56).

1.9.1 Deelnemers

Die belangrikste beginsel rondom die welsyn van die deelnemers is dat daar geen skade sal wees vir die persone wat nagevors word nie. Die navorser moet homself dus

[2] Sien Afdeling 4.2.5 vir ’n verklaring oor COVID-19.

voortdurend afvra of sy vrae en aksies moontlik enige skade aan die deelnemers kan besorg.

’n Tweede belangrike beginsel is vrywillige deelname (Babbie, 2008:68). Tydens hierdie navorsing is elke deelnemer individueel gevra of hulle wil deelneem aan die navorsing en in die geval van die gemeentes se Facebook-data, is toestemming van die individuele gemeentes verkry. Waar klankopnames gebruik is, het die navorser toestemming verkry vanaf die deelnemers (Greef, 2005:295).

Derdens, die deelnemers moet die geleentheid gegun word om aan te dui watter inligting rugbaar gemaak mag word en wat nie; hulle privaatheid, anonimiteit en vertroulikheid, soos met hulle ooreengekom, mag nie geskend word nie (Strydom, 2005:58). Die navorser het hierdie aspekte met elke deelnemer van die onderhoude uitgeklaar en by die Facebook-data is alle persoonlike name met swart doodgetrek sodat individue nie geïdentifiseer kan word nie.

Etiese klaring vir die navorsing is verkry op 23 September 2015; klaringsnommer: UFS-HSD2015/0144 (sien Bylaag A). Geen minderjariges is in die navorsing gebruik nie; en vertroulikheid en anonimiteit is deurgaans gehandhaaf.

1.9.2 **Empiriese navorsing**

Ten opsigte van die verantwoordelikheid teenoor die empiriese navorsing, is daar drie belangrike beginsels wat in ag geneem moet word: Objektiwiteit, geldigheid en betroubaarheid.

1.9.2.1 Objektiwiteit

Suiwer objektiwiteit in kwalitatiewe navorsing is feitlik onmoontlik, aangesien die navorser homself in die skoene van die deelnemers moet plaas. Daarom word objektiwiteit binne kwalitatiewe navorsing eerder gemeet aan die eerlikheid en betroubaarheid (inter-subjektiwiteit) van die navorser (Babbie & Roberts, 2018:272). Uitgebreide aantekeninge help die navorser om die stem van die deelnemers te hoor, eerder as die stem van sy eie verwagtings.

1.9.2.2 Geldigheid

Geldigheid verwys na die akkurate weerspieëling van ’n konsep wat dit veronderstel is om te meet (Babbie & Roberts, 2018:132). Met geldigheid word die volgende bedoel: Is die bevindinge kredietwaardig en oordraagbaar na ander kontekste; is die bevindinge bevestigbaar, oftewel, is die data beskikbaar vir navrae (Babbie & Mouton, 2001:277-278).

1.9.2.3 Betroubaarheid

Data word beskou as betroubaar, indien soortgelyke ondersoeke, telkens dieselfde resultate sal lewer (Babbie & Roberts, 2018:130). Die toets instrument moet dus oor die vermoë beskik om konstant dieselfde lesing te gee, telkens wanneer dieselfde ondersoek gedoen word (Pietersen & Maree, 2017).

1.9.2.4 Voldoen hierdie navorsing aan geldigheid en betroubaarheid?

Volgens Mouton en Marais (1993:106), is daar twee faktore wat geldige en betroubare resultate tot gevolg sal hê: Is die data betroubaar bekom; en gee die data genoegsame ondersteuning aan die bevindinge. Die Facebook-data en transkripsies van die persoonlike onderhoude en die fokusgroep-onderhoude, sowel as kodeboek wat deur ATLAS.ti gegenereer is, is beskikbaar in Bylae B-G, sodat die navorser se bevindinge geverifieer kan word.

Om die geldigheid en betroubaarheid van die navorsing te verseker, het die navorser eerstens van goeie boekstawing gebruik gemaak en tweedens op die beginsel van triangulasie gesteun. Triangulasie verwys na die gebruik van verskillende metodes, wat mekaar kan verifieer, ten einde te probeer verseker dat die navorser se vooroordele oorkom word. *“Triangulation refers to the combination of different methods, study groups, local and temporal settings, and different theoretical perspectives in dealing with a phenomenon”* (Flick, 2014:182).

Mouton en Marais (1993:51) maak die volgende opmerking rakende interne geldigheid: “*Internal validity refers to the fact that a specific study has generated accurate and true findings regarding the phenomenon being studied. The question that has to be answered is whether the deductions are valid regarding the happenings in the congregation*”. Die navorser glo dat die navorsing aan die vereistes van geldigheid voldoen.

1.10 Praktiese teologie as vakgebied waarbinne die navorsing plaasvind

1.10.1 Inleiding

In hierdie afdeling vra die navorser die vraag: Watter lens bied praktiese teologie om die fenomeen van sosiale media te bestudeer? In die beantwoording van hierdie vraag sal die navorser sy eie posisie verklaar, asook die ontwikkeling binne die vakgebied van teologie beskou, spesifiek praktiese teologie.

Wanneer Castells (2004:1) praat oor die snelveranderende omstandighede in die wêreld, verwoord hy dit as volg:

> *This is indeed a time of change, regardless of how we time it. In the last quarter of the twentieth century, a technological revolution, centred around information, transformed the way we think, we produce, we consume, we trade, we manage, we communicate, we live, we die, we make war, and we make love. A dynamic, global economy has been constituted around the planet, linking up valuable people and activities from all over the world, while switching off from the networks of power and wealth, people and territories dubbed as irrelevant from the perspective of the dominant interests.*

Hierdie snelle verandering is as’t ware ’n gegewe. Sosiale media het gegroei van ’n gebruikers item wat deur enkeles gebruik is, na ’n fenomeen wat deel uitmaak van ’n beduidende aantal mense se daaglikse tydsbesteding. So ’n fenomeen moet dus ondersoek word om die effek daarvan op die gebruikers te bepaal.

Die verwagting sou egter wees dat ’n ondersoek na hierdie fenomeen binne ’n vakgebied soos kommunikasiekunde sou geskied. Indien die fokus van die navorsing nie soseer die mediavorm is nie, maar die invloed van sosiale media op die gebruikers daarvan, sou die verwagting dalk wees dat navorsing plaasvind binne die velde van sosiologie of psigologie. Castells (2004:1) se verwysing na die invloed op die ekonomie sou selfs vra vir navorsing vanuit die ekonomiese vakgebiede.

Waar pas teologie en spesifiek praktiese teologie binne hierdie debat? ’n Opmerking van Ganzevoort (2002:6) verdien dalk op hierdie punt melding: *“Whatever practical theologians may investigate, it is always connected in some way to human discourse in relation to God*”. Beteken dit dat wanneer mense op sosiale media besig is, hulle geloof

en geloofslewe ook deel van die nadenke uitmaak? Een van die vrae wat die navorser aanspreek is dus of teologie ook 'n inspraak op hierdie gebied sou kon hê.

1.10.2 Die konteks van die navorser

Om bogenoemde vraag te beantwoord, het die navorser heel eerste gekyk na die konteks waarbinne hy homself bevind, die plaaslike gemeente. Sodanige gemeente bestaan uit lidmate wat op 'n daaglikse basis midde in 'n geglobaliseerde, post-moderne en digitale wêreld leef. In hierdie wêreld poog die navorser om onder andere, in die woorde van De Gruchy (1994:2), nie net teologie te 'leer' nie, maar teologie te 'doen'. Want teologie durf nie geïsoleerd in 'n akademiese sfeer te leef nie, maar moet in die alledaagse leefwêreld van gelowiges tuiskom. Bass (2002:1) stel dit as volg: "*…has it relevance to real life and the messy realm of work, love, celebration, and suffering where human beings dwell and thus where Christian life and ministry take place."*

In Osmer en Schweitzer (2003:3) se teologiese kyk na godsdiensonderrig, meld hulle dat "*religious education needs to be seen in its interdependent relationship to its given social context*". Indien daar erns gemaak word met hulle uitgangspunt, dan is die taak van teologie onder andere, om konsepte en bepaalde aspekte van hierdie interafhanklike verhouding te verstaan. Teologie het 'n plig om nie die navorsing van die mens en sy sosiale konteks bloot aan ander dissiplines oor te laat nie, want hulle het hulle eie tekortkomings. Van Huyssteen (1997:34-38) verduidelik:

> *One must not be overawed by the social sciences and must take serious consideration of its potential weaknesses. Much of social science is charged with its own ideology and is not even aware of its own values*.

Praktiese teologie moet in eie reg ook 'n normatiewe beslissing fel en lidmate bemagtig om elke dag hulle geloofsoortuigings in hierdie geglobaliseerde, post-moderne en digitale wêreld uit te leef. Bestudering van sosiale media, suiwer deur die sosiale wetenskappe, sonder enige inset van teologie, sou dus nie kon roem op 'n volledige antwoord nie, aangesien baie gebruikers van sosiale media hulself waarskynlik as religieus sou beskou. Wanneer die effek van sosiale media in 'n gemeente nagevors word, is dit amper vanselfsprekend dat al die lidmate hulself as gelowiges sal tipeer en is dit noodsaaklik dat teologie ook tot die debat toetree.

Die navorser leef dus nie eksklusief in ’n akademiese sfeer nie, maar staan eerder met albei voete in die praktyk van ’n plaaslike gemeente. In sy opinie is dit egter juis daar waar praktiese teologie tot sy reg moet kom, naamlik om gemeentes en lidmate te bemagtig in hulle alledaagse lewe en met die uitdagings waarmee hulle gekonfronteer word, soos onder andere die fenomenale ontwikkeling binne die veld van sosiale media.

1.10.3 **Teologie in die algemeen**

Voordat die navorser voortgaan om te besin oor die rol van praktiese teologie in die bestudering van sosiale media in die gemeente, is dit sinvol om net ’n paar kort opmerkings te maak oor wat teologie as sulks is.

Vir talle mense sal 'n woordeboek definisie voldoende wees. Wanneer semantiese definisies egter geraadpleeg word, presenteer dit ’n probleem. ’n Direkte verklaring vanuit die Grieks bring ’n baie vae definisie na vore: ’n woord (*logos*) oor God (*theos*) (De Gruchy, 1994:4). Woordeboeke soos die Mirriam-Webster Aanlynwoordeboek brei egter uit: “*The study of religious faith, practice, and experience; especially: the study of God and of God's relation to the world”* (Merriam-Webster, 2017:elektroniese bron). Die dilemma word verder beklemtoon. Die probleem met hierdie en talle ander semantiese verklarings lei tot die volgende vrae: Wat is die objek van die studie? Is dit God, of is dit die mens se geloof in God?

In 'n referaat wat Willie Jonker in Maart 1977 voor die Gereformeerde Teologiese Vereniging in Pretoria gelewer het, hoor ’n mens alreeds die uiteenlopende sienings oor teologie en waarom woordeboek definisies die objek nie duidelik spesifiseer nie. Hy hou vier modelle voor:

1. *Teologie is wysheid*. Augustinus, die belangrikste eksponent van hierdie denke het teologie beskou as *intellectus fidei*. Die kennis van teologie is die eerste fase van die wysheid wat vir die mens insig gee in die wese van God.
2. *Teologie as rasionele kennis van God*. Die kognitiewe kant en die verkryging van rasionele gronde vir geloofsinhoud is hier belangrik.
3. Die reformatore bring ’n derde verstaan van teologie – *die aandagtig luister na die Heilige Skrif* met die oog op interpretasie tot geloofsversterking.
4. Die neo-Protestante sien teologie weer *as die studie van die mens se geloof of godsdienstige ervaring en aktiwiteit*. Die fokus is dus nie op God nie, maar op die mens en sy geloof (Malan, 1977:5-6).

Die groot vraag is dus of God die objek van teologie is, en of dit die mens en sy ervaring van God is. Baie gereformeerde teoloë (soos Bultmann en Kuitert) sien in laasgenoemde die gevaar dat dit teologie kan verskraal tot antropologie of religieuse wetenskap wat bloot fokus op die praktiese toepassing van dit wat mense glo (Malan, 1977:6).

Heitink (1999:110) beweeg weg van God as die objek van teologie en voer aan dat geloof die direkte objek van teologie is:

> *As knowledge about God becomes less and less self-evident, it is increasingly difficult to see God as the object of academic inquiry … Faith is the direct object of theology. God, the indirect object, cannot be the topic of inquiry. God is only the direct object of our faith.*

Hierdie siening van Heitink lei tot 'n hermeneutiese benadering tot teologie, want indien die Christelike geloof die objek van teologie is, ken ons dit deur:

- Die bronne (Die Bybel en ondersteunende dokumente)
- Die tradisie
- Die manifestasies van geloof deur die jare heen
- Die hede

Teologie het dan ten doel: *"... understanding (discernment), explaining (definition), and grasping (internalisation*)" van die bronne, tradisie, manifestasies van geloof en die huidige konteks (Heitink, 1999:110).

Vanuit hierdie benadering word teologie deur die meeste teoloë in drie dissiplines verdeel. Hoewel die terminologieë soms verskil, kom dit neer op: (1) die hermeneutiek van die bronne – Bybelse teologie; (2) hermeneutiek van die belydenis – sistematiese teologie; en (3) hermeneutiek van die manifestasies van geloof in die hede – praktiese teologie. Die voorvoegsel tot elkeen van hierdie teologiese dissiplines moet egter nie gesien word as 'n bepaalde kwaliteit wat in daardie dissipline voorkom en in die ander ontbreek nie. Byvoorbeeld: sistematiese teologie is "onprakties" en "onBybels". Veel eerder verwys dit bloot na die onderwerp wat die mees sentraal staan binne die bepaalde teologiese dissipline (Ganzevoort, 2009:4).

1.10.4 **Praktiese teologie as selfstandige vakgebied**

Aangesien die navorser vanuit die praktiese teologie sy navorsing doen, is dit belangrik om te besin oor praktiese teologie as ’n afsonderlike vakgebied en die ontwikkeling binne hierdie vakgebied.

Hoewel praktiese teologie as ’n relatief nuwe onderafdeling van teologie beskou word, is praktiese teologie alreeds in 1774 as universiteitsvak aangebied by die Katolieke Universiteit van Wenen en wel as ‘pastorale teologie’. In 1794 is dit ook reeds aan die Protestantse Universiteit van Tübingen aangebied (Heitink, 1999:2).

Friedrich Schleiermacher (1768–1834) word deur baie gesien as die vader van praktiese teologie, omdat hy begin het om die vak ‘praktiese teologie’ te noem (Kloppers, 2001:458). Vir baie jare het die vak egter gefunksioneer as die toepassing in die praktyk van die insigte van die ander teologiese vakke. Ná 1960 het praktiese teologie begin om ’n eie metodologie te ontwikkel en word dit stelselmatig as ’n selfstandige studieveld gesien. Die kritiese verhouding tussen teorie en praktyk word die grondslag van die vak, met ’n toepassing van die Christelike praktyk binne die konteks waar die studie plaasvind. Uiteraard het die vak ook daarmee ’n empiriese en kommunikatiewe aspek verkry.

Ondanks hierdie ontwikkelings binne praktiese teologie, is daar tot vandag toe steeds teoloë wat praktiese teologie sien as ’n laer graad van teologie, asof die taak van die praktiese teologie bloot die toepassing is van dit wat deur ander teologiese dissiplines ontsluit word - dus ’n soort ‘toegepaste’ teologie (Kloppers, 2001:457). Gräb (2005:182) toon aan dat hierdie nie ’n nuwe tendens is nie, aangesien Schleiermacher reeds vir Jakob Plank teengestaan het, omdat laasgenoemde praktiese teologie slegs as *theologia applicata* gesien het. Schleiermacher argumenteer dat praktiese teologie eerder verstaan word as ’n wetenskaplike dissipline wat die Christelike geloof bestudeer, soos dit gevind word in die *praxis* van ’n persoon se lewe.

Heitink (1999:19) lig die groot rol wat Schleiermacher gespeel het uit: “*Practical theology owes its origin to Schleiermacher, the first modern theologian, who, recognising the value of the Enlightenment, wanted to build a bridge to modern humanity by reflecting on the Christian faith on the basis of the experience of the subject”*. Gräb (2005:196) omskryf op grond van Schleiermacher se opmerkings die veld van praktiese teologie: *“Practical Theology needs to explore how the symbolic strength of Christianity for making sense of*

life and for successfully coping with life can take shape in the church under today's complex socio-cultural conditions." So poog hy om die lyn vanaf Schleiermacher deur te trek na die huidige en aan te toon dat praktiese teologie 'n vakgebied in eie reg is en juis 'n hulpmiddel vir gelowiges kan wees om in 'n snel veranderende wêreld te kan sin maak uit dit wat met hulle gebeur.

Gräb se definisie beklemtoon egter die beduidende ontwikkeling wat reeds plaasgevind het. Daar moes sedert Schleiermacher tot op hede talle draaipunte gewees het, om te kom tot by die hedendaagse verstaan van wat praktiese teologie is. In die volgende afdeling sal die navorser poog om hierdie ontwikkeling so kort, maar so deeglik as moontlik, te boekstaaf.

1.10.5 **Die ontwikkeling van praktiese teologie**

Pieterse en Dreyer (1995:31) beklemtoon die drie metodologiese ontwikkelings wat hulle in die praktiese teologie opmerk:

1. Die uitbreiding van die objek van praktiese teologie
2. Die gebruik van empiriese navorsing
3. Die gebruik van insigte vanuit die kritiese teorie, veral rondom die werk van Habermas.

Aanvanklik was die objek van praktiese teologie die predikant of pastor en sy take. In die aanvangsjare van praktiese teologie het hierdie vakgebied dus gefokus op die toepassing van Bybelse en konfessionele beginsels, in die lewe en werk van die pastor. Na die Tweede Wêreldoorlog verskuif die klem na die gemeente as objek en die teorie-*praxis* interaksie begin al hoe meer sigbaar word (Pieterse & Dreyer, 1995:32). Hoe meer die fokus op die *praxis* begin val het, hoe groter klem is gelê op empiriese navorsing van die *praxis*.

Jürgen Habermas het die hierdie verhouding tussen teorie en praktyk verder ontwikkel in sy sogenaamde 'Krities Hermeneutiese Raamwerk' wat hy as 'n kombinasie van empiriese navorsing, 'n hermeneutiese proses en kritiese perspektiewe beskou (Pieterse & Dreyer, 1995:36). Hierop volg 'n wêreldwye draai na die gemeenskap as die objek van praktiese teologie.

Wanneer daar oor praktiese teologie nagedink word, is dit ook belangrik om kennis te neem van drie onderskeibare strome binne die vakgebied (Ganzevoort, 2007:23).

Daar is ’n stroom wat fokus op:

1. Die bevrydende *praxis*. Hier is ’n skerp fokus op onreg en verdrukking en gelowiges se reaksie daarop;
2. Die kerk leierskap en die opleiding van voorgangers – die *praxis* van predikante/pastors is hier die fokus;
3. Empiriese navorsing – die fokus is hier op *praxis* van die wetenskap.

In ’n latere werk verwys Ganzevoort en Roeland na die drie as publieke, pastorale en empiriese teologie (Ganzevoort & Roeland, 2014:96).

Hoewel daar duidelik drie strome onderskeibaar is, is dit belangrik om hierdie drie nie so te onderskei dat hulle nie meer hermeneuties op mekaar kan inwerk nie (Ganzevoort, 2007:23). Die navorser is gemaklik in die pastorale onderafdeling gesetel, aangesien dit hier gaan oor die opbou van die religieuse *praxis* van die geloofsgemeenskap. Daar is egter ook elemente van die empiriese afdeling, aangesien daar gesteun word op empiriese dataverwerking.

In die kort agtergrond oor praktiese teologie, kan die navorser nie anders as om kortliks die bydrae van enkele moderne teoloë te vermeld nie.

Gerben Heitink definieer praktiese teologie as “*the theory of action that is empirically oriented theological theory of the mediation of the Christian faith in the praxis of modern society*” (Heitink, 1999:6). Hierdeur plaas hy die ervaring van die mens as die vertrekpunt van praktiese teologie met die gevolg dat die metodologie van praktiese teologie altyd empiriese data as grondslag sal hê onderweg na teorie ontwikkeling.

Dit is ook nodig om die werk van Don Browning te vermeld in die meer onlangse ontwikkeling binne praktiese teologie. Hy beweeg weg van die raamwerk dat praktiese denke beweeg vanaf teorie na die praktyk. Volgens hom is die beweging eerder vanaf die praktyk na die teorie en dan weer na die *praxis* (Browning, 1991:34-41). Gevolglik beskryf hy praktiese teologie as “...*critical reflection on the church's dialogue with Christian sources and with other communities of experience and interpretation with the aim of guiding its action toward social and individual transformation*” (Browning, 1991:36).

Die navorser het reeds enkele aanhalings gebruik van Richard Osmer. Met sy vier take van praktiese teologie (Osmer, 2008), bied hy aan die navorser ’n hermeneutiese model waarvolgens navorsing gedoen kan word.

Ruard Gazevoort en Johan Roeland verdien ook erkenning, veral vir hulle werk rondom praktiese teologie as 'geleefde geloof'. Die *'lived'* sien hulle in die wyse waarop mense daagliks leef, kommunikeer en 'n verwantskap met God ervaar (Ganzevoort, 2009:3-5)(Ganzevoort & Roeland, 2014). Hulle fokus op die geleefde geloof kan selfs as 'n moontlike vierde draaipunt gesien word.

Chris Hermans se groot bydrae lê binne die veld van praktykgeoriënteerde navorsing en hoe om bepaalde metodologieë in praktiese teologie te vestig (Hermans, 2014) (Hermans & Schoeman, 2015a). Sy vele aanhalings elders in die hoofstuk, vertel van die groot werk wat hy in hierdie veld vermag het.

1.10.6 **Die ontwikkeling van praktiese teologie in Suid-Afrika**

Pieterse verwys na 'n lesing van Coenie Burger in 1989 waar hy aandui dat daar in Suid-Afrika ook 'n duidelike ontwikkeling in die veld van praktiese teologie plaasgevind het. Burger onderskei drie duidelik uitkenbare aanlope tot die vakgebied, naamlik 'n konfessionele, korrelasionele, en 'n kontekstuele aanslag (Pieterse, 1998:155).

Onder die konfessionele (belydenis-gegronde) aanslag word praktiese teologie gesien as die studie van God se Woord uit die oogpunt van die bediening in die gemeente. Die Bybel is dus die bron van kennis en navorsing.
Onder die korrelasionele aanslag word die gedrag van die gelowiges ondersoek. Die gemeente of die Christene is die objek van navorsing.
Onder die kontekstuele aanslag word die geloofsgemeenskap se betrokkenheid by die groter gemeenskap die objek van navorsing. Die konteks waarin die gelowiges leef is belangrik (Pieterse, 1998:160).

Pieterse (2017:elektroniese bron) brei in 'n meer onlangse artikel Burger se skema uit as hy ook enkele draaipunte in die Suid-Afrikaanse konteks uitwys. Byvoorbeeld, in Suid-Afrika, soos die res van die wêreld, is ook aanvanklik gefokus op die pastor en sy take met riglyne uit die Bybel vir praktiese toepassing.

1.10.6.1 Eerste draaipunt

Volgens Pieterse (2017:elektroniese bron) kom die eerste draai in Suid-Afrika om en by 1974 toe praktiese teoloë begin skuif na die teorie-*praxis* benadering, gebaseer op die

boek van Klostermann en Zerfass, *Praktische Theologie Heute*. Praktiese teologie word nou beskou as ’n selfstandige vakgebied met ’n eie objek van navorsing, ’n teoretiese basis en eie metodologie waarbinne die *praxis* nagevors kan word met behulp van navorsingsmetodes vanuit die sosiale wetenskappe en veral op kwalitatiewe wyse. Die groot probleem in hierdie era is die spanning tussen teorie en praktyk.

Hierdie Bybels hermeneutiese model, soos beskryf deur Heyns en Pieterse (1990:42), bring die normatiewe uitgangspunt wat voorheen so gewild was in die teologie in voeling met die konteks, die ervaring van die mens. Janse van Rensburg (2000:78) maak drie stellings in verband met hierdie model:

- Dit is gebaseer op Bybelse beginsels.
- Dit sluit ’n gebalanseerde gebruik van empiriese en fenomenologiese navorsing in.
- Dit plaas Jesus Christus as Hoof van die kerk en in die middelpunt van alle kerklike aktiwiteite.

Die navorser sien hierin Janse van Rensburg se besef dat praktiese teologie gebruik moet maak van empiriese navorsingsmetodes om by die praktyk uit te kom, maar terselfdertyd is daar ook steeds die behoudende vashou aan die Bybelse beginsels. Die positiewe bydrae van die hermeneutiese model is dat praktiese teologie hiervolgens meestal aksiegeoriënteerd is en poog om praktyke te ontwikkel en te onderhou, eerder as net om dit te beskryf of te verstaan (Van den Berg & Ganzevoort, 2014:167).

Die hermeneutiese oriëntasie wil egter ook nie net stilstaan by die praktyke nie (dit sou net so goed deur ander sosiale wetenskappe ondersoek kon word), maar ook die normatiewe ondersoek. Osmer (2008:175) omskryf hierdie taak van praktiese teologie as die pragmatiese taak wat praktiese teologie onderskei van religieuse studies en ander sosiale wetenskappe.

1.10.7 **Die worsteling tussen teorie en *praxis* binne hierdie tydvak (wêreldwyd en in Suid-Afrika)**

Hoewel Schleiermacher baie gedoen het vir die selfstandige bestaan van praktiese teologie, het baie teoloë se interpretasie van sy werk gelei tot ’n siening dat teorie as’t ware in een sfeer bestaan, terwyl die praktyk in ’n ander sfeer funksioneer (Kloppers, 2001:457). In die lig hiervan is dit belangrik om kennis te neem van Ganzevoort en

Roeland (2014:94) se opmerking dat in die vakgebiede van antropologie, sosiologie en media studies, daar reeds geruime tyd verwys word na die sogenaamde "*draai na die praktiese*", die draai weg van die instellings en tekste na die alledaagse sosiale en kulturele praktyke van gewone mense.

'n Groter begrip vir die Aristoteliese begrip van *praxis* (waarvolgens handeling en voortgaande refleksie voortdurend in wisselwerking is), het in meer onlangse tye ook deurgesuur tot die teologie. Die gevolg is 'n meer omvattende siening waarin die teologiese grondwaarhede hermeneuties ontsluit moet word om met huidige praktiese situasies en ervarings in verband gebring te word (Kloppers, 2001:458).

In Aristoteles se nadenke oor etiek, voer hy aan dat etiek meer te make het met die doen van die regte ding [die konsep van *praxis* (πραξις)], as met abstrakte, teoretiese debatte oor wat die regte optrede is. Etiek gaan oor hoe mense optree (wat hulle doen) wanneer hulle deur 'n morele kwessie gekonfronteer word (Ganzevoort & Roeland, 2014:93). *Praxis* het dus met mense se optrede te make. "*Praxis refers to fields of practices like care or community building and to the patterned configurations of action, experience, and meaning*", volgens Ganzevoort en Roeland (2014:91).

Die konsepte van *praxis* en geleefde geloof fokus op dit wat mense doen, eerder as op georganiseerde godsdiens met sy bronne, instellings en leerstellings. "*In the sociology of religion, the notion of practice is used to refer to the everyday, lived religion of ordinary people, as opposed to formal, institutionalised religion*..." (Ganzevoort & Roeland, 2014:93). Campbell (2012a:66) omskryf dit as "*religious symbols and narratives become freed from their traditional structures and dogmas and so become tools for reconstructing spiritual meaning in daily life*". Terselfdertyd moet *praxis* egter nooit reduseer word tot enkele praktyke nie. "*A praxis should rather be considered as a field of practices with aims internal to that field and with a variety of actors"* (Ganzevoort & Roeland, 2014:94). Grethlein (2016:189) identifiseer drie areas van kontak/gemeenskap met God, naamlik: Onderrig en leer; Viering; Hulpverlening. Al drie hierdie areas moet aansluit by mense se alledaagse leefwêreld.

Praktiese teologie kan nie die normatiewe vraag beantwoord buite die *praxis* om nie en ook nie 'n beroep maak op bepaalde outoriteite vanuit die tradisie nie. *"Het draait voor mij in de praktische theologie dus om het onderzoeken van het spreken over God zoals*

dat in de praxis gevonden wordt, anders gezegd om de hermeneutiek van de geleefde religie" (Ganzevoort, 2007:22). Grethlein (2016:59) voer selfs aan dat indien praktiese teologie nie ook steun op insette van buite die teologie nie, dit die gevaar loop om nie erns te maak met die geleefde ervarings van mense nie. Die hermeneutiek behels egter nie net gesprekke met die praktyke van geloof nie, maar ook met die tradisie en die bronne. "*The main question is what happens and how we can live life more adequately in relation to the sources of religious tradition and to the ideas about the divine"* (Ganzevoort, 2007:5). In lyn hiermee definieer Hendriks (2004:19) praktiese teologie as "*a continuing hermeneutical concern discerning how the Word should be proclaimed in word and deed in the world*."

Op grond van 'n hermeneutiese opvatting van teologie beoefening, kan die praktyk van die geleefde geloof en die volle lewe beskou word as die *praxis* van die teologie as geheel (Kloppers, 2001:460). Ganzevoort (2009:4) omskryf hierdie *praxis* as "*the ways humans live, interact and relate to the divine*". Vandaar ook die begrip '*lived religion*' of geleefde geloof. Die vraag van praktiese teologie, is volgens hom: Wat gebeur en hoe kan ons 'n voller lewe leef in verhouding met die bronne van ons geloof en ons begrippe van God.

Die geleefde geloof word binne en buite die kerk, in Christelike en nie-Christelike gestalte, gevind. Die verhouding tussen die mens en die Heilige God onderskei teologie van die sosiale wetenskappe. Van den Berg en Ganzevoort (2014:166) stel dit duidelik dat praktiese teologie fokus op kontemporêre praktyke, anders as die ander teologiese dissiplines wat meer fokus op die historiese feite en interpretasies van gebeure. In Grethlein (2016:183) se liturgiese hermeneutiese model, word aandag geskenk aan transkulturele, kontekstuele, teen-kulturele, en kruiskulturele dimensies van die kommunikasie van die evangelie. Binne hierdie konteks kan nuwe vorme van kommunikasie van die evangelie, soos sosiale media, gebruik word, sonder om die primêre imperatief te versaak.

Die resultate van navorsing in praktiese teologie poog dus ook nie om teoretiese antwoorde te vind nie, maar om lewensverandering teweeg te bring, alias Ganzevoort en Roeland (2014:97)*: "The research outcomes lead to a new relation of researcher and praxis, often in the form of new knowledge, new possible modes of action, or new inspiration"*.

Aan die hand van vele uitlatings oor praktiese teologie, stel Kloppers (2001:461) dit as volg: “Geen ander teologiese dissipline staan teenoor ’n vergelykbare uiteenlopende en pluralistiese sowel as onverwagte en ondeurdringbare werklikheid van die konkrete religieuse lewe binne en buite die kerk, in individuele en korporatiewe vorme en moet tegelykertyd met die volle gewig van die Christelike waarheid aansprake teen die agtergrond van die tradisie rekening hou nie”.

Miller-McLemore (2012:111) brei hierop uit en tref onderskeid tussen “*lived religion”* en “*lived theology”* of “*lived faith”*. Laasgenoemde word beskryf “...*as extending interest in rituals and practices to questions about how theology or knowing and loving the divine takes shape in everyday life and how everyday life influences theology*.”

Teologie en die lewe kan nie van mekaar geskei word nie, en daarom Van den Berg (2011:558) se opmerking dat teologie inderdaad ook geïnteresseerd is in die mens se geloof, sowel as die aksies wat daaruit spruit. Wanneer die *praxis* of geleefde geloof nie meer die fokuspunt van navorsing is nie, sou dit moeilik wees om dit steeds praktiese teologie te noem (Ganzevoort, 2009:4). Die gevolg is ’n skuif in klem, weg van epistemologie, na hermeneutiek (Schoeman, Laubscher, Pali & Berg, 2012:129).

1.10.7.1 Tweede draaipunt

In Suid-Afrika is daar egter ’n groot draaipunt, veral na 1994, toe die sosio-politieke konteks noemenswaardig verander het. In Suid-Afrika was daar sedert 1990 drastiese transformasie, nie net op die politieke arena nie, maar in alle aspekte van die samelewing. Die vakgebiede van teologie, religieuse studie en sosiologie het nie een die ontwrigtende invloed van hierdie transformasie vrygespring nie en moes almal vernuwend nadink oor die rol wat hulle speel (De Villiers, 2004:104).

In dieselfde tydgleuf bereik die vloedgolf van post-modernisme ook Suid-Afrika. Die impak wat dit op mense se manier van dink gehad het, kan nie ontken word nie. Mettertyd word die post-koloniale siening ook al hoe belangriker, omdat Suid-Afrikaanse praktiese teoloë besef het dat die klem van navorsing op Afrika-konteks en Christelike praktyke binne daardie konteks moet wees (Schoeman, Laubscher, Pali & Van den Berg, 2012:133). In hierdie era word die spanning tussen teorie en praktyk al minder ervaar as 'n dualisme en eerder as 'n bipolêre spanning gesien en die objek van navorsing is die *praxis*.

Daniël Louw maak gebruik van ’n hermeneutiese model, waar daar ’n wisselwerking tussen wetenskaplike denke (*scientia*) en wysheid denke (*sapiantia*) plaasvind om sodoende insig te bekom. Hierdie wisselwerking, in Louw (2016:103) se woorde, vra *“a zig-zag epistemology in praxis thinking*”. In sy aanslag, gebruik Louw ’n tipe kritiese realisme wat baie ooreenstem met Van Huyssteen se ‘*postfoundational*’ benadering tot praktiese teologie (Pieterse, 2017:elektroniese bron) (Van Huyssteen, 1997). “*Critical realism stands in a middle position between epistemological absolutism and epistemological relativeness”* (Louw, 2016:104). Vir Louw is die objek van navorsing binne praktiese teologie die *praxis* van God.

Pieterse (2017:3) voer aan dat die dosente in praktiese teologie by die Universiteit van die Vrystaat (Schoeman, Van den Berg en kollegas) voortbou op Louw se hermeneutiese model, maar die antwoord probeer verskaf op die vraag of daar sekere funksies in praktiese teologie identifiseer kan word, deur Osmer (2008) se geïntegreerde aanslag te gebruik. Volgens Pieterse (2017:3) is Richard Osmer se hermeneutiese aanslag geïnspireer deur die hermeneutiese aanslag van DS Browning (Sien Browning, 1991) en die empiriese aanslag van JA van der Ven.

Volgens Schoeman e.a. (2012:134) is die voordele aan Osmer se model “*the bridging of the sub-disciplines, academy and ministry, and the interpretation of the interconnectedness of ministry*”. Wat die Universiteit van die Vrystaat se praktiese teoloë egter toevoeg tot Osmer se model, is die missionale perspektief van *missio Dei* (Pieterse, 2001:113; Pieterse, 2017:3). Hierdie groep teoloë noem dit hulle “*turn to Africa*”, waardeur hulle die Afrika-konteks toepaslik maak vir alle navorsing op die gebied van praktiese teologie (Schoeman *et al.*, 2012:135).

Julian Müller se fokus is op pastoraat, maar het hy baie gedoen om die narratiewe strategie van navorsing in praktiese teologie te bevorder. Sy model is ook baie sterk op Van Huyssteen (1997) se “*postfoundational*” model geskoei (Pieterse, 2017:elektroniese bron).

Johann Meylahn dui aan dat 'n post-fundamentele praktiese teologie eers ’n teologiese dimensie ontvang wanneer God se werk, deur Jesus Christus, die hermeneutiese kern van die proses is. "*A postmetaphysical interpretation of God, where the shift is away from*

‘transcending, patterns of action’, has the possibility of being a non-religious method to interpret and engage lived religion critically" (Meylahn, 2014:3). In die proses beklemtoon hy Afrika-studies om die belang van ras, geslag en godsdienstige affiliasie te benadruk en sodoende te poog om ’n praktiese teologie daar te stel wat in voeling is met die Suid-Afrikaanse konteks (Dreyer, 2012:513) (Pieterse, 2017:elektroniese bron).

Nog ’n teoloog, Jaco Dreyer, plaas die Afrika-konteks op die tafel. Hy maak die opmerking: “*From an action-theoretical perspective we can say that human action has a moral dimension”*. Onder hierdie ‘*moral dimension’* verstaan hy die konsep van ‘*Ubuntu*’. Hy is van mening: “*It thus forms an integral part of practical theology’s task to study and to reflect on the moral dimension of religious action”* (Dreyer, 2015:209). So dra hy by tot die dekolonisasie van praktiese teologie. Lartey (2013:124) brei hierop uit wanneer hy wys op die gevaar dat “*Christian theology has been done predominantly utilising tools and resources developed in the European context*.”

Hoewel die navorser in die dekolonisasie die gevaar sien dat sekere wetenskaplike beginsels verontagsaam kan word, is hy oortuig dat indien praktiese teologie werklik erns maak met die alledaagse lewe van die persone wat bestudeer word (*praxis*), die gevaar om deur ’n koloniale bril kyk, tot ’n groot mate vermy sal word.

1.10.8 **Praktiese teologie skep ’n platform vir interdissiplinêre samewerking**

Omdat praktiese teologie fokus op die handelinge van mense in konkrete samelewingsverbande, is dit net vanselfsprekend dat daar oorvleueling plaasvind met die ondersoekterrein van ander wetenskappe wat op menslike gedrag fokus, waarvan sosiologie, psigologie en kommunikasiekunde die mees waarskynlike (Heyns, LM; Pieterse, 1990:14-15). Trouens, dis belangrik dat daar genoeg interdissiplinêre kommunikasie plaasvind, sodat teologie nie in ’n afgesonderde akademiese sfeer beoefen word nie, maar konstant rekening hou met die realiteite waarbinne die gelowige hom bevind. Soos Küng (1988:197) dit stel: *“The only theology that can be a theology for today is the one that engages itself critically and constructively in the experiences of modern humanity, which finds itself in the transition from modernity to postmodernity.”*

Volgens De Villiers (2004:120) moet teologie deur die sosiale wetenskappe uitgedaag word wanneer ’n teologiese uitgangspunt wat deur kultuur beïnvloed is, ’n negatiewe

invloed op die samelewing het. Van Huyssteen (1997:165) probeer weer ’n brug slaan tussen teologie en die wetenskap, as hy sê:

> *“In theology we seek as secure a knowledge as we can achieve, a knowledge that will allow us to understand and where possible to construct theories as better explanations. This goal of theology not only determines the rationality of theology, but very much depends on the way we deal with the problem of justification of cognitive claims in theology. If in both theology and science we want to understand and explain, then the rationality of science is directly relevant to that of theology.”*

Osmer (2008:170-172) argumenteer weer op grond van Van Huyssteen se begrip van transversale rasionaliteit, naamlik dat interdissiplinêre dialoog krities belangrik is in velde waar verskillende dissiplines kruis. Teologie het dus ’n belangrike rol te speel binne ’n interdissiplinêre gesprek oor sosiale media en die invloed wat dit op verskillende sosiale verbintenisse kan hê.

In Ganzevoort se pleidooi vir ’n publieke teologie waar die teologiese debatte relevant is vir die gelowige, kom die belangrikheid om saam met ander dissiplines te werk, duidelik na vore:

> “*De maatschappelijke relevantie van de praktische theologie is in mijn optiek veel breder dan alleen het kerkelijk erf, en juist in onze tijd is er grote behoefte aan theologen die in staat zijn religieuze conflicten van binnen uit verstaanbaar te maken en bij te dragen aan een verbeterde dialoog*” (Ganzevoort, 2007:21).

Wanneer praktiese teologie tussen die teologie en die sosiale wetenskappe beweeg, word dit ook ’n publieke teologie, want dit beweeg in die publieke interdissiplinêre ruimtes. Müller (2011:5) is van mening dat die bydrae wat praktiese teologie tot hierdie interdissiplinêre gesprek kan lewer, is: *“... to strengthen the sensitivity for the human condition and human community, also in terms of the community of faith. This will also create a greater sensitivity for the marginalised within these communities.*” Dit weerhou teoloë egter ook daarvan om die konteks mis te kyk, vanweë vooropgestelde teologiese konsepte, of soos Müller (2004:300) dit stel:

> “*The moment when we realise and accept the fact that identity, and therefore rationality, is socially constructed as part of a continuing process, we are liberated from the urge to defend theological rationality over and against other*

so-called scientific rationalities. Then we also realise that our understanding of reality (rationality) is a co-product of a broader community and not the idiosyncratic product of theologians with their own isolated rationality".

Die nuwe denke in praktiese teologie en die samewerking met ander vakdissiplines, het tot gevolg gehad dat die navorsing binne praktiese teologie meer en meer praktykgeoriënteerd geword het (Hermans, 2014:121). Die verdere gevolg hiervan, is dat die fokus van praktiese teologie nie slegs op die teologiese of religieuse wêreld is nie, maar op alle aspekte van die mens se daaglikse bestaan (Schoeman & Van den Berg, 2016:215). Ganzevoort en Roeland (2014:93) brei hierop uit en voer aan dat praktiese teologie fokus op "*all possible cultural and social daily activities and practices of ordinary people"*.

Gevolglik is praktiese teologie slegs moontlik, indien dit kontekstueel is. Praktiese teologie kan nooit werk met veralgemenings nie, maar is altyd lokaal, konkreet en spesifiek (Müller, 2004:296).

1.10.9 **Die uitgangspunt van die navorser**

Gräb (2012:81) som sy definisie van praktiese teologie as volg op: "*The main interest of Practical Theology as an empirical-hermeneutical science of Christian practice focused on church practice lies in lived religion in the context of the cultural presence and resonance of Christianity.*"

In aansluiting by Gräb, maak die navorser die volgende opmerkings:
Volgens die navorser se begrip, is praktiese teologie 'n hermeneutiese proses, maar nie net hermeneutiek van die teks en die tradisie nie. Daar moet ook hermeneuties met die huidige kultuur (die omstandighede waarin die persoon hom-/haarself bevind) omgegaan word. Die gemeente staan natuurlik ook op hierdie kruispunt tussen plaaslike kultuur, teks en tradisie. Hierin word voorsiening gemaak vir die post-moderne mens se lewensuitkyk en daar word voorsorg getref dat die persoon wat ondersoek word se lewenskonteks in ag geneem word, eerder as dat daar uit 'n ander kultuur voorskriftelik aanwysigings gegee word.

Gevolglik kan praktiese teologie nie in 'n vakuum bestaan nie, maar moet interdissiplinêr handel en gebruik maak van aanvaarde empiriese metodes. Die doel is om Christene,

maar ook ander mense te help om sin te maak van hulle lewensomstandighede en suksesvol te oorleef binne die *praxis* waarin hulle hulself bevind.

1.11 Samevatting

Teen die agtergrond is dit duidelik dat daar talle onbeantwoorde vrae is oor die gebruik van sosiale media, en laasgenoemde se vermoë om koinonia te bevorder. Hierdie vrae regverdig navorsing oor die onderwerp. Die eerste deel van die navorsing sal ’n empiriese ondersoek behels om die stem van die verbruikers van sosiale media te hoor. Daarna volg ’n literatuurstudie om kennis te neem van bestaande navorsing, sowel as normatiewe riglyne te vind. Die bevindinge van beide die bene van navorsing sal dan met mekaar vergelyk word.

Daar was egter ook ’n vraag of praktiese teologie ’n toepaslike vakgebied is om hierdie vraag te ondersoek. Sharp (2012:426) maak die belangrike opmerking dat praktiese teologie ’n geskiedenis het dat dit fokus op die spanning in interpersoonlike verhoudings, die milieu waarin sosiale media afspeel. Aangesien sosiale media ’n integrale deel vorm van die *praxis*, die geleefde geloof van lidmate, is praktiese teologie ’n logiese vakgebied om hierdie fenomeen, binne die nuutste ontwikkeling van die vakgebied, soos hierbo uitgelig, te ondersoek.

In die volgende hoofstuk word die empiriese been van die navorsing uiteengesit in ’n poging om die stem van die gebruikers te hoor. Sodoende word hulle ook betrek in die beantwoording van die vrae oor sosiale media.

HOOFSTUK 2.
’N EMPIRIESE ONDERSOEK ONDER DIE GEBRUIKERS VAN SOSIALE MEDIA

2.1 Inleiding tot die empiriese hoofstuk

2.1.1 Rede vir ’n empiriese ondersoek

Die primêre navorsingsvraag in hierdie studie is: Kan sosiale media koinonia in die plaaslike gemeente bevorder? Om hierdie vraag te kan beantwoord, het die navorser begin met ’n literatuurstudie ten einde te bepaal wat reeds oor die onderwerp(e) geskryf is. Die terugvoer oor hierdie leeswerk sal in die volgende hoofstukke gedoen word.

Die vraag kan egter net gedeeltelik beantwoord word vanuit ’n literatuurstudie, aangesien die vraag te make het met die geleefde geloof van die lidmate in die plaaslike gemeente. Om by die lidmate op grondvlak te hoor wat hulle ervaring is, is ’n empiriese ondersoek na hulle ervaring nodig. Agter hierdie empiriese ondersoek, lê Sekondêre vraag 1: Ervaar die gebruikers van sosiale media dat dit koinonia tussen individue en groepe in die gemeente bevorder?

Binne Osmer (2008:35) se raamwerk val die empiriese komponent onder sy empiries-beskrywende taak, en verwys hy ook daarna as ’n priesterlike luister, waar die priester/pastor “aandag gee aan” die kwessies van die lidmate (*attending*). Die priester/pastor kan nie intree vir sy lidmate, alvorens hy/sy nie eers werklik geluister het (aandag gegee het) aan die lidmate se behoeftes nie. Hierdie priesterlike luister strek op ’n kontinuum, vanaf informele aandag gee aan tot 'n formele aandag gee aan, waar bepaalde kontekste empiries bestudeer word.

Na die onderskeie vorme van luister of “aandag gee aan”, volg ’n proses van interpretasie van die inligting bekom ten einde te besluit oor die pad vorentoe (Osmer, 2008:40). Hierdie “luister na” en interpretasie moet egter bepaalde empiriese metodes volg om objektiewe gevolgtrekkings te maak. Nadat die navorser ’n navorsingsontwerp saamgestel het, moet daar keuses gemaak word oor die metodes van data invordering. ’n Metode sal die prosesse waardeur data ingesamel word, die transkripsie van die data, data analise en interpretasie, insluit.

In die eerste hoofstuk is aandag gegee aan die navorsingsontwerp (die teoretiese aanslag). In Hoofstuk 2 word kortliks uitgebrei op enkele punte van die navorsingsontwerp, maar die fokus val op die metodologie en die spesifieke metodes van data insameling en die fisiese insameling en verwerking van die data. Die hoofstuk eindig met die bevindinge wat vanuit die empiriese navorsing gemaak is.

2.1.2 **Die plek van empiriese ondersoeke en praktiese teologie**

Die probleem waarmee die navorsing worstel, het in die praktyk van ’n plaaslike gemeente ontstaan. Hoewel daar reeds baie navorsing gedoen is op die gebied van sosiale media en die effek op die gebruikers, selfs die invloed wat dit op hulle sosialisering het, is daar nog ruimte vir navorsing oor gemeentes se gebruik van sosiale media, en veral oor die invloed wat dit op koinonia het. Sosialisering en koinonia toon wel baie ooreenkomste, maar daar is tog ’n onderskeid en die Bybels-teologiese konsep van koinonia behoort beslis ook vanuit die teologie bestudeer te word. Hierdie sameloop van praktyk en teologie plaas die navorsing vierkantig binne die veld van praktiese teologie.

Praktiese teologie het met die verloop van jare ’n eie identiteit, asook eie metodologie(ë) ontwikkel en dis nodig om net eers kortliks hierdie ontwikkeling te boekstaaf. Don Browning (1991:34-41) bring ’n redelike omwenteling rondom metodologie binne praktiese teologie wanneer hy die standpunt inneem dat die vertrekpunt vir praktiese teologie as volg is: ’n religieuse gemeenskap wat ’n krisis beleef. Dit beteken dat praktiese teologie, as ’n reël, beweeg vanaf die praktyk na teorie, en dan weer na die praktyk; nie vanaf teorie na die praktyk, soos voorheen die norm binne teologiese navorsing was nie.

Hy benut Gadamer se hermeneutiese aanslag deur sy teologiese denkproses te begin by wat hy noem, beskrywende teologie, “*to describe the contemporary theory-laden practices that give rise to the practical questions that generate all theological reflection*” (Browning, 1991:6). Volgens Browning word daar tydens hierdie deel van die navorsing gesteun op die sosiale wetenskappe se navorsingsmetodes en met die bevindinge wat deur hierdie beweging gemaak is, word beweeg na die volgende stap in sy metodologie, naamlik om die Christelike bronne te raadpleeg (historiese teologie). Daarna volg sistematiese teologie om uiteindelik te eindig met sy vierde beweging, naamlik strategies praktiese teologie wat ’n nuwe praxis implementeer. Hierdie hermeneutiese beweging van praktyk na teorie en weer terug na die praktyk, dien as agtergrond tot die metodologie in hierdie navorsing.

Die leser sal dan ook let dat hierdie navorsing fokus op ’n praktykprobleem wat as gevolg van sosiale veranderinge in ’n plaaslike gemeente(s) ervaar word. Omdat daar met die menslike *praxis* gehandel word, voer Ganzevoort (2002:40) aan dat praktiese teologie van nature empiries is. Gemeentestudies, as onderafdeling van praktiese teologie, het gevolglik metodologieë en empiriese werkswyses ontwikkel om gemeentes by te staan om oplossings vir hulle praktykprobleme te ontwikkel.

Mark Cartledge (2003:11) onderskryf dit soos volg:

> *For Practical Theology, with its orientation of engagement with real people in real social contexts, the need to use empirical approaches is fundamental to the discipline. Theoretical and abstract discussion also remains essential, but they are used primarily in relation to empirical and concrete studies of people*.

Daarom bepleit hy ook dat daar altyd noue samewerking tussen praktiese teologie en die sosiale wetenskappe sal wees.

Die navorser steun hierdie uitgangspunt en in sy literatuurstudie leun hy dan ook swaar op navorsing en bevindinge wat vanuit die sosiale wetenskappe gedoen is. Dit is egter nie asof praktiese teologie altyd op ander dissiplines moet steun vir die empiriese gedeelte van navorsing nie, aangesien praktiese teologie, soos hierbo en in die vorige hoofstuk beskryf, as’t ware empiriese navorsing, wat vanuit werklike lewenssituasies en -vrae ontstaan, impliseer. Ganzevoort (2007:22) spreek ook ’n sterk opinie uit dat vanuit die verstaan van ’n geleefde geloof, empiriese navorsing deel van die metodologie moet wees.

Sonder ’n empiriese komponent, staan teologie die gevaar om kontak met die werklikheid te verloor. Praktiese teologie is die been van teologie wat moet sorg dat teologie deur middel van empiriese metodologie aan hierdie vereistes voldoen.

> *Hermeneutics without a critical perspective can become an ideology, hermeneutics without an empirical perspective may lose touch with reality, the empirical perspective without the hermeneutical perspective can lead to a positivist understanding of empirical research, the empirical perspective without a critical perspective can lead to an uncritical use, or the misuse, of empirical research results* (Pieterse & Dreyer, 1995:36).

Indien praktiese teologie ’n rol binne die akademiese sfeer wil speel, moet dit deurentyd van geloofwaardige empiriese metodes gebruik maak. Heimbrock (2005:275) stel dit soos volg: “*If practical theology is going to be a “theory of praxis” (Schleiermacher), instead of naïve praxis or unreflective everyday wisdom or rules of thumb, then, practical theologians need to elaborate on these and other essential questions, drawing upon the best of their reflective methods*”.

Volgens Heimbrock (2005:276) is daar in die twintigste eeu ’n verskeidenheid van metodologieë ontwikkel binne die sosiale wetenskappe onder die sambreelterm “*empirical science*”. Hulle verskil egter in die metodes wat hulle gebruik, sowel as hulle metodologiese aannames. “*The main methodological problem for empirical theology in our time is to construct a research design that follows the criteria of empirical sciences but, at the same time, is not restricted to scientific patterns that foreclose knowledge about reality or miss the nature of religious objects*” (Heimbrock, 2005:276).

In bogenoemde aanhaling hoor ons die bipolêre spanning tussen die empiriese komponent en die teorie. In teologie verwys die teorie meermale na die normatiewe vanuit die Skrif en die tradisie. Die eerste keuse wat die navorser dus moet uitoefen, is of die navorsing teorie-georiënteerd of praktyk-georiënteerd is, aangesien elk van hierdie uitgangspunte ’n ander metodologie voorstaan, asook watter kennis deur die navorsing ingewin word. Teorie-georiënteerde navorsing fokus op die oplossing van teorieverwante probleme wat in die teoretiese speelveld gevind word en poog om teorieë te ontwikkel. Praktyk-georiënteerde navorsing poog weer om inligting en kennis te verskaf wat kan lei tot ’n suksesvolle intervensie in die praktyk ten einde ’n verandering aan te bring in ’n probleem wat in die praktyk ervaar word (Reason & Bradbury, 2008:1-8).

Tussen die twee opsies, verkies die navorser ’n praktyk-georiënteerde navorsingstyl, aangesien dit volgens Reason en Bradbury (2008:2) ’n navorsingstyl is wat poog om praktiese oplossings vir probleme te bied. Dit is ook in lyn met Miller-McLemore (2012b:7) se opmerking dat “*practical theology either has relevance for everyday faith and life or it has little meaning at all*”.

2.1.3 Keuse van 'n metodologie vir die ondersoek

2.1.3.1 Gemengde metodes navorsing (Mixed methods research)

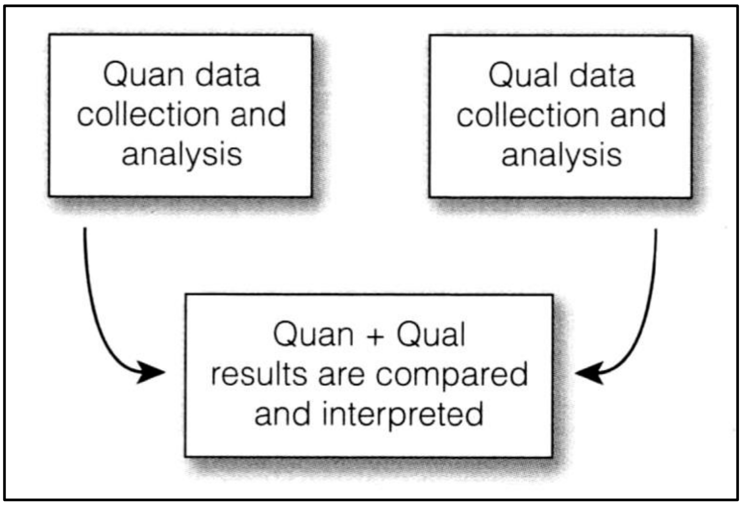
Soos reeds in Hoofstuk 1 gemeld, word daar gebruik gemaak van gemengde metodes navorsing, 'n aanslag waarin sowel kwalitatiewe as kwantitatiewe navorsingsmetodes geïntegreer word (Creswell, 2014:387). Die gemengde metodes navorsing word omskryf as 'n prosedure vir die kollekteer, analiseer en dan doelbewuste samevoeging of vermenging van beide kwalitatiewe en kwantitatiewe data ten einde die navorsingsprobleem meer volledig te verstaan (Ivankova, Creswell & Plano Clark, 2017:313-314). Die aanname van gemengde metodes navorsing is dat die kombinasie van kwalitatiewe en kwantitatiewe benaderings 'n meer volledige verstaan van die navorsingsprobleem kan verleen as enige van die twee benaderings op hulle eie (Creswell, 2014:36).

In die navorsing word daar van drie navorsingsintrumente gebruik gemaak, naamlik (1) 'n ontleding van gemeentes se Facebook-inskrywings wat deur middel van 'n inhoudsanalise[3] sal geskied, dus hoofsaaklik kwantitatief; (2) persoonlike onderhoude en (3) fokusgroep onderhoude wat beide kwalitatief sal wees.

Binne gemengde metodes navorsing is daar verskillende werkswyses wat gebaseer is op tydsberekening (wat is die volgorde van die onderskeie data insamelingsprojekte); gewig (hoeveel gewig dra elkeen van die data insamelingsprojekte; en vermenging (wanneer en hoe word die kwalitatiewe en kwantitatiewe data vermeng) (Ivankova & Creswell, 2009:138).

Tydens hierdie navorsing word daar gesteun op die konvergente parallelle gemengde metodes ontwerp, ook soms genoem die triangulasie ontwerp, soos hieronder geïllustreer.

[3] Vir verdere uitbreiding, sien Afdeling 2.4.4.2.



Figuur 2-1: Konvergente parallelle gemengde metodes ontwerp
(Ivankova *et al.*, 2017:319)

Volgens Ivankova et al (2017:322) is dit die mees geskikte model, indien beide tendense en persoonlike indrukke vermeng word om meer volledige en gewaardeerde gevolgtrekkings te maak. Die vermenging vind plaas tydens die data analise fase en kwalitatiewe kodes word omgeskakel na getalle en vergelyk met kwantitatiewe gegewens (Ivankova *et al.*, 2017:324).

Die drie ondersoeke is egter nie blote parallelle ondersoeke wat dieselfde inligting bloot op verskillende plakke wil inwin nie. Elk van die empiriese ondersoeke in hierdie navorsing het ’n eie invalshoek en spesifieke fokus op die navorsingsvraag.

2.1.3.1.1 Die invalshoeke van die drie empiriese ondersoeke

(i) Die gebruiker se behoefte

Die eerste empiriese ondersoek behels die analise van data bekom van die Facebook-blaaie van ’n aantal gemeentes uit die Ring van Waterbron om te bepaal watter tipe inskrywings die meeste gelees word. Buiten al die fyner detail oor presies watter tipe plasings die gebruikers die meeste lees, hoop die navorser dat die resultate dan ook ’n duidelike aanduiding sal gee oor die oorkoepelende motivering in die gebruik van sosiale media, naamlik 1) die verkryging van inligting, of 2) om te sosialiseer/ koinonia te ervaar.

(ii) Ervaring van koinonia op sosiale media blaaie

Tweedens, persoonlike onderhoude word gevoer met enkele gebruikers van Langenhovenpark Gemeente se Facebook-blad om verder te bepaal wat hulle motivering

is om die blad te besoek en of hulle enigsins koinonia ervaar deur hulle betrokkenheid op sosiale media.

(iii) Invloed wat persepsies kan hê oor gemeentes se sosiale media blaaie en of dit oorkom kan word

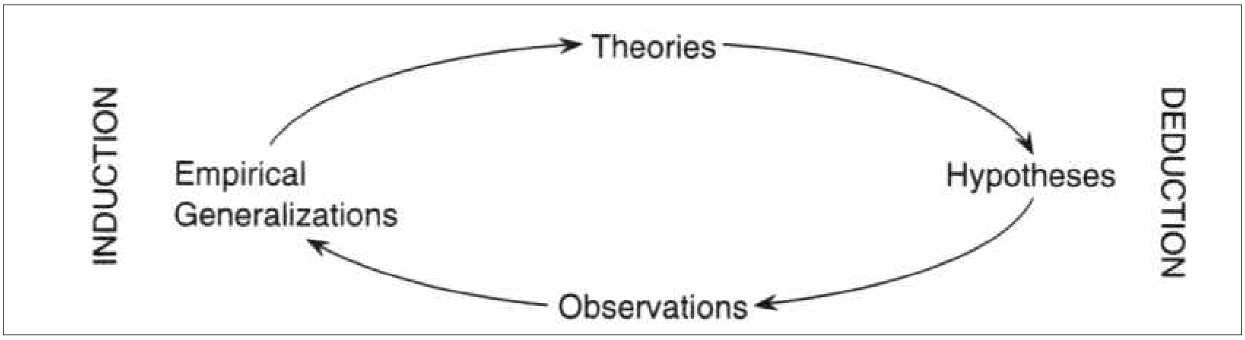
Derdens, daar is ’n fokusgroep onderhoud ten einde mense (veral ouer persone) se persepsie teenoor sosiale media te bepaal en ook hulle ervaring van koinonia op ’n Whatsapp-groep te bepaal. Die ondersoek probeer ook bepaal of ’n persepsie kan verander na ervaring van ’n sosiale media groep.

2.1.3.2 Induktief of deduktief?

In die mens se daaglikse manier van redeneer is daar twee roetes tot by die gevolgtrekking wat hy/sy maak; hierdie het gelei tot twee navorsingsteorieë, naamlik die induktiewe of die deduktiewe (Babbie, 2008:23-25). Die Latynse woord *deducere* beteken ‘om weg te lei’. Deduktiewe navorsing is dus gebaseer op deduksie. Dit is redenering waardeur die besondere uit die algemene afgelei word. Deduktiewe denke het sy vertrekpunt in die algemene en kom dan tot die besondere. Deduksie gaan uit van die algemene reël en probeer dan die individuele geval daarby inpas.

Die Latynse woord *inductus* beteken ‘om in te lei’. Navorsing begin by besondere konkrete gevalle wat in die menslike ervaring teenwoordig is. Die vertrekpunt is die konkrete individuele geval en dan word beweeg (denkend) tot die algemene reël (Van Rensburg & Landman, 1990:150-151; Babbie, 2008:24).

Hierdie twee bewegings in navorsing word uitgebeeld deur Walter Wallace se sogenaamde “Wiel van die Wetenskap” (Figuur 2-2), soos aangepas deur Babbie.



Figuur 2-2: Wiel van die Wetenskap

(Babbie, 2008:53)

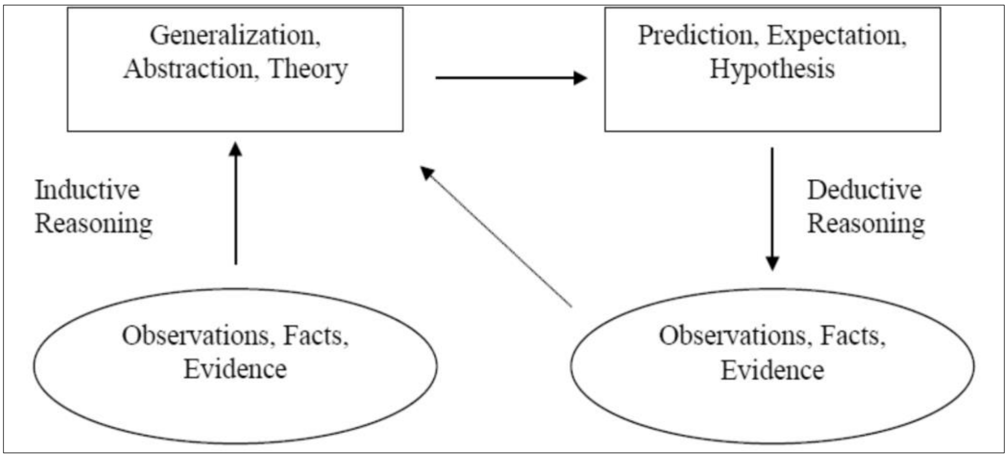
In plaas daarvan om met ’n bestaande teorie of hipotese te begin, begin induktiewe navorsing dus met ’n deeglike kennisname van die omgewing, beskryf gebeure so deeglik as moontlik en bou geleidelik storielyne op totdat ’n hipotese en uiteindelik ’n teorie uit die data te voorskyn kom (Babbie & Mouton, 2001:272). Gray (2014:16) beskryf dit as “*moves from fragmentary detail to a connected view of a situation*”.

Die navorser se pad met die onderwerp het begin met persoonlike waarnemings oor die gebruik van die gemeente se sosiale media, gevolg deur ’n analise van gemeentes se Facebook inskrywings, persoonlike onderhoude, en ’n fokus groep met die doel om vanuit hierdie konkrete ervarings ’n meer algemene teorie te vestig. Hierdie pad is dan ook die duidelike pad wat gevolg word binne ’n induktiewe benadering tot navorsing.

Binne die konkrete proses van navorsing raak die duidelike lyne tussen induktief en deduktief wel soms effens grys, aangesien daar binne ’n induktiewe proses soms ook deduktiewe denke plaasvind. Hierdie deduktief-induktiewe benadering, soos by Cohan en Manion (1989:3) waargeneem, is ’n heen-en-weer beweging; die navorser werk induktief vanaf waarnemings na hipoteses en dan deduktief vanaf hierdie hipoteses na hulle implikasies sodat hulle geldigheid getoets kan word aan die hand van aanvaarde kennis wat onder andere deur literatuurstudie bekom is. Na hersiening word hierdie hipoteses onderwerp aan verifikasie deur die insameling van gegewens (data) spesifiek met die oog op die toetsing van die hipoteses se geldigheid op die empiriese vlak.

Die proses binne hierdie navorsing toon ook iets van hierdie heen-en-weer beweging, aangesien die empiriese navorsing afgewissel word met literatuurstudies. Daar word dus van die algemene na die besondere beweeg en soms weer terug om inligting te verifieer. Gray (2014:18) ondersteun hierdie proses: “*Inductive and deductive processes, however, are not mutually exclusive*”.

Nel en Schoeman (2015:90) sluit aan by die grafiese voorstelling van Tashakkori en Teddlie (1998:25) en argumenteer dat die proses op enige punt in die siklus kan begin en dat dit goed is as die hele siklus voltooi word.



Figuur 2-3: Tashakkori en Teddie se siklus van navorsing
(Tashakkori & Teddlie, 1998:25)

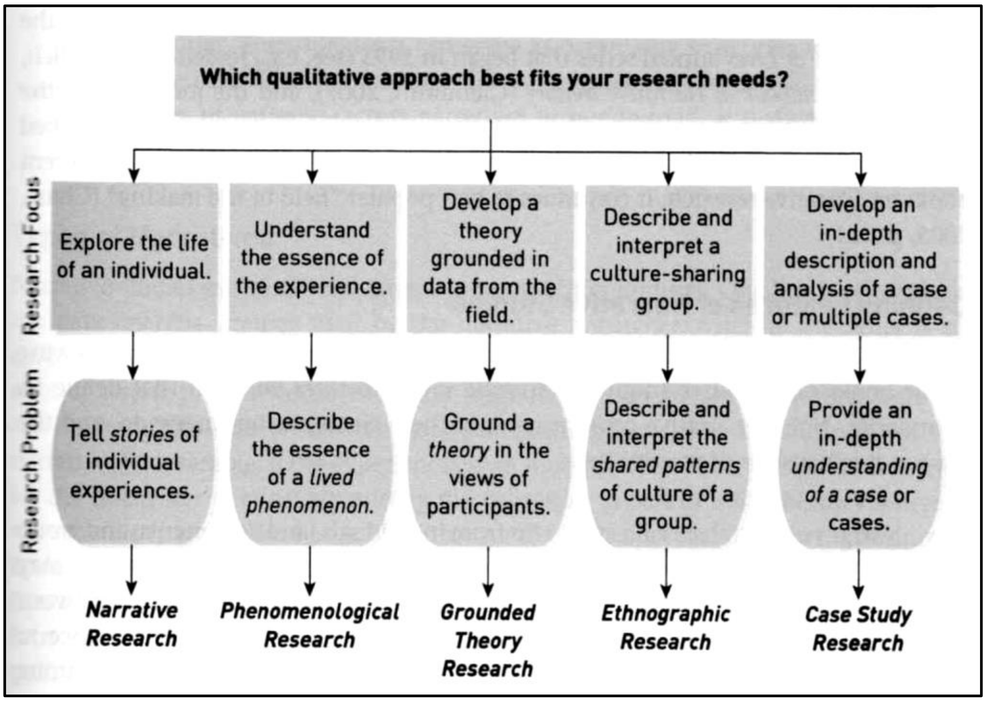
Die bydrae wat hierdie kombinasie van deduktiewe en induktiewe werkwyses lewer, is:
(i) dit suggereer hipoteses,
(ii) daar volg ’n logiese ontwikkeling van hipoteses,
(iii) die interpretasie van wetenskaplike bevindinge, en hulle sintese, geskied in ’n konseptuele raamwerk (Cohan & Manion, 1989:4).

As gevolg van die kontekstuele natuur van gemeentes, sal die induktiewe proses egter meestal die aangewese struktuur of dan ten minste die vertrekpunt van hierdie navorsing wees (Hendriks, 2004:212). Hoewel daar komponente van deduktiewe prosesse binne die navorsing sal voorkom, is dit primêr ’n induktiewe proses.

2.1.3.3 Fenomenologiese navorsing

Binne kwalitatiewe navorsing is daar verskeie navorsingsontwerpe beskikbaar, byvoorbeeld narratiewe navorsing, fenomenologie, etnografie, begronde teorie en gevallestudies (Nieuwenhuis, 2017b:104-109).

Creswell en Poth (2018:67) se vloeidiagram (Figuur 2.4) is nuttig om die onderskeie kwalitatiewe navorsingsontwerpe te evalueer. Dit kan gebruik word om vas te stel watter een die mees geskikte is vir ’n spesifieke navorsing.



Figuur 2-4: Creswell en Poth se diagram van navorsingsontwerpe
(Creswell & Poth, 2018:67)

Om die navorser se keuse vir ’n fenomenologies navorsingsontwerp te verantwoord, word hier kortliks agtergrond inligting ten opsigte van hierdie navorsingsontwerp verskaf. Die woord “fenomenologie” dateer uit die agtiende eeuse filosofie waar dit vir lank die platoniese betekenis gehad het van “*things as they appear to the human senses*,” eerder as “*things as they are in themselves*” (Heimbrock, 2005:280).

In die twintigste eeu begin navorsers egter bevraagteken of fenomene slegs bestudeer kan word deur interpretasie en of die fenomeen nie in eie reg ook bestudeer kan word nie.

> *Science does not proceed from facts that exist independently of human beings, but from appearances (phenomena) that present themselves to people as data in which the facts ‘appear’ to them…Hence phenomena are both observed and interpreted ‘facts’ or rather data, that give rise to debate: in principle every observer sees and interprets the ‘facts’ differently* (Heimbrock, 2005:281).

Fenomenologiese navorsing beskryf die algemene betekenis wat ’n aantal individue heg aan hulle geleefde ervaring van ’n fenomeen (Creswell & Poth, 2018:75; Nieuwenhuis, 2017a). Hulle beskrywing van hulle algemene ervaring fokus op ‘wat’ hulle ervaar het en ‘hoe’ hulle dit ervaar het. Fenomenologie is gebasseer op die intensie om ’n fenomeen te

verstaan op sy eie voorwaardes, met ander woorde, om ’n beskrywing van menslike ervaring weer te gee, soos dit deur die deelnemers ervaar word ten einde die wese van die fenomeen uit te lig (De Vos *et al.*, 2011:316). “*Phenomenology holds that any attempt to understand social reality has to be grounded in people’s experiences of that social reality. Hence, phenomenology insists that we must lay aside our prevailing understanding of phenomena and revisit our immediate experience of them in order that new meanings may emerge”* (Gray, 2014:24).

Creswell en Poth (2018:76) lys ’n aantal kenmerke van fenomenologiese navorsing:

- ’n Klem op ’n fenomeen gefrasseer in ’n enkele konsep.
- Navorsing onder ’n groep deelnemers wat almal persoonlike ervaring met hierdie fenomeen gehad het.
- Navorsing fokus deels op die subjektiewe ervaring van die deelnemers, maar ook op die objektiewe ervaring wat hulle in gemeen het met ander deelnemers.
- Die navorser probeer deels om ’n mate van objektiwiteit te behou deur te fokus op die ervarings van die deelnemers, terwyl hy terselfdertyd erken dat hy self ook ’n subjektiewe ervaring met die fenomeen het.
- Verskillende vorme van data-insameling word gebruik, maar onderhoude met individue of groepe is gewoonlik deel van die navorsing.
- Data analise wat beweeg van kleiner eenhede na groter groepering van eenhede wat betekenis het.
- Navorsing eindig met ’n beskrywing van watter invloed die fenomeen op die lewens van die deelnemers het.

Daar word tussen twee style van fenomenologie onderskeid getref, naamlik transendentale fenomenologie waar die navorser poog om homself heeltemal af te skei van die fenomeen en deelnemers ten einde subjektiwiteit uit te sluit; en hermeneutiese fenomenologie waar die geleefde ervaring van deelnemers nagevors word en die teks van hulle lewe hermeneuties ontleed word (Creswell & Poth, 2018:77).

Soos reeds vermeld, is Cilliers (2009:627) van mening dat die fokus in praktiese teologie sedert Schleiermacher verskuif het van die objek van die geloof na die ervaring daarvan. Volgens Cilliers moet die vraag dus opnuut gevra word of praktiese teologie ’n normatiewe of fenomenologies-empiriese wetenskap is. Met die ontwikkeling van die geesteswetenskaplike metodologieë wat uit die fenomenologiese gebied van

waarneming, ervaring en eksperimentering spruit, het die empiriese komponent van navorsing in die praktiese teologie volgens hom 'n dominante faktor in die vorming van teorie begin word. Dit is so dat navorsing binne die teologie gedoen word, met inagneming van God en sy Woord (die normatiewe), maar die normatiewe mag ook nie so oorbeklemtoon word dat die mens en sy ervaringswêreld misken word nie.

Sosiale media, wat as nuwe verskynsel 'n fenomeen is en reeds deel vorm van die meeste lidmate se daaglikse ervarings, moet dus allereers fenomenologies-empiries bestudeer word. Talle van die bronne wat deur die navorser geraadpleeg is, kom nie uit die teologiese dampkring nie, maar uit ander geesteswetenskappe, byvoorbeeld die sosiologie en psigologie. Die konsep wat by hierdie wetenskappe onder die lig kom, is die van sosialisering.

Wanneer die vraag oor sosialisering egter aangespreek word[4], moet die navorser ook die lyn deurtrek na koinonia waar die normatiewe wetenskap weer as riglyn dien. Vanuit hierdie hoek word die belewenis-imperatief van die gelowige deur die hermeneutiese bril gelees, voortspruitend uit die indikatief van wat God is. Hierdie normatiewe komponent vra egter 'n verdere uitbreiding in die metodologie wat gevolg word, naamlik 'n hermeneutiese model.

2.1.3.4 'n Hermeneutiese model, soos verder onwikkel deur Osmer

Vanuit 'n fenomenologiese navorsingsmodel wat erns wil maak met die normatiewe, is die navorsingsmetode wat die navorser volg, hoewel steeds 'n fenomenologiese navorsing, tuis binne die Bybels hermeneutiese model, soos beskryf deur Heyns en Pieterse (1990:42). Dit staan in direkte kontras met modelle waar 'n bipolêre spanning tussen teorie en *praxis* bestaan. Die Bybels hermeneutiese model gaan dus uit van die veronderstelling dat beginsels vir die *praxis* uit die Skrif afgelei word.

Gray (2014:26) pleit vir 'n hermeneutiese model, aangesien "*social reality is too complex to be understood through the process of observation. The scientist must interpret in order to achieve deeper levels of knowledge and also self-understanding*".

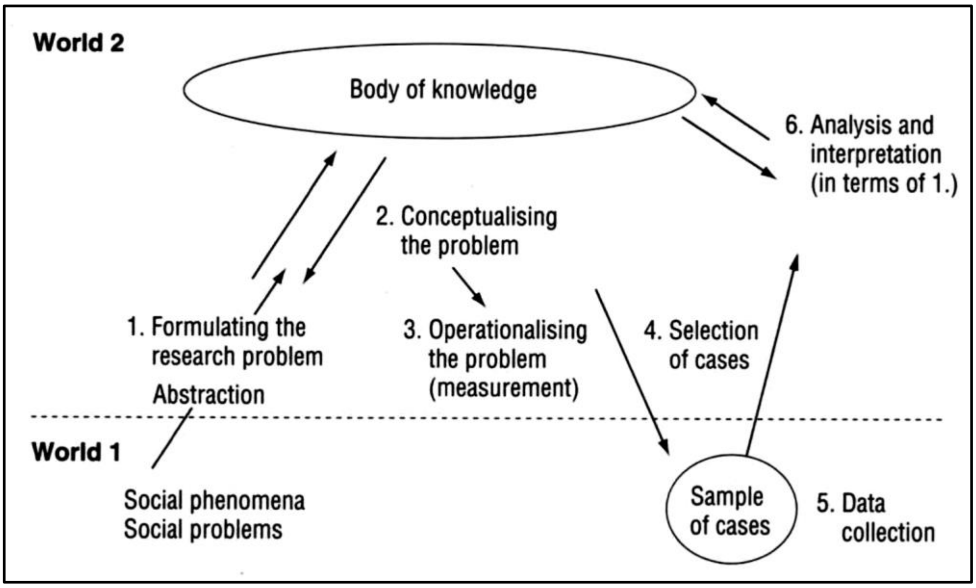
[4] Sien afdelings 3.8-3.10.

Volgens Heitink (1993:159-161) se hermeneutiese model verloop navorsing aan die hand van drie bewegings: begryp, verklaar en verander.

- Begryp verwys na ’n hermeneutiese interpretasieproses. Tekste en praktyke moet verstaan word in die lig van die christelike tradisie.
- Verklaar verwys na die empiriese proses waar daar ook noue kontak met die sosiale wetenskappe is.
- Verander verwys na ’n agogiese moment. Dit is ’n strategiese proses waardeur strategieë ontwikkel word om verandering te bewerkstellig.

In die navorser se opinie is Osmer (2008:3) se model[5] ’n verdere uitbreiding op die Bybels hermeneutiese model. Sy model is ’n prakties-teologiese model vir empiriese navorsing wat ten doel het om geestelike leiers toe te rus ten einde betrokke te raak in die prakties-teologiese interpretasie van gebeure waarmee hulle daagliks in die bediening gekonfronteer word.

Vir die navorser is Osmer se fases nie ’n liniêre proses waar een fase afgehandel word voordat daar na ’n volgende fase beweeg word nie, maar eerder ’n dinamiese proses waar daar voortdurend beweging tussen die onderskeie fases van ondersoek is. Dit hang saam met die begrip dat daar voortdurend ’n beweging tussen teorie en *praxis* plaasvind.



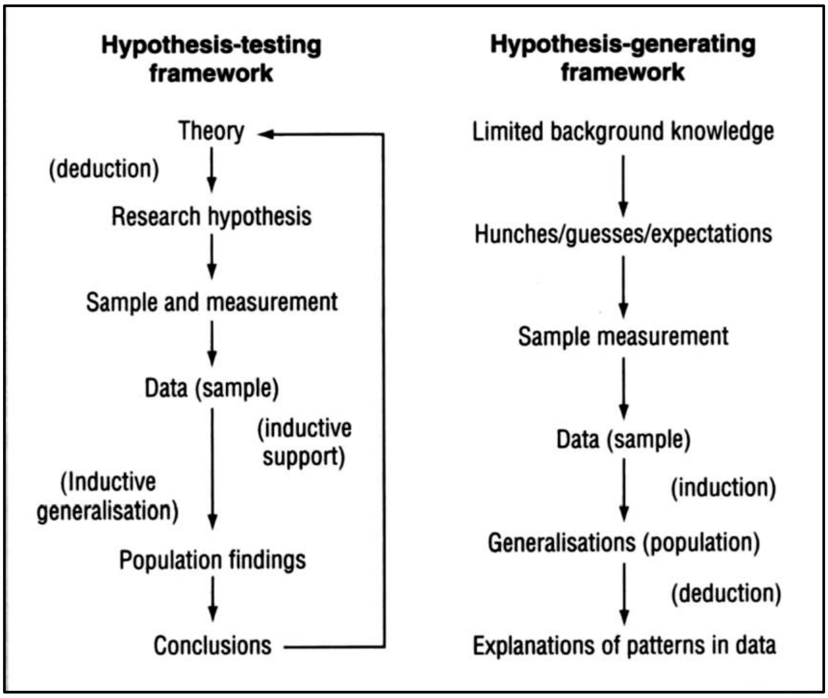
Figuur 2-5: Mouton se stappe in die navorsingsproses

(Mouton, 1996:65)

[5] Sien Afdeling 1.4.1.

Bogenoemde skema van Mouton dui die verskillende stappe in die navorsingsproses aan, veral hoe dit nie linieêr is nie, maar dat daar ’n voortdurende terugkeer na vorige stappe is waar nuut ontdekte inligting ook in die proses ingewerk word. Gray (2014:30) argumenteer juis dat fenomenologiese navorsing met sy hermeneutiese komponent, en klem op die induktiewe insameling van groot hoeveelhede data, die potensiaal inhou om konsepte te ontdek wat nie deel was van die oorspronklike navorsingsfokus nie.

Mouton (1996:82) se voorstelling van die verskil tussen ’n hipotese-toetsende raamwerk en ’n hipotese-genererende raamwerk (sien Figuur 2-6), maak dit duidelik hoe Osmer se raamwerk, soos in hierdie navorsing gebruik, beweeg vanaf die praktyk waar daar net met ’n probleem begin word, na ’n hipotese wat hopelik help om die probleem in die praktyk weer aan te spreek, met ander woorde hipotese-genererend is.



Figuur 2-6: Mouton se hipotese-toetsende vs. hipotese-genererende raamwerk
(Mouton, 1996:82)

2.1.4 **Die doel van die empiriese navorsing**

Die doel van die empiriese navorsing is die beantwoording van Sekondêre vraag 1: Ervaar die gebruikers van sosiale media dat dit koinonia tussen individue en groepe in die gemeente bevorder.

2.2 Die probleem eienaar – Langenhovenpark gemeente

2.2.1 Die gemeente as primêre konteks vd navorsing

Die probleem eienaar is die Kerkraad van die Nederduitse Gereformeerde Gemeente Langenhovenpark, die gemeente waar die navorser 'n leraar is. Hermans en Schoeman (2015:28) beskryf die probleem eienaar as "*a person (for example, a minister), group of persons (for example, a policy body within congregations), or an organisation as the 'stakeholder' of an action problem*". Die probleem eienaar het dus 'n belang of bekommernis oor die probleem en is meestal ook die party wat verantwoordelikheid aanvaar om die probleem aan te spreek.

Binne die Nederduitse Gereformeerde Kerk (hierna genoem, NG Kerk), vorm die Kerkraad die leierskap van 'n gemeente. 'n Kerkraad word verkies uit lidmate van die gemeente en dien as die regspersoon, die leierskap en die beleidmakende liggaam van 'n plaaslike gemeente (Nederduitse Gereformeerde Kerk Vrystaat, 2013:Artikels 15-17). Die probleem eienaar is dus die Kerkraad van die NG Kerk Langenhovenpark (hierna genoem, Langenhovenpark Gemeente), aangesien hulle vrae het oor waarom daar so 'n trae reaksie is op die gemeente se Facebook inskrywings, terwyl daar 'n verwagting bestaan het dat die Facebook-blad baie reaksie sou ontlok.

Hermans en Schoeman (2015:31) voer aan dat iemand nie 'n probleem eienaar is bloot omdat hulle 'n beskrywing van 'n probleem geopper het nie. Hulle word eers 'n probleem eienaar wanneer hulle bewus is dat "*it should not be like this*". Die Kerkraad van Langenhovenpark Gemeente het weliswaar hulle kommer uitgespreek oor die trae reaksie op die Facebook-blad en vrae gevra oor die inhoud van die blad, aangesien hulle die verwagting gehad het dat daar 'n baie groter reaksie op die blad-inskrywings sou wees. Hulle voldoen dus aan die eienskappe van 'n probleem eienaar.

Tot 'n mindere mate is die Ring van Waterbron, waarbinne hierdie gemeente val, ook die probleem eienaar, aangesien hulle by monde van hulle onderskeie verteenwoordigers, dieselfde vrae en frustrasies beleef as die Langenhovenpark gemeente, en hulle Facebook-blaaie deel uitmaak van die navorsing. Aangesien hulle egter nie saam met die navorser soek na moontlike oplossings nie, word hulle nie as die primêre probleem-eienaar gesien nie.

Die probleem is egter nie uniek tot hierdie gemeente nie, maar tipies van gemeentes en geloofsgemeenskappe se gebruik van sosiale media. Oor die afgelope twee dekades het gemeentes toenemend begin om gebruik te maak van sosiale media. Veral ook kleiner gemeentes, wat nie noodwendig oor die finansies beskik om webblaaie te laat ontwerp en in stand te hou nie, het gegryp na sosiale media platforms, soos Facebook, in ’n poging om kommunikasie na hulle lidmate, maar ook mense wat soekend is na ’n gemeente, te bereik (Afolaranmi, 2019:5). Die feit dat die meeste van hierdie platforms gratis is, het die bekostigbaarheid aangespreek; en omdat baie leraars en/of lidmate dit elke dag in hulle privaatlewe gebruik, het veroorsaak dat daar ’n mate van kundigheid in die gebruik van sosiale media bestaan.

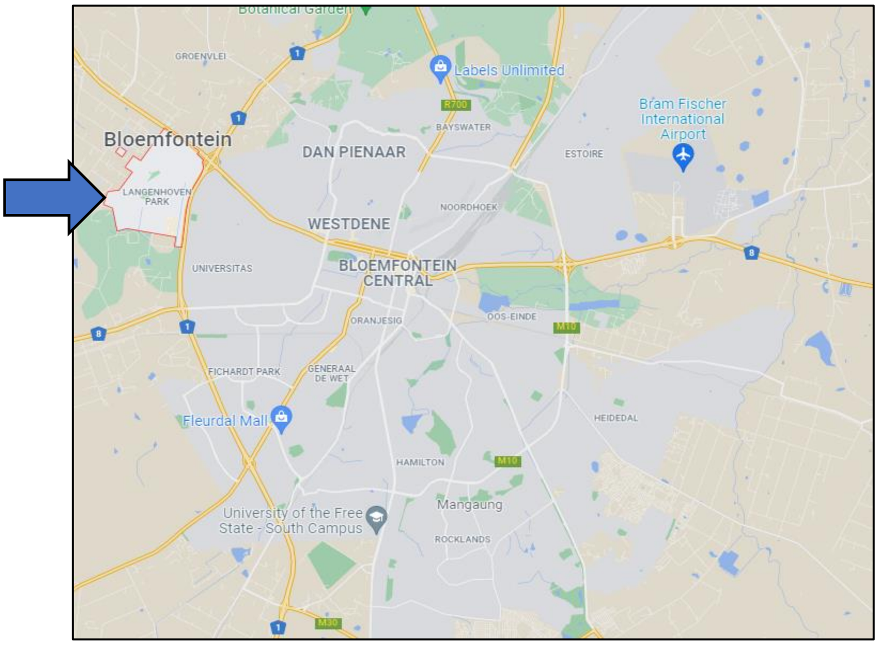
Gemeenteleiers het waargeneem dat 'n beduidende aantal mense toenemend baie tyd spandeer op sosiale media. Daar was dus die verwagting dat hulle plasings ook wyd gelees sal word en dat daar baie positiewe reaksie en terugvoer sal geskied. Baie gemeentes was egter teleurgesteld in die weinige reaksie wat hulle op sosiale media inskrywings ontvang het.

Hoewel die meeste gemeentes dus dieselfde probleme ondervind, kan hulle egter nie as die probleem eienaar beskou word nie, aangesien hulle nie fisies deelneem aan die navorsing nie, maar die bevindinge en resultate sal hopelik vir die hele geloofsgemeenskap (wat dieselfde probleme het) van hulp kan wees.

2.2.2 **Kort beskrywing van die gemeente**

Langenhovenpark is ’n voorstedelike gemeente geleë in die voorstad Langenhovenpark, binne die stad Bloemfontein in die provinsie Vrystaat, Suid-Afrika.

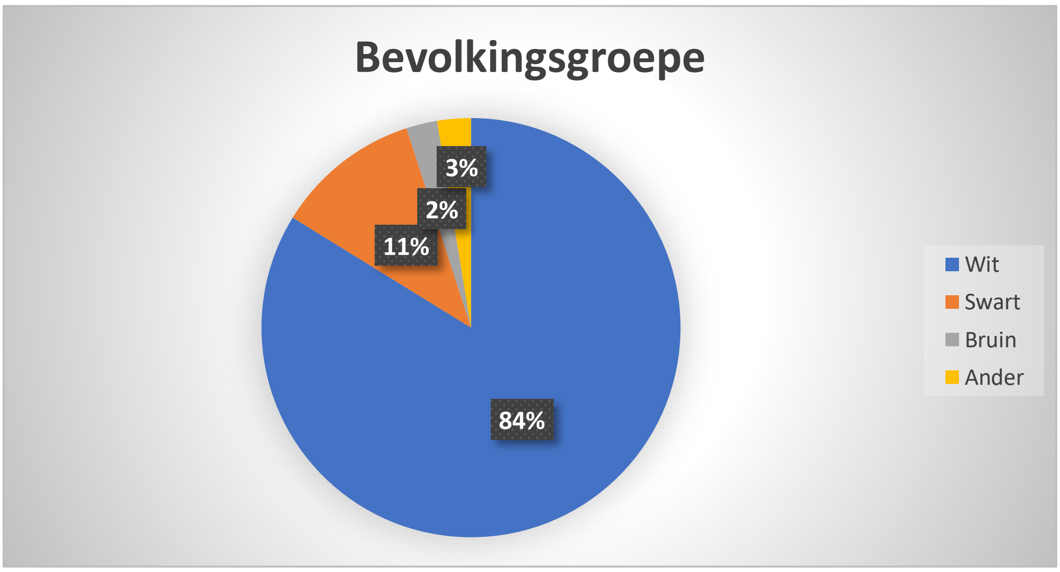
2.2.2.1 *Die woonbuurt*



Figuur 2-7: Kaart van Langenhovenpark

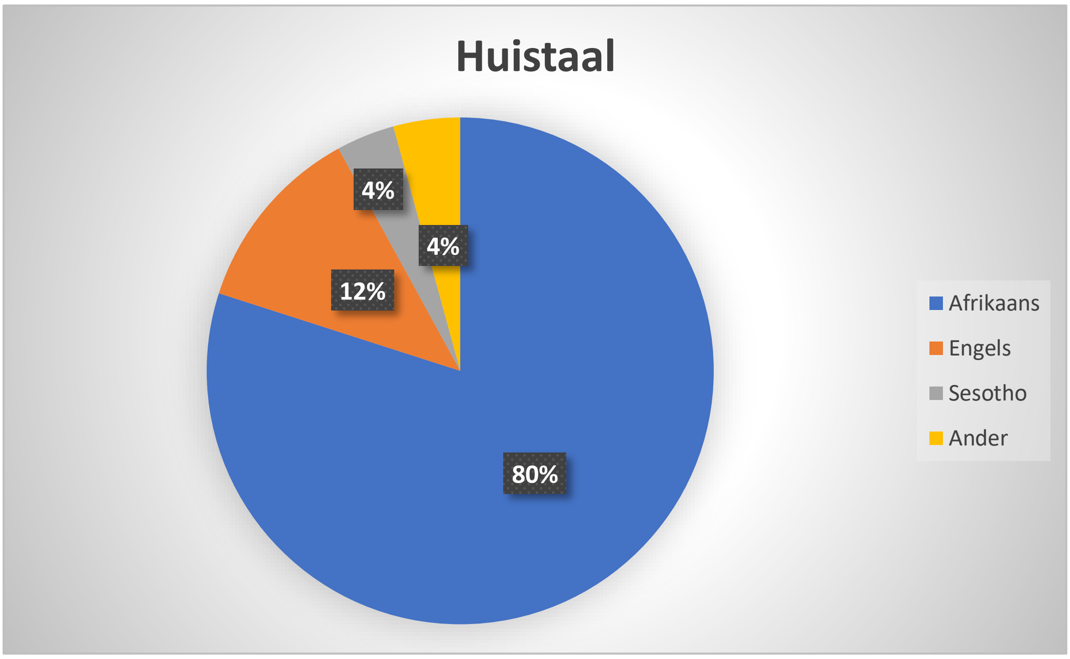
Die woonbuurt beslaan 5,21 km^2, met 5232 huishoudings, soos aangeteken tydens die 2011 Algemene Sensus (Frith, 2011:elektroniese bron).[6]

Dieselfde bron gee ook die volgende statistieke deur:



Figuur 2-8: Bevolkingsgroepe in Langenhovenpark

[6] Die navorser kon nie meer resente statistieke vanuit 'n erkende bron bekom nie.



Figuur 2-9: Taalprofiel van Langenhovenpark inwoners

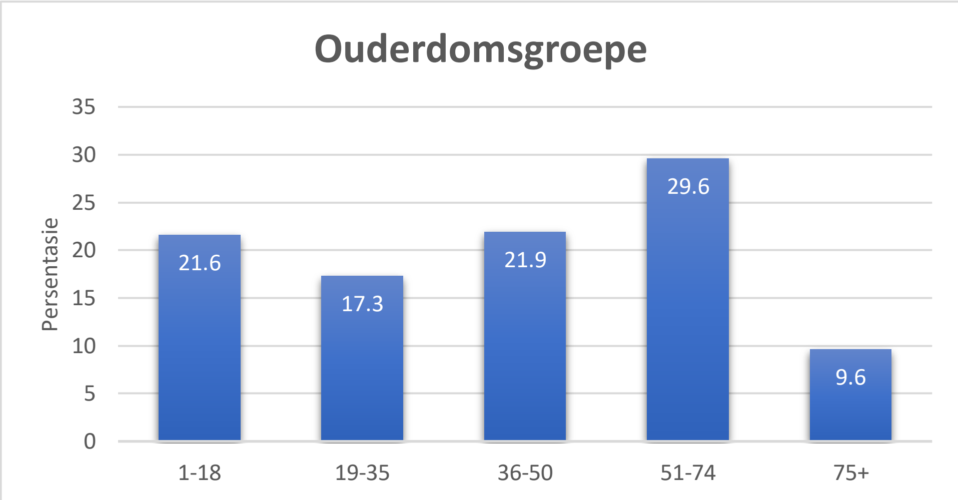
Uit bogenoemde grafieke is dit duidelik dat die oorgrote meerderheid van inwoners, Blanke Afrikaanssprekendes is. Ongeveer 50% van die huishoudings beslaan meenthuise, wat dit ’n baie digbevolkte area maak. Aangesien baie van die meenthuise, ook huurhuise is, is daar ook ’n baie hoë migrasie van inwoners.

2.2.2.2 Die gemeente

Die gemeente het in 1984 afgestig van die NG Kerk Bainsvlei, met 562 belydende lidmate en in April 1985 is ds. James Kirkpatrick as eerste leraar bevestig. Op 7 September 1985 is die kerkgebou in gebruik geneem. Tydens die laat 90’s het die gemeenterekords getoon dat daar bykans 5000 lidmate in die gemeente is. In latere jare is daar egter aansuiwerings aan die gemeenterekords aangebring, aangesien talle name op die rekords verskyn het, maar lank nie meer lidmate, of selfs woonagtig in Bloemfontein was nie.

Ten tye van die ondersoek beslaan die lidmaattal (doop en belydend) 2140 met 860 besoekpunte en drie (later twee) voltydse leraars. Ongeveer 350 lidmate is woonagtig buite die grense van die woonbuurt Langenhovenpark. Wat geslag betref, is 45,2% manlik en 54.8% vroulik. Deur die loop van die boekjaar is daar 28 babas gedoop en 21 jongmense het belydenis van geloof afgelê.

Die onderstaande figuur beeld die ouderdomsprofiel van die gemeente uit. Hoewel daar 21.6% lidmate onder die ouderdom van 19 is (skoolgaande), is 61.1% van die lidmate ouer as 35 met bykans 40% ouer as 50.



Figuur 2-10: Ouderdomsprofiel van die gemeente

Die migrasiepatroon van die woonbuurt word ook in die gemeente weerspieël met 123 nuwe intrekkers en 189 mense wat die gemeente verlaat het tydens die boekjaar. Uit 'n 2019 opname in die gemeente dui 75% van die respondente aan dat hulle langtermyn lidmate is. Dit beteken dat 'n kwart van die lidmate in die afgelope paar jaar gewissel het (Schoeman, 2019:2).

2.2.3 **Gebruik van sosiale media in die gemeente**

Die gemeente het vir jare staat gemaak op die Sondag afkondigings as primêre bron van kommunikasie. Sedert die middel 90's het hulle ook van tyd tot tyd van SMS'e gebruik gemaak, maar weens die koste is dit beperk tot 'n minimum. Sedert die laat 90's het hulle ook 'n webblad en in 2011 het hulle 'n Facebook-blad geskep. Enkele jare later het talle van die kleingroepe en kommissies toenemend begin om op Whatsapp te kommunikeer. In 2020 was daar 'n groot poging om alle lidmate op die gemeente se amptelike Whatsapp-groepe te plaas, sodat daar meer doeltreffend gekommunikeer kon word.

Die gemeente se Facebook-blad is ten tye van die ondersoek deur 549 mense gevolg, maar met weinig reaksie op plasings. Die Facebook en amptelike Whatsapp-groepe is hoofsaaklik aangewend as 'n verlengstuk van die Sondagblad (afkondigings), met die hoofberigte wat daar herhaal word. In sommige van die kleiner Whatsapp-groepe

(afsonderlike omgeegroepe, jeuggroepe en Bybelstudie-groepe) was daar ’n baie groter mate van sosialisering, terwyl die amptelike gemeente Whatsapp-groepe[7] slegs eenrigtingkommunikasie behels het en gesluit was vir kommentaar van die lede.

2.3 Die navorser

2.3.1 Plek en rol van die navorser

Die rolle van die navorser, probleem eienaar en die nagevorste, kan òf duidelik verdeel wees, òf redelik verbind aan mekaar wees (Verschuren, 2012:95). In navorsing, waar ’n probleemoplossingsmodel gevolg word, vervaag die verdeling egter meestal (Hermans & Schoeman, 2015:29). Hierdie navorsing val duidelik in laasgenoemde kategorie, aangesien die navorser ook deel uitmaak van die probleem-eienaar (lid van die kerkraad en deel van die ring), sowel as die gebruikers van die gemeente se sosiale media (die persone wat ondersoek word).

Dreyer (1998:5-12) bied ’n breedvoerige beskrywing van die rol van die navorser binne kwalitatiewe navorsing. Histories was daar ’n sterk oproep dat die navorser objektief moet bly ten einde geldigheid aan die navorsing te verleen. Dreyer verwys egter na Habermas se bevinding dat die navorser slegs werklik die betekenis van gedrag kan verstaan, indien hy of sy self die leefwêreld van die nagevorste kan betree as ’n binne-lid. Dreyer stel dus ’n hermeneuties-dialektiese proses voor waar die navorser tussen werklike deelname en afstandhouding beweeg.

As lid van die gemeente en ring, en as verbruiker van die gemeente se sosiale media, bevind die navorser hom dus aan die eenkant as ’n binne-lid van die deelnemers aan die navorsing, maar terselfdertyd as deel van die kerkraad, as die probleem eienaar. Sy uitdaging is dus deurentyd om vanuit die perspektief van ’n onafhanklike buitestaander objektief te beoordeel oor die data, terwyl hy as binne-lid, hopelik die deelnemers se terugvoer korrek sal deurgee vanuit ’n subjektiewe begrip van hulle posisie.

Wanneer navorsing gedoen word binne die praktyk, stel Hermans en Schoeman (2015:28-29) drie moontlike modelle van navorsing voor:

[7] Daar is vier Whatsapp-groepe, vanweë Whatsapp se beperking van slegs 256 lede per groep.

- Kundige model: Die navorser is ’n kundige op die gebied met baie kennis oor die onderwerp, die probleem en probleemoplossing. Die navorser en die nagevorste is totaal losstaande van mekaar.
- Kennis-genererende model: Die doel van die navorsing is om nuwe kennis en insig te bekom, wat aangewend kan word om die probleem op te los, sodra die kennis ten einde van die navorsing beskikbaar is. Die rolle van die navorser en nagevorsde is ook hier duidelik onderskeibaar.
- Probleem-oplossende model: Die doel van die navorsing is om tot ’n volle of gedeeltelike oplossing van die probleem te kom. Die rolle van die navorser en die nagevorste vervaag, aangesien die oplossing gewoonlik gevind word in die verhouding tussen die navorser en die nagevorste.

Hermans en Schoeman (2015:30) is verder oortuig dat hierdie vervaging van die grense tussen die rolspelers juis soms voordelig kan wees binne ’n gemeentestudie, aangesien dit meehelp dat die probleem eienaar (gemeente) nie uitgesluit voel in die navorsing en gevolglik nie inkoop in moontlike oplossings wat die navorser aanbied nie.

Vanweë die navorser se posisie as beide probleem eienaar en nagevorsde, is die keuse vir die derde model (probleem-oplossende) voor-die-hand-liggend. Die navorser se verantwoordelikheid is dus om pligsgetrou Dreyer se bogenoemde dialekties-hermeneutiese model van behoort en afstandhouding gelyktydig te volg om sodoende die integriteit, geldigheid en legitimiteit van die navorsing te verseker.

2.3.2 Persoonlike waarneming van die navorser (*attending*)

Die navorser se eerste linie van empiriese waarneming na wat in die gemeente gebeur rakende sosiale media, was persoonlike waarneming, soos reeds gemeld in Hoofstuk 1. Osmer (2008:33-41) verwys na hierdie persoonlike waarneming as ‘*attending*’. Dit behels om ander te benader met openheid, oplettendheid en biddend. Soos reeds in Afdeling 2.1 vermeld, verloop hierdie waarneming op ’n kontinuum vanaf blote informele waarneming tot ’n gestruktureerde formele waarneming. Informele waarneming begin by ’n ingesteldheid om mense en hulle situasie raak te sien. Semi-formele waarneming beweeg verder met die pastoor wat van bepaalde metodes of tegnieke gebruik maak ten einde die waarneming meer te struktureer. Formele luister behels die gebruik van empiriese metodologieë. Daar is altyd die gevaar dat navorsing mense kan objektiveer, maar indien die navorser sensitief is daarvoor, en veral deur gebruik te maak van

kwalitatiewe metodes, kan mense waargeneem word in hulle eie uniekheid (Osmer, 2008:39).

Die navorser was 'n deelnemende waarnemer, wat behels 'n relatief langdurige deelname van die waarnemer in 'n spesifieke sosiale omgewing (byvoorbeeld, 'n groep, organisasie of gemeenskap) (Bryman 2012:135). Een van die beginsels van kwalitatiewe navorsing is die wete dat die navorser nie heeltemal objektief kan wees nie en nie volkome sy eie perspektief totaal buite rekening kan laat nie. "*Hulle probeer juis hulle eie waardes en teoretiese ingesteldheid weerspieël en probeer vir die leser verduidelik hoe dit hulle navorsing kon beïnvloed het"* (Train *et al.*, 2007:42). Tog poog die navorser om die fenomeen wat bestudeer word, so objektief as moontlik weer te gee.

Die navorser se aanvanklike waarneming was beperk tot die lidmate van Langenhovenpark gemeente se gebruik van die gemeente se Facebook-blad. Soos reeds in Hoofstuk 1 gemeld, was daar die verwagting dat die gebruik van sosiale media gaan lei tot ’n geweldige toename in kommunikasie binne die gemeente, maar dit het nie gebeur nie.

Die navorser het ook geen nuwe persone (nie-lidmate) opgemerk wat die gemeente se Facebook-blad besoek nie. Dit het gelei tot die voorlopige gevolgtrekking dat die blad nie suksesvol was in die bemarking van die gemeente onder Christene wat ’n nuwe gemeente soek nie.

Midde in die oënskynlike mislukking van die blad, het die navorser egter twee gereelde gebruikers opgelet, naamlik ’n oud-lidmaat wat in die buiteland woonagtig is en ’n lidmaat wat vir lang periodes in Midde-Afrika werk. Die feit dat hierdie twee persone, wat op daardie tydstip in hulle lewe nie fisies by ’n gemeente kon inskakel nie, die Facebook-blad gereeld besoek het, het ’n vermoede laat ontstaan dat ’n gemeente deur middel van sosiale media dalk mense kan bereik wat weens fisiese omstandighede soekend is na ’n gemeente.

’n Volgende waarneming wat die navorser gemaak het, is dat die blad aanvanklik gereeld besoek is deur enkele van die meer betrokke lidmate van die gemeente, maar dat hulle besoeke geleidelik afgeneem het. Die vermoede het dus ontstaan dat die inhoud op die Facebook-blad moontlik nie die betrokke lidmate aanstaan nie, aangesien dit bloot

herhalings van inligting is wat ook deur ander mediums, soos die gemeente se weeklikse afkondigingsblad, versprei is. Dit lei tot die vraag oor wat die inhoud van sosiale media moet wees en of sosiale media oor meer gaan as net die verspreiding van inligting.

Na afloop van die fokusgroep-gesprekke, maak die navorser nog ’n aantal belangrike waarnemings onder die groep en hulle gebruik van sosiale media. Die tersaaklike inligting sal by die terugvoer oor die fokusgroep-gesprek gegee word. Volgens Bryman (2012:219-223) is een van die belangrike eienskappe van 'n deelnemende waarnemer, toegang tot 'n geslote omgewing. 'n Buitestander sou die omgewing kon betree, maar die terugvoer van die deelnemers sal moontlik baie meer gedemp wees in die teenwoordigheid van hierdie buitestander. 'n Belangrike onderafdeling van waarneming, is dat dit 'n voortgaande proses is. Die deelnemende waarnemer het die ideale geleentheid om lank na die aanvanklike opname, steeds data te bekom uit sy/haar betrokkenheid by die groep. Hierdie eienskap het dan ook aan die navorser belangrike inligting besorg, lank na die aanvanklike fokusgroep onderhoude.

2.4 Die gebruik van Facebook, soos in die ring van Waterbron waargeneem

2.4.1 **Die rede vir die fokus op Facebook**

Die doel van die navorsing is die evaluering van sosiale media se vermoë om koinonia te bevorder binne die gemeente. Die navorser kies dus as vertrekpunt, ’n kwantitatiewe ondersoek van gemeentes se sosiale media gebruik. Binne die gemengde metodes navorsing, sal hierdie kwantitatiewe data later met die kwalitatiewe data vergelyk word deur die proses van triangulasie.

Die navorser kies om te fokus op gemeentes se Facebook-blaaie. Binne die magdom van sosiale media platforms, moet die vraag dus sekerlik gevra word: Waarom fokus op Facebook? Hoewel daar gemeentes is wat ook gebruik maak van ander sosiale media platforms, is Facebook ten tye van die navorsing sekerlik die mees gebruikte platform. In Hoofstuk 3 word daar breedvoerig aangedui dat Facebook steeds wêreldwyd die grootste sosiale media platform is. Dit is ook die platform wat by die grootste spektrum op die ouderdoms-grafiek byval vind.

Ten tye van die ondersoek was dit ook die enigste sosiale media platform in gebruik by Langenhovenpark Gemeente. Vanweë die relatiewe min inskrywings en die weinige reaksie op inskrywings, het die navorser geoordeel dat die inligting vanaf slegs hierdie

een bron te skraal sou wees om algemene afleidings te maak. Daarom is daar na ’n groter groep gesoek. Die gemeentes in die Ring van Waterbron, wat van Facebook gebruik maak, is dus gekies.

2.4.2 **Die Ring van Waterbron as ’n geskikte steekproef**

2.4.2.1 ’n Steekproef

Colman (2009:671) definieer ’n steekproef as “*a number of individuals selected from a population to test hypothesis about the population*.” Ook, “...’n eindige aantal gevalle wat as verteenwoordigend van ’n populasie beskou word en wat bestudeer word met die doel om uitsprake oor die populasie as geheel te maak” (Edublox, 2017:elektroniese bron).

’n Steekproef is dus ’n seleksie van deelnemers wat die groter populasie verteenwoordig volgens bepaalde kriteria. Die kriteria vir die keuse van die steekproef is egter bepalend of die data bekom, werklik verteenwoordigend en akademies verdedigbaar gaan wees. “*The general issue of sampling is how to select cases or examples from a wider population (which might be too big to be studied completely) so that the research in the end can make statements that apply not just to the individual participant(s) of the study*” (Flick, 2014:167).

Rapley (2004:17) dui vier sleutel areas vir die keuse van deelnemers aan ’n steekproef, aan. ’n Steekproef word saamgestel uit: 1) Ingeligte informante; 2) ’n Verskeidenheid van mense om ’n verskeidenheid van sienings te bekom; 3) Nuwe deelnemers, sodat nuwe temas wat ontdek word, verder ondersoek kan word; 4) Deelnemers wat resultate kan uitbrei. Die belangrikste is dat daar vooraf bepaal word wat die kriteria gaan wees, waarvolgens die steekproef gemaak gaan word (Flick, 2014:170). Die navorsing sluit aan by die tweede sleutel area, naamlik ’n verskeidenheid van mense om ’n verskeidenheid van sienings te bekom. In die volgende afdeling sal die Ring van Waterbron beskryf word, en die diversiteit van die gemeentes, sal hopelik duidelik sigbaar word.

2.4.3 **Beskrywing van die Ring van Waterbron en hoe die data insameling geskied**

'n Ring is ’n groepering van plaaslike gemeentes binne die NG Kerk. Ten tye van die navorsing was daar naas Langenhovenpark, nog ses ander gemeentes in die Ring: Waterbron, Bainsvlei, Universitas, Universitas-Rif, Universitas-Wes en Bloemfontein Studente gemeente. In 2018 het die Ring uitgebrei, maar ten tye van die ondersoek het die gemeente slegs uit bogenoemde sewe gemeentes bestaan.

Uit die sewe gemeentes het een glad nie op daardie tydstip van sosiale media gebruik gemaak nie en een ander gemeente het van verskillende sosiale media platforms gebruik gemaak. Ten tye van die navorsing het hulle eers van ’n Facebook-groep gebruik gemaak, toe oorbeweeg na ’n Facebook-blad en toe weer die blad gesluit. Vanweë al hierdie wisselings kon hulle data nie gebruik word nie. Die ander vyf gemeentes gebruik egter almal Facebook-blaaie.

Een gemeente se geografiese grense beslaan plase, ’n tweede gemeente beslaan hoofsaaklik plotte en klein plasies, en die ander drie gemeentes beslaan hoofsaaklik voorstedelike woongebiede. Twee van laasgenoemde gemeentes het ’n geweldige toename in studentehuise ervaar, met ’n verandering in demografie, terwyl meer as 50% van die derde gemeente se behuising uit meenthuise bestaan. Die een gemeente het ook drasties die effek van veroudering begin ervaar, veral met die invloed van die middestad wat op hulle grense lê. Een gemeente het ook ’n aftreeoord in hulle grense.

Met die samestelling, soos hierbo beskryf, oordeel die navorser dat hierdie vyf gemeentes as ’n goeie steekproef kwalifiseer, aangesien hulle die demografie van die groter NG Kerk (eintlik alle kerke) redelik verteenwoordig. Die lidmate gee ’n stem aan stedelik en platteland, digbevolk en ylbevolk, verskillende ouderdomsprofiele, geslagte en sosio-ekonomiese groepe.

2.4.4 **Versameling van data**

2.4.4.1 Gebruik van bestaande data

Daar is ’n metode om data in te samel, alhoewel soms te min benut, naamlik die navorsing van bestaande dokumente. Volgens Ritchie en Lewis (2003:35) behels dokument analise, die bestudering van bestaande dokumente om hulle substantiewe inhoud te verstaan of om dieper betekenis uit die inhoud van die bronne af te lei. Elektroniese media val ook onder hierdie kategorie en ’n navorser kan dus ook hierdie bron ontgin vir inligting (Strydom & Delport, 2005:314). Babbie en Mouton (2001:303) is van mening dat persoonlike data (soos data wat op Facebook-blaaie gevind word), juis aangewend kan word om teorieë te toets. Meeste van die bestaande navorsingsprojekte, waar Facebook-data gebruik is, bevat ’n analise van die gebruikers en motiverings vir die gebruik van die Facebook-blaaie (Debreceny, Wang & Zhou, 2019:4); dit wat deur hierdie navorsing ook beoog word.

Die voordele verbonde aan die gebruik van dokumente is:

1. Die koste van navorsing is laag, aangesien die navorser die bronne gratis kan bekom en nie hoef te reis om die data in te samel nie.

2. Eerlikheid en nie-reaktiewe terugvoer van deelnemers. Aangesien die persone wat die dokumente geskryf het, dit nie gedoen het met die verwagting dat hulle woorde deel van ’n navorsingsprojek gaan uitmaak nie, is hulle opmerkings waarskynlik meer eerlik en nie ’n poging om verwagte antwoorde te gee nie.

3. Normaalweg onbereikbare deelnemers kan ook deelneem; die navorser verkry dus opinies van deelnemers wat hy of sy nie normaalweg sou kon bereik het nie (Strydom & Delport, 2005a:318).

2.4.4.2 Fisiese insameling van die data

Na toestemming van al die deelnemende gemeentes bekom is, is die inhoud van drie maande (Augustus, September en Oktober 2016) van die vyf gemeentes se Facebook-blaaie gekopieer en in vyf afsonderlike Microsoft Word dokumente gestoor. Enige name of inligting wat persone sou kon identifiseer, is verwyder ten einde deelnemers se privaatheid te beskerm. Hierdie vyf dokumente, wat die inskrywing (grafika ingesluit), sowel as die reaksie daarop bevat, dien as die tekste wat verder ontleed word.

2.4.5 **Hoe is die Facebook-data ontleed?**

2.4.5.1 Inhoudsanalise

Uit ’n bestaande dokument, soos ’n Facebook-blad, is daar ’n magdom van inligting beskikbaar. “*Research can incorporate a combination of factors, including post volume, temporality, textual analysis, and social network analysis*” (Debreceny, Wang & Zhou, 2019:1). Vir die ontleding van gemeentes se Facebook inskrywings, sal gebruik gemaak word van ’n inhoudsanalise (*content analysis*).

Die term ‘inhoudsanalise’ word sedert die middel 1900’s gebruik. Die proses om tekste of beelde sistematiese te lees en te interpreteer, is egter veel ouer. Reeds in 1690 het die kerk begin om die groot volumes gedrukte materiaal, wat deur die ontwikkeling van die drukpers moontlik gemaak is, sistematies te lees om te probeer bepaal wat die invloed van sekulêre materiaal op gelowiges sal hê (Krippendorff, 2004:3). In 1893 verskyn die eerste kwantitatiewe analise van koerante en is dit veral die kwantitatiewe aspek wat geloofwaardigheid aan hierdie studie verskaf het. Rondom die middel van die twintigste

eeu, kry inhoudsanaliseerders steeds kritiek oor hulle kwantifisering van kwalitatiewe data. Mettertyd vind daar 'n verskuiwing plaas dat pleks daarvan dat net die volume van materiaal getel word, daar eerder gefokus word op die tel van die frekwensies van sekere begrippe se gebruik. Sedert die 1960's word toenemend gewerk aan rekenaarsagteware om te help met teks-analise (Krippendorff, 2004:5-15).

Sedert die 1960's is inhoudsanalise beskou as 'n benadering tot die analise van dokumente wat poog om inhoud te kwantifiseer in terme van voorafbepaalde kategorieë en wel op 'n sistematiese en herhaalbare wyse (Bryman, 2012:289). Neuendorf (2002:1) beskryf dit as "*the systematic, objective, quantitative analysis of message characteristics*". In wese is dit dus eerder 'n benadering tot data-analise, as 'n navorsingsmetode, maar word deur baie as 'n navorsingsmetode beskou. Inhoudsanalise is goed gesetel in die kwantitatiewe navorsingstrategie, aangesien dit ten doel het om, in terme van kategorieë, 'n kwantitatiewe weergawe van die rou materiaal te skep.

Ondanks hierdie sterk kwantitatiewe aanslag, is daar tog navorsers wat wys op die wisselwerking van beide 'n kwalitatiewe en kwantitatiewe werk met die teks (Weber, 1990:10). Weber (1990:12) gaan voort om te beskryf hoe die oorvloedige woorde van die teks minder gemaak word deur hulle in kategorieë saam te voeg (kodering – wat eie is aan kwalitatiewe navorsing). Weber (2011:elektroniese bron) beskryf dit as "a *central idea in content analysis is that the many words of the text are classified into much fewer content categories*". Die kategorieë word egter hierna getel om statisties weergegee te word (wat weer tipies van kwantitatiewe navorsing is). Ander navorsers, soos Neuendorf (2002:14) argumenteer dat inhoudsanalise 'n suiwer kwantitatiewe metode is wat poog om 'n numeriesgebaseerde beskrywing van 'n teks te lewer.

Inhoudsanalise geskied meestal sonder dat die sender of ontvanger van die boodskappe vooraf geweet het dat hulle boodskappe ontleed word. Gevolglik is daar weinig gevaar dat die data aangepas sal word om aan verwagtinge te voldoen (Weber, 1990:10). In die geval van hierdie navorsing, is die data etlike maande na die inskrywings getrek en was die persone wat die inskrywings gedoen het, sowel as die mense wat daarop gereageer het, totaal onbewus dat hulle inskrywings ontleed sou word.

2.4.5.2 Die kriteria vir die indeling van kategorieë

Die praktykprobleem waarmee die navorsing begin het, was juis dat die aantal reaksies op die gemeente se Facebook inskrywings nie geklop het met die kerkraad se verwagtings nie. Ook die ander gemeentes in die Ring het dieselfde 'teleurstelling' beleef. Tog moet die interpretasie van mense se interaksie met gemeentes se Facebook-blaaie deur 'n realistiese lens beskou word. Volgens Smith (2019:elektroniese bron) sal die gemiddelde Facebook-gebruiker tien plasings per week '*Like*' en op vier plasings kommentaar lewer. Indien daar in aanmerking geneem word dat die meeste Facebook-gebruikers vele verskillende blaaie volg, moet daar gevolglik ook nie onrealistiese verwagtings wees van hoë frekwensie van reaksie op gemeente-plasings nie.

Bydraend tot die dilemma van onvervulde verwagtings, is die feit dat die onderskeie gemeentes ook nie baie groot getalle mense het wat hulle blaaie volg nie (Waterbron – 256, Bainsvlei – 301, Langenhovenpark – 549, Universitas-Wes – 297, Universitas – 769). Hoewel die gemeentes dus realistiese verwagtings moet hê oor die reaksie op hulle inskrywings, kan daar sekerlik afleidings gemaak word oor die graad van reaksie op verskillende tipe inskrywings.

Gevolglik is daar besluit op vyf kategorieë:

1) Nul reaksie
2) Weinig reaksie
3) Redelike reaksie
4) Goeie reaksie
5) Baie goeie reaksie

Ten einde 'n puntewaarde toe te ken aan elke reaksie, is besluit dat 'n '*Like*' een punt tel, aangesien dit 'n duidelike aanduiding is dat die gebruiker die plasing gelees het en erkenning daaraan gee. '*Share*' en '*Comment*' tel elk twee punte omdat dit 'n meer aktiewe deelname van die gebruiker vereis. Die somtotaal van die aantal '*likes', 'shares'* en '*comments'* het bepaal in welke kategorie (vanaf GEEN REAKSIE tot BAIE GOEIE REAKSIE) die inskrywing sal val.

Die kategorieë is derhalwe as volg bepaal:

Geen reaksie is as NUL REAKSIE aangedui.

Tussen 1 en 4 is as WEINIG REAKSIE aangedui.

Tussen 5 en 8 is as REDELIKE REAKSIE aangedui.
Tussen 9 en 12 is as GOEIE REAKSIE aangedui.
Hoër as 12 is as BAIE GOEIE REAKSIE aangedui.

As voorbeeld: ’n Plasing met twee '*Likes*' en een '*Share*' het ’n puntewaarde van 2+2 = 4 ontvang, wat dit in die kategorie: WEINIG REAKSIE plaas.

2.4.6 **Data analise**

2.4.6.1 Werkswyse

Die navorser wou deur hierdie gedeelte van die navorsing bepaal wat is die tipiese inskrywings wat op gemeentes se Facebook-blaaie gemaak word, maar veral ook die reaksie op die onderskeie soort inskrywings evalueer ten einde te bepaal wat gebruikers se behoeftes is. Buiten al die behoeftes wat geïdentifiseer is, wou die navorser ook ’n aanduiding kry oor watter van die twee kategorieë hulle behoefte in lê, naamlik op soek na inligting of ’n behoefte aan sosialiseer/koinonia?

Die ATLAS.ti sagteware is gebruik om die teksdokumente te kodeer. ATLAS is die akroniem vir *Archiv für Tecknik, Lebenswelt und Alltagssprache*; die *ti* verwys na “teks interpretasie” (Friese, 2014:xvi). Die eerste rondte van induktiewe kodering[8] was bloot om kodes aan elke inskrywings toe te ken. Die volgende kodes is aangeteken: Advertensie, Afhanklikheid, Amen, Bartimea skool, Beantwoord vraag, Belydenisklas, Bevestiging, Biddag vir reën, Braai vir Bybels, Bring en braai, Bybelverspreiding, CD-opname, Dag van vas en gebed, Dankbaarheid, Dankbetuiging, Date night, Debattering, Doop, Ekumene, Entoesiasme, Erkenning vir reaksie, Feesbraai, Fietsry vir Bybels, Fliekaand, Foto, Gebed, Geestelike dagstukkie, Geloof, Geloof en hoop, Geloofversterking, Gelukwensing, Gemeenteaktiwiteit, Genade, Gesinsdiens, Gestuurde, Getuienis, God se liefde, God se sorg, Golfdag, Grafika, Grap, Het boodskap gekry, Homoseksualiteit debat, Huweliksverryking, Inkleurkompetisie, Inligting oor erediens, Inligting oor kinders, Jaarbeplanning, Jeugsorgsentrum, Kerknuus, Kinderhuis, Kontreifees, Koor, Lentedag, Leraar info, Leraars, Lief en leed, Mannebediening, Matrikulante, Motivering, Nagmaal, Nagmaaldiens, Ondersteuning, Opgewonde, Opgewonde oor preek, Potjiekos, Preek, Sinodale inligtingstuk, Stap vir Bybels, Stem,

[8] Vir meer uitbreiding oor kodering, sien Afdeling 2.5.2.

Uitnodiging na preek, Verhaal, Verkiesingsdag, Vertroue op God, Video, Vraag, Vroue, Werkgroep.

In ’n volgende rondte van kodering is kodes wat nou verwant is aan mekaar saamgegroepeer en 10 groepe is gevorm, naamlik: Advertensie, Dagstukkie, Foto, Gebed, Gemeenteaktiwiteit, Humor, Inligtingstuk, Leraar, Pastorale berig, Preek. Tot op hierdie punt volg die kodering dieselfde proses as wat in kwalitatiewe kodering die geval sou wees.

Die volgende stap in die verwerking van die data, is egter kwantitatief van aard; elk van die groepe word volgens puntwaarde in ’n bepaalde kategorie geplaas.

Bainsvlei gemeentes plaas byvoorbeeld op Vrydag 4 November 2016 ’n plasing: Fliek-aand, met ’n gepaardgaande prent. Die inskrywing is gekodeer as “Fliekaand”, en later opgeneem in die groep “Gemeenteaktiwiteit”. Met een “*Like*” en twee “*Comments*” kry die inskrywing ’n puntwaarde van 1+2+2 = 5, wat die inskrywing plaas in die kategorie REDELIKE REAKSIE op Gemeenteaktiwiteit (D 1:FB2016-8-Bains, reël 88-92)[9]. Die aantal kere wat ’n bepaalde kategorie voorkom, word in ATLAS.ti deurgegee onder die kolom “*grounding*”; hierdie getalle is verder statisties verwerk.

[9] ATLAS.ti data – Sien Bylae B en C.

	Baie Goeie Reaksie	Goeie Reaksie	Redelike Reaksie	Weinig Reaksie	Nul Reaksie
Gebed	4	2	6	0	0
Dagstukkie	8	39	49	58	10
Gemeente aktiwiteit	4	18	17	11	6
Leraar	6	3	0	0	0
Preek	3	0	2	4	4
Advertensie	0	2	6	29	13
Foto	0	6	4	1	0
Humor	0	0	2	2	0
Inligting	0	0	1	8	1
Pastorale berig	0	0	0	7	3

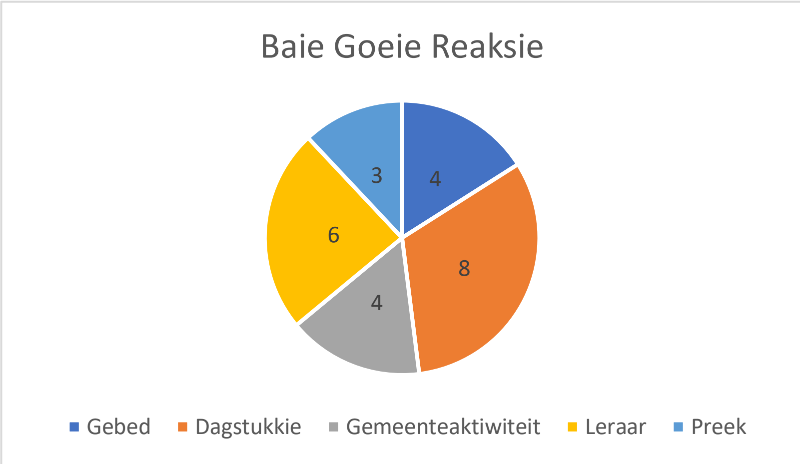
Figuur 2-11: Reaksie op Facebookplasings

2.4.6.2 Afwykings

Voordat die resultate van die navorsing getoon word, net ’n opmerking oor enkele afwykings wat ’n invloed op die resultate kon hê. Een van die gemeentes met relatief min Facebook-volgelinge, het elke dag van die week ’n plasing gemaak. Die hoë frekwensie van plasings, was moontlik net te veeleisend vir hulle lidmate om gereeld te volg, met die gevolg dat hierdie gemeente verreweg die hoogste frekwensies van NUL REAKSIE en WEINIG REAKSIE op al die kategorieë gehad het. Op ’n manier skep die statistieke vanuit hierdie gemeente se Facebook-blad ’n skewe beeld, maar wanneer al die gemeentes se terugvoer saamgevoeg en kruisverwys word, word hierdie “skewe” beeld redelik geneutraliseer, en is daar tog tendense wat uitstaan.

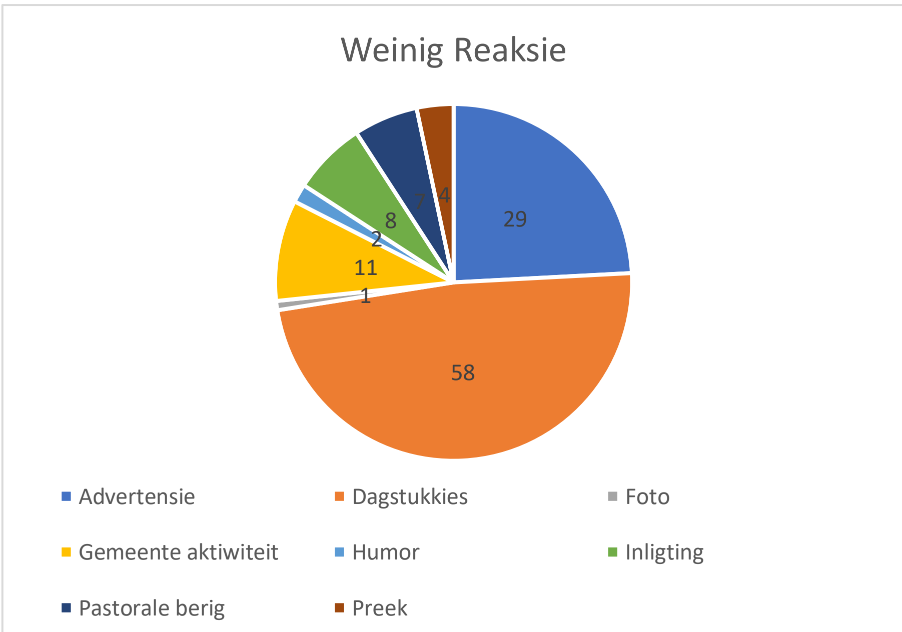
2.4.6.3 Resultate

Wanneer daar eerstens gekyk word na die hoogste tellings in elk van die kategorieë, is die hoogste telling by BAIE GOEIE REAKSIE, die Geestelike dagstukkies, gevolg deur Berigte oor die leraar.



Figuur 2-12: BAIE GOEIE REAKSIE terugvoer

By GOEIE REAKSIE het geestelike dagstukkies weereens die hoogste telling opgelewer, gevolg deur gemeente aktiwiteit. By die kategorie: REDELIKE REAKSIE (Redelike Reaksie), wat as te ware die neutrale area is, is geestelike dagstukkies weereens die hoogste, weereens gevolg deur gemeente aktiwiteit.

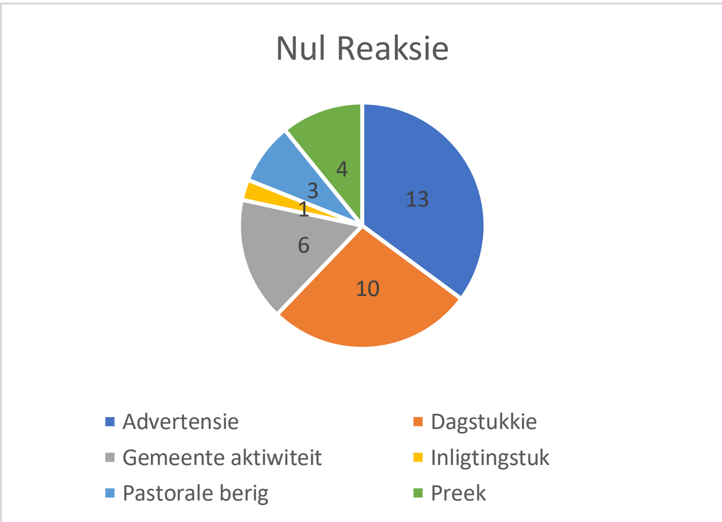


Figuur 2-13: WEINIG REAKSIE terugvoer

Dit blyk dus dat daar ’n sterk aanduiding is dat Dagstukkies en Gemeente aktiwiteit die mees positiewe reaksie uit die gebruikers ontlok. Die verwarrende statistiek kom egter voor by WEINIG REAKSIE, waar dagstukkies weereens die hoogste telling behaal.

Die navorser skryf hierdie teenstrydigheid toe aan die een gemeente, waarna reeds verwys is, wat elke dag ’n Facebook-berig geplaas het, en waarvan die oorgrote meerderheid inskrywings, dagstukkies was. Daar is ’n vermoede dat hierdie hoë frekwensie van plasings, die lidmate traag gemaak het om elke dag die Facebook inskrywings te lees, met die gevolg dat dagstukkies by hierdie gemeente baie keer slegs WEINIG REAKSIE gekry het. In die ander gemeentes waar minder gereelde plasings was, het dagstukkies as ’n reël beter reaksie ontvang.

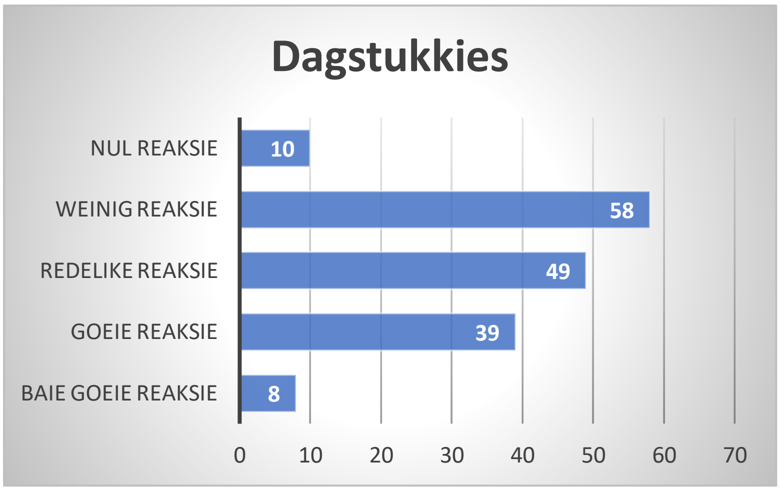
Dieselfde tendens rondom dagstukkies is ook by NUL REAKSIE gevind, waarskynlik ook as gevolg van die enkele gemeente se swak terugvoer op feitlik alle inskrywings.
GEEN REAKSIE en WEINIG REAKSIE word albei geag as negatiewe terugvoer, aangesien dit ’n aanduiding is dat hierdie tipe inskrywings nie graag deur die gebruikers gelees word nie. Advertensies (die deurgee van inligting rakende toekomstige aktiwiteite) het die minste reaksie by gebruikers ontlok.



Figuur 2-14: NUL REAKSIE terugvoer

Om bogenoemde inligting te kruisverwys, het die navorser ook die reaksie op die onderskeie tipe inskrywings afsonderlik beoordeel.

(i) Dagstukkies

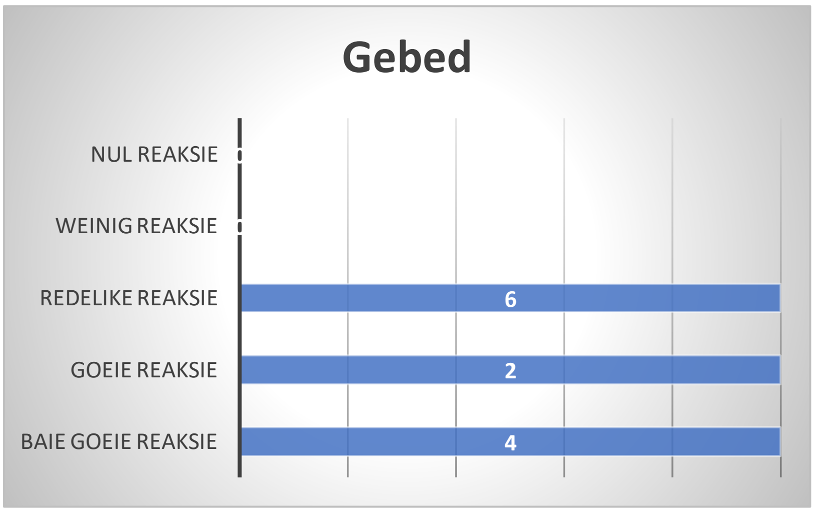


Figuur 2-15: Dagstukkies

Figuur 2-15 toon aan dat 96 van die reaksies BAIE GOEIE REAKSIE, GOEIE REAKSIE en REDELIKE REAKSIE ontlok het, wat as positiewe response geklassifiseer kan word, terwyl 68 as negatief (WEINIG REAKSIE en NUL REAKSIE) geklassifiseer word.

Dit dui aan dat daar by die gebruikers 'n baie groter positiwiteit is teenoor plasings wat gaan oor geestelike opbou, as wat daar 'n afkeer aan is.

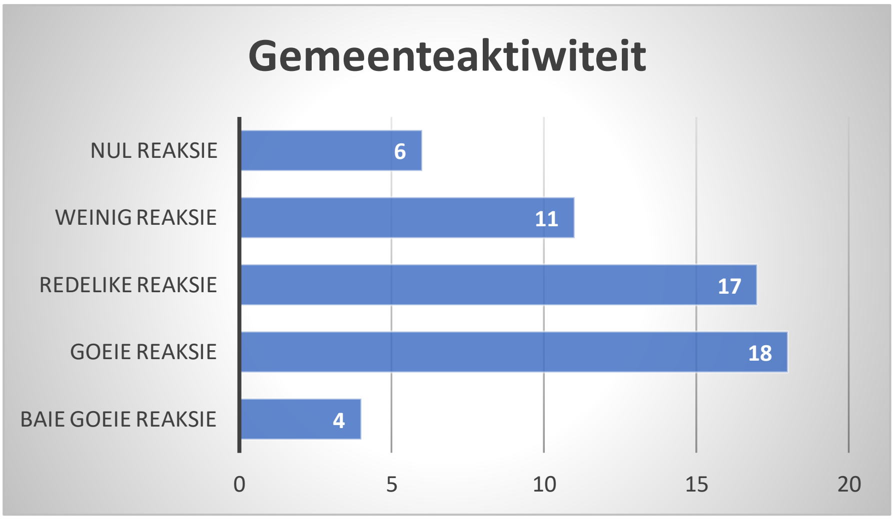
(ii) Gebed



Figuur 2-16: Gebed

Dit blyk verder dat gebruikers positief ingestel is by Gebed, met geen WEINIG REAKSIE of NUL REAKSIE op gebedplasings nie.

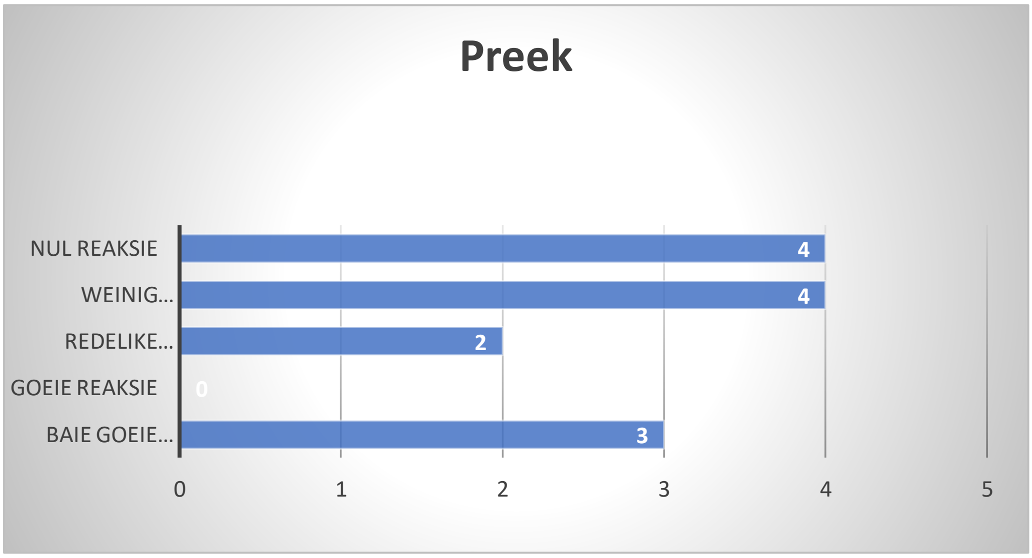
(iii) Gemeente aktiwiteit



Figuur 2-17: Gemeente aktiwiteit

Gemeente aktiwiteit het ook oorwegend 'n positiewe reaksie getoon, met 49 aan die positiewe kant en 17 reaksies aan die negatiewe kant.

(iv) Preek



Figuur 2-18: Preek

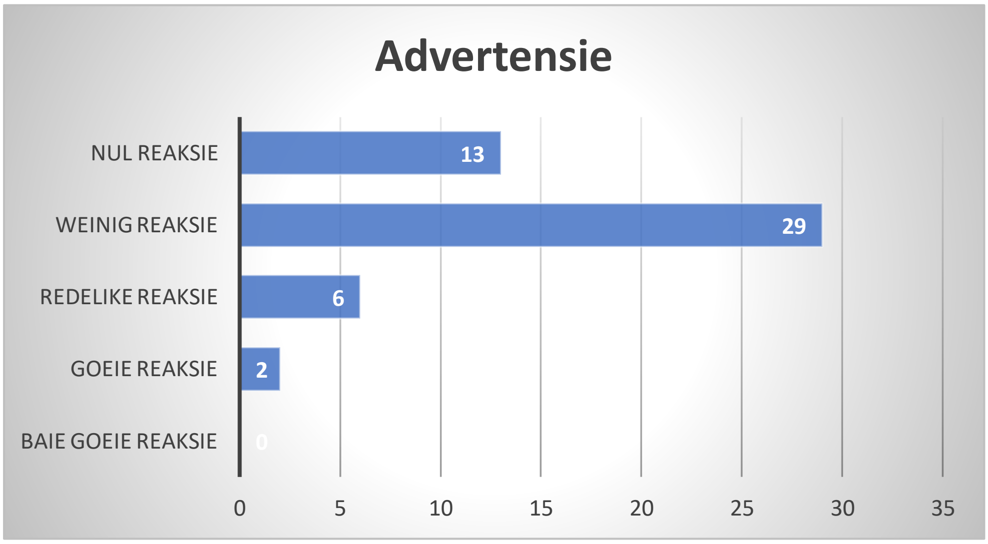
Die reaksie op die plasings wat gekodeer is met Preek was egter verrassend. Agt van die reaksies by Preek was negatief en slegs vyf positief. Die rede vir hierdie negatiewe beoordeling van die kode Preek kan moontlik toegeskryf word aan die feit dat hierdie

kode slegs die deurgee van inligting behels het, naamlik die tema en tyd van die preek. In wese was hierdie inskrywings dan eerder ’n afkondiging, as werklik geestelike inhoud.

Wanneer hierdie inligting geïnterpreteer word, in samehang met die reaksie op Gemeente aktiwiteite (berigte oor dinge wat in die gemeente gebeur, insluitend foto’s), begin daar ’n redelike duidelike aanduiding na vore kom dat lidmate nie blote inligting op Facebook gaan soek nie, maar eerder ’n koinonia-ervaring wil beleef.

Wanneer die terugvoer oor Advertensie oorwegend negatief ervaar word, word hierdie tendens nog duideliker (sien Figuur 2-19).

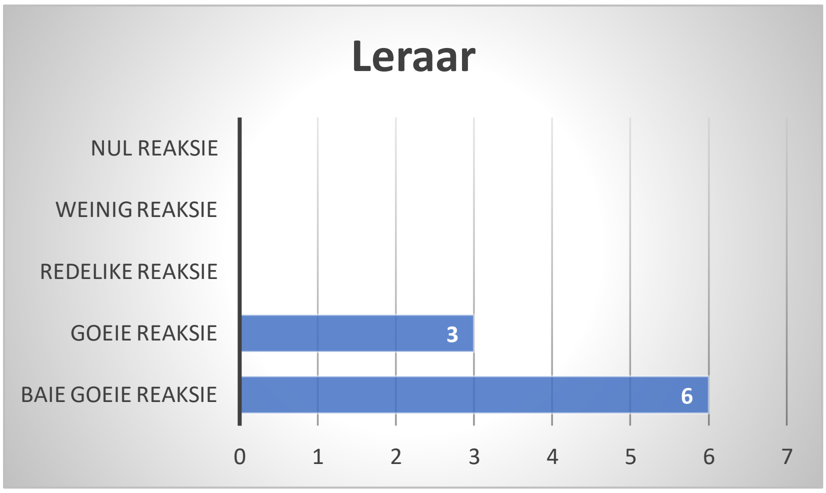
(v) Advertensie



Figuur 2-19: Advertensie

Beide die kodes Inligtingstuk en Advertensie verwys na inskrywings oor sake wat van buite die gemeente kom en inligting oordra. Advertensies het die hoogste telling by NUL REAKSIE en die tweede hoogste telling by WEINIG REAKSIE, terwyl lae tellings by GOEIE REAKSIE en REDELIKE REAKSIE na vore gekom het en geen telling by BAIE GOEIE REAKSIE nie. Inligting kry geen tellings by BAIE GOEIE REAKSIE en GOEIE REAKSIE nie, met een op REDELIKE REAKSIE, agt op WEINIG REAKSIE en een op NUL REAKSIE. Dit skep baie duidelik die beeld dat lidmate nie op Facebook na inligting soek nie, maar eerder iets soos koinonia.

(vi) Leraar



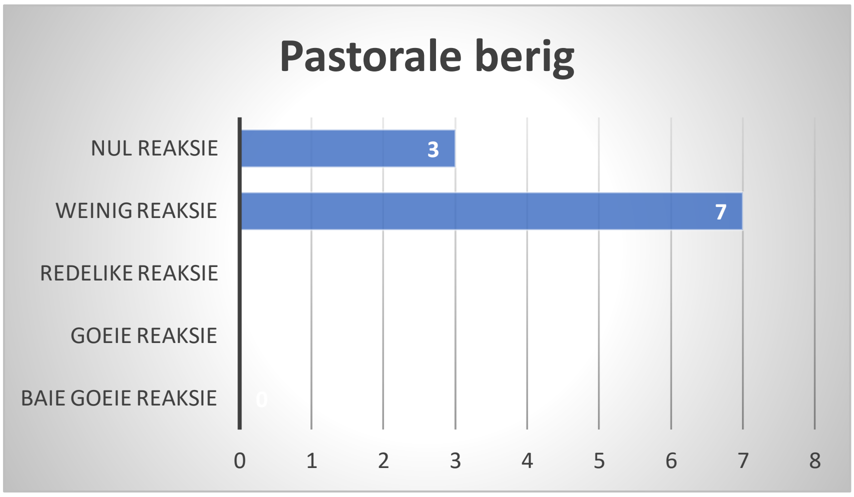
Figuur 2-20: Leraar

Een van die verrassende tendense was die positiewe reaksie op berigte oor die leraars. Die eerste wat die navorser opgemerk het, is dat die gemeentes baie min berigte oor hulle leraars geplaas het. Aan die ander kant was daar ’n baie duidelike positiewe reaksie op berigte oor die leraars van die onderskeie gemeentes. Ses by BAIE GOEIE REAKSIE en drie by GOEIE REAKSIE en geen reaksie by enige van die ander kategorieë nie. Die grootste verrassing was egter die grootte van die reaksie wat nie in Figuur 2-20 duidelik na vore kom nie.

Waar BAIE GOEIE REAKSIE op plasings ’n puntwaarde van 12 en hoër gekry het, en die meeste van die BAIE GOEIE REAKSIE plasings oor al die groepe tussen 12 en 20 lê, was berigte aangaande leraars verrassend. ’n Berig rakende ’n leraar se verjaarsdag ontvang 'n puntetelling van 44, en nuus van ’n leraar wat in ’n motorongeluk was en sy vordering, ontvang tellings van 212, 58, 29, 62, 26. In verhouding met al die ander BAIE GOEIE REAKSIE kategorieë, was hierdie uitermatig hoog.

Die afleiding wat hieruit gemaak kan word, is dat lidmate belangstel in die lief en leed van hulle leraars. Die lae voorkoms van berigte oor leraars is waarskynlik ’n aanduiding dat gemeentes en of leraars nie dink dit is belangrik om berigte oor hulle te plaas nie.

(vii) Pastorale berig



Figuur 2-21: Pastorale berig

In teenstelling met die groot belangstelling in die leraars se lief en leed, is daar die opvallende trae reaksie op pastorale berigte. Dit sluit in aangeleenthede soos voorbidding vir siekes, gelukwensings met spesiale geleenthede, soos doop. Aangesien hierdie tipe plasing in die veld van koinonia val en daar reeds aangedui is dat gebruikers 'n groter behoefte het aan plasings wat koinonia-gefokus is, lyk hierdie terugvoer na 'n teenstrydigheid. Weereens kan dit dalk toegeskryf word aan die een enkele gemeente se hoë frekwensie van plasings, aangesien die meerderheid van die berigte by hulle voorkom en reaksie deurgaans by hulle juis die laagste is van alle gemeentes.

Daar was 'n verwagting by die navorser dat grafika en foto's baie meer reaksie sou kry as blote skriftelike berigte. Die verrassing was egter dat grafiese berigte geensins 'n noemenswaardige toename in reaksie getoon het nie, as plasings waarin daar geen grafika was nie.

2.4.7 **Bevindinge uit die Facebook-data**

Die groepe Dagstukkies, Leraar, Gebed, Gemeente aktiwiteit, en Preek wat onder die kategorie BAIE GOEIE REAKSIE val, gee 'n aanduiding dat gebruikers 'n groter soeke na interaksie/deelname het, eerder as bloot eenrigting inligting wat deurgegee word. Hierdie aanduiding word bevestig deur die groepe Advertensie en Inligtingstuk, sowel as Preek en Gemeente aktiwiteit (waar die plasings eintlik maar 'n advertensie van 'n preek of gemeente aktiwiteit was), wat weer voorkom by NUL REAKSIE. Die uitsondering is

natuurlik Dagstukkies en Pastorale berigte. Daar is reeds verwys na die enkele gemeente wat waarskynlik by laasgenoemde groepe gesorg het vir ’n skeefgetrekte beeld.

Die verrassing was die groot belangstelling in die lewe van die leraars. Die teenkant van hierdie bevinding is die lae frekwensie van beriggewing oor die leraars (of personeel) van die onderskeie gemeentes. Dit hang moontlik saam met die gemeentes se gebruik van Facebook, naamlik om tot ’n groot mate hierdie medium te gebruik bloot om aankondigings/advertensies te doen.

2.4.8 Hoe word Sekondêre vraag 1 beantwoord deur die Facebook-data?

Voordat die vraag "Ervaar die gebruikers van sosiale media dat dit koinonia tussen individue en groepe in die gemeente bevorder" beantwoord kan word, het die navorser gepoog om eerstens vas te stel of die lidmate enigsins ’n behoefte het aan sosialisering en koinonia op hierdie platforms. Tweedens, of die gemeentes se sosiale media platforms wel fokus op koinonia en of hulle dit hoofsaaklik gebruik as ’n platform waarop eenrigtingkommunikasie plaasvind.

Die aanduiding is definitief dat lidmate ’n behoefte het aan koinonia op Facebook (sosiale media). Die tipe plasings dui egter daarop dat die gemeentes nog nie hierdie geleentheid aangryp nie en dat baie plasings eerder blote inligtingoordrag behels. Sulke plasings sal uiteraard nie ’n kultuur van sosialisering op hierdie platforms bevorder nie.

2.4.9 Beperkinge van die ondersoek ten opsigte van Facebook-data

Hoewel die lidmaatprofiel van die onderskeie ringgemeentes ’n groot diversiteit verteenwoordig, sou dit tog steeds ’n vraag bly of hierdie steekproef uit een geografiese area, werklik verteenwoordigend kan wees van die groter kerkpopulasie. Enkele van die gegewens dui statistiese teenstrydighede aan. Die navorser het verwys na die een gemeente se data wat moontlik aanspreeklik is vir die teenstrydighede, maar dit bly bloot ’n vermoede en is nie ’n bewese feit nie.

Die feit dat die gemeentes nog nie werklik Facebook gebruik om koinonia te bevorder nie, veroorsaak dat die vraag nie volledig beantwoord kan word uit die Facebook-data nie, derhalwe is onderhoude ook in die navorsing ingesluit.

2.5 Onderhoude met lidmate van Langenhovenpark gemeente oor die gebruik van sosiale media

2.5.1 Wat is die doel van die onderhoude?

Na aanleiding van die navorsing oor lidmate se reaksie op Facebook inskrywings en die gevolglike aanduiding dat lidmate opsoek is na sosialisering, wil die navorser meer in-diepte by gebruikers van sosiale media hoor wat hulle behoeftes is en spesifiek of hulle enigsins koinonia ervaar op die gemeente se sosiale media.

2.5.2 Kwalitatiewe navorsing

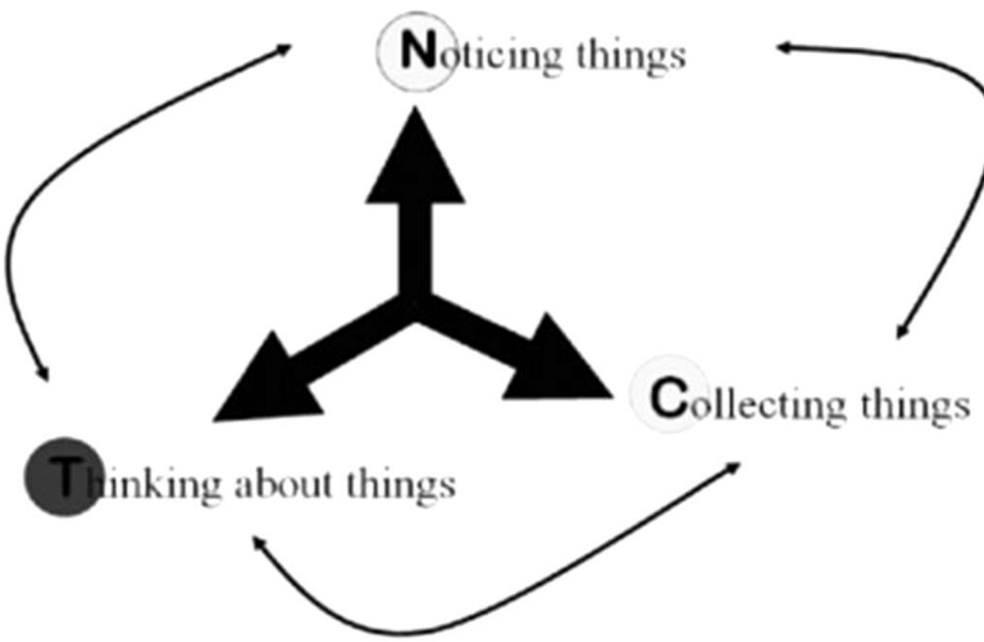
Die navorser het reeds in Hoofstuk 1 sy keuse vir gemengde metodes navorsing aangevoer, maar brei hier uit oor sy keuse vir kwalitatiewe navorsing tydens die onderhoude, en ook later die fokusgroep-onderhoude. Waar kwantitatiewe navorsing baie sterk steun op statistiese verwerking van getalle wat ingewin is, fokus kwalitatiewe navorsing baie meer op die ontleding en verstaan van die nagevorste se gedrag, sonder om te fokus op die tel van getalle. "*Qualitative research is empirical research where the data are not in the form of numbers*" (Punch, 1998:3), soos reeds aangehaal in Hoofstuk 1. Dit is egter 'n oorvereenvoudiging van die verskille tussen kwalitatiewe en kwantitatiewe navorsing.

Babbie en Mouton (2001:377) beskryf kwalitatiewe data analise as "*nonnumerical examination and interpretation of observations, for the purpose of discovering underlying meanings and patterns of relationships*". Die analise het te make met hierdie "*interpretation of observations*". De Vos *et al* (2011:400) stel dat kwantitatiewe data bestaan uit getalle wat verwerk word deur statistiese metodes, terwyl kwalitatiewe data uit woorde bestaan wat konteksgebaseer is. Een van die grootste uitdagings van kwalitatiewe navorsing, is om sin te maak uit die groot hoeveelheid data (woorde) wat versamel is, aangesien dit nie bloot deur statistieke wat met getalle werk, deurgegee kan word nie.

Die doel met data analise is dus om die data te transformeer na bevindinge. Schwandt (2007:6) beskryf dit as "...*the activity of making sense of, interpreting and theorising data*". Daar is verskeie maniere om kwalitatiewe data te analiseer, maar die gebruik van rekenaargebaseerde kwalitatiewe data analise programmatuur (CAQDAS – Computer Assisted Qualitative Data Analysis Software) het in die laaste jare in gewildheid toegeneem (de Vos *et al.*, 2011:401). Talle toonaangewende navorsers beveel hierdie

metode van kodering en data analise aan (Sien Saldaña, 2013; Babbie 2008; Babbie & Mouton, 2001; Given, 2008), aangesien dit tydbesparend is en hierdie proses dit moontlik maak om induktiewe sowel as deduktiewe kodering gemaklik saam te gebruik. Hierdie programmatuur kan egter nie die analise namens die navorser doen nie, maar is van groot hulp in die proses van data analise.

Die navorser maak spesifiek gebruik van ATLAS.ti[10] en sy data analise prosesse is gegrond op Rubin en Rubin (2012:190) se data analise proses, sowel as Friese (2014:12-21) se toepassing van ATLAS.ti binne die data analise proses. Hierdie prosesse werk met die beginsel van kodes toeken aan woorde, begrippe of frases. Volgens Saldaña (2013:3) is ’n kode “a *word or short phrase that symbolically assigns a summative, salient, essence-capturing, and/or evocative attribute for a portion of language-based or visual data”*. Die doel van kodering is om uit die kwalitatiewe data wat bekom is, afleidings te maak wat kan lei tot ’n hipotese en uiteindelik ook praktiese riglyne vir toekomstige gebruik. Friese (2014:12-14) bou voort op rekenaargebaseerde kwalitatiewe data analise. Sy identifiseer drie komponente in die ontledingsproses, naamlik: 1*) Noticing Things, 2) Collecting things and 3) Thinking about things*.



Figuur 2-22: Friese se data ontledingsproses
(Friese, 2014:12-14)

---
[10] Sien Afdeling 2.4.6.1.

Die proses behels ’n dialogiese interaksie tussen aktief gaan soek na bepaalde feite wat die navorser voorsien het, die ontdekking van feite wat nie noodwendig verwag is nie en die kritiese nadenke oor al die feite op die tafel.

In die eerste rondte van kodering kan ’n kode toegeken word aan ’n enkele woord, ’n sinsnede, sin of selfs ’n hele bladsy, indien met teks gewerk word. Verskillende navorsers se kodifisering van dieselfde gedeelte sal noodwendig ook nie ooreenstem nie, aangesien dit ’n interpretatiewe taak is en elke navorser ’n eie unieke invalshoek gebruik (Saldaña, 2013:4). Omdat dit reeds deel van ’n interpretasie is, sal sommige kodes bloot ’n direkte deurgee wees van dit wat in die teks staan, terwyl ander kodes alreeds verder gaan om ’n bepaalde gedeelte op te som of te reduseer. Kodering is dus ’n proses, waardeur die navorser begin om die data te analiseer, ten einde kategorieë, temas en konsepte te genereer, ten einde teorieë te begin formuleer (Saldaña, 2013:8).

Deur die proses van kodifisering begin die navorser om kodes saam te groepeer om “families” te vorm en so begin daar geleidelik ’n patroon na vore kom wat lei tot die vorming van konsepte. Uit die onderstaande aanhaling, kan die belangrikheid van kodering afgelei word:

> *Any researcher who wishes to become proficient at doing qualitative analysis must learn to code well and easily. The excellence of the research rests in large part on the excellence of the coding* (Strauss, 1987:27).

Kwalitatiewe navorsing verskil van kwantitatiewe navorsing in terme van enkele belangrike kenmerke (Babbie & Mouton, 2001:270):

- Navorsing geskied in die natuurlike omgewing van die wat nagevors word.
- Daar is ’n fokus op die proses, eerder as net die uitkoms.
- Die nagevorste se rol is belangrik.
- Die primêre doel is in-diepte beskrywing en begrip van die gebeure.
- Die primêre fokus is om die sosiale gedrag in terme van die spesifieke konteks te verstaan, eerder as ’n teoretiese veralgemening van die probleem.
- Die navorsing proses is meestal deduktief met die gevolglike opwekking van nuwe hipoteses.
- Die kwalitatiewe navorser word in die navorsingsproses as die “primêre navorsingsinstrument” gesien.

Babbie en Mouton (2001:270) beskryf kwalitatiewe navorsing as die generiese navorsingsbenadering binne sosiale navorsing waar persone wat self betrokke is se perspektief op ’n bepaalde sosiale gedrag, die vertrekpunt is. Die doel van hierdie tipe navorsing is dan ook beskrywing en begrip van die probleem, eerder as ’n verduideliking van die probleem.

Die navorser beskryf die gedrag van die deelnemers in soveel detail as moontlik en poog om hierdie gedrag te verstaan in terme van die deelnemers se konteks, geskiedenis en oortuigings. Eerder as die tel en kwantifisering van patrone, soos gevind in kwantitatiewe navorsing, poog kwalitatiewe navorsing om ’n ryke, omvangryke beskrywing (*thick description* – 'n begrip wat in 1973 vir die eerste keer deur die antropoloog, Clifford Geerts gebruik is) van ’n spesifieke situasie te gee (Babbie & Mouton, 2001:272).

Kwalitatiewe navorsing poog dus om ’n grondige begrip te vorm van mense se gedrag en ervarings, terwyl hulle bepaalde situasies beleef. Hierdie metode probeer om ’n verskynsel deur die oë van die mense wat dit ervaar, so akkuraat as moontlik te beskryf (Ahmed *et al.*, 2007:42).

Een van die belangrikste eienskappe van kwalitatiewe navorsing, is om “deur die oë” van die nagevorste of deelnemers na die probleem te kyk. Volgens Babbie en Mouton (2001:271) is hierdie konsep afkomstig van die fenomenologie. Hiervolgens moet die navorser dus poog om selfs meer as net ’n deelnemende waarnemer te wees, maar moet hy/sy hulself in die skoene van die deelnemer plaas ten einde hulle besluite, gedrag, rituele, en dies meer te verstaan.

Volgens Nieuwenhuis (2017c:56) moet daar ten minste die volgende vier vrae in geldige kwalitatiewe navorsing beantwoord word:

- Wat is die feite (ontologie)?
- Wat is die aard van die fenomeen (objek)?
- Hoe kan ons dit weet (epistomologie)?
- Wat is die verhouding tussen die kenner en die bekende?

Becker (1996:12) argumenteer dat die epistemologiese vrae vir kwalitatiewe navorsers wat in sosiologie en antropologie werk (en dan seker ook in praktiese teologie), die volgende sou wees:

a) of die gegewens akkuraat is, in die sin dat dit gebaseer is op noukeurige waarneming van waaroor gepraat word;
b) of die gegewens goed afgebaken is, in die sin dat dit gefokus is op die probleem, maar dat die navorser ook gereed is om rekening te hou met sake wat nie in die oorspronklike formulering van die probleem voorspel is nie;
c) of ’n ontleding wyd genoeg is, in die sin dat die navorser kennis dra van ’n wye reeks aangeleenthede wat ’n invloed op die vraag het, eerder as oor enkele veranderlikes.

Hoewel kwalitatiewe navorsing gebruik maak van interpretasie van die data, kan dit allermins as interpretivisme beskou word, synde laasgenoemde verwys na ’n onwetenskaplike omgaan met die data (Nieuwenhuis, 2017c:53).

In antwoord op die vraag ‘Is kwantitatiewe navorsing die mees geskikte metodologie vir hierdie navorsing?’, antwoord die navorser as volg: Indien die perspektiewe van die deelnemers belangrik is en indien die navorser wil bepaal watter betekenis hierdie fenomeen in hulle lewe het en watter rol dit in die gemeente speel, is kwalitatiewe navorsing die mees geskikte navorsing aanslag.

2.5.3 **Die seleksie van respondente**

2.5.3.1 ’n Doelgerigte steekproef

Vanweë die groot groep gebruikers en die onbereikbaarheid van al die gebruikers, is dit wenslik dat daar gebruik gemaak word van ’n steekproef. Die konsep van steekproewe sal nie weer hier verduidelik word nie, aangesien dit reeds in Afdeling 2.4.2.1 bespreek is.

Die navorser het doelgerigte steekproefneming gebruik; die navorser stel ’n steekproef saam, volgens sy eie oordeel, om so verteenwoordigend as moontlik te wees van die breër bevolking in terme van bepaalde karaktertrekke of tipiese eienskappe van die bevolking, soos ouderdom en geslag (De Vos *et al.*, 2011:392). Daar is gepoog om respondente te kry wat verteenwoordigend sou wees van die verskeidenheid van lidmate wat die gemeente se Facebook-blad gebruik (Hermans & Schoeman, 2015b:46). Dit behels die volgende: mense wat geografies ver van die gemeente is, sowel as mense wat geografies aktief in die gemeente is, verteenwoordiging uit verskillende ouderdomsprofiele, asook mense wat baie aktief op Facebook is teenoor mense wat baie selde Facebook gebruik.

Rubin en Babbie (1993:221) verwys na hierdie tipe doelgerigte steekproef as ’n waarskynlikheid-steekproef, omdat daar gepoog word om in die steekproef verteenwoordigers van verskillende elemente uit die samelewing te kies in die hoop dat hulle waarskynlik verteenwoordigend is van die breër samelewing.

Die ses onderhoude is as volg ingedeel:
Onderhoud 1 – ’n Dame in haar vroeë vyftigs, baie aktief op Facebook, woonagtig in die buiteland, redelik aktief op die gemeente se Facebook-blad;
Onderhoud 2 – ’n Man in sy laat vyftigs, gereeld op Facebook, was vir ’n paar jaar in die buiteland woonagtig, baie meer aktief op die gemeente se Facebook-blad ten tye van sy verblyf in die buiteland;
Onderhoud 3 – ’n Man in sy laat sewentigs, redelik aktief op Facebook, ook die gemeente se Facebook-blad, redelik huisgebonde as gevolg van sy gesondheid;
Onderhoud 4 – ’n Dame in haar middel-sestigs, baie betrokke by die gemeente, min op Facebook, besoek soms die gemeente se Facebook-blad;
Onderhoud 5 – ’n Jong man in sy laat twintigs, baie aktief by die gemeente, ook baie aktief op Facebook en die gemeente se Facebook-blad.
Onderhoud 6 – ’n Jong dame in haar vroeë twintigs, baie aktief op Facebook, redelik aktief in die gemeente, maar nie baie aktief op die gemeente se Facebook-blad nie.

Strydom en Delport (2005b:328) dui aan dat daar geen reëls oor die grootte van ’n steekproef in kwalitatiewe navorsing is nie, aangesien die getal deelnemers bepaal word deur wat die navorser wil uitvind. Die doel van die ondersoek, watter inligting bruikbaar sal wees, watter inligting kredietwaardig sal wees en wat vermag kan word met die beskikbare tyd en fondse speel alles ’n rol in die keuse van die groep se grootte (Strydom & Delport, 2005b:329). Hulle gaan voort om te argumenteer dat die grootte nooit so belangrik is soos in kwantitatiewe navorsing nie, aangesien die uitgangspunt is dat geen individu of groep, ooit slegs ’n individu of afsonderlike groep is nie, maar altyd op ’n wyse verteenwoordigend is van die groter populasie. Denzin en Lincoln (2000:370) stel dit as volg: “*Thus to study the particular is to study the general*”.

2.5.4 **Onderhoude**

Babbie en Mouton (2001:289) definieer ’n kwalitatiewe onderhoud as “*an interaction between an interviewer and a respondent in which the interviewer has a general plan of*

inquiry but not a specific set of questions that must be asked in particular words and in a particular order", terwyl Greef (2005:287) onderhoude beskryf as "...involves description of the experience, but also involves reflection on the description".

Die navorser het semi-gestruktureerde onderhoude gebruik. Tydens hierdie tipe onderhoud, kom ’n navorser voorbereid met ’n aantal voorafbepaalde, nie-leidende vrae, wat hy volgens ’n bepaalde skedule vra. Die skedule reguleer egter nie die gesprek nie, maar dien eerder as ’n riglyn. Sodra ’n respons ontvang word, waaroor die navorser meer inligting verlang, of daar is ’n onverwagse respons, sal die navorser die betrokke gedagtelyn verder ondersoek deur verdere vrae om meer in-diepte inligting te bekom (De Vos *et al.*, 2011:352).

Volgens Smith en Osborne (2008:58) is sodanige voorafbepaalde vrae, ’n onderhoudskedule, wat die onderhoud lei, eerder as dikteer. In hulle woorde:

> *There is an attempt to establish rapport with the respondent.*
> *The ordering of questions is less important.*
> *The interviewer is freer to probe interesting areas that arise.*
> *The interview can follow the respondent’s interests or concerns*.

Die vrae (of onderhoudskedule) wat in hierdie navorsing gebruik is, was soos volg:
Vraag 1: Hoe lank is jy reeds op Facebook; Hoe gereeld besoek jy Facebook?
(Die doel van die vraag was om agtergrond te kry oor die persoon se Facebookgebruik.)
Vraag 2: Wat doen jy op Facebook? Indien die persoon reeds tydens die eerste twee vrae ’n antwoord hieroor begin gee het, was verdere duidelikheid gevra.
(Die doel van hierdie vraag was om te bepaal of die persoon Facebook hoofsaaklik gebruik om inligting te bekom of om te sosialiseer.)
Vraag 3: Hoe het jy die gemeente se Facebook-blad ontdek en hoe gereeld besoek jy dit?
Hierdie vraag het ten doel gehad om te bepaal hoe gewild die gemeente se Facebook-blad is, in vergelyking met ander blaaie wat die persoon besoek.)
Vraag 4: Wat is jou behoefte – sosialiseer of inligting ontvang? (Indien nog nie duidelik uit die gesprek na vore gekom het nie.)
(Hierdie vraag het ten doel gehad om die respondente lei om na te dink oor hulle motivering vir sosiale media gebruik.)
Vraag 5: Het jy enige wenke of voorstelle?

(Hierdie was ’n oop vraag om aan die persoon die geleentheid te gee om inligting wat hy/sy dalk wou deel, maar nie by uitgekom het in die beantwoording van die vrae nie, nou te kon deel).

Tydens die eerste persoonlike onderhoud het daar ’n onderwerp na vore gekom, naamlik die belangrikheid van moedertaal. Tydens die daaropvolgende onderhoude is daar dus ’n vraag bygewerk oor die belangrikheid van moedertaal in ’n gemeente se sosiale media bediening (gewoonlik as Vraag 5).

2.5.5 **Data insameling**

Die navorser het ’n afspraak met elkeen van die persone met wie hy ’n onderhoud wou voer, gemaak en hulle ontmoet op ’n plek wat vir hulle gemaklik was. Met hulle toestemming is daar ’n bandopname van die onderhoude gemaak wat na afloop van die onderhoud getranskribeer is. Tydens die transkripsie is nie korreksies aangebring nie; dis nie taalkundig gekorrigeer nie, maar bloot verbatim weergegee, soos dit op die bandopname voorgekom het. Enige persoonlike inligting wat die persone kon identifiseer is uitgevee om sodoende hulle reg op privaatheid te respekteer.

2.5.6 **Data analise**

Die doel met die analise is om bepaalde patrone te identifiseer. Patrone kan of ooreenkomste of verskille wees (Babbie & Roberts, 2018:336). Ten einde hierdie patrone te identifiseer, wys hulle op drie vlakke van kodering:
“*Open Coding*” – Die navorser soek na sleutelkonsepte.
“*Axial Coding*” – Hier word spesifiek gesoek na kern-konsepte in die navorsing.
“*Selective Coding*” – Die navorser probeer ’n sentrale kode bepaal; die een waarmee al die ander kodes ’n verwantskap het (Babbie & Roberts, 2018:343).

Met die kodering van die onderhoude en fokusgroep-gesprekke, het die navorser telkens eerste met induktiewe kodering begin. Tydens hierdie proses poog die navorser om te bepaal wat die teks na vore bring en soek hy nie na spesifieke begrippe of temas nie. Dit is dus die beginsel van “*open coding*”. In ’n volgende rondte, is kodes wat nou verwant is saamgevoeg, maar hier het die navorser gepoog om aan die saamgevoegde kodes ’n kodenaam te gee wat korreleer met ’n belangrike konsep in die navorsing – “*axial coding*”.

Tydens die eerste rondte van kodering is 52 kodes aangeteken. Byvoorbeeld, die kode *Behoefte aan behoort*, wat voorkom in ATLAS.ti by 1:11, 1:16, 1:22, 1:27, 1:28, 2:12, 3:22, 3:26, 4:1. (*3:22 – Al kon ek nie self daar wees nie, laat dit jou tog ervaar dat jy deel is*). Of, *Bedenkinge oor sosiale media* – (2:4, 2:14, 2:24, 3:5, 4:14,4:15) 4:14 – “Kyk, die rede waarom ek nie so gereeld op FB is nie, het te make met my eerste ervaring van FB met mense wat overboard gegaan het”).

In ’n tweede rondte is sommige van die kodes wat nou verwant is, saamgevoeg. Vervolgens is hierdie kodes saam gegroepeer in vier kodegroepe, en wel volgens kern-konsepte in die navorsing (*Axial coding*), soos hieronder uitgebeeld.

Dokument groep	Kode	Definisie
Koinonia	Assosiasie Behoefte aan behoort Bevorder koinonia Deelname Familie Fotos Kinders Koinonia Kontak met vriende Mensgerig Ondersteuning Sosialisasie Verbintenis Verjaarsdag Voel deel	Opmerkings oor sosialisasie, koinonia, omgee vir mekaar, die belang van friende en famlie. Dit sluit in Kodes: Assosiasie, Behoefte aan behoort, Bevorder koinonia, Deelname, Familie, Fotos, Kinders, Koinonia, Kontak met vriende, Mensgerig, Ondersteuning,Sosialisasie, Verbintenis, Verjaarsdag, Voel deel.
Riglyne vir Sosiale Media	Admin Bedenkinge oor Sosiale Media Belang van geografies situasie Facebook is voorkeur Gemorspos Goedkoop Het nie fasiliteite nie Mensgerig Nie mobiel Op datum hou Share nie Taal Taal in Godsdiens Verjaarsdag Wenke	Riglyne vir sosiale media sluit in alle opmerking wat in oorweging geneem moet word, wanneer daar riglyne saamgestel word oor sosiale media gebruik.
Fokus op inligting	Admin Bewusmaking Inligting Op datum hou	Opmerking wat fokus op inligting wat oorgedra word. Dit sluit in Kodes: Admin, Bewusmaking, Inligtingen Op datum hou.
Pro Moedertaal	Moedertaal Taal in Godsdiens	Opmerkings oor die gebruik van moedertaal. Sluit in Kodes: Moedertaal, Taal in Godsdiens.

Figuur 2-23: Kodegroepe (Persoonlike onderhoude)-ATLAS.ti uitdruk

Die kodeboek in ATLAS.ti volg ’n standaard patroon, bestaande uit:

- Kodegroep naam – Die naam of etiket wat aan die bepaalde kodegroep toegeken is.
- Definisie – 'n Kort beskrywing van die kodegroep, sowel as watter kodes by die kodegroep ingesluit is.
- Uitsluitings – Watter begrippe en kodes nie inpas binne die kodegroep nie.
- Voorbeeld – ’n Voorbeeld uit die teks van data wat onder die kodegroep sal val.

2.5.6.1 Kodegroep 1 – Koinonia

Definisie: Alle aanhalings wat dui op sosialisasie, die bou van verhoudings, omgee vir mekaar, en prakties betrokke wees by mekaar, is in hierdie groep geplaas. Kodes wat in hierdie groep saamgegroepeer is, sluit in: Assosiasie, Behoefte aan behoort, Bevorder koinonia, Deelname, Familie, Foto's, Kinders, Koinonia, Kontak met vriende, Mensgerig, Ondersteuning, Sosialisasie, Verbintenis, Verjaarsdag, Voel deel.

Uitsluitings: Enige aanhalings wat gefokus het op suiwer oordrag van inligting.

Voorbeeld: "Het dit jou enigsins iets laat ervaar dat jy deel is van die gemeente?
A: Ja, ek dink dit het. Juis omdat hulle jou iets laat deel in wat gebeur het as jy nie daar was nie, of as jy daar was, jou tag, sodat jy dit weer kan onthou" (6:6 ¶ 7 – 8 in O6.rtf) (Bylaag D-6:6). [11]

2.5.6.2 Kodegroep 2 – Fokus op inligting

Definisie: Opmerking wat fokus op inligting wat oorgedra word. Dit sluit die volgende kodes in: Admin, Bewusmaking, Inligting, Op datum hou.

Uitsluitings: Enige aanhalings wat oor meer as net inligtingoordrag gehandel het (bv. sosialiseer, omgee vir mekaar en geestelike opbou).

Voorbeeld: "Wie is hulle, waarvoor staan hulle en wat ek hier sal kan vind" (6:8 ¶ 10 in O6.rtf) (Bylaag D-6:8).

2.5.6.3 Kodegroep 3 – Pro Moedertaal

Definisie: Enige opmerking wat die belang van moedertaal of Afrikaans uitlig.

Uitsluiting: Enige opmerking wat niks met taal te make het nie.

Voorbeeld: "Afrikaans. Vir seker, want dis my taal" (2:15 ¶ 20 in O2.rtf) (Bylaag D-2:15).

[11] In die verwysings na data, word beide die verwysing na die Bylae, sowel as die ATLAS.ti verwysingskode gebruik, sodat die verwysing in beide die aangehegte bylaes of in ATLAS.ti program nagespoor kan word.

2.5.6.4 Kodegroep 4 – Riglyne vir sosiale media

Definisie: Enige opmerking waar daar aanbevelings gemaak of riglyne gegee word oor sosiale media gebruik.

Uitsluitings: Opmerkings wat geen raad of aanbeveling oor Facebook gebruik insluit nie.

Voorbeeld: "Ek forward niks nie. Ek haat dit om te share (2:4 ¶ 4 in O2.rtf) (Bylaag D-2:4).

2.5.7 **Bevindinge uit die persoonlike onderhoude**

Soos in bogenoemde figuur duidelik is, is al die kodes ingedeel in vier kodegroepe, naamlik: i) Koinonia, ii) Fokus op inligting, iii) Pro moedertaal en iv) Riglyne vir sosiale media. Die laaste kodegroep, Riglyne vir sosiale media, bestaan uit kommentaar op huidige gebruike en wenke vir toekomstige sosiale media gebruik, en sal nie hier verder bespreek word nie, maar in die slothoofstuk in aanmerking geneem word.

Uit die twee kodegroepe, Koinonia en Fokus op inligting, is daar vanuit die navorsingsvrae, die volgende twee temas geïdentifiseer: i) Sosialisering of inligting; en ii) Sosiale media se bydrae tot koinonia. Vanuit die kodegroep,: Pro moedertaal, is die tema iii) Die gebruik van moedertaal in die gemeente se sosiale media bediening, geïdentifiseer.

i) Sosialisering of inligting

Die eerste vraag wat die navorser wou beantwoord, was 'Wat is die gebruikers se motivering om Facebook (sosiale media) te gebruik?' Soek hulle inligting of wil hulle sosialiseer op die blad?

Aan die een kant was daar response wat *inligting* aangedui het, en wel onder die volgende kodes: Administrasie, Bewusmaking van aktiwiteite, Inligting en Hou my op datum. Response het ingesluit: "weer terugkom Suid-Afrika toe, so ek wil graag clued-up wees oor wat hier aangaan" (1:8 ¶ 8 in O1.txt) (Bylaag D-1:8) ...; "goed om te sien wat in die gemeente aangaan" (2:8 ¶ 8 in O2.rtf) (Bylaag D-2:8)...; "afkondigings en dit wat plaasvind" (3:8 ¶ 8 in O3.rtf) (Bylaag D-3:8).

Ander response het *sosialisering* aangedui; kodes wat hier ter sake was, is: Assosiasie, Behoefte aan behoort, Bevorder koinonia, Deelname, Familie, Foto's, Kinders, Familie, Koinonia, Kontak met vriende, Mensgerig, Ondersteuning, Sosialisering, Verbintenis, Verjaarsdag en Voel deel. Response het ingesluit: "kontak met vriende te kan hê" (2:2 ¶ 2 in O2.rtf) (Bylaag D-2:2) ...; "Nie oor wat in ander mense se lewens aangaan nie … buiten nou as dit my interesseer, byvoorbeeld toe R se meisiekind getrou, dan stel ek belang om te lees wat in sy lewe aangaan…" (2:10 ¶ 10 in O2.rtf) (Bylaag D2:10) ...; "persoonlike kontak met die mense" (3:10 ¶ 12 in O3.rtf) (Bylaag D-3:10).

Opvallend is dat daar amper dubbel soveel response is wat gedui het op 'n behoefte om op Facebook sosialisasie te beleef, as wat daar 'n aanduiding was dat hulle net inligting soek. By sommige van die opmerkings wat onder "*inligting*" gelys is as die rede waarom hulle Facebook besoek, was daar in die uitbreiding van hulle antwoord aangedui dat hulle meer wil weet wat in ander mense se lewens aangaan; hulle wil inligting vir hulle families deurgee, foto's sien. As voorbeelde: "Dis lekker om by die dominee te hoor waaroor hulle gaan preek of wat by die mannebediening aangaan. Dit laat my ingelig en deel voel" (2:23 ¶ 24 in O2.rtf) (Bylaag D-2:23) ...; "As daar iets gepost word en mense comment daarop, dan ervaar ek iets van sosialisasie, maar ek dink 'n page en die kerk se page is meer inligtinggedrewe" (5:10 ¶ 17 in O5.rtf) (Bylaag D-5:10).

Die respondent wat redelik huisgebonde is, het aangedui dat hy op die kerk se Facebook-blad hoofsaaklik inligting soek, want hy het nog kontak met vriende en mede-lidmate wat by hom aan huis kom, maar wanneer dit kom by familie wat ver is, gebruik hy Facebook om te sosialiseer. Hy verwys dan na sy Facebook korrespondensie met sy kind as: "As't ware 'n gesprek" (3:15 ¶ 14 in O3.rtf) (Bylaag D-3:15); "Ek ervaar FB positief, as ek byvoorbeeld met my dogter-hulle in Amerika praat en ons het as't ware 'n gesprek". Die navorser is van mening dat hy Facebook primêr gebruik om te sosialiseer, maar dat die huidige aanwending van die gemeente se Facebook-blad van so aard is dat hy nie die moontlikheid vir sosialisering op die blad opmerk nie.

Die een respondent gee haar rede vir Facebook gebruik as "om te sien wat die familie doen ... om te sien wat aangaan in ander wat jy ken se lewens" (4:1 ¶ 4 in O4.rtf) (Bylaag D-4:1). Wanneer sy uitbrei oor die gemeente se Facebook-blad, praat sy weer voortdurend van "inligting" wat sy daar kan bekom. Ook hier sien die navorser dat die

gebruikers van die blad nog moet ontdek dat ook die gemeente se blad ’n plek kan wees om te sosialiseer, soos hulle op ander Facebook-blaaie doen.

Nog ’n respondent se rede om Facebook te besoek: “*Dis ’n nuusbron”*. Die navorser se eerste indruk was dus dat hy Facebook sien as ’n bron van inligting. Die respondent noem egter ook “want baie mense ‘*share’* nuus daar”...; “Nie oor wat in ander mense se lewens aangaan nie … buiten nou as dit my interesseer, byvoorbeeld toe R se meisiekind getrou, dan stel ek belang om te lees wat in sy lewe aangaan…” (2:9 ¶ 10 in O2.rtf) (Bylaag D-2:9). Dit blyk dus dat die “inligting” waarna hy soek, eintlik as sosialisering geklassifiseer kan word. Hy noem ook dat hy meestal sosialiseer op Facebook, maar nie op die kerk se blad nie; dit gebruik hy hoofsaaklik om inligting te bekom.

Die geheelbeeld is dat mense se behoefte op Facebook merendeels sosialisering is. Hulle het wel ook ’n behoefte aan inligting, maar meermale het hierdie inligting te make met betrokke wees in ander mense se lewens of uitvind waar hulle kan deelneem wat dus neerkom op sosialisering. Hulle ervaar egter nog nie die gemeente se Facebook-blad as ’n plek om te sosialiseer nie.

ii) Sosiale media se bydrae tot Koinonia

Die navorser het ook die vraag gevra of sosiale media kon help om ’n gevoel van koinonia te skep. Beide die respondente wat in die buiteland woonagtig was, het aangedui dat hulle behoefte gehad het aan koinonia en dat dit een van die redes was waarom hulle die gemeente se Facebook-blad besoek het (1:27 ¶ 10 in O1.txt) (Bylaag D-1:1-27) (3:11 ¶ 12 in O3.rtf) (Bylaag D-3:11). Die een het selfs onderskeid gemaak om te sê dat haar hoofrede om die blad te besoek terwyl sy in die buiteland is, sosialisering was, maar as sy in Suid-Afrika was, sou dit inligting wees, want sy het dan genoeg fisiese kontak.

Een van die opmerkings wat sy gemaak het, was dat hulle tuisgemeente in Suid-Afrika (waar hulle huis is) nie ’n Facebook-blad het nie en dat hulle tydens besoeke aan Suid-Afrika, soms inskakel by Langenhovenpark waar sy jare gelede ’n lidmaat was, sowel as by ’n ander gemeente, omdat sy via Facebook meer op hoogte is met Langenhovenpark en die ander gemeente, as met haar tuisgemeente: “en ons gaan nogal soontoe as ons hier is, alhoewel ons eintlik aan H*****k se gemeente behoort. Ek kry die gevoel… al sit ek daar ver … weet ek wat hier aangaan” (1:27 ¶ 10 in O1.txt) (Bylaag D-1:27).

Hulle koop egter video’s van hulle tuisgemeente se eredienste om in die buiteland te kyk wanneer hulle behoefte het aan die bywoning van ’n erediens. Hierin sien die navorser die groot rol wat ou media kan speel in die bediening, maar terselfdertyd ook ou media se tekortkominge. In die meeste gevalle is iets soos opnames van ’n erediens, klank of video, eenrigtingkommunikasie. Die tweerigtinggesprek wat sosiale media toelaat, bied mense meer as net inligting en help hulle om koinonia te ervaar. Die gevolg wat die navorser by die persoon sien, is dat sy al hoe meer met die gemeentes assosieer waar sy hierdie vorm van kommunikasie (koinonia) beleef.

Die ander persoon wat aktief op die gemeente se Facebook was, terwyl hy in die buiteland gewoon het, het ook aangedui dat sedert hy terug is in Suid-Afrika, hy selde die gemeente se blad besoek het, aangesien persoonlike kommunikasie moontlik was. In die afwesigheid van mede-gelowiges, het Facebook hom dus gehelp om steeds deel van ’n geloofsgemeenskap te voel. Die feit dat hy dit nou nie meer werklik benut nie, is dus waarskynlik nie ’n aanduiding dat Facebook nie die vermoë het om koinonia te bevorder nie, maar eerder ’n aanduiding dat baie steeds fisiese kontak verkies bo kontak in die kuberruim (2:28 ¶ 12 in O2.rtf) (Bylaag D-2:28). Dit sê egter nie dat koinonia in die kuberruim onmoontlik is nie, maar gee ’n aanduiding dat daar verder gedink moet word oor die verband tussen fisiese en aanlyn kontak.

Die persoon wat weens gesondheidsredes selde fisiese kontak met mede-lidmate beleef, het aangedui dat hy definitief ’n groot behoefte het aan koinonia (3:10 ¶ 12 in O3.rtf) (Bylaag D-3:10), maar hy is onseker of sosiale media dit kan aanspreek. Hy ervaar egter werklik kontak met sy kinders in die buiteland, via sosiale media, en vermoed dat dit ook moontlik sal wees binne gemeente verband, indien die blad reg benut word.

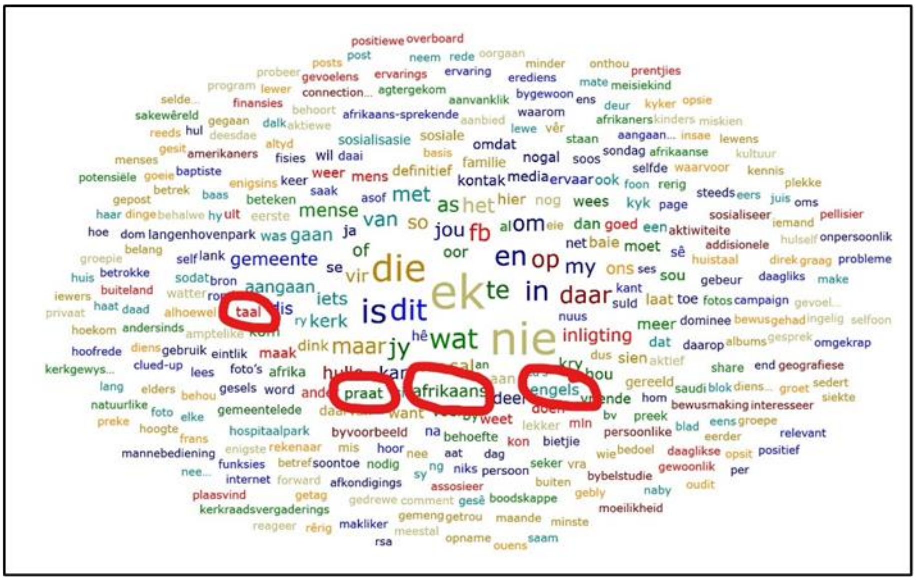
Die ander drie respondente is tans aktief betrokke in die gemeente en vir hulle was die vraag of Facebook koinonia kan bevorder dus akademies van aard. Die navorser het hulle gevra om hulle in te dink in ’n situasie waar hulle nie meer fisiese kontak met mede-lidmate het nie en of hulle dink Facebook sou kon help om ’n gevoel van koinonia te skep. Die een dame se respons was: “Ja, ek dink definitief so ... sodat ek darem nogsteeds iets van ’n ervaring kan hê van wat in die gemeente aangaan”. Die navorser lei dus af dat sy glo Facebook sal koinonia kan bevorder, maar betwyfel of daardie koinonia op dieselfde vlak sal wees as die koinonia wat sy tans fisies ervaar. Die ander het as volg gereageer: “Ek hou van mense... maar ja, tot ’n mate...”. Ook hier is ’n aanduiding dat Facebook

koinonia kan bevorder, maar die eerste linie van koinonia vir die respondent is steeds fisiese kontak.

Daar is dus ’n sterk aanduiding dat die gebruikers van die gemeente se Facebook-blad in ’n mate koinonia ervaar. Dit is egter nie so intens soos die koinonia wat hulle ervaar wanneer fisiese kontak ter sprake is nie. Op grond van hierdie opmerkings, het die navorser dus sy bedenkings oor ’n bediening waar mense suiwer net in die kuberruim bedien word, aangesien die vlak van koinonia wat daar bereik word, moontlik nie die diepte sal bereik soos in die geval van fisiese kontak nie. In die afwesigheid van fisiese kontak, weens geografiese afgesonderheid, huisgebondenheid, of waar mense bloot deur omstandighede selde fisiese kontak met mede-gelowiges kan bewerkstellig, kan sosiale media dalk ’n groot hulpmiddel wees om ’n persoon koinonia te laat ervaar.

iii) Moedertaal

Tydens die heel eerste onderhoud het daar ’n spontane, maar sterk reaksie gekom oor die taal wat gebruik word: “wie wil nou ’n diens in jou tweede taal hê” (1:18 ¶ 18 in O1.txt) (Bylaag D-1:18). Derhalwe is daar in die ander onderhoude ook gevra wat hulle voorkeur taal sou wees. Uit die onderstaande woordwolk (hoe hoër die frekwensie van die woord, hoe groter is die skrifgrootte en hoe nader aan die middel van die wolk staan die woord) wat deur ATLAS.ti gegeneer is, is dit duidelik dat taal ’n baie groter rol speel as wat die navorser aanvanklik verwag het en het dit dan ook uitgekristalliseer as een van die belangrike aspekte om aan aandag te gee.



Figuur 2-24: Woordwolk wat die belang van taal uitwys

In die vraag na ’n voorkeurtaal, het talle van die respondente heftig reageer. Met die uitsondering van een respondent, het die res sterk gevoelens gehad dat die gemeente se Facebook-blad in Afrikaans moet wees. “*As mense, my vriende Engels op FB praat, is ek op die daad omgekrap. Dis asof mense soms skaam is vir hulle taal*” (2:16 ¶ 20 in O2.rtf) (Bylaag D-2:16).

Uit die ses onderhoude was daar 15 kodes wat verband gehou het met die belangrikheid van moedertaal. Van die respondente het aangedui dat hulle geen probleem het om in die besigheidswêreld Engels te praat nie, maar dat hulle in hulle godsdiensbeoefening sterk voel oor hulle moedertaal. Een respondent het selfs aangedui dat hy nie eens ’n gemeenteblad sal lees as dit in Engels is nie. By die een respondent is daar ’n sterk gevoel dat sy op feitlik alle vlakke van die samelewing haar taal moes prysgee en wil nie sien dat moedertaal ook in die kerk “weggegooi” (haar woorde) word nie.

Nog ’n respondent het die doel van die blad gekoppel aan taal. Hy besef dat ’n meer universele taal dalk meer mense kan bereik, maar voel nie dat die gemeente juis mense wil bereik wat nie later gaan inskakel by die gemeente wie se bediening tans in Afrikaans is nie. Hierdie gedagte sluit dus aan by die vraag: Wie wil die gemeente almal bereik? Is dit mense wat slegs in die kuberruim kontak met die gemeente het of eerder mense wat ook ’n fisiese verbintenis met die gemeente kan aangaan?

Die een respondent wat in die buiteland woon, het voordat die navorser die vraag oor taal geopper het, aangedui dat sy nie graag eredienste daar bywoon nie, aangesien die Christene wat haar al genooi het van die Filippyne afkomstig is en die dag as sy saam met hulle ’n kerk funksie bywoon, hulle dit in Engels moet doen sodat sy kan volg. Haar reaksie hierop was “wie wil nou ’n diens in jou tweede taal hê?”

Die meerderheid het sterk gevoelens gehad oor taal en verkies om hulle godsdiens in hulle moedertaal te beoefen. Vir die navorser blyk dit dat sommiges ‘n gevoel van verlies ervaar wanneer dit by hulle moedertaal, Afrikaans, kom, veral omdat hulle selde hulle moedertaal in die besigheidswêreld kan gebruik; hulle voel sterk dat hulle dit nie by die kerk ook wil ervaar nie.

Die gemeente bedien tans hoofsaaklik Afrikaanssprekendes; dus word Afrikaans as deel van die gemeente se identiteit gesien. Daar heers die gevoel dat die gemeente waarskynlik nie anderstaliges sal aanspreek of sal bereik deur sosiale media nie. Daarom, is dit die moeite werd om hulle te verloor as hulle ontdek dat die gemeente se gebruikstaal eintlik Afrikaans is?

Hoewel ’n meer universele taal, soos Engels, dalk deur meer mense gelees kan word, is dit nie ’n aanduiding dat meer mense met die gemeente sal assosieer nie. Trouens, dit kan moontlik daartoe lei dat huidige lidmate en potensiële lidmate, nie tuis voel op die gemeente se sosiale media nie. Die gevoel wat die navorser kry, is dat dit nie *per se* oor Afrikaans gaan nie, maar oor die “moedertaal” van die gemeente. ’n Gemeente se taal op sosiale media moet ooreenstem met die normale gebruikstaal in die fisiese byeenkomste van die gemeente.

2.5.8 **Hoe word Sekondêre vraag 1 beantwoord?**

Daar is ’n sterk aanduiding dat die meeste mense ’n natuurlike behoefte aan koinonia het. Geografiese afgesonderheid beklemtoon egter hierdie behoefte dramaties en binne hierdie afgesonderheid, vervul sosiale media definitief in die behoefte. Wanneer mense egter ’n groter mate van fisiese kontak het, raak die behoefte aan sosialisering via digitale platforms minder. Daar blyk dus ’n duidelike onderskeid te wees tussen aanlyn en fisiese sosialisering/koinonia en hierdie aspek sal verder ondersoek word in Hoofstuk 3.

Dit is egter ook duidelik dat die formaat van die sosiale media platform van kardinale belang is. Indien die platform fokus op inligting oordrag (soos baie gemeentes se sosiale media platforms wel doen), sal daar nie veel koinonia ervaar word nie.

2.5.9 **Beperkinge van die ondersoek oor lidmate se gebruik van Facebook**

Die inhoud van die gemeente se Facebook-blad is sterk gefokus op inligting oordrag. Die respondente het gesukkel om hulle in te dink of ’n gemeente se Facebook-blad hulle kan help om te sosialiseer, aangesien hulle dit nie tans ervaar het nie. Buiten die twee respondente wat in die buiteland woonagtig was, het die beskikbaarheid van fisiese kontakgeleenthede tot gevolg gehad dat die meeste respondente se behoeftes deur hierdie byeenkomste bevredig is. Dit sou interessant wees om dieselfde ondersoek te

herhaal tydens die inperkingstyd, maar soos reeds in Hoofstuk 1 genoem, val dit buite hierdie ondersoek se skopus.

2.6 Fokusgroep gesprekke oor die gebruik van sosiale media in LHP

2.6.1 Wat is die doel van die fokusgroep-gesprekke?

Die navorser het in beide sy leeswerk en in die persoonlike onderhoude ontdek dat mense se persoonlike vooroordele ’n groot rol kan speel in hulle gebruik van sosiale media en dat dit ’n beduidende effek kan hê op ’n gemeente se poging om sosiale media aan te wend as ’n gemeentebediening. Om lidmate se persepsies te toets, is besluit om ’n fokusgroep te gebruik waar die deelnemers se persepsies van ’n sosiale media platform, in hierdie geval Whatsapp, te toets. Dit het behels dat hulle ervaring en persepsies oor ’n Whatsapp-groep getoets word voordat hulle binne gemeenteverband aan die funksionering van so ’n groep blootgestel is, en dan weer nadat hulle aan so ’n sosiale media groep blootgestel was vir ’n tydperk. Deur die loop van die proses is hulle ervaring van die groep se vermoë om koinonia te bevorder, ook getoets.

2.6.2 Die seleksie van respondente (doelgerigte steekproef)

Die navorser is van mening dat die koinonia dinamika juis meer doeltreffend bepaal kan word binne ’n groep wat onderlinge kontak het, eerder as in onderhoude met individue wat aan verskillende groepe behoort. Dit was gevolglik ook wenslik om van ’n bestaande fisiese groep gebruik te maak wat reeds in ’n verhouding met mekaar gestaan het ten einde te kan bepaal of die gebruik van ’n Whatsapp-groep ’n invloed het op hulle bestaande koinonia in ’n fisiese ruimte.

Die navorser het dus weer ’n doelgerigte steekproef gebruik. Aangesien die aanduiding was dat die vooropgestelde persepsies teenoor sosiale media veral onder ouer lidmate teenwoordig is, het die navorser besluit op ’n groep wat uit ouer persone bestaan. Vir hierdie fokusgroep onderhoud was ’n Bybelstudiegroep binne die gemeente van Langenhovenpark gebruik waarby die navorser reeds weekliks betrokke was. Die samestelling en besonderhede van die groep sal in die volgende afdeling meer breedvoerig bespreek word.

2.6.3 Fokusgroep

Wanneer De Vos *et al* (2011:360) fokusgroepe as ’n vorm van ’n onderhoud bespreek, merk hulle op: “*They are a means of better understanding how people feel or think about*

an issue, product or service". Die groep is 'gefokus' in soverre dit betrokke is by 'n kollektiewe aktiwiteit, en laasgenoemde dan kan bespreek en evalueer. Gevolglik is 'n fokusgroep 'n navorsingstegniek waar data versamel word deur groep interaksie oor 'n bepaalde onderwerp (De Vos *et al.*, 2011:361).

Die navorser sien die fokusgroep wat hy gebruik het as deel van 'n multi-metode navorsing waar meer as een wyse van data insameling gebruik word om mekaar aan te vul, en waar die groep nie net gesien word as 'n aanvulling tot 'n primêre navorsingsmetode nie (De Vos *et al.*, 2011:361).

Fokusgroep onderhoude verloop dieselfde as individuele onderhoude, buiten dat die navorser die gesprek moet bestuur sodat sekere lede nie die gesprek oorneem terwyl hulle niks tot die gefokusde onderwerp bydra nie. As gevolg van die dinamika binne 'n groep persone, kom daar soms nuwe inligting na vore wat die navorser glad nie verwag het nie en moontlik nooit in 'n individuele gesprek sou bekom nie (Babbie, 2008:339).

Billson (2006: 23) bied enkele riglyne oor die hantering van 'n fokusgroep om die deelnemers "psigologies veilig" te laat voel.

- Die navorser moet 'n ruimte skep waar deelnemers hulle opinie kan lig sonder die gevaar dat hulle verbaal aangeval sal word.
- Die navorser moet norms van openhartigheid en aanvaarding van mekaar se opinies daarstel.
- Vertroue en deelname sal toeneem as die deelnemers voel dat hulle in 'n gedeelde situasie is.
- Dis belangrik om ooreenkomste in antwoorde uit te lig, aangesien dit legitimiteit aan mense se opinies heg.
- Niemand moet toegelaat word om finale afleidings te maak, asof hulle die finale sê het nie.
- Die navorser moet neutraal bly deur opmerkings te erken, sonder om 'n uitspraak daaroor te maak.

Volgens Given (2008:352), is die voordeel van fokusgroepe dat dit gebruik kan word "…*for exploratory research, where the participants are relatively free to discuss the topic as they see fit, or they can be used in a more structured fashion, where the interviewer or moderator takes a more active role in controlling the issues to be discussed*".

Wanneer daar ’n wysiging geskied binne die onderwerp wat bespreek word, en die reaksie voor die wysiging word vergelyk met die reaksie na die wysiging, word daar verwys na ’n intervensie. ’n Intervensie fasiliteer meestal ’n bewuswording dat die huidige situasie nie is wat dit veronderstel is om te wees nie, en dat ’n verandering oorweeg moet word (sien Hermans & Schoeman, 2015:30; Verschuren & Doorewaard, 2013:66).

2.6.4 **Data versameling**

Die navorser is tydens ’n bybelstudiegroepbyeenkoms onkant gevang deur die negatiewe reaksie wat verkry is met die voorstel dat ’n Whatsapp-groep gestig moet word. Die geleentheid is aangegryp om ’n fokusgroep onderhoud met sodanige persone te voer en sodoende hulle ervaring van ’n Whatsapp-groep te toets voor hulle deel vorm van so ’n groep; en dan ’n paar maande later, nadat hulle vir ’n tyd deel was van so ’n groep, weer ’n fokusgroep onderhoud te voer.

Die groep is ’n bestaande dames bybelstudiegroep (24 persone) (ouderdomme wissel tussen 62 en 87) wat weekliks bymekaarkom en tydens hulle byeenkomste tyd maak om lief en leed met mekaar te deel. Sommige van die lede het verdere kontak deur die week, maar die meerderheid het net een keer per week kontak.

Die navorser het aan die groep verduidelik dat hy ’n Whatsapp-groep vir die groep wil stig, sodat hulle meer oor en weer kommunikasie met mekaar kan hê deur die loop van die week. Voordat die groep egter geïmplementeer word, wou hy graag hulle opinie oor die gebruik van sulke Whatsapp-groepe bepaal deur net een enkele vraag te bespreek. Die vraag was: Dink julle ons moet ’n Whatsapp-groep stig sodat ons meer kontak kan hê en sodoende sterker bande met mekaar kan smee? (Die navorser wou nie die woord koinonia gebruik nie, omdat almal dalk nie bekend was met die woord nie.)

Die navorser het ’n klankopname van die byeenkoms gemaak, maar weens die grootte van die groep en lokaal, en veral die feit dat ’n aantal persone soms gelyktydig ’n opmerking beaam het, was dit soms moeilik om elke opmerking individueel te hoor. Hy het egter tydens die groepgesprek self ook hulle response aangestip, soos dit gelewer is en tussen die notas en die opname kon ’n verbatim verslag van die gesprek opgestel word. Talle van die opmerkings is deur ander onderskryf deur instemmende kopknikke en/of verbale bevestiging. Die navorser het in sy verslag van die gesprek so ver as

moontlik ook hierdie verbale en nie-verbale "agtergrond"-opmerkings, asook die geleenthede waar persone gelyktydig gepraat het en nie al die partye se onderskeie woorde duidelik hoorbaar was nie, die gesprek in kursief as agtergrond-opmerkings aangeteken.

Nadat die Whatsapp-groep vir drie maande in gebruik was, het die navorser 'n tweede fokusgroep onderhoud gevoer. Met die uitsondering van een persoon wat afwesig was, was dit presies dieselfde groep en dieselfde vraag is bespreek: Dink julle dis goed om 'n Whatsapp-groep te hê, sodat ons meer kontak kan hê en sodoende sterker bande met mekaar kan smee? (Tydens die eerste fokusgroep onderhoud was die vraag: Dink julle dis goed om 'n Whatsapp-groep te stig...) Dieselfde prosedure is gevolg in die versameling van die data en die transkribering daarvan.

2.6.5 **Data analise**

2.6.5.1 Inleiding

Soos met die vorige navorsingsprojekte, is daar ook in hierdie studie van ATLAS.ti gebruik gemaak om te help met die analisering van die data. Die kodering het op dieselfde wyse as tydens die persoonlike onderhoude[12], geskied.

2.6.5.2 Eerste fokusgroep byeenkoms

Tydens die eerste fokusgroep byeenkoms is daar deur middel van induktiewe kodering, 21 kodes geïdentifiseer: Angs, Bekostigbaarheid, Betrokke by ander, Distansieer, Dreigemente, Geestelike boodskappies, Goed vir admin, Het nie Whatsapp, Hoë frekwensie frustrerend, Irrelevante boodskappe, Kontak met familie, Kontak met vriende, Kwaad, Meer kontak, Negatief, Omgee vir ander, Onkunde, Oorskry afstand, Positief, Twyfel, Ure pla.

Tydens 'n tweede rondte van kodering, is die kodes wat ooreenkomste toon, saamgegroepeer en in vier kodegroepe verdeel, naamlik i) Onkundig oor Whatsapp, ii) Irritasie met Whatsapp, iii) Praktiese gebruiksmoontlikhede, en iv) Verbeter koinonia.

Dokument groep		Kode	Definisie
Onkundig oor Whatsapp	3	Het nie Whatsapp Onkunde Twyfel	Hierdie groep handel oor onkundig aangaande die gebruik van Whatapp. Sluit in kodes: Het nie Whatsapp, Onkunde, Twyfel.
Irritasie met Whatsapp	9	Angs Distansieer Dreigemente Geestelike boodskappies Hoe frekwensie is frustrerend Irrelevante boodskappe Kwaad Negatief Ure pla	Die groep handel oor dinge wat mense irriteer aangaande Whatsapp. Sluit in kodes: Angs, Distansieer, Dreigemente, Geestelike boodskappies, Hoë frekwensie, Irrelevante boodskappe, Kwaad, Negatief, Ure pla.
Praktiese gebruiksmoontlikhede	3	Bekostigbaar Goed vir admin Oorskrei afstand	Die groep sluit in praktiese gebruiksmoontlikhede van Whatsapp. Kodes in die groep: Bekostigbaar, Goed vir admin, Oorskrei afstand.
Verbeter koinonia	5	Betrokke by ander	Die groep bevat opmerkings wat aandui dat Whatsapp koinonia

[12] Vergelyk Afdeling 2.5.6.

Figuur 2-25: Fokusgroep 1 – Kodegroepe (soos onttrek van ATLAS.ti)

2.6.5.2.1 Kodegroep 1 – Onkundig oor Whatsapp[13]

Definisie: Hierdie groep handel oor onkundigheid rakende die gebruik van Whatsapp. Sluit in kodes: Het nie Whatsapp, Onkunde, Twyfel.

Uitgesluit: ’n Opmerking wat nie onomwonde ’n onkunde oor die gebruik van Whatsapp oordra nie.

Voorbeeld: – “Weet nie eens of my foon WhatsUp (sic) kan kry nie” (1:46 ¶ 23 in WA Fokus 1) (Bylaag F-1:46). “Hoe moet ek dan maak om dit op my foon te laai” (1:55 ¶ 31 in WA Fokus 1) (Bylaag F-1:55).

2.6.5.2.2 Kodegroep 2 – Irritasie met Whatsapp

Definisie: Die groep handel oor dinge wat mense irriteer aangaande Whatsapp en sluit die volgende kodes in: Angs, Distansieer, Dreigemente, Geestelike boodskappies, Hoë frekwensie, Irrelevante boodskappe, Kwaad, Negatief, Ure pla.

Uitgesluit: Enige positiewe ervaring van Whatsapp.

Voorbeelde: “Hou soms net nooit op” (1:16 ¶ 8 in WA Fokus 1) (Bylaag F-1:16). “Ja maar al die geestelike boodskappies is die ergste” (1:40 ¶ 19 in WA Fokus 1) (Bylaag F-1:40).

2.6.5.2.3 Kodegroep 3 – Praktiese gebruiksmoontlikhede

[13] Sien Afdeling 2.5.6 vir die verduideliking van die struktuur van die kodeboek.

Definisie: Die groep sluit in praktiese gebruiksmoontlikhede van Whatsapp. Kodes in die groep: Bekostigbaar, Goed vir admin, Oorskry afstand.

Uitgesluit: Negatiewe kommentaar oor Whatsapp. Opmerkings wat nie bydra tot die praktiese gebruik van Whatsapp nie.

Voorbeelde: “Goedkoop” (1:5 ¶ 3 in WA Fokus 1) (Bylaag F-1:5). “Mekaar kan laat weet as die groep dalk nie bymekaarkom” (1:50 ¶ 27 in WA Fokus 1) (Bylaag F-1:50).

2.6.5.2.4 Kodegroep 4 – Verbeter koinonia

Definisie: Die groep bevat opmerkings wat aandui dat Whatsapp koinonia (sosialisasie) kan bevorder. Dit sluit die volgende kodes in: Betrokke by ander, Kontak met familie, Kontak met vriende, Meer kontak, Omgee vir ander.

Uitsluitings: Opmerkings wat net gaan oor inligting oordrag of praktiese gebruike van die groep.

Voorbeelde: “Lekker om te weet wat in almal se lewens aangaan” (1:19 ¶ 10 in WA Fokus 1) (Bylaag F-1:19). “Kinders in die buiteland”(1:7 ¶ 4 in WA Fokus 1) (Bylaag F-1:7).

2.6.5.3 Implimentering van ’n Whatsapp-groep

Die navorser het die bybelstudiegroep se lede egter oortuig om ’n Whatsapp-groep vir ’n proefperiode te stig. Die groep is gestig, maar met die uitdruklike reël dat die groep slegs gebruik mag word vir administrasie en vir lief en leed.

Tydens die daaropvolgende vier maande was daar enkele administratiewe boodskappe, soos mense wat verskoning maak vir ’n byeenkoms en navrae oor waar die volgende studiestuk begin.

Toenemend het mense egter lief en leed begin deel. Mense het voorbidding gevra vir hulself en familielede, mekaar geluk gewens met verjaarsdae, en daar was soms ’n opvolgvraag nadat iemand tydens die fisiese byeenkoms vertel het van ’n krisis in hulle lewe. Oor die Kerstyd was daar ook baie Kersboodskappe gedeel. Deur die hele verloop

van tyd was daar net een of twee algemene boodskappe wat mense waarskynlik iewers ontvang het en toe weer op die groep aangestuur het.

2.6.5.4 Tweede fokusgroep byeenkoms

Tydens die tweede fokusgroep byeenkoms was daar deur middel van induktiewe kodering, 17 kodes geïdentifiseer, naamlik: Betrokke by ander, Bly in kontak, Bou bande, Ervaar ondersteuning, Gebed, Help met admin, Omgee vir ander, Oorskry afstand, Opbouende boodskappe, Positief, Riglyne vir gebruik, Spyt dat nie deel is nie, Tegnologies afgesny, Vergemaklik kontak, Verjaarsdag, Voel uitgesluit, Wil ook deel wees.

In ’n tweede rondte van kodering is kodes wat verwant was, saamgegroepeer en in vier kodegroepe verdeel, naamlik: i) Bevorder koinonia, ii) Geestelik opbouend, iii) Bevorder administrasie, en iv) Behoefte om ook deel te wees van die Whatsapp-groep.

Dokument groep	Kode	Definisie
Bevorder koinonia	Betrokke by ander Bly in kontak Bou bande Ervaar ondersteuning Omgee vir ander Verjaarsdag	Sluit die kodes in wat duid dat die Whatsapp groep 'n bydrae lewer tot koinonia. Sluit in kodes: Betrokke by ander, Bly in kontak, Bou bande, Ervaar ondersteuning, Omgee vir ander, Verjaarsdag.
Geestelik opbouend	Gebed Opbouende boodskappe	Is geestelik opbouend. Sluit in kodes: Gebed, Opbouende boodskappe
Bevorder administrasie	Help met admin Oorskrei afstand Vergemaklik kontak	Help met administrasie en die praktiese oorbrugging van afstand. Kodes: Help met admin, Oorskrei afstand, Vergemaklik kommunikasie.
Behoefte om ook deel van die Whatsapp groep te wees	Spyt dat nie deel is Tegnologies afgesny Voel uitgesluit Wil ook deel wees	Persone wat nie op die groep is nie, het behoefte om ook deel te wees. kodes: Spyt dat ek nie deel is nie, Tegnologies afgesny, Voel uitgesluit, Wil ook deel wees.

Figuur 2-26: Fokusgroep 2 – Kodegroepe (soos onttrek van ATLAS.ti)

2.6.5.4.1 Kodegroep 1 – Bevorder koinonia [14]

Definisie: Sluit die kodes in wat aandui dat die Whatsapp-groep ’n bydrae lewer tot koinonia. Sluit die volgende kodes in: Betrokke by ander, Bly in kontak, Bou bande, Ervaar ondersteuning, Omgee vir ander, Verjaarsdag.

Uitsluitings: Enige opmerking wat nie direk verband hou met verhoudingsbou of koinonia nie.

[14] Sien Afdeling 2.5.6 vir die verduideliking van die struktuur van die kodeboek.

Voorbeelde: "Deur die week op hoogte te wees met hoe dit gaan met almal" (1:2 ¶ 2 in WA Fokus2) (Bylaag F-2:2); "Ander se verjaarsdae te onthou" (1:27 ¶ 19 in WA Fokus2)(Bylaag F-2:27).

2.6.5.4.2 Kodegroep 2 – Geestelik opbouend

Definisie: Is geestelik opbouend. Sluit die volgende kodes in: Gebed, Opbouende boodskappe.

Uitsluitings: Alle opmerkings wat nie met geestelike inspirering te make het nie.

Voorbeelde: "Weereens dankie aan elkeen van julle wat boodskappies gestuur het en vir ons gebid het – dit het ons gedra in die tyd" (1:12 ¶ 8 in WA Fokus2) (Bylaag F-2:12).

2.6.5.4.3 Kodegroep 3 – Bevorder administrasie

Definisie: Help met administrasie en die praktiese oorbrugging van afstand. Kodes sluit in: Help met admin, Oorskry afstand, Vergemaklik kommunikasie.

Uitsluitings: Enige opmerking wat nie direk met goeie administrasie te make het nie.

Voorbeelde: "Navraag te doen oor waar ons moet begin" (1:23 ¶ 15 in WA Fokus2) (Bylaag F-2:23). "Hoef te wag tot volgende week" (1:21 ¶ 13 in WA Fokus2) (Bylaag F-2:21).

2.6.5.4.4 Kodegroep 4 – Behoeftes om ook deel van die Whatsapp-groep te wees

Definisie: Persone wat nie op die groep is nie, het behoefte om ook deel te wees. Kodes sluit in: Spyt dat ek nie deel is nie, Tegnologies afgesny, Voel uitgesluit, Wil ook deel wees.

Uitsluitings: Enige opmerking wat nie te make het met mense wat nie Whatsapp het nie en gevolglik uitgesluit voel.

Voorbeelde: "Ek voel bietjie uitgesluit – my foon kan nie daai Whats se dinges doen nie, so ek weet nie lekker waarvan julle praat nie. Ja, myne ongelukkig ook nie – en dit lyk

my ek mis uit" (1:19 ¶ 12 in WA Fokus2) (Bylaag F-2:19). "My dogter sê ek kan haar foon kry en dit kan Whatsapp doen, dan kan ek ook deel wees" (1:30 ¶ 21 in WA Fokus2) (Bylaag F-2:30).

2.6.5.5 Die groep se persepsie van 'n Whatsapp groep voor hulle ervaring van so 'n groep

Daar was aanvanklik 'n paar positiewe opmerkings van persone wat kontak behou met familie en vriende, selfs in die buiteland.

Daar was egter baie negatiewe kommentaar oor mense wat voortdurend geestelike boodskappies plaas, veral as daar dan die versoek is dat die boodskappies aangestuur moet word. Dit het talle so geïrriteer dat hulle die groepe verlaat het. Nog 'n irritasie was die boodskappe wat laatnag deurkom.

As gevolg van hierdie gebruik van sosiale media, was die meeste van hulle redelik negatief oor 'n Whatsapp-groep. Enkele het gemeld dat hulle glad nie sosiale media ken nie en ook twyfel of hulle fone dit kan hanteer.

Die meeste het gevoel dat dit baie kan help met die administrasie, maar dat hulle nie eintlik behoefte het aan meer kontak nie, veral omdat sosiale media gebruik word vir die verspreiding van gemorspos.

2.6.5.6 Die groep se persepsie van 'n Whatsapp groep na hulle ervaring van so 'n groep

Daar was baie positiewe kommentaar oor die gebruik en aanwending van die Whatsapp-groep om deurgaans op hoogte te wees met almal se lief en leed.
Heelwat het positief reageer op die gebruik om mekaar met verjaarsdae geluk te wens, veral in tye wat die groep nie fisies byeen gekom het nie. Ook die onderlinge ondersteuning tydens krisistye is uitgelig as 'n positiewe gebruiksmoontlikheid van die groep.

Daar was 'n duidelike aanduiding dat die groep die lede van die bybelstudiegroep nader aan mekaar gebring het (koinonia bevorder het). Ook die vermoë om die administrasie van die bybelstudiegroep te bevorder, is uitgelig.

2.6.5.7 Verdere waarnemings wat die navorser gemaak het

Tydens die bespreking van die metodologie, is reeds gemeld dat die navorsingsprosesse nie noodwendig liniêr geskied nie, maar dat daar soms ’n heen en weer beweging plaasvind. Die opmerkings wat volg vorm deel van informele waarnemings (*attending*) deur die navorser in die weke wat gevolg het tot die voltooiing van die fokusgroep onderhoude. Die inligting wat die navorser egter deur hierdie informele waarnemings bekom het, is relevant vir die huidige navorsing.

Enkele weke na die gesprek in die groep, is een van die groeplede oorlede. Sy het nie self ’n slimfoon gehad nie, maar haar man se foonnommer op die groep gebruik. Hy het dus die groep se boodskappe altyd op sy foon ontvang en aan haar oorgedra. Daar was in die voorafgaande weke baie boodskappe van ondersteuning tydens haar siekbed. Na haar afsterwe, het haar man 6:06 die oggend ’n boodskap op die groep geplaas om almal mee te deel dat sy die nag oorlede is. Teen 10:02 het 16 van die groeplede reeds simpatiebetuigings op die groep geplaas. Enkele weke later het die navorser by die oorlede dame se man verneem of sy nommer van die groep verwyder moet word. Hy het geantwoord dat hy nie sy nommer wil laat verwyder nie. Hy volg steeds wat op die groep aangaan en voel steeds gebonde aan die groep; hy skryf dit toe aan almal se ondersteuning tydens die afsterwe van sy vrou.

By ’n ander geleentheid het een van die dames haar dank betuig teenoor almal wat haar geluk gewens het met haar verjaarsdag. Sy meld dat dit ’n baie spesiale dag was, omdat meer as 160 mense haar die dag gebel het of boodskappe gestuur het om haar geluk te wens. Die meeste van die gelukwensings was SMS’e of Whatsapp’s, maar dit het haar steeds spesiaal laat voel.

Die derde insident het twee sake uitgelig: Die misbruik van sosiale media en die ervaring van koinonia. Een van die dames het die groep verlaat nadat daar ’n paar geestelike boodskappe “ge-*share*” is op die groep. Sy het die navorser persoonlik gekontak en verduidelik dat sy nie tyd het om al die boodskappies te lees nie en daarom eerder die groep verlaat.

’n Maand of so na hierdie insident, ontvang die persoon ’n oproep dat ’n familielid van haar in ’n ander provinsie in ’n ongeluk was en sy haas haar om die persoon te gaan bystaan. Op pad soontoe, kontak sy die navorser en versoek hom om haar weer op die

groep te plaas, aangesien sy die ondersteuning van haar vriendinne nodig het en sy nou pas die waarde van die groep besef het.

In al drie hierdie verhale blyk dit duidelik dat mense koinonia beleef as gevolg van sosiale media boodskappe. Meer belangrik is egter dat die verhoudings op hierdie groep nie nuwe verbintenisse was nie. Hulle was reeds in fisiese verhoudings. Die aanlyn kommunikasie het bloot die reeds bestaande kommunikasie verbeter, en ’n ervaring geskep van mense wat meer omgee.

2.6.5.8 Bevindinge uit die fokusgroep onderhoude

Voor die groep gestig is, was die meerderheid vrae en opmerkings gefokus op die vrees dat die groep mense se tyd gaan roof as gevolg van misbruik. In die saamgroepering van kodes, was daar 13 negatiewe response teenoor 12 positiewe response. Die grootste vrees was dat die groep gebruik sal word om geestelike boodskappies en irrelevante boodskappe aan te stuur. Een van die 12 positiewe response was oor die groep se vermoëns om administrasie te bevorder, terwyl die ander 11 gefokus het op meer onderlinge kontak. Die kantlyn opmerkings en oproepe van ”stem saam”, wat nie werklik getel kan word nie, het tog aan die navorser die baie duidelike indruk gegee dat die oorwoë opinie oor ’n Whatsapp-groep negatief was.

Tydens die tweede gesprek (na die verloop van vier maande waarin die Whatsapp-groep in gebruik was) het slegs een persoon ’n opmerking oor die administratiewe gebruik gemaak; die opmerking was positief. Niemand het enigsins verwys na misbruik nie. Die verskil in opinie tussen die eerste en tweede fokusgroep was radikaal.

Agt van die response was positief oor die Whatsapp-groep se vermoë om meer kontak te bewerkstellig. Weereens was talle van die response ondersteun deur instemmende opmerkings en kopknikke wat moeilik in ’n getalwaarde omgeskakel kan word. Dit was egter duidelik dat die oorgrote meerderheid positief was oor die addisionele kontak wat hulle met mekaar beleef het; almal het iets van omgee beleef.

Die grootste verskil tussen die terugvoer tydens die eerste gesprek en die tweede gesprek, was die negatiewe opinies wat die lede gehad het. In die eerste opname was daar 13 negatiewe verwagtings, terwyl daar in die tweede terugvoer nie ’n enkele negatiewe respons was nie. Dit is duidelik dat die blootstelling aan so ’n groep tot gevolg

gehad het dat die groep se negatiewe verwagtings besweer is en vervang is met ’n positiewe ingesteldheid oor Whatsapp-groepe.

Een van die insiggewende opmerkings is na die byeenkoms gemaak deur ’n dame wat gesê het “Julle het my verjaarsdag in Desember onthou” (1:5 ¶ 4 in WA Fokus2) (Bylaag F-2:5). Sy het opnuut aan die navorser openbaar hoe wonderlik dit was dat die lede haar verjaarsdag onthou het. Omdat sy in Desember verjaar, wanneer die groep nie weekliks bymekaarkom nie, was daar in die verlede, ondanks ’n verjaarsdaglys waaroor almal beskik het, net een of twee lede wat haar verjaarsdag onthou het. Maar as gevolg van die Whatsapp-groep het feitlik al die groeplede haar die afgelope jaar geluk gewens en dit was vir haar wonderlik om te ervaar dat hulle soveel vir haar omgee. Dit was dus duidelik dat sy koinonia ervaar het, as gevolg van die reaksie op die groep.

2.6.6 Hoe word Sekondêre vraag 1 beantwoord?

Die gebruikers het werklik ervaar dat die sosiale media groep koinonia tussen hulle bevorder het. Voorheen was hulle kontak met mekaar meestal beperk tot die weeklikse byeenkoms. Die Whatsapp groep het egter tot gevolg gehad dat hulle reg deur die week kontak met mekaar behou het, sonder dat hulle fisiese kontak met mekaar gehad het nie.

2.6.7 Beperkinge van die ondersoek oor lidmate se ervaring van ’n Whatsapp-groep

Die samestelling van die steekproef mag dalk bevraagteken word. ’n Bestaande bybelstudiegroep is gebruik, eerder as om doelgerig ’n aantal mense te kies om deel te wees. Die navorser twyfel egter of hy werklik die langtermyn (4 maande) ervaring van die praktiese gebruik van ’n groep sou kon moniteer, indien dit ’n kunsmatig-saamgestelde groep was, pleks van ’n groep wat reeds fisiese koinonia ervaar het, maar min ondervinding gehad het van sosiale media se vermoë om ook koinonia te fasiliteer.

2.7 Integrasie van die drie empiriese ondersoeke

Uit al drie die ondersoeke is daar sterk aanduidings dat mense ’n behoefte het aan koinonia, ook op sosiale media. Dit is veral uit die persoonlike onderhoude duidelik dat sommige mense wel koinonia beleef op sosiale media. Hulle soeke en ervaring daarvan hang egter baie nou saam met hulle lewenssituasie. Die soeke na koinonia op sosiale media kom veral voor by mense wat weens geografiese afsondering dit nie op ’n fisiese vlak gereeld kan ervaar nie. Diegene wat koinonia tans in ’n fisiese omgewing ervaar, het

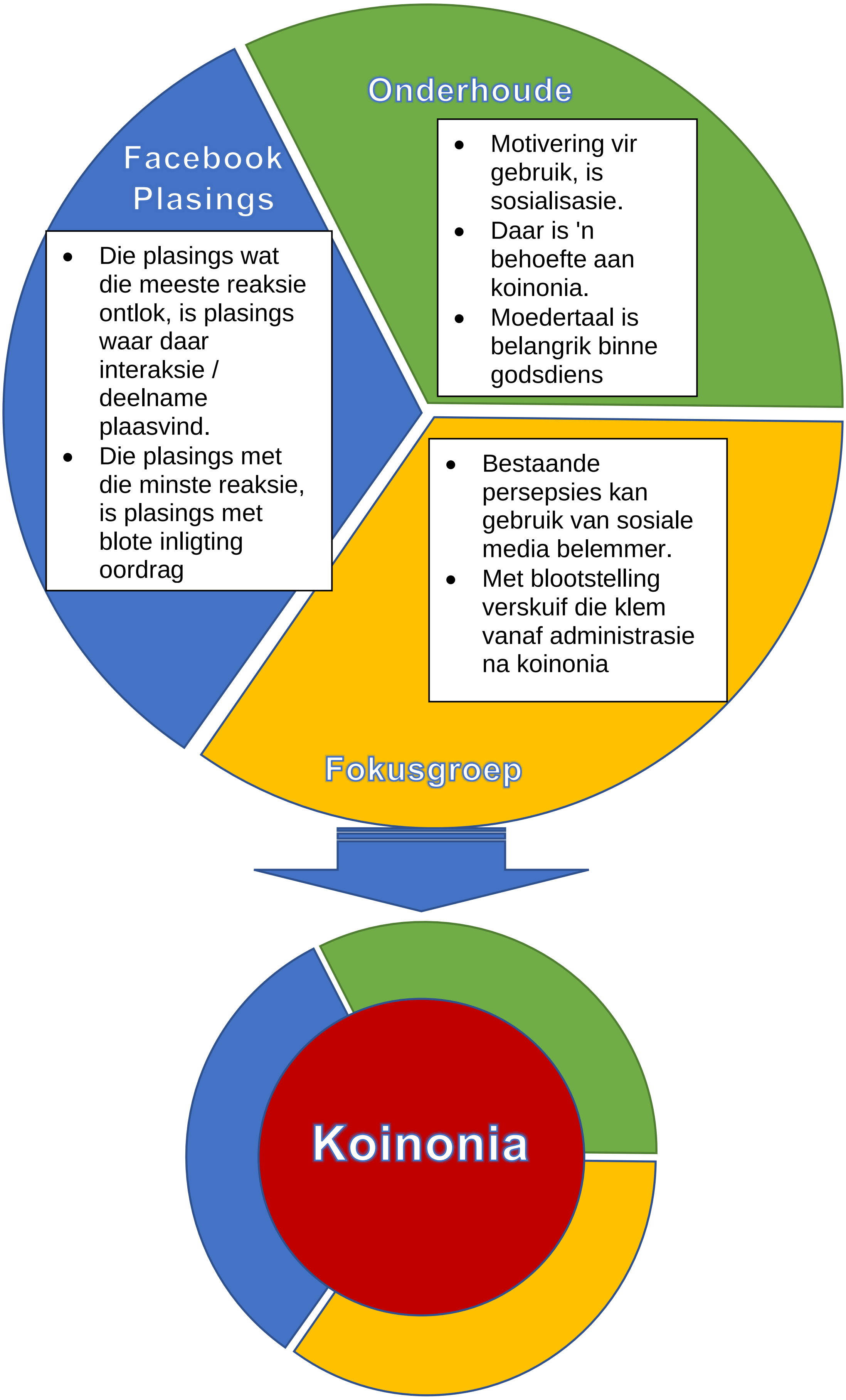
minder behoefte daaraan op sosiale media en twyfel selfs of sosiale media dieselfde vlak van koinonia kan bied.

Die voorlopige aanduiding is dus dat daar waarskynlik ’n kwalitatiewe verskil is tussen koinonia op fisiese en op virtuele vlak. Hierdie moontlike onderskeid sal in volgende hoofstukke verder ondersoek word.

Dit is ook duidelik dat die meeste gemeentes sosiale media aanwend om hoofsaaklik inligting oor te dra. Indien die fokus van sosiale media platforms nie koinonia is nie, sal dit nie slaag om koinonia te bewerkstellig nie. Die inhoud en fokus van gemeentes se sosiale media bedienings moet dus krities bedink word. In die slothoofstuk sal hierdie opmerking verder bespreek word.

Voorts bevind die navorsing dat sekere vooropgestelde idees oor sosiale media kan dien as ’n blokkasie by gebruikers. Sodra hierdie blokkasies uit die weg geruim kan word, ervaar die gebruikers daadwerklike koinonia. Trouens, hulle fokus vir die gebruik van sosiale media skuif vanself weg van administrasie na sosialisasie en koinonia.

Wanneer die drie ondersoeke se bevindinge saam gelees en getrianguleer word, is daar een konsep wat as gemene deler uitstaan. Sosiale media se primêre gebruiksdoel is nie om bloot inligting oor te dra nie, maar om sosialisasie te bevorder. Binne die kerk kan hierdie sosialisasie help om koinonia te bevorder (sien Figuur 2-27).



Figuur 2-27: Integrasie van empiriese ondersoeke

Hoe word Sekondêre vraag 1 “Ervaar die gebruikers van sosiale media dat dit koinonia bevorder tussen individue en groepe in die gemeente” dus beantwoord?
Sosiale media het inherent die vermoë om koinonia te bevorder. Indien die sosiale media egter nie reg bestuur word nie, sal die gebruikers nie werklik koinonia ervaar nie.

Daar is ’n duidelike behoefte aan koinonia, ook op sosiale media. Die hele konsep van aanlyn koinonia en sosialisering, in teenstelling met fisiese koinonia en sosialisering, moet verder ondersoek word. Die konsep van koinonia, asook die begrip van gemeente (as ruimte waarbinne hierdie koinonia plaasvind), verdien ook verdere besinning. In die volgende twee hoofstukke sal aan hierdie sake aandag geskenk word deur na te vors wat reeds oor hierdie onderwerpe geskryf en bevind is, en wel vanuit die sosiale wetenskappe en teologie.

HOOFSTUK 3.
’n INTERPRETATIEWE ONDERSOEK NA SOSIALE MEDIA EN DIE INVLOED WAT DIT OP SOSIALISERING HET

3.1 Inleiding

Tydens die empiriese navorsing is bepaalde waarnemings gemaak oor gebruikspatrone en voorkeure van sosiale media gebruikers. In hierdie hoofstuk, fokus die navorser op Osmer (2008:79-128) se interpretatiewe taak en vra die vraag: Hoekom gebeur dit wat in die empiriese ondersoek gehoor is? Om hierdie vraag te beantwoord, word ’n literatuurstudie gedoen. Eerstens, om te bepaal hoe groot die effek van sosiale media is deur te kyk hoe hierdie fenomeen ontstaan en gegroei het; en tweedens, om te bepaal wat reeds bevind is oor die invloed wat sosiale media op sosialisering het. Die sekondêre vraag waarna in hierdie hoofstuk gekyk word, is: Wat is die invloed van sosiale media op die sosialisering tussen individue en groepe in die gemeente?

3.2 Literatuurstudie

Hart (1998:13) bied ’n redelik omvattende definisie van wat ’n literatuurstudie is:

> *The selection of available documents (both published and unpublished) on the topic, which contain information, ideas, data, and evidence written from a particular standpoint to fulfil certain aims or express certain views on the nature of the topic and how it is to be investigated, and the effective evaluation of these documents in relation to the research being proposed.*

Vir die navorser is daar enkele kriteria in bogenoemde definisie wat vermelding verdien. Eerstens, nie alle bronne is ewe geskik om te gebruik nie. Sommige bronne bevat interessante inligting, maar voldoen nie aan die kwalifikasie as akademies erkende materiaal nie – daarom moet bronne geselekteer word. Die tweede kriteria het te make met die effektiewe seleksie van die bronne wat werklik die onderwerp en navorsingsvrae dien, en nie bloot oor die wye veld van sosiale media gaan nie.

Die literatuurstudie volg die riglyne van 'n tradisionele (aktuele) literatuuroorsig. Bronne is aanvanklik in ooreenstemming met 'n spesifieke lys soekterme en parameters geïdentifiseer. Die aanvanklike literatuurstudie is reeds in 2013 gedoen en met

inagneming van die tempo van verandering in sosiale media-tegnologie, is die soektog beperk tot publikasies wat nie voor 2003 gepubliseer is nie. Sleutelwoorde, soos sosiale media, Facebook, koinonia en sosiale media, sosialisering op sosiale media is aanvanklik gebruik. Die doel van hierdie eerste rondte literatuurstudie, was om 'n oorsig oor die onderwerp te vind, maar ook in die bronnelyste verdere potensiële bronne op te spoor.
Daar is hoofsaaklik gebruik gemaak van die Universiteit van die Vrystaat se biblioteekdienste, fisies, asook hulle elektroniese soekfunksies, veral wat betref akademiese artikels.
In 'n latere literatuursoektog is gepoog om meer onlangse bronne en veral akademiese artikels en navorsing op te spoor ten einde die navorsingsbevindinge te vergelyk met onlangse navorsing.

3.3 Woordverklaring

Aangesien die internet en al die tegnologie wat rondom die internet ontstaan het relatief nuut is, is daar talle nuwe woorde en konsepte waarmee hierdie tegnologie beskryf word. Vanweë die relatiewe kort bestaan van hierdie konsepte, het min van hierdie woorde al ’n gestandaardiseerde woordeboekdefinisie, en interpreteer baie van die gebruikers van hierdie tegnologie dan ook die konsepte verskillend.

Ter wille van duidelikheid, is dit nodig dat die navorser dus eers sy begrip en interpretasie van sommige van hierdie konsepte en terme verduidelik sodat die navorser en leser dieselfde interpretasie heg aan bepaalde terme. In hierdie inleiding word nie gepoog om omvattende definisies deur te gee nie. Enkele van die begrippe sal later meer breedvoerig bespreek word, aangesien daar vrae is oor hulle huidige interpretasie. Hier volg bloot kerndefinisies, sodat die leser en die navorser dieselfde begrip het van sekere kernbegrippe wat later in die dokument gebruik word.

3.3.1 **Nuwe media**

’n Begrip wat in baie publikasies gebruik word, is *nuwe media*. Nuwe media verwys na enige vorm van kommunikasie wat deur middel van rekenaartegnologie geskied en interaktief is. Dit sluit die internet, e-pos, webblaaie, rekenaarspeletjies en sosiale media in (Campbell & Garner, 2016: 39). Films, televisie, gedrukte tydskrifte, koerante en boeke is uitgesluit en word as “ou media” beskou, omdat hulle statiese uitbeeldings van teks en grafika bevat. Die uitsondering is natuurlik as hierdie media elemente bevat waar die

gebruiker interaktief betrokke kan raak, in welke geval dit dan ook as nuwe media beskou word.

Adrian Athique (2013:248) voer aan dat die begrip "nuwe media" nie meer so relevant is nie, want as iemand jonger as twintig is, bestaan die internet al langer as hy of sy, en as iemand net jonger as veertig is, is persoonlike rekenaars al uit hulle kinderdae in omloop. Volgens die navorser is die begrip egter steeds relevant, veral wanneer dit gebruik word om onderskeid met "ou media" te maak.

Wanneer Campbell (2010:9-19) nuwe media beskryf, bring sy die sosiale aspek ook in berekening:

> …*that generation of media which emerges on the contemporary landscape and offers new opportunities for social interaction, information sharing, and mediated communication. In many respects it (internet) is a hybrid technology combining different text, image, and sound into a new media forum that serves as a digital playground of new opportunities for sharing and experimentation*.

Sosiale media is dus 'n vorm van nuwe media, maar nie alle nuwe media is sosiale media nie. In die volgende afdeling sal dan gefokus word op sosiale media as 'n onderafdeling van nuwe media. Die kenmerkende eienskap van nuwe media is dat dit in digitale formaat is en interaktief is.

3.3.2 **Sosiale media**

Soos reeds gemeld, is sosiale media 'n onderafdeling van nuwe media, maar met 'n spesifieke fokus. Een van die vele definisies wat Cohen (2011:1) aanhaal, is: "*Social media are platforms for interaction and relationships, not content and ads"*. Hoewel die definisie baie kernagtig is, vat dit die essensie van sosiale media vas – dit gaan oor interaksie tussen mense en die doel is om verhoudings te bou, eerder as die oordrag van inligting.

Gould (2015:3) voeg inhoud/data (*content*) by haar definisie van sosiale media en stel dit as "*web-based tools for interaction that, in addition to conversation, allow users to share content such as photos, videos, and links to resources*". Hoewel die verwysing na 'inhoud' (*content*) is, is dit egter duidelik dat sy verwys na spesifieke data wat normaalweg tydens sosialisering gedeel word. Shirky (2008:20-21) brei uit oor die aspek van interaksie tussen

die gebruikers: "*Social media and social software are tools that increase our ability to share, to co-operate with one another, and to take collective action, all outside the framework of traditional institutional institutions and organisations."*

Normaalweg sal videospeletjies nie as 'n vorm van sosiale media geag word nie, maar Adams (2010:292) haal navorsing aan oor die demografie van persone wat videospeletjies speel waarin bevind word dat vrouens net soveel videospeletjies speel as mans, maar dat hulle speel met die oog op sosialisering, nie noodwendig om die spel te wen nie. Met ander woorde, hulle doel is nie om te kompeteer nie, maar om te sosialiseer terwyl hulle speel. Vanuit hierdie oogpunt kan videospeletjies dan ook deel uitmaak van sosiale media, mits die spel tussen verskillende persone is; dus, nie net 'n persoon teen 'n rekenaar nie. Die verkillende spelers hoef egter nie in dieselfde vertrek te wees nie. Die faktor wat dus bepalend is of 'n bepaalde digitale medium sosiale media is, is of daar sosialisering plaasvind. Die kenmerkende eienskap van sosiale media, is dat dit 'n digitale platform skep waarop mense kan sosialiseer.

3.3.3 **Virtuele wêreld (Kuberruim)**

Die virtuele wêreld (of kuberruim), is 'n digitaal geskepte wêreld waarin mense hulself uitleef. Estes (2009:20) beskryf dit as *"a created space where people can interact as if in the real world, but through some type of technological medium"*. Twee basiese elemente wat in die virtuele wêreld teenwoordig moet wees, is (a) 'n geskepte ruimte en (b) sosiale interaksie. Waar die fisiese wêreld deur God geskep is, is die virtuele wêreld deur mense geskep.

Joubert bedink die realiteit van 'n virtuele wêreld verder as hy vra: "Is dit 'n blote tegnologiese aanhangsel tot die realiteit, of dalk 'n nie-reële, kunsmatige wêreld wat vir vele as ontsnappingsroete uit die werklikheid dien?" (Joubert, 2010:49)

Die probleem is dat mense normaalweg reëel (werklik) teenoor fiktief plaas en 'n virtuele wêreld dan gelykstel aan 'n fiktiewe wêreld. Daar is egter 'n verskil tussen fiksionele en virtuele wêrelde. 'n Fiksionele wêreld is 'n vorm van moontlikheid. Dis nie werklik nie, maar die subjek verbeel hom dis moontlik. 'n Voorbeeld hiervan is die leefwêreld van JR Tolkien se Hobbit (Tolkien, 2002) – 'n wêreld met allerlei wesens uit 'n sprokieswêreld. Die leser leef hom in die verhaal in en visualiseer die wesens sonder om werklik te glo dat sulke wesens bestaan; dus, fiksie.

’n Virtuele wêreld is egter ’n vorm van realiteit. Dis digitaal geskep, maar ’n realiteit en nie net ’n moontlikheid nie (Estes, 2009:21). Die verbruiker skep vir homself ’n avatar (’n digitale wese wat homself voorstel) en betree ’n digitale wêreld waarin hy dan leef. Hoewel die wese op die skerm digitaal en selfs fiktief is, beleef die verbruiker dat dit werklik hy/sy is wat daar beweeg in die virtuele wêreld. “*A not insignificant fraction of the players of these games reported that they felt themselves to be not game players, but citizens of a new world*” (Castronova, 2003:2). Mense benader die virtuele wêreld anders, indien hulle dit verstaan as “*unreal or illusionary, rather than a real, albeit different, place”* (Helland, 2013:32). Die onderskeid tussen virtueel en fiktief is dus bepalend vir mense se oordeel en gevolglike interaksie in virtuele wêrelde.

’n Belangrike konsep binne die virtuele wêreld, is ’n avatar. Die woord “avatar” kom oorspronklik uit die Sanskrit. “*Avatars can be defined as ‘the appearance of a god in human or animal form*” (Gazzard, 2009:1). Tradisioneel verwys avatars dus na die Hindoe-konsep van ’n god wat manifesteer in die vorm ’n mens of dier. Die avatars in die digitale wêreld verskil van hierdie definisie, aangesien die speler in die digitale wêreld nie werklik sy eie liggaam verplaas na die skerm nie, maar die liggaam op die skerm manipuleer deur ’n elektroniese apparaat.

> *The screen does not allow for the translation of our bodies into the virtual body; therefore we are present in dual realities, of both the quotidian and the virtual world. Our bodies can, however, be extended through the use of input devices to allow us to perform through our virtual avatars* (Gazzard, 2009:2).

’n Kernagtige beskrywing van ’n virtuele wêreld is om te sê dis ’n werklike wêreld in ’n sintetiese ruimte (Estes, 2009:22). Die virtuele wêreld is ’n digitaal geskepte realiteit waarin mense tyd kan spandeer, meestal in die vorm van sy/haar avatar.

3.4 Die geskiedenis van die sosiale media

3.4.1 Die era van internet

Sosiale media, soos in die voorafgaande gedeelte gedefinieer, het ’n redelike kort bestaansgeskiedenis. Die storie van sosiale media is egter inherent gekoppel aan die ontwikkeling van rekenaartegnologie en die opkoms van die internet wat aan mense die vermoë gegee het om digitaal te kommunikeer. Daarom volg net ’n kort geskiedenis oor die rekenaar en die internet.

Binne die omvang van 35 jaar (laat 20ste eeu en die begin van die 21ste eeu), het daar deur die ontwikkeling van mikro-elektronika, vyf generasies van rekenaars die lig gesien. Nie net is hierdie proses aangevuur deur die komponente wat tydens elke generasie kleiner geword het nie, maar die kapasiteit van hierdie mikroskyfies het gemiddeld elke 18 maande verdubbel (Van Dijk, 2006:43). Saam met die snelle ontwikkeling van die hardeware, het daar egter ook 'n tweede ontwikkeling gevolg, naamlik 'n universele taal waardeur rekenaars inligting met mekaar kon deel: digitale seine. Hierdie digitalisering is die onderbou van alle nuwe media netwerke, soos die internet (Campbell-Kelly & Garcia-Swartz, D, 2013:18-31).

Die oorsprong van die internet self, kan teruggevoer word na die vroeë sestigs toe die Amerikaanse Departement van Verdediging begin het om 'n netwerk te ontwikkel sodat verskillende rekenaars met mekaar kon kommunikeer. Die eerste stabiele skakeling tussen 'n netwerk van rekenaars is in 1969 bereik en het bekend gestaan as ARPANET, die akroniem vir (*US Department of Defence*) Advanced Research Projects Agency Network (Leiner, 2009:elektroniese bron; Haigh, Russell & Dutton, 2015:146-147).

Die navorser verskaf bloot 'n kernagtige samevatting van die gebeure in die daaropvolgende jare, soos gevind deur Leiner et al (2009:elektroniese bron). In 1973 het Robert Metcalfe 'n datakabel wat radioverbinding vervang, ontwikkel. Hierdie verbinding sisteem sou later bekendstaan as *Ethernet*, 'n tegnologie wat dit finansieel moontlik maak vir netwerke om kommersieel aangewend te word. In 1975 is die eerste kommersiële rekenaar, die Altair 8800, bekendgestel; en die daaropvolgende jaar is *Apple Computer* gestig, met die *Apple II* wat in 1978 die lig gesien het as die eerste massaproduksie persoonlike rekenaar. In 1982 is *Phonenet* ontwikkel sodat rekenaars deur middel van 'n telefoonnetwerk met mekaar kon verbind. Hierdie sisteem het tot die CSNET ontwikkel waar dit moontlik geraak het om e-posse tussen kontinente te stuur. Teen 1990 was ARPANET as verouderd geklassifiseer en het Tim Bemer-Lee en Robert Calilau begin om 'n nuwe digitale netwerk te ontwikkel wat mettertyd bekend sou staan as die Wêreldwye Web (www) (Van Dijk, 2013:5). Die era van die internet met soekenjins, het in 1998 in aanvang geneem met die stigting van Google.

Dit is egter belangrik om deurentyd rekening te hou met die feit dat die internet nie net 'n tegnologiese infrastruktuur is nie, maar bestaan uit "*both a technological infrastructure*

and (inter)acting humans. It is not a network of computer networks, but a network that interconnects social networks and technological networks..." (Fuchs, 2017:40-41).

Hierdie era het later begin bekend staan as Web1.0 – die era toe data hoofsaaklik statiese skriftelike inhoud beslaan het (Getting, 2007:elektroniese bron).

3.4.2 **Die era van sosiale media**

Hoewel sosialisering deur baie beskou word as iets wat tussen vriende gebeur, het die besigheidswêreld lank terug reeds besef dat sosiale bande tussen mense kan help om transaksies te beklink. Daarom word daar in die besigheidswêreld gereeld gesosialiseer, en in die vroeë tye was een van die belangrike stukkies toerusting, besigheidskaartjies. Die bou van 'n sosiale netwerk deur die oorhandiging van besigheidskaartjies, was en is egter redelik beperk tot 'n een-op-een gesprek in 'n fisiese omgewing. Die besigheidswêreld het dus gesoek na beter en vinniger maniere om sosiale netwerke op te bou. Adams (2010:291) verklaar soos volg: "*Social networking has moved from exchanging business cards at a convention centre to developing a comprehensive online identity that connects you to other like-minded people".* Dit is dus ironies dat baie van die ontwikkelings in sosiale media gedryf word deur die besigheidswêreld in 'n poging om inkomste te vermeerder (Van Dijk, 2006:61).

Gedryf deur hierdie ekonomiese motivering, is daar dus aan die begin van die 21ste eeu baie tyd en geld spandeer om sosiale netwerke op te bou wat gelei het tot die aanbreek van die era van sosiale media (Sajithra & Patil, 2013:69-71). Waar webblaaie voorheen net beskou was as kanale wat inligting moet vervoer, is die sosiale media platforms eerder gesien as kanale wat 'n spesifieke diens lewer om interaksie tussen 'n groep mense te bevorder (Van Dijk, 2013:6); kort daarna verwys as die era van Web 2.0 (Getting, 2007:elektroniese bron). Web 2.0 is 'n term wat deur Tim O'Reilly geskep is om die netwerk te omskryf waarop alle aanlyntoestelle kon koppel (Fuchs, 2017:34). Van Dijk (2006:2) vat die impak van sosiale media as volg saam:

> *With little exaggeration, we may call the 21st century the age of networks. Networks are becoming the nervous system of our society, and we can expect this infrastructure to have more influence on our entire social and personal lives than did the construction of roads for the transportation of goods and people in the past*.

Web 2.0 is gekenmerk deur begrippe, soos interaktief en deelnemend. Die doel was nie meer om net inligting oor te dra nie, maar om tweerigtingkommunikasie te bewerkstellig (Van Dijk, 2013:10).

3.4.3 Mobiele netwerke

Met die ontstaan van sogenaamde slimfone (selfone wat aan die internet kan koppel en dieselfde tipe programmatuur kan hanteer wat voorheen net op rekenaars beskikbaar was), het die potensiaal vir sosiale media om wêreldwyd ’n huishoudelike item te word, met rasse skrede toegeneem. Sedert die 1990’s, het drie generasies van mobiele netwerke ontwikkel, naamlik GSM (Global System for Mobile connections), GPRS (General Packet Radio Service) en UMTS (Universal Mobile Telephone System) (Van Dijk, 2006:47). In elke generasie het die hoeveelheid data en die spoed waarmee dit versend kan word, vergroot. Die mobiliteit van hierdie apparate, gekoppel aan die subsidiëring van die apparaat deur sellulêre netwerke, het meegebring dat baie meer mense toegang tot die internet en sosiale media kon bekom.

Tomi Ahonen, wat homself "*the world's leading 3G strategy consultant*" noem, stel: “*Much like the Western calendar marks time from before and after Jesus Christ,... I am certain that the mobile telecoms world will count its time in two eras. The Era BI: time before the iPhone, and the Era AI: time after the iPhone*”. Wêreldwyd het daar selfs spotprente/afbeeldings verskyn van Christus wat ’n *iPhone* vashou om te suggereer dat die *iPhone* die belangrikste rolspeler sal wees om sosiale media te dryf (Buchanan, 2007:elektroniese bron). Hoewel Ahonen slegs na die *iPhone* verwys, is sy opmerking toepaslik op alle slimfone en moet die impak van slimfone op kommunikasie en spesifiek, sosiale media, nie onderskat word nie.

Waar die primêre medium van internetkoppeling aanvanklik die persoonlike rekenaar was, het mobiele apparate al hoe meer die voorkeur medium begin word om op sosiale netwerke in te skakel (Van Dijk, 2006:48). “*The smartphone exemplifies this trend. Internet users increasingly look for convergent digital devices, often portable and handheld, that combine multiple technologies and services and that can be used wherever and whenever they desire*” (Campbell & Garner, 2016:47).

Sommige persone verwys na hierdie as die Web 3.0-era (Getting, 2007:elektroniese bron) (Gould, 2015:4). Fuchs (2017:48) beskou 2015 as ’n redelike groot draaipunt,

aangesien daar in 2015 meer web platforms bestaan het met kommunikasie en samewerkingsfunksies, as platforms wat net gegaan het oor die oordrag van inligting. Dit maak van hierdie era dus die era van samewerking tussen gebruikers.

3.4.4 **Die sosiale media platforms**

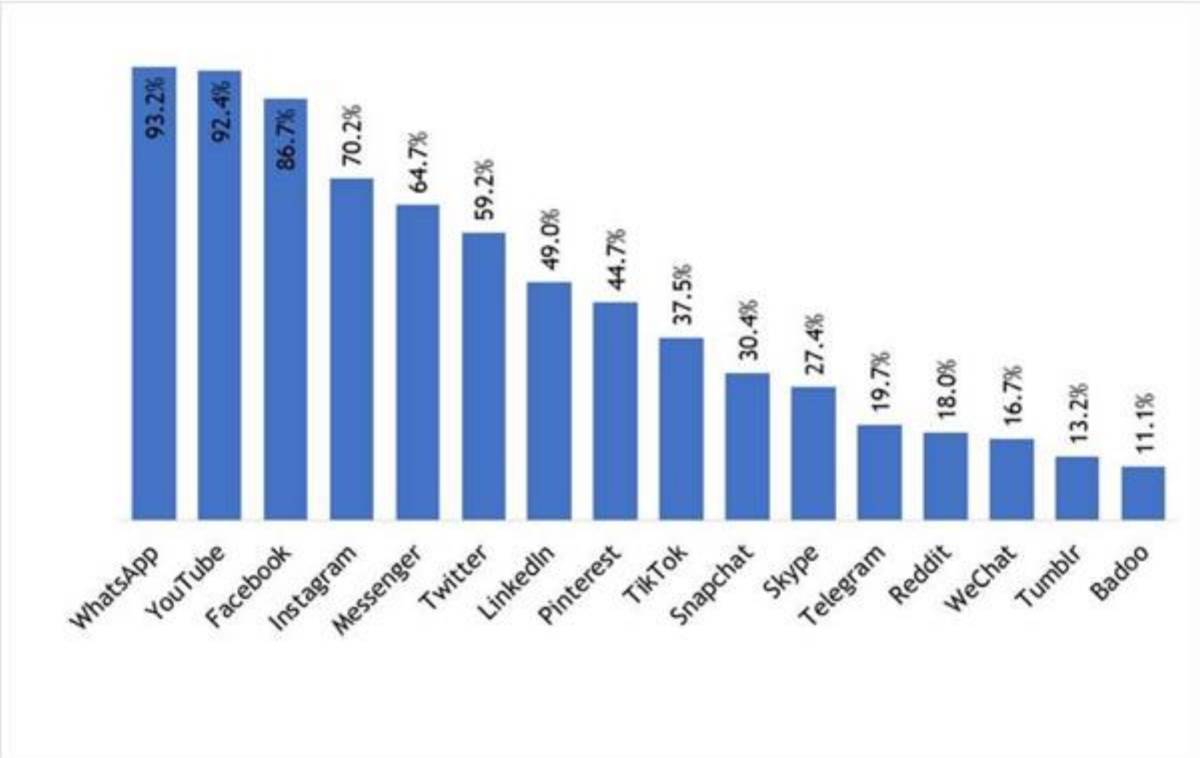
Sosiale media is die versamelnaam vir netwerke waar mense kan sosialiseer, maar dit word gedryf deur verskillende platforms. Fuchs (2017:183) omskryf sosiale media platforms as: "*web-based platforms that integrate different media, information and communication technologies that allow at least the generation of profiles that display information describing the users, the display of connections, the establishment of connections between users displayed on their connection lists, and communications between users."*

Boyd en Ellison (2008:212) lig in hulle definisie 'n belangrike aspek uit, naamlik dat die persone interaksie met mekaar het ("*social networks typically allow individuals to construct a public profile, articulate a list of other users with whom they share a connection, and then interact with those connections"*).

Gedurende die laat negentigs het daar verskeie platforms, soos *Six Degrees*, tot stand gekom waar mense klasmaats kon naspoor en sosiale netwerke vorm. Dit is egter eers in 2002 wat sosiale netwerk platforms beduidende groei begin toon het. *Friendster* het in 2002 tot stand gekom, gevolg deur *LinkedIn* en *MySpace* in 2003. *Facebook* is in 2004 deur Mark Zuckerberg ontwikkel toe hy 'n student was by Harvard; aanvanklik het dit as "Thefacebook.com" bekend gestaan. Hierdie prototipe was egter 'n geslote netwerk, slegs beskikbaar vir Harvard studente, totdat dit in 2006 'n publieke platform word (Kirkpatrick, 2011:31-35). *Twitter*, die platform waarop jy slegs 140 karakters per keer kan tik (later 280), het in 2006 verskyn, gevolg deur *Flickr, Instagram, Tumblr, Pinterest* en nog vele meer (Terrel, 2015:elektroniese bron).

In November 2009 loods Brian Acton en Jan Koum, 'n toepassing vir *iPhones*, genaamd Whatsapp. Kort daarna is dit ook aangepas vir *Blackberry*-fone en daarna vir *Android*-fone. Whatsapp was dus die eerste toepassing wat kort boodskappe tussen verskillende sellulêre bedryfsisteme moontlik gemaak het. In 2015 is die oproepfasiliteit bygevoeg (SuccessStory, 2017:elektroniese bron). Koum stel: "*We know people go to sleep excited about who they chatted with that day (and disappointed about who they didn't). We want*

WhatsApp to be the product that keeps you awake… and that you reach for in the morning" (Carlson, 2013:elektroniese bron). Dit is 'n aanduiding dat sosialisering hulle hoofprioriteit met Whatsapp was en nie bloot kommunikasie nie. In 'n ondersoek onder 16 tot 64 jariges in Suid Afrika, blyk dit dat Whatsapp tans die mees gebruikte platform is, gevolg deur YouTube en Facebook (Orinoco, 2020:elektroniese bron).



Figuur 3-1: Whatsapp se groei in Suid Afrika

3.4.5 **Platforms waarop hierdie navorsing fokus**

Ondanks die geweldige groot hoeveelheid sosiale media platforms, bevind navorsing dat die meeste gebruikers op slegs twee sosiale media platforms fokus (Hruska & Maresova, 2020:1). Hoewel al die sosiale media platforms relevant is vir die navorsing, fokus die navorser hoofsaaklik op twee platforms, *Facebook* en *Whatsapp,* en wel om die volgende redes: In die gemeente waar hy sy navorsing gedoen het, is dit die enigste platforms wat gebruik word. Ten tye van die ondersoek, was *Facebook* ook die wêreld se grootste sosiale media platform. (Statistieke in die afdeling oor die fenomenale groei van die internet, sal hierdie feit uitlig.)

'n Ander rede waarom die navorser op *Facebook* gefokus het, is dat hierdie sosiale netwerk die een is wat deur die grootste hoeveelheid generasies gebruik word en beslis die gewildste is onder ouer persone wat deel uitmaak van 'n normale gemeenteprofiel. Ook hiervan sal statistieke wat volg, getuig.

Whatsapp is 'n "geslote" stelsel – slegs mense wat alreeds deel van 'n groep is, kan die boodskappe lees. Derhalwe beskou baie mense nie *Whatsapp* as 'n sosiale media platform nie. (Hierdie beskouing het ook in een van die onderhoude wat die navorser gevoer het, na vore gekom.) Tog voldoen Whatsapp aan die sewe boustene vir 'n sosiale media platform (Kietzmann *et al.*, 2011:243-247). Ander platforms, onder andere *Facebook,* werk egter ook soms met geslote groepe. Die feit dat *Whatsapp* geslote is, dien in die navorser se opinie, nie as 'n diskwalifikasie tot sosiale media nie. Die oomblik wat *Whatsapp* dus gereken word as sosiale media, tree dit na vore as een van die vinnigste groeiende platforms. In Februarie 2016, verklaar die maatskappy dat hulle maandelikse aktiewe gebruikers, 1 biljoen oorskry; 300 miljoen meer as in Januarie 2015 (Kumar & Sharma, 2017:elektroniese bron). Tydens die Covid-19 inperkingstyd moes gemeentes noodgedwonge van sosiale media gebruik maak om hulle eredienste en geestelike boodskappe te versprei. Kgatle (2018:4) het reeds voorheen verwys na die leemtes van Facebook om hierdie rol te vervul. Whatsapp is toenemend in hierdie tyd ingespan om religieuse sessies oor te dra (Masoga, 2020:1). Bouhnik en Deshen (2014:218) brei uit oor die redes waarom Whatsapp 'n voorkeur platform vir baie is. Maklike hantering, lae koste, betroubaarheid en onmiddellike beskikbaarheid is van die redes wat hulle aanvoer.

Alle sosiale netwerke is vorms van sosialisering op die internet, en derhalwe sal die meeste bevindinge en gevolgtrekkings oor *Facebook* en *Whatsapp* dus ook relevant wees vir die ander vorme van sosiale media. Hoewel hierdie navorsing gaan oor sosiale media (wat sosialisering tussen mense behels), kon niks hiervan plaasvind, alvorens daar nie eers 'n digitale infrastruktuur hiervoor geskep is nie. Die opkoms van die internet, die koms van die slimfoon en die skep van sosiale media platforms, het dus alles bygedra dat sosiale media 'n werklikheid in mense se alledaagse lewe geword het. Die omvang en groei van hierdie werklikheid sal in die volgende afdeling verder bespreek word.

3.4.6 **Die fenomenale groei van die internet en sosiale media**

Indien iemand in die laat 1970's met 'n rekenaar gewerk het, kon jy waarskynlik die afleiding maak dat die persoon 'n rekenaarprogrammeerder was of rekenaars gebou het, want amper sonder uitsondering, was dit slegs hulle wat met rekenaars gewerk het. Sedert die middel 80's het al hoe meer persoonlike rekenaars (PC's) hulle weg tot in

mense se huise gevind en werk onderwysers, prokureurs, dokters, ambagsmanne, elke denkbare beroep, op rekenaars (Lean, 2016:elektroniese bron).

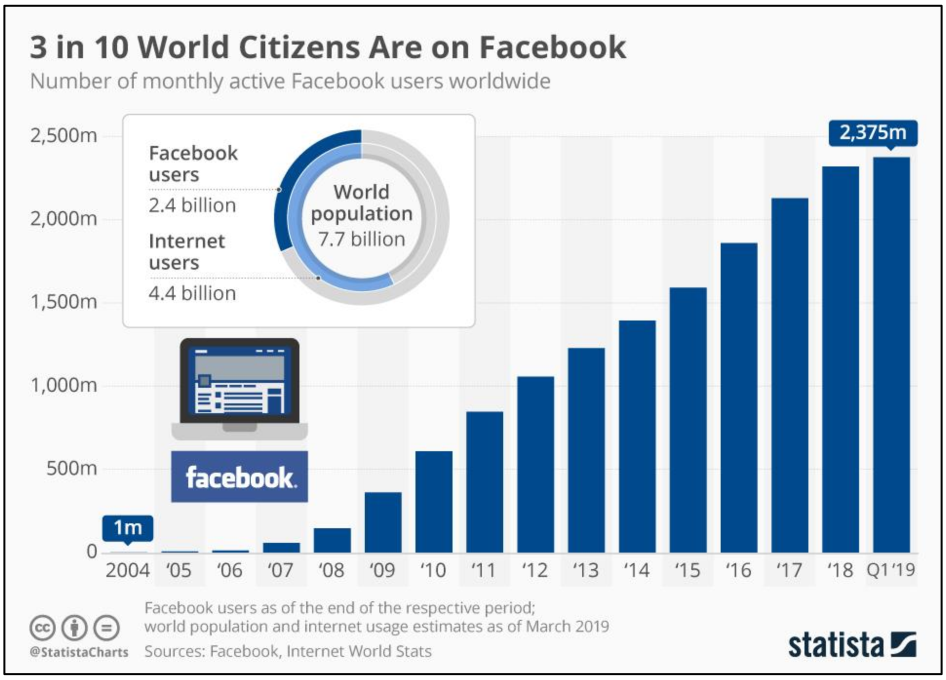
'n Opname deur Smartinsights (Chaffey, 2016:elektroniese bron) toon aan hoe groot die markpenetrasie van die internet en sosiale media in 2016 is. Figuur 3-1 dui aan dat 3.419 biljoen mense die internet op 'n gereelde basis gebruik. Dis byna die helfte van die wêreldbevolking van 7.395 biljoen. Sosiale media op sigself, het 2.307 biljoen aktiewe gebruikers; aldus, 31% van die wêreldbevolking.

Figuur 3-1: Markpenetrasie van die internet en sosiale media
(Chaffey, 2016:elektroniese bron)

Teen Januarie 2021, het die aktiewe internetgebruikers tot 4.66 biljoen gestyg wat 59.6% van die wêreldbevolking verteenwoordig. 'n Totaal van 4.32 biljoen (92.6%) van hierdie gebruikers, gebruik mobiele apparate om aan die internet te koppel. Verder, 4.2 biljoen mense is aktiewe sosiale media gebruikers (Johnson, 2021:elektroniese bron).

Waarskynlik is die grootste bydraende faktor tot die groei van internetgebruikers, die beskikbaarheid van mobiele tegnologie. 'n Totaal van 3.790 biljoen mense gebruik selfone, oftewel 51% van die wêreldbevolking. Verder, 1.968 biljoen mense het aangedui dat hulle slegs, of hoofsaaklik, selfone gebruik om toegang tot sosiale media te verkry. Uit die 2.375 biljoen gebruikers van Facebook, gebruik 1 biljoen (47%) eksklusief hulle selfone (Smith, 2019:elektroniese bron). Die groeikurwe van sosiale media toon ook steeds geen afplatting nie, met sosiale media gebruikers wat in die voorafgaande 12 maande met 219 miljoen toegeneem het (Chaffey, 2016:elektroniese bron). Die

konstante groei van sosiale media is baie duidelik te sien in die onderstaande grafiek, waar die aantal aktiewe maandelikse Facebook-gebruikers tussen 2004 en 2019 aangetoon word.

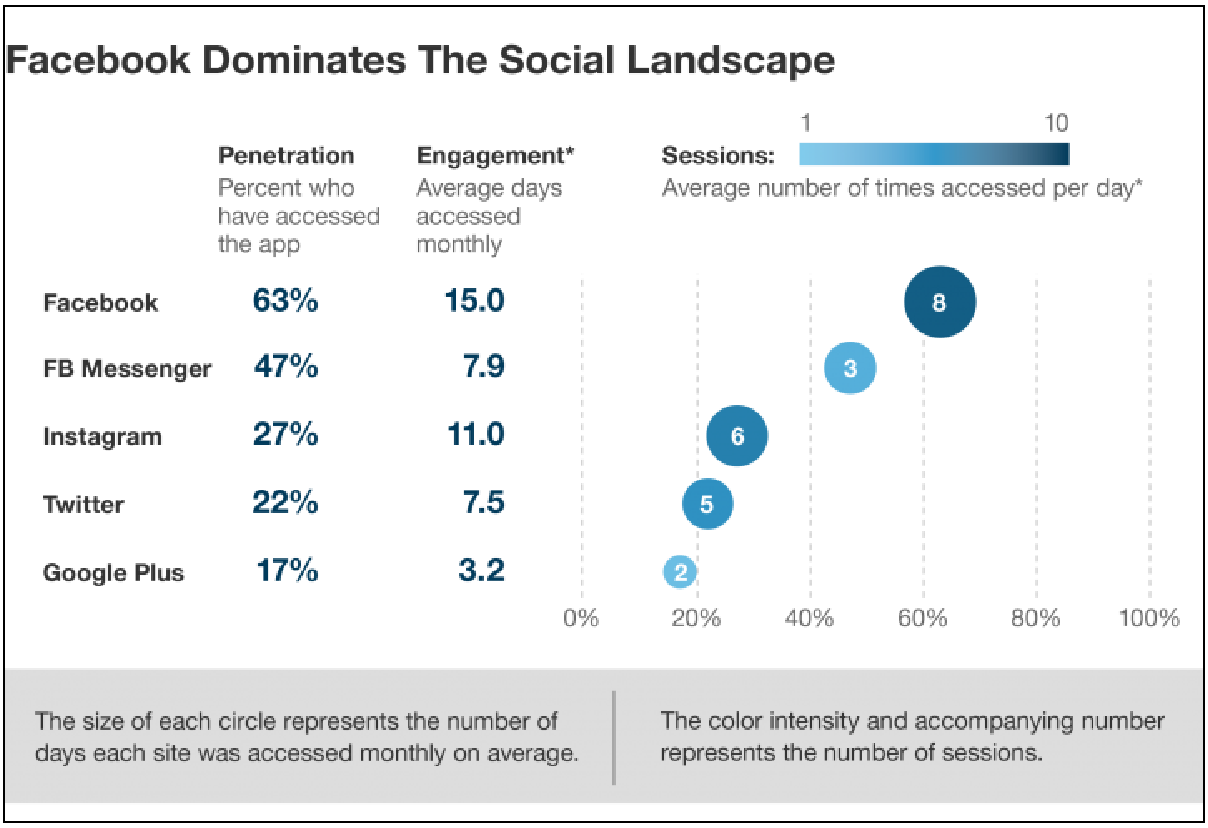


Figuur 3-2: Facebook-gebruikers

(Richter, 2019:elektroniese bron)

Om perspektief te gee aan die grootte van Facebook, die volgende: In 2012 maak Sweet (2012:161) die opmerking dat, indien FB ’n nasie was, sou dit die derde grootste land in die wêreld wees. In 2017 kondig Facebook aan dat hulle gebruikers sedert 2012 verdubbel het en die 2 biljoen kerf bereik het (Ingram, 2017:elektroniese bron). In 2021 groei die getal aktiewe maandelikse gebruikers tot 2.89 biljoen (Statista Research Department, 2021:elektroniese bron). Facebook bly ook steeds die grootste sosiale media platform, soos duidelik blyk uit die onderstaande grafiese voorstelling. Die grafika toon die resultate van verskillende opnames onder sosiale media gebruikers aan, naamlik watter sosiale media hulle gebruik en hoeveel tyd hulle werklik op die onderskeie sosiale media platforms spandeer.

Die eerste kolom dui dan aan watter sosiale media hulle gebruik (Facebook troon uit bo die ander platforms met 63%, teenoor byvoorbeeld Twitter met 22%). Die tweede kolom dui aan hoeveel tyd op die spesifieke sosiale media platform spandeer word en ook hier het Facebook die hoogste telling.



Figuur 3-3: Facebook se oorheersing van die sosiale media landskap

(Chaffey, 2016:elektroniese bron)

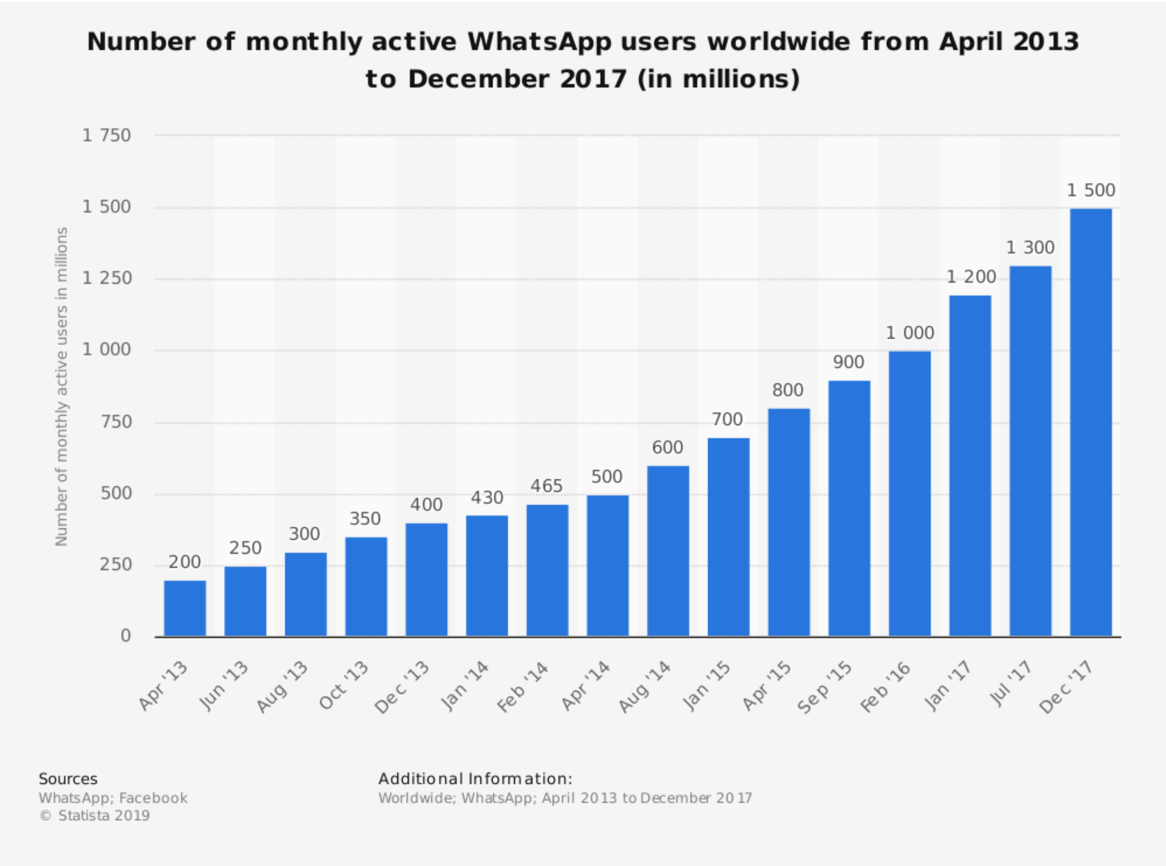
Navorsing van Duggan en Smith (2013:elektroniese bron) toon verder aan dat 71% van aanlyn volwassenes Facebook gebruik, met slegs 23% aktief op Twitter, 26% op Instagram, 28% op Pinterest en 28% op LinkedIn. Facebook-gebruikers groei met gemiddeld 500 000 nuwe gebruikers elke dag (ses nuwe Facebook-profiele elke sekonde). Voeg hierby die feit dat 22% van die gemiddelde Amerikaner se internetgebruik op Facebook spandeer word, teenoor 11% tyd aan Google en YouTube gesamentlik en die omvang van Facebook se gewildheid raak onbetwis (Smith, 2019:elektroniese bron).

Die advertensiebedryf is gewoonlik deeglik bewus van waar hulle die maksimum invloed op mense se denke kan hê en kan dus as ’n barometer dien vir watter mediavorm effektief is. Die motorvervaardiger, Ford, het met die bekendstelling van sy nuwe modelle in 2011, nie van die wêreld se groot en bekende motorskoue gebruik gemaak nie, maar wel Facebook (Sweet, 2012:161); ’n duidelike aanduiding van hulle opinie oor die omvang en invloed van Facebook.

In 2018 het Facebook nagenoeg 16 miljoen gebruikers in Suid-Afrika gehad waarvan 14 miljoen toegang vanaf hulle selfone verkry. Hoewel dit soms lyk asof die jonger

generasies wegbeweeg vanaf Facebook, is dit nie die geval nie. Enkele jare terug se jonger generasies is steeds op Facebook, maar weens hulle ouderdom ressorteer hulle tans in ouer groeperings. Die huidige jonger generasies is egter wel minder aktief op Facebook (Kgatle, 2018:4).

Aangesien die navorser ook op Whatsapp gefokus het, word die beduidende groei van hierdie platform ook uitgelig, en wel om aan te dui dat dit ’n relevante sosiale media platform is.

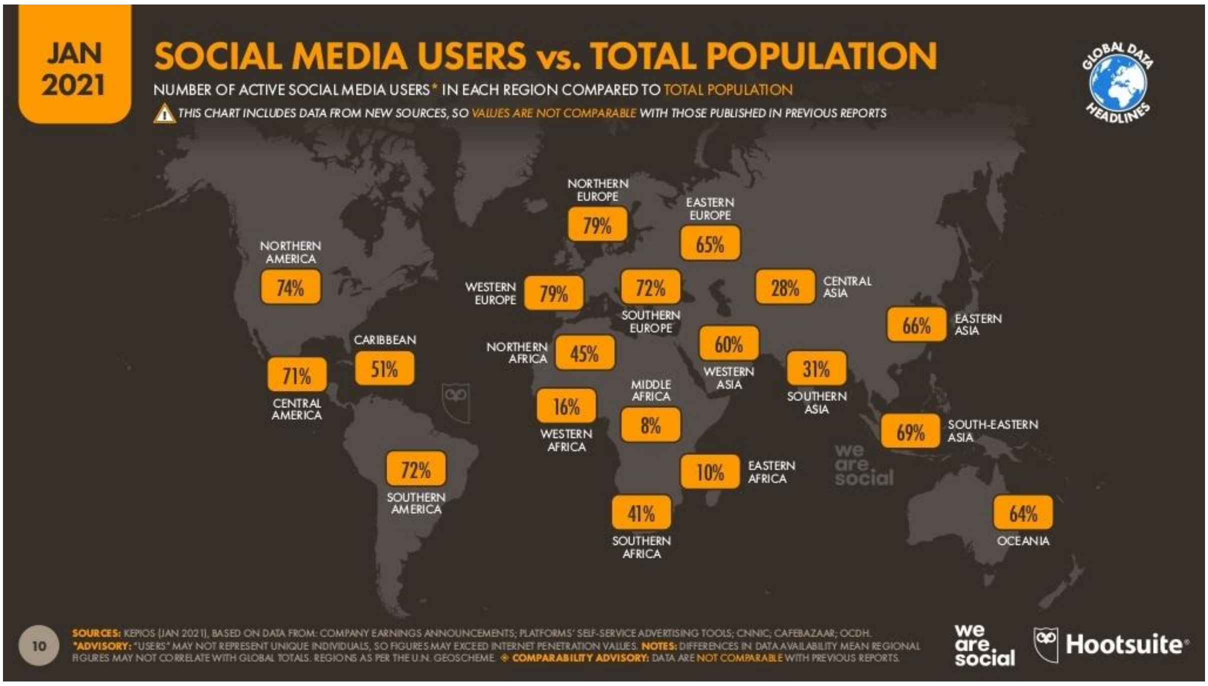


Figuur 3-4: Whatsapp-gebruikers

(Richter, 2019b:elektroniese bron).

Die Suid-Afrikaanse konteks

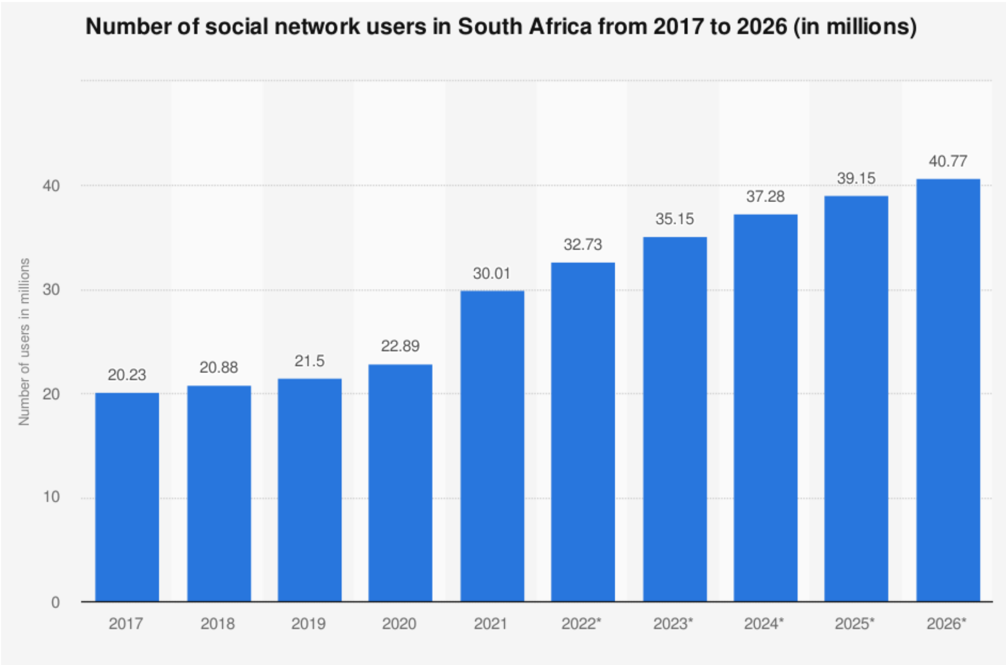
Alhoewel Suid-Afrika op grond van ekonomiese en sosiale lewensomstandighede as ’n ontwikkelende land gereken word, beskik die land oor die tegnologiese infrastruktuur wat eerder in ontwikkelde lande aangetref word (Lesane 2005:76). Dit maak natuurlik die deure oop vir sosiale media, aangesien hierdie tegnologiese kommunikasie sodanige sisteme benodig om te funksioneer. Tog wys die onderstaande figuur dat slegs 41% van die Suid-Afrikaanse bevolking van sosiale media gebruik maak. Hoewel dit goed vertoon teenoor die meeste ander lande in Afrika, is dit nog ver onder die gemiddelde gebruik in die meeste ontwikkelde lande.



Figuur 3-5: Persentasie van die bevolking wat sosiale media gebruik

(Kemp, 2021:10)

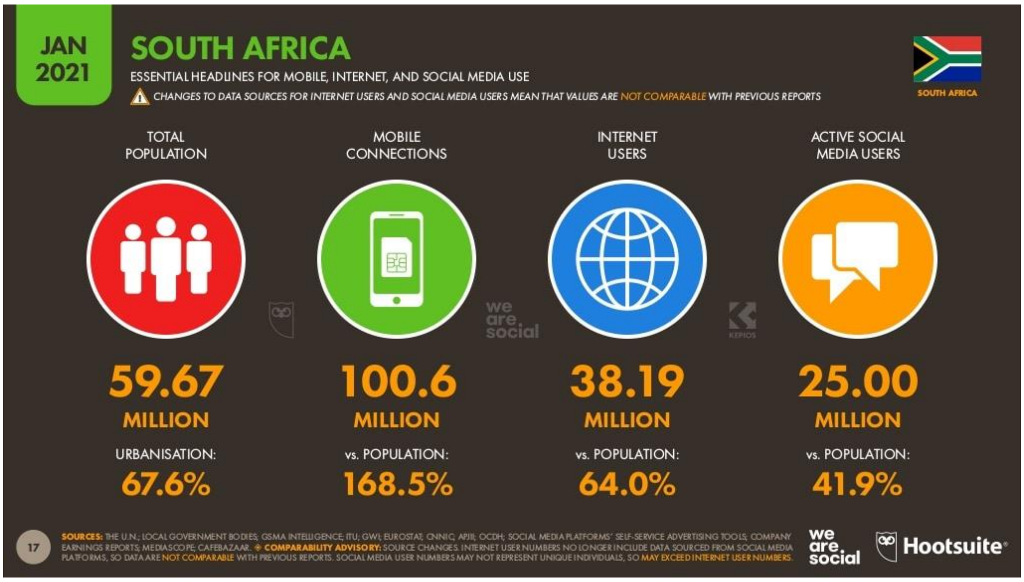
Die onderstaande figuur dui aan dat, ondanks die relatiewe lae persentasie, daar tog 'n standhoudende groei in sosiale media gebruikers in Suid-Afrika sedert 2017 is, sowel as die verwagte groei in sosiale netwerkgebruikers.



Figuur 3-6 Aantal sosiale netwerkgebruikers in Suid-Afrika
*(*Statista Research Department, 2021b:elektroniese bron)

Facebookgebruik het ook toegeneem, met 28.15 miljoen gebruikers in Augustus 2021 en meer as 3.4 miljoen nuwe gebruikers in die voorafgaande agt maande (Galal, 2021:elektroniese bron). Facebook is egter nie die gewildste sosiale media platform nie. In 2020 bevind Varrella (2021:elektroniese bron) dat Whatsapp die mees gesogte sosiale media platform in Suid-Afrika is, met 93% van die internetgebruikers wat dit gebruik, teenoor 92% wat YouTube en 87% wat gereeld van Facebook gebruik maak.

Moontlik is die mees opvallende verskynsel in Suid-Afrika egter die geweldige hoë persentasie (168.5%) van die bevolking wat van mobiele konneksies gebruik maak, soos uitgebeeld in die onderstaande figuur. Die persentasie dui waarskynlik op die gebruik van veelvuldige mobiele apparate en enige persoon of organisasie wat van sosiale media of selfs die internet gebruik wil maak, sal moet verseker dat hulle plasings goed vertoon op mobiele apparate.



Figuur 3-7: Mobiele konneksies

(Kemp, 2021:17)

3.5 Die gebruikers van sosiale media

Daar is reeds baie geskryf oor die generasie-teorie. Die navorser gaan dus nie uitbrei hieroor nie, buiten om ’n paar opmerkings te maak oor die verskillende generasies se gebruik van sosiale media.

Aangesien daar verskillende teorieë is oor waar die grense tussen die onderskeie generasies lê, gee die navorser ’n vinnige opsomming oor die verkillende generasies, soos hy dit in hierdie navorsing gebruik het:

Stil Generasie – Gebore: 1928-45 – Ouderdom: 89-72
Boomer Generasie – Gebore: 1946-65 – Ouderdom: 71-52
Generasie X – Gebore: 1966-76 – Ouderdom: 51-41
Generasie Y – Gebore: 1977-94 – Ouderdom 40-23
Generasie Z – Gebore na 1995 – Ouderdom: 22 en jonger

Figuur 3-8: Die onderskeie generasies

(Schroer, 2016:elektroniese bron)

Laasgenoemde twee generasies word soms saam gegroepeer en staan dan bekend as die Digitale Inboorlinge (*Digital Natives*), omdat hulle grootgeword het met digitale toerusting tot hulle beskikking. Binne hierdie metafoor staan al die mense uit ander generasies wat hulself bekwaam het om ook digitaal vaardig te wees, bekend as Digitale Immigrante (Prensky, 2001:1-2). Anders as die Digitale Inboorlinge wat die digitale media natuurlik aangeleer het, omdat dit maar altyd daar was, moes hulle dit doelbewus aanleer.

Sweet (2012:3) verwys na die groep mense wat die meeste tuis voel in die 21ste eeu se digitale era as die 'Googlers' – 'n gedigitaliseerde, geglobaliseerde groep mense wat 'n groot deel van hulle lewe in die virtuele wêreld spandeer. Die generasie net voor hulle, noem hy die 'Gutenbergers', die generasie wat vanuit die 20ste eeu kom, maar met persepsies en aannames wat strek vanaf die 15de eeu. Bogenoemde maak dat Gutenbergers as digitale immigrante beskou word, aangesien hulle inskakel by die nuwe kultuur, maar steeds die hele tyd vrae het oor die digitale kultuur, terwyl die Googlers bloot daarin leef, omdat hulle nie iets anders het om dit mee te vergelyk nie.

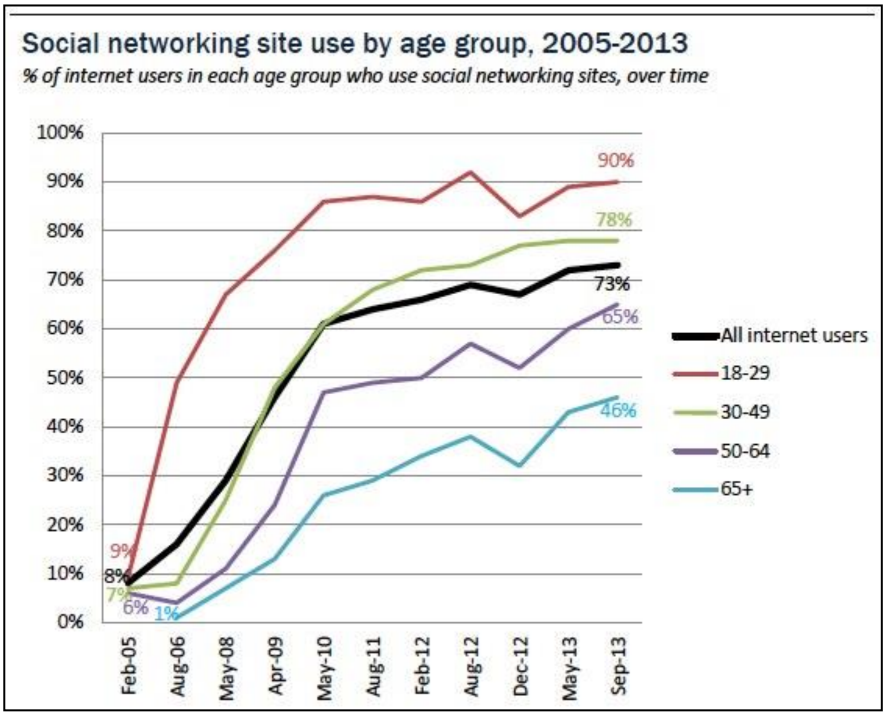
Die blote benaming, Googlers, skep die verwagting dat hulle baie meer aktief sal wees op sosiale media, as sekere van die ouer generasies. Wat egter in navorsing na vore kom, is dat daar 'n onderskeid is in die sosiale media platforms wat deur die verskillende generasies gebruik word (Gould, 2015:17). Die Digitale Inboorlinge gebruik nie Facebook gereeld nie, terwyl die ouer generasies feitlik afwesig is op Snapchat en Twitter.

	Stil Gen.	Boomers	Gen. X	Gen. Y	Gen. Z
YouTube		x	x	x	x
Twitter			x	x	x
Snapchat				x	x
Facebook	x	x	x		

Figuur 3-9: Onderskeie generasies se voorkeur sosiale media platforms
(Gould, 2015:17)

Natuurlik sal die keuse van sosiale media platform dus 'n effek hê op wie almal ingesluit word in die gemeenskap van gelowiges. Hoewel al die generasies hou van sosialisering,

sal die jonger generasies se aversie van lees en skryf veroorsaak dat hulle die platforms vermy waar dit meer relevant is, soos Facebook (Gould, 2015:18). Ondanks hierdie onderskeide in voorkeur sosiale media platforms, is dit tog uit die onderstaande figuur duidelik dat alle ouderdomsgroepe se gebruik van sosiale media toegeneem het.



Figuur 3-10: Ouderdomsgroepe se gebruik van sosiale media platforms

(Duggan & Smith, 2013:elektroniese bron)

Daar is reeds baie navorsing gedoen oor die verskil in gebruik van sosiale media tussen die verskillende geslagte en inkomstekategorieë. Soos gesien kan word uit onderstaande opsomming, is die verskille egter baie minder as wat sommige navorsers verwag het.

Who uses social networking sites

% of internet users within each group who use social networking sites

	All internet users	*74%*
a	Men	72
b	Women	76
a	18-29	89[cd]
b	30-49	82[cd]
c	50-64	65[d]
d	65+	49
a	High school grad or less	72
b	Some college	78
c	College+	73
a	Less than $30,000/yr	79
b	$30,000-$49,999	73
c	$50,000-$74,999	70
d	$75,000+	78

Figuur 3-11: Gebruikers van sosiale media

(Duggan & Smith, 2013:elektroniese bron)

In bogenoemde navorsingstuk, wat gefokus het op die sosiale media gebruik van mense wat reeds toegang het tot die internet, is dit interessant dat die verskil in sosiale media gebruik tussen mans en dames onbeduidend is (Duggan & Smith, 2013:elektroniese bron). Ook die verskil tussen mense met slegs hoërskoolopleiding of minder; die met naskoolse kwalifikasies was onbeduidend. Selfs wat inkomstekategorieë betref, lê die hoogste verbruik juis op die twee pole en is feitlik dieselfde. Soos verwag, is die hoogste sosiale media gebruik by mense onder die ouderdom van 30, maar dit is ietwat van 'n verrassing dat feitlik 50% van persone oor die ouderdom van 65 ook aktief gebruik maak van sosiale media. Kennedy (2019:54) bevind dat 92% van die tieners in hulle ondersoek maak daagliks van ten minste vier verskillende sosiale media platforms gebruik. Elders in die navorsing word verwys na die gemiddelde gebruiker, wat gereeld van twee platforms gebruik maak. Hoewel ouderdomsprofiele bepaal wat die voorkeur sosiale platform is, en die jonger geslagte (soos verwag) meer aktief op sosiale media is as die ouer geslagte, word sosiale media egter deur alle geslagte gebruik en toon al die ouderdomskategorieë 'n konstante groei in gebruik.

3.6 Afbakening van die studieveld

Die navorser het in sy leeswerk baie boeke en artikels gevind wat die gevare van die internet en sosiale media bespreek (Estes, 2009; Rice, 2009; Wilson, 2008; Stephenson, 2006; Benchop & Menting, 2011). Talle mense het ook al persoonlik kennis gemaak met kuberskelms wat poog om via die internet hulle persoonlike inligting te bekom of wat hulle op ŉ slinkse wyse probeer oortuig om geld te investeer met die hoop op ŉ geweldige groot opbrengs. Met ander woorde, pogings om die internet te gebruik vir kriminele aktiwiteite.

In die populêre media is daar ook gereelde gesprekke oor produktiwiteit wat afneem as gevolg van werknemers se lang tye op sosiale media tydens werksure (Stokel-Walker, 2020:elektroniese bron). Daar word gereeld berig oor kuber-afknouery as ŉ tendens wat toeneem en ŉ baie nadelige effek op jongmense het (Anderson, 2016:elektroniese bron). So is daar allerlei berigte oor die moontlike positiewe invloed of nadelige effek wat die internet en sosiale media op mense en die ekonomie kan hê. Talle van hierdie geleenthede of gevare, al is dit eg, het egter nie ’n direkte invloed op sosialisering nie. Die primêre navorsingsvraag ‘Kan sosiale media koinonia in die plaaslike gemeente bevorder’, dwing die navorser om slegs te fokus op aspekte wat te make het met sosialisering en koinonia; daarom is dit vir die doel van hierdie studie nie wenslik om al hierdie ander aspekte in ag te neem nie. Hier word slegs gefokus op aspekte wat ŉ direkte of indirekte invloed op interpersoonlike verhoudings en sosialisering (veral binne die gemeentekonteks) kan hê.

Soos reeds in Hoofstuk 1 vermeld, het die navorsing geskied voor die wêreldwye inperkings van 2020, wat beslis ’n groot invloed in die gebruik en denke oor sosiale media sal hê. Veral die sluit van groepsbyeenkomste en eredienste het ’n geweldige impak op koinonia binne die gemeente en die gebruik van digitale byeenkomste gehad. Dit benadruk juis of aanlyn byeenkomste koinonia kan bevorder, al dan nie. Aangesien die fisiese navorsing egter voor 2020 afgehandel is, is die inperkingstyd, en gepaardgaande ervarings, uitgesluit in hierdie navorsing. Talle van die bevindinge rondom koinonia wat gemaak is voor hierdie tydvak, is egter uiters relevant vir hierdie era.

3.7 Redes vir die kerk om krities oor sosiale media na te dink en afbakening van hierdie denke

3.7.1 Agtergrond tot die nadenke

’n Sosiale netwerk is ’n struktuur wat saamgestel word deur individue met ’n gemeenskaplike belang, hetsy vriendskap, familiebande, een of ander belangstellingsterrein of geloof (Borgatti, Everett & Johnson, 2018:17). In die verlede was sosiale netwerke beperk tot die verbruiker se geografiese ligging, maar met die opkoms van sosiale media, wat globaal funksioneer, het sosiale netwerk baie meer divers geword. Die beskikbaarheid van digitale tegnologie het tot gevolg dat kommunikasie tussen twee persone deesdae nie meer bepaal word deur die afstand wat hulle van mekaar is nie, maar deur die beskikbaarheid van kommunikasietegnologie (Turkle, 2011:155). Die internet en daaropvolgende sosiale netwerke het dit moontlik gemaak vir mense wat geografies ver van mekaar verwyderd is, om in reële tyd te kommunikeer.

Waar hierdie kommunikasie in die vroeë jare van digitale tegnologie beperk was tot rekenaars en mense steeds beperk was tot bepaalde tye wanneer hulle voor hulle rekenaars was, het alles in die afgelope aantal jare verander, veral met die koms van die slimfoon. Rekenaars, tesame met die toename in internetverbindingspoed, maak dit moontlik dat mense nou 24 uur per dag, sewe dae per week, in verbinding met mekaar kan wees en kan sosialiseer. Carr (2010:63) som dit as volg op: “*The Net is becoming our typewriter, printing press, map, clock, calculator, telephone, post office, library, radio, TV, movie theatre, market, entertainment, work, and the like*…”.

Hierdie omvattende toeganklikheid maak dat daar ’n ongelooflike potensiaal in sosiale media opgesluit is. Hierdie toeganklikheid kan egter ook negatiewe gevolge hê. In die Kerkbode van 17 Oktober 2014, begin Nelis Niemand ’n gesprek oor die toekoms van die kerk, en wel onder die opskrif ‘Die 10 belangrikste dinge wat die NG Kerk moet doen’. Hy voer aan:

> *Ons lewe word beïnvloed deur digitale media – die sosiale netwerk, Facebook, het nou al meer as een biljoen lede! Die virtuele wêreld maak ’n al hoe groter deel uit van al hoe meer mense se leefwêreld; die lewenskuns hang af van ons vermoë om met ander mense in verbinding te bly. Een van die 10 top-uitdagings is om die Evangelie te inkarneer in ’n Google-wêreld* (Niemandt, 2014:3).

Die doel van die Kerkbode artikel was om lesers op te roep tot 'n debat oor die onderwerp. Hierdie studie maak dus op 'n manier deel uit van daardie debat, spesifiek oor die aspek van die sosiale media. Die fenomenale groei van sosiale media, soos vroeër reeds bespreek, onderstreep die feit dat dit 'n groot deel van baie mense se tydsbesteding uitmaak.

Die impak van sosiale media op die lewe van die mens kan dus nie ontken word nie. Niemandt se opmerking dat die lewenskuns afhang van ons vermoë om met mense in verbinding te tree, kan sonder veel debat aanvaar word. Of die verbinding wat deur sosiale media bereik word wel bevorderlik is, is egter nog nie bewys nie. Voordat hierdie punt egter bespreek word, is dit nodig om kennis te neem van die uiteenlopende standpunte oor die kerk en tegnologie, aangesien daar steeds mense is wat meen dat die kerk glad nie van tegnologie gebruik moet maak nie, hetsy goed of sleg.

3.7.2 **Die kerk en tegnologie**

Deur die eeue is talle wetenskaplikes deur die kerk vervolg vir godslastering, omdat hulle wetenskaplike verklarings soms krities was teenoor hoe die kerk die Bybel op daardie tydstip verklaar het. Dalk die mees bekende voorbeeld is die verhoor van Galileo Galilei in die 17de eeu; hy was onder huisarres geplaas en verplig om sy wetenskaplike uitlatings terug te trek (Wolf, 2017:elektroniese bron) (Peterson, 2017:25-26).

As gevolg van hierdie en soortgelyke optrede deur die kerk, is daar 'n etiket om die kerk se nek geplaas dat dit teen die wetenskap gekant is. Tot vandag is daar steeds mense binne en buite die kerk wat hierdie denkrigting handhaaf. Hoewel hierdie siening redelik begin afneem, is daar mense (veral van buite die kerk) wat frons oor die kerk se gebruik van tegnologie, aangesien hulle die opinie huldig dat die kerk sterk gekant is teen alle vorme van vooruitgang. 'n Voorbeeld hiervan is die wanvoorstelling van Pous Benediktus XVI se Kersdagboodskap in 2006 waarin hy sê:

> *Is a "Saviour" still needed by a humanity which has reached the moon and Mars and is prepared to conquer the universe; for a humanity which knows no limits in its pursuit of nature's secrets and which has succeeded even in deciphering the marvellous codes of the human genome? Is a Saviour needed by a humanity which has invented interactive communication, which navigates in the virtual ocean of the internet and, thanks to the most advanced modern communications technologies, has now made the Earth our great common*

> *home, a global village? This humanity of the twenty-first century appears as a sure and self-sufficient master of its own destiny, the avid proponent of uncontested triumphs* (Benediktus, 2006).

Sy boodskap het daarop neergekom dat te midde van al die tegnologiese hulpmiddels van vandag, daar steeds soveel nood in die wêreld is, dat die wêreld steeds ŉ Redder nodig het. Talle verslaggewers en rubriekskrywers het in die jare wat volg egter na hierdie toespraak/preek verwys as ŉ direkte aanval teen tegnologie, met opskrifte soos *Worship God, not technology* (Pullella, 2006:elektroniese bron). Hulle het sy boodskap interpreteer as ’n oproep dat Christene ŉ keuse moet maak tussen die navolging van tegnologie of die navolging van Christus. ’n Mens sou maklik bogenoemde kritiek kon afmaak as mense wat bevooroordeeld of onkundig is en sou selfs hulle kritiek kon ignoreer omdat hulle soms uit minderheidgroeperings bestaan.

Daar is voorts ook groeperinge binne die kerk wat sterk gekant is teen ’n wetenskaplike benadering tot die gebruik van tegnologie. Dink byvoorbeeld aan die Mormoonse en Mennonitiese gemeenskappe wat feitlik geen tegnologiese hulpmiddels in hulle gemeenskappe toelaat nie en lidmate wat dit wel gebruik onder sensuur plaas (Janzen, 2017:84).

Voorbeelde van verset teen tegnologie is egter nie beperk tot sulke ekstreme gemeenskappe nie. In meer gematigde geledere gaan daar ook gereeld stemme op dat die kerk nie te veel moet steun op tegnologie nie. Die beweegredes verskil – soms spruit dit uit eie onkunde en daarmee gepaardgaande vrees vir nuwe tegnologie. Soms spruit dit uit voorbeelde waar tegnologie juis deure oopmaak tot morele onaanvaarbare gedrag, soos die internet wat toegang tot pornografie vergemaklik. Daar is dus binne die kerk mense wat *per se* gekant is teen die gebruik van tegnologie.

Daar is egter ook kritiese vrae oor die gebruik van tegnologie wat verdien om gehoor te word. Juis omdat die vrae nie gevra word vanuit ’n vertrekpunt van bevooroordeling nie, maar vanuit ’n meer wetenskaplike benadering, waar hipoteses eers getoets moet word voordat dit sondermeer aanvaar word.

Kinnaman, die president van *The Barna Group*, versoek byvoorbeeld ’n debat binne die kerk oor hoe tegnologie die gebruiker beïnvloed, as hy die volgende opmerking maak:

> *One recent study we completed among teenagers showed that just 9% of church-going teens had learned something helpful about technology in their church during the past year. As each new generation becomes increasingly enmeshed with technology, these discussions and choices cannot be left to chance. Church leaders have to strike the delicate balance between the spiritual and cultural potential of tech tools without surrendering to the false promise of these tools. Having the means of reaching the masses - for instance, through podcasting - is a good thing. Yet, nothing matches the potency of life-on-life discipleship. In this respect, social networking and blogs can be effective tools to intimately connect with a small, natural network of relationships. The key is using the technology in a way that is consistent with your calling and purpose, not just an addictive self-indulgence* (The Barna Group, 2008:elektroniese bron).

Sulke vrae is nie eenvoudig kritiek teen die gebruik van tegnologie nie – dis kritiek teen die onnadenkende gebruik van tegnologie. Dit sou onverantwoordelik wees om negatief te wees teenoor nuwe vorme van tegnologie, bloot omdat dit nuut is. As dit die kerk se ingesteldheid was, sou die drukpers nooit ingespan word om Bybels mee te druk nie. Ook, die TV sou nooit gebruik word om die evangelie uit te dra nie en geen klankversterking of visuele projeksies in ’n erediens gewees het nie. Maar saam met elke nuwe tegnologiese ontwikkeling, kom daar ook die gevaar dat die nuwe tegnologie aangewend kan word om negatiewe en afbrekende inligting oor te dra. Daarom moet die kerk krities nadink oor die effek van tegnologie op die verbruiker. Campbell (2010:5) bepleit derhalwe ook ’n proses van evaluering en nadenke oor die positiewe en negatiewe aspekte van nuwe tegnologie.

Coutu berig oor die *Evocative Objects Seminars* wat hulle by MIT aanbied. In die seminare word daar gekyk na die emosionele, kognitiewe en filosofiese effek wat alledaagse objekte op hulle gebruikers se lewe het. Gevolglik word die volgende opmerking gemaak:
“What most of these objects have in common is that their designers saw them as "just tools" but their users experience them as carriers of meanings and ideas, even extensions of themselves” (Coutu 2003:44). Baie mense huldig hierdie siening dat die elektroniese tegnologie en selfs sosiale media, net stukkies gereedskap is wat mense daagliks tot hulle voordeel kan gebruik. Maar waarskynlik het hierdie stukkies gereedskap tog ’n groot

effek op die gebruiker daarvan. Daar is voorbeelde dat dit ’n effek het op selfbeeldvorming, op die fisies verhoudings wat gebruikers smee, en nog vele meer. Sekerlik is dit onverantwoordelik om dus hierdie tegnologieë te omarm voordat die effek daarvan op die verbruiker eers bespreek is. Mateus (2017:12) bevind dat meeste kerke dit belangrik ag om kontak te maak en te behou met hulle lede, maar 'n beduidende groep het nog nie vertroue in sosiale media, as 'n effektiewe kommunikasiemiddel nie. Vir 'n groot groep, is 'n webblad heeltemal voldoende en is daar weinig begrip vir verdere nadenke oor die gebruik van sosiale media.

Ten slotte, dit is belangrik om te bepaal watter verandering spesifiek as gevolg van tegnologie is en watter veranderinge as gevolg van die tydsgees is. Daar word maklik aannames gemaak dat aanlyngodsdiens die tradisionele godsdienskultuur radikaal verander, maar wat nie verreken word nie, is dat die tradisionele godsdienskultuur, onafhanklik van die invloed van die internet, self deur veranderinge gaan. Campbell (2012a:67) beskryf dit as volg:

> *This tendency toward lived religion, where traditional rituals and meanings become malleable and adaptable, is clearly mirrored within many forms of religious engagement online. Approaching religion in terms of lived practice highlights how hybridity can occur as practitioners combine religious language rituals, ideas, and artifacts from multiple traditions or interpretations, even those previously seen as nonreligious*.

Reimann (2017:71) vra die kritiese vraag of digitalisering net ’n ekstra hulpmiddel vir die kerk is en of dit ’n fundamentele proses van verandering in die samelewing verteenwoordig. Indien dit net ’n hulpmiddel is, dan staan dit gelyk met ander mediums van kommunikasie, soos die drukkuns, radio en televisie, en word dit bloot aangehaak by bestaande kommunikasiegeleenthede. Indien dit egter ’n fundamentele proses van verandering is, begin dit om die alledaagse lewens van mense te verander en word die strukture van ons gemeenskap, ekonomie, besigheid en instellings gewysig. Hy haal vir Piotr Czerski, ’n jong Poolse skrywer aan: “*we do not ‘surf’ and the Internet to us is not a ‘place’ or ‘virtual space’. The Internet to us is not something external to reality but a part of it: an invisible yet constantly present layer intertwined with the physical environment*”. [15]

[15] Reimann se aanhaling kom uit Entwicklungen der digitalen Gesellschaft,” it-daily.net website, 14 June 2013, https://www.it-daily.net/it-strategie/aktuelles/7628-entwicklungen-der-digitalen-gesellschaft

Daar is ’n duidelike verskuiwing in die samelewing na ’n sogenaamde netwerkgebaseerde samelewing waar sosiale verbintenisse gedesentraliseer word, maar daar steeds konneksies is, ondersteun deur sosio-tegniese infrastrukture (Campbell, 2013a:68). Die kerk, as deel van die samelewing, word meegesleur deur hierdie veranderinge. Eerder as om krities te wees oor tegnologie as sulks, sou die kerk baat om krities te kyk na verskillende vorme van tegnologie en ingeligte keuses te maak oor watter van hierdie tegnologiese hulpmiddels die kerk sou kon inspan in die uitleef van sy roeping.

3.7.3 **Verskeie invalshoeke binne die gesprek oor sosiale media**

Barbour (1993:19) voer aan dat Christene, in hulle verhouding met tegnologie, in een van drie kategorieë val: Hulle is optimisties, pessimisties, of sien tegnologie as ’n tweekantige instrument van mag. Talle skrywers, soos Campbell en Garner (2016:29-35), volg hierdie drieledige benadering tot tegnologie en sosiale media.

Byers (2013: 40) wys weer op die twee pole van denke wanneer hy redeneer dat daar rede tot opgewondenheid is oor die gebruik van media, indien die uitgangspunt is dat God ’n God van media is en die mens die ontvanger en soms die medium daarvan. Wanneer daar egter met die sondeval en die mens se foute rekening gehou word, is daar terselfdertyd rede tot kommer. Om die diversiteit van denke uit te lig, sal daar net eers na die twee pole verwys word, gevolg deur die middelgrond wat ’n meer verteenwoordigende beeld skep van die kritiese nadenke oor sosiale media.

3.7.3.1 Die optimistiese invalshoek

Daar is mense soos Johnson (2003:1), wat aansluit by die beeld van Prensky (2001:1), deur mense in die digitale kultuur te beskryf as, of immigrante, of plaaslike inwoners. Sy argument is dan dat die kerk sy effektiwiteit verloor onder die groeiende digitale bevolking, indien die kerk nie al die digitale hulpmiddels omarm nie.

Voorts is die sosiale media vir meer en meer mense nie net ŉ inligtingsbron nie, maar ook ŉ plek om te sosialiseer. En vir talle, selfs die voorkeur sosiale netwerk – meer as netwerke waar hulle fisiese kontak het (Turkle, 2011:13). Vir menige mens (en lidmaat) is die sosiale media dus alreeds ’n integrale deel van hulle alledaagse sosiale lewe. Vanuit hierdie siening en met inagneming van die beduidende groei van die sosiale media, kan die kerk dus nie anders as om kennis te neem van die impak en moontlike

positiewe gebruiksmoontlikhede van hierdie mediavorm nie. Cloete (2015:2) beskryf hoe die digitale tegnologie aan die kerk die middele en geleenthede gee om meer en meer mense te bereik.

Baie kerke omarm sosiale media in die geloof dat hulle hulle bediening kan verbeter deur gebruik te maak van die beskikbare tegnologie (Campbell & Garner, 2016:30). Gomes (2019:2) is van mening dat die gebruik van beskikbare tegnologie ’n gereformeerde beginsel is, aangesien godsdiens nie beperk word tot sakrale ruimtes nie, maar dat elke aspek van ’n persoon se daaglikse lewe geheilig moet word – “*sanctifying ordinary life lead us to embrace digital disciplines in our use of technology*” – en derhalwe ook digitale tegnologie. Daar is dus ’n sterk beweging dat alle tegnologie benut moet word en ’n positiewe invloed op mense se geloofslewe kan hê. Lesane (2005:84-85) voer aan dat die effek van tegnologiese vooruitgang besighede gedwing het om hulle bemarking en bedryfsisteme te verander om sigbaar te wees op die internet – en vra dan die vraag of die kerk nie ook moet nie?

3.7.3.2 Die pessimistiese invalshoek

Turkle is bekommerd oor die gevare verbonde aan tegnologie, soos gesien in die onderstaande opmerking:

> *Technology promises to let us do anything from anywhere with anyone. But it also drains us as we try to do everything everywhere. We begin to feel overwhelmed and depleted by the lives technology makes possible. We may be free to work from anywhere, but we are also prone to being lonely everywhere. In a surprising twist, relentless connection leads to a new solitude* (Turkle, 2011:i).

Cloete (2015:2) wys ook uit hoe tegnologie skade kan berokken aan aangesig tot aangesig verhoudings.

Nog verder op die ekstremistiese kant van die argument vind ons godsdienstige groepe, soos die Neo-Ludditiese beweging wat tegnologie wil afbreek en geloofsgemeenskappe, soos die Amish, wat baie selektief is oor watter tegnologie aanvaar word en wat verwerp word (Kraybill, 2014:13-14). Campbell en Garner (2016:32) verwys na berigte in populêre tydskrifte en koerante wat ’n prentjie skets van die gevare verbonde aan sosiale media en sodoende ’n persepsie skep dat sosiale media die bron van allerlei gevare is. In hulle woorde: “*The internet is perceived as leading to the breakdown of face-to-face*

relationships, replacing the physical worship community, and encouraging mediated interaction even within religious and spiritual life." Dyikuk (2019:101) verwys op sy beurt na die '*traditional suspicion*' wat daar in die kerk is oor die gebruik van virtuele realiteit.

Hoewel die kerk nie gelei moet word deur ekstremistiese of fundamentalistiese uitlatings nie, is dit tog duidelik dat die kerk ernstig moet besin of sosiale media nie dalk bestaande sosiale bande afbreek en dus ŉ bedreiging is vir die kerk wat in ŉ sekere sin ook as ŉ sosiale netwerk beskou kan word.

3.7.3.3 Die invalshoek is veelkantig

Die meer volledige siening van sosiale media, is egter dat dit nie op sigself goed of sleg is nie, maar elemente van albei kan besit (Barbour, 1993:15). Campbell en Garner (2016: 33) brei uit op hierdie gedagte deur aan te voer dat die bedoelings van die gebruiker bepaal of die 'gereedskap' sleg of goed is. Hulle gebruik die voorbeeld van 'n bank kliënt wat oorslaan na internet bankdienste. Aan die een kant ervaar die persoon talle nuwe funksionaliteite, maar aan die ander kant 'n verlies aan persoonlike kontak. Daarom voer hulle aan dat "*technology is multifaceted, and what might be one person's peril is another person's benefit*" (Campbell & Garner, 2016:32).

Lundby (2013:227) brei nog verder uit deur te wys op vyf invalshoeke (*Technological determinism, Mediatisation of religion, Mediation of meaning, Mediation of sacred forms, Social shaping of technology*) in die debat oor media en godsdiens. Die belangrike wat hy uitlig, is dat daar 'n wedersydse beïnvloeding is. Campbell (2012a:68), wat binne die "*Social shaping of technology*" invalshoek beweeg, glo dat binne 'n netwerkgebaseerde wêreld, tegnologie 'n invloed op godsdiens het. Die ironie is dat die vyf eienskappe van 'n netwerkgebaseerde godsdiens wat sy uitwys, naamlik netwerkgemeenskap, verdieping van identiteit, verskuiwing van gesag, konvergente praktyk, en 'n veelsydige werklikheid, nie slegs aanlyn verander nie, maar ook in die fisiese samelewing stelselmatig gewysig word.

Die belangrike gevolgtrekking is egter dat die wedersydse invloed tussen godsdiens en tegnologie veelkantig is. Die navorsing fokus egter nie op die invloed wat godsdiens op die media het nie, maar op die potensiële invloed wat die media (tegnologie) op godsdiens het. In talle van die navorsing oor hierdie invloed, is daar gepolariseerde uitgangspunte. Die navorser gaan egter in die volgende afdelings kyk na die twee pole,

onderskeidelik die gevare verbonde aan sosiale media, sowel as die potensiaal opgesluit in sosiale media. Dit geskied met inbegrip dat daar tussen die pole ’n kontinuum van beïnvloeding lê.

3.8 Moontlike negatiewe invloed van sosiale media op sosialisering

3.8.1 **Sosiale media lei tot sosiale isolasie**

Van Dijk (2006:160) voer aan: “*Instead, solitary individuals are withdrawing into their own (ever smaller) households and are participating in all kinds of communities without propinquity*”. Hierdie onttrekking en deelname aan groepies word toenemend waargeneem wanneer mense hulself tussen ander bevind, maar ’n aantal (of almal) van diegene wat teenwoordig is, is besig om boodskappe op hulle selfone te lees en te stuur; daar is dus geen of min onderlinge gesprek te bespeur.

Op die oog af lyk dit dus na ’n duidelike aanduiding van sosiale isolerende gedrag wat deur selfone en sosiale media bevorder word. Die persone kommunikeer nie met mekaar nie, maar is elkeen in sy/haar eie wêreld geïsoleerd. Indien die groep uit volwassenes bestaan, is die kanse goed dat hulle op Facebook of Whatsapp-groepe besig is. Indien dit tieners is, is die kanse egter dat hulle besig is om met mekaar te kommunikeer op sosiale media. Almal in die groep, maar ook ’n klomp vriende wat elders is, is besig om met mekaar te ‘*chat*’ via een of ander sosiale netwerk.

Die navorser ontken nie dat kommunikasie wel in sodanige opsette plaasvind nie. Selfs nie eens dat dit beskou kan word as ’n vorm van sosialisering nie. Die vraag is egter of dit ’n noemenswaardige vorm van sosialisering is. McCallion en McCallion (2021:2) glo nie dit is enigsins moontlik nie. Volgens hulle is daar vanuit die sosiologie talle bewyse dat mense beswaarlik kan oorleef en beslis nie kan floreer sonder fisiese interaksie met ander mense nie. Daarom is hulle gekant teen sosiale media wat aanvoer dat dit gemeenskappe kan skep; iets wat hulle glo nie moontlik is nie. Chotpitayasunondh en Douglas (2016:10) skep 'n nuwe term, naamlik "phubbing" om te verwys na 'n persoon wat op hulle foon besig is terwyl hulle in 'n aangesig tot aangesig gesprek met iemand is. Die verwagting is dat die verlies aan oogkontak en voltydse aandag in fisiese gesprekke, sekerlik 'n negatiewe invloed op die fisiese verhouding sal hê. Hulle navorsing toon egter dat mense hierdie, eens ongeskikte gedrag, al hoe meer aanvaar as normaal. Hierdie aanvaarding, beteken egter nie noodwendig dat dit bevorderlik is vir die fisiese verhouding nie.

Die invloed van sosiale media is natuurlik nie slegs tot tieners beperk nie. Volwassenes sal midde in ’n gesprek met ander mense, gou ’n boodskap op hulle selfoon lees en dan ’n boodskap terugstuur. Soms sal hulle verskoning aanbied, omdat dit iets “dringend” is, maar dit blyk dat dit toenemend as aanvaarde gedrag geag word, indien iemand midde in geselskap, vir ’n tydjie aandag skenk aan ’n aanlyngesprek (Larson, 2021:228-230).

Etlike jare gelede sou sulke gedrag in ’n sosiale omgewing, maar veral by die werkplek, as onaanvaarbaar beskou word. Dit is beskou as ongeskik om in ’n vergadering e-posse te lees en nie jou aandag aan die spreker te gee nie. Nou is dit amper normaal dat almal met ’n media-apparaat voor hulle sit en ooglopend van tyd tot tyd met iets anders besig is, eerder as om op die spreker te fokus (Turkle, 2011:161). Die resultaat is dat mense hulself gereeld isoleer van hulle fisiese omgewing en die mense daarin, en besig is om in die digitale wêreld te werk of te sosialiseer. Hoewel hulle dus soms via die internet in verbinding met iemand is, is hulle in hulle huidige fisiese omgewing, afwesig.

Die vraag is of hulle afwesigheid in hulle fisiese omgewing altyd negatief beoordeel moet word, veral vanuit die veronderstelling dat fisiese sosialisering belangriker is as aanlyn sosialisering. Aanvanklik is elektroniese en digitale verbintenisse gesien as ’n plaasvervanger vir persoonlike kontak; in tye wanneer laasgenoemde om een of ander rede onmoontlik was. Persoonlike kontak was dus die eerste opsie vir kommunikasie, met digitale verbintenisse as’t ware ’n noodmaatreël. Vir baie gebruikers het teksboodskappe (digitale verbintenisse) egter nou die gekose vorm van kommunikasie geword, omdat dit aan hulle die vryheid gee om kontak te maak wanneer hulle wil, maar veral belangrik, om te diskonnekteer wanneer hulle wil (Turkle, 2011:13). Volgens Yust (2014:136) verkies 33% van Amerikaanse tieners aanlynkommunikasie bo fisiese kommunikasie, omdat dit vinniger verloop as ’n tradisionele gesprek. Dit is dus duidelik dat in hulle evaluering, tydspandering vir hulle belangriker is as die kwaliteit van die gesprek.

Hoewel die vermoë om kontak te maak wanneer dit die persoon pas, baie keer as ’n positiewe beskou word, kan dit ook beskou word as ’n vorm van narsisme – dat gesprekke en sosialisering net plaasvind wanneer dit die persoon pas. Alles draai dus rondom daardie persoon se persoonlike behoeftes en voorkeure, terwyl gesonde sosialisering en koinonia sekerlik vra dat daar soms ook opofferings in die verhouding gemaak word.

Indien gesprekke primêr om ’n persoon se persoonlike behoeftes gaan, is daar sekerlik ’n moontlikheid dat koinonia skade lei in sulke gesprekke.

Sosiale isolasie vind egter nie net op ’n verhoudingsvlak plaas nie, maar ook op ’n godsdienstige vlak. Een van die opvallende tendense wanneer na godsdiens en die internet gekyk word, is dat gebruikers baie maklik vermenging van rituele toepas en dit individualiseer, bekend as konvergente praktyk (Campbell, 2012:77). Konvergente praktyke sluit natuurlik baie moontlikhede oop vir persone om sy geloof te verpersoonlik. Dit kan in ’n positiewe lig beoordeel word. Die negatiewe sy daarvan is egter dat dit in wese ’n sekularisasie proses kan word, waarin die individu hom totaal distansieer van bestaande geloofsgemeenskappe en ’n eie geloofsgemeenskap stig met hoogs individualistiese praktyke (Campbell 2012:84). Sodanige geloofsgemeenskap kan bestaan uit enkele individue wat almal die spesifieke geloofspraktyke aanhang en slegs via sosiale media kontak met mekaar het. ’n Individu sou egter ook in totale isolasie sy geloofspraktyke op die internet kon uitleef; met ander woorde, totale sosiale isolasie op die terrein van godsdiensbeoefening. In sulke gevalle is daar dan weinig of geen sprake van koinonia nie.

Uit die nadenke van bogenoemde navorsers, is dit dus duidelik dat daar nog nie genoeg navorsing is om onomwonde te oordeel dat sosiale media nadelig is vir integrering in ’n gemeenskap nie, maar daar is genoeg gevaartekens om aan te dui dat sosiale media maklik sosiale isolasie tot gevolg kan hê.

Voordat te vinnig geoordeel word, moet navorsers egter ook waak teen ’n vooroordeel, naamlik dat sosialisering net in ’n fisiese omgewing kan plaasvind, terwyl daar die moontlikheid is dat die virtuele wêreld dalk ook ’n gebied is waar sosialisering kan geskied. Wanneer die gebruiker van sosiale media in die virtuele wêreld sosialiseer, ten koste van fisiese sosialisering, kan die afleiding maklik gemaak word dat sosiale media lei tot sosiale isolasie, terwyl die persoon wel besig is om te sosialiseer – net op ’n ander plek as die tradisionele. Dalk is die persoon selfs besig om noemenswaardige verhoudings te kweek in die virtuele wêreld. Totdat daar egter genoegsame bewyse is dat koinonia in die virtuele wêreld kan geskied, bly dit steeds ’n moontlikheid dat sosiale media mense van mekaar kan isoleer, aangesien dit definitief veroorsaak dat hulle minder fisiese kontak met mekaar het.

3.8.2 Sosiale media ontneem mense hulle privaatheid / vryheid

In die verlede het verhoudings afgespeel in ŉ fisiese ruimte. Sodra een party die fisiese ruimte verlaat, was daar nie meer ŉ moontlikheid vir gesprek tot en met die volgende ontmoeting in ŉ fisiese ruimte nie. Baie mense het sekerlik gewens daar is maniere wat hulle meer kontak kon hê – selfs as hulle fisies verwyderd was. Met die koms van die telefoon kon mense kontak maak terwyl hulle op verskillende fisiese plekke is. Elkeen moes egter steeds naby ŉ telefoon wees wat steeds ook ŉ fisiese ruimte beklee het.

Met ŉ selfoon kon hulle egter enige tyd van die dag kontak maak. En later, met die koms van sosiale media, het hierdie kontaksessies baie meer bekostigbaar geword. Vir baie was dit ŉ droom wat bewaarheid is, vir ander het die pendulum weer te ver geswaai, want hierdie nuwe tegnologie het hulle van privaatheid beroof. Die selfoon het vir baie ŉ tronksel geword, want nou kan hulle nie meer kontak ontglip nie (Dettmers & Biemelt, 2018:498). Mense verwag deesdae van ŉ persoon om 24 uur per dag, sewe dae per week, beskikbaar te wees.

Talle mense se reaksie op hierdie verwagting, is dat die persoon ŉ keuse het of hulle die foon antwoord of nie. Turkle (2011:227) verwys egter na die verslawende effek wat ŉ digitale verbintenis kan hê. In navorsing is bevind dat die menslike liggaam dopamien afskei as hy die luitoon van sy selfoon hoor. Die dopamien veroorsaak ŉ fisiologiese proses wat die mens amper opgewonde maak om die foon te beantwoord, ironies, dieselfde fisiologiese proses waardeur ŉ persoon gaan wat aan ŉ narkotiese middel verslaaf is. Net soos ŉ middel-verslaafde persoon hulself nie kan keer om die middel te gebruik nie, kan sommige selfoongebruikers hulself later net nie meer keer om die foon te beantwoord as dit ŉ geluid maak nie (Larson, 2021:229). Na afloop van die gesprek is hulle spyt dat hulle geantwoord het en hulle privaatheid opgeoffer het, maar toe die foon lui kon hulle hulself fisies net nie keer om die oproep te beantwoord nie.

Die gevolg is ŉ gebrek aan privaatheid of vryheid, met ŉ toenemende aantal mense wat smag om net soms "onbereikbaar" te wees. Baie mense skakel bloot hulle selfone af, maar daar is ŉ beduidende hoeveelheid mense wat skuldig voel om dit te doen. Gevolglik kom hulle nooit weg van hulle werk nie. Waar sommige instellings wat gaste akkommodasie aanbied, in die verlede verskoning gemaak het omdat hulle nie selfoon ontvangs het nie, raak dit deesdae amper ŉ bemarkingsgeleentheid – om geen ontvangs

te hê nie en dat die gaste totale vryheid kan beleef: "*Luxury with no electricity or cell phone reception*" (TripAdvisor, 2017:elektroniese bron).

Sedert die era van digitale verbintenisse, is verlof vir baie mense nie meer 'n wegbreek van jou verantwoordelikhede (werk) nie, maar bloot die vertoef op 'n ander fisiese plek waar jy steeds gekontak kan word om te werk (Turkle 2011:165). Die gevolg van voortdurend bereikbaar en beskikbaar te wees, is sosiale uitbranding waar mense later so smag na privaatheid, dat hulle begin om alle kontak met mense in te perk. "*There is something about human beings that needs to be preserved from the gaze of others. Clothing obscures physical nakedness, but we also need to protect our digital nakedness, given that not all of our data traces should be disclosed"* (Reimann, 2017:74).

Net soos uitbranding 'n realiteit is binne 'n predikant se bediening, is sosiale media uitbranding 'n realiteit binne 'n gemeente se sosiale media bediening. Sosiale media skep 'n verwagting van vinnige reaksietyd, en derhalwe plaas dit die druk op die leraar of persone wat die sosiale media van 'n gemeente bestuur om altyd aanlyn te wees en onmiddellik te reageer op 'n boodskap (Zivnuska, Carlson, Carlson, Harris & Harris, 2019). Die oomblik wanneer 'n persoon "dankbaarheid" of "verligting" ervaar dat daar weens 'n tegniese kwessie geen sein is nie en hy tans deur niemand bereik kan word nie, moet so 'n persoon gaan nadink oor die moontlikheid dat hy of sy aan uitbranding begin ly. Hoewel sosiale media die geleentheid bied om feitlik op enige plek en enige tyd kontak met ander te bewerkstellig, hou dit definitief die gevaar in dat mense sosiale uitbranding kan ervaar.

3.8.3 **Sosiale media beroof mense van tyd**

Die digitale kultuur het ongetwyfeld 'n groot impak op die tydsbesteding van jongmense. 'n Aanlynopname in 2013 onder 25000 kinders in die Europese Unie, het aangedui dat 83% van 9-16 jariges gereeld aanlynspeletjies speel. In 'n 2010-opname in Amerika, is bevind dat kinders van 11-14 jaar oud gemiddeld 85 minute per dag aan videospeletjies spandeer (Yust, 2014:133). Ander navorsing in 2012 toon dat 90-95% van Amerikaanse tieners sosiale media op 'n gereelde basis gebruik (Yust 2014:134).

Een van die algemeenste klagtes wat mense gereeld opper, is 'n gebrek aan tyd. Daarom, selfs 'n halfuur per dag neem 'n noemenswaardige segment van 'n mens se daaglikse beskikbare tyd. Hoe minder tyd, hoe minder die geleentheid om aan verhoudings te werk.

Dit is egter nie net tieners wat tyd spandeer in die kuberruim nie. Uit 'n 2015-opname in Amerika oor tydvermorsing tydens werksure, kom die volgende bevindinge aan die lig:

- 31% vermors ongeveer 30 minute daagliks
- 31% vermors ongeveer 1 uur daagliks
- 16% vermors ongeveer 2 ure daagliks
- 6% vermors ongeveer 3 ure daagliks
- 2% vermors ongeveer 4 ure daagliks
- 2% vermors 5 of meer ure daagliks

Figuur 3-12: Tydvermorsing tydens werksure

(Conner, 2015:elektroniese bron)

In die opname erken 88% van die respondente dat hulle wel skuldig is aan tydvermorsing. Wat egter uitstaan, is dat 31% van die respondente daagliks ongeveer 'n uur (uit 'n gemiddelde werksdag van 8 uur) tyd mors en 2% wat ongeveer 5 uur of meer mors.

In 'n verdere ontleding oor waarop hulle hulle tyd spandeer, is dit duidelik uit die onderstaande figuur dat die selfoon, internet en sosiale media die hoofredes is vir die vermorsing van tyd.

- Talking on the cell phone and texting – 50%
- Gossiping – 42%
- On the Internet – 39%
- On social media – 38%
- Taking snack breaks or smoke breaks – 27%
- Distracted by noisy co-workers – 24%
- In meetings – 23%
- On email – 23%
- Distracted by co-worker drop byes – 23%
- Distracted by co-worker calls on speaker phone – 10%

Figuur 3-13:Opname oor tydsbesteding tydens werksure

(Conner, 2015:elektroniese bron)

'n Ander Amerikaanse studie toon aan dat jongmense wat meer as 16 uur per dag spandeer aan elektroniese media, meer waarskynlik gevoelens van hartseer, ongelukkigheid en verveling sal ervaar (Yust, 2014:136). Die navorser sal later terugkom

na die uitwerking daarvan om langdurig aanlyn te wees. In hierdie afdeling word die inkremente van tydsbesteding wat in die betrokke navorsing gebruik is, bespreek. Dit is amper skokkend dat die navorsers gebruik maak van ŉ kategorie "Meer as 16 uur per dag" en dat daar 'n beduidende aantal respondente in hierdie kategorie val. As in ag geneem word dat hierdie tieners nog iewers in die 24 uur siklus moet slaap, is dit duidelik dat daar nie veel tyd in hulle lewe kan oor wees om op ander wyses te sosialiseer nie. In Nielsen (2018:35) se navorsing word bevind dat 48 van die 57 respondente Facebook ten minste een keer per dag besoek. Belangriker is egter die tydsduur wat hulle op Facebook spandeer. Vier van die 48 het aangedui dat hulle meer as 10 uur per week op Facebook is, terwyl 8 aangedui het dat hulle tussen 7 en 10 uur per week aan Facebook spandeer. Aanlyn tydsbesteding, vervang aktiwiteite soos lees, deelname aan fisiese aktiwiteite, aangesig tot aangesig gesprekke. Volgens Kennedy (2019:57) bevorder hierdie aktiwiteite almal geestesgesondheid. Die vervanging van hierdie aktiwiteite deur tyd wat aanlyn spandeer word, is nie net tydrowend nie, maar waarskynlik ook nie bevorderlik vir die gebruiker se geestesgesondheid nie.

Wanneer Carr (2010:91) berig oor wat mense alles op hulle selfone kan doen, maak hy die opmerking dat vanweë die magdom inligting wat op een skerm verskyn, mense sukkel om op een taak te konsentreer. Daarom praat hy van '*The Age of Distraction*'. Selfs wanneer mense voor hulle rekenaar sit met die doel om te werk, word hulle aandag voortdurend afgetrek deur sosiale media en gaan kosbare tyd verlore. Volgens Carr (2010:113) en Gomes (2019:5) het sosiale media en die internet die mens se vermoë om met verskeie take gelyktydig besig te wees (*multi-tasking*) verbeter, maar in die proses die mens se hoër denke en redeneringsvermoë benadeel.

Hoewel die moontlikheid tot koinonia nog onder bespreking is, kan die feit dat sosiale media baie van mense se tyd in beslag neem, nie ontken word nie. As sulks bly die gevaar van oormatige tydsbesteding 'n werklikheid.

3.8.4 **Sosiale media kan probleme in bestaande fisiese verhoudings veroorsaak**

Persone wat lang tye aanlyn verkeer, se emosies word soms negatief beïnvloed en hierdie negatiwiteit word dan oorgedra na hulle fisiese verhoudings. Christensen (2018:35) haal 'n respondent aan oor die ervaring na lang tye aanlyn: "*We are less patient and a lot more anxious or on edge. We are more likely to misunderstand each other or start an argument*". 'n Groot, maar dikwels verskuilde gevaar, is dat verhoudings wat

gebou word deur sosiale media, nie werklik gaan oor die bou van verhoudings nie, maar oor die opbou van eie sosiale selfbeeld. Die ‘vriende’ op sosiale media word dus meer beskou as mense met wie jy assosieer (*gesellschaft*), ter wille van die self; instede van as werklike gemeenskap (*gemeinschaft*), mense vir wie jy omgee (Miller, 2011:185).

Sweet (2012:163) voer aan dat enige individu, slegs ongeveer 150 werklike vriende kan akkommodeer. Hoewel lewensomstandighede deur die eeue verander het, het hierdie syfer konstant gebly. Facebook beperk ’n individu se ‘*friends*’ tot 5000. Tog bly 150 die optimale aantal mense met wie jy genoeg kontak kan hê, sodat jy weet wat werklik in hulle lewens aangaan. Dit lei maklik tot die valse geloof dat iemand baie vriende het, terwyl min of niemand van hulle werklike vriende is (Dyikuk, 2019:112).

Die navorser staan baie keer verstom deur die ‘*friend requests*’ wat hy ontvang van mense wat hy van geen kant af ken nie. Die vriendskapsversoeke se oorsprong is waarskynlik Facebook se voorstelle wat gebaseer is op ‘*friends of friends*’. Aangesien hierdie mense (buiten vir ’n gemeenskaplike vriend) geen ander verbintenis of dalk selfs belangstelling het nie, kan die versoek nie gebaseer wees op ’n werklike behoefte om vriende te word nie, maar eerder op ’n strewe na soveel as moontlik vriende op hulle profiel, ter wille van hulle eie status. Turkle (2011:16) verwoord haar vrese oor die invloed van tegnologie op verhoudings as volg: *“… when technology engineers intimacy, relationships can be reduced to mere connections”*.

Dit bring die navorser by die vraag of ’n vriendskap wat oor ’n tyd lank gesmee is, gelykstaande is aan ’n ‘vriend’ wat op Facebook die ‘*friend*’ knoppie gedruk het? Sulke vrae word geregverdig deur ware verhale, soos dié van Simone Back wat op haar Facebook-blad geplaas het dat sy al haar vriende groet, omdat sy ’n oordosis pille geneem het en gaan sterf (Miller, 2012:265). Van haar 1048 Facebook ‘vriende’ het enkeles dit afgemaak as ’n grap en die ander het dit bloot geïgnoreer (Hutchinson, 2011:elektroniese bron). Sy is oorlede, met ‘vriende’ wat oënskynlik nie omgegee het nie.

Turkle (2011:1), in haar evaluering van digitale verbintenisse en sosiale robotte, sê: “*(They) may offer the illusion of companionship without the demands of friendship”*. Die vraag is dus: Is dit die tipe koinonia wat die kerk wil bevorder of wil die kerk dit eerder ontmoedig, omdat dit bloot ’n illusie skep, maar nie werklik lei tot noemenswaardige verhoudings nie?

Soos reeds gemeld, is daar in onderhoude met jongmense bevind dat teksboodskappe hulle voorkeurvorm van kommunikasie is, omdat dit aan hulle die vryheid gee om ’n gesprek te begin wanneer dit hulle pas en weer te beëindig wanneer hulle wil. Talle het ook genoem dat dit hulle gekose kommunikasie is, omdat hulle met ander dinge kan besig wees, terwyl hulle met mekaar via teksboodskappe in gesprek is (Turkle 2011:13). Dit is beslis ’n pluimpie vir sosiale media se vermoë om tyd-effektief te wees, maar sekerlik nie bevorderlik vir die bou van ware verhoudings nie. Sosiale media lei dus tot baie meer verbintenisse, maar nie noodwendig tot meer verhoudings met betekenis nie. Christensen (2018:36) lig uit dat 'n aantal respondente uit hulle navorsing, aangedui het dat hulle hulle fisiese verhoudinge vergelyk met verhoudinge wat hulle op sosiale media waarneem, en dan ontevredenheid ervaar met hulle bestaande fisiese verhoudinge.

Kuber-bullebakkery (*cyber bullying)*, is ’n probleem wat nie volledig in hierdie navorsing bespreek word nie, omdat dit ’n onderwerp op sy eie is. Wat tog vir hierdie navorsing van belang is, is die reaksie van talle mense op hierdie verskynsel. In ’n 2010 studie is bevind dat 30.2% van Gr. 9 leerders, reeds slagoffers van kuber-afknouery was. Kommerwekkend was egter dat feitlik die helfte van die groep leerlinge wat deelgeneem het, gedink het dat hierdie verskynsel “snaaks” is (Yust, 2014:137). Dit toon ’n definitiewe afname in werklike omgee vir ander mense. Dis asof daar nie meer empatie of simpatie bestaan nie, omdat talle verhoudinge nie meer werklike omgee-verhoudinge is nie. Sulke verhouding sal dus nie kan kwalifiseer as werklike koinonia nie.

Hoewel pornografie as ’n euwel op sy eie bespreek kan word, is daar ook talle navorsers wat ’n direkte verband trek tussen die kyk na pornografie en die verbrokkeling van verhoudings. Kumar (2011:elektroniese bron) verwys na navorsing wat bevind dat 90% van 16-jariges alreeds aan pornografie blootgestel is. Op die vraag of pornografie aanvaarbaar is, het 67% van die mans en 59% van die dames ‘ja’ geantwoord. Talle mense sal op morele vlak alreeds ’n probleem hê met hierdie terugvoer. Vir die navorsing is die vraag egter of dit nadelig is vir verhoudings.

Kumar verwys verder na die *Association of Divorce Lawyers wat* in ’n verklaring beweer dat meer as 50% van egskeidings, ’n direkte gevolg is van pornografie. Sonder om ’n enkele studie te verabsoluteer, is dit sekerlik billik om te aanvaar dat pornografie ’n nadelige invloed op verhoudings kan hê. Daar is ook alreeds baie navorsing wat toon

dat die kyk van pornografiese materiaal oor die internet geredelik voorkom. Statistieke dui byvoorbeeld aan dat elke sekonde, gemiddeld 28 258 internetgebruikers na pornografie kyk (Webroot, 2016:elektroniese bron).

Die Islamitiese sanggroep, Native Deen, wat sosiale euwels in hulle musiek aanspreek, sing in hulle liedjie, *Lord is watching*, uit hulle album, *Not Afraid to Stand Alone*:

> *The personal computer is a real amazing thing*
> *with all the knowledge it can bring to our young men and young women*
> *But you know when you have been using it for doing sin*
> *Find a hidden place within, and then the downloading begins*
> *And quickly you begin to get savvy with the internet*
> *The devil whispers and convinces you that you ain't sinning yet*
> *You know it's wrong and if you're caught they all will be upset, you*
> *learn to close the window quick so no one catches wind of it*.
> (SongLirics, n.d.)

Hulle verwoord in die liedjie ŉ scenario waar mense hulle besig hou met pornografie, terwyl hulle gewete vir hulle sê dat dit nie moreel aanvaarbaar is nie. Maar soos dikwels gebeur, oortuig mense hulself dat dit wat hulle doen, nie eintlik so verkeerd is nie. Die beoordeling van pornografie lê hoofsaaklik op 'n moreel-etiese vlak, en is nie die fokus van hierdie navorsing nie. In hierdie navorsing word pornografie egter vanuit 'n verhoudingsoogpunt beoordeel, en is daar aanduidings dat dit in die meeste gevalle sal lei tot' verbrokkeling in bestaande fisiese verhoudings.

In hierdie onderafdeling neem die navorser dus kennis van 'n verskeidenheid van sosiale media aktiwiteite wat 'n negatiewe invloed op fisiese verhoudings kan hê. Dit sal dus onverantwoordelik wees om nie al hierdie gevare te verreken in 'n beoordeling van sosiale media nie.

3.8.5 **Sosiale media belemmer identiteitsvorming en kan verwarring tussen realiteit en simulasie skep**

Vir lank is tegnologie ervaar as iets wat in diens van die mens staan. Oor die laaste dekade of so, het hierdie grens egter ietwat vervaag. Veral as gevolg van die skep van virtuele wêrelde en sosiale media waarin die mense dan as avatars hulself uitleef. In hierdie wêreld vervaag die grens tussen werklike identiteit en aanlyn-identiteit vinnig

(Mallan, Ashford & Singh, 2010:264). Tegnologie is nie meer net in diens van die mens nie, dit word werklik deel van baie mense se lewe. En vir baie kom daar verwarring in wie hulle werklik is, die fisiese persoon, of die persoon op die skerm, wat moontlik 'n totale ander "persoonlikheid" het.

Ondanks al die navorsing oor die hoeveelheid van gebruik, en baie navorsing oor die effek op opvoeding van kinders, is daar weinig navorsing oor wat die effek van sosiale media op mense se identiteitsvorming, geloofsvorming en hulle onderlinge verhoudings het. Yust (2014:134) is veral bekommerd oor hoe kinders hulle identiteit vaslê, binne 'n digitale kultuur waar hulle op ander wyses en vlakke in verhoudings staan. Volgens hom het die groepe of gemeenskappe wat op sosiale media gevorm word, baie keer slegs een gemeenskaplike belang wat hulle dus baie heterogeen maak. Groepe wat in hulle fisiese wêreld gevorm word, deel meestal 'n geografiese area met gepaardgaande sosio-ekonomiese omstandighede, taal en kultuur wat van hulle 'n baie meer homogene groep maak. Derhalwe bied fisiese groeperings 'n baie groter geleentheid vir mense om hulle identiteit te vorm (Van Dijk, 2006:167). Jongmense vorm hulle identiteit op plekke waar hulle vrylik kan gesels, reflekteer en ander kan waarneem. Tradisioneel is die huis en die skool beskou as die twee primêre plekke waar dit geskied. Naas hierdie twee, is daar egter die "derde plek", naamlik die sosiale arena, waaronder plekke soos kerk, sportfasiliteite en kuierplekke tel waar jongmense noemenswaardig genoeg tyd spandeer sodat identiteitsvorming kan plaasvind (Van Dijk, 2006:168).

Vanweë die toenemende tyd wat jongmense op die internet en spesifiek sosiale media spandeer, maak dit nou ook deel uit van hierdie "derde plek". Campbell beskryf die internet as "*a place where young people build a sense of 'home' through the acquisition of information, the development of common worldviews and experimentation with the self via highlighting certain attributes or hiding others, or even creating whole new personas*" (Campbell 2005:22). Die Latynse woord, *persona,* het oorspronklik verwys na die masker wat akteurs gedra het in antieke Griekse teater om sy/haar karakter uit te beeld. In 'n aanlyn-identiteit skep iemand ook 'n persona. Hierdie persona (soms uitgebeeld deur 'n avatar) het ten doel om die persoon uit te beeld (Reimann, 2017:75-76). Hierdie persona beskerm die persoon se identiteit, maar is nie veronderstel om vals te wees nie; dit moet iets van sy ware identiteit uitbeeld sonder om hom-/haarself te identifiseer.

Die probleem met aanlynpersonas is dat die skep van nuwe identiteite, nie noodwendig die vorming van identiteit is nie, maar ŉ virtuele ontvlugting van jou werklike identiteit. Voorts is sosiale media nie 'n "plek" nie, want mense is op sosiale media terwyl hulle mobiel is. Selfs ons woordeskat moet herontwerp word wanneer ons oor sosiale media begin nadink. Dit is dus te betwyfel of sosiale media help met identiteitsvorming en dat dit eerder identiteitsverwarring tot gevolg kan hê.

ŉ Belangrike komponent in die proses van identiteitsvorming en van ŉ jong volwassene wat onafhanklik word van sy/haar ouers, is fisiese verwydering. Sodra die individu op hulle eie woon, begin hulle om onafhanklik besluite te neem. Met die toename in elektroniese verbindingsmiddele, kan die jong volwassene steeds ter enige tyd en plek, maklik kontak maak met hulle ouers en om raad en bystand vra. Pleks van leer om self onafhanklike besluite te neem nadat hulle die huis verlaat, is sy/haar ouers nou steeds slegs die druk van 'n knoppie weg en kan hulle ingryp – wat onafhanklikheid teenwerk (Turkle 2011:173). Twintig jaar gelede sou iemand wat 20 keer per dag haar ma bel om oor kleinighede te praat, beskou word as iemand wat sukkel om haar afhanklikheid te verwerf. Vandag sou 20 teksboodskappe heel normaal voorkom.

Daarom die opmerking van Yust (2014:140): "*Certainly, the means by which young people cultivate relationships and the ways in which they perform identity within these relationships is being reshaped by digital culture and questions about the nature and quality of human attachments in online social networking need to be pursued further, as do connections between digital culture participation and young people's religiosity".*

Tesame met identiteitsvorming, is realiteitsbesef. 'n Werkgewer van Disney vertel dat baie van die besoekers aan *Animal Kingdom*, hulle speelpark waar regte diere aangehou word, teleurgesteld is met die dooierige diere, in teenstelling met die meer 'realistiese' diere by *Disney World* wat in werklikheid almal robotte is (Coutu 2003:48).

Presies dieselfde effek word waargeneem waar mense deur digitale mediums begin om godsdiens te beoefen, veral waar rituele in die virtuele wêreld uitgeleef word. Omdat mense gewoond geraak het daaraan dat jy in digitale speletjies die wêreld kan aanpas om aan jou behoeftes te voldoen, begin hulle dit ook doen wanneer hulle godsdiens beoefen in die virtuele wêreld (Wagner, 2012:27). Die gevaar is natuurlik dat die ritueel of sakrament later nie meer die waarde het wat dit bedoel was om te hê nie, maar

verpersoonlik word om die gebruiker se behoeftes te bevredig. Die persoon besef dit egter nie, omdat die skeidslyn tussen realiteit en simulasie vervaag het en hulle toenemend kontak met die realiteit verloor.

Daar is selfs ’n fisiologiese verklaring vir hierdie realiteitsverlies. Graham (2016:16) verduidelik hoe die geweldige volume van inligting wat die brein voortdurend moet hanteer veroorsaak dat ’n persoon elke 60-90 minute moet rus. Dit gebeur egter nie, met die gevolg dat mense hulle kapasiteit verloor om tussen dit wat relevant is en dit wat onbenullig is, te onderskei. Gevolglik maak mense meer foute; sekere navorsers ondersoek selfs die moontlikheid dat hierdie oorlading van die brein kan lei tot ADD.

Wanneer mense kontak met die werklikheid verloor en in die proses sukkel met identiteitsvorming, moet dit as ’n negatiewe invloed op gesonde sosialisering gesien word. Vanweë die feit dat sosiale media ’n nuwe plek is waar jongmense hulself ervaar en in die proses aan hulle identiteit skaaf, saam met die feit dat hulle hulself soms inleef in hulle aanlyn-identiteit, is daar ’n wesentlike gevaar dat dit probleme kan veroorsaak met identiteitsvorming.

3.8.6 **Sosiale media skep valse gemeenskappe van omgee**

’n Groep/gemeenskap/netwerk se ontstaan en aktiwiteite word normaalweg gekoppel aan ’n bepaalde konsep, ideologie of geloof. Individue skakel in by die netwerk, omdat hulle almal gesamentlik hierdie doel nastreef. Van Dijk (2006:168) verwys egter na ’n fenomeen wat hy noem, Netwerk individualisasie. Hiermee verwys hy na mense wat aansluit by ’n spesifieke netwerk, maar pleks daarvan dat die plek, groep of organisasie die belangrikste entiteit is, word die individu die belangrikste entiteit binne daardie netwerk. Aangesien individualisme juis die teenoorgestelde is van sosialisering, skep dit die probleem dat mense nie werklik sosialiseer binne sulke netwerke nie, maar elkeen is bloot daar om hulle eie belange te dien. Baker (2019:10) Vind 'n verband tussen veelvuldige gebruik van sosiale media en simptome van depressie en angstigheid. Volgens navorsing het depressie by adolessente sedert 2008 met 52% toegeneem (Twenge, 2017:14). Een van die vorme van angstigheid wat ervaar word, is die vrees om uitgeskakel te word (FOMO - *The Fear of Missing Out*). Saam met dit is daar die verskynsel van vergelykende denke (*comparative thinking*), waar die gebruiker hulself voortdurend vergelyk met ander (Koehler & Parrel, 2020:33). Hoewel die persoon dan baie aktief deelneem aan sosiale media gesprekke, geskied dit teen die agtergrond van

angstigheid en is dit eintlik 'n vorm van isolasie (Baker, 2019:12). Alt (2017:397) brei uit oor hoe hierdie kompulsie mense dryf om konstant op sosiale media teenwoordig te wees en in die proses kontak te verloor met fisiese persone rondom hulle.

Meer en meer mense gebruik die internet om ’n skuldbelydenis te doen of ’n oproep tot hulp te maak. Hoewel aanlyn-skuldbelydenisse die moontlikheid daar stel dat baie meer mense simpatiek reageer, is daar egter ook die moontlikheid dat baie vreemdelinge met wreedheid reageer (Turkle, 2011:235). Die ander realiteit is dat aanlyn-skuldbelydenisse baie keer niks aan die persoon se situasie verbeter nie. Trouens, dit mag dalk selfs meer nadelig wees, aangesien dit die persone daarvan weerhou om werklik iets te doen aan die probleem, omdat hulle reeds voel dat hulle iets gedoen het deur aanlyn te bieg (Turkle, 2011:238).

Wanneer mense deur ’n aanlyngemeenskap ‘aanvaar’ word, mag dit voorts lei tot die valse verwagting dat hulle werklik nou behoort aan ’n gemeenskap wat vir hulle omgee. Die Westerse konsep van ’n gemeenskap spruit uit ’n karikatuur van plattelandse dorpslewe waar daar beperkte geografiese mobiliteit was, mense gewortel was in hulle geskiedenis, ’n hoë vlak van interafhanklikheid tussen die inwoners bestaan het en ’n hoë sosiale verantwoordelikheid geheers het (Yust 2014:135). Dit bestaan feitlik nie meer vandag nie, selfs nie meer in die klein plattelandse dorpies nie. Daar is egter in bestaande fisiese gemeenskappe steeds tekens van hierdie oorspronklike beeld van gemeenskap.

Dit is egter glad nie die geval met sosiale media gemeenskappe nie. Hulle word eerder gekenmerk deur individualiteit binne ’n netwerk en die grense word bepaal deur verbinding, eerder as geografiese nabyheid. Dit is onteenseglik dat sosiale media gemeenskappe bestaan, maar ook waar dat hierdie gemeenskappe beskryf kan word as “*communities of physically atomised individuals sitting alone in front of personal computers*” (Yust, 2014:140). Hierdie uitgangspunt word verduidelik deur te wys op die belangrikheid van ’n stem en liggaamstaal. In tradisionele gemeenskappe is die stem die primêre kommunikasiebron, maar in aanlyngemeenskappe word die persoon se teenwoordigheid verberg deur ’n teks wat krities bedink is. Dit kan veroorsaak dat persone ontmens word, wat ’n effek moet hê op die bou van noemenswaardige verhoudings. Liggaamstaal is tradisioneel ’n baie belangrike deel van ’n sinvolle gesprek, maar dit is totaal verberg in aanlyngemeenskappe wat meestal deur middel van teks kommunikeer.

Daar is definitief die gevaar dat virtuele gemeenskappe kan bestaan uit persone wat nie werklik betrokke is in mekaar se lewens nie en nie werklik omgee vir mekaar nie. Laasgenoemde skep dus die moontlikheid van valse gemeenskappe waar daar kontak is, maar geen werklike omgee vir mekaar nie.

3.9 Moontlike positiewe invloed van sosiale media op sosialisering

3.9.1 **Sosiale media kan fisiese verhoudings versterk**

Vanweë die globaliseringseffek, word baie familielede en vriende regoor die wêreld versprei, die sogenaamde *tyd-ruimte distansiëring* (Van Dijk, 2006:157). Sosiale media bied allerlei platforms waarop hierdie mense met mekaar kan kommunikeer. Hoewel video-oproepe en gespreksblaaie nie fisiese kontak heeltemal kan vervang nie, help dit mense om steeds kontak te behou oor lang afstande (Gomes, 2019:4). Hoewel Dyikuk (2019:113) erken dat dit nie maklik is nie, is hy van mening dat tegnologie tog ’n gevoel van gemeenskap kan bied wat nie nabyheid vereis nie.

Volgens ’n studie (Smith, 2019:elektroniese bron), was Facebook-gebruikers se aantal ‘Facebook friends’ in 2019, gemiddeld 338. Hoewel die groot getal krities beoordeel kan word[16], is dit tog ’n aanduiding dat baie mense verhoudings op Facebook as belangrik ag. Selfs as talle van die “friends” nie werklik vriende is nie, maak sosiale media dit makliker vir mense wat reeds vriende is, om baie meer kontak met mekaar te hê, veral indien daar geografiese struikelblokke is. Young (2011:24) se navorsing bevestig dit; daar is bevind dat 98% van mense se aanlynvriende op Facebook, mense is met wie hulle fisiese kontak het of gehad het. Die meerderheid van Facebook se verhoudinge bestaan dus nie los van die reële wêreld nie, maar versterk verhoudings wat in die reële wêreld reeds bestaan. Een van die respondente antwoord byvoorbeeld: “…*random people you meet while you’re travelling..., you normally wouldn’t stay in touch. It’s a way to keep in touch with those people, even if it’s only a little bit, you still feel like you’re kind of connected with them*…”.

’n Ander respondent wys weer op die vermoë om ’n verhouding op te bou met mense uit jou verlede met wie jy kontak verloor het: “*I found a girl through Facebook who I hadn’t seen for about 13 years, and we were good friends and we’d just sort of drifted apart, like our lives went different ways. But we caught up and it’s like we were never apart…I love*

[16] Sien Afdeling 3.8.4.

catching up with old friends, and I have definitely caught up with heaps of them…and I actually went and met up with them and have stayed in contact" (Young, 2011:24). Baker (2019:35) wys ook op die vermoë om kontak te behou met mense wat geografies verwyderd is. Een van sy respondente vat hierdie gedagte saam: *"To keep myself updated with old friends and keep in touch with family members".*

In ’n poging om te bepaal of die invloed van sosiale media op mense se verhoudings ’n noemenswaardige impak het, het navorsers in ’n studie vrae gestel wat gehandel het oor die effek wat dit op mense se lewens sal hê indien hulle nie meer ’n Facebookprofiel het nie (Young, 2011:25). Die sterk emosionele taal wat deur die respondente gebruik is, is ’n aanduiding dat die gebruikers ’n beduidende waarde heg aan die vermoë van Facebook om hulle sosiale interaksie te bevorder. Hoewel Young se navorsing aan die een kant toon dat tieners baie keer poog om bloot soveel as moontlik vriende op Facebook te vergader, is daar aan die ander kant aanduidings dat volwassenes eerder minder vriende op Facebook het, maar moeite doen om hierdie vriendskappe te versterk, ook deur fisiese kontak te bewerkstellig.

Dis egter nie alle tieners wat bloot probeer om kwantitatief vriende op te bou nie. In navorsing onder Amerikaanse tieners, het 52% van die 13- tot 17-jariges gevoel dat sosiale media positief bydra tot hulle verhouding met hulle vriende en 37% het gerapporteer dat hulle voel dit dra by tot ’n beter verhouding met familielede. ’n Totaal van 88% het aangedui dat dit hulle help om vriende te bly met persone wat hulle selde fisiese kontak mee het (Yust, 2014:136). Ondanks Amerikaanse tieners se positiewe ervaring van sosiale media, verkies 49% egter steeds fisiese interaksie bo aanlynkontak, omdat dit ‘lekkerder’ is en die kans vir misverstande verminder.

Die Kanadese sosioloë, Wellman en Hogan (2004:8), het bevind dat hoe meer mense met een medium kommunikeer, hoe meer kommunikeer hulle oor die algemeen. Die navorser is dus van mening dat digitale kommunikasie doelbewuste verhoudings-bou tot gevolg het. Die terme wat sosiale media platforms gebruik om aksies mee uit te beeld, soos ‘*friends*’, ‘*friends of friends’* en ‘*likes*’, versterk verder die konsep van verhoudings tussen die deelnemers (Yust, 2014:128). Verskeie navorsers bevind voorts dat aanlyn aktiwiteite jongmense aanmoedig om doelbewus deel van ’n gemeenskap te wees, wat nie net op eie belange fokus nie, maar op die uitbouing van die gemeenskap se identiteit. Dit suggereer dat die digitale kultuur ’n verhoudingsbewustheid kweek waar jongmense

aangemoedig word om verhoudings te bou en hulle eie plek te vind binne ’n netwerk van verhoudings (Yust, 2014:138). Adams (2010:292) voer aan dat selfs omtrent al die gevare van video-speletjies uitgekanselleer word wanneer ouers en kinders die speletjies saam speel, aangesien dit dan ’n verhoudings-bou geleentheid is, waar die kinders ervaar dat die ouers ook in hulle wêreld belangstel. Aycicek (2019:202) toon aan hoedat ouers se betrokkenheid by hulle kinders se skool, via kontak met die onderwysers en onderling as ouers, toeneem deur middel van sosiale media platforms. Dit het egter nie altyd willekeurig gebeur nie en daar moes heelwat insette, ook fisies vanaf die partye wees om hierdie skakeling te laat vlot.

Navorsing toon dat daar ’n hegter band bestaan tussen mense wat in ’n fisiese verhouding staan, as mense wat net suiwer ’n aanlynverhouding het (Becker & Mark, 1999:62). Verhoudings wat egter aanlyn begin het, maar ook gelei het tot fisiese kontak-verhoudings, toon feitlik dieselfde hegte band as fisiese verhoudings wat reeds oor ’n lang tyd gevorm is. Hoewel daar aanvanklik in fisiese verhoudings ’n groter betrokkenheid en omgee onder lede is, vergeleke met aanlynverhoudings, skep aanlynverhoudings die moontlikheid tot meer kontak; dus, die moontlikheid dat hierdie aanlynverhoudings sal groei tot fisiese verhoudings. Bestaande fisiese verhoudings trek ook voordeel uit die hoër frekwensie van kontak deur middel van sosiale media.

3.9.2 **Sosiale media kan sosiale integrasie bevoordeel**

In gesprekke met baie ouers van tieners, word daar gereeld kommer uitgespreek dat hulle kinders minder met hulle praat en meer tyd op hulle selfone deurbring. Derhalwe is daar altyd baie voorbeelde van kinders wat fisies saam met maats in ’n vertrek is, maar almal is op hulle eie selfoon besig en sosialiseer oënskynlik nie met mekaar nie.

Teenstaanders van sosiale media probeer hierdie gedrag verduidelik deur aan te voer dat mense reeds in bestaande sosiale groepe funksioneer (familie-groepe, taalgroepe, etniese groepe), en dat sosiale media die gevaar inhou om hulle te vervreem van hulle bestaande groepe. Tog toon navorsing dat daar in die moderne Westerse samelewing lank reeds ’n sterk tendens tot fragmentasie en individualisasie is (Becker & Mark 1999:60). Trouens, identiteitsvorming vind toenemend plaas deur ’n proses waar die persoon hom-/haarself beoordeel binne die konteks van die groep waarbinne hy of sy beweeg. Sosiale binding vind plaas met ’n verskeidenheid subgroepe wat soms totaal uiteenlopend en onversoenbaar met mekaar is.

Die individu behoort dus steeds aan ’n groep of groepe, maar die identiteit van die groepe het verskuif. Sweet (2012:173) verskuif sy siening en stel: “*If the unit of the premodern world was the family, and the unit of the Gutenberg world was the individual, the unit of the TGIF (Googler culture that is built on Twitter, Google, iPhone and Facebook) world is the network”*. Die konsep van ’n bestaande sosiale groep waaraan elke individu reeds behoort, vervaag dus baie sterk, selfs sonder die invloed van sosiale media. As teenvoeter vir ’n oordrewe fokus op individualisme, kom daar ’n beweging om te streef na ’n lewende menslike web. Selfs persoonlike probleme word nie altyd meer gesien as net persoonlike swakhede nie, maar daar word gesoek na oorsake of bydraende faktore in die groter samelewing. Die gemeenskap dien dan ook as die plek waar genesing en herstel plaasvind (Miller-McLemore, 2018:315-321).

In terme van sosiale media, is die belangrikste bevinding egter dat tegnologie aan die verbruiker juis die vermoë gee om deel van nuwe groepe te word. Hruska en Maresova (2020:9) bevind dat Generasie Y sosiale media hoofsaaklik benut om te sosialiseer en om te ervaar dat hulle deel van 'n groep is. Tegnologie vorm ’n soort kommunikasieraamwerk wat ondanks moontlike verskille in perspektiewe en lewenstyle van die deelnemers, ’n soort kommunikasie moontlik maak wat verbintenisse teweeg bring, al is dit swak sosiale verbintenisse (Becker & Mark 1999:61). Hoewel die navorsers praat van swak sosiale verbintenisse, is dit steeds verbintenisse wat andersins dalk nie daar sou wees nie. Volgens Fuchs (2017:50) het ’n nuwe vorm van vloeibare en poreuse sosialiteit ontstaan waarin persone verskillende sosiale rolle uitspeel, binne dieselfde sosiale ruimte. Hierdie rolle is egter geneig om geïntegreer te word in ’n enkele profiel. Koehler en Parrell (2020:33) bevind dat een van die gevolge van sosiale media gebruik, is sosiale ondersteuning. Die bepalende faktor, was die skep van gesonde grense binne die individu se gebruik van sosiale media. Hierdie sosiale ondersteuning en begrensing, bevorder egter sosiale integrasie.

Lambert (2020:20) sluit aan by die argument wanneer hy uit ’n ander hoek die illusie bevraagteken dat gereelde fisiese kontak bydraend is tot goeie verhoudings. Vanweë die feit dat mense voortdurend omring word deur mense wat hulle ken, hetsy by die werk, die kerk, die gimnasium, die kinders se sokkeroefening of vele ander plekke, is hulle in voortdurende gesprek met mense. Die meerderheid van hierdie gesprekke is egter oppervlakkig en die ander mense kan hoogstens as kennisse beskryf word. Hierdie

kennisse kan egter werklike vriende word, indien daar intensioneel opgetree word. Hy is oortuig dat sosiale media dus ook kan help om werklike koinonia te skep, maar slegs indien daar doelbewus ruimte geskep word binne sosiale media byeenkomste om verhoudings te verdiep (Lambert, 2020:21).

Perry (2016:5) vertel die verhaal van ’n persoon wat weens negatiewe ervarings vroeër in sy lewe onwaarskynlik weer ’n kerk sou besoek. Op soek na die “Canadian Broadcast Channel” sien hy op die internet ’n inskrywing van “CBC Online” en besoek die blad, net om te ontdek dat dit in werklikheid die blad van “Community Bible Church” is. ’n Video wat hy egter daar vind trek sy aandag en die opvolg-gesprekke wat hy aanlyn het oortuig hom om weer by die kerk betrokke te raak. Sekerlik is hierdie persoon geïnspireer deur die Heilige Gees, maar in die afwesigheid van enige fisiese kontak, is die voertuig waarmee die evangelie hom bereik het suiwer sosiale media.

Die internet funksioneer dus as ’n medium wat ’n vorm van sosiale integrasie toelaat, aangesien die tegnologie die gemene deler tussen ’n diverse aantal groepe is. Vanweë die gebruikersvriendelikheid van die tegnologie, tesame met die toenemende bekostigbaarheid daarvan, kan die internet dus beskou word as ’n medium wat nuwe vorme van sosialiteit skep ondanks die tradisionele sosiale strukture en grense.

3.9.3 **Sosiale media kan ’n pastorale bediening bevorder**

Mense met fisiese gestremdhede voel nie altyd gemaklik binne die ruimte van ’n kerkgebou nie. Self iets so eenvoudig soos rolstoeltoegang en badkamergeriewe vir mense in rolstoele, veroorsaak dat mense soms nie ’n kerkgebou kan of wil besoek nie. Selfs gemeentes wat poog om rolstoelvriendelik te wees se geriewe is baie keer na die tyd aangepas en is nie werklik so rolstoelvriendelik soos hulle dink nie.

Dit is egter nie net fisiese gestremdhede wat veroorsaak dat mense kerkgeboue vermy nie. Talle mense is huisgebonde om ’n verskeidenheid ander redes en kom feitlik nooit in ’n kerkgebou nie. Wanneer daar gepraat word van mense wat nie meer die kerkgeboue kan besoek nie, is die eerste gedagte waarskynlik, bejaardes en siek mense wat nie meer vrylik kan beweeg nie. Die definisie kan egter heelwat uitgebrei word. ’n Groot aantal mense moet op Sondae werk en het dus nie meer die geleentheid om eredienste by te woon nie. Weens werk- en familie-verpligtinge wat veroorsaak dat mense ook gereeld na-ure bedrywig en uithuisig is, word ook talle ander kerkfunksies wat tradisioneel in

hierdie tydgleuwe plaasvind, ook buite bereik van talle mense geplaas. Talle ouers met jong kinders vind dit moeilik om geleenthede by te woon, omdat hulle hulle kinders nie tuis alleen kan laat nie. Dan is daar toenemend, weens verbrokkeling van families, ’n situasie waar kinders nie by dieselfde gemeente inskakel as die ouer by wie die kind die betrokke naweek bly nie. Gevolglik is dit dan ook moeilik vir die kind om ’n funksie op ’n fisiese plek by te woon. Daar is ook mense wat weens ekonomiese redes probleme met vervoer het (Gould, 2015:63).

Natuurlik kan sosiale media deure oopmaak vir bediening aan enige of almal van bogenoemde persone. Soos reeds uit die onderhoude waargeneem, sien mense wat geen fisiese kontak met ’n gemeente het nie, kontak op sosiale media as koinonia-geleenthede. Hulle ervaar egter in fisiese kontak meer koinonia as in kontak op sosiale media. Hierdie moet egter nie as ’n negatiewe gesien word nie; koinonia word ervaar. Die vlak van koinonia sal vervolgens bespreek word.

Gould (2015:33) het bevind dat die tempo waarteen sosiale verbintenisse digitaal plaasvind, ongeveer drie keer die tempo van fisiese verbintenisse is. Sy noem as voorbeeld die tipiese prosesse waardeur mense gaan wanneer hulle fisies by ’n nuwe gemeente inskakel. Aanvanklik kommunikeer hulle net eers nie-verbaal. Later begin hulle om verbaal mense te groet, en nog later begin hulle om kontakbesonderhede uit te ruil. Eers heelwat later sal hulle dan moontlik fisies saam kuier. Aangesien die kontaksessies gewoonlik net tydens eredienste plaasvind, een maal per week, kan dit weke duur voordat mense vir die eerste keer werklik in gesprek met ander lidmate verkeer. Sy bevind dat mense op sosiale media egter binne ’n dag of twee alreeds in diep gesprekke by mekaar betrokke kan wees.

’n Voorbeeld van hoe mense pastoraal bedien word deur sosiale media, is die bediening van *Life.Church*. Hulle eredienste is interaktief en ’n persoon wat hulle aanlyn-erediens volg, kan aanlyn ’n vraag vra wat dan op die skerm verskyn. Ander kykers, of van die ander pastore aan diens, kan dan antwoord. Die antwoorde verskyn ook op die skerm, met die gevolg, dat daar tydens die lewer van die boodskap, 'n interaktiewe gesprek oor die boodskap aan die gang is (Byassee 2010: 26). Bo en behalwe hulle eredienste, het *Life.Church* ook ’n interaktiewe webwerf, waar mense oor geestelike sake met mekaar kan gesels. Daar is selfs ’n webwerf waarop mense privaat skuldbelydenisse kan doen en ’n toepassing waar mense individuele geestelike materiaal kan aflaai.

’n Verdere voorbeeld van gelowiges wat deur middel van sosiale media pastoraal versorg word, kom uit ’n gemeenskap van emigrante. Emigrante uit Afrika wat in Europa of Amerika werksaam is, behou steeds kontak met hulle plaaslike gemeentes in hulle geboortelande deur hulle webblaaie en sosiale media platforms te besoek (Asamoah-Gyadu, 2007:227). Deur hierdie digitale kontak bly hulle op hoogte van wat in hulle “moeder”-gemeentes aangaan en verkry pastorale versorging wat hulle nie werklik vind in die gemeentes waarby hulle by hulle huidige woonplekke inskakel nie. Hulle dra ook steeds finansieel by tot die bedienings in daardie gemeentes, wat iets toon van hulle verbintenis daar. Dit is dus duidelik dat hoewel hierdie lidmate fisies elders in die wêreld is, hulle steeds deur hulle “moeder”-gemeentes bedien en versorg word.

Baie kerkleiers het hulle bedenkinge of sosiale media werklik in lidmate se behoeftes kan voldoen, aangesien sekere bedienings (bepaalde rituele, soos die gebruik van sakramente) net in ’n fisiese ruimte kan geskied (Yust, 2014:138-139). Konvergente praktyk maak dit egter deesdae moontlik vir gelowiges om hibriede weergawes van bestaande rituele te skep deur ’n verskeidenheid inligting wat hulle via die internet bekom, te kombineer en so saam te voeg, dat dit hulle individuele behoeftes aanspreek. Hulle word ook nie beperk deur tradisionele toelatingsvereistes nie. Waar meeste denominasies bepaalde vereistes stel voordat daar aan ’n sakrament deelgeneem kan word, kan daardie selfde sakrament, of net so, of selfs aansienlik gewysig, in die virtuele wêreld aangebied word, sonder enige vereistes vir wie mag deelneem aan die ritueel.

Reeds in die 14de eeu het Katherina van Siena, ’n Italiaanse mistikus, aangevoer dat die brood en wyn van die nagmaal, die mens nie fisies kan voed nie. Die “voeding” van die nagmaal hang af van die persoon wat dit gebruik se vermoë om te beleef dat die tekens heenwys na die liggaam en bloed van Jesus en dat Hy werklik in hulle plek die lyding verdra het. Indien die persoon dus ook kon ervaar dat hulle die nagmaal gebruik, selfs al is die tekens nie teenwoordig nie, sal dit dieselfde effek hê (Yust, 2014:139). Dieselfde argument kan dus vandag geld om te sê dat die nagmaal, of enige ander ritueel, nie afhanklik is van die fisiese teenwoordigheid van die tekens nie. Indien ’n persoon ’n ritueel aanlyn beleef, kan die effek daarvan dieselfde wees as om fisies teenwoordig te wees. Wagner (2012:3) brei hierop uit: *“The sacred space is a temporarily real world of its own and continues to shed its radiance in the ordinary world outside, even after the ritual of its creation and performance has ended*.”

’n Praktiese voorbeeld van mense wat ervaar dat hulle gehoor word in ’n aanlyn-omgewing, is te vind in ’n bestaande toepassing. 'n Toepassing (*application*) genaamd ‘Pray’ wat op die oog af lyk soos ’n SMS of boodskapprogram. Die gebruiker tik ’n gebed in en dan druk hy/sy die knoppie ‘*Send Prayer*’, waarna ’n boodskap verskyn ‘*Your Prayer has been Sent*’. Die gebed word nie na ’n ontvanger gestuur nie, maar bloot in ’n lêer gestoor (Wagner, 2012:25). Hierdie handeling gee egter aan die gebruiker die ervaring dat sy gebed deur God ontvang is. Selfs in die afwesigheid van reaksie / terugvoer, ervaar die gebruiker dus iets van ‘Iemand het my gehoor’.

Turkle (2011:231) beklemtoon die geweldige toename in mense wat aanlyn skuldbelydenisse doen. Hoewel daar baie vrae is oor die kwaliteit van die kommentaar wat gelewer word, ervaar talle dit steeds as ‘Iemand luister’. Ouer mense (oor 35) maak hiervan gebruik wanneer daar nie iemand beskikbaar is nie. Jonger mense gebruik dit ongeag of daar ’n fisiese plek of persoon beskikbaar is om na hulle belydenis te luister – dit is bloot nog ’n manier om ’n skuldbelydenis te doen. Mense wat dit gebruik, hoop waarskynlik op ’n vryspraak, maar selfs as hulle nie ’n vryspraak ontvang nie, was dit ’n katarsisgeleentheid.

Mark Zuckerberg glo dat Facebook (en sekerlik dan ook ander sosiale media platforms, ’n kultuur van onderlinge sorg kan bevorder. Hy praat oor die sogenaamde ‘*gift economy*’, ’n konsep waar mense bydra tot die welstand van ander. Elkeen wat iets ontvang, voel moreel verplig om weer iewers by te dra. So help die vermoënde mense diegene wat min het, maar die wat min het, dra ook iewers by met die gevolg dat almal iewers bydra. In die meeste kulture het hierdie sisteem feitlik heeltemal verval, omdat daar gewoonlik iemand is wat nie bydra nie en dan stop die ander ook (Kirkpatrick, 2011:287). Gevolglik skep dit ’n kultuur waar mense baie op hulself fokus en min besorg is oor ander se nood. Zuckerberg glo dat Facebook oor die vermoë beskik om weer ’n kultuur van omgee te bevorder deurdat mense ander kan bystaan, selfs al is dit net deur ’n saak op Facebook te ondersteun. Kirkpatrick (2011:289) gee ’n voorbeeld van ’n kunsstudent, Will Anderson, wat gehoor het van ’n nuwe beoogde konsepwet wat bepaal dat finansiële ondersteuning vir kunsstudente onttrek word, en geallokeer word vir wiskunde- en wetenskapstudente. Uit protes het hy ’n Facebook groep, ‘*Protect Your Bright Future*’, gestig en vriende gevra om aan te sluit. In die bestek van 11 dae het die groep gegroei na meer as 20 000 lede. Op grond van hierdie steun, het die senator wat die konsepwet

ingedien het, besluit om dit terug te trek. Sosiale aksie soos hierdie vra nie juis tyd of geld van iemand nie, maar inspireer mense tog om betrokke te raak by die nood van ander en so word daar stelselmatig weer ’n kultuur van omgee by mense geskep.

Sosiale media kan voorts ’n groot rol speel in die pastorale versorging van mense, omdat dit oor die vermoë beskik om tradisionele grense te oorbrug. Uit Koehler en Parrell (2020:34) se navorsing, het respondente werklike gemeenskap ervaar, veral mense wat geïsoleerd voel, as gevolg van mediese ongeskiktheid. 'n Ander respondent verwys weer na die hulpverlening aan mense met geestesgesondheid probleme. Groepe in gemeentes is baie keer redelik homogeen, terwyl sosiale netwerke op hulle beurt uit ’n groot verskeidenheid van mense bestaan (bv. kerklik baie betrokkenes, mense wat skepties staan teenoor die kerk, akademies hoogs opgeleides, mense met min akademiese kwalifikasies, plaaslik en selfs van regoor die wêreld) (Anderson, 2015: 57). So bring ’n sosiale media bediening mense bymekaar wat tradisioneel dalk nooit met mekaar kontak sou gehad het nie.

3.9.4 **Sosiale media bevorder identiteitsvorming en is ’n eksponent van sosiale kapitaal**

Selfvertroue het te make met hoe mense hulself sien en selfbeeld word meestal gevorm binne die ruimte van sosiale interaksie (Turkle, 2011:158). Aangesien sosiale media ’n verdere vorm van sosiale interaksie beskikbaar stel, bied dit ’n nuwe manier aan ’n individu om sy/haar identiteit te skaaf.

Een van die komponente van ‘skaaf aan die identiteit’, is ’n goeie selfbeeld. Navorsers wat die virtuele wêreld *Second Life,* wat ook ’n kerk insluit, bestudeer het, bevind dat deelnemers ’n gevoel van bemagtiging beleef, en dat die selfvertroue wat hulle so in die virtuele wêreld opgebou het, waarskynlik in hulle fisiese leefwêreld oorgedra sal word (Ball & Pearce, 2009:49-50). Die emosionele ervaring wat mense binne ’n sosiale verbintenis ervaar, kan selfs fisies verklaar word. Die ervaring van sosiale verbintenis veroorsaak dat die liggaam dopamien afskei. Dopamien is ’n neuro-chemiese middel wat die persoon ervarings van plesier, geluk en bevrediging laat ervaar. Dit veroorsaak ’n gevoel van euforie wat maak dat die persoon goed voel oor hom-/haarself (Graham, 2016:16). Hierdie “goed voel” oor jouself, is ’n belangrike komponent in die proses van selfbeeldvorming.

Selfs virtuele speletjies kan bydra tot identiteitsvorming; dit ‘leer’ ’n persoon om hom-/haarself in te leef in ’n ander identiteit. Hierdie nuwe identiteit, oftewel avatar, is baie keer betrokke in ’n stryd tussen goed en kwaad en die deelnemer leef homself in hierdie stryd in en veg met sy lewe vir die goeie. Volgens sekere navorsers kweek dit by die deelnemer die vermoë om ’n nuwe identiteit aan te neem. Dit is iets wat nodig is wanneer iemand tot bekering kom en die identiteit van Christus aanneem (Yust, 2014:139).

’n Verdere positiewe gevolg van effektiewe sosiale netwerke is dat hulle meewerk om sosiale kapitaal *(social capital*) op te bou. Sosiale kapitaal is ’n begrip wat in die sosiologie gebruik word om die kollektiewe waarde van al die sosiale netwerke (en die positiewe gevolge wat strek vanuit hierdie verbintenisse) te omskryf (Young, 2011:22). Daar is navorsing wat daarop dui dat sosiale kapitaal mense help om ’n beter selfbeeld te hê, omdat hulle voel dat hulle binne ’n groep/gemeenskap aanvaar word. Navorsers maak onderskeid tussen ‘oorbrugging sosiale kapitaal’, wat dui op oppervlakkige bande tussen mense waar daar nie werklik sprake is van emosionele ondersteuning nie; en ‘bindende sosiale kapitaal’, waar daar sterk emosionele bande is, soos gesien by familie en hegte vriendskappe (Antheunis, Valkenburg & Peter, 2012:1).

Antheunis *et al* (2012:3) beskou die aanname dat geografiese nabyheid ’n belangrike rol speel in die kwaliteit van ’n verhouding, krities. Hoewel dit die geval is met fisiese verhoudings, bevind hulle dat dit waarskynlik so is, omdat die frekwensie van kontak deur geografiese nabyheid verhoog word. Verdere studie dui aan dat die kwaliteit van aanlynverhoudings verhoog namate die frekwensie van kontak verhoog. Gevolglik lyk dit asof die frekwensie van kontak die beduidende faktor is wat ’n hegter verhouding tot gevolg het. Baie van die vroeë navorsing oor die kwaliteit van aanlynverhoudings het vergelykings getrek tussen aanlyn- en fisiese verhoudings. Dit is egter nie so eenvoudig nie, aangesien daar verhoudings is wat suiwer aanlyn is, maar dan is daar verhoudings wat aanlyn begin het, maar tot fisiese verhoudings gelei het; en ook fisiese verhoudings waar die partye toenemend ook aanlyn kommunikeer. Die meerderheid van verhoudings val dus in hierdie gemengde kategorie en dit is daarom nie altyd moontlik om fisiese verhoudings en aanlynverhoudings te onderskei nie.

Uit navorsing is bevind dat jongmense, selfs in die afwesigheid van groot meta-naratiewe, nie noodwendig sukkel om lewensuitdagings binne ’n a-morele wêreld te hanteer nie, aangesien ..."*they were informed and sustained by the social relationships and contexts*

where they felt they belonged" (Anderson, 2015:57). Hierdie sosiale netwerke sluit dan aangesig tot aangesig, sowel as digitale netwerke in. Uit die aanhaling van Anderson, blyk dit dat daar nie altyd duidelike onderskeid gemaak kan word tussen fisiese en aanlynkommunikasie nie, aangesien die meeste van die deelnemers van beide vorms van kommunikasie buitendien dieselfde persone is. Vir die meeste volwasse gebruikers van Facebook is aanlynkommunikasie 'n uitbreiding op reeds bestaande fisiese kommunikasie. Dit verhoog egter die frekwensie van kommunikasie, aangesien dit 'n goedkoop vorm van kommunikasie is, veral met mense wat geografies ver is. Binne die gejaagde lewe, waar mense ook al hoe minder tyd het vir kuier, kan kort 'kuier'-sessies op sosiale media bydra tot die versterking van verhoudings.

Ondanks vroeëre navorsing (Young, 2011:22-23) wat aangedui het dat daar baie meer bindende sosiale kapitaal in fisiese verhoudings as in virtuele verhoudings bestaan, word daar toenemend aanvaar dat virtuele verhoudings ook sosiale kapitaal kan bevorder en in die proses 'n groot rol kan speel in selfbeeldvorming en identiteitsvorming.

3.10 Samevatting

Dit is duidelik dat daar onder kundiges uiteenlopende opinies is oor die invloed wat sosiale media op sosialisering het. Talle van die persone wat hierbo aangehaal is, huldig dan ook 'n eensydige opinie oor die invloed van sosiale media: Dis gevaarlik en moet met groot omsigtigheid hanteer word; of dit het ongelooflike potensiaal om sosialisering te bevorder. Albei kante het egter geldige argumente.

Daar is navorsing wat bewys dat sosiale media kan lei tot sosiale isolasie. Dit kan mense van hulle privaatheid of tyd beroof. Sosiale media kan probleme in bestaande fisiese verhoudings veroorsaak, identiteitsvorming belemmer en valse gemeenskappe van omgee skep. Sosiale media kan egter ook fisiese verhoudings versterk en sosiale integrasie bevoordeel. Verder kan dit ook 'n pastorale bediening bevorder en help met identiteitsvorming en die bou van sosiale kapitaal.

Dit bevestig die navorser se gevoel dat daar (spesifiek vir die kerk) ongelooflike geleenthede tot koinonia in sosiale media opgesluit lê, maar dat die kerk terselfdertyd nie onnadenkend van sosiale media gebruik moet maak nie. Midde in die potensiaal, lê daar ook duidelik gevare opgesluit, en die kerk moet aktief poog om hierdie gevare te systap.

Die belangrike aspek wat uit navorsing binne die sosiale wetenskappe na vore kom, is egter dat sosiale media ’n impak het op sosialisering, en dat dit nie net ’n kommunikasieplatform is wat geen invloed op sosialisering het nie. In antwoord op Sekondêre vraag 2 ‘Wat is die invloed van sosiale media op die sosialisering van individue en groepe in die gemeente’, is die antwoord dat dit ’n beduidende invloed het. Hetsy goed of sleg. Die kerk moet dus die geleentheid aangryp om sosialisering te bevorder deur sosiale media, maar op so ’n wyse dat die gevare verbonde daaraan geneutraliseer word. In Hoofstuk 5 sal die navorser beide die voor- en nadele opweeg, asook die bevindinge van die empiriese navorsing weergee.

In die diskoers oor sosiale media tot dusver, is daar reeds herhaaldelik verwys na koinonia binne die kerk/gemeente. Beide die konsepte van koinonia en kerk moet nog aan die Skrif en tradisie beoordeel word. In die volgende hoofstuk word hieraan aandag geskenk.

HOOFSTUK 4.

’n NORMATIEWE ONDERSOEK OOR DIE GEBRUIK VAN SOSIALE MEDIA IN DIE PLAASLIKE GEMEENTE EN OF DIT KOINONIA KAN BEVORDER

4.1 Inleiding

In hierdie hoofstuk poog die navorser om Osmer se normatiewe taak te fasiliteer deur die vraag te vra: Wat is veronderstel om te gebeur. Vanuit ’n teologiese hoek word dus gevra na normatiewe riglyne om te bepaal of die praktyk in lyn is met die Skrif en teologie. Ten einde Sekondêre vraag 3 te beantwoord oor watter rol koinonia in die bediening van ’n gemeente speel, sal die begrip *koinonia* vanuit die tradisie en Skrif bestudeer word. Aangesien die vraag binne die konteks van ’n gemeente afspeel, vra die navorser ook normatiewe vrae oor die huidige begrip van die term *gemeente*, omdat gemeente tradisioneel geografies bepaal word, terwyl ’n (koinonia) bediening op sosiale media, glad nie deur geografiese grense bepaal word nie. Die konsep van ‘sterk en swak verbintenisse’, waarvan kennis geneem is in die literatuurstudie, sal ook verder ondersoek word.

4.2 Koinonia

4.2.1 Etimologie

Die woord κοινωνία stam af van die Griekse byvoeglike naamwoord κοινός, wat die betekenisinhoud het van: In gemeen hê; gemeenskaplik. Ondanks die sterk religieuse konnotasie wat daar vandag aan die woord gekoppel is, is die woord koinonia nie religieus of Christelik per definisie nie. Die oorsprong van die woord lê in die sekulêre Griekse gebruik, waar dit verwys het na onder andere ’n besigheid, vennootskap, ’n huweliksverhouding of ander situasies, waar meer as een party ’n gemeenskaplike belang gehad het (Witherington, 2011:57). Dit is ook die gebruik om te verwys na die hegte verbintenis tussen huweliksmaats wat meer omvattend was as die verbintenis in meer losse verhoudings. Voorts is die woord ook vanaf die Hellenistiese tot in die Romeinse era gebruik vir die sakramentele ete tussen mens en gode (Lillie, 2008:1). Met hierdie kulturele, sowel as godsdienstige gebruike, is die woord uiters geskik om in Christelike geskifte te gebruik om belangrike aspekte van die Christelike lewe uit te beeld. As voorbeeld hiervan word Jakobus en Johannes in Lukas 5:1-11 as besigheidsvennote (vissermanne) van Simon bekendgestel, maar na hulle roeping as dissipels is hulle vennote (koinonoi) in hulle volgelingskap van Jesus.

Κοινωνία (hierna koinonia geskryf) dra dus die etimologiese betekenis van assosiasie, gemeenskap, hegte verhouding (Fuchs, 2008:6), terwyl die werkwoord koinoneo (κοινωνέω) in die Nuwe Testament meestal die betekenis het van deelneem, of 'n bydrae lewer (Fuchs, 2008:7). Volgens Snyder (2004), Fuchs (2008) en Kearsley (2008) is die koinonia term in die Nuwe Testament implisiet gefokus op temas soos eenheid, deelname, deel met mekaar en verbond. Die konsep van koinonia is ook meermale ingebed wanneer Nuwe Testamentiese skrywers beeldspraak gebruik, soos die wingerdstok en lote (Joh. 15:1-6), die liggaam van Christus (1 Kor. 12:12-14), die gelowiges as tempel van God (1 Kor. 3:16), en die bruid van Christus (Joh. 3:29).

Die verhouding tussen die persone van die Drie-eenheid word beskou as die oorsprong van koinonia. Dit is hierdie oorsprong van koinonia wat dien as die model by uitnemendheid, sodat sowel die eenheid van die kerke, as hulle diversiteit erken word (Kariatlis, 2012:55). Dit was egter nie 'n woord wat gereeld gebruik is nie, en kom eers later voor in die Nuwe Testamentiese geskrifte. Die selfstandige naamwoord, koinonia, kom wel 19 keer voor in die Nuwe Testament. Indien verbuigings van die stamwoord, κοινων ook in ag geneem word, kom die begrip egter 64 keer voor (Institute for New Testament Textual Research, 1996:1046). Sedert die gebruik van die woord deur Paulus, word dit egter as een van die belangrikste konsepte vir kerkwees gereken (Fuchs, 2008:7).

Die woord "koinonia" met die betekenisinhoud van gemeenskap, deelname, deel met mekaar, saam kuier (Kearsley 2008:16), word normaalweg net met die Nuwe Testament geassosieer. Die konsep van koinonia kan egter gekoppel word aan 'n gawe wat reeds uit die Hebreeuse geskrifte kom. Daar verwys dit na die spesiale verbondenheid met God en veral tussen gelowiges onderling. Hierdie dubbele verhouding met God en die mens, word as volg deur Fuchs (2008:29) verwoord: "*From God's inner unity two directional relationships are actualised in the faith community: a vertical koinonia between God and humankind and a horizontal koinonia among humans*". Kearsley (2008:15) beskou die verwysings in Efesiërs 2:20-22 en 1 Petrus 2:5 na die tempel van God en die lewende stene van die huis, as 'n duidelike konneksie met die Ou Testamentiese volk se onderlinge verbondenheid en hulle verbondenheid met God wat in die tempel woon.

Alhoewel die Latynse woord *communio* ’n algemeen aanvaarbare vertaling van koinonia is, sou die woord *partiscipatio*, net so ’n goeie vertaling wees. Laasgenoemde dui sterk op die ‘deelname’ aspek van koinonia en is ’n goeie vertaling vir die konkrete gemeenskap wat daar tussen gelowiges is. *Communio* het egter ’n konkrete en abstrakte verstaan-moontlikheid, aangesien dit kan dui op die konkrete verhouding tussen Christene, gekenmerk deur deelname, maar ook op die meer abstrakte realiteit van ‘kerk’ (Giles 1995:17). Die blote problematiek om die korrekte vertaling van die woord te vind, maak dit reeds duidelik dat die betekenis-inhoud van die begrip omvangryk is.

Wanneer dit by die Engelse vertaling van die woord kom, is daar ’n soortgelyke dilemma met woorde. Die Lutherse kerk in Amerika gebruik die term ‘*Life Together*’ om koinonia te vertaal, eerder as die meer gebruiklike term ‘*fellowship*’ (Kloha, 2012:23). Hierdie gebruik is juis om ’n baie algemene wanopvatting te probeer vermy, naamlik dat dit net gaan oor die saamkuier na kerk.

> *κοινωνία involves all of life, not just the fellowship hour after worship or the activities that take place in the fellowship hall.” “Life together” happens before, during, and after worship; on Monday through Saturday; in homes and workplaces; and even (in its limited way) on Facebook and the blogosphere* (Kloha, 2012: 23).

Buiten vir die belangrike insig dat koinonia nie beperk is tot die kerkgebou op Sondag nie, bring Kloha ’n belangrike nuwe moontlikheid na vore, naamlik dat koinonia ook ervaar kan word binne die digitale ruimte.

Sommige skrywers gebruik koinonia as ’n sinoniem vir έκκλησία (ekklesia), maar dit is volgens die navorser nie die korrekte gebruik van die woord nie. Koinonia is eerder ’n begrip wat die kwaliteit van ekklesia wil beskryf. Daar is ’n verskil tussen ‘kerk’ en ‘koinonia’. Kerk is ’n entiteit wat bestaan, selfs wanneer die gelowiges nie saam is nie. Koinonia kan slegs plaasvind as die gelowiges saam is.

Die beste Afrikaanse vertaling vir koinonia is dus waarskynlik ‘gemeenskap van gelowiges’, aangesien dit beide die konkrete en abstrakte betekenis insluit. Hierdie begrip kan egter ook verwarrend wees en het in die meeste moderne vertalings in onbruik geraak. Gevolglik sal die woord koinonia eerder in hierdie navorsing gebruik word.

Die hele konsep van koinonia word vervolgens meer volledig bespreek, maar vir die navorser en leser om dieselfde vertrekpunt te hê, is die breë begrip van koinonia, die onderlinge gemeenskap tussen Christene, en wel op grond van hulle verbintenis met Christus.

4.2.2 **Koinonia tekste in die Nuwe Testament**

Voordat die navorser na enkele Nuwe Testamentiese teksgedeeltes kyk waar die konsep van koinonia uitgelig word, is dit duidelik dat beide die Nuwe en Ou Testament ’n storielyn het van ’n volk wat in verhouding met hulle God staan. Snyder (2004:75) lê ’n band tussen die “koninkryk van priesters” waarvan ons in Eksodus 19:5-6[17] lees en die Nuwe Testamentiese gemeente wat deur koinonia gekenmerk word.

Wanneer daar in Efesiërs 2:20[18] in koinonia-taal oor die gemeente gepraat word, is daar ook ’n duidelike konneksie met die Ou Testamentiese tempel as die plek waar daar gemeenskap is tussen God en sy volk (Oldewage, 2015:28). Hoewel die konsep van koinonia dus wortels in die Ou Testament het, is die woord koinonia ’n begrip wat eers in die Nuwe Testament tuiskom.

Die Nuwe Testamentiese verhale (veral die Pauliniese tekste) beklemtoon sterk die pastorale verhouding tussen die gelowiges, maar dit geskied altyd teen bogenoemde agtergrond van onderlinge verhoudings wat deel uitmaak van die kollektiewe volk se verhouding met God. Die begrip koinonia word reeds lank gebruik om die lewenskragtigheid van die gemeenskap van gelowiges en hulle hegte verhouding met God en mekaar te omskryf (Clasen, 2008:37). Die konsep van koinonia versterk derhalwe die argument dat die kerk nie ’n organisasie is nie, maar ’n organisme; nie ’n institusie, maar ’n gemeenskap (Snyder, 2004:75).

Soms word daar baie klem gelê op die interpersoonlike bande wat koinonia tussen gelowiges tot stand bring. Koinonia gaan egter oor baie meer as net die sosio-kulturele dimensie waarin persoonlike verhoudings plaasvind en Kearsley (2008:22) vrees dat so

---

[17] As julle My gehoorsaam en julle aan my verbond hou, sal julle uit al die volke my eiendom wees, ’n koninkryk wat My as priesters dien, en ’n gewyde nasie (Die Bybel, 1983:Eks 19:5-6).

[18] Julle is ’n gebou wat opgerig is op die fondament van die apostels en die profete, ’n gebou waarvan Christus Jesus self die hoeksteen is. In Hom sluit die hele gebou saam en verrys dit tot ’n heilige tempel vir die Here, in wie julle ook saam opgebou word as ’n geestelike huis waarin God woon (Die Bybel, 1983:Ef.2:20).

’n verstaan van hierdie konsep op blote sosiologiese reduksionisme neerkom. Davis (2007:53) omskryf koinonia derhalwe as ’n onderlinge verwantskap waarin lede deelneem in iets baie groter as slegs ’n interpersoonlike verbintenis – hulle neem deel aan iets wat deur God self gegee word. Daarom moet koinonia vanuit ’n Bybelse perspektief bestudeer word en nie slegs vanuit ’n sosio-kulturele of psigologiese perspektief nie.

Die koinonia verhouding tussen Jesus en sy volgelinge word hoorbaar in Matteus 10:1-4, Markus 3:13-19 en Lukas 6:12-16, waar Jesus twaalf van sy dissipels uitstuur om apostels te wees. Sommige vertalers gebruik die woord metgeselle (*companion*) in die plek van die woord apostels (verwant aan die Griekse woord *apostolous*) om iets van die samewerking uit te beeld. Die gevaar met hierdie vertaling is egter dat metgeselle maklik die konsep skep van blote vriende wat saamwerk. Die vertikale dimensie in koinonia is egter die primêre dimensie en dui op die verhouding wat in Jesus Christus en die Heilige Gees bestaan en deur God geïnisieer word. Die onderlinge vriendskap en samewerking is dus altyd onderhewig aan God as die inisieerder (Lillie, 2008:2).

4.2.2.1 Koinonia in die Lukas-geskrifte

Die twee Bybelboeke wat deur Lukas geskryf is, Die Evangelie van Lukas en Handelinge, bied wel nie ’n sistematiese ekklesiologiese raamwerk oor hoe ’n gemeente behoort te funksioneer nie, maar nêrens elders word die eenheid en eenstemmigheid van die gelowiges beter uitgebeeld as in die twee boeke nie. Die gevolg is dat die leser teen die einde van Handelinge tog ’n visie kry van die nuutgevormde kerk as ’n gemeenskap van gelowiges.

Die pad met hierdie geloofsgemeenskap begin in Lukas 5:1-11 met die roeping van die eerste groepie volgelinge. In vers 10 vind ons die eerste koinonia-afgeleide begrip, naamlik *koinonoi* – Johannes en Jakobus wat ‘medewerkers of vennote’ van Simon was. Tydens hierdie gebeure het die *koinos*-tipe band tussen hulle sekerlik niks meer beteken as ’n werksverband nie, maar dis wel insiggewend dat hulle vorentoe die pilare sal wees waarop die koinonia gemeenskap gebou sou word.

In Handelinge 1:14 lees ons dat die dissipels ‘eensgesind in gebed’ was en in Handelinge 2:2 ‘op een plek’. Hierdie twee begrippe skep die atmosfeer waarin hierdie eerste groep gelowiges verkeer het toe die Heilige Gees uitgestort is en hierdie koinonia-gemeenskap

tot stand gekom het. Die term koinonia word in Handelinge 2:42-47 vir die eerste keer in ’n werklike teologiese konteks gebruik: (κοινωνία) onderlinge verbondenheid (vers 42); (είχον άπαντα κοινά), was eensgesind en het met mekaar gedeel (vers 44). Fuchs (2008:19) voer aan dat die onderlinge verbondenheid wat daar onder hierdie Christene was, nie gebaseer is op ’n blote “aangetrokke wees tot mekaar” nie, maar berus het op ’n dieper geestelike verbintenis.

In Handelinge 2:17-21 verklaar Petrus dat die Heilige Gees op almal uitgestort sal word. Deur hierdie inklusiewe taalgebruik, maak hy dit duidelik dat hierdie nie ’n geslote geloofsgemeenskap is nie, maar oop is vir almal. Die gedeelte eindig met vers 45 waar die geloofsgemeenskap hulle besittings met mekaar deel. Daarom redeneer Gutierrez en Towns (2012:305) dat koinonia nie bloot ’n sinoniem is vir gemeenskap (*fellowship*) nie, maar veel eerder ’n aanduiding van hoe *fellowship* uitgeleef moet word in die praktyk, deur vrygewigheid en die deel van materiële besittings met mekaar.

4.2.2.2 Koinonia in die Pauliniese tekste

Paulus se interpretasie van die koinonia-begrip stem grootliks ooreen met Lukas se gedagtes. ’n Dimensie wat Paulus egter bybring, is die rol van die Heilige Gees in die geloofsgemeenskap. Deur die werk van die Gees bestaan daar in die kerk ’n gedifferensieerde eenheid waar Christus die hoof is en elke lid ’n unieke gedifferensieerde rol het om die eenheid van die gelowiges te help vestig (Van Deusen Hunsinger, 2006:5). Ook Fuchs (2008:54) ondersteun hierdie gedagte en voeg by dat Paulus se model vir koinonia juis lê in die verskeidenheid van die lede, eerder as in eenvormigheid. In Efesiërs word byvoorbeeld ’n verskeidenheid van die koinonia-begrippe gebruik om die gemeenskap tussen Christene, wat uit ’n verskeidenheid van agtergronde kom, te beskryf.

4.2.3 **Perspektiewe op koinonia**

4.2.3.1 Inleiding

Paulus gebruik koinonia-uitlatings om die verhouding tussen Christus en die gemeente uit te beeld, maar terselfdertyd ook om die verhouding tussen homself en die gemeente uit te beeld (Grieb, 2005:237). Vandervelde (1997:7) voer aan dat hierdie koinonia verder deur twee terme uitgelig kan word, naamlik misterie en teken. ‘Misterie’ verwys na die vertikale koinonia-verhouding tussen God en kerk, aangesien daar iets misterieus is aan Christus se liggaam, wat die liggaam van Christus word. ‘Teken’ wys weer op die

horisontale koinonia tussen die kerk en die wêreld, waarin die kerk die wêreld moet heenwys na God (amper soos ’n padteken). As gevolg van die uiteenlopende perspektiewe, word daar derhalwe meer oor enkele van die aspekte uitgebrei.

4.2.3.2 Koinonia begin met God se natuur

Reeds in Genesis 1:26, 3:22 en 11:7 verwys God na Homself in meervoudsvorm. Selfs die woord ‘elohim’ het ’n meervoudige vorm, al word dit saam met die enkelvoudige werkwoord gebruik (Oldewage, 2015:30). Hierdie gebruik van meervoudige voornaamwoorde in die skeppingsverhaal word ook in Johannes 1, waar Jesus Christus as skeppende Woord (in samewerking met die skeppende Vader) geïdentifiseer word. Wanneer ook die rol van die Heilige Gees as skepper in Genesis 1:2 en Psalm 33:6 uitgelig word, skep dit die duidelike boodskap dat die drie persone van God in gemeenskap en eenheid geskep het, met ander woorde, daar was koinonia binne die Drie-eenheid.

Hierdie relasionele dimensie van God word dan oorgedra aan die mens wat na Sy beeld geskape is (*Imago Dei*). Barth (1960:196) redeneer op grond hiervan dat die beeld van God minder te make het met die mens se rasionele of intellektuele vermoëns, as wat dit te make het met die mens as verhoudingswese – in verhouding met God en met sy medemens. Aangesien die mens geskape is as ’n verhoudingswese, behoort die mens koinonia met ander te hê. Koinonia tussen gelowiges is dus gesetel in die koinonia binne die Drie-eenheid. Van Deusen Hunsinger (2009:346) beaam dat die mens nie koinonia kan bewerk nie, maar dit as gawe ontvang van God: “*While we cannot create community (koinonia) out of our own mere willing it, we can gladly nurture it once we are blessed by His presence”*.

Volf (1998:205-208) voer aan dat die persone van die Drie-eenheid ontknoop in verhoudings; die Vader word vaderskap; die Seun, seunskap; en die Gees, die een wat vooruit loop. Vanuit die Drie-eenheid kom die belangrikheid van verhoudings, want binne die persone van die Drie-eenheid, vind daar 'n internalisering plaas. Jesus wat in Johannes 10:38 sê: "Die Vader is in my en ek is in die Vader" wys hoe die Drie-eenheid nie los van mekaar kan funksioneer nie. As verteenwoordigers van God is daar veronderstel om tussen Christene 'n soortgelyke band te bestaan, maar die mens is uit nature selfgesentreerd. Ware koinonia kan dus slegs bereik word, indien die Gees in die mens inwerk, om hierdie selfgesentreerdheid teë te werk.

Bonhoeffer (1954:24) beskryf dat koinonia slegs deur die bemiddeling van Christus kan geskied: "*Only in Jesus Christ are we one, only through him are we bound together*". Die gebrek aan fisiese kontak kan dus nie ’n faktor wees wat koinonia onmoontlik maak nie. Kloha (2012:30) redeneer ook dat koinonia nie iets is wat mense kan ‘skep’ nie. Koinonia is ’n gebeurtenis wat God skep. As voorbeeld verwys hy na die nagmaal. Dis God wat mense uitnooi om deel te neem aan die nagmaal. Daarom is die nagmaal nie ’n geleentheid waardeur koinonia geskep word nie, maar ’n manifestasie van die alreeds bestaande band tussen God en sy volgelinge en tussen die volgelinge onderling.

4.2.3.3 Koinonia impliseer eenheid

Koinonia begin weliswaar by die natuur van God, maar in die volksmond omskryf koinonia die geestelike gemeenskap wat ervaar word deur gelowiges wat saamgevoeg is as een liggaam. Die mees algemene eienskap van koinonia is dus die konsep van eenheid. Beginnende by die Drie-eenheid, die eenheid tussen God en die kerk, die lidmate onderling en dan ook die eenheid met die wêreld (Van Deusen Hunsinger, 2009:347).

In Handelinge 4:32-35 en Johannes 17:11-26 word die eenheid-konsep eksplisiet uitgespel, terwyl dit in Romeine 12:4-5 en 1 Korintiërs 12:12-27, meer geïmpliseer word. Hierdie eenheid berus nie op sosiologiese of politieke belyning tussen individue nie, maar word gemodelleer op die ware eenheid tussen die persone van die Drie-eenheid (Kariatlis, 2011:5).

Horan (2010:231-235) brei verder uit op die eenheids-aspek, deur aan te voer dat die Christene ’n eenheid gevorm het op grond van vier aspekte van koinonia.

- Koinonia tussen mense – die leiers verenig mense met diverse agtergrond.
- Koinonia deur geskrifte – die gemeentes het hulle skriftelike bronne met mekaar gedeel, sodat almal dieselfde teologiese onderbou het.
- Koinonia deur materiële hulpmiddels – hulle het mekaar fisies versorg.
- Koinonia in geloofsoortuigings – ondanks talle kleiner verskille was daar enkele geloofsoortuigings wat hulle bymekaar gehou het (Een God, Jesus het gesterf en opgestaan, Jesus is nou reeds in die hemel, maar sy volgelinge sal eendag saam met Hom daar wees).

4.2.3.4 Die verband met familie

Talle van die konsepte en idiome van die geloofsgemeenskap is ontleen aan die familie. Tog is daar talle voorbeelde uit die lewe en bediening van Jesus waar dit duidelik is dat die huishouding (*oikos*) ondergeskik is aan die huishouding van God (*ekklesia*) (Bekker & Punt, 2011:26). Voorbeelde hiervan is Lukas 2:41-49 (Jesus wat as kind in die tempel agterbly), Lukas 8:1-3 (Jesus moedig mense aan om hulle huishoudings te verlaat), Markus 3:31-35 (Die medegelowiges is my broer, suster en moeder).

Die familie (wat ’n sosiale en meestal geografies-bepaalde struktuur was) is dus ondergeskik aan ’n nuwe verhoudingskring (die gemeenskap van gelowiges), wat deur koinonia gekenmerk word. In Jakobus 1:27 word die gemeenskap, en nie die gesin nie, opgeroep om in mekaar se behoeftes te voorsien (Bekker & Punt, 2011:27). Hoewel die familiebande ondergeskik is aan die bande binne die geloofsgemeenskap, word hierdie koinonia egter deur talle familie-begrippe gekenmerk. So byvoorbeeld word God as “Vader” en die medegelowiges as “broer en suster” aangespreek.

4.2.3.5 Nie slegs geestelik geïnterpreteer

Die navorser neem kennis van twee perspektiewe op koinonia waar koinonia nie werklik met fisiese verhoudings te make het nie. Eerstens is Kearsley (2008:19) van mening dat die tipe eenheid wat koinonia wil bewerk, nie na ’n strukturele eenheid verwys nie, maar eerder na ’n nagestreefde eenheid, en wel op grond van die eskatologiese eenheid wat daar eendag sal wees. Dit is egter belangrik dat so ’n opmerking nie verstaan word as ’n teoretiese strewe na iets wat nie in die werklikheid ooit grondslag vind nie. Hoewel koinonia streef na ’n eskatologiese eenheid, moet dit steeds in die praktyk, in die fisiese verhoudings tussen lidmate, sowel as in aanlynverhoudinge, plaasvind vir ’n gemeente om suksesvol as huisgesin van God te wees.

Tweedens is die siening van Avis (2009:1) waar die tradisionele begrip van koinonia bevraagteken word deur navorsers wat aanvoer dat koinonia nie noodwendig deelname vereis nie. Die navorser gaan egter nie die debat hier verder voer nie, aangesien sy interpretasie van koinonia (fisies of in die virtuele wêreld), ’n definitiewe vorm van deelname impliseer.

4.2.4 **Die belang van koinonia vir gemeente-wees**

Die begrip van die konsep koinonia is belangrik, maar ’n belangriker vraag vir hierdie navorsing is: Hoe belangrik is koinonia vir gemeente-wees? Joubert (2013:geen bladsy) antwoord deels hierdie vraag wanneer hy tendense in die Christendom ondersoek. Hy verwys na statistieke oor die verskuiwings in die Christendom, met ander woorde hoeveel Christene was en is daar tans in die onderskeie wêrelddele. Tussen 1910 en 2010 daal die persentasie Christene in Europa van 66% tot 25.9%, terwyl die persentasie Christene in Sub-Sahara Afrika van 1.4% tot 23,6% styg.

Sekerlik is die redes vir hierdie skuif nie enkelvoudig nie, maar Joubert is oortuig dat een rede tog ’n groot rol hierin kon speel. In 2011 was daar ’n 30% groei in Christene in Malawi, aangesien die kerk / Christene die VIGS-pasiënte versorg het. Daar is dus ’n hipotese dat die onderlinge versorging en aanvaarding van mekaar (koinonia) dalk die grootste rede kon wees waarom die kerk in Afrika gegroei het, terwyl die kerk in Europa, wat ’n baie sterker institusionele karakter het, getaan het. Hierdie hipotese word ondersteun deur die werk van Stark (1997:73-94) oor die redes vir die groei van die vroeë Christelike kerk. Daar is dus ’n sterk argument uit te maak dat koinonia belangrik is in die bestaan van ’n gemeente. Kloha (2012: 30) sluit hierby aan wanneer hy aanvoer dat koinonia manifesteer wanneer die kerk omsien na die behoeftes van haar lidmate (Handelinge 2:42-45; Romeine 15:26, 2 Korintiërs 8:4), wanneer lede van die liggaam saamwerk om die evangelie uit te dra (Filippense1:5), en wanneer lede van die liggaam vervolg word (Filippense 3:10).

In 1 Korintiërs word daar verder uitgebrei oor die inhoud van koinonia. Koinonia vind in die volgende gevalle plaas: wanneer die vorming van opponerende kampe in die gemeente teengewerk word (Hfst. 1-4); wanneer dissipline toegepas word (5); wanneer dispute buite die hof beslis word (6); wanneer die Vryheid van die gelowiges met liefde hanteer word (8-9); wanneer afgode nie aanbid word saam met die gemeenskap nie (10); wanneer daar deelgeneem word aan aanbiddingsgeleenthede, etes en die nagmaal (11); wanneer die kerk die liggaam van Christus is (12); wanneer die liggaam van Christus opgebou word (12-14); en wanneer daar gehoop word op die opstanding met die wederkoms (15). Indien bogenoemde eienskappe van koinonia is, is dit feitlik ondenkbaar dat ’n gemeente doeltreffend kan funksioneer sonder koinonia (Die Bybel, 1983:1 Korintiërs 1-15).

Waarskynlik sal die meeste gelowiges dit eens wees dat koinonia belangrik en selfs noodsaaklik is vir die gesonde funksionering van ’n gemeente. Die belangriker vraag vir hierdie navorsing is egter of ’n gemeente hierdie nodige koinonia werklik digitaal kan beoefen.

4.2.5 **Is ‘aanlyn-koinonia’ werklik koinonia?**

Dit is ooglopend dat godsdiensbeoefening oor die jare drastiese veranderinge ondergaan het.

> *In the age of Gutenberg, you read theology in a book; you heard it preached in sermons; and you were taught it by Bible teachers. In the age of Google, theology is what you do when you’re responding to blogs, contributing to a wiki doc online (or on your own computer), participating in worship, inventing new forms of ministry, or talking about God with your friends in a pub* (Clayton, 2010:14).

Een van die veranderinge is dan ook dat talle gelowiges hulle godsdiens digitaal of aanlyn (in die virtuele wêreld) beoefen. Die vraag wat ontstaan, is of koinonia ook in die virtuele wêreld kan geskied en of koinonia beperk is tot fisiese mens tot mens kontak. Uit die literatuur is dit duidelik dat daar twee sienings is as dit kom by aanlyn-koinonia. Die eerste siening is entoesiasties: Koinonia word beskou as ’n tipe gesprek wat aanlyn of fisies kan geskied. “*Digital media offer opportunities to form relationships with a wide and diverse range of people without being bound by geographical space. Online communities therefore transcend geographical and physical space and form a new shared space via digital media”* (Cloete, 2015:3). Die tweede siening is baie meer krities teenoor digitale media, omdat koinonia beskou word as iets wat slegs van aangesig tot aangesig kan plaasvind in ’n fisiese omgewing (Hutchings, 2015:152).

Byassee (2010:26), in sy evaluering van *Life.Church*, gee ’n belangrike perspektief op die debat, naamlik dat die keuse nie noodwendig lê tussen fisies of digitaal nie, maar dat ’n gemeente se koinonia-bediening juis kan bestaan uit ’n kombinasie van die twee. Alhoewel *Life.Church* ’n internet-bediening het en senior leiers se preke weekliks lewendig uitgesaai word, het hulle steeds plaaslike gemeentes, of soos hulle dit noem, kampusse. Elke kampus het sy eie leraar wat verantwoordelik is vir die bedienings binne sy kampus. Hierdie leraars preek egter nie Sondae nie. Die senior pastor, Craig

Groeschel se preek wat hy op die hoofkampus preek, word lewendig gebeeldsend na die ander kampusse.

’n Mens se aanvanklike verwagting sal wees dat die kleiner kampusse, by wie die senior pastor selde kom en wie se plaaslike leraar nooit op die skerm preek nie, afgeskeep sal voel en dalk nie sal groei soos die kampus waar die senior pastor gesetel is nie. Tog was dit nie geval nie. Die ironie was dat die enigste kampus waar daar nie groei plaasgevind het nie, die kampus was waar Craig Groeschel persoonlik gesetel was en dus die kampus van waar die preke elke Sondag lewendig opgeneem en uitgesaai was (Byassee 2010:27).

Uit die ondersoek wat hulle gedoen het om hierdie verskynsel te ondersoek, blyk dit toe dat geografiese ligging en die kontak wat die lidmate onderling het (koinonia) vir die lidmate belangriker was as om die prediker in lewende lywe te sien (Byassee, 2010:27). *Life.Church* streef gevolglik daarna om nooit te groot gemeentes te hê nie, omdat hulle dan intimiteit inboet. Daar word dus gereeld nuwe gemeentes gestig sodat gemeentes nie te groot word en te veel geld vereis om massiewe geboue op te rig en in stand te hou nie. Die gemiddelde erediensbywoning is maar ongeveer 500 lidmate per gemeente (Groeschel, 2020:elektroniese bron). Die kleiner uitgawe aan geboue en personeel maak dat die afsonderlike gemeentes meer geld beskikbaar het om aan video- en klanktoerusting te spandeer wat gewoonlik net in mega-kerke aangetref word, weens die geweldige koste daarvan (Byassee, 2010:28).

Life.Church se media bediening maak dit duidelik dat baie lidmate heeltemal gelukkig is om ’n preek op ’n skerm te volg, instede van ’n fisiese prediker voor in die kerk. Die belangrikste bevinding was egter dat hulle nie belangstel om dieselfde preek op hulle TV in die gemak van hulle eie huis te volg nie. Baie van die lidmate het gemeld dat hulle besluit het om by *Life.Church* in te skakel oor die warmte wat daar heers onder die lidmate in die gemeente – iets wat nie so maklik kan realiseer, indien individue afsonderlik die eredienste kyk nie (Byassee, 2010:28-30). Die positiewe gevolg van die plaaslike predikante wat selde preek, was dat hulle meer tyd deur die week gehad het om aan ander take te spandeer, hoofsaaklik aan die bou van verhoudings. *LifeChurch* doen dus baie om koinonia te bevorder. Campbell (2012:69) toon ook aan dat mense wat by virtuele Christen gemeenskappe inskakel meestal ook sterk verbintenisse het met plaaslike

gemeentes. Hulle virtuele godsdiensbeoefening is veel eerder ’n aanvulling as ’n plaasvervanger vir die plaaslike gemeente.

Baie kerke spandeer toenemend tyd en geld aan hulle liturgiese ruimtes en toerusting wat Sondae tydens die eredienste gebruik word. Die uitgangspunt van North Phoenix Baptist Church is egter dat baie dinge met tye verander, maar dat die een ding wat nie verander nie, mense se honger na verhoudings is. Die tyd wat aan eredienste spandeer word, moet dus nooit die tyd wat aan koinonia spandeer word, negatief beïnvloed nie (Frykholm, 2008:10). Die gejaagde lewe maak egter dat daar in die bediening baie hard gewerk moet word om verhoudings te help vestig. Hulle fokus op bedienings tydens naweke, eerder as die week, omdat lidmate deur die week net te besig is. Hulle het egter deur die week ’n TV- en radio-bediening waardeur hulle poog om lidmate by hulle huis of werkplek te bereik. Die gevolg is dat wanneer hulle nuwe lidmate vra waar hulle van die gemeente gehoor het, die antwoorde meestal ‘die media’ is. Hoewel hulle eerste kontak en eerste bou van ’n verhouding deur die media (digitaal) geskied, is die gemeente se primêre plek van koinonia steeds op ’n fisiese mens-tot-mens vlak oor naweke.

Een van die oudste definisies van ’n aanlyngemeenskap, is dié van Howard Rheingold (1993:5): “*Communities emerge from the Net when enough people carry on public discussions long enough, with sufficient human feeling, to form webs of personal relationships in cyberspace*”. Sy definisie is dus gebaseer op emosionele verbintenisse, met ander woorde, dieselfde bande wat daar in ’n vriendskap-verbintenis sou wees. Gould (2015:27) ondersteun hierdie gedagte: “*Online communities of faith are real to members who have come to rely on them for inspiration and support… Time and energy put into quality interaction is what makes a group of individuals who share interests and concerns become a community no matter where it’s located*.”

Ook Campbell (2012:70) is van mening dat aanlynkerke slegs werklike geloofsgemeenskappe kan vorm wanneer hulle mense se fisiese godsdienservarings kan aanvul of uitbrei deur intieme gemeenskap met ander te bied, of mense met ’n eendersdenkende teologiese agtergrond bymekaar kan uitbring. Die onderbou bly egter steeds ’n fisiese betrokkenheid iewers.

In Hutchings se verdere bespreking oor die moontlikheid dat koinonia ook in ’n aanlyngemeenskap kan geskied, gebruik hy sy navorsing oor die sogenaamde ‘*Church*

of Fools'. Uit hierdie eksperiment vind hy duidelike aanduidings dat daar koinonia plaasgevind het.

> *Virtual community can be real community. An example is the Church of Fools (now St Pixels), launched as an experiment eleven years ago, meant to last but three months. However, that experiment created a congregation that is still alive today, one in which people carry on public discussions with sufficient human feelings to form webs of personal relationships online* (Hutchings, 2015:151).

Die stigters van '*Church of Fools*' wou 'n kerk in 'n nuwe ruimte skep, maar ook steeds herkenbaar wees as 'n kerk, en daarom was die grafika gebaseer op 'n tradisionele kerkgebou (Jenkins, 2008:101). Gedurende die eerste maande van die bestaan van hierdie virtuele kerk, het duisende mense die 'kerk' besoek. Baie dalk net eenmalig en uit nuuskierigheid, maar talle het weer en weer teruggekeer en begin om vriende te maak met ander besoekers. Hulle het tyd en energie ingesit om hierdie kerk te laat werk. Hutchings (2015:157) vra op hierdie punt of '*Church of Fools*' werklik kan deurgaan as 'n koinonia-gemeenskap of nie.

In Jenkins (2008:100) se motivering vir die stigting van hierdie aanlynkerk, voer hy aan dat hulle mense wou opvoed en inlig wat waarskynlik nooit tradisionele kerk sou besoek nie. Hulle het gehoop om die voorveronderstelling wat mense het om kerk toe te gaan op hierdie wyse af te breek. Volgens hom bereik hulle hierdie doelwit wanneer hy 'n besoeker aanhaal: *"I have a friend who had a crisis this week. No way would he ever go to a real church. But he went to yours and said his first prayer in many years. You are providing a valuable site for him and others who might never go to a traditional house of worship*" (Jenkins, 2008:113).

Hoewel hierdie 'n aangrypende getuienis is, is dit meer die uitsondering, as die reël. Hutchings (2015:158) bevind in sy navorsing dat die oorgrote meerderheid besoekers aan hierdie virtuele kerk, alreeds lidmate van fisiese gemeentes is. Hulle het ook nie hulle aanbidding by die plaaslike gemeentes gestaak nie. Enkeles het opgehou om die plaaslike gemeente se eredienste by te woon, maar dan was dit weens swak gesondheid of 'n slegte ervaring met individue daar.

Soos reeds gemeld, was '*Church of Fools*' bedoel as 'n eksperiment wat vir slegs drie maande sou duur. Toe die stigters die eksperiment beëindig en die 'kerk' sluit, het talle besoekers hulle kontak met mekaar behou en mekaar op ander sosiale media platforms opgesoek en gesprekke voortgesit. In 2006 is die 'kerk' weer aanlyn geaktiveer onder die naam *St. Pixels*; in 2012 het dit 'n Facebook-toepassing geword. Talle van die besoekers aan hierdie aanlynkerk is dus alreeds vir meer as 'n dekade betrokke by die aanlynkerk en in mekaar se lewens. Die vrees dat hulle hulle plaaslike gemeentes sou verlaat, het feitlik nooit plaasgevind nie. "*Instead of luring people away from real interpersonal community, this online church has helped participants to expand their interactions with Christian friends"* (Hutchings, 2015:160). Hoewel hierdie 'kerk' nie 'n digitale bediening van 'n bestaande gemeente was nie, maar 'n losstaande 'kerk' in die digitale ruimte, het mense wat hier ingeskakel en tuis gevoel het, meestal nie hulle bestaande kerk verlaat en by hierdie 'nuwe kerk' aangesluit nie, maar steeds hulle bande met hulle plaaslike fisiese kerk behou.

Rand (2009:23) brei uit op die vermoë van sosiale media of digitale media om koinonia te bevorder, as 'n uitbreiding op 'n gemeente se fisiese koinonia-bediening. Sy vertel in 'n artikel van 'n mede-lidmaat wat geworstel het met 'n werksaanbod wat haar persoonlike lewe geweldig sou ontwrig. Sy het die eerste maal van die krisis gehoor tydens tee na kerk, hoewel slegs oppervlakkig, aangesien die tee slegs 15 minute duur, met baie mense wat saam in 'n klein lokaal gedruk word en kindertjies wat tussen almal hardloop. Maar via Facebook kon sy in die daaropvolgende week al die detail ontvang, kennis neem van die mede-lidmaat se vrese oor die werksaanbod en vir haar intree in gebed. Hulle het dus deur die loop van die week nie fisiese kontak gehad nie, maar virtueel en emosioneel kon sy die persoon bystaan. Daarom sê sy:

> *"We live in a world in which it takes a lot of commitment to carve out an hour or so on Sunday morning to meet with others for worship, and in this kind of world we need the Facebook and Twitter church, where on a daily basis we can confess our sins, weep together and laugh together, know the intimate details of one another's lives and pray for one another in very specific ways"* (Rand, 2009:25).

Verhale soos hierdie bevestig opnuut dat aanlyn-koinonia nie beperk is tot slegs oppervlakkige kommunikasie wat nie sal lei tot die bou van hegter verhoudings nie.

Daarom voer Campbell (2012d:59) aan dat aanlyngemeenskap meer impliseer as net die deel van inligting en belange, maar ook emosionele belegging insluit. Alhoewel die platform van interaksie verander het, behels aanlyngemeenskappe daarom steeds die basiese daad van sosiale uitruiling.

Op sy beurt verwys Sweet (2012:161) weer na ’n jeugwerker wat Facebook beskou het as sy belangrikste bedieningsgereedskap. Sondae daag daar slegs ’n handjievol jongmense by sy jeug byeenkoms op, maar deur die week het hy Facebook-gesprekke met twee tot drie keer meer jongmense.

Ontmoetings met God vind weliswaar nie slegs in tradisionele sakrale ruimtes plaas nie, maar gebeur in alledaagse bymekaarkomplekke en selfs in die digitale ruimte. Soos Miles (2014:59) dit verwoord:

> ... *they hold Bible study in the conference room of a downtown investment bank or send prayers via Twitter to their co-workers at a tech company. The city might be far less religious than most if measured by the number of people who attend churches, but in its streets it’s the city of God*.

Tome Dawson, leier van die *South Tulsa Life.Church* se reaksie op mense wat vrees dat aanlynkerke mense sal weglok van plaaslike gemeentes is dat kerke se kompetisie nie ander kerke is nie, maar *Disney* (Byassee 2010:27). Dit klop met die navorser se ervaring oor mense se inskakeling by kerke in die woonbuurt waar sy gemeente geleë is. Hoewel die kerke dalk bedreig voel deur mekaar, is die somtotaal van hulle erediensbywoningsyfers op ’n Sondag, nie eens ’n kwart van die totale inwonertal van die woonbuurt nie. Kerke is dus nie mekaar se grootste bedreiging nie – daar is ander sosiale aktiwiteite wat mense lok en hulle tyd in beslag neem. Hierdie sosiale aktiwiteite maak waarskynlik van sosiale media gebruik om aktiwiteite te bemark en mense te lok. Indien die kerk nie ook sosiale media benut nie, laat glip die kerk dalk ’n gulde bedieningsgeleentheid deur haar vingers.

Hoewel baie mense steeds sterk onderskeid maak tussen fisiese kontak en virtuele kontak, dui Gould (2015:32) aan dat sy deur jare se betrokkenheid by aanlynbedienings, definitief ervaar het dat die twee pole verweef raak. Mense wat aanlyn ontmoet het, sal baie keer meer persoonlik deur e-posse begin kommunikeer, selfs telefonies kontak maak, en dan, indien dit prakties moontlik is, mekaar fisies ontmoet. Mense wat mekaar

fisies ken, sal weer baie keer begin om ook op sosiale media vriende te word en sodoende meer kontak met mekaar hê. Eerder as twee pole van kommunikasie, is daar ’n kontinuum tussen die onderskeie wyses van kommunikeer. Dit weerspreek natuurlik die argument dat sosiale media mense isoleer. Trouens, mense het baie meer gesprekke met ander – dis bloot op ’n ander platform, maar met die potensiaal om mettertyd ook te lei na fisies kontak en dus ’n uitbreiding van jou fisiese gespreksgenote.

Die debat oor aanlyn-koinonia het in 2020 wêreldwyd ’n wending geneem met die meeste fisiese byeenkomste wat weens COVID-19 inperkingsregulasies nie meer toegelaat is nie. In Desember 2019is ’n nuwe patogene menslike koronavirus, COVID-19, geïdentifiseer in ’n aantal pasiënte met longontsteking in die Wuhan distrik, China. Op 11 Maart 2020 verklaar die Wêreld Gesondheidsorganisasie COVID-19 as ’n wêreldwye pandemie (Lu, Stratton & Tang, 2020:401). Wêreldwyd word inperkings op die samekomste van mense ingestel en kerke is van die eerste instellings wat gesluit is, in ’n poging om die verspreiding van die virus te keer.

Aanlyn-koinonia was skielik nie meer ’n moontlike opsie nie, maar die enigste opsie, aangesien fisiese koinonia nie meer moontlik was nie (Cloete, 2020:29). Hoewel fisiese kontak dalk vir die meeste mense steeds die voorkeur keuse is om koinonia te bewerk, is sosiale media dalk die vinnige weg tot koinonia wat later kan verdiep deur fisiese kontak. Die navorser sal hierdie gedagtelyn later breedvoerig bespreek.[19]

4.2.6 **Vrese en besware oor koinonia in die virtuele wêreld**

4.2.6.1 Bepaalde rituele kan slegs fisies plaasvind

Horan (2010:36-37), wat vanuit die Rooms Katolieke tradisie kom, heg groot waarde aan die sakramentele aspek van koinonia en redeneer dat hierdie aspek nie in die digitale ruimte kan geskied nie. Vanuit die Gereformeerde tradisie, waar die tekens van byvoorbeeld die nagmaal bloot as tekens en seëls gesien word en nie as ’n inkarnasie van Jesus se liggaam nie, sou daar minder beswaar wees teen ’n digitale nagmaal. Tog sou min mense gemaklik wees met ’n digitale doop, waar die ouers byvoorbeeld self die doop toedien, terwyl hulle bloot na die liturg se woorde luister.

[19] Sien Afdeling 4.3.

Koinonia is egter nie beperk tot slegs enkele rituele nie. Die onvermoë van die digitale medium om sekere rituele te fasiliteer, voorkom glad nie dat koinonia wel binne ander geloofservarings en onderlinge kontak en ondersteuning kan plaasvind nie. Soos Van Deussen Hunsinger (2009:348) dit stel: "*Because of our fallen condition, it is not likely that we will see the complete living out of koinönia until the fullness of time. In the meantime, however, there are concrete practices that build up the church, that contribute to koinönia"*.

4.2.6.2 'n Vrees vir tegnologie

In 'n verhoudingsgerigte samelewing maak baie mense die fout om die kerk se gebruik van sosiale media te beoordeel vanuit die hoek van die kerk se gebruik van tegnologie, terwyl dit eerder beoordeel moet word vanuit die bydra wat dit kan lewer ten opsigte van koinonia. Ter illustrasie haal die navorser die verhaal aan wat Anderson (2015:61-63) deel: In Augustus 2013 besoek 'n groepie tieners die St. Peters kerk in Rome en oorreed pous Francis om 'n 'selfie' saam met hulle te neem. Die betrokke selfie is reeds miljoene keer ontvang en verder aangestuur op sosiale media. Dit was nie 'n hoë kwaliteit foto nie, maar dit was gewild vanweë die boodskap wat mense in die foto ingelees het, naamlik dat hierdie pous toeganklik is vir die jeug, vriendelik is en dat gewone mense met hom kan vereenselwig.

In teenstelling met hierdie verhaal, is daar nog 'n storie oor 'n pous en 'n foto. Pous Benedictus XVI het 'n paar jaar tevore gepoog om aan die wêreld te toon dat die katolieke kerk tegnologie omarm. Die amptelike Vatikaan-fotograaf het 'n foto van hom agter sy lessenaar, omring deur 'n aantal kardinale, besig om op sy i-Pad te werk, die wêreld ingestuur. Dit het nooit die gewildheid van pous Francis se selfie bereik nie, omdat pous Benedictus se foto 'n boodskap uitgedra het oor sy tegnologiese vaardigheid, terwyl pous Francis se foto iets van hom as mens gesê het – dit is wat in 'n verhoudingsgerigte wêreld belangrik is.

4.2.6.3 Vrees vir eksklusiwiteit

Een van die besware teen koinonia in die virtuele wêreld was dat mense in ware koinonia-verhoudings, nie hulle mede-lede of lidmate kies nie. Die vrees is dus dat mense in virtuele kerke slegs sal assosieer met mense wat dieselfde as hulle dink en sodoende 'n heterogene groep sal vorm. In *Church of Fools* gebeur die teendeel egter, omdat niemand beheer het oor wie by die gesprekke aansluit nie. Die verbintenisse wat hier ontstaan het,

was dus baie keer juis meer divers as wat die geval in plaaslike gemeentes was (Hutchings, 2015:160). Baie van die eredienste in *Church of Fools* is selfs deur ateïste en sataniste bygewoon in 'n poging om dit te ontwrig. Die besoekers (lidmate) moes leer hoe om hierdie mense binne die gesprekke te hanteer. Een van die 'diakens' in die kerk getuig:

> *I have been chatting to a guy who feels hated by God. He seemed to think that God was going to zap everything into shape. He wanted me to pray with him. We chatted for quite a while, and I hope that having someone to talk with and pray with will have helped him* (Jenkins, 2008:112).

Hutchings (2015:153) is van mening dat koinonia (*community*) meer behels as dit wat aanlyn-interaksie kan voorsien, ongeag die emosionele ondersteuning wat daar te vinde is. Koinonia het ook te make met die vleeswording van Christus en met die verhouding tussen God en die mens. As sulks word koinonia nie geskep op die grondslag van sosialiseringspatrone nie. Mense kies nie met wie hulle koinonia wil ervaar nie, aangesien God koinonia skep. Die aanloklikheid van vriendskappe met mense wat ons aanlyn ontmoet en waarvan ons hou, moet mense dus nie weglok van die verbintenisse met mense rondom ons met wie ons dalk verskil nie.

Die navorser verskil nie van hom oor sy definisie nie. Koinonia is beslis meer as net sosialisering. Iets van die agapè liefde wat Christene ontvang, maak van koinonia meer as net sosialisering met diegene saam met wie 'n persoon geniet om tyd te spandeer. Maar die voorbeelde van *Church of Fools*, *Ship of Fools*[20] en ander, gaan juis oor mense wat na ander uitreik, sonder dat dit vir hulle voordelig of lekker is. Dit moet wel as koinonia gesien word.

Jenkins (2008:95) vertel byvoorbeeld die verhaal van 'n dame wat op die aanlyntydskrif, *Ship of Fools*, van haar hospitalisasie en stryd met terminale longkanker geskryf het. Toe sy drie maande later sterf, was daar meer as 1000 boodskappe op haar storielyn gelaat. Die hospitaal waar sy opgeneem is, is oorval met blomme en beterskap-kaartjies en 'n groep dames het 'n kombers vir haar aanmekaar gestik van blokkies borduurwerk wat van regoor die wêreld vir haar aangestuur is. Verhale soos hierdie dien vir hom as bewys dat daar werklik koinonia aanlyn plaasgevind het. Die mense wat na haar uitgereik het,

[20] Die aanlyn-entiteit verantwoordelik vir die ontwikkeling van *Church of Fools*

het nie bloot gefokus op iemand wat enersdenkend as hulle was nie, maar het bloot reageer op die pastorale behoefte van ’n ‘onbekende’ persoon.

4.2.7 Belangrike perspektiewe oor koinonia

Lank voordat mense begin het om die kerk te verstaan as ’n gebou of ’n instelling, is die kerk verstaan as die samekoms van ’n groep gelowiges. Vandag bied sosiale media die geleentheid aan gelowiges om saam te kom – te sosialiseer en selfs om hulle geloof te modelleer – maar nou in die virtuele wêreld, of soos Gould (2015:13) dit stel, “*beyond the building we call church*”.

Die internet kon mense wat normaalweg weens geografiese afstand nooit in aanraking sou kom nie, skielik saambring binne ’n aanlynritueel. Godsdienstige ikone, wat soms net vir ’n uitverkore groep geestelikes toeganklik was, kon nou deur almal in die kuberruim besoek word. Verskeie kundiges voer aan dat ons gemeenskap besig is om te skuif vanaf ’n gemeenskap gebaseer op woonbuurte en families, na persoonlike netwerke gebaseer op vriendskappe wat ons self kies. Gevolglik verskuif die betekenis van die woord “gemeenskap” vanaf hegte groepe met stabiele verbintenisse en sterk grense, na meer buigsame en individuele verbintenisse (Rainie & Wellman, 2012:7-20; Campbell, 2012:60-65). Hutchings (2015:161) maak egter tereg die opmerking: *“If we want to make sense of online community, we need to be very clear about what we want “community” to be, what we are using as our standard of comparison, and how we are going to look for our evidence”.*

Die verskil tussen koinonia en sosialisering is as volg: Sosialisering vind plaas wanneer mense byeenkom, terwyl koinonia plaasvind wanneer mense saamkom rondom ’n gemeenskaplike belang, naamlik Jesus Christus. Verhoudinge tussen mense wat in koinonia met mekaar verkeer word dus nie bepaal deur dinge soos sosio-ekonomiese agtergrond, ras of nasionaliteit nie, maar op die basis van die gemeenskaplike band met Christus.

Antheunis en sy kollegas (Antheunis *et al.*, 2012:7) kom tot die gevolgtrekking dat daar geen onderskeid is tussen die kwaliteit van die verhouding tussen fisiese verhoudings en gemengde verhoudings (met ander woorde, waar die persone aanlyn sowel as fisiese kontak het) nie. Of ’n verhouding dus aanlyn of fisies begin het, is irrelevant. Wat belangrik is, is dat aanlynverhoudings ook sal lei tot fisiese kontak met mekaar (Antheunis *et al.*,

2012:7). Dalk het baie van die kritiek teen koinonia in die virtuele wêreld meer te make met wat ’n gemeente is (m.a.w.’n fisiese, geografies afgebakende gebied), as met die beginsel van koinonia self. Die navorser sal gevolglik in ’n volgende afdeling indringend gaan kyk na hoe die konsep van gemeente verstaan word.

4.3 Die plaaslike gemeente – ’n Ekklesiologiese perspektief

4.3.1 Die nodigheid om krities na te dink oor die plaaslike gemeente

Da Silva (2020:7) beklemtoon hoe kommunikasie in die begin dae van die kerk geskuif het vanaf primêr verbaal na geskrewe kommunikasie; in 2020, weens die COVID-19 pandemie, was daar ’n skuif vanaf aangesig tot aangesig kommunikasie na digitale kommunikasie. Onafhanklik van die kommunikasie-styl, is daar ook ’n ander migrasie wat plaasgevind het. Die kerk se bestaan kan teruggevoer word na huiskerke, waar families saamgekom het. Met die verloop van tyd het daar ’n skuif gekom na georganiseerde byeenkomste in spesifieke geboue wat soms redelik verwyderd was van die alledaagse lewenswêreld. Die COVID-19 pandemie, met die gepaardgaande verbod op kerkbyeenkomste, het die kerk weer gedwing om terug te keer na die huis. Pillay (2020:268) verwys soos volg na hierdie skuif: “*So in essence churches have not closed but come home: a church in each home*”. Vanweë die verskuiwing in die wyse van kommunikasie, sowel as die plek van samekoms, kan die kerk nie anders as om post-2020 opnuut na te dink oor ’n relevante ekklesiologie vir die era nie.

Martin Luther en later ook Karl Barth (Barth, 1960:126) het *ekklesia* vertaal met *Gemeinde*. Die meeste Engelse vertalers het *Gemeinde* vertaal as *community* en nie *congregation* nie. Hieruit sien ’n mens dat die meeste skrywers die begrip ‘gemeente’ verstaan as ’n entiteit wat inhoudelik ook deurgegee word deur die woord koinonia – die gemeenskap van die gelowiges. Hoewel die navorser uitgaan van die standpunt dat koinonia eerder iets oor die kwaliteit van die ekklesia sê, is dit tog belangrik om ook verder oor ekklesia na te dink. Schoeman (2020:93) voer aan dat die kerk gereeld twee vrae moet vra: 1) Wie is ons (wat is ons identiteit)? en 2) Waarmee is ons besig (is ons nog relevant)?

Johan Smith (2007:133) stel: “[Die kerk] gaan nie regtig oor al die lidmate wat elke Sondag die banke van die kerk vol maak en warm sit nie. Nee, dit gaan juis nie oor hulle nie. Die kerk bestaan vir die wat nie daar is nie.” Coenie Burger (2008:249) sluit hierby aan en meld: “As die kerk belangrik was, was dit as ’n middel en nie as ’n doel nie.”

Hierdie opmerkings dien as aansporing om verder en dieper na te dink oor die karakter en definisie van ‘kerk’.

Wat is die kerk? Wat is die gemeente? Dit is nie altyd maklike vrae om te beantwoord nie. Talle van die antwoorde wat mense gee berus op voorveronderstelling en tradisie. Voordat die navorser dus kan afleidings maak oor die vermoë van sosiale media om koinonia in die plaaslike gemeente te bevorder, moet daar eers nagedink word oor wat die plaaslike gemeente is. Indien daar nie van tyd tot tyd krities gekyk word na die begrip “kerk” nie, loop ons die gevaar dat ons konsep van kerkwees nie tred hou met veranderinge nie. Anderson (2015:6) waarsku hierteen: *“… our definitions of church have become all too narrow, too parochial – when evangelism is reduced to membership, faith formation is narrowed to Sunday morning education classes, and sharing the gospel has been reduced to marketing rather than sharing the free and abundant grace and love of God*”.

Anderson (2015:2) vertel van sy besoek aan die bekende St. Patricks Katedraal in New York waar hy ontdek het dat hulle besig was met ’n restourasie-proses en die gebou gesluit was vir die publiek. ’n Banier was voor op die gebou met die woorde: “*Check-in on Facebook. Follow us on Twitter*”. Sodanige kennisgewing was moontlik juis ’n gepaste metafoor vir ’n kerk in die digitale era – soms moet restourasie plaasvind en vra die verandering vernuwende denke oor hoe die kerk moet funksioneer.

4.3.2 **Etimologie van die woorde: Kerk en gemeente**

’n Blote woordeboek-definisie van die konsep *plaaslike gemeente*, kan wees: ’n groep belydende gelowiges wat onder die leierskap van ouderlinge en diakens georganiseer is om die Liggaam van Christus op te bou deur die aanbidding van God, die gemeenskap van die gelowiges, onderrig in die Woord, en die beoefening van geestelike gawes (eie definisie).

’n Meer teologiese deurdagte kyk na die begrip is egter nie so eenvoudig nie. Talle mense verwys ook na die ‘gemeente’, as ‘kerk’; die woord ‘kerk’ is nie maklik om te definieer nie, want in die volksmond het dit ’n uitgebreide betekenisinhoud. Daar word gereeld na die gebou waar mense Sondae ’n erediens hou, verwys as kerk. Daar word egter ook na ’n totale denominasie verwys as kerk. Soms sal mense selfs vra: Wat is die kerk se opinie

hieroor? Met ander woorde, die globale Christen-gemeenskap (Schoeman, 2020:96). Tereg word daar ook verkondig dat ‘kerk, eintlik verwys na die volgelinge van Christus.

’n Goeie vertrekpunt sou die woord wees wat in die Nuwe Testament gebruik word om te dui op kerk/gemeente, naamlik: εκκλεσια (hierna *ekklesia* geskryf). ’n Etimologiese verklaring van die woord dui op die geroepenes of uitverkorenes, aangesien die woord afgelei is van *ek* = uit en *kaleo* = geroep. Met ander woorde, ekklesia verwys eerder na geroepe mense, as na die gebou (Beukes, 2020:2). Die kontekstuele gebruik in die Nuwe Testament dui egter daarop dat die woord *ekklesia* nie gebruik is om te verwys na “mense wat deur God uitgeroep is” nie. Dit was egter in die Griekse kultuur ’n bekende begrip wat gewys het op die mans wat byeenkom om ’n belangrike besluit te neem. ’n Meer algemene vertaling sou dus ‘byeenkoms’ wees.

In die Septuagint kry *ekklesia* ’n betekenisinhoud*,* feitlik as ’n sinoniem vir ‘sinagoge’, maar weereens met die ondertoon van ‘byeenkoms’. Hierdie gebruik van die woord is duidelik in ’n gedeelte soos Romeine 16:5: “*Groete ook aan die gemeente wat gereeld in hulle huis bymekaarkom”* (Die Bybel, 1983:Romeine16:5); ’n Byeenkoms van die gelowiges. Deur die loop van die Nuwe Testament vind ons egter ook ’n meer abstrakte gebruik van die woord, soos in 1 Korintiërs 10:32: “*Moenie aanstoot gee nie, nie aan Jode of aan Grieke of aan die gemeente van God nie”* (Die Bybel, 1983:1 Korintiërs 10:32). Hier dui dit nie net op ’n aantal mense wat vergader nie, maar eerder as ’n verwysing na die volgelinge van Jesus Christus (Gooder 2008:11).

Selfs Paulus gebruik drie ekklesiologiese terme vir die kerk (Grieb, 2005:233-238), naamlik:

1) Kinders (mense) van God (Romeine 9:25-26, 10:20-21). Hy gebruik die Griekse woord *‘laos*’ om na die kinders/mense van God te verwys en die Griekse woord ‘*ethnê*’ om na die totale mensdom te verwys.

2) Liggaam van Christus (1 Korintiërs 12:12,27). In 1 Korintiërs 10:16-17 bring die brood en wyn die gemeenskap (koinonia) met die liggaam van Christus.

3) Gemeenskap (koinonia) met die Heilige Gees (2 Korintiërs 13:13; Filippense 2:1-2). Die definiërende eienskap van hierdie koinonia, is ’n betrokkenheid by mekaar wat gewoonlik slegs in families gevind word. Die gemene deler tussen die drie metafore vir kerk, is die onderlinge koinonia wat daar uitspeel.

Ekklesia word saam en parallel met talle ander woorde en begrippe gebruik om na die Christen-gemeenskappe te verwys, hetsy as ’n groepering of as ’n byeenkoms. In ’n suiwer semantiese sin van die woord *ekklesia*, sou die beter vertaling dalk ‘gemeenskap’ of ‘Christen-gemeenskap’ wees. Die konsep van kerk (ekklesiologie) is gebaseer op ’n familiemodel van sosialisering wat gestruktureer is in terme van rolle en funksies (Dyikuk, 2020:33). Wanneer die woord vandag egter as kerk of gemeente vertaal word, probeer sommige gelowiges uit die tekste van die Nuwe Testament direkte afleidings maak van hoe ’n kerk of gemeente vandag struktureel ingeklee en gedefinieer moet word. Die probleem met die woord *ekklesia* in die Nuwe Testament is dus dat die betekenisinhoud daarvan radikaal verskil.

4.3.3 Die ontstaan en omskrywing van gemeentes

Baie Christene verwys na die uitstorting van die Heilige Gees op Pinksterdag as die dag waarop die kerk tot stand gekom het. Hoewel dit die dag is waarop die dissipels begin het om die evangelie met entoesiasme te preek en mense te lok na die Christelike geloof, is dit tog sekerlik ook nie feitelik korrek om hierdie dag as die begin van die Christelike kerk te beskou nie. Aan die een kant was Jesus Christus se bediening in ’n sekere sin alreeds die begin van die kerk; aan die ander kant is die eerste werklike strukture van kerk, soos ons dit vandag sou definieer, eers teen die einde van die eerste eeu sigbaar gewees.

Selfs die Nuwe Testamentiese briewe dui op ’n verskeidenheid van strukture wat in die eerste gemeentes bestaan het. Gooder (2008:9) beskryf die ontstaansgeskiedenis van die eerste gemeentes as “*they grew haphazardly, chaotically and without discernible structure – at least at first”.* Hierdie ‘onsekerheid’ oor wanneer die kerk dan werklik tot stand gekom het, en oor hoe die eerste gemeentes gestruktureer was, dien moontlik as ’n waarskuwing om nie te gou ’n definisie van ‘kerk’ en ‘gemeente’ vas te maak nie. Die geskiedkundige omstandighede bepaal baie keer in watter rigting ’n gemeente beweeg, en as daar nuwe tegnologiese ontwikkeling plaasvind wat nie in lyn is met ouer definisies van kerkwees nie, moet dit nie summier afgewys word nie. So word afleidings gemaak oor sake soos die verpligte ampte van ouderling en diaken, geografies afgebakende grense van die plaaslike gemeente, byeenkomste gesentreer rondom ’n gebou. Hierdie moderne definisies laat weinig ruimte vir alternatiewe modelle van kerk en gemeente wat moontlik ook baie raakpunte met die eerste gemeentes sou hê. Derhalwe bepleit Schoeman (2020:94) ’n kontemporêre ekklesiologie vir elke unieke situasie.

Waar ekklesia en sinagoge as sinonieme dien, is daar een opvallende verskil. Sinagoge het ook verwys na die gebou, terwyl ekklesia in die eerste eeu na Christus (die tydperk waarin die Nuwe Testament geskryf is) nooit na die gebou verwys het nie (Gooder, 2008:13). In latere geskifte sou dit egter wel ook na die gebou van ontmoeting begin verwys. Die woorde waarmee die Nuwe Testament na navolgers van Jesus verwys, is naas *ekklesia, ook* broers en susters (*adelphoi*), heiliges (*hagioi*), dissipels (*mathētai*), Christene (*christianoi*), om net 'n paar te noem. As elkeen van hierdie begrippe oordink word om eienskappe van 'n kerk of gemeente vas te stel, is dit waarskynlik dat die definisie van kerk of gemeente baie wyer sal wees as wat tans onder baie Christene die geval is.

Giles (1995:24) noem 'n paar kern ekklesiologiese terme of metafore wat deur die jare gebruik is om die kerk te omskryf.

1. Die kerk as 'n goddelike instelling wat deur Christus self tot stand gebring is. Hierdie omskrywing is die bousteen van die Rooms Katolieke hiërargiese kerkregeringstelsel.
2. Die kerk as liggaam van Christus. Die kerk is die mistiese liggaam van Christus en die fisiese teenwoordigheid van Christus in die wêreld.
3. Die kerk as volk van God *of* God se mense.
4. Die kerk is die Christene wat hulle geloof op aarde uitleef.
5. Die kerk as gemeente. Hier lê die klem op die plaaslike gemeente as 'n outonome kerk, 'n metafoor met groot aanhang binne die protestantse teologie.
6. Die kerk as Christengemeenskap. Binne hierdie metafoor speel die konsep van *koinonia* of dan die Latynse vertaling *communio*, 'n sterk rol. Dit lei tot die sogenaamde *communio* ekklesiologie: Die kerk as gemeenskap van gelowiges.

Hoewel elkeen van hierdie metafore uit die Bybel afkomstig is en elkeen 'n deel van die waarheid bevat, is dit moeilik om een te verabsoluteer as 'n omvattende beskrywing van die kerk. Trouens, aspekte van punte 1-5 hierbo, kan mekaar selfs weerspreek. Die gevolg is dat sommige teoloë die kerk as 'gemeenskap van gelowiges', as die mees aanvaarbare metafoor aanvaar, omdat dit nie een van die ander metafore uitsluit nie.

Ondanks die teologiese konsep dat die kerk bestaan uit die lidmate (liggaam van Christus), speel 'n fisiese plek tog 'n rol. In die Ou Testament is daar duidelike aanwysings

oor die bou van die tabernakel en die tempel. God doen dit waarskynlik omdat hy rekening hou met die mens se behoefte aan konkrete elemente, soos ’n plek, spesifieke simbole en rituele. In die Nuwe Testament is daar steeds ’n verwysing na ’n plek van samekoms, maar dit strek wyer as slegs een enkele gebou; dus, enige plek waar gelowiges saamkom. Byvoorbeeld: “want waar twee of drie in my Naam saam is, daar is Ek by hulle” (Die Bybel, 1983:Matt.18:20). Hierdie plekke was egter meer as net aanbiddingsplekke. Dit was terselfdertyd die plek waar sosiale, ekonomiese en kulturele funksies plaasgevind het (Musa, 2020:53). Daar is dus ’n logiese gevolg dat sosiale media, waar mense reeds sosiale, kultureel en ekonomies bymekaarkom, ook spoedig gesien word as ’n plek waar ‘twee of drie’ geestelik bymekaarkom.

Ongelukkig sien baie mense steeds die kerkgebou as die kerk. ’n Stukkie sakrale ruimte, waar die Here werksaam is. Vanuit ’n gereformeerde beskouing, is dit onhoudbaar, aangesien die reformatore se besluit om die gebruik van kloosters te beëindig, juis geskoei is op die beginsel dat nie net sekere areas ‘heilige grond’ is nie, maar dat godsdiens tuishoort op alle vlakke van die samelewing (Anderson, 2015:99).

4.3.4 **Die NG Kerk se pad met die begrip gemeente**

Dit bring die navorser by die tradisionele verstaan van die begrip *gemeente* binne die Nederduitse Gereformeerde tradisie. Die NG Kerk het deur haar hele bestaan in Suid-Afrika met ’n stelsel van geografiese gemeente grense as ’n objektiewe maatstaf vir lidmaatskap gewerk. Volgens Celliers (2006:45) is dit egter nooit beredeneer nie en is trouens dwarsdeur die kerkgeskiedenis as ’n gegewe aanvaar. Soms word na die Nederlandse Geloofsbelydenis, Art 28 (Christelike Media, 2016:elektroniese bron) verwys as die bron van gemeentes met grense, maar hoewel die artikel verwys na die verpligting van elke Christen om aan ’n gemeente te behoort, is daar geen manier wat Artikel 28 gebruik kan word as motivering vir gemeentegrense nie.

Selfs nadat die Algemene Sinode die geografiese afbakening van gemeentes effens verslap het en begin praat het van ‘stippellyngrense’, hoor mens steeds die woord ‘grens’. Reglement 23 (1.1.3.2.1) bepaal byvoorbeeld steeds die voorgestelde naam en grense van die nuwe gemeente... (Algemene Sinode, 2013:105). Daarom voel Celliers (2006:45) tereg dat “*die gebrek aan ’n behoorlike ekklesiologies-teologiese besinning oor gemeente grense en die implikasies wat dit vir kerkverband het, [kan] die volledige kerk wees van*

gemeentes en die gereformeerde aard van die Ned. Geref. Kerkverband ernstig in gedrang [kan] bring".

In ’n artikel oor dalende gemeentegetalle, verwys Schoeman (2014:5) na statistiese tendense van gemeente-migrasie. In 2010 was ongeveer 180 000 lidmate (16% van die lidmaattal) migreerders, en die vermoede bestaan dat die omvang van hierdie vorm van gemeentelike migrasie veel groter is as wat die amptelike syfers aandui, en dat moontlik meer as ’n derde van alle lidmate buite die geografiese grense van hulle gemeentes woon. Op grond van hierdie ontwikkeling maak Schoeman die opmerking: “Hierdie tendens raak die gesprek oor lidmaatskap en die verbintenis aan ’n gemeente wesenlik, want dit gaan nou oor meer as die geografiese adres van ’n lidmaat”.

Deur die loop van die navorsing word die bestaan van geografiese grense dus bevraagteken, omdat sosiale media die moontlikheid daar stel om sulke grense te oorskry, terwyl daar steeds sprake van ’n gemeente is. Die fokus van die navorsing bly egter die plaaslike gemeente soos breedweg hierbo omskryf, wat gebruik maak van sosiale media, eerder as ’n kerk/gemeente wat totaal net in die virtuele wêreld bestaan en geen verbintenis met ’n tradisionele plaaslike gemeente het nie.

4.3.5 **Geloofsgemeenskap**

4.3.5.1 Vanaf kerk na geloofsgemeenskap

Die uitleg van kerkgeboue toon iets van die filosofie oor wat in die ruimtes moet gebeur. In die middeleeue was die doel van ’n erediens om die kerkganger weg te voer van sy alledaagse wêreld na die hemelse. Tydens die Reformasie word die hemelse prag en praal uit die kerkgebou verwyder, sodat die fokus kan val op die kansel van waar die Woord verkondig word. In meer moderne tye word daar gereeld gebruik gemaak van sekulêre ruimtes (skoolsale) om eredienste te hou en hierdie ruimtes (asook kerke wat spesifiek so ontwerp word) fokus op die funksionele, soos ruimte vir orkes- en klanktoerusting, eerder as die estetiese. Sommige mense sien laasgenoemde as ’n sekularisasie van die erediensruimte (Bryson, Andres & Davies, 2020:360).

In die tyd van die Reformasie was die gemeentes ‘parishes’ in die sin dat gemeentes nie net daar was vir die lidmate nie; dit was daar vir al die mense van die stad. Daarom, in heelwat Europese tale is die woord gemeente en die burgery in die stad eintlik dieselfde

(Burger, 2008:255). Dit gee aan die gemeentes onmiddellik ’n feitlik vanselfsprekende publieke gestalte en rol wat gemeentes in meer onlangse tye nie meer het nie.

In die modernisme en postmodernisme, waar daar groter klem op individualisme gelê word, word die gemeenskaplike element van Christenskap baie keer verwaarloos. Ironies is die twee groepe wat die gemeenskap-element die meeste verwaarloos, aan die een kant, die meer konserwatiewe evangeliese Christene wat vanuit die Bybel baie klem lê op ’n persoonlike bekering en die liberale Christene wat hulle geloofslewe interpreteer vanuit die bestaande kultuur (Giles 1995:19). In die Ou Testament, sowel as die Nuwe Testament, het die gemeenskap egter altyd ’n groot rol in persone se geloofslewe gespeel.

Hoewel die klem lê op die mense wat ’n gemeenskap vorm, speel die ruimte waarin die kerk afspeel tog ook ’n rol. Daar is twee maniere van kyk na “heilige” of sakrale ruimtes. Eerstens, die substantiewe uitgangspunt waar ’n plek as sakraal beskou word, omdat dit spesifiek vir daardie doel opgerig is. Byvoorbeeld, ’n kerkgebou. Dan is daar situasionele heilige plekke. Hierdie plekke word nie as heilige plekke beskou vanweë hulle status nie, maar as gevolg van dit wat op ’n gegewe tydstip daar gebeur. Indien daar iets “heilig” in ’n virtuele gemeenskap gebeur, maak dit sekerlik van daardie gemeenskap, ’n sakrale gemeenskap. Soos fisiese katedrale soms gebou is op stukke grond met ’n godsdienstige agtergrond (daar was voorheen ’n kerkgeboutjie of ’n belangrike godsdienstige byeenkoms op die grond gehou), moet ‘digitale katedrale’ ook voortbou op bestaande godsdienstige praktyke en bedieningsmodelle (Anderson, 2015:6).

Gevolglik bepleit Della Dora (2018:59) ’n skuif vanaf post-sekulêre narratiewe na die ontwikkeling van ‘infra-sekulêre’ geografieë. Hierdeur word die sakrale en sekulêre ruimtes vermeng om die godsdiens by die leefwêreld van mense uit te bring. Digitale uitsendings van eredienste doen presies dieselfde, naamlik om die diens te ‘ont-kerk’, synde dit nou in enige ruimte en tyd bygewoon kan word.

Natuurlik het so ’n siening ’n geweldige impak op ekklesiologie; die huis word vir ’n oomblik verhef tot ’n infra-sekulêre plek, ’n plek van kerk, voor dit weer terugkeer na bloot die sekulêre plek van bewoning. Wanneer twee huise gesamentlik die erediens volg, word daar egter in tyd en ruimte, ’n inter-sakrale ruimte geskep (Bryson *et al.*, 2020:364). Hulle beskryf hierdie transformasie as volg:

> ...*the profane can be sanctified and transformed by divine engagement. The significance of a physical place of worship comes not from its architectural beauty or its long history as a place of prayer, but more fundamentally because it is a space where God is encountered, where God 'erupts' or breaks into human society* (Bryson *et al.*, 2020:265).

Tot 'n groot mate slaan sosiale media 'n brug tussen die kerkgebou en die huis, aangesien dit verskillende huise aan mekaar, asook aan die institusionele kerk verbind wanneer hulle almal "saam" kom in 'n byeenkoms (Pillay, 2020:271). Binne hierdie konteks word daar dan meermale na die kerk verwys as 'n geloofsgemeenskap.

4.3.5.2 Geloofsgemeenskap as gemeenskap

Om die term geloofsgemeenskap reg te verstaan, is dit allereers belangrik om die konsep van gemeenskap te omskryf. Daar is 'n verskil tussen verenigings *(societies*) en gemeenskappe (*communities*). Verenigings bestaan uit 'n groepering van mense wat verwant is rondom 'n gemeenskaplike doel, soos byvoorbeeld kollegas by die werk, lede van 'n sportklub of aktivistegroepe. Gemeenskappe ontstaan eers wanneer die verhoudings tussen lede verdiep en hulle werklik vir mekaar begin omgee (McIntosh, 2015:132).

In Becker en Mark (1999:63) se bespreking van gemeenskappe, voer hulle aan dat 'n gemeenskap aan bepaalde eienskappe moet voldoen om as gemeenskap gedefinieer te word. Die eienskappe is:

1. Die lede moet volhard in hulle identiteit.
2. Daar moet bepaalde sosiale konvensies bestaan.
3. Daar moet 'n gemeenskaplike belangstelling wees.
4. 'n Kollektiewe rasionaliteit.
5. Dieselfde geografiese area.
6. Kontinuïteit binne die groep.

Turkle (2011:239) bevestig enkele van hierdie eienskappe: *Communities are constituted by physical proximity, shared concerns, real consequences, and common responsibilities*. Lesane (2005: 77) bevraagteken egter weer hierdie tradisionele definisies: *The meaning of "society" is fast changing from the notion of a group of people with a common culture,*

history, tradition and civilisation distinguished by physical boundaries, to that of a "virtual" society.

Bishop (1985;12) fokus op helende gemeenskappe en lig twee eienskappe uit wat veroorsaak dat 'n gemeenskap helend kan wees en koinonia kan plaasvind, naamlik dat die lede interafhanklik is en dat daar 'n groot mate van deel met mekaar (*sharing*) bestaan. Volgens hom kan die gemeente 'n uiters suksesvolle helende gemeenskap vorm, omdat die lede bestaan uit gesonde mense wat opsoek is na heling, anders as by ander helende gemeenskappe waar een of ander siekte die gemene deler is. By die gemeente is 'n sentrale geloof dus die gemene deler.

Viola (2008:93) argumenteer dat die eerste Christene om verskeie redes in hulle huise byeengekom het, eerder as om kerkgeboue op te rig Een van die redes is dat die huislike atmosfeer sosialisering bevorder. Pleks van ongemaklike houtbanke wat in rye staan, groot afstande tussen die mense en 'n liturgiese ruimte wat ver is, wat alles afbreek doen aan onderlinge verbondenheid, was die huis 'n ruimte waar mense beter kon sosialiseer. Indien sosialisering gesien word as een van die vereistes vir 'n gemeente, is die vraag dadelik of sosialisering in die virtuele wêreld nie ook bevorderlik kan wees nie.

Uit bogenoemde definisies hoor die navorser iets van 'n gemeenskap wat vir mekaar omgee (waar daar koinonia is) en waar hulle sosialiseer binne 'n bepaalde ruimte. Die vraag of daardie ruimte slegs fisies kan wees en of 'n virtuele ruimte ook kan werk, is nog nie finaal beantwoord nie.

Joubert (2012:elektroniese bron) kom met 'n ander invalshoek wanneer hy sê dat in vandag se digitale post-moderne wêreld, gelowig wees nie meer gereduseer kan word tot blote lidmaatskap by een gemeente nie. Talle gelowiges kry nie alles wat hulle op 'n geestelike vlak soek by een enkele gemeente nie met die gevolg dat hulle by een gemeente oggenddienste bywoon, by 'n ander gemeente aanddienste, waar hulle kinders dalk meer tuis voel en deur die week betrokke is by kleingroepe of uitreikgroepe wat onafhanklik van 'n gemeente funksioneer. Die motief hier agter is dat gelowiges betrokke raak by aktiwiteite waarmee hulle saamstem en resoneer; dis onwaarskynlik dat een enkele organisasie of gemeente al hulle behoeftes aanspreek. Hulle resoneer dalk met die prediking by 'n bepaalde gemeente, maar stel nie belang om verder by daardie gemeente in te skakel en lidmate te word nie.

Hierdie geloofsgemeenskappe, of soos Joubert (2012:elektroniese bron) dit noem, geloofskappe, het meestal ’n sentrale fokus en het naas daardie fokus, geen strukture, ampte, formuliere en selfs geboue nie. Hulle kan dus nie ’n ‘eenstop’ diens lewer nie, maar is baie keer meer gefokus op hulle bestaansdoel en baie doeltreffend om hulle doel te bereik. En natuurlik kan sulke geloofsgemeenskappe ook in die virtuele wêreld ontstaan en heeltemal suksesvol funksioneer.

In navorsing van die e-kerk (Joubert, 2012:elektroniese bron) bevind hulle dat 71% van respondente alternatiewe geloofsgemeenskappe beskou as bydraend tot hulle plaaslike gemeente, terwyl 26% dit as genoegsaam ervaar en geen verdere behoefte aan ’n verbintenis met ’n tradisionele gemeente nie. Hoewel 26% ’n beduidende persentasie is, dui die 71% daarop dat die oorgrote meerderheid mense steeds ’n behoefte het aan ’n plaaslike of fisiese geloofsgemeenskap en word die virtuele geloofsgemeenskappe as ’n hulpmiddel beskou, eerder as ’n gemeente of geloofsgemeenskap in eie reg.

Gedurende Junie 2015 het die navorser ŉ gesprek met ŉ predikant wat in Zambië werksaam is, gehad. Hy verduidelik dat sy gemeente wel geografies afgebaken is, maar dat die mense wat die eredienste bywoon, hoofsaaklik kom as gevolg van taal. Sy erediensbywoners (die woord “lidmaat” word nie gebruik word), kom uit talle kerklike tradisies. Die gemene deler is nie meer die kerklike tradisie nie, maar die taal, Afrikaans. Vir hierdie mense, in ŉ vreemde land met ŉ verskeidenheid van tale, anders as hulle moedertaal, was die teologiese onderbou van die gemeente oënskynlik minder belangrik as die taal wat in die erediens gebruik word. Natuurlik vra so ŉ siening van gemeente ŉ totale nuwe kyk na die kerk se huidige definisie(s) van wat gemeente is.

Geografiese grense is dus irrelevant. Ondanks die feit dat die NG Kerk se Kerkorde aangepas is om ruimte te laat vir ‘stippellyngrense’, ervaar mens dat hulle ruimte laat vir uitsonderings binne die normatiewe van grense, eerder as gemeentes werklik beskou as gemeenskappe sonder grense. Vir die erediensbywoners van hierdie gemeente in Zambië, het die konsep van grense egter heeltemal verval. Geografiese grense, sowel as grense gegrond op kerklike tradisie of ras, het blykbaar geen belang meer vir die erediensbywoners daar gehad nie. Hulle maak ŉ keuse oor inskakeling op grond van taal.

Indien hierdie beginsel geïmplementeer word, is die vraag natuurlik waarom ’n gemeente begrens tot die fisiese wêreld? Waarom nie die virtuele wêreld insluit as bedieningsterrein van die plaaslike gemeente nie. Campbell en DeLashmutt (2014:267) beskryf ’n plaaslike gemeente wat via die internet hulle dienste versprei, as ’n veel-terrein gemeente. Ons hoor hierin reeds iets van ’n gemeente wat nie meer tradisionele grense het nie.

> *A multi-site church typically has a central location, which serves as a hub or production centre for the church activities and service content that are distributed to multiple sites in different locations through video or webcasts. Thus, the church forms a network of congregations which seek to replicate the worship experience of the home church, through video feeds, live worship, and/or interaction from service facilitators*.

4.3.5.3 Bestaande praktyke wat vra om nadenke van gemeente-wees

Wanneer statistieke wys dat daar in 2010 meer lidmate in die NG Kerk was van 60 jaar en ouer as dooplidmate, bevestig dit die veroudering van die lidmaatsamestelling (Schoeman 2014:5). Vir party is hierdie tendens ’n bewys dat die kerk moet terugkeer na ’n bediening uit ’n vroeër era sodat die ouer lidmate mag tuis voel. ’n Bediening wat van sosiale media gebruik maak sou volgens hierdie persone geen sin maak nie, aangesien die ouer lidmate nie hierop ingestel is nie. Buiten vir die feit dat ouer persone toenemend ook gebruik maak van sosiale media, is hier dalk juis ’n manier om die werklik ouer lidmate, wat nie meer mobiel is nie, te bereik.

As bewys hiervan, ’n verhaal uit ’n Bloemfonteingemeente: Hulle maak weekliks ’n DVD-opname van hulle eredienste wat netjies verwerk word en beskikbaar gestel word. ’n Lidmaat van hierdie gemeente het familie in ’n ouetehuis op ’n klein dorpie in die Karoo wat voorheen ’n videokoppeling met die plaaslike gemeente gehad het sodat die inwoners Sondagoggend die erediens kon volg. Die sisteem het egter onklaar geraak en daar was nie geld om dit te herstel nie. Die lidmaat het toe weekliks sy gemeente se erediensopnames aangekoop en dan gereeld die DVD’s per pos na sy familie gestuur. Sondae, tydens die plaaslike gemeente se eredienstydgleuf, het die personeel dan die DVD’s gespeel sodat die inwoners die diens kon volg – maar weliswaar nou ’n diens van ’n gemeente honderde kilometers ver. Dit sal interessant wees om te weet met wie die inwoners mettertyd geassosieer het. Die gemeente waar hulle lidmaat is, maar nooit die eredienste volg nie, of die gemeente wie se eredienste hulle weekliks volg?

Die navorser is oortuig dat veral die lidmate wie se mobiliteit baie beperk is en dus feitlik geen meer kontak met mense buite die ouetehuis het nie, al hoe meer sou begin assosieer met die predikante (en daarmee saam die gemeente) wat hulle Sondae op die skerm sien. Aangesien ’n prediker baie keer prakties aansluit by die leefwêreld van sy gemeente, sou die inwoners van die ouetehuis moontlik al hoe meer aanklank by die ‘Bloemfonteingemeente’ gevind het, omdat die eredienste die Bloemfontein leefwêreld in hulle kamers ingebring het. Dit sou ’n veld vir interessante verdere navorsing wees.

Toenemend ervaar die navorser dat mense wat kerklos is, nie noodwendig godloos is nie. Volgens navorsing (Barna, 2011:2) is daar ’n toename in die aantal mense wat hulself assosieer met ’n bepaalde godsdiens, maar nie belangstel om by ’n kerkgenootskap van daardie godsdiens aan te sluit of kerklike toerusting (kategese) te ontvang nie. Barna verwys na die Amerikaanse konteks waar die sogenaamde “gratis geskenk van redding” wat oor die jare deur die Christelike kerke aangebied is, deur baie mense aanvaar word, sonder dat hulle die implikasies of verantwoordelikhede van ’n Christelike lewensstyl verstaan of aanvaar. Die gevolg is dat baie mense statisties bekend staan as Christene, sonder dat hulle ooit ’n bewustelike besluit geneem het om onder beheer van die Heilige Gees te lewe. In Barna (2011:3) se woorde*: More often than not, we treat God as our religion consultant and turn to the Bible as an emergency reference book*.

Religieuse praktyke, soos kerkbywoning, gee van dankoffers en daaglikse gebede, word aangevoer as bewyse dat mense Christene is, eerder as ’n getransformeerde lewe onder beheer van die Here. Om werklik te transformeer, moet jy volgens Barna (2011:9) oor ’n paar stukkies gereedskap beskik, soos inligting, verhoudings, self-ondersoekende toetse en aanmoediging. Hiervoor het jy ’n ondersteunende gemeenskap nodig. Tradisioneel is dit die gemeente of geloofsgemeenskap. Die vraag in hierdie navorsing is of ’n virtuele gemeenskap hieraan kan voldoen?

Wanneer dit kom by die geestelike behoeftes van Christene, toon navorsing dat die rol van die plaaslike gemeente nie misgekyk moet word nie. Die anderkant van die muntstuk is egter dat ander groepe en privaat aktiwiteite ook ’n rol speel (Schoeman 2014:14). Hoewel eredienste en nagmaal belangrik is, is dit nie al wat lidmate soek nie. Of soos Osmer (2008:42) dit stel: *...individuals now affiliate with religious communities not out of denominational loyalty, but because they believe a congregation has something to contribute to their personal spiritual quest*.

Heitink (2007:175-181) in sy omskrywing van lidmaatskap, stel dit dat lidmaatskap in terme van konsentriese sirkels verstaan kan word. Persone kan, in hulle verhouding met die lewende Here, nader beweeg of verder wegbeweeg. Iemand kom nader en word deel van die binnekring, of loop later weer weg. Davie (2006:274) gebruik die begrip "*Believing without belonging*" om die beginsel dat geloof en 'n verbintenis aan 'n geloofsgemeenskap nie altyd hand aan hand loop nie.

Bonhoeffer (1954:23) het reeds lank terug aangevoer dat 'n Christengemeenskap slegs gegrond kan wees in hulle gemeenskaplike geloof in Christus: "*Christianity, means community through Jesus Christ. No Christian community is more or less than this.*" Hy gaan voort: "*The church is not a psychic reality but a divine reality whose essence is profoundly spiritual"* (Bonhoeffer, 1954:26). Vanuit so 'n Christologiese verstaan van die kerk, kan dit nie as 'n menslike instelling of 'n gemeenskap van eendersdenkende mense beskou word nie (Chia, 2020:22). As sulks kan die kerk ook nie beperk word tot 'n menslike instelling wat slegs in 'n fisiese ruimte kan funksioneer nie.

Da Silva (2020:12) plaas die moontlikheid van 'n geloofsgemeenskap verwyderd van 'n fisiese ruimte op die tafel, deur te verwys na Johannes 4:21-23: "Glo My, Mevrou, daar kom 'n tyd wanneer julle die Vader nie op hierdie berg en ook nie in Jerusalem sal aanbid nie... Maar daar kom 'n tyd, en dit is nou, wanneer die ware aanbidders die Vader deur die Gees en in waarheid sal aanbid" (Die Bybel, 1983:Johannes 4:21-23). Die vraag is of hierdie teksgedeelte nie juis ruimte skep dat daar naas die fisiese kerkgebou, ook ruimte is om buite die kerk (dan ook digitaal), die Here te aanbid nie. McIntosh (2015:145) voer die debat verder deur te vra: Waar vind 'n persoon die meeste gemeenskap? In 'n fisiese erediens waar hy weinig mense ken, of op die internet waar hy gereelde en lang gesprekke met al die persone op die spesifieke groep het?

Tog is daar ook 'n anderkant van die saak. Wanneer Allen-McLaurin (2015:49) nadink oor die gebruik van tegnologie in die erediens, vra sy die vraag of 'n lewendige uitsending van 'n erediens vir die kyker 'n werklike ervaring van 'n ontmoeting met God kan verseker. Sekerlik kan die nuttigheid hiervan vir iemand wat nie fisies 'n diens kan bywoon nie, nie ontken word nie. Tog is daar deur die werking van die Heilige Gees 'n bepaalde dinamika in 'n erediens teenwoordig wat veroorsaak word deur die teenwoordigheid van

medegelowiges, en nie teenwoordig is daar waar die individu voor ’n skerm sit en die diens volg nie.

’n Bykomende faktor is dat gemeentes wat opnames van eredienste publiseer, baie keer ’n seleksie maak van wat hulle as belangrik beskou. Vir baie is dit die preek, of selfs net uittreksels uit die preek, sonder die res van die liturgie. Die geheel-ervaring van ’n erediens kan sekerlik net verkry word as al die elemente teenwoordig is (Allen-McLaurin, 2015:50). Wanneer slegs die preek gekyk word, versterk dit die gedagte dat die persoon ’n blote toeskouer is, pleks van ’n deelnemer. Die vraag is of ’n erediens in die virtuele ruimte, selfs al word al die liturgiese elemente in die uitsending ingesluit, ’n geheel-ervaring sal gee, en of sekere mense steeds ’n verlies aan fisiese kontak sal ervaar en sodoende nie ’n geheel-ervaring sal beleef nie.

Tydens die COVID-19 pandemie is daar gereeld verwys na die “krisis” waarin die kerk verkeer, aangesien die kerk se deure gesluit is. Dreyer (2015b) het egter alreeds ’n paar jaar terug gesê: “*The actual crisis of the church is not only to be found in external circumstances and influences but is primarily a question of the church not being able to be church”*. Die werklike vraag is dus of die kerk werklik afhanklik is van sy geboue en fisiese byeenkomste. Cloete (2020:31) maak die belangrike opmerking dat ’n kerk/gemeentes sekerlik nie ophou om kerk te wees, indien daar nie meer fisiese byeenkomste moontlik is nie. Die uitdaging is dus om op ander maniere ware kerk te wees.

4.3.6 **Belangrike perspektiewe oor ‘die gemeente’**

Hoewel daar ook teenstand is oor religieuse praktyke in die kuberruim, lyk dit tog of digitalisering ’n groot bydra kan lewer tot kerk wees. Ekklesiologiese modelle moet derhalwe voortdurend aanpas by omstandighede, soos duidelik uitgelig deur die inperking rondom die COVID-19 pandemie. Daar is egter steeds ’n belangrike vraag wat die navorsing nog nie aangespreek het nie, maar in die slothoofstuk sal aanraak, naamlik: Is dit eerder wenslik dat ’n virtuele geloofsgemeenskap binne ’n bestaande geografies gedefinieerde gemeente funksioneer, of kan dit heeltemal onafhanklik as ’n selfstandige ‘gemeente’ funksioneer.

4.4 Die rol van sterk en swak verbintenisse, binne die konteks van koinonia en gemeente

4.4.1 Inleiding

Die vraag wat telkens na vore kom wanneer daar nagedink word oor die vermoë van sosiale media om koinonia te bevorder, is oor die sterkte of kwaliteit van die verbintenisse tussen mense met ’n aanlynverbintenis. In Hoofstuk 3 oor die gevare verbonde aan sosiale media, is die opmerking ook reeds gemaak dat baie van die verhoudings op sosiale media, baie oppervlakkig is. “Vriende” op Facebook kan nie noodwendig as ware vriende beskou word nie. By meer as een geleentheid het die navorser ook die opmerking gemaak dat daar beslis sosialisering plaasvind binne die sosiale media verbintenisse, maar maan dat daar krities nagedink moet word of hierdie verbintenisse noemenswaardig is. Opmerkings soos: “*We increasingly spend time physically present only to machines,”* en *“a laptop is a poor substitute for face-to-face flesh and blood*” (White, 2010:328), versterk die argument dat werklike koinonia net in ’n fisiese ruimte kan geskied.

4.4.2 ’n Teorie oor sterk en swak verbintenisse

Binne hierdie dampkring van gesprekke is dit belangrik om kennis te neem van ’n teorie wat al ’n paar dekades oud is, reeds voor die aanvang van die internet en sosiale media. Gee, Jones, Fariss, Burke en Fowler (2017:363) voer aan dat elke persoon se sosiale netwerk bestaan uit bande of verbintenisse van wisselende sterkte. Met ’n vriend is daar byvoorbeeld ’n sterk band, terwyl die band met ’n kennis ’n swak verbintenis is.

Brown (2011:elektroniese bron) beskryf sterk en swak bande as volg:

> *A strong tie is someone who you know well. You've probably got their number on your phone. You interact with them on social networking sites. There is good 2-way conversation, and even if you don't know everything about them, you know them pretty well and information flows freely.*
> *A weak tie is a more tenuous relationship. Once a year, you may send them a Christmas message promising to be in touch more often. You have different interests and don't interact much. You might have kept their business card in case it comes in handy one day.*

Hierdie hele gedagte van sterk en swak bande het sy oorsprong by die ikoniese artikel van Mark Granovetter, genaamd *The strength of weak ties* (1973). Granovetter (1983:202) brei in latere skrywes uit op sy oorspronklike teorie deur aan te dui dat die

krag van swak bande daarin lê dat dit baie keer die skakels is tussen groepe waarbinne daar sterk bande bestaan. Die lede van die een groep sou nooit kontak met 'n lid (of lede) van die ander groep gehad het as dit nie was vir 'n swak band tussen die twee groepe nie.

Let wel, die belangrikheid van sterk bande moet nie ontken word nie – "*strong ties have greater motivation to be of assistance and are typically more easily available*" (Granovetter, 1983:209). Volgens hom is swak bande egter ook noodsaaklik, omdat dit nodig is vir 'n persoon se integrasie in die moderne samelewing: *"exposure to a wide variety of different viewpoints and activities is the essential prerequisite for the social construction of individualism*" (Granovetter, 1983:203).

Die navorsing van Gee et al (2017:371) bevestig die "paradoksale" opmerking dat swak bande soms beter vaar as sterk bande, veral wanneer dit kom by werkaansoeke. Hulle gevolgtrekking is dat dit egter meer te make het met die kwantiteit van mense wat jou kan bystaan, eerder as die kwaliteit van die hulp wat verleen word. Dit is egter juis hierdie "kwantiteit" wat soms benodig word vir sosiale integrasie. Die navorser fokus egter op die kwaliteit van sosialisering. Hulle navorsing ondersteun dus wel die teorie, maar op 'n ander vlak.

Granovetter (1983:210) het reeds in die vroeë tagtigs die opmerking gemaak: "*The number of weak ties is increased by the development of the communications system*". Hierdie opmerking oor kommunikasiesisteme is dus gemaak voor die ontstaan van sosiale media. Met die fenomenale groei van sosiale media wat ongetwyfeld 'n kommunikasiesisteem is, word sy teorie oor swak verbintenisse nog meer relevant binne die nadenke oor sosiale media se vermoë om verbintenisse tussen mense te bewerk.

Fine en Kleinman bespreek die invloed wat swak bande kan hê op 'n sub-kultuur (in hulle geval die jeug-kultuur) en maak die volgende opmerking:

> …*the speed at which children's lore is spread across great distances . . . suggests the role of weak ties. In addition to the school peer group, children who have been geographically mobile may maintain friendships over many miles. The childhood pastime of having pen pals is an example of this phenomenon. Likewise, the distant cousins who populate American extended families provide children with others with whom to compare their life situations*

and cultures. Since children's culture has both regional and local variations, these kin ties can provide a mechanism by which cultural traditions breach geographical chasms…The spread of culture from an individual in one local social network to an acquaintance in another local social network seems to be a critical element for the communication of cultural elements within a subculture (Fine & Kleinman, 1979:10).

Met die toename in spoed waarmee 'penmaats' deesdae via sosiale media kan kommunikeer, is die logiese verwagting dat die invloed van hierdie swak bande astronomies toeneem.

Daar is steeds baie skeptisisme by talle navorsers oor swak verbintenisse, aangesien hulle steeds onderskeid maak tussen 'oorbrugging sosiale kapitaal' en 'bindende sosiale kapitaal. Eersgenoemde dui op oppervlakkige bande tussen mense waar daar nie werklik sprake is van emosionele ondersteuning nie, en laasgenoemde dui op verhoudings waar daar sterk emosionele bande is, soos gesien by familie en hegte vriendskappe (Antheunis, Valkenburg & Peter, 2012:1).

Terwyl hierdie debat oor sosiale media se vermoë om sterk te bou voortgaan, verdien hierdie teorieë oor sterk en swak bande tog steeds verdere ondersoek. Selfs al is die meeste verbintenisse op sosiale media, swak verbintenisse, is die argument dat swak verbintenisse baie keer dien as toegangspoorte tot 'n groep waar die verbintenis baie hegter kan word. Ware koinonia kan beswaarlik iets anders as 'n hegte verbintenis wees, maar swak verbintenisse bring soms nuwe mense in die geloofsgemeenskap in en is dus 'n belangrike komponent van die opbou van 'n geloofsgemeenskap.

Blau (1974:623) bevind in sy navorsing dat swak bande juis die basis vorm vir die bou van makro-vlak integrasie in die samelewing:

Intimate relations tend to be confined to small and closed social circles . . . they fragment society into small groups. The integration of these groups in the society depends on people's weak ties, not their strong ones, because weak social ties extend beyond intimate circles and establish the intergroup connections on which macrosocial integration rests.

Granovetter (1983:229) erken dat sy teorie oor swak verbintenisse wat lei tot integrasie, afhanklik is van die bou van brûe tussen die partye. Sommige swak verbintenisse lei tot

brûe, en ander nie. Die teorie is dus afhanklik van ander veranderlikes, en kan nie eenvoudig op alle swak verbintenisse van toepassing gemaak word nie.

Brown (2011:elektroniese bron) brei uit oor die belang van beide tipe verbintenisse:

> *Strong and weak ties are both relevant and important in your social networking interactions. They perform different functions in relationships, but they can extend your network far beyond your normal reach*". "*Think how you use LinkedIn for example. Are all of your relationships "strong ties?" Do you count all of your connections as good friends? Or are they colleagues who you occasionally interact with*.

Hoewel koinonia beswaarlik kan realiseer in die afwesigheid van sterk verbintenisse, kan sterk verbintenisse juis mense uitskakel. Die gedeelde belange binne die groep en die verbintenis tussen die groeplede kan so sterk wees, dat dit die groep ontoeganklik maak vir persone van buite, asook vir ander belange. Een lid van 'n groep wat egter ook ander belange het en verbintenisse het met ander mense wat daardie belange deel (al is dit 'n swak verbintenis) kan egter die deur wees tot skakeling met ander. Indien skakeling eers plaasgevind het, is die moontlikheid vir inskakeling van enkelinge (die bou van sterk bande) dadelik meer (Brown, 2011:elektroniese bron).

Granovetter (1983:202) verduidelik hierdie gedagte as volg: *"It follows, then, that individuals with few weak ties will be deprived of information from distant parts of the social system and will be confined to the provincial news and views of their close friends…without weak ties, any momentum generated in this way does not spread beyond the clique."*

Anderson (2015:50-53) verduidelik hierdie beginsel baie goed, en wel aan die hand van die proses waardeur baie mense inskakel by 'n gemeente. Hy wys daarop dat mense meestal geleidelik betrokke raak by 'n gemeente, en gewoonlik eers na verloop van tyd raakgesien word. Mense begin as besoekers nou en raak later gereelde besoekers (word dan eers raakgesien as potensiële lidmate), waarna hulle amptelik lidmate word en uiteindelik aktiewe lidmate word. Sy teorie is dat netwerke meebring dat mense vinniger raakgesien sal word en daar sodoende na hulle uitgereik kan word.

Deur netwerke kan lidmate poorte word waardeur hulle vriende ook insae en toegang het tot bepaalde groepe, soos byvoorbeeld ’n plaaslike gemeente waarby hulle deur die normale prosesse waarskynlik nooit sou uitkom nie. Anderson (2015:57) beskryf dit as volg: “*Like the networks through which people increasingly live their lives, the Digital Cathedral is distributed and situational, local and digital, non-geographic; it is networked, relational, and expansive, whether it be Canterbury, the West End of St. Paul, the streets of Boston, train stations, pubs, coffeehouses, neighborhoods, farming fields or the internet”*.

Ondanks die kritiek dat aanlynverbintenisse dalk te homogeen mag wees, is groepe in gemeentes juis baie keer uiters homogeen, terwyl netwerke meestal uit ’n groot verskeidenheid van mense bestaan (bv. kerklik baie betrokkenes, mense wat skepties staan teenoor die kerk, akademies hoogs opgeleides, mense met min akademiese kwalifikasies, plaaslik en selfs van regoor die wêreld). Anderson (2015:111) verduidelik iets van hierdie diversiteit deur te verwys na die St. Markus Katedraal se “*Compline*” diens, ’n diens waarby die dag afgesluit word. Daar word musiek gespeel, die priester sal iewers ’n paar woorde sê. Die besoekers se gedrag verskil dramaties. Enkeles tree op soos by ’n erediens. Party sit en geniet net die argitektuur en skakel af na ’n besige dag. Ander sit weer en kuier met mekaar. Nog ander is op hulle selfone besig. In Andersen se woorde (vertaal): “Hulle gedrag verskil geensins van die gedrag wat mens sou verwag by ’n kuierplek of koffiewinkel nie “... *and folks are just sitting there. They may be on their cell phone, they may be on their computer, they may be talking to a friend, but there’s this kind of communal sense of presence in the place*”.

Baie mense sou krities wees teenoor so ’n byeenkoms, omdat daar van die bywoners geen deelname of verbintenis verwag word nie. Dit is egter ’n ‘*entry point*’ – ’n toegangspoort tot die gemeente/geloofsgemeenskap. Dis die tipiese swak verbintenis wat kan lei tot ’n sterk verbintenis, ’n kontaksessie wat kan lei tot koinonia.

4.4.3 **Belangrike perspektiewe op sterk en swak verbintenisse**

Sosiale media is ’n verbintenis. Of dit ’n sterk of swak verbintenis is, is debatteerbaar. Bogenoemde teorie maak egter ’n deur oop om selfs swak verbintenisse in ’n positiewe lig te beskou, aangesien hulle baie keer ’n poort tot sterker verbintenisse is en nie onderskat moet word nie. Die verset teen sosiale media se vermoë om koinonia te bevorder, is baie keer gebou op voorveronderstellings. In hierdie geval, dat verhoudings

slegs gebou kan word op sterk verhoudings. Granovetter se teorie maak ’n deur oop om te wys dat ook swak verbintenisse ’n rol speel binne die proses van verhoudingsbou. Die vermoë van sosiale media om mense te verbind (hetsy deur sterk of swak verbintenisse) kan dus nie ontken word nie. Gevolglik kan sosiale media se vermoë om koinonia te bevorder, ook nie sondermeer verwerp word nie.

4.5 Samevatting

Koinonia vind plaas waar mense saamkom rondom ’n gemeenskaplike belang, naamlik hulle geloof in Jesus Christus. Tradisioneel is fisiese kontak beskou as ’n noodsaaklike bousteen vir koinonia, maar in meer onlangse tye is daar talle verhale wat staaf dat daar ook aanlyn-koinonia ervaar kan word. Daar is egter steeds ’n vraag oor hoe sterk die aanlynbande is en of dit ooit werklik dieselfde diepte kan bereik as koinonia waar die mense fisiese kontak met mekaar het.

Gemeentes, as die tradisionele plek waar koinonia beleef word, kom dus ook onder die vergrootglas. Die COVID-19 pandemie met gepaardgaande inperkings het egter die kerk geleer dat ekklesiologiese modelle moet kan aanpas by veranderende omstandighede. Die vraag is dus dadelik of kerke ook in die kuberruim kan funksioneer.

Binne die hele debat oor koinonia en gemeentes, het dit duidelik geword dat daar wel bande tussen mense gesmee kan word in die kuberruim, maar die moontlikheid bestaan dat die band nie so sterk sal wees soos in fisiese gemeentes nie. Granovetter se teorie oor sterk en swak verbintenisse verdien egter aandag, aangesien dit ruimte laat vir swak verbintenisse wat kan lei tot sterk verbintenisse.

Daar is min twyfel oor hoe belangrik die rol van koinonia in ’n gemeente is. ’n Gemeente sonder koinonia, is nie werklik ’n gemeente nie. Daar is ook genoegsame bewyse dat koinonia ook digitaal kan plaasvind, maar of dit wenslik is om gemeentes te hê wat slegs digitaal funksioneer en of daar eerder steeds fisiese gemeentes moet wees, met ’n digitale bediening, is nog nie finaal beantwoord nie. In die volgende hoofstuk sal al die lyne deurgetrek word om die koinonia-bediening van gemeentes te beoordeel.

HOOFSTUK 5.

KRITIESE NADENKE OOR HUIDIGE PRAKTYKE EN MOONTLIKE PRAGMATIESE OPLOSSINGS

5.1 Inleiding

Tydens Osmer se pragmatiese taak is die inligting wat bekom is tydens die empiries beskrywende taak, geïnterpreteer teen bestaande navorsing tydens die interpretatiewe taak en gemeet aan normatiewe standaarde tydens die normatiewe taak en derhalwe toegepas in die praktyk. Hier poog die navorser dan ook om aanbevelings te maak oor die herstel van die problematiese praxis, indien daar wel probleme geïdentifiseer is. Osmer (2011:2) omskryf hierdie taak as die formulering van 'n aksieplan en die implementering van spesifieke stappe wat poog om die situasie of konteks in gewenste rigtings te neem.

Voordat daar egter aanbevelings gemaak word, wil die navorser aansluit by die voorlaaste punt van die raamwerk vir die navorsing[21], naamlik die navorsingsbevindings. Die twee bane van die navorsing, die empiriese baan en die teoretiese baan (literatuurstudie), word hier saam geïnterpreteer. Na aanleiding van die bevindinge sal Sekondêre vraag 4 hopelik beantwoord word: Hou die bediening van die gemeente tred met die uitdagings van die digitale era? Die hoofstuk sal afsluit met moontlike wenke in die praktyk van gemeentes se sosiale media bediening. Die bevindinge word uiteengesit aan die hand van die onderskeie navorsingsvrae.

5.2 Bevindinge van die navorsing

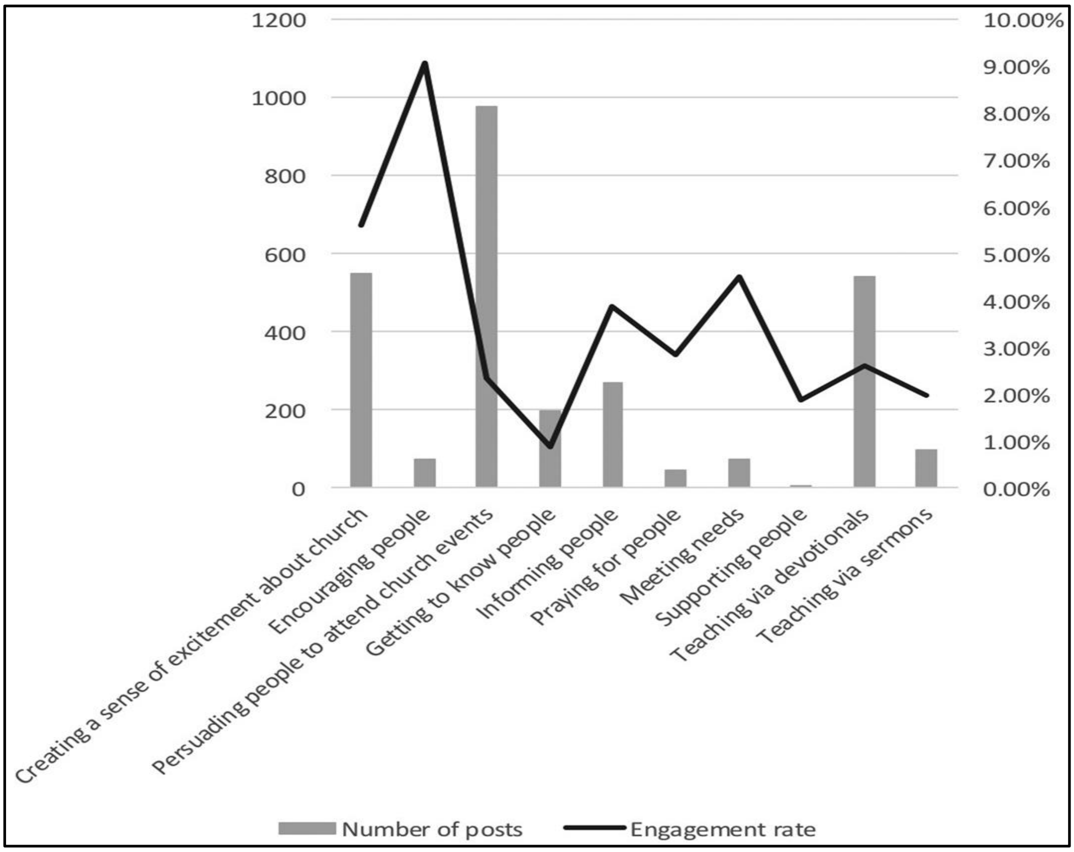
5.2.1 Ervaar die gebruikers van sosiale media dat dit koinonia bevorder tussen individue en groepe in die gemeente?

Die Facebook-data het getoon dat mense eerder behoefte het aan geestelike versorging en koinonia op sosiale media platforms, as bloot 'n bron van inligting. Die data het egter ook aangetoon dat die meeste gemeentes nie hulle Facebook-blaaie gebruik om koinonia te bevorder nie, maar eerder net aanwend om inligting oor te dra. Die gevolg is dat die meeste lidmate, soos ook blyk uit die persoonlike onderhoude, nie noodwendig koinonia

[21] Sien Afdeling 1.6.2.

op die gemeente se blad ervaar nie. Dit beteken egter nie dat dit nie moontlik is nie, eerder dat die blad net nie reg daarvoor ingerig is nie.

Lim (2017:30-32) se navorsing dui aan dat die meeste kerke in Suid-Australië presies dieselfde oordeelsfout maak, deurdat die meeste van die plasings eintlik advertensies / uitnodigings is; dus, die inskrywings se doel is om inligting oor te dra. Die tipe inskrywings wat egter die meeste reaksie ontlok is '*Encouraging people*' en '*Meeting needs'*, wat meer op die vlak van koinonia lê (sien onderstaande figuur).



Figuur 5-1: Lidmate se reaksie op Facebook-inskrywings
(Lim, 2017:32)

Sy sluit aan by Drescher en Anderson (2012:179) se bevindinge dat hierdie tipe plasings nie effektief is nie, aangesien dit fokus op die gemeente en nie op die lidmate nie (Lim, 2017:33). In die persoonlike onderhoude het dit egter baie duidelik na vore gekom dat die persone wat nie fisies by 'n plaaslike gemeente kan inskakel nie weens verblyf elders in die wêreld of gesondheid, werklik 'n behoefte het aan koinonia en van die sosiale media gebruik maak om in hierdie behoefte te voorsien. Persone wat steeds fisies aktief by 'n gemeente inskakel, het minder behoefte aan koinonia op sosiale media, aangesien hulle behoefte in die fisiese ruimte aangespreek word.

Die terugvoer vanuit die fokusgroep maak dit nog verder duidelik dat sosiale media die koinonia-ervaring geweldig kan verryk, aangesien die lede van die groep nou op ’n deurlopende basis by mekaar betrokke kon wees. Die Whatsapp-groep het weliswaar nie koinonia geskep waar daar nie vroeër koinonia was nie, maar het beslis gehelp dat mense wat alreeds in ’n omgee-verhouding betrokke was, baie meer koinonia ervaar het, vanweë die feit dat hulle kontak nou nie meer beperk was tot een keer per week nie.

Uit die literatuurstudie is dit ook duidelik dat daar kerke is wat reeds sukses behaal om koinonia te bevorder deur middel van sosiale media. Sosiale media het dus wel die vermoë om by te dra tot die ervaring van koinonia, maar dan moet hierdie blaaie of groepe inhoudelik korrek wees en die gebruikers moet ingelig word en gemotiveer word om by mekaar betrokke te wees op hierdie media. Die trae reaksie op pastorale berigte by die Facebook-data, kan waarskynlik toegeskryf word aan lidmate wat nog nie besef en ervaar dat hulle werklik by mekaar betrokke kan raak op hierdie platform nie.

5.2.2 **Wat is die invloed van sosiale media op die sosialisering van individue en groepe in die gemeente?**

Die eerste gevaar wat in Hoofstuk 3 gelys is onder die negatiewe invloed wat sosiale media kan hê, is sosiale isolasie. Dit is ’n reële gevaar, veral wanneer persone waargeneem word wat midde in ’n sosiale omgewing, op hulle fone besig is en tydelik totaal kontak verbreek met die mense rondom hulle. Dit is egter die navorser se opinie dat baie van die kritiek wat daar teen sosiale media geuiter word, afkomstig is vanuit die denkraamwerk dat sosialisering slegs in fisiese omstandighede kan plaasvind. Die uitgangspunt is dus dat daardie persoon op die foon, nie besig is om met iemand anders te sosialiseer in die digitale ruimte nie, aangesien dit nie kan gebeur nie. Die oomblik as daar erkenning gegee word aan die feit dat sosialisering ook plaasvind in die digitale ruimte en dat mense dit as werklik noemenswaardig ervaar, val ’n groot klomp van die sogenaamde gevare weg.

Die feit dat digitale kommunikasie vir baie mense die gekose vorm van kommunikasie geword het, bevestig die posisie wat dit in baie gebruikers se lewe ingeneem het. Dit is lank nie meer die laaste uitweg wanneer ander vorme van kommunikasie nie beskikbaar is nie; maar ’n primêre vorm van kommunikasie en sosialisering, gelykstaande aan fisiese kommunikasie en sosialisering.

Uit beide die empiriese navorsing en die literatuurstudie is daar talle aanduidings dat mense werklik ’n behoefte het aan sosialisering en dat sosiale media vir baie in hierdie behoefte voldoen. Vir sommige mense skep sosiale media juis ’n ruimte tot sosiale integrasie. Selfs die fokusgroep gebruik op ’n gereelde basis die Whatsapp-groep om grappies en staaltjies vir mekaar aan te stuur en selfs ander uit te nooi na sosiale funksies.

Sosiale media kan dus ’n nuwe ruimte skep waarop mense kan sosialiseer en koinonia kan beleef. Vir party is dit weliswaar nie hulle voorkeurruimte nie, maar ’n hulpmiddel wanneer hulle as gevolg van omstandighede nie fisies kan sosialiseer nie. Vir ander is dit egter hulle voorkeur ruimte, aangesien hulle heeltemal gemaklik is met sosialisering in ’n digitale ruimte. Soos enige vorm van kommunikasie, is daar geleenthede en uitdagings aan verbonde. Die uitdagings moet egter individueel aangespreek word, eerder as om sosiale media te probeer vermy, aangesien ’n beduidende deel van die wêreldbevolking reeds baie aktief op sosiale media is en daar sosialiseer.

5.2.3 **Watter rol behoort koinonia in die bediening van ’n gemeente te speel?**

Vanuit die Bybelse geskrifte is dit duidelik dat die onderlinge gebondenheid en gevoel van ‘behoort aan’ reeds vanuit die Ou Testament bestaan en van die begin af deel was van die nuutgevormde Christelike gemeenskap in die Nuwe Testament. Navorsing (Stark, 1997:73-94) toon voorts dat koinonia waarskynlik een van die belangrikste faktore kan wees wat groei in ’n gemeente bepaal. Die noue band tussen koinonia en ekklesia dien as ’n waarskuwing dat ’n gemeente nie werklik gemeente is, as daar nie werklike koinonia tussen die lede bestaan nie.

Vanuit die fokusgroep is dit duidelik dat mense weens eie besige programme en fisiese afstande, nie so gereeld by mekaar betrokke kan wees nie. Vir baie is die koinonia-geleenthede by die kerk ook beperk tot hoogstens een keer per week. Uit die navorsing blyk dit egter dat sosiale media hierdie tekortkoming kan aanspreek. Selfs net die gelukwensing op ’n verjaarsdag, eerder as dae later wanneer die lidmate weer kontak tydens ’n fisiese byeenkoms het, dra by tot die skep van ’n hegte band tussen mense, wat andersins waarskynlik nie sou geskied nie.

Die twee lidmate in die buiteland en die lidmaat wat redelik huisgebonde is, het in die persoonlike onderhoude opnuut aangedui hoe hulle ’n groot behoefte het aan koinonia, veral in die afwesigheid van fisiese kontak met hulle mede-lidmate. Gemeentes sal dus

ernstig moet kennis neem van baie lidmate wat weens werk vir lang periodes nie meer fisies binne die geografiese gebied van die gemeente woon nie, lidmate wat weens fisieke redes nie meer byeenkomste kan bywoon nie, of selfs net weens ’n druk werksprogram of kinders se programme, nie meer gereeld fisies kan inskakel nie. Hulle afwesigheid beteken egter nie dat hulle nie ’n behoefte aan koinonia ervaar nie.

Ondanks die vrees dat aanlyn-koinonia groepe kan lei tot groepe wat te homogeen is, dui navorsing aan dat hierdie groepe juis meestal geneig is om meer heterogeen te wees as fisiese, geografiese groepe en derhalwe kan hierdie aanlyngroepe die plaaslike gemeente help om ’n wyer en meer heterogene groep mense te bereik.

5.2.4 Hou die koinonia-bediening van die gemeente tred met die uitdagings van die digitale era?

5.2.4.1 Geografiese grense

Die eerste uitdaging vir ’n koinonia-bediening van die gemeente en veral ’n digitale bediening, lê in die bestaan van tradisionele geografiese grense van gemeentes. Dit skep die persepsie dat gemeentes net fisies bepaal word en dat mense wat buite die geografiese grens val, nie welkom is nie. So ’n persepsie laat dan nie veel ruimte vir ’n openheid teenoor ’n digitale bediening aan mense wat buite die tradisionele gemeentegrense val nie.

Die groot vrees teenoor digitale bedienings wat oor grense heen strek, is waarskynlik dat die plaaslike gemeente lidmate kan verloor wat inskakel by ’n digitale bediening van ’n ander gemeente. Hoewel ‘*Church of Fools*’ ontstaan het as ’n onafhanklike gemeente in die digitale ruimte, dien die feit dat die meeste van die lidmate wat daar ingeskakel het steeds lid van hulle plaaslike gemeente gebly het, as bewys dat mense steeds ook ’n behoefte het aan fisiese kontakgeleenthede en dat digitale bediening nie noodwendig vir plaaslike gemeentes ’n bedreiging is nie. Ook die getuienis van '*Life.Church'* dui aan dat ondanks ’n sterk digitale koinonia-bediening, die lidmate ook steeds ’n behoefte het aan ’n fisiese beoefening van koinonia. Roeland (2012:68-69) maak onderskeid tussen ’n kerk wat slegs in die kuberruim bestaan en ’n kerk wat fisies bestaan, maar met ’n digitale bediening. In hierdie navorsing is die fokus op ’n fisiese gemeente met ’n tradisionele fisiese adres, maar wat grense oorsteek in ’n digitale bediening.

Uit die empiriese navorsing is dit egter duidelik dat gemeentes nie altyd hierdie moontlikhede reg ontgin nie. Die meeste gemeentes het ’n sosiale media voetspoor, maar hulle wend dit aan vir eenrigtingkommunikasie. Derhalwe ervaar gebruikers nie altyd koinonia op hierdie platforms nie.

5.2.4.2 Taal

Die feit dat sosiale media juis nie gebonde is aan ’n geografiese gebied nie, het aanvanklik by die navorser die verwagting geskep dat ’n gemeente se sosiale media eerder in ’n taal moet wees wat deur meer mense verstaan kan word, as wat normaalweg in die gemeente gebruik word. In sy plaaslike gemeente, Langenhovenpark, is Afrikaans die voertaal van die gemeente, maar hy wonder of Engels nie dalk soveel meer mense kon bereik nie.

Uit die onderhoude met lidmate het die meeste respondente egter aangedui dat hulle graag hulle godsdiens in hulle moedertaal wil beoefen, veral wanneer hulle hulself bevind op ’n plek waar daar nie ’n gemeente is wat in hulle moedertaal aanbid nie. Dit was baie duidelik dat moedertaal nie net ’n voorkeur is nie, maar vir die meerderheid van die respondente uiters belangrik is. Die meerderheid van hulle was Engels goed magtig en van hulle praat in hulle onderskeie werkskringe hoofsaaklik of gereeld Engels. Hulle is dus gemaklik met die gebruik van Engels, behalwe in hulle godsdiensbeoefening waar dit vir hulle belangrik is dat dit steeds in Afrikaans sal geskied. Die twee persone in die buiteland het juis die gemeente se Facebook-blad besoek, omdat hulle ’n behoefte gehad het aan ’n Afrikaanse bediening wat nie beskikbaar was daar waar hulle op daardie stadium van hulle lewe woonagtig was nie.

Niemandt (2015:9) skryf oor moedertaal: “’n Moedertaal is immers ’n mens se geloofstaal. Ons bid in Afrikaans, lees Bybel in Afrikaans, worstel oor die groot lewensvrae in bekende tongval en woordeskat van ons moedertaal.” Die navorser het in Hoofstuk 4 reeds die verhaal vertel van die gemeente in Zambië waar die taal waarin die erediens aangebied word, vir die besoekers belangriker is as die teologie of kerklike tradisie waarin dit plaasvind.

Vaish (2008:451) wys op navorsing wat in Singapoer gedoen is, wat bevind dat te midde van ’n samelewing waar die media, skole en staatsinstellings oorheers word deur Engels, godsdiens die area bly waar moedertaal steeds sterk onderskryf word, selfs sterker as in

huisgesinne. Binne hulle godsdienstige aktiwiteite handhaaf die drie grootste etniese groepe, die Chinese, Maleisiërs en Indiërs, steeds hulle onderskeie moedertale. Op die vraag oor watter taal hulle gebruik om te leer van hulle geloof, het 48.9% van die Indiese respondente geantwoord dat hulle Engels gebruik, teenoor 26.1% hulle moedertaal. Op die vraag oor die taal waarin hulle bid, swaai die skaal heeltemal na 16.3% Engels en 54.3% moedertaal (Vaish, 2008:458). Dit gee ’n sterk aanduiding dat ondanks die feit dat onderrig as gevolg van globalisasie al hoe meer in Engels voorkom, persone in hulle persoonlike geloofslewe meer tuis voel in hulle moedertaal.

In ’n artikel oor die totstandkoming van die Afrikaanse Christenkerk van Nieu-Seeland, dui die skrywer aan dat tydens die stigtingsgeleentheid van die kerk, 68% van die betrokkenes ’n 'Afrikaanse' kerk wou hê (Van der Merwe, 2015:2). Latere probleme wat lei tot afstigting by die North Shore gemeente (Van der Merwe, 2015:4), kan waarskynlik toegeskryf word aan die verskillende teologiese agtergronde van die lidmate wat tydens stigting baie minder omgegee het oor hulle teologiese tradisies as dat die kerk in hulle moedertaal, Afrikaans, moet wees. “*My Afrikaner heart became stronger and my appreciation for Afrikaans as language and my own culture was not even in South Africa as strong as it is now*”, is die respons van een van die Suid-Afrikaanse emigrante in Nieu-Seeland toe sy oor haar gevoel teenoor Afrikaans uitgevra is (Odendaal, 1999:4).

Castells (2004:54) voer aan dat hierdie verskynsel te make het met mense se kulturele identiteit: “*People resist the process of individualisation and social atomisation, and tend to cluster in community organisations that, over time, generate a feeling of belonging, and ultimately, in many cases, a communal, cultural identity*”.

In navorsing deur Aldridge oor die sangbundels in die Anglikaanse kerk in Engeland (die 1962 versus die 1980-bundels), maak een respondent die volgende opmerking oor die nuwe vertaling: "*They're in our own language, we don't have to work out what it says*". Dit som die gevoel van baie van die respondente op – hulle het dalk kritiese kommentaar oor sommige van die poësie wat verlore gegaan het, maar hulle verstaan die nuwe vertaling beter, aangesien dit die woordeskat is wat hulle daagliks gebruik (Aldridge, 1987:16). Hoeveel te meer nie wanneer dit iemand se huistaal versus ’n tweede taal is nie.

Dit gaan dus nie oor Afrikaans as sulks nie, maar oor moedertaal. Gemeentes in anderssprekende tale, moet dan ook verstaan dat hierdie afdeling hulle oproep om erns

te maak met hulle ‘moedertaal’. Die gebruik van ’n ander taal om moontlik ’n groter gehoor te bereik, kan ook lui tot teleurstelling, indien persone wat inskakel by ’n bepaalde gemeente se digitale bediening in die hoop om later fisies in te skakel, ontdek dat die gemeente se voertaal (moedertaal) verskil en hulle verhoed om verder daar betrokke te raak.

Die primêre saak waaroor dit hier gaan, is die doel waarvoor sosiale media gebruik word. Indien die doel bloot is om soveel mense as moontlik te bereik, met ander woorde bemarking, dan sou ’n meer universele taal die beste oplossing wees. Indien die doel egter is om ’n koinonia-bediening te hê, dan moet die taal die moedertaal wees van die lidmate.

5.3 Gevolgtrekking van die navorsing

Dit bring die navorser by die primêre navorsingsvraag uit: Kan sosiale media koinonia in die plaaslike gemeente bevorder? Die antwoord is, ja. Sosiale media kan ’n groot bydra lewer om koinonia te bevorder, veral omdat lidmate deurlopend deur hierdie medium kontak kan hê. Daar is voorbeelde van gemeentes wat suiwer in die digitale ruimte funksioneer waar daar nooit fisiese kontak is nie en selfs daar beleef die lidmate koinonia. In hierdie navorsing gaan dit egter oor die plaaslike gemeente, wat hopelik reeds erns maak met koinonia, en wat die sosiale media bediening gebruik as ’n uitbreiding op hulle bestaande koinonia-bediening.

Selfs vir diegene wat steeds skepties is oor sosiale media se vermoë om werklike koinonia te bewerk, kan die antwoord ja wees. Deur die proses van swak verbintenisse wat kan lei tot sterk verbintenisse, kan sosiale media ’n rol vervul om mense nader te trek totdat hulle in hegter fisiese verbintenisse betrokke kan raak. Die vermoë van sosiale media eindig egter nie hier nie. Dit is ’n hulpmiddel om mense wat reeds in ’n fisiese koinonia-verhouding staan, nog meer gereeld met mekaar in verbinding te bring, en so hulle koinonia-bande nog verder te versterk.

5.4 Pragmatiese oplossings vir die tekortkominge in gemeentes se sosiale media bediening

Elke gemeente behoort ’n sosiale media strategie saam te stel. Voordat ’n voorstel gemaak word oor hoe sodanige strategie kan lyk, volg ’n paar moontlike praktiese

oplossings. Aangesien die bevindinge aan die hand van die navorsingsvrae uiteengesit is, gaan die moontlike praktiese oplossings vir leemtes wat daar in die bediening mag wees, ook hiervolgens uitgesit word.

5.4.1 **Ervaar die gebruikers van sosiale media dat dit koinonia bevorder tussen individue en groepe in die gemeente?**

Voordat enige strategie of aksieplan opgestel word, is die primêre vraag: Wat is die motivering om van sosiale media gebruik te maak? Die bevindinge by Afdeling 5.2.1 sowel as Afdeling 5.2.2, maak dit duidelik dat sosiale media moet fokus op sosialisering en koinonia en nie bloot op inligtingoordrag nie. Afkondigings en advertensies kan ook geplaas word, maar sosiale media het ten doel dat die gebruikers kan saampraat en deel en nie net inligting ontvang nie (Codrington, 2010:3). Campbell (2020:49-50) bevind in haar navorsing dat kerke meermale slegs fokus op die pragmatiese aspekte van hulle sosiale media gebruik. Hulle besin oor watter sosiale media platforms hulle moet gebruik, wat die mees koste-effektief is, die formaat van hulle lewendige uitsendings, en dies meer. Dit, terwyl haar navorsing uitwys, dat mense aanlyn soek na die volgende:

i) ’n Plek om te sosialiseer.
ii) ’n Plek waar mense mekaar ondersteun.
iii) Erkenning vir hulle teenwoordigheid.
iv) ’n 24/7-konneksie met die ander persone op die groep.
v) ’n Veilige ruimte om baie persoonlike gesprekke te hê.
vi) Koinonia met mense wat dieselfde glo.

Die inhoud, eerder as die formaat van die sosiale media konneksies, is dus bepalend of mense baat daarby vind en gevolglik daarvan gebruik wil maak.

Cooper, Laato, Nenonen, Pope, Tjiharuka en Sutinen (2021:3) brei uit op Campbell se ses punte deur te wys op die beperkinge van huidige tegnologie om hegte verhoudings op te bou, aangesien talle van die sensoriese ervarings afwesig is. Baie van die atmosfeer wat in ’n fisiese ruimte teenwoordig is, is afkomstig van gebeure wat agter die skerms plaasvind. ’n Voorbeeld hiervan kan waargeneem word in die verskil tussen ’n fisiese en digitale erediens. Binne ’n koinonia-konteks, speel die groet by die deure en die tee-drink na die fisiese erediens ’n belangrike rol in die totale eredienservaring, terwyl die digitale erediens geen van hierdie aspekte bevat nie. Hierdie groep navorsers vergelyk huidige opnames van eredienste dan eerder met die beeld wat verkry word vanaf ’n sekuriteitskamera. Pleks van ’n interaktiewe proses, behels dit eerder net ’n monitering

van aktiwiteite. Die kyker, volg in werklikheid net die beeldmateriaal om te bepaal wat gebeur het of gesê is, sonder enige interaksie. Om dus werklik die doelwitte wat Campbell stel te bereik, moet daar ’n multi-sensoriese ervaring geskep word (Cooper *et al.*, 2021:4). Vanuit so ’n ervaring kan die deelnemers begin om ’n gevoel van samesyn en teenwoordigheid te ontwikkel. Gemeentes moet dus veel eerder nuut gaan nadink oor hoe hulle mense wil betrek deur ’n digitale bediening, as om tyd en geld te spandeer aan digitale toerusting om die bestaande fisiese bediening te probeer reproduseer (Shepherd, 2020:38).

Lambert (2020:20) vertel hoe die meerderheid kommentaar wat hulle op hulle digitale eredienste ontvang niks met die inhoud van die preek, die sang of die aankondigings te make het nie. Die meerderheid kommentaar bestaan uit die erediensbywoners wat met mekaar gesels. Aangesien die erediensbywoners op die skerm kon sien wie anders aanlyn is, het hulle met mekaar begin kommunikeer. Dieselfde gedrag het ook in hulle aanlyn-kleingroepbyeenkomste plaasgevind. Trouens, die bywoning was beter en daar was meer oor en weer kommunikasie as wat in die fisiese byeenkomste, voor COVID-19, gebeur het. Hulle ervaring is dat verbintenisse tussen die deelnemers, belangriker is as die inhoud van die gesprek, die sogenaamde "*connection over content*" (Lambert, 2020:21).

Gebruikers kan dus koinonia ervaar, maar slegs indien daar doelbewus besluit word dat dit die gebruiksdoel met sosiale media is. Met hierdie doel as uitgangspunt, kan kreatief gesoek word na metodes om interaksie te bevorder. Op meeste sosiale media platforms is daar die moontlikheid vir die gebruiker om kommentaar te lewer. Dit is die eerste linie van tweerigtingkommunikasie, maar beteken net werklik iets, indien daar iemand is wat dadelik op hulle kommentaar reaksie lewer.

’n Gemeenteleraar vertel hoe hulle begin het om terugvoer tydens hulle Facebook.Live uitsendings te vra. Aan die begin was die reaksie traag en het dit meestal bestaan uit enkeles wat groet en dalk vertel waar hulle hulself bevind. Mettertyd het die kommentaar al hoe meer begin uitbrei en het die gebruikers begin om vrae oor die boodskap te vra, terwyl die erediens aan die gang is. Dit het hulle genoodsaak om tydens elke lewendige uitsending iemand aan diens te hê wat hierdie kommentaar en vrae kan lees en dan dadelik antwoorde te stuur. Nie elke gemeente het die gewillige mense om dit te doen

nie, maar indien ’n gemeente werklik erns probeer maak met interaksie, is hierdie ’n weg om te volg.

5.4.2 Wat is die invloed van sosiale media op die sosialisering van individue en groepe in die gemeente?

Uit die vorige hoofstukke se inligting is dit duidelik dat mense gereeld sosialiseer op sosiale media. Soos uitgewys in Hoofstuk 3, is die onderskeie generasies meer aangetrokke tot verskillende sosiale media platforms.[22] Daarom is dit voordelig om op meer as een sosiale media platform teenwoordig te wees. Elke platform en generasie het egter ’n eiesoortige styl en selfs taalgebruik, eie aan die meerderheid van die gebruikers. Gemeentes moet dus nie in die slaggat trap om bloot dieselfde berig, op soveel as moontlik platforms, te dupliseer nie. Swanepoel (2014:geen bladsy) beveel aan dat ’n gemeente nie meer as twee platforms gebruik nie en dat elke platform bedryf word deur afsonderlike personeel wat bekwaam is met daardie platform, sowel as die beoogde gebruikers.

Die gebruikers sal uiteraard uit verskillende generasies afkomstig wees. Die primêre gebruikers van Facebook is lidmate ouer as 35, terwyl die primêre verbruikers van Instagram weer jonger as 30 is. Sommige van die gebruikers sal bestaande betrokke lidmate wees, ander is dalk lidmate wat weens ’n fisiese struikelblok nooit meer by die fisiese byeenkomste van die gemeente kan inskakel nie, terwyl ander moontlik soekers is wat nog besluit of hulle wil inskakel. In die bewoording van plasings moet hierdie diversiteit van die gebruikers te alle tye in aanmerking geneem word.

Cloete (2020:29-29) wys op die gevaar dat gemeentes bloot fisiese byeenkomste skuif na digitale byeenkomste sonder om die formaat in ag te neem. Die onderskeie sosiale media platforms het elk ’n eie unieke formaat, en die gebruikers verwag om dieselfde formaat daar te vind. Campbell (2020:35) verwys na hierdie gebruik om die formaat van fisiese eredienste bloot oor te dra na digitale uitsending, en om die digitale produk van een platform bloot oor te dra na ’n ander, as *‘transferring’*. Elkeen van hierdie platforms het egter ’n eie unieke formaat.

[22] Sien Figuur 3.5.

’n Verdere komplikasie van aanlyn-eredienste / -byeenkomste, is dat die kykers se besluite oor watter eredienste om te volg, beïnvloed word deur ander kriteria as voorheen. In ’n fisiese erediens is die kriteria meestal net die inhoud van die boodskap of die aanbiedingstyl van die prediker. In aanlyn-eredienste word die estetiese kwaliteit van die opname of die grootte van die inhoud wat afgelaai moet word, byvoorbeeld in ag geneem (Cloete, 2020:29). Al hierdie aspekte moet oorweeg word wanneer plasings op sosiale media geskied. Mense sosialiseer graag op sosiale media, maar die produk en formaat van aanbieding moet korrek wees en aan hulle verwagtings voldoen.

5.4.3 Watter rol behoort koinonia in die bediening van ’n gemeente te speel?

Die sterk ooreenkomste tussen koinonia en ekklesia is die eerste aanduiding dat ’n gemeente beswaarlik as gemeente kan bestaan in die afwesigheid van koinonia. Die reaksie op die berigte oor leraars in die navorsing oor Facebook-inskrywings, dien as bewys dat die gebruikers omgee en belangstel in mekaar. Die weinig reaksie op die pastorale berigte klop egter nie met hierdie bevinding nie. Waarskynlik dien hierdie verskynsel as bewys dat lidmate eers bewus gemaak en toegerus moet word om die gemeente se sosiale media so te benut. Weereens word na ’n vorige opmerking terugverwys. Indien gemeentes se sosiale media blaai hoofsaaklik gebruik word om inligting oor te dra, skep dit ’n kultuur waarin die gebruikers slegs kennis neem, maar nie betrokke raak nie.

Die fokusgroep het beaam dat gebruikers soms eers ingelyf moet word in die gebruik van die onderskeie sosiale media groepe. Lede wat oorwegend negatief was oor ’n Whatsapp-groep en gevoel het dat dit slegs vir administrasie bruikbaar is, het na hulle blootstelling daaraan, werklik gerapporteer dat dit koinonia tussen hulle bevorder het. Hulle is egter ook onderwerp aan reëls, naamlik dat daar nie onnodige boodskappe bloot aangestuur word nie en dat boodskappe nie laat nag gestuur word nie. Hierdie reëls het van die vrese van sommige van die gebruikers besweer en hulle het self begin deelneem aan die gesprekke. Sommige gebruikers het na hulle positiewe ervaring van koinonia op hierdie groep ook deur middel van ander platforms meer en meer kontak deur die week met mekaar gehad.

Gorrell (2020:58) is van mening dat een van die groot skuiwe wat saam met sosiale media plaasgevind het, ’n skuif weg van ’n aanbieder en ’n gehoor is, na ’n deelnemende gemeenskap. Die probleem is dat baie kerke in hulle digitale bediening bloot ’n preek

opneem in ’n leë kerkgebou en dit dan via ’n sosiale media platform versprei. Hierdie boodskap laat egter geen of weinig ruimte vir deelname deur die kyker. Mense moet eerder uitgenooi word om deel te neem, refleksie te lewer, mentors vir mekaar te wees, dialoog te voer en betekenisvolle gesprekke te voer (Gorrell, 2020:59). Hibriede bedienings, waar fisiese en digitale bediening gekombineer word, maak baie deure oop vir hierdie sogenaamde deelnemende kultuur. Gorrell (2020:60) beskou hierdie deelnemende benadering as ’n nuwe reformasie. Met die eerste reformasie is die Bybel in die hand van die lidmaat geplaas, maar hy/sy was tot ’n groot mate steeds net ’n luisteraar in die kerk waar die leiding en boodskap van ’n geordende persoon kom. In hierdie nuwe reformasie neem die lidmaat ook volkome deel aan die gesprek.

Shepherd (2020:39) beweeg selfs verder as net die groot bekende sosiale media platforms en ontwikkel ’n toep, 'SURROUND', om mense in die plaaslike gemeente te help om ’n geestelike gemeenskap op te bou waar noemenswaardige gesprekvoering kan plaasvind. Die skuif is dus vanaf eenrigtingkommunikasie na wedersydse kommunikasie na noemenswaardige gesprekvoering wat werklik bydra tot koinonia.

Binne ’n gemeente is daar ruimte vir verskillende vlakke van kommunikasie. ’n Groot Whatsapp-groep waar almal kan kommentaar lewer sal moontlik lei tot irritasie onder lede. Dit is dus soms beter om groot groepe so op te stel dat slegs die administrateur(s) boodskappe kan plaas. Die doel van sodanige groep is dan eenvoudig effektiewe eenrigtingkommunikasie. In kleiner groepe, waar die lede mekaar alreeds goed ken, is ’n groep waar almal kan deelneem aan die gesprekke, meer bevorderlik, aangesien dit die weg baan tot meer onderlinge kontak en uiteindelik meer koinonia.

5.4.4 **Hou die koinonia-bediening van die gemeente tred met die uitdagings van die digitale era?**

Die kwessie van taal is reeds breedvoerig bespreek. Die taal wat primêr in die plaaslike gemeente gebruik word, moet ook die primêre taal in die digitale bediening wees ten einde ’n identiteit te besit wat ooreenstem met die plaaslike gemeente. Plasings in ander tale van tyd tot tyd, om nuwe anderstalige persone te bereik, sou nie onvanpas wees nie, mits die gebruiker weet wat die 'normale’ voertaal(e) in die gemeente is, sou hy/sy later fisies wou inskakel.

Dit het by die fokusgroep duidelik aan die lig gekom dat sommige lidmate eers toegerus moet word in die gebruik van die onderskeie sosiale media platforms en dat daar in oop gespreksgroepe baie duidelike reëls in plek moet wees oor watter plasings toegelaat word, al dan nie. In die afwesigheid van sulke reëlings gebeur dit maklik dat enkele persone se misbruik veroorsaak dat baie ander die groepe verlaat en hierdie geleentheid tot koinonia misloop. Sommige gebruikers is versigtig vir sosiale media, as gevolg van negatiewe ervaring waar mense ongewensde plasings gedeel het. Derhalwe is dit belangrik dat die beginsels van ’n Bybelse etiek gevolg sal word in gemeentes se berigte op sosiale media. Dit sluit sake in soos respek vir ander, bedagsaamheid, eerlikheid en vriendelikheid (Lazenby & Niemandt, 2014:6). Sulke reëls moet ook duidelik in die gemeente sosiale media strategie opgeneem word en aan gebruikers bekend gemaak word. El Kaliouby (2020:6) lewer gevolglik ’n pleidooi vir digitale geletterdheid ten einde menslikheid te behou wanneer mense hulself in die kuberruim bevind.

Midde in die 'digitale era' en veral post COVID-19, is daar gereeld die versugting: "Kan ons nie maar terugkeer na normaal, weg van ’n digitale bediening, weer terug na ’n fisiese bediening nie?" In Byassee en Irwin (2021:40) se antwoord op hulle eie vraag: "*Wouldn’t it be easier if we kept our ministerial life and our home life apart*" hoor ons egter die realiteit *"...but for the average person sitting in the pews (or behind the screen) a work/life identity online is not one that is separate anymore*".

Die grense tussen fisies en digitaal het oor die laaste aantal jare toenemend vervaag en COVID-19 met gepaardgaande inperkings het hierdie proses ongelooflik versnel. Lukas vertel van die dissipels se opdrag om die evangelie te verkondig: "Hulle het toe vertrek en van die een dorp na die ander gegaan om oral die evangelie te verkondig" (Die Bybel, 1983:Lukas 9:6). Die digitale ruimte het net nog ’n 'dorp' geword waar die evangelie verkondig moet word.

'n Belangrike aspek, is die vloeibaarheid tussen fisies en digitaal: "...*while a person is in a physical place, say a church, they can extend the limitations, or the particular, of the place by digital means, by virtual reality, augmented reality, teleimmersion or a combination thereof* (Cooper, Laato, Nenonen, Pope, Tjiharuka & Sutinen, 2021:2). So kan ’n erediensganger in ’n fisiese erediens waar die boodskap gaan oor Jesus wat die storm stil gemaak het, ’n virtuele ervaring beleef van ’n storm op die see van Galilea, ’n teologiese konsep kan uitgebrei word deur ’n simbool wat in die kerkgebou is of vertoon

word en mense elders in die wêreld wat die diens digitaal volg, kan deel in die ervaring van die mense wat fisies teenwoordig is en selfs interaktief deelneem. Die kern van ’n ervaring lê egter in interaksie, ongeag of dit in ’n fisiese of digitale ruimte plaasvind (Cooper *et al.*, 2021:2).

Dit is juis in hierdie hibriede samelewing waar sosiale media die geleentheid skep vir mense wat weens fisiese omstandighede (afstand, siekte, vervoer) om werklik deel te voel van ’n fisiese geloofgemeenskap, deur digitaal in te skakel en veral ook gereelde en diepgaande kontak met ander lede te hê. ’n Lidmaat wat rolstoelgebonde is, kontak die navorser na sy gemeente se eerste digitale uitsending van ’n erediens om hom mee te deel dat "hy vandag weer deel gevoel het van die gemeente". Hierdie was weliswaar slegs eenrigtingkommunikasie, maar het tog steeds die persoon laat voel of hy deel is. Dink net hoe hierdie ervaring kan versterk indien daar werklik tweerigtingkommunikasie begin plaasvind en ander na sy wel en weë begin uitvra.

Baie gemeentes spandeer baie geld om die beste klank- en videotoerusting wat hulle kan bekostig aan te skaf. Cooper *et al.* (2021:4) is egter van mening dat ’n digitale bediening nie bloot vanuit ’n tegnologiese uitgangspunt aangepak moet word nie, maar die behoeftes van die gebruikers moet eerder as uitgangspunt dien. Campbell se ses kommunikasie eienskappe moet eerder dien as eienskappe en dan moet die vraag gevra word: Hoe kan hierdie eienskappe digitaal aangespreek word? Indien ’n boodskap lewendig uitgesaai word, moet die liturg byvoorbeeld die heeltyd bewus wees van die kykers by die huis en gereeld in die kamera kyk, sodat hulle kan ervaar dat hy ook spesifiek met hulle praat.

Die belangrikheid van aanraking moet nie onderskat word nie. Veral in die onseker tye van isolasie, handhawing van sosiale afstand, angs oor die virus en hartseer oor verliese wat in die tyd gely is, kan fisiese aanraking geweldig gerusstellend wees (Adegboyega, Boddie, Dorvie, Bolaji, Adedoyin & Moore, 2021:227). In 'n digitale bediening aan persone wat alleen voor 'n skerm bevind, is fisiese aanraking nie moontlik nie. 'n Hibriede bediening is dus altyd aan te bevele, aangesien dit die reikwydte van 'n digitale bediening kan kombineer met die voordele van 'n fisiese bediening, soos aanraking en meer doeltreffende tweerigting gesprek.

Volgens ’n opname onder gemeentes in Amerika, het slegs 20% van gemeentes hulle eredienste opgeneem en deur die internet beskikbaar gestel. Slegs 48% het oor die fasiliteite beskik dat lidmate dankoffers elektronies kon gee (Adegboyega *et al.*, 2021:227). Hierdie gegewens maak dit baie duidelik dat baie gemeentes geensins toegerus was om hulle lidmate digitaal te bedien met die aanbreek van die COVID-19 inperkingsregulasies nie. Soos wat gemeentes geleidelik weer terugkeer na 'n meer normale bediening in fisiese ruimtes, is die vraag of gemeentes gaan terugval in hulle gemaksone van die bekende bediening in die fisiese ruimte, of gaan hulle hulself posisioneer om ook gereed te wees vir 'n digitale bediening, as hibriede bediening, of as 'n selfstandige bediening sou daar weer 'n situasie voorkom, waar fisiese geleenthede ingeperk word. Uit die statistieke oor Suid Afrikaanse sosiale media gebruik, is dit ook baie duidelik dat 'n gemeente se plasing toepaslik moet wees vir mobiele apparate, aangesien dit die Suid Afrikaanse mark oorheers.

5.5 ’n Sosiale media strategie

5.5.1 Inleiding

Die wenke hierbo genoem, kan van onskatbare waarde wees, maar ten einde dit konsekwent toe te pas, is dit nodig dat daar ’n sosiale media strategie in plek moet wees wat die frekwensie van plasings, die platform waarop die plasings geskied en die verantwoordelike persone, duidelik uiteensit. Dit is egter van kardinale belang dat die verantwoordelike persone ook kundig moet wees. Reimann (2017:69-70) verwys na kerklike vergaderings waar daar oor die gebruik van sosiale media besluite geneem word, maar slegs een of twee persone teenwoordig is wat sosiale media gebruik. Hoewel kerkleierskap belangrik is, is persone met kundigheid net so belangrik vir ’n suksesvolle sosiale media bediening.

Die Strategie wat volg, is ’n samevatting en verwerking van die wenke hierbo, insluitend die werk van Caldwell (2020:elektroniese bron) en Swanepoel (2014:geen bladsy).

5.5.2 Stel duidelike doelwitte op

Doelwitte moet meer behels as bloot algemene drome, byvoorbeeld om mense te bereik. Doelwitte moet spesifieke, meetbare merkers hê, soos om 200 volgelinge te hê oor twee maande.

5.5.3 **’n Strategie bevat die volgende kategorieë**

5.5.3.1 Frekwensie van plasings

’n Volledige program van wanneer plasings sal gebeur. Die dag en selfs ’n tydgleuf.

5.5.3.2 Spertye

Indien die inligting verkry moet word van ander rolspelers, moet daar duidelike sperdatums wees vir die verkryging van die inligting ten einde genoeg tyd te laat om die berigte te formuleer.

5.5.3.3 Begroting

Daar moet ’n begroting wees vir die bediening om te verseker dat die take uitgevoer kan word en mikpunte behaal word.

5.5.3.4 Verantwoordelike persone

Elke taak moet aan ’n verantwoordelike persoon toegeken word. Daar moet ook persone wees wat kan instaan in tye wat die verantwoordelike persoon nie beskikbaar is nie.

5.5.4 **Ken jou teikenmark**

Soos reeds vroeër gemeld, vind verskillende generasies by verskillende platforms aanklank. Verskillende generasies kom ook uit verskillende leefwêrelde. Dit is dus altyd raadsaam om die teikenmark van ’n bepaalde platform te ken en juis iemand uit dieselfde generasie aan te wys as die verantwoordelike persoon.

5.5.5 **Kies die toepaslike platforms**

Soos hierbo gemeld, kry sekere platforms meer aftrek by sekere gebruikers. Na aanleiding van die teikenmark, moet die regte platform gekies word. Dit is ook wenslik dat ’n gemeente nie meer as twee of drie verskillende platforms gebruik nie.

5.5.6 **Regte inhoud**

Die verantwoordelike persoon moet keuses uitoefen oor wanneer ’n berig bloot inligtinggedrewe is en wanneer dit poog om koinonia te bou. Die verskillende platforms se berigte moet ook nie identies wees nie. Dit kan oor dieselfde onderwerp gaan, maar die styl van die teikenmark en die formaat van die platform, eis dat die inhoud aangepas word.

5.5.7 **Terugvoerbeleid**

Daar moet ’n duidelike beleid wees oor terugvoer op gebruikers se kommentaar. Indien daar onaanvaarbare kommentaar is, moet die verantwoordelike persoon so spoedig as

moontlik optree en byvoorbeeld die kommentaar verwyder. Daar moet ook ’n duidelike riglyn wees oor die tempo van terugvoer. Is dit wenslik dat daar binne een uur terugvoer gegee word, binne 24 uur of selfs binne 7 dae?

5.6 Slotwoord oor huidige praktyke

In onlangse tye, het daar talle toeps die lig gesien, wat spesifiek fokus op geestelike lewe van gelowiges; of kerke wil bystaan in hulle administrasie en skakeling met lidmate.
Toeps, soos "Pray as you Go", "Kerkmusiek", "Boodskap vir Vandag", "You Version Bible", Roadtrip 247", "Dink Jeug Familie Toep", "LigApp kategese Toep", "Jeugfokus" en "Lewe met Ritme" is maar net enkele voorbeelde. Aangesien hierdie navorsing gefokus het op twee platforms, naamlik Facebook en WhatsApp, gaan die toeps nie verder bespreek word nie. Dit is egter 'n veld waar nog baie navorsing gedoen kan word.

Steyn (1985:12) skryf jare gelede "Futurologie is die wetenskap wat die hede wil bestuur na 'n wenslike toekoms". Die kernbegrip in hierdie aanhaling, is waarskynlik die woord 'bestuur". 'n Wenslike toekoms is nie vanselfsprekend nie, dit moet bestuur en beplan word.

'n Gemeente moet dus voortdurend toekomsgerig dink en beplan, spesifiek dan ook rondom 'n digitale bediening. Die bekende woorde wat aan Benjamin Franklin toegedig word "If you fail to plan, you plan to fail", bly 'n oproep na doeltreffende beplanning. COVID-19 het egter 'n nuwe dimensie aan toekomsbeplanning gebring, naamlik dat die scenario(s) waarvoor beplan is, in 'n oogwink kan verander.

Die les vir die kerk, is dat midde in goeie beplanning en strategieë, koersaanpassings soms ook vinnig moet geskied, soos die kerklike landskap verander. Die gemeente sal voortdurend moet nadink oor hulle ekklesiologie en voortdurend aanpassings maak. 'n Digitale bediening verander die definisie van gemeentegrense en lidmaatskap drasties. Nuwe sosiale media platforms verskyn voortdurend. 'n Gemeente moet dus voortdurend krities nadink oor die veranderende wêreld waarin hulle hulself bevind en voortdurend koersaanpassing maak binne hierdie wêreld ten einde relevant te bly.

HOOFSTUK 6.

PERSOONLIKE REFLEKSIE OOR GEMEENTES SE GEBRUIK VAN SOSIALE MEDIA

6.1 Inleiding

In hierdie slothoofstuk, sluit die navorser sy werk af deur 'n persoonlike refleksie oor sy reis met gemeentes en hulle gebruik van sosiale media. Tydens ’n onlangse konferensie vra die spreker hoeveel mense in die COVID-19-tydperk versadig is vir aanlynbediening en hunker om terug te keer na fisiese byeenkomste. Baie hande gaan op. Dan vertoon hy statistieke van mense se gebruik van sosiale media platforms wat aandui dat sosiale media gebruik steeds teen ’n astronomiese tempo toeneem. Sy argument is dat mense dalk moeg raak vir die digitale bedienings van die kerk, maar hulle teenwoordigheid op sosiale media dui aan dat hulle geensins moeg is vir digitale platforms nie.

Indien mense dus oënskynlik nog lank nie moeg is vir aanlynplatforms in hulle daaglikse lewe nie, laat dit die vraag ontstaan waarom mense binne hulle kerklike lewe, versadig voel met ’n digitale bediening. Lê die probleem by die digitale platforms, of lê die probleem dalk met die inhoud van die kerk se aanbieding en die wyse waarop hulle hierdie platforms aanwend.

Dalk lê die probleem al so vroeg as by die motivering om ’n digitale bediening te hê. Die onderstaande figuur is ’n aanpassing van ’n skermgreep wat die navorser op sy foon ontvang het.

Wie het die proses gedryf om ’n digitale bediening in die gemeente te hê? 1) Leraar 2) Kerkraad 3) COVID-19

Figuur 6-1: Wie het besluit op ’n digitale bediening

Baie gemeentes sal moontlik (3) afmerk, aangesien ’n digitale bediening nie deel van hulle toekomsbeplanning was nie. COVID-19 was dus bloot ’n euwel wat hulle gedwing het om ’n bediening te loods wat nie deel van hulle visie was nie.

In ’n lesing oor die invloed van sosiale media op die kerk, dui Fourie (2013:geen bladsy) enkele gebeurtenisse aan wat groot kultuurskuiwe tot gevolg gehad het. Die navorser som sy lesing op in die onderstaande tabel en voeg ’n ekstra ry by, naamlik 2020: COVID-19, as gevolg van die groot verskuiwing wat dit in die kerk teweeggebring het.

Derde millennium voor Christus	Skryfkuns
1455	Drukpers
1831	Telegraaf
1876	Telefoon
1891	Radio
1923	Televisie
1944	Rekenaar
1969	Internet
Tans (2013)	Sosiale media
2020	*COVID-19 versnel die kerk se gebruik van digitale hulpmiddels*

Figuur 6-2: Kultuurskuiwe

COVID-19 was dalk ’n bedekte seën vir die kerk, omdat dit baie gemeentes gedwing het om ’n digitale bediening op die been te kry. Die vraag bly egter of die kerk hierdie kragtige stuk gereedskap reg gebruik, al dan nie. Vir baie blyk sosiale media en ’n digitale bediening steeds net ’n verlengstuk van die aankondigingsblad te wees waar inligting gedeel word. Uit die leeswerk en empiriese navorsing (Hoofstuk 2 en 3) is dit egter baie duidelik dat mense meer verlang van sosiale media, as net inligtingoordrag. Die blote naam 'sosiale media' is ’n aanduiding dat mense op hierdie medium wil sosialiseer. Sosiale media bring dus in alle waarskynlikheid ’n kultuurskuif teweeg en COVID-19 het stukrag aan hierdie skuif, veral binne die kerk, gegee.

6.2 Bydraes, tekortkominge en toekomstige navorsing

Die navorser vertrou dat gemeentes kan baat vind by die navorsing. Die belangrikste aspek wat uit die navorsing gekom het, was die doel waarvoor sosiale media gebruik word. Sosiale media is geskep om mense te laat sosialiseer. Soos reeds gemeld behels koinonia meer as sosialisasie. Sosialisasie bring mense saam. Koinonia bring mense

saam rondom 'n sekere saak, naamlik hulle geloof in Jesus Christus. Hierdie bindende faktor, aan mekaar, maar ook aan Christus, gee 'n baie dieper dimensie aan koinonia. Koinonia kan egter nie geskied, as mense nie saam gebring word nie en derhalwe is sosialisasie, 'n kern belangrike element van koinonia.

Binne gemeentes kan sosiale media dus suksesvol aangewend word om koinonia te bevorder, maar dan moet die inhoud en formaat die ruimte skep vir mense om by mekaar betrokke te raak. Gemeentes moet dus aktief poog om tweerigtinggesprekke te fasiliteer. Die keuse van platforms, taal en inhoud van plasings, sal deurslaggewend wees in gemeentes se suksesvolle benutting van sosiale media, as ’n medium wat koinonia bevorder.

Die inperkings tydens COVID-19 het baie nuwe vrae op die tafel geplaas wat uiters relevant is vir die onderwerp. Die empiriese navorsing was egter reeds afgehandel voor die aanbreek van COVID-19. Daar is definitief ruimte vir baie meer navorsing oor bedieningspraktyke in die digitale ruimte wat in hierdie tydperk ontstaan het. Weereens is daar die wesenlike gevaar dat gemeentes uit noodweer begin het om bepaalde digitale bedienings te loods, sonder om vooraf na te dink oor wat die mees toepaslike gebruik daarvan sou wees.

Nuwe navorsing toon aan dat YouTube tans meer gebruikers het as Facebook. Uit 'n steekproef van 2020 gebruikers, het 1450 deelnemers aangedui dat hulle YouTube gereeld besoek, teenoor 1336, wat Facebook gereeld besoek (Hruska & Maresova, 2020:7). YouTube se gewildheid is 'n moontlike nadraai van die wêreldwye inperkingstyd weens Covid-19, toe baie organisasies hulle tot YouTube gewend het om hulle boodskap oor te dra. Hoe dit ook al sy, daar is ruimte vir toekomstige navorsing oor kerke se gebruik van YouTube.

Christensen (2018:9) volg Chotpitayasunondh en Douglas[23] se teorie oor "phubbing" op, maar kom nie tot konkrete konklusies oor die invloed wat sosiale media gebruik op fisiese gesprekke en verhoudinge het nie. Hier is dus ruimte vir verdere navorsing.

[23] Kyk bl 149

Bouhnik en Deshen (2014: 218) verwys na 'n respondent in hulle navorsing, wat meen dat 'n tradisionele boodskap, wat deur Whatsapp versend word, nie genoeg is om die jeug te bereik nie "*If the church wants to stay relevant in the age of the 4th industrial revolution and COVID-19 it has to be smart and much faster to grasp the attention of the youth and Christians at large*". Die kerk sal dus nog kreatief moet dink oor al die nuwe toeps, wat dalk meer tot die jonger generasie spreek.

'n Saak wat ook verder navorsing vra, is die vraag rondom die egtheid en korrektheid van sosiale media artikels. Celik, Muukkonen en Dogan (2021:1-4) koppel die konsep van nuwe media geletterdheid, aan die vermoë om die betroubaarheid, objektiwiteit en akkuraatheid van die inligting te evalueer. Die talle disinformasie wat in die Covid-19 tyd versprei is, het juis die behoefte aan so 'n nuwe media geletterdheid uitgelig. In tradisionele media geletterdheid, was die fokus slegs op die verwerking van die media wat ontvang word. Vanweë die gemak waarmee media geskep kan word in nuwe media, gaan nuwe media geletterdheid dan nie net oor die ontvangs en verwerking van inligting nie, maar ook oor die skep en verspreiding van inligting.

Die eerste verifikasie van inligting is gesentreer rondom die outeur en of die persoon 'n outoriteit op die gebied is. 'n Tweede linie van evaluering is geleë in medegebruikers se evaluering. 'n Waarskuwing deur 'n ander verbruiker dat die inligting dalk vals is, sou die leser dadelik versigtig maak om die inligting te glo. Die frekwensie van sosiale media gebruik, sal die leser verder opskerp om egte en vals nuus te kan onderskei. Die gemak waarmee inligting op sosiale media gevind kan word, maak mense lui vir meer akademiese wyses van soek na inligting. Hoe meer mense van sosiale media gebruik maak en deur 'n leerkurwe gaan oor ware en valse inligting, hoe meer neem hulle nuwe media geletterdheid toe, ten einde beter beslissings te maak oor die akkuraatheid van inligting.

Die evaluering van sosiale media data is egter nie 'n eenvoudige proses nie. Die deurdringende en voortdurende veranderinge meegebring deur globalisering en super-diversiteit, mobiliteit en verhoogde sosio-kulturele kompleksiteit, het nuwe voorwaardes vir egtheid geskep. Sosiale media bring byvoorbeeld verskillende etniese groepe, wat totaal divers is in terme van taal, etnisiteit, geslag, geloof, kultuur, familie agtergrond en selfs land van oorsprong, by mekaar. Binne so 'n groep en die gesprekke binne daardie groep, is daar ander norme, as wat die lede in hulle individuele groepe sou beleef

(Leppane e.a, 2015:1-3). Voeg hierby die dinamika van kulturele kapitaal, raak die evaluering nog moeiliker. Wanneer 'n berig vinnig versprei en deur baie gelees word, verkry die outeur sogenaamde kulturele kapitaal. Hierdie kulturele kapitaal gee aan die skrywer 'n bepaalde outoriteit, wat moontlik glad nie gegrond is op werklike kundigheid nie, maar eerder net op frekwensie van verspreiding. Sosiale Media Beïnvloeders (*Social Media Influencer*) verwerf byvoorbeeld kulturele kapitaal op grond van 'n gebied waaroor hulle dalk kundig is. Die gevaar is dat hulle dan vir finansiële gewin sekere sake of produkte begin bevorder, waarvan hulle geen persoonlike kennis dra nie, maar vanweë hulle sosiale kapitaal, word hulle berigte as outoritêr aanvaar (Audrezeta, de Kervilerb & Moulardc, 2020:557-558). Die kerk het nog altyd baie waarde geheg aan outoriteit (egtheid en korrektheid) van bronne. Hier is dus 'n terrein wat ook dringend vra vir verdere navorsing.

6.3 Slotwoord

Uit die literatuur is dit duidelik dat daar groot voorstaanders en teenstaanders van sosiale media is. Dit is ook duidelik dat daar werklike geleenthede, maar ook reële gevare, verbonde is aan sosiale media. Die fenomenale groei van sosiale media, met die gevolg dat hierdie kommunikasiemedium vir so ’n groot persentasie mense beskikbaar is, maak egter van dit ook ’n potensiële bedieningshulpmiddel.

Sosiale media skep die moontlikhede vir mense om meer te sosialiseer. Dit kan bestaande lidmate wat weens geografiese ligging of omstandighede nie meer fisies by byeenkomste kan inskakel nie, help om betrokke te bly en te ervaar dat hulle steeds deel is van die gemeente. Dit kan ook die geleenthede skep vir voornemende lidmate om in te skakel en ook die onderlinge omgee te ervaar, ongeag of hulle geografies naby aan die gemeente is of ver verwyderd is. As al hierdie argumente in ag geneem word, maak dit van sosiale media ’n amperse onmisbare stukkie gereedskap in enige gemeentebediening. Indien dit reg benut word, kan sosiale media beslis koinonia bevorder.

6.4 Laaste persoonlike gedagtes

Die tesis begin met die persoonlike reis wat die navorser met sosiale media in sy gemeente geloop het. Daarom sluit hy die tesis af met sy persoonlike ervarings.

My pad met die gebruik van sosiale media binne die gemeente begin met baie vrae en min antwoorde. Ek besoek net weer vlugtig 'n aantal van hierdie vrae tesame met insigte wat ek ontvang het. Die eerste vraag was: Waarom besoek so min mense die gemeente se sosiale media blaaie? Ek het ontdek dat ons verwagtinge realisties moet wees. Die gemeente se blad, is maar een van talle wat elke dag meeding om die gebruiker se aandag. Maar ek het ook spoedig ontdek, dat die inhoud en formaat 'n groot rol speel, in hoeveel belangstelling daar in die blad is. Die frekwensie van plasings en die vermoë om interaksie te ontlok, speel 'n groot rol.

Ek het aanvanklik ook gewonder of die plasings nie eerder in Engels moet wees nie, aangesien die potensiële gehoor dan soveel groter is, maar ontdek dat mense baie sterk gevoelens het rondom hulle moedertaal in hulle godsdiensbeoefening. Weereens het ek besef dat indien die doel met 'n plasing, bloot inligtingoordrag is, kan dit gerus in 'n meer universele taal wees, maar indien dit poog om koinonia te bevorder, moet dit in die moedertaal van die gebruikers wees.

Talle van my vrae het gehandel oor die teikenmark van die sosiale media bediening. My afleiding is dat die primêre teikenmark, bestaande betrokke lidmate is en dat die doel van sosiale media onder hierdie groep mense, koinonia is. Hulle ervaar hopelik reeds koinonia tydens fisiese byeenkomste, maar weens vol programme is hierdie kontakgeleenthede beperk, baie keer tot slegs een keer per week. Sosiale media bied aan hulle die geleentheid om meer gereeld in mekaar se lewens betrokke te wees.

Die boodskap van 'n lidmaat wat weens fisiese beperkings nie meer die byeenkomste van die gemeente kan bywoon nie, maar "weer deel gevoel het" toe hy die erediens digitaal kon volg, het my aangegryp. Hoeveel ander lidmate sit in dieselfde situasie en smag na aanlyn kontak met hulle medegelowiges. Sosiale media kan beslis 'n groot rol speel om ook hierdie mense meer tuis te laat voel.

Die teenwoordigheid van lidmate op ons Facebook blad, wat op daardie tydstip in die buiteland woonagtig was, het my laat besef dat ons hulle ook kan bedien,

maar nog meer, ons sosiale media bediening kan 'n poort wees vir mense 'daar buite' wat nog soek na 'n geestelike tuiste. Die teorie oor swak verbintenisse wat lei tot sterk verbintenisse help my verstaan dat selfs die gebrokenheid van aanlyn koinonia, 'n aanknopingspunt is en 'n poort is na dieper koinonia.

Die dieper vlak van koinonia wat in fisiese kontakgeleentheide ervaar word, oortuig my dat 'n gemeente met 'n suiwer aanlyn teenwoordigheid, dalk nie die beste model is nie. Aanlyn koinonia kan egter 'n groot bydra lewer om koinonia te bevorder binne 'n gemeente wat reeds en steeds fisiese kontakgeleenthede het.

Vir talle, met wie ek jare terug hierdie vrae gedeel het, was dit teoreties van aard. Waarom worstel met ’n aanlynteenwoordigheid, terwyl fisies tog beter is. Toe breek 2020 aan en die mensdom neem kennis van COVID-19 en inperkings word ingestel en byeenkomste by kerke word nie meer toegelaat nie. Skielik is niks van hierdie sake meer teoreties nie. Skielik is dit ook duidelik dat sosiale media nie uitgesluit is van teologiese nadenke nie, maar deel is van mense se praxis en uiters relevant vir die kerk se bediening aan mense, veral wanneer fisiese kontak nie moontlik is nie.

In ’n koorsagtige gejaag het baie gemeentes begin om hulle lidmate digitaal te bedien. Dit wissel van preke wat opgeneem en uitgesaai word, dagstukkies wat via sosiale media versprei word, Whatsapp-groepe om mense te ondersteun en elektroniese betalings, sodat die gemeentes steeds finansieel kan oorleef. Die meeste van hierdie pogings is sonder veel nadenke gedoen. Party was meer suksesvol as ander.

Stadig maar seker beweeg ons samelewing weer terug na ’n tyd waar daar nie beperkings is op byeenkomste nie. ’n Tyd waar die kerk weer 'normaal' kan funksioneer. Ek vertrou dat ’n digitale bediening egter deel van die normaal sal bly. So baie mense kan weens omstandighede nie meer gereeld by fisiese byeenkomste uitkom nie. Hulle kan soveel baat vind by ’n digitale bediening. Ander kan hulle onderlinge kontak en koinonia soveel uitbrei en verryk, indien hulle van sosiale media gebruik maak.

As ek sien hoe baie mense op hulle skerms besig is, is dit duidelik dat hulle nog glad nie aan skerm-moegheid lei nie. Deur 'n effektiewe sosiale media bediening kan die gemeente se 'skermpie' hopelik ook gereeld onder oë kom. Mag hierdie skermpies ons help om werklik koinonia te bevorder onder mense wat in onseker tye daarna smag.

BIBLIOGRAFIE

Adams, P.C. 2010. The theology of .. . video games: Using games to build relationships in your congregation and community. *Word & World*. 30(3):291–300.

Adegboyega, A., Boddie, S., Dorvie, H., Bolaji, B., Adedoyin, C. & Moore, S.E. 2021. Social distance impact on church gatherings: Socio-behavioral implications. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*. 31(1–4):221–234.

Afolaranmi, A. 2019. Effective use of technological tools in building the church's educational ministries. *SSRN Electronic Journal*. May(7):1–9.

Ahmed, R., Train, B., Tommy, J., Tomlinson, M., Stacey, M., Seedat, M., Greenop, K., Crous, F., et al. 2007. *Inleiding tot die sielkunde: 'n nuwe benadering*. Pinelands: Pearson Education.

Aku, E. 2000. *Re-defining community*. Frankfurt: Peter Lang.

Algemene Taakspan Regte van die Algemene Sinode. 2013. *Die Kerkorde van die Nederduitse Gereformeerde Kerk*. Nederduitse Gereformeerde Kerk.

Allen-McLaurin, L. 2015. Let me post this praise on Facebook: Questioning the use of digital and social media in worship. *Liturgy*. 30(2):45–51.

Alt, D. (2017). Students' social media engagement and fear of missing out (FoMO) in a diverse classroom. *Journal of Computing in Higher Education*, 29, 388-410.

Anderson, K. 2015. *The digital cathedral. Networked ministry in a wireless world*. New York: Morehouse Publishing.

Anderson, M. 2016. *A majority of teens have experienced some form of cyberbullying*. [Online], Available: https://www.pewresearch.org/internet/ 2018/09/27/a-majority-of-teens-have-experienced-some-form-of-cyberbullying/ [2021, October 04].

Antheunis, M.L., Valkenburg, P.M. & Peter, J. 2012. The quality of online, offline, and mixed-mode friendships among users of a social networking site. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*. 6(3).

Asamoah-Gyadu, J.K. 2007. “Get on the internet!” Says the Lord: Religion, cyberspace and Christianity in contemporary Africa. *Studies in World Christianity*. 13(3):225–242.

Atique, A. 2013. *Digital media and society: An introduction.* Cambridge: Polity Press.

Audrezeta, A., de Kervilerb, G. & Moulardc, J.G. 2020. Authenticity under threat: When social media influencers need to go beyond self-presentation. *Journal of Business Research* 117 (557-569).

Avis, P. 2009. A challenge to communion ecclesiology. *Ecclesiology*. 5(2):132–134.

Aycicek, F.N. 2019. *An investigation of teacher social media usage with parents at preschool*. Thesis. University of Sheffield.

Babbie, E. 2008. *The basics of social research*. 4th ed. Belmont: Thompson Wadsworth.

Babbie, E. & Mouton, J. 2001. *The practice of social research*. South African ed. Cape Town: Oxford University Press.

Babbie, E. & Roberts, L.W. 2018. *Fundamentals of social research*. 4th Canadian ed. Toronto: Nelson Education Ltd.

Baker, E. 2019. *The Influences of Social Media: Depression, Anxiety, and Self-Concept*. Masters Thesis. Eastern Illinois University.

Ball, S. & Pearce, R. 2009. Inclusion benefits and barriers of “once-removed” participation. In C. Wankel & J. Kingsley (eds.). Bingley: Emerald *Higher education in virtual worlds: Teaching and learning in second life*. 47–63.

Barbour, I.G. 1993. *Ethics in an age of technology: The Gifford Lectures Volume 2*. San Francisco: Harper.

Barna, G. 2011. *Maximum Faith: Experiencing God's best through his transformation process. Will you seek to experience maximum faith in your life – or settle for comfortable mediocrity?* Mataformation. Incorporated.

Barron, L. 2006. Ontology. In V. Jupp (ed.). London: Sage Publications. *The SAGE handbook of social media research methods*.

Barth, K. 1960. The doctrine of creation. In G.W. Bromiley & R.J. Ehrlich (eds.). London: T&T Clark. *Church dogmatics*.

Bass, D.C. 2002. Introduction. In M. Volf & D. Bass (eds.). Grand Rapids: Eerdmans *Practicing theology: Beliefs and practices in Christian life*.

Becker, H.S. 1996. The epistemology of qualitative research. In R. Jessor, A. Colby, & R.A. Shweder (eds.). Chicago: University of Chicago Press. *Ethnography and human development: Context and meaning in social inquiry*. 53–71.

Becker, B. & Mark, G. 1999. Constructing social systems through computer-mediated communication. *Virtual Reality*. 4(1):60–73.

Bekker, C. & Punt, J. 2011. Die huishouding van God volgens Jakobus: Rolmodelle en vriendskap onderweg na ' n postpatriargale identiteit. *Nederduitse Gereformeerde Teologiese Tydskrif*. 52(1&2):22–33.

Benchop, A. & Menting, C. 2011. *Zinzoekers op het web*. A. Benschop & C. Menting (eds.). Vught: Skandalon.

Benediktus, X. 2006. *Urbi et Orbi Message - Christmas Day 2006*. Vatican. [Online], Available: http://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/en/messages/urbi/documents/hf_ben-xvi_mes_20061225_urbi.html [2016, February 02].

Beukes, J.W. 2020. To be or not to be? A missional and practical theological perspective on being church without walls amidst coronavirus disease 2019: A challenge or an opportunity? *HTS Teologiese Studies / Theological Studies*. 76(1).

Billson, J.M. 2006. *Conducting focus group research across cultures: Consistency and comparability*. WeD Working Paper. ESRC Economic & Social Research Council.

Bishop, L.C. 1985. Healing in the koinonia : therapeutic dynamics of church community. *Journal of Psychology & Theology*. 13(1):12–20.

Blau, P. 1974. Parameters of social structure. *American Sociological Review*. 39(5):615–635.

Bonhoeffer, D. 1954. *Life together: The classic exploration of Christian community*. New York: Harper Collins.

Borgatti, S.P., Everett, M.G. & Johnson, J.C. 2018. *Analyzing social networks*. 2nd ed. London: Sage Publications.

Bouhnik, D. & Deshen, M. 2014. WhatsApp goes to school: Mobile instant messaging between teachers and students. *Journal of Information; Technology; Education; Research* 13, 217–23.

Boyd, D.M. & Ellison, N.. 2008. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 13(1):210–230.

Brown, E. 2011. *Strong and weak ties: Why your weak ties matter*. [Online], Available: https://www.socialmediatoday.com/content/strong-and-weak-ties-why-your-weak-ties-matter [2018, September 08].

Browning, D. 1991. *A fundamental and Practical Theology: Descriptive and strategic proposals*. Minneapolis: Fortress Press.

Bryman, A. 2012. *Social research methods*. Fourth ed. Oxford: University Press.

Bryson, J.R., Andres, L. & Davies, A. 2020. COVID-19, Virtual church services and a new temporary geography of home. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*. 111(3):360–372.

Buchanan, M. 2007. *The iPhone really is the Jesusphone*. [Online], Available: http://gizmodo.com/261886/analyst-the-iphone-really-is-the-jesusphone [2016, February 02].

Burger, C. 2008. Die reformatoriese verstaan van die geloofsgemeenskap as 'n publieke gemeenskap. *Scriptura*. 99:247–258.

Byassee, J. 2010. Synchronized worship. *Christian Century*. (January 26).

Byassee, J. & Irwin, A. 2021. *Following: Embodied discipleship in a digital age*. Grand Rapids: Baker Academic.

Byers, A. 2013. *TheoMedia: The media of God and the digital age*. Eugene: Cascade Books.

Caldwell, D. 2020. *16 Powerful social media strategies for churches*. [Online], Available: https://www.moonclerk.com/social-media-strategies-for-churches [2021, November 09].

Campbell-Kelly, M. & Garcia-Swartz, D, D. 2013. The history of the internet: The missing narratives. *Journal of Information Technology*. 28:18–33.

Campbell, H.A. 2005a. *Spiritualising the Internet. Uncovering Discourses and Narratives of Religious Internet Usage*. [Online], Available: http://archiv.ub.uni-heidelberg.de/volltextserver/5824/1/Campbell4a.pdf [2016, April 05].

Campbell, H.A. 2005b. *Exploring religious community online : we are one in the network*. New York: P. Lang.

Campbell, H.A. 2010. *When religion meets new media*. London: Routledge.

Campbell, H.A. 2012. Understanding the relationship between religion online and offline in a networked society. *Journal of the American Academy of Religion*. 80(1):64–93.

Campbell, H.A. 2013a. Community. In H.A. Campbell (ed.). New York: Routledge. *Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds*. 57–71.

Campbell, H.A. 2013b. Religion and the Internet: A microcosm for studying Internet trends and implications. *New Media & Society*. 15(5):680–694.

Campbell, H.A. 2020. What religious groups need to consider when moving church online. In H.A. Campbell (ed.). Collage Station: Digital Religion Publications *The distanced church: Reflections on doing church online*.

Campbell, H.A. & DeLashmutt, M.W. 2014. Studying technology and ecclesiology in online multi-site worship. *Journal of Contemporary Religion*. 29(2):267–285.

Campbell, H.A. & Garner, S. 2016. *Networked theology: Negotiating faith in digital culture*. Kindle ed. Grand Rapids: Baker Academic.

Carlson, N. 2013. *Here's the history of facebook's newest billion dollar acquisition*. [Online], Available: http://www.businessinsider.com/these-two-ex-yahoos-are-making-millions--but-turning-down-billions-because-they-hate-advertising-2013-6 [2017, April 30].

Carr, N. 2010. *The shallows: How the internet is changing the way we think, read and remember*. London: Atlantic Books.

Cartledge, M.J. 2003. *Practical Theology: Charismatic and empirical perspectives*. Carlisle: Paternoster.

Castells, M. 2004. *The information age: Economy, society and culture.* 2nd ed. Oxford: Blackwell.

Castells, M. 2009. *Communication power*. Oxford: Oxford University Press.

Castronova, E. 2003. *Theory of the avatar*. [Online], Available: www.econstor.eu/bitstream/10419/76336/1/cesifo_wp863.pdf.

Celik, I., Muukkonen, H. & Dogan, S. 2021. A model for understanding new media literacy: Epistemological beliefs and social media use. *Library and information Science Research* 43, 1-5.

Celliers, A. 2006. Gemeentegrense, nuwe gemeente ontwikkeling en kerkverband in die Nederduitse Gereformeerde Kerk. *Acta Theologica*. 2:44–69.

Chaffey, D. 2016. *Global social media statistics summary 2016*. [Online], Available: http://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/ new-global-social-media-research/ [2016, July 21].

Chotpitayasunondh, V. & Douglas, K. M. 2016. How “phubbing” becomes the norm: The antecedents and consequences of snubbing via smartphone. *Computers in Human Behavior*, *63*, 9-18.

Christelike Media. 2016. *Nederlandse Geloofsbelydenis*. [Online], Available: http://www.christelikemedia.org/bib/nederlandse-geloofsbelydenis [2017, July 16].

Christensen, S.P. 2018. *Social media use and its impact on relationships and emotions*. M-Thesis. Brigham Young University.

Clasen, F.J. 2008. Liturgy on the edge of change. *Practical Theology in South Africa*. 23(1):36–54.

Clayton, P. 2010. Theology after Google. *Princeton Theological Review*. 17(2).

Cloete, A.L. 2015. Living in a digital culture: The need for theological reflection. *HTS Teologiese Studies / Theological Studies*. 71(2):7.

Cloete, A.L. 2020. The church is moving on(line). In E-Book ed. H.A. Campbell (ed.). Collage Station: Digital Religion Publications. *Digital Ecclesiology: A global conversation*.

Codrington, G. 2010. When social media grows up … it will change everything. *TomorrowToday*. (March).

Cohan, L. & Manion, L. 1989. *Research methods in education*. London: Routledge.

Cohen, H. 2011. *Social media definitions*. [Online], Available: http://heidicohen.com/social-media-definition/ [2016, January 14].

Colman, A. 2009. *Oxford dictionary of psychology*. 3rd ed. Oxford: Oxford University Press.

Conner, C. 2015. *Wasting time at work: The epidemic continues*. [Online], Available: https://www.forbes.com/sites/cherylsnappconner/2015/07/31/wasting-time-at-work-the-epidemic-continues/#274b31051d94 [2019, March 18].

Cooper, A.P., Laato, S., Nenonen, S., Pope, N., Tjiharuka, D. & Sutinen, E. 2021. The reconfiguration of social, digital and physical presence: from online church to church online. *HTS Teologiese Studies / Theological Studies*. 77(3).

Coutu, D.L. 2003. Technology and human vulnerability. *Harvard Business Review*. 81(9):43–50. [Online], Available: http://www.mendeley.com/research/ technology-human-vulnerability-conversation-mits-sherry-turkle/ [2015, August 19].

Creswell, J.W. 2014. *Research design: Qualitative, quantitative and mixed methods approaches*. 4th E-Pub ed. Los Angeles: Sage Publications.

Creswell, J.W. & Poth, C.N. 2018. *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. 4th ed. Los Angeles: Sage Publications.

Da Silva, A.A. 2020. The diverse ways of being church in the digital society and in times of pandemic. In E-Book ed. H.A. Campbell (ed.). Collage Station: Digital Religion Publications. *Digital Ecclesiology: A global conversation*.

Davie, G. 2006. Religion in Europe in the 21st century: The factors to take into account. *European Journal of Sociology*. 47(2):271–296.

Davis, C.M. 2007. *City Lights: Considering the value of an urban-suburban partnership through the lenses of social capital and koinonia*. Palmer Theological Seminary.

De Gruchy, J. 1994. The nature, necessity and task of theology. In C. Villa-Vicencio & J. De Grunchy (eds.). Maryknoll: Orbis. *Doing theology in context: South African perspectives*.

De Villiers, E. 2004. Religion, theology and the social science in a society in transition. *HTS Teologiese Studies / Theological Studies*. 60(1/2):103–124.

De Villiers, P.G.R. 2016. The nature of knowledge in the South African theological discourse. In R. Venter (ed.). Bloemfontein: SUN Media *Theology and the (post)apartheid condition*. 26–46.

Debreceny, R.S., Wang, T. & Zhou, M. 2019. Research in social media: Data sources and methodologies. *Journal of information systems*. 33(1):1–28.

Della Dora, V. 2018. Infrasecular geographies: Making, unmaking and remaking sacred space. *Progress in Human Geography*. 42(1):44–71.

Denzin, N.K. & Lincoln, Y. 2000. Strategies of inquiry. In N.K. Denzin & Y. Lincoln (eds.). Thousand Oaks: Sage Publications. *The Sage Handbook of qualitative research*. 367–378.

Denzin, N.K. & Lincoln, Y. 2018. Introduction: The discipline and practice of qualitative research. In 5th ed. N.K. Denzin & Y. Lincoln (eds.). California: Sage Publications. *The SAGE handbook of qualitative research*. 1–26.

Dettmers, J. & Biemelt, J. 2018. Always available – the role of perceived advantages and legitimacy. *Journal of Managerial Psychology*. 33(7–8):497–510.

Die Bybel. 1983. *Nuwe Vertaling 1983*. Kaapstad: Bybelgenootskap van Suid-Afrika.

Drescher, E. 2011. *Tweet if you heart Jesus: Practicing church in the digital reformation*. New York: Morehouse Publishing.

Drescher, E. & Anderson, K. 2012. *Click 2 save the digital ministry bible*. New York: Morehouse Publishing.

Dreyer, J.S. 1998. The Researcher : Engaged participant or detached observer? *Journal of Empirical Theology*. 11(2):5–22.

Dreyer, J.S. 2012. South Africa. In B.J. Miller-Mclemore (ed.). West Sussex: Wiley-Blackwell. *The Wiley Blackwell companion to Practical Theology*. 505–514.

Dreyer, J.S. 2015a. Ubuntu. A practical theological perspective. *International Journal of Practical Theology*. 19(1):189–209.

Dreyer, W.A. 2015b. The real crisis of the church. *HTS Teologiese Studies / Theological Studies*. 71(3).

Dreyer, W.A. 2019. Being church in the era of 'homo digitalis'. *Verbum et Ecclesia*. 40(1).

Duggan, M. & Smith, A. 2013. *Social networking fact sheet. Pew Research Center's Internet & American Life Project*. [Online], Available: http://www.pewinternet.org/fact-sheets/social-networking-fact-sheet/ [2016, July 21].

Dyikuk, J.J. 2019. The pros and cons of social communication in the mission of the church in Nigeria. *IGWEBUIKE: An African Journal of Arts an Humanities*. 5(1).

El Kaliouby, R. 2020. *Girl Decoded: A scientist's quest to reclaim our humanity by bringing emotional intelligence to technology*. New York: Currency.

Edublox. 2017. *Steekproef*. [Online], Available: http://www.thereadingclinic.co.za/steekproef.htm [2018, August 02].

Ericksen, F. 2018. A history of qualitative inquiry in social and educational research. In 5th ed. N. Denzin & Y. Lincoln (eds.). California: Sage Publications. *The SAGE handbook of qualitative research*. 36–65.

Estes, D. 2009. *SimChurch: Being the church in the virtual world*. Grand Rapids: Zondervan.

Fine, G. & Kleinman, S. 1979. Rethinking subculture: An interactionist analysis. *American Journal of Sociology*. 85(1):1–20.

Flick, U. 2014. *An introduction to qualitative research*. 5th ed. London: Sage.

Fourie, L.C.H. 2013. *Social media and the implication for church and theology*. Bloemfontein.

Friese, S. 2014. *Qualitative Data Analysis with ATLAS.ti*. 2nd ed. London: Sage.

Frith, A. 2011. *Census 2011: Sub Place: Langenhoven Park*. [Online], Available: https://census2011.adrianfrith.com/place/499023022 [2021, September 02].

Frykholm, A. 2008. Building relationships. *Christian Century*. (May):10–11.

Fuchs, C. 2017. *Social media: A critical introduction*. 2nd ed. London: Sage Publications.

Fuchs, L.F. 2008. *Koinonia and the quest for an ecumenical ecclesiology: From foundations through dialogue to symbolic competence for communionality.* Grand Rapids: Eerdmans Publishing Company.

Galal, S. 2021. *Monthly number of Facebook users in South Africa from January to August 2021*. [Online], Available: https://www.statista.com/statistics/1263839/ monthly-number-of-facebook-users-in-south-africa/ [2021, September 03].

Ganzevoort, R.R. 2002. WYSIWYG. Social construction in Practical Theological epistemology. *Journal of Empirical Theology*. 15(2):34–42.

Ganzevoort, R.R. 2007. Waarheen met de praktische theologie? *Theologisch Debat*. 4:20–24.

Ganzevoort, R.R. 2009. Forks in the road when tracing the sacred. Practical Theology as hermeneutics of lived religion. In Chicago. *Presidential adress: International Academy of Practical Theology*. [Online], Available: http://www. ruardganzevoort.nl/pdf/2009_Presidential.pdf.

Ganzevoort, R.R. & Roeland, J. 2014. Lived religion: the praxis of Practical Theology. *International Journal of Practical Theology*. 18(1):91–101.

Gazzard, A. 2009. The avatar and the player: Understanding the relationship beyond the screen. In Hatfield. *Conference in Games and Virtual Worlds for Serious Apllications*. [Online], Available: ieeexplore.ieee.org/abstract/ document/5116573 [2019, February 13].

Gee, L.K., Jones, J.J., Fariss, C.J., Burke, M. & Fowler, J.H. 2017. The paradox of weak ties in 55 countries. *Journal of Economic Behavior and Organization*. 133:362–372.

Getting, B. 2007. *Basic Definitions: Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0*. [Online], Available: http://www.practicalecommerce.com/articles/464-Basic-Definitions-Web-1-0-Web-2-0-Web-3-0 [2017, April 16].

Giles, K. 1995. *What on earth is the church?* Downers Grove: InterVarsity Press.

Given, L. 2008. Focus Groups. In L Given (ed.). *The SAGE encyclopedia of qualitative research methods*. Los Angeles: Sage Publications.

Gomes, J.F.A.. L.. 2019. *Theology for a digital age: How should christians use digital technology?* [Online], Available: https://www.academia.edu/9224716/Theology_ for_ a_Digital_Age_How_Should_Christians_Use_Digital_Technology [2019, June 10].

Gooder, P. 2008. In search of the early "church": The New Testament and the development of christian communities. In G. Mannion & L.S. Mudge (eds.). New York: Routledge. *The Routledge Companion to the Christian Church*. 9–27.

Gould, M. 2015. *The social media gospel: Sharing the Good News in new ways*. Second ed. Collegeville: Liturgical Press.

Gräb, W. 2005. Practical Theology as theology of religion: Schleiermacher's understanding of practical theology as a discipline. *International Journal of Practical Theology*. 9(2):181–196.

Gräb, W. 2012. Practical Theology as a Religious and Cultural Hermeneutics of Christian Practice. *International Journal of Practical Theology*. 16(1):79–92.

Graham, L. 2016. The impact of technology on spiritual care. In U. Elsdörfer & T. Ito (eds.). Zurich: Lit Verlag. *Compassion for one another in the Global Village*. 13–22.

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*. 1:201-233.

Gray, D.E. 2014. *Doing research in the real world*. 3rd ed. Los Angeles: Sage Publications.

Greef, M. 2005. Information collection: Interviewing. In Third ed. A.S. De Vos, H. Strydom, C. Fouche, & C. Delport (eds.). Pretoria: Van Schaik. *Research at grass roots for the social sciences and human service professions*. 286–313.

Grethlein, C. 2016. *An introduction to practical theology: History, theory, and the communication of the gospel in the present*. Waco: Baylor University Press.

Grieb, A.K. 2005. People of God, Body of Christ, Koinonia of Spirit: The role of ethical ecclesiology in Paul's "trinitarian" language. *Anglican Theological Review*. 87(2):225–252.

Groeschel, C. 2020. *Life.Church: What to expect*. [Online], Available: https://www.life.church/who-we-are/what-to-expect/ [2021, February,03].

Gutierrez, B. & Towns, E. 2012. *Essence of the New Testament: A survey*. Nashville: B&H Publishing Group.

Haigh, T., Russell, A.L. & Dutton, W.H. 2015. Histories of the internet: Introducing a special issue of information & culture . *Information & Culture*. 50(2):143–159.

Hart, C. 1998. *Doing a literature review*. London: Sage.

Heimbrock, H.G. 2005. From data to theory: Elements of methodology in empirical phenomenological research in practical theology. *International Journal of Practical Theology*. 9:273–299.

Heitink, G. 1993. *Praktische teologie: geschiedenis, theorie, handelingsvelden*. Kampen: Kok.

Heitink, G. 1999. *Practical theology: History, theory, action domains: Manual for practical theology*. Grand Rapids: Eerdmans.

Heitink, G. 2007. *Een kerk met karakter. Tyd voor heroriëntatie*. Kampen: Kok.

Helland, C. 2005. Online religion as lived religion: Methodological issues in the study of religious participation on the internet. *Heidelberg Journal of Religions on the Internet*. 1(1).

Helland, C. 2013. Ritual. In H.A. Campbell (ed.). London: Routledge. *Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds*.

Hendriks, H.J. 2004. *Studying congregations in Africa*. Wellington: Lux Verbi.

Hermans, C. 2014. From Practical Theology to Practice-oriented Theology. *International Journal of Practical Theology*. 18(1).

Hermans, C. & Schoeman, W.J. 2015a. Practice-oriented research in service of designing interventions. *Acta Theologica (Suppl 22)*:26–44.

Hermans, C. & Schoeman, W.J. 2015b. Survey Research in Practical Theology and Congregational Studies. *Acta Theologica (Suppl 22)*. 45–63.

Hesse-Biber, S.N. & Leavy, P. 2011. *The practice of qualitative research*. 2nd ed. Los Angeles: Sage Publications.

Heyns, L.M. & Pieterse, H.J.C. 1990. *Eerste treë in die Praktiese Teologie.* Pretoria: Promedia.

Horan, D.P. 2010. Koinonia and the church in the digital age. *Review for Religious*. 69(3):230–237.

Hruska, J. & Maresova, P. 2020. Use of social media platforms among adults in the United States – Behavior on social media. *Societies*. March 2020.

Hutchings, T. 2015. Real virtual community. *Word & World*. 35(21):151–162.

Hutchinson, P. 2011. *Facebook "friends" mock "suicide" of woman who posted goodbye message*. [Online], Available: http://www.telegraph.co.uk/technology/facebook/8241015/Facebook-friends-mock-suicide-of-woman-who-posted-goodbye-message.html [2017, April 13].

Ingram, D. 2017. *Facebook hits 2 billion-user mark, doubling in size since 2012*. [Online], Available: https://www.reuters.com/article/us-facebook-users/facebook-hits-2-billion-user-mark-doubling-in-size-since-2012-idUSKBN19I2GG [2020, June 02].

Institute for New Testament Textual Research. 1996. *Concordance to the Novum Testamentum Graece of Nestle-Aland, 26th edition, and to the Greek New Testament, 3rd edition*. 26th ed. Berlyn: De Gruyter.

Ivankova, N.V. & Creswell, J.W. 2009. Mixed methods. In J. Heigham & R.A. Croker (eds.). Houndsmills: Palgrave Macmillan. *Qualitative research in applied linguistics: A practical introduction*. 135–164.

Ivankova, N.V., Creswell, J.W. & Plano Clark, V. 2017. Foundations and approaches to mixed methods research. In Second ed. K. Maree (ed.). Hatfield: Van Schaik. *First steps in research*. 305–334.

Janse van Rensburg, J. 2000. *The paradigm shift : an introduction to postmodern thought and its implications for theology*. Pretoria: Van Schaik.

Janzen, R.A. 2017. Old order Christianity in the Central Valley: Old German Baptist Brethren, Holdeman Mennonites, and Spiritual Jumper Molokans. *Direction*. 46(1):81–99.

Jenkins, S. 2008. Rituals and pixels: Experiments in online church. *Heidelberg Journal of Religions on the Internet*. 3(1):95–115.

Johnson, F.N. 2003. *Effective church websites for emerging generations*. Hessed Interactive. Mt. Hermon.

Johnson, J. 2021. *Worldwide digital population as of January 2021*. [Online], Available: https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/ [2021, August 25].

Jordaan, W. & Jordaan, I. 1998. *People in context*. 3rd ed. Johannesburg: Heinemann.

Joubert, S. 2010. Annus Virtualis : Enkele uitdagings wat die virtuele era van Web 2.0 aan relevante kerklike bedieninge stel. *Nederduitse Gereformeerde Teologiese Tydskrif*. 51(3–4):48–60.

Joubert, S. 2012. *Informele geloofsgemeenskappe*. [Online], Available: http://www.ekerk.org/ [2016, January 05].

Joubert, S. 2013. *Winterskool 2013*. In Bloemfontein.

Joubert, S. 2018. ‘Flowing’ under the radar in a multifaceted liquid reality: The ekerk narrative. *HTS Teologiese Studies / Theological Studies*. 74(3).

Joubert, S. & Schoeman, W.J. 2015. An exploration of the use of technology by congregations. *Acta Theologica*. 35(22 Suppl):171–190.

Kariatlis, P. 2011. *Church as communion: The gift and goal of koinonia*. Sydney: St. Andrew’s Orthodox Press.

Kariatlis, P. 2012. Affirming koinonia ecclesiology: An Orthodox perspective. *Phronema*. 27(1):51–65.

Kearsley, R. 2008. *Church, community and power*. Burlington: Ashgate Publishing, Ltd.

Kemp, S. 2017. *Digital in 2017: Global overview - We are social*. [Online], Available: https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview [2018, April 09].

Kemp, S. 2021. *Digital 2021: South Africa*. [Online], Available: https://datareportal.com/reports/digital-2021-south-africa [2021, November 01].

Kennedy, K. 2019. *Positive and negative effects of social media on adolescent wellbeing*. M-Thesis. Minnesota State University.

Kgatle, M.S. 2018. Social media and religion: Missiological perspective on the link between Facebook and the emergence of prophetic churches in Southern Africa. *Verbum et Ecclesia*. 39(1).

Kietzmann, J., Hermkens, K., McCarthy, I. & Silvestre, B. 2011. Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*. 54(3):241–251.

Kirkpatrick, D. 2011. *The Facebook effect.* Croydon: Virgin Books.

Kloha, J. 2012. Koinonia and life together in the New Testament. *Concordia Journal*. (Winter):23–34.

Kloppers, E. 2001. Praktiese teologie as hermeneuties kritiese teologie. *Scriptura*. 78:457–466.

Koehler, S.N. & Parrell, B.R. 2020. *The impact of social media on mental health: A mixed-methods research of service provider awareness*. Thesis. California State University.

Kraybill, D.B. 2014. Opting out: How the Amish have survived in America. *Commonweal*. 141(5):13–17.

Krippendorff, K. 2004. *Content analysis: An introduction to its methodology*. 2nd ed. London: Sage Publications.

Kumar, A. 2011. *Apologist Josh McDowell: Internet the Greatest Threat to Christians*. [Online], Available: http://www.christianpost.com/news/internet-the-greatest-threat-to-christians-apologist-josh-mcdowell-says-52382/ [2016, May 17].

Kumar, R. 2005. *Research methodolgy: A step-by-step guide for beginners*. London: Sage Publications.

Kumar, N. & Sharma, S. 2017. Survey analysis on the usage and impact of Whatsapp Messenger. *Global Journal of Enterprise Information System*. 8(3).

Küng, H. 1988. *Theology for the third millennium. An ecumenical view*. New York: Doubleday.

Lambert, Z.W. 2020. Facilitating deep friendships digitally when analog acquaintances are gone. In E-Book ed. H.A. Campbell (ed.). Collage Station *The distanced church: Reflections on doing church online*.

Larson, L. 2021. Social media use in emerging adults: Investigating the relationship with social media addiction and social behavior. *Psi Chi Journal of Psychological Research*. 26(2):228–237.

Lartey, E.Y. 2013. *Postcolonializing God: New perspectives in pastoral and practical theology*. London: SCM Press.

Lazenby, M.J. & Niemandt, C.J.P. 2014. Missionale kerkwees en die elektroniese sosiale media. *In die Skriflig*. 48(1):1–6.

Lean, T. 2016. *A brave new world: the 1980s home computer boom*. [Online], Available: http://www.historyextra.com/article/history-1980s-home-computer-boom-brave-new-world [2016, April 16].

Leedy, P. & Ormrod, J. 2010. *Practical research: Planning and design*. 9th ed. Upper Saddle River: Pearson Education.

Leiner, B.M., Cerf, V.G., Clark, D.D., Kahn, R.E., Kleinrock, L., Lynch, D.C., Postel, J., Roberts, L.G. & Wolff, S. 2009. A brief history of the internet. *Computer Communication Review*. 39(5):22–31.

Leppänen, S., Møller, J.S., Nørreby, T.R., Stæhr, A. & Kytölä, S. 2015 Authenticity, normativity and social media. *Discoarse, Context and Media* 8.

Lenhart, A., Purcell, K., Smith, A. & Zickuhr, K. 2010. *Social media & mobile internet use among teens and young adults*. Washington DC. [Online], Available: https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED525056.pdf.

Lesane, N.C. 2005. *New media: Technology and policy in developing countries*. Hatfieold: Van Schaik.

Lewis, B. 2016. *How social media is changing the church*. [Online], Available: http://theconversation.com/how-social-media-is-changing-the-church-57405 [2018, April 09].

Lillie, B.J. 2008. Koinonia in the New Testament: Integral dynamic of the Christian life. *Proceedings: Eastern Great Lakes Regional Society of Biblical Literature*, 55-66.

Lim, A. 2017. Effective ways of using social media: An investigation of christian churches in South Australia. *Christian Education Journal*. 14(1).

Lombaard, D. 2007. Die troebel storm laat kolk ons troebel motiewe na die oppervlak. In S. Joubert (ed.). Vereeniging: Christelike Uitgewersmaatskappy. *Die Perfekte Storm*. 145–164.

Louw, D. 2016. *Wholeness in Hope Care . On nurturing the beauty of the soul in spiritual healing*. Zürich: Lit Verlag.

Lu, H., Stratton, C.W. & Tang, Y.W. 2020. Outbreak of pneumonia of unknown etiology in Wuhan China: The mystery and the miracle. *Journal of Medical Virology*. 92(4):401–402.

Lues, L. & Lategan, L. 2006. *Search ABC*. Stellenbosch: SUN Press.

Lundby, K. 2013. Theoretical frameworks for approaching religion and new media. In H.A. Campbell (ed.). London: Routledge *Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds*. 225–237.

Malan, C.J. 1977. Kerk en teologie. *In die Skriflig*. 11(42):5–9.

Mallan, K., Ashford, B. & Singh, P. 2010. Navigating iScapes: Australian youth constructing identities and social relations in a network society. *Anthropology and Education Quarterly*. 41(3):264–279.

Maree, K. & Pietersen, J. 2017. The quantitative research process. In 2nd ed. K. Maree (ed.). Pretoria: Van Schaik *First steps in research*. 161–172.

Masoga, M.A. 2020. Effectiveness of WhatsApp homiletics in the era of COVID-19 in South Africa. *Pharos Journal of Theology*, Online Volume 101.

Mateus, E. 2017. *The media and the church*. Thesis. Helderberg College.

McCallion, M. & Mc Callion, K. 2021. Reflections on social media. *Academia Letters*. April.

McIntosh, E. 2015. Belonging without believing. *International Journal of Public Theology*. 9:131–155.

Merriam-Webster, n. d. *Theology*. [Online], Available: Merriam-Webster.com [2017, April 13].

Meylahn, J. 2014. Postfoundational practical theology as public Christology. *Verbum et Ecclesia*. 35(2):1–11.

Miles, S. 2014. *City of God: Faith in the streets*. Kindle ed. New York: Jericho Books.

Miller-McLemore, B.J. 2012a. Toward greater understanding of Practical Theology. *International Journal of Practical Theology*. 16(1):104–123.

Miller-McLemore, B.J. 2012b. Introduction: The Contributions of Practical Theology. In B.J. Miller-McLemore (ed.). Chichester: Wiley-Blackwell *The Wiley-Blackwell Companion to Practical Theology*. 1–20.

Miller-McLemore, B.J. 2018. The living human web: A twenty-five year retrospective. *Pastoral Psychology*. 67(2).

Miller, V. 2011. *Understanding digital culture.* Los Angeles: Sage.

Miller, V. 2012. A crisis of presence: On-line culture and being in the world. *Space & Polity*. 16(3):265–285.

Mouton, J. 1996. *Understanding social research*. Pretoria: Van Schaik.

Mouton, J. 2001. *How to succeed in your master's and doctoral studies*. Pretoria: Van Schaik.

Mouton, J. & Marais, H.C. 1993. *Basic concepts in the methodology of the social sciences*. Pretoria: HSRC.

Müller, J. 2004. HIV/AIDS, narrative practical theology, and postfoundationalism: The emergence of a new story. *HTS Teologiese Studies / Theological Studies*. 60(1&2):293–306.

Müller, J. 2011. Postfoundational practical theology for a time of transition. *HTS Teologiese Studies / Theological Studies*. 67(1).

Musa, B.A. 2020. Reimagining place and presence in the virtual church: Community and spiritual connection in the digital era. In E-Book ed. H.A. Campbell (ed.). Collage Station: Digital Religion Publications. *Digital Ecclesiology: A global conversation*.

Nederduitse Gereformeerde Kerk Vrystaat. 2013. *Die Kerkorde van die Nederduitse Gereformeerde Kerk Vrystaat 2013*. Bloemfontein: Sinodale Kerkordekommissie.

Nel, M. & Schoeman, W.J. 2015. Empirical sesearch and congregational analysis : Some methodological guidelines for the South African context. *Acta Theologica (Suppl 22)*:85–102.

Neuendorf, K.A. 2002. *The content analysis guidebook*. London: Sage Publications.

Nielsen, I.M. 2018. *Social media as digital public sphere*. Masters Thesis. The Arctic University of Norway.

Niemandt, C.J.P. 2014. Die 10 belangrikste dinge wat die NG Kerk moet doen. *Kerkbode*. 17 Oktober: 3.

Niemandt, C.J.P. 2015. Taal: Ons het groot wysheid nodig. *Kerkbode*. 2 October: 9.

Nieuwenhuis, J. 2017a. Qualitative research designs and data gathering techniques. In Second ed. K. Maree (ed.). Pretoria: Van Schaik. *First steps in research*. 72-100.

Nieuwenhuis, J. 2017b. Analysing Qualitative Data. In Second ed. K. Maree (ed.). Pretoria: Van Schaik. *First steps in research*.104-132

Nieuwenhuis, J. 2017c. Introducing qualitative research. In Second ed. K. Maree (ed.). Pretoria: Van Schaik. *First steps in research*. 49–70.

Oldewage, H.E. 2015. *Fostering koinonia: A critical evaluation of the value of digital social networks in urban congregations*. PhD. North-West University.

Omrey, A. 1983. Phenomenology: A method for nursing research. *Advances in Nursing Science*. 5(2):49–63.

Orinoco. 2021. *SA Social Media Landscape Report 2021*. Available: ornico.co.za/2021/06/30/the-social-media-landscape-report-2021 [2022, March 8].

Osmer, R. 2008. *Practical theology, an introduction*. Grand Rapids: Eerdmans.

Osmer, R.R. 2011. Practical theology: A current international perspective. *HTS Teologiese Studies / Theological Studies.* 67(2).

Osmer, R. & Schweitzer, S. 2003. *Religious education between modernization and globalisation: New perspectives on the United States and Germany*. Grand Rapids: Eerdmans.

Perry, T. 2016. *The definitive guide to social media in the church*. Evansville: Pushpay & Echurch.

Peterson, D. 2017. Galileo again: Reevaluating Galileo's conflict with the church and its significance for today. *Cultural Encounters*. 13(1):25–47.

Pieterse, H.J.C. 1998. Practical Theology in South Africa. *International Journal of Practical Theology*. 2:155–165.

Pieterse, H.J.C. 2001. *Preaching in a context of poverty*. Pretoria: Unisa Press.

Pieterse, H.J.C. 2017. Scientific-theoretical research approach to practical theology in South Africa: A contemporary overview. *HTS Teologiese Studies / Theological Studies*. 73(4).

Pieterse, H.J.C. & Dreyer, J.S. 1995. The methodology of practical theology and the public good. *Journal of Theology for Southern Africa*. 90:31–40.

Pietersen, J. & Maree, K. 2017. Standardisation of a questionnaire. In K. Maree (ed.). Pretoria: Van Schaik. *First steps in research*. 238-249.

Pillay, J. 2020. COVID-19 shows the need to make church more flexible. *Transformation*. 37(4):266–275.

Prensky, M. 2001. Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*. 9(5):1–6.

Pullella, P. 2006. *Worship God, not technology, Pope says on Christmas*. [Online], Available: http://www.thestar.com.my/news/world/2006/12/25/worship-god-not-technology-pope-says-on-christmas_1/ [2015, April 10].

Punch, K. 2005. *Introduction to social research: Quantitative and qualitative approaches*. 2nd ed. London: Sage.

Rainie, L. & Wellman, B. 2012. *Networked: The New Social Operating System*. Cambridge: MIT Press.

Rand, L. 2009. The church on Facebook. *Christian Century*. 126(13):22–25.

Rapley, T. 2004. Interviews. In C. Seale, G. Gobo, J. Gubrium, & D. Silverman (eds.). London: Sage Publications. *Qualitative research practice*.

Reason, P. & Bradbury, H. 2008. Introduction. In 2nd-Pdf ed. P. Reason & H. Bradbury (eds.). London: Sage Publications. *The Sage handbook of action research*.

Reimann, R.R.P. 2017. “Uncharted territories”: The challenges of digitalization and social media for church and society. *The Ecumenical Review*. 69(1):67–79.

Reynolds, JM. Overton, R. 2008. *The New Media Frontier: Blogging, vlogging and podcasting for Christ*. Wheaton: Crossway Books.

Rheingold, H. 1993. *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. E-Book ed. Reading: Addison-Wesley Publishing Company.

Rice, J. 2009. *The church of Facebook: How the hyperconnected are redefining community*. Colorado Springs: David C Cook.

Rice, E.S., Haynes, E., Royce, P. & Thompson, S.C. 2016. Social media and digital technology use among indigenous young people in Australia: a literature review. *International Journal for Equity in Health*. 15(1):81.

Richter, F. 2019a. *Three in ten world citizens are on Facebook*. [Online], Available: https://www.statista.com/chart/10047/facebooks-monthly-active-users/.

Richter, F. 2019b. *Number of monthly active WhatsApp users worldwide*. [Online], Available: https://www.statista.com/statistics/260819/number-of-monthly-active-whatsapp-users/.

Ritchie, J. & Lewis, J. 2003. *Qualitative research practice: a guide for social science students and researchers*. London: Sage.

Roeland, J. et al. 2012. De (on)mogelijkheid van de digitale kerk. *Handelingen*. 39(3):67–76.

Rubin, A. & Babbie, E. 1993. *Research methods for social work*. 2nd ed. California: Brooks/Cole Publishing Company.

Rubin, H.I. & Rubin, I.S. 2012. *Qualitative Interviewing - The Art of Hearing Data*. 3rd ed. London: Sage Publications.

Sajithra, K. & Patil, R. 2013. Social media: History and components. *Journal of Business and Management*. 7(1):69–74.

Saldaña, J. 2015. *The coding manual for qualitative researchers*. 2nd ed. London: Sage Publications.

Schoeman, K. 2019. *NCLS church life profile: Langenhovenpark Dutch Reformed Church.* Hatfield: NCLS.

Schoeman, W.J. 2014. Agter die syfers is gelowiges, gemeentes en die kerk, 'n prakties teologiese refleksie oor lidmaatskap. *HTS Teologiese Studies / Theological Studies*. 70(1).

Schoeman, W.J. 2020. Developing contemporary ecclesiologies. In W.J. Schoeman (ed.). Bloemfontein: Sun Media. *Churches in the mirror: Developing contemporary ecclesiologies*. 93–105.

Schoeman, W.J. & Van den Berg, J.A. 2016. Practical theology exploring interdisciplinary practices: The quest for engaging with lived religion in the South African context. In Bloemfontein: SUN Media. *Theology and the (post)apartheid condition*. 213–234.

Schoeman, W.J., Laubscher, M., Pali, J. & Van den Berg, J.A. 2012. Practical Theology at a public university : The road travelled and the road ahead at the University of the Free State. In R. Venter & F. Tolmie (eds.). Bloemfontein: Sun Press. *Transforming theological knowledge. Essays on theology and the university after apartheid*. 123–139.

Schroer, W.J. 2016. *Generations X,Y, Z and the others*. [Online], Available: http://socialmarketing.org/archives/generations-xy-z-and-the-others/ [2017, April 09].

Schultze, Q. 2008. Following Pilgrims into Cyberspace. In R.J. (Ed) Schultze, QJ &

Woods (ed.). Downers Grove: InterVarsity Press *Understanding Evangelical Media: The Changing Face of Christian Communication.* 137–148.

Schwandt, T.A. 2007. *The dictionary of qualitative research*. 3rd ed. Evanston: North Westerns University Press.

Sharp, M.M. 2012. Globalization, colonialism, and postcolonialism. In B. Miller-McLemore (ed.). West Sussex: Wiley-Blackwell. *The Wiley Blackwell companion to Practical Theology*. 422–431.

Shepherd, T. 2020. Is your church ready for social distancing? In E-Book ed. H.A. Campbell (ed.). Collage Station: Digital Religion Publications. *The distanced church: Reflections on doing church online*.

Shirky, C. 2008. *Here comes everybody*. London: Penguin Press.

Smith, J. 2007. 'n Gebrek aan jong profete jaag kerklike storms op. In S. Joubert (red.). Vereeniging: Christelike Uitgewersmaatskappy. *Die Perfekte Storm*. 129–144.

Smith, K. 2019. *53 Incredible Facebook statistics and facts*. [Online], Available: https://www.brandwatch.com/blog/facebook-statistics/ [2019, May 20].

Smith, J. & Osborn, M. 2008. Interpretative phenomenological analysis. In J. Smith (ed.). London: SAGE. *Qualitative psychology: A practical guide to research methods*. 53–80.

Snyder, H.A. 2004. *The Community of the King*. 2nd ed. Downers Grove: InterVarsity Press.

SongLirics. n.d. *Native Deen - Lord is Watching Lyrics*. [Online], Available: http://www.songlyrics.com/native-deen/lord-is-watching-lyrics/#ve8sgMQ5kihuxXAi.99 [2016, February 02].

Stark, R. 1997. *The rise of Christianity: How the obscure, marginal Jesus Movement became the dominant religious force in the western world in a few centuries*. San Francisco: Harper Collins.

Statista Research Department. 2021a. • *Facebook MAU worldwide 2021*. [Online], Available: https://www.statista.com/statistics/972776/number-of-social-network-users-in-south-africa/ [2021, September 26].

Statista Research Department. 2021b. *South Africa number of social network users 2017-2026.* [Online], Available: https://www.statista.com/statistics/972776/number-of-social-network-users-in-south-africa/ [2021, October 23].

Stephenson, M.M. 2006. *Web-empower your church*. Nashville: Abingdon Press.

Stokel-Walker, C. 2020. *Cyberloafing: The line between rejuvenating and wasting time*. [Online], Available: https://www.bbc.com/worklife/article/20200206-cyberloafing-the-line-between-rejuvenating-and-wasting-time [2021, October 04].

Strauss, A. 1987. *Qualitative analysis for social scientists*. Cambridge: University Press.

Strauss, A.L. & Corbin, J.M. 1990. *Basics of qualitative research : grounded theory procedures and techniques*. London: Sage Publications.

Steyn, D. 1985. Futurologie en Rekenaarwetenskap. *In Die Skriflig / In Luce Verbi.* 19 (76).

Strydom, H. 2005. Ethical aspects of research in the social sciences and human service professions. In 3rd ed. A.S. De Vos, H. Strydom, C.B. Fouché, & C.S.L. Delport (eds.). Pretoria: Van Schaik. *Research at grass roots for the social sciences and human service professions*. 56–70.

Strydom, H. & Delport, C.S.L. 2005a. Information collection: Document study and secondary analysis. In 3rd ed. A.S. De Vos, H. Strydom, C.B. Fouche, & C.S.L. Delport (eds.). Pretoria: Van Schaik. *Research at grass roots for the social sciences and human service professions*. 314–326.

Strydom, H. & Delport, C.S.L. 2005b. Sampling and pilot study in qualitative research. In 3rd ed. A.S. De Vos, H. Strydom, C.B. Fouche, & C.S.L. Delport (eds.). Pretoria: Van Schaik. *Research at grass roots for the social sciences and human service professions*. 327–332.

SuccessStory. 2017. *WhatsApp story - Company, release date, Facebook acquisition*. [Online], Available: https://successstory.com/products/whatsapp [2017, April 30].

Swanepoel, J. 2014. *Effektiewe bemarking*. Bloemfontein: Digital4Christ.

Sweet, L. 2012. *Viral: How social networking is poised to ignite revival*. Colorado Springs: Waterbrook Press.

Tashakkori, A. & Teddlie, C. 1998. *Mixed methodology: Combining qualitative and quantitive approaches*. California: Sage Publications.

Terrel, K. 2015. *The history of social media*. [Online], Available: http://historycooperative.org/the-history-of-social-media/ [2016, July 21].

The Barna Group. 2008. *Social networking, online entertainment and church podcasts*. [Online], Available: https://www.barna.org/barna-update/media-watch/36-barna-technology-study-social-networking-online-entertainment-and-church-podcasts [2016, January 28].

Tolkien, J.R.R. 2002. *The Hobbit*. Boston: Houghton Mifflin Harcourt.

TripAdvisor. 2017. *Tankwa Karoo National Park*. [Online], Available: https://www.tripadvisor.co.za/ShowUserReviews-g4558879-d7211328-r273836395-Elandsberg_Wilderness_Camp-Tankwa_Karoo_National_Park_Northern_Cape.html [2017, April 07].

Turkle, S. 1999. Cyberspace and identity. *Contemporary sociology*. 28(6):643.

Turkle, S. 2011. *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other.* New York: Basic Books.

Turner, B.S. 2006. *The Cambridge Dictionary of Sociology*. Cambridge: Cambridge University Press.

Twenge, J., Joiner, T., Rogers, M., & Martin, G. 2017. Increases in depressive symptoms, suicide related outcomes, and suicide rates among U.S. adolescents after 2010 and links to increased new media screen time. *Clinical Psychological Science* 6(1), 3-17.

Van den Berg, J.A. 2011. An (auto)biographical theologia habitus - Futures perspectives for the workplace. *Acta Theologica*. 30(1).

Van den Berg, J.A. 2018. *Tweeting God: A practical theological analysis of the communication of Christian motifs on Twitter*. PhD. University of Queensland.

Van den Berg, J.A. & Ganzevoort, R.R. 2014. The art of creating futures - Practical Theology and a strategic research sensitivity for the future. *Acta Theologica*. 34(2):166–185.

Van Deusen Hunsinger, D. 2006. *Pray without ceasing: Revitalizing pastoral care*. Grand Rapids: Eerdmans Publishing Company.

Van Deusen Hunsinger, D. 2009. Practicing koinonia. *Theology Today*. 66:346–367.

Van Dijk, A.G.M. 2006. *The network society: Social aspects of New Media*. 2nd ed. London: Sage Publications.

Van Dijk, J. 2013. *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford: Oxford University Press.

Van Huyssteen, W. 1997. *Essays in postfoundationalist theology*. Grand Rapids: Eerdmans.

Van Rensburg, C. & Landman, W. 1990. *Fundamenteel-pedagogiese begripsverklaringe.* 6de Hersiene Uitgawe. Pretoria: NG Kerkboekhandel.

Vandervelde, G. 1997. Koinonia between church and world. *Exchange*. 26(1):2–39.

Varrella, S. 2021. *Penetration rate of social media in South Africa 2020*. [Online], Available: https://www.statista.com/statistics/1189958/penetration-rate-of-social-media-in-south-africa/.

Verschuren, P.J.M. 2012. Praktijkgericht onderzoek door hbo-instellingen; diversiteit, wetenschappelijkheid en complexiteit. *Tijdschrift voor Hoger Onderwijs*. 30(2):93–112.

Verschuren, P.J.M. & Doorewaard, H. 2013. *Designing a research project*. 2nd ed. Den Haag: Eleven.

Viola, F. 2008. *Reimagining church: Pursuing the dream of organic Christianity*. David C Cook. Colorado Springs.

Volf, M. 1998. *After our likeness: The church as the image of the Trinity.* Grand Rapids: Eerdmans.

Wagner, R. 2012. *Godwired: Religion, ritual and virtual reality.* London: Routledge.

Weber, R. 1990. *Basic content analysis*. 2nd ed. London: SAGE Publications.

Weber, R. 2011. *Introduction in basic content analysis*. Online ed. SAGE Publications.

Webroot. 2016. *Internet pornography by the numbers; a significant threat to society*. [Online], Available: www.webroot.com/za/en/home/resources/tips/digital-family-life/internet-pornography-by-the-numbers [2017, May 26].

Wellman, B. & Hogan, B. 2004. *The immanent internet*. Toronto. University of Toronto.

White, A. 2010. Pastor on Facebook? We might learn something. *Word & World*. 30(3).

White, P., Tella, F. & Ampofo, M. 2016. A missional study of the use of social media (Facebook) by some Ghanaian pentecostal pastors. *Koers - Bulletin for Christian Scholarship*. 81(2):1–8.

Wilson, L. 2008. *The wired church 2.0*. Nashville: Abingdon Press.

Witherington, B. 2011. *Paul's letter to the Corinthians: A socio-rhetorical commentary*. Grand Rapids: Eerdmans Publishing Company.

Wolf, J. 2017. *The truth about Galileo and his conflict with the Catholic Church*. [Online], Available: http://newsroom.ucla.edu/releases/the-truth-about-galileo-and-his-conflict-with-the-catholic-church [2017, April 09].

Young, K. 2011. Social ties , social networks and the Facebook experience. *International Journal of Emerging Technologies and Society*. 9(1):20–34.

Yust, K.-M. 2014. Digital power: exploring the effects of social media on children's spirituality. *International Journal of Children's Spirituality*. 19(2):133–143.

Zickuhr, K. & Smith, A. 2012. *Digital differences*. [Online], Available: http://www.pewinternet.org/2012/04/13/digital-differences/ [2018, April 09].

Zivnuska, S., Carlson, J.R., Carlson, D.S., Harris, R.B. & Harris, K.J. 2019. Social media addiction and social media reactions: The implications for job performance. *Journal of Social Psychology*. 159(6):746–760.

BYLAE A-G

Bylaag A – Etiese Klaring

Bylaag B – Facebook data

Bylaag C – Facebook kodeboek

Bylaag D – Persoonlike onderhoude data

Bylaag E – Persoonlike onderhoude kodeboek

Bylaag F – Fokusgroepe data

Bylaag G – Fokusgroepe kodeboek

(Weens die omvang van die bylae (192 bladsye), is dit by navraag, elektronies beskikbaar by die navorser).