

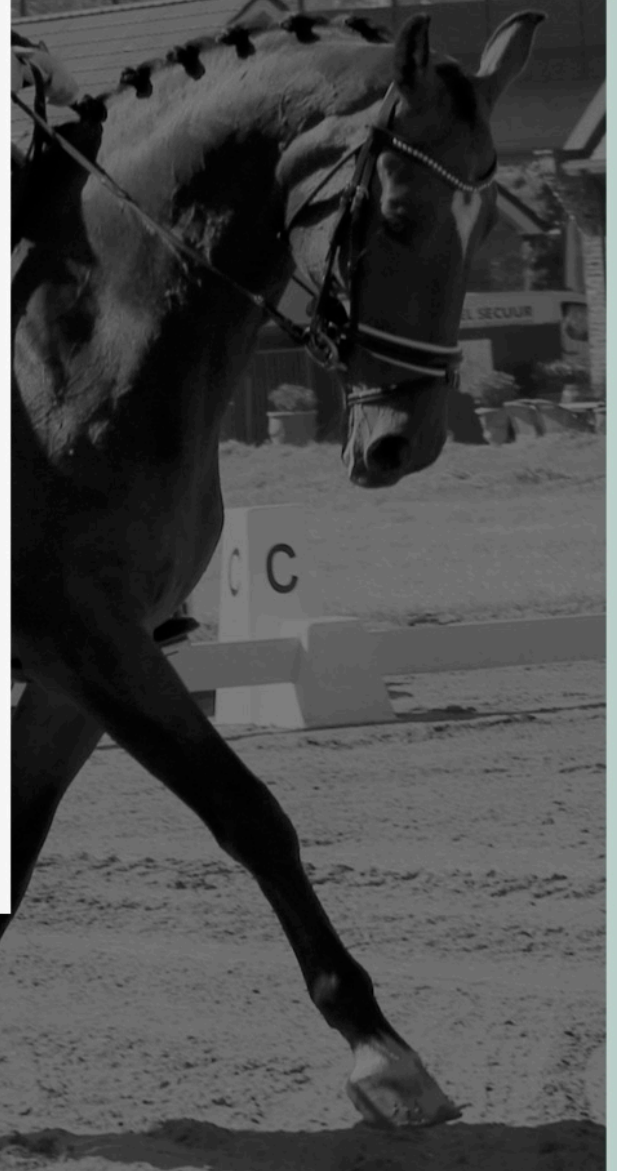
AFSTUDEERWERKSTUK

INVLOED SOCIAL MEDIA OP DE PAARDENSPORT

GESCHREVEN DOOR
CHARISSA KEET
Hippische bedrijfskunde

DOCENT: DE HEER G.W. STOFFER

Datum: 13 augustus 2018



Afstudeerwerkstuk

Dronten, 13 augustus 2018

Invloed social media op de paardensport

Auteur: Charissa Keet

Klas:

4BP, Aeres Hogeschool, Hippische Bedrijfskunde

Docent:

Dhr. G.W. Stoffer

Voorwoord

Dit jaar zit ik, Charissa Keet, in het vierde jaar van de opleiding Hippische Bedrijfskunde aan de Aeres Hogeschool te Dronten. Voor het afronden van mijn studie wordt van mij verwacht een afstudeerwerkstuk te schrijven. Voor dit afstudeerwerkstuk is onderzoek gedaan naar een actueel onderwerp in de paardensector, namelijk in wat de invloed is van de beschikbare informatie op social media op de prestaties in de paardensport. Dit onderwerp greep mij aan omdat ik zelf fanatiek dressuuramazone ben en ik wil dan ook meer hierover te weten komen. In dit vooronderzoek wordt onderzocht wat er al bekend is met betrekking tot het onderwerp en wat nog niet.

Ik wil allereerst Gert Wim Stoffer, mijn afstudeerdocent, bedanken voor de begeleiding bij dit afstudeerwerkstuk. Ook wil ik Anne Loosveld en Arjen de Jong bedanken voor het beantwoorden van mijn vragen. Tijdens het schrijven van dit afstudeerwerkstuk heb ik deel uitgemaakt van een afstudeerkring. Ik wil dan ook als laatste mijn groepsgenoten bedanken voor de feedback die ik van hun heb mogen ontvangen.

Charissa Keet

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Hoofdstuk 1 Samenvatting	5
Hoofdstuk 2 Inleiding	7
<i>Breder kader</i>	7
<i>Theoretisch kader</i>	7
Knowledge gap	13
Afbakening	13
<i>Hoofdvraag en deelvragen</i>	14
<i>Doelstelling</i>	15
Hoofdstuk 3 Materiaal en Methode	16
<i>Opzet onderzoek</i>	16
<i>Methoden</i>	16
<i>Materiaal</i>	16
Hoofdstuk 4 Resultaten	19
4.1 <i>Algemeen</i>	19
4.2 <i>Deelvraag 1 ‘Op welke manier kan social media invloed hebben op de paardensporters?’</i>	23
4.3 <i>Deelvraag 2 ‘Is het social mediagebruik terug te zien in de wedstrijdprestaties?’</i>	27
4.4 <i>Deelvraag 3 ‘Voor welke doeleinden gebruiken paardensporters social media?’</i>	30
4.5 <i>Deelvraag 4 ‘Wat zijn de voornaamste redenen waarom paardensporters ‘het perfecte plaatje’ willen verkrijgen?’</i>	31
Hoofdstuk 5 Discussie	34
Hoofdstuk 6 Conclusie en aanbevelingen	36
Bibliografie	39
Bijlagen	40
<i>Bijlage 1 Enquête</i>	40
<i>Bijlage 2 Interviewvragen</i>	43

Hoofdstuk 1 || Samenvatting

In Nederland zijn bijna 500.000 ruiters, waarvan 200.000 lid zijn van de KNHS (Koninklijke Nederlandse Hippische Sportfederatie). Met 10,9 miljoen Nederlandse gebruikers is WhatsApp het grootste medium, gevolgd door Facebook met 10,4 miljoen gebruikers en YouTube met 7,5 miljoen gebruikers. Op social media volgen wereldwijd zo'n 750 miljoen mensen de paardensport. YouTube en Facebook zijn onder de paardensporters populaire kanalen.

Social media wordt door de mens voor meerdere doeleinden gebruikt. Onder andere om op de hoogte te blijven van vrienden, familie en ontwikkelingen, om te netwerken en voor entertainment.

Het doel van dit afstudeerwerkstuk is om een onderzoeksrapport te schrijven over de invloed van social media op de paardensport. De hoofdvraag in dit onderzoek luidt als volgt: *'Wat is de invloed die de beschikbare informatie op social media heeft op de prestaties in de paardensport?'*

Aan de hand van de hoofdvraag zijn bijbehorende deelvragen opgesteld om zo een correct en volledig mogelijke conclusie te formuleren. Vervolgens zijn enquête- en interviewvragen opgesteld betreffende de invloed van social media op de paardensport. Het uiteindelijke doel van het onderzoek is om aanbevelingen te kunnen geven aan de paardensector om het welzijn en goede wedstrijdresultaten te waarborgen. Het onderwerp heeft betrekking tot alle paardensporters die actief zijn op social media.

De uitgezette enquête, bestaande uit 15 vragen, heeft 154 respondenten opgeleverd. Voor dit onderzoek zijn twee interviews afgenomen met experts uit de paardensector. De resultaten die verkregen zijn uit deze enquête en interviews hebben een duidelijk beeld gegeven om antwoord te kunnen geven op de deelvragen.

Social media heeft voornamelijk invloed op de mentale gesteldheid van de paardensporters (als gevolg van bewijsdrang). Door beschikbaarheid van instructievideo's op social media, is de tendens ontstaan om minder/geen lessen meer te nemen en de video's te raadplegen als instructie. De invloed hierop is dat wedstrijdprestaties minder goed zullen worden. Deze instructievideo's zouden een positieve invloed kunnen hebben wanneer deze aansluiten bij de lessen en daarmee bij kunnen dragen aan betere wedstrijdprestaties.

Ook op het gebied van welzijn heeft social media invloed. Het nastreven van het perfecte plaatje en de daarbij gepaarde training (die veelal mis gaat), is catastrofaal voor het welzijn van het paard. Door te snel en verkeerd te trainen wordt zowel fysiek als mentaal roofofbouw gepleegd op het paard, wat tot gevolg heeft dat dit geen Happy Athlete meer is. Voor de prestaties in de wedstrijd sport is dit dus een zeer negatieve invloed.

Summary

The Netherlands have approximately 500,000 equestrians, 200,000 of them are members of the KNHS (the Royal Dutch Equestrian Sports Federation). With 10,9 million Dutch users, WhatsApp is the largest social media canal, follow up by Facebook with 10,4 million users and YouTube with 7,5 million users. Worldwide, approximately 750 million people follow the equestrian sector, with YouTube and Facebook as the most popular canals.

People use social media for several goals, like staying up-to-date with their friends, family and developments, to expand their network and for entertainment.

The goal of this thesis is to create a research rapport concerning the topic 'the influence of social media on the equestrian sport'. The research question reads: *'What is the influence of the available information on social media on the competition results in the equestrian sport?'*

To formulate a correct and complete conclusion, sub questions were draft on the basics of the research question. Subsequently, a survey and interview was set up. The final goal of the research was to give recommendations to the equestrian sector regarding maintaining the welfare and good competition results. The topic relates to all equestrians who use social media.

The survey, consisting of 15 questions, gained 154 respondents. For this research, two interviews were held with experts of the equestrian sector. The results from both the survey and interviews gave a clear picture to answer the sub questions.

Social media has mainly influence on the mental state of equestrians (as a result of the urge to proof). Because of the availability of instruction videos on social media, there is a tendency to take less or no more lessons and consult the videos for instruction, there where the videos should be an addition to lessons. The effect is that competition results will be less good due to a leak of professional coaching. The instruction videos could have a positive influence when they work as an addition to the lessons and could lead to better competition results.

Social media has also influence on the welfare. When equestrians try to pursue 'the perfect picture', in combination with bad training, it can be catastrophic for the welfare of the horse. Training to fast and in a wrong way can both physically and mentally damage the horse, with as a result that the horse isn't a Happy Athlete. For the competitions results, this is a very negative influence.

Hoofdstuk 2 || Inleiding

In dit hoofdstuk zal het onderwerp duidelijker onder de aandacht worden gebracht in verschillende sub paragrafen. Het breder kader zal worden behandeld, waarna er dieper wordt ingegaan op het theoretische kader, de hoofd- en deelvragen en tot slot de doelstelling van het onderzoek.

Breder kader

Voor dit afstudeerwerkstuk wordt onderzoek gedaan naar de onderzoeksvraag: *‘Wat is de invloed die de beschikbare informatie op social media heeft op de prestaties in de paardensport?’* Op social media zoals Facebook en Instagram zijn steeds meer foto's en filmpjes te zien met 'het perfecte plaatje'. Waar voorheen internet werd gebruikt voor het verkrijgen van informatie, is internet tegenwoordig een medium voor interactie geworden. Gebruikers van social media delen informatie, ervaringen en kennis met tekst, foto's en video's. Dit gebeurt bijvoorbeeld ook door ruiters die op hoog niveau rijden, zij posten een foto of filmpje wanneer zij een wedstrijd hebben gereden en daarbij goed gepresteerd hebben. Of een filmpje van een training waarin een foutloze piaffe of pirouette gereden wordt. Dit roept de vraag op hoe erg mensen zich laten beïnvloeden door foto's en filmpjes op social media. En wat dit voor gevolgen kan hebben voor de sportprestaties.

Tijdens DressagePro Live gaf Rien van der Schaft clinics aan 'gewone' ruiters. Hij sloeg de spijker op de kop betreffende dit vraagstuk. Hij zei: 'je moet niet trainen naar het perfecte plaatje van het grand prix paard, maar naar het kunnen van je eigen paard.' Met het perfecte plaatje wordt het beeld van een paard die op het hoogste niveau (Grand Prix) loopt en voldoet aan alle voorwaarden om op dat niveau te lopen (gedragenheid, bergopwaarts, verzameling etc) bedoeld. Maar hoe moeilijk is dat in deze tijd waarin social media een groot deel van het dagelijks leven is geworden? Het is begrijpelijk dat men als (fanatieke) dressuurrutter/-amazone een bepaald niveau wilt bereiken en het liefst in een bepaalde tijd. Veel mensen willen gelijk resultaat zien als ze iets vragen van hun paarden en dit terug zien in de punten, maar is dit wel mogelijk en verantwoord? En in welke mate kan dit streven miscommunicatie, irritatie en zelfs blessureleed veroorzaken?

De doelgroep voor dit onderzoek zijn de paardensporters in Nederland die actief zijn op social media. Dit omdat er gekeken gaat worden in wat de invloed van de beschikbare informatie op social media is op de sportprestaties in de paardensport. Dit onderzoek heeft vooral betrekking op de dressuursport, aangezien in deze tak van de sport het veel meer gaat om het plaatje dan in de springsport. In de dressuursport wilt de jury een kloppend plaatje zien, in de springsport is het het belangrijkste dat je foutloos het parcours kunt springen. Die kant van de sector zal dus minder te beïnvloeden zijn door 'het perfecte plaatje'.

Theoretisch kader

In deze paragraaf zal het vooronderzoek naar de paardensport en het gebruik van social media worden toegelicht. Ten slotte zal er worden aangegeven wat de kennis is die ontbreekt betreffende dit onderwerp en wat er nog moet worden onderzocht in de zogenoemde 'knowledge gap'.

Paardensport In Nederland

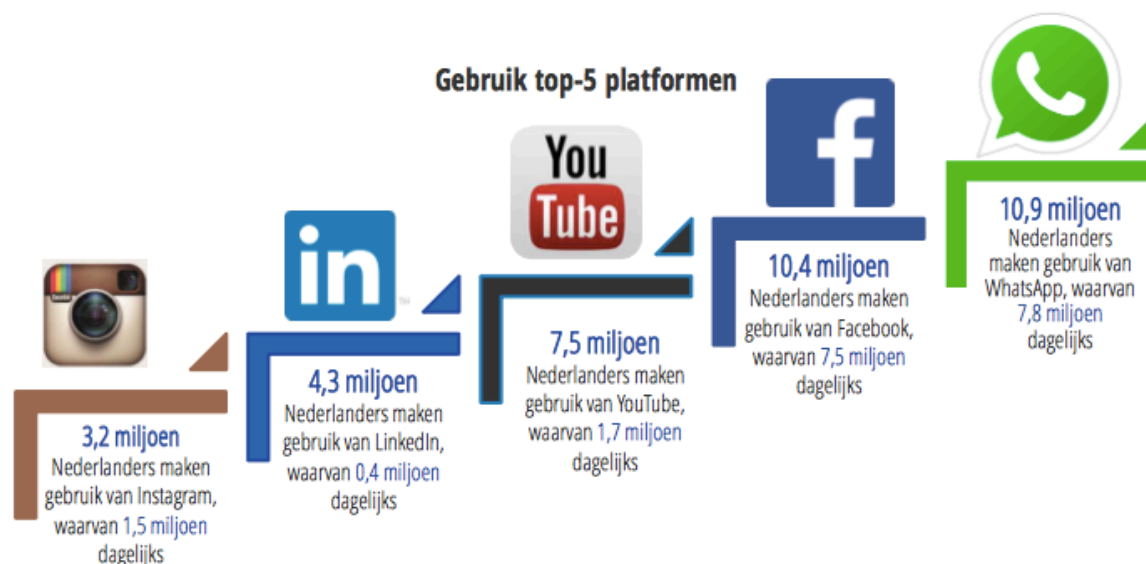
De dressuursport is in Nederland erg groot en bloeiend. Er zijn bijna 500.000 ruiters, waarvan 200.000 lid zijn van de KNHS (Koninklijke Nederlandse Hippische Sportfederatie). 50.000 van deze 200.000 leden zijn wedstrijdruiters. Jaarlijks worden

zo'n 7300 evenementen georganiseerd, wat goed is voor 765.000 wedstrijdstarts (verdeeld over 8 disciplines). Het aanzien van de paardensport in Nederland is erg hoog, omdat de topsporters goede prestaties leveren. Op de laatste Wereldruiterspelen in Caen (Frankrijk) brachten Nederlandse paardensporters 18 medailles terug naar huis. (KNHS)

Social media gebruik in Nederland

Het bedrijf Newcom is al sinds 2010 bezig met onderzoek doen naar het gebruik van social media in Nederland. Jaarlijks nemen zij een enquête af, welke in 2017 door 8194 respondenten werd ingevuld. Uit dit onderzoek blijkt onder andere welke platformen het meest gebruikt worden en met welke frequentie.

In 2016 werd verwacht dat ouderen meer social media zouden gaan gebruiken, Instagram Twitter in zou halen qua totaal en dagelijks gebruik en dat Facebook haar groeipotentieel onder jongeren zou bereiken. Uit de enquête bleek dat in 2017 WhatsApp (net zoals in het voorgaande jaar) het grootste social media platform was, gevolgd door Facebook en Youtube. In onderstaand figuur is de top 5 te zien inclusief getallen over totaal en dagelijks gebruik.



Figuur 2.1 Gebruik top-5 platformen 2017

In een ander figuur uit het onderzoek van Newcom is te zien dat alle platformen in de top 5 ruim gegroeid zijn.

		2016	2017	% verandering in 2017 t.o.v. 2016
	Dagelijks gebruik	7,0 miljoen	7,8 miljoen	+11%
	Dagelijks gebruik	6,8 miljoen	7,5 miljoen	+10%
	Dagelijks gebruik	1,3 miljoen	1,7 miljoen	+31%
	Dagelijks gebruik	0,3 miljoen	0,4 miljoen	+33%
	Dagelijks gebruik	992.000	1,5 miljoen	+50%

Figuur 2.2 Toename dagelijks gebruik top 5 platformen 2017

Het social media gebruik van de Nederlanders verschilt per leeftijd. In onderstaande tabel van Newcom is te zien het percentage van de Nederlanders per leeftijdscategorie per platform te zien.

% gebruik	15-19 jaar	20-39 jaar	40-64 jaar	65 - 79 jaar	80+
	96%	93%	85%	61%	36%
	80%	89%	77%	68%	61%
	86%	72%	51%	38%	26%
	13%	47%	35%	15%	7%
	66%	36%	17%	7%	3%

Tabel 2.1 Gebruik social media platforms per leeftijdscategorie 2017

Uit het onderzoek zijn een aantal highlights geformuleerd door Newcom:

1. WhatsApp is het grootste platform in 2017, Facebook en YouTube blijven groeien
2. Instagram stijgt relatief het sterkst en is de top-5 binnengedrongen
3. Facebook groeit met name onder ouderen, daling van 8% onder jongeren van 15-19 jaar in 2017
4. LinkedIn is niet gegroeid in aantal gebruikers. Dagelijks gebruik iets toegenomen. Qua dagelijks gebruik is LinkedIn het 7^e platform in Nederland
5. Daling Twitter in 2016 heeft niet doorgezet (ook geen stijging)
6. Instagram en SnapChat blijven groeien en zijn met name populair onder jongeren
7. Het gebruik van social media blijft stijgen, zorgen om privacy blijven hoog.

(N. van der Veer, 2017)

Paardensport en social media

Social media wordt steeds bekender onder paardensporters en paardensportliefhebbers. Zo'n 750 miljoen mensen wereldwijd volgen de paardensport om op de hoogte te blijven van de ontwikkelingen en prestaties. Een bekend social media kanaal onder de paardensporters is YouTube. Zo trekt het kanaal PaardenpraatTV maandelijks 2,5 miljoen (jonge) kijkers. Ook Facebook is een populair kanaal. Zo heeft de KNHS ruim 55.000 volgers. (KNHS)

Naast Facebook en YouTube is Instagram ook een populair kanaal. Wanneer je hierin het woord '#horse' of '#dressage' intypt, zie je dat er al 18.7 miljoen posts zijn voor '#horse' en 2 miljoen posts voor '#dressage' zijn geplaatst. (Eigen onderzoek Instagram, 2018). Deze 3 social mediakanalen zijn in de paardensport het bekendst. Facebook heeft in totaal wereldwijd 1,79 miljard maandelijkse actieve gebruikers (waarvan 10,4 miljoen in Nederland) en zelfs 1,18 miljard dagelijks actief zijn. Instagram heeft 600 miljoen maandelijkse actieve gebruikers (waarvan 3,2 miljoen in Nederland). (Oosterveer, 2017) Ook YouTube blijft groeien in Nederland, met 300.000 extra maandelijkse gebruikers. In totaal gebruiken nu 7,5 miljoen Nederlanders YouTube en wereldwijd ruim 1 miljard. (Lamers, 2017)

Waarom social media?

De laatste jaren is social media een groot en vanzelfsprekend deel van het dagelijks leven geworden en het niet gebruiken komt vaak niet eens meer bij men op. In het

artikel 'social media: contact, fun en informatie' heeft schrijver Marco Dekkers een klein onderzoek gedaan onder 14 collega's om een beeld te schetsen. Uit hun antwoorden kwamen enkele motieven naar voren waarom zij social media gebruiken. Enkele van deze antwoorden waren:

- Op de hoogte blijven van nieuws van vrienden en familie
- Ontwikkelingen in je vakgebied volgen
- Netwerken (bijvoorbeeld via een LinkedIn profiel)
- Jezelf een podium geven (social media is een platform waar men zichzelf kan etaleren door bijvoorbeeld een bericht op Facebook te plaatsen of een LinkedIn profiel te hebben)
- Kuddegedrag
- Voor de fun

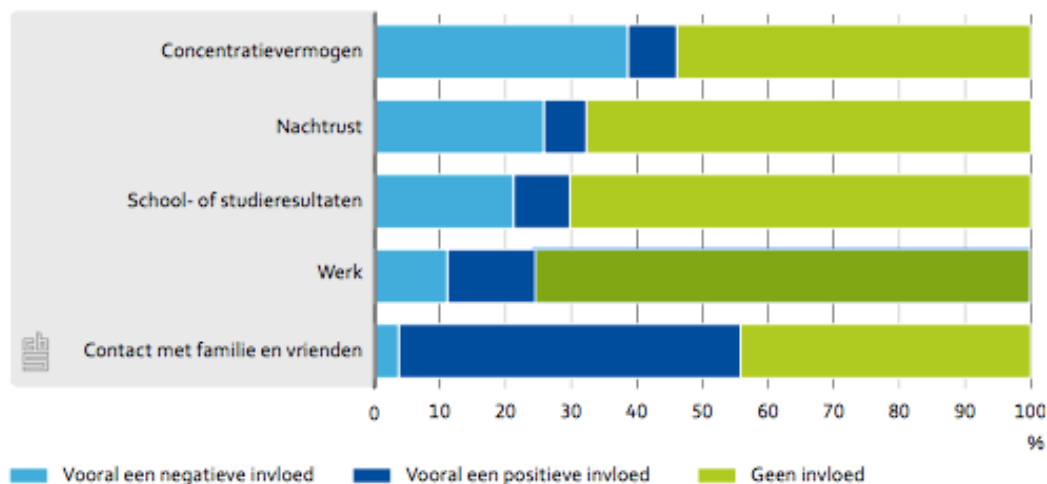
(Dekkers, 2011)

Digitale revolutie

In de historie zijn al meerdere revoluties te zien, zoals de industriële revolutie, waarbij een verschuiving was van een landbouwsamenleving naar een industriële samenleving. Van deze industriële samenleving is een verschuiving naar de huidige kennis-/ informatiesamenleving te zien. Al deze verschuiving zijn van invloed op de manier waarop de mens leeft, leert en werkt. Omdat informatie en communicatietechnologie steeds groter wordt, krijgt de huidige kennissamenleving steeds meer vorm. In deze samenleving ligt kennis altijd voor de hand aangezien dagelijks grote hoeveelheden informatie worden toegevoegd aan het internet. Ook leert men in deze kennissamenleving door nieuwe informatie en inzichten te combineren met wat je al weet. Vroeger was de economie vooral gericht op industrie en producten, tegenwoordig is dit steeds meer op diensten en innovatie, ook wel kenniseconomie genoemd. Het internet is de bron van kennis en is als communicatiekanaal altijd en overal beschikbaar. (Oetelaar, 2012)

De invloed van social media op de mens

Uit het onderzoek 'Jongeren over social media' van Kloosterman en van Beuningten onder jongeren tussen den 12 en 25 jaar (onder wie social media veruit het populairst is en welke leeftijd het makkelijkst te beïnvloeden is), blijkt dat social media zowel positieve als negatieve invloed heeft op het concentratievermogen en verschillende levensaspecten zoals studieresultaten en nachtrust. Toch geeft een groot deel van de jongeren aan hier zelf geen invloed van ervaren, enkel betreffende het contact met familie en vrienden. Negatieve invloeden zijn volgens de groep jongeren dat hun concentratievermogen negatief beïnvloed wordt (39%) en ruim een vijfde geeft aan dat social media negatieve effecten heeft op hun studieresultaten. Een kwart van de jongeren geeft aan dat social media als negatief effect heeft dat het hun nachtrust verslechterd. Dit omdat zij voor het slapen gaan nog even op social media kijken en daar uiteindelijk langer mee bezig zijn en dus korter kunnen slapen.



Figuur 2.3 resultaten onderzoek 'Jongeren over social media'

Meisjes ervaren social media meer als een negatieve invloed op hun concentratievermogen, studieresultaten en nachtrust dan jongens. Er is vooral verschil te zien in het concentratievermogen, 45 procent van de meisjes ervaart social media als een negatief effect hierop tegen 32 procent van de jongens. (Kloosterman & van Beuningen, 2015)

Vrijwel alle jongeren gebruiken social media (99%), waarvan 51% 1 tot 3 uur per dag actief is en 8 procent dagelijks 5 uur of langer. Bijna een kwart van de meisjes kan niet zonder WhatsApp, Facebook of Instagram blijkt uit onderzoek van het Centraal Bureau voor de Statistiek. Wanneer jongeren ergens zijn waar ze niet online kunnen, vinden zij dit vervelend. Jongeren geven aan dat zij een goed gevoel geven als anderen hun posts liken, retweeten of sharen en vinden het prettig om veel contacten te hebben. Jongeren geven als redenen voor het gebruik van social media aan:

- Vind ik leuk
- Contact met anderen
- Verveling
- Kijken naar anderen
- Geen info missen

Tussen het social media gebruik van jongens en meisjes zit veel verschil. Meisjes gebruiken social media om contact met anderen te onderhouden, jongens vooral als entertainment. (van Loon, 2015)

Psychologie van beïnvloeding via social media

Dat social media invloed heeft op de mens is al gebleken uit voorgaand onderzoek. Waarom gedragen mensen zich zoals ze doen, wat zijn de beïnvloeders van en de mechanismen achter dit gedrag? In het artikel 'Psychologie van beïnvloeding via social media' geeft schrijver Mischa Coster hier antwoord op.

Door social media is het bijvoorbeeld mogelijk geworden dat bedrijven 1 op 1 kunnen communiceren met de doelgroep. Met militaire precisie kan een bericht wat je plaatst op bijvoorbeeld Facebook bij een gewenste doelgroep terecht komen. De komst van social media heeft gezorgd voor een geheel nieuwe dimensie op de beïnvloeding van menselijk gedrag via media.

In de psychologie van social media zijn 6 beïnvloedingsprincipes, ofwel 6 manieren waarop menselijk gedrag beïnvloed kan worden. In het artikel worden deze principes toegelicht. Hieronder zullen deze kort toegelicht worden.

1. Wederkerigheid

Op social media is het van belang om anderen wat te geven, zoals informatie of het delen van inzichten, dit kan zowel gevraagd als ongevraagd zijn. Op het moment dat jij zelf iets nodig hebt, zijn mensen eerder geneigd om jou wat terug te geven.

2. Commitment en consistentie

Mensen willen in overeenstemming leven met hun woorden, daden en attitudes. Wanneer je A zegt, zeg je waarschijnlijk ook B. Wanneer je op social media bijvoorbeeld een vraag stelt, zou je daarna ook door moeten vragen. Anders kom je niet consistent over en is het zonde van de inspanning als er geen vervolg komt.

3. Sociale bewijskracht

Mensen denken en handelen op basis van wat anderen denken/doen. Op Instagram komen de influencers steeds meer op en krijgen steeds meer volgers. Wanneer men ziet dat zo een persoon veel volgers heeft, zal de drang om ook te gaan volgen groter zijn. Dit is het meest van toepassing als die anderen gelijksoortig zijn, ofwel als mensen zich herkennen in wat de anderen gedaan hebben.

4. Sympathie

Mensen zullen eerder ja zeggen tegen personen die ze kennen of sympathie voor voelen. In het geval van social media gaat sympathie om fysieke, soortgelijke en/of associatie (met wie verbind jij jezelf?). Een voorbeeld van sympathie is LinkedIn, de connecties die je hierop hebt maken de mate waarin jij interessant bent voor een deel. Het is belangrijk dat onder andere je profielfoto, 'bio' en posts aantrekkelijk overkomen.

5. Autoriteit

Mensen zijn geneigd te doen wat een autoriteit zegt. Wanneer men een bericht van een autoriteit ziet op social media zal hij dit meestal geloven en zich wellicht ook hierdoor laten beïnvloeden. Door veel informatie te delen met je volgers, kan dit zelfs leiden tot een expertstatus. Hierdoor wordt het eenvoudiger om te communiceren en om je publiek mee te laten bewegen in jouw richting.

6. Schaarste

Mensen hechten meer waarde aan zaken die moeilijk verkrijgbaar zijn, zaken zoals informatie. Zorg op social media ervoor dat je informatie achter de hand houdt of een lekkermakertje geeft aan je volgers. Mensen zullen dan moeite doen om aan de schaarste informatie te komen.

(Coster, 2010)

Sociale samenhang door social mediagebruik

Bij het introduceren van social media waren zowel positieve als negatief geluiden te horen (net zoals destijds bij de televisie). Er werd gevreesd dat mensen minder met elkaar om zouden gaan als zij meer tijd door zouden brengen achter de computer, wat zou leiden tot sociaal isolement. Anderzijds werd verwacht dat veel internetgebruik voor een grotere vriendenkring en versterking van bestaande vriendschappen zou leiden. Ondertussen is gebleken dat er een vervlechting is van offline en onlinenetwerken, waarbij internet zorgt voor het versterken en aanvullen van bestaande sociale contacten. Ook is gebleken dat het meer tijd besteden aan internet niet leidt tot minder tijd voor sociale contacten. Dat internetgebruik bijdraagt aan sterkere vriendschappen, blijkt uit dat mensen die vaak social media gebruiken aangeven vaker bij mensen terecht te kunnen met persoonlijke problemen. (SCP, 2015)

Dierenwelzijn en social media

Social media heeft grote invloed op de visie van het algemeen publiek op de paardensport. Tijdens de Olympische Spelen van 2012 werden foto's gemaakt door het publiek van ruiters die hyperflexie (het overmatige buigen van de hals van het paard waardoor gewricht- en werverschade kan ontstaan) zouden toepassen tijdens het losrijden. De foto's werden vervolgens via social media verspreid. Dit soort voorvallen leiden tot maatschappelijke druk op het dierenwelzijn in de paardensport. (Paardenkrant-Horses.nl, 2013)

Knowledge gap

Onder de paardensporters is social media heel bekend en veel zijn actief op kanalen als YouTube, Facebook en Instagram. Uit onderzoek is gebleken dat social media invloed heeft op de mens (in dit specifieke onderzoek jongeren) op gebieden als concentratievermogen, studieresultaten en nachtrust. Er is dus bewezen dat social media effect heeft op de mens en prestaties kan verminderen. Er is echter niet bekend wat het effect van social media is op de prestaties in de paardensport. Om de kwaliteit van de paardensport te waarborgen, is het belangrijk dat het effect en de mate daarvan bekend wordt onder de paardensporters. Om als land mee te kunnen blijven draaien op het hoogste niveau, is het van belang om goede ruiters en amazones te behouden en talenten te benutten.

Afbakening

Voor dit onderzoek zal vooral gericht worden op de dressuursport, omdat hierin het idee van 'het perfecte plaatje' het hoogst is. Echter worden alle disciplines meegenomen, omdat social media uiteindelijk op de mentale gesteldheid van elke paardensporter (ongeacht discipline) invloed heeft. Belanghebbende van dit onderzoek zijn paardrijdende social mediagebruikers, organisaties zoals de KNHS en instructeurs/trainers. Voor al deze partijen is het belangrijk om te weten wat voor invloed social media heeft op de sport, maar ook op het dierenwelzijn. Elke paardensporter streeft naar een happy athlete, maar is een paard nog wel een happy athlete op het moment dat social media invloed heeft op de sport en het welzijn? Of kan social media juist positieve invloed hebben op het dierenwelzijn?

Hoofdvraag en deelvragen

Voor het uitvoeren van dit onderzoek is gewerkt vanuit een hoofdvraag met enkele daarbij behorende deelvragen. De hoofdvraag luidt als volgt:

‘Wat is de invloed die de beschikbare informatie op social media heeft op de prestaties in de paardensport?’

Om antwoord te kunnen geven op deze hoofdvraag zijn enkele deelvragen opgesteld. Naar deze deelvragen wordt onderzoek gedaan en aan de hand van de uitkomsten wordt een conclusie gemaakt om zo de hoofdvraag te beantwoorden. De deelvragen luiden als volgt:

- Op welke manier kan social media invloed hebben op de paardensporters?

Met de eerste deelvraag wordt onderzocht op welke manier social media invloed kan hebben op de paardensporters, dit kan zowel positief als negatief zijn. Ook moet deze deelvraag antwoord geven wat voor invloeden dit kunnen zijn. Uit vooronderzoek is al gebleken dat social media sociale bewijskracht en sympathie kan veroorzaken, is dit voor de paardensport ook van toepassing?

- Is het social mediagebruik terug te zien in de wedstrijdprestaties?

Uit vooronderzoek is gebleken dat social media onder andere invloed kan hebben op studieresultaten en concentratievermogen bij jongeren. Deze deelvraag moet antwoord geven of dit ook van toepassing is op de prestaties op wedstrijd. Worden deze beter of juist slechter?

- Voor welke doeleinden gebruiken paardensporters social media?

Uit vooronderzoek is gebleken dat mensen social media onder andere gebruiken om bijvoorbeeld op de hoogte te blijven van nieuws van vrienden en familie, jezelf een podium kunnen geven, door kuddegedrag en voor de fun. Ook de besproken psychologische aspecten van social media gebruik zijn van toepassing op deze deelvraag. Maar voor welke andere motieven gebruiken paardensporters social media? Om hun kennis te verbreden bijvoorbeeld? Deze deelvraag moet hier antwoord op geven. Door deze vraag te stellen kan bepaald worden of er samenhang is tussen de invloed van social media (deelvraag 1) en de doeleinden van paardensporters.

- Wat zijn de voornaamste redenen waarom paardensporters ‘het perfecte plaatje’ willen verkrijgen?

Deze deelvraag zal onderzoeken waarom ‘het perfecte plaatje’ steeds belangrijker wordt in de dressuursport. Deze deelvraag kan ook antwoord geven over het dierenwelzijn, omdat duidelijk kan worden wat er van het paard verwacht wordt en of dit wel leidt tot een happy athlete. Deze deelvraag is ook te koppelen aan de psychologische aspecten zoals besproken in het theoretisch kader.

Doelstelling

De doelstelling van dit onderzoek luidt als volgt: 'Het schetsen van een beeld van de invloed van social media op de prestaties in de paardensport'.

Uit het resultaat van het onderzoek moet blijken welke positieve als wel negatieve invloeden social media heeft op de paardensport. Daarnaast moet ook blijken of de paardensporters zich bewust zijn dat social media invloed heeft op de prestaties in de dressuursport en wat er daarnaast gedaan zou kunnen worden om de invloed van social media te verminderen/tegen te gaan.

De resultaten van het onderzoek moeten, waar mogelijk, tot een advies voor een verbetering van de sportprestaties leiden. De paardensporters worden zich bewuster van de zowel positieve als negatieve invloeden van social media op de sportprestaties. Door het effect en de mate daarvan bekendheid te geven in de paardensport, kan dit bijdragen aan een goede toekomst voor de sport.

De doelgroep van dit onderzoek zijn alle wedstrijdrijdende paardensporters die actief zijn op social media. Met wedstrijdrijdende paardensporters worden de ruiters/amazones bedoeld die zowel af en toe als regelmatig KNHS-wedstrijden rijden. Er is specifiek gekozen voor enkel KNHS en niet FNRS, omdat de KNHS voor eigen paarden is. Deze paarden worden met een specifiek doel getraind (bijvoorbeeld het Z-dressuur bereiken), in tegenstelling tot FNRS-wedstrijden, waarbij manegepaarden worden ingezet om met manegeklanten een onderlinge wedstrijd te laten rijden. Daarom zijn enkel KNHS-wedstrijden relevant voor dit onderzoek. Actief zijn op social media houdt in dat men een account heeft op bijvoorbeeld Facebook of Instagram en regelmatig een kijkje neemt op dit medium en/of berichten plaatst.

Hoofdstuk 3 || Materiaal en Methode

In dit hoofdstuk is de werkwijze van het onderzoek besproken. Allereerst komt de proefopzet aan bod. Vervolgens zou er worden ingegaan op het gebruikte materiaal en de methoden. Het hoofdstuk wordt afgesloten met een planning.

Opzet onderzoek

Om de onderzoeksvraag correct te kunnen beantwoorden aan de hand van de opgestelde deelvragen is een enquête afgenomen bij de doelgroep. Het doel van deze is een zo duidelijk mogelijk beeld te verkrijgen om antwoord te kunnen geven op de opgestelde deelvragen. Aan de hand van deze antwoorden kan de hoofdvraag van het onderzoek beantwoord worden.

Methoden

De methode die voor het onderzoek gebruikt is, is allereerst een enquête die bij 154 respondenten afgenomen is om zo een realistisch beeld te vormen. Een enquête is een kwantitatief onderzoek, de resultaten zullen na het ontvangen van genoeg respondenten worden verwerkt om uiteindelijk een schaalverdeling mee te kunnen maken.

Naast de enquête is met een tweetal professionals uit de paardensport een interview gehouden. Een van de ondervraagden is Anne Loosveld, oprichter van Equine Support International, allround instructrice en dressuuramazone op Lichte Tour niveau. De andere ondervraagde is Arjen de Jong, manege/pensionstaleigenaar, handelaar en instructeur. Door deze professionals te interviewen kan ook een kwalitatief onderzoek uitgevoerd worden.

Aan de hand van de resultaten van de afgenomen enquête en de interviews kunnen zowel de hoofdvraag als de deelvragen beantwoord worden. Door het uitvoeren van zowel het kwantitatief en kwalitatief onderzoek, wordt enkel juiste informatie verwerkt in het eindproduct. Bij het opstellen van de enquête- en interviewvragen moet worden gezorgd dat de vragen voor de respondenten te begrijpen zijn. Wanneer de respondent de vraag verkeerd opvat, dan wel niet snapt, is het gegeven antwoord niet valide en dus niet betrouwbaar. Het onderzoek is valide op het moment dat gemeten is wat gemeten moest worden met de enquête- en interviewvragen.

Materiaal

Binnen dit onderzoek vallen de respondenten onder het materiaal. Deze respondenten zorgen ervoor dat het gewenste resultaat van het onderzoek behaald kan worden. De middelen die gebruikt zijn om de enquête te verspreiden zijn social media zoals Facebook, Instagram en e-mail.

De respondenten bestaan uit alle mensen actief/betrokken zijn in de wedstrijd(dressuur)sport (ongeacht het niveau) en op social media (of juist niet om bepaalde redenen). Bij de introductietekst van de enquête is dit duidelijk aangegeven worden, om zo van tevoren al te kunnen zorgen dat de respondenten gefilterd worden. Wanneer mensen zien dat de enquête niet voor hen van toepassing is, zullen zij de enquête niet invullen en wordt het onderzoek betrouwbaarder omdat enkel de juiste doelgroep ondervraagd is. De enquêtevragen zijn opgesteld aan de hand van de knowledge gap en de deelvragen.

Deelvragen

Per deelvraag zal kort toegelicht worden hoe het antwoord op deze vraag verkregen zal worden.

- Op welke manier kan social media invloed hebben op de paardensporters?

Deze vraag kan beantwoord worden door middel van de kwantitatieve enquête die uitgezet wordt onder de paardensporters. Dit kwantitatieve onderzoek zorgt ervoor dat een beeld geschetst kan worden van de invloed van social media en een schaalverdeling gemaakt kan worden. In de enquête worden enkele vragen gesteld over deze deelvraag, zoals:

- Vindt u dat social media invloed heeft op uw kijk op de paardensport?
- Bent u door social media anders gaan kijken tegen de training van uw paard?
- Ervaart u positieve, dan wel negatieve invloed van social media op uw prestaties in de paardensport?
- Kunt u twee positieve en twee negatieve invloeden van social media op u als paardensport benoemen?

Naast beantwoording door middel van de kwantitatieve enquête, worden de hierboven genoemde vragen ook in het interview gesteld. Zo worden zowel cijfers verkregen als kwalitatieve antwoorden, waardoor het onderzoek betrouwbaarder wordt.

- Is het social mediagebruik terug te zien in de wedstrijdprestaties?

Voor deze vraag zal zowel de enquête als een interview gebruikt worden. Om te weten te komen hoe de paardensporters dit ervaren, zullen de respondenten in de enquête hier een aantal vragen over gesteld krijgen, namelijk:

- Vindt u dat de invloeden van social media terug te zien zijn in uw wedstrijdprestaties?
- Ervaart u positieve, dan wel negatieve invloed van social media op uw prestaties in de paardensport?
- Kunt u twee positieve en twee negatieve invloeden van social media op u als paardensport benoemen?

Deze vraag zal ook aan een jury en instructeur voorgelegd worden, om zo de invloed van social media op wedstrijdprestaties vanuit meerdere invalshoeken te bekijken. In deze vraag is het interview belangrijker, paardensporters zullen zich minder snel bewust zijn van de invloed op wedstrijdprestaties. Een jurylid en instructeur zullen hier wellicht meer inzicht op hebben en dus zorgen voor een meer betrouwbare uitkomst.

- Voor welke doeleinden gebruiken paardensporters social media?

Deze deelvraag zal ook met de enquête beantwoord worden, door aan de respondenten de volgende vragen te stellen:

- Hoeveel tijd besteedt u per dag op social media?
- Voor elke doeleinden maakt u gebruik van social media?

Door deze vragen te stellen wordt duidelijker waarom paardensporters hoeveel tijd zij doorbrengen op social media en waarom zij actief zijn op social media. De vraag hoeveel tijd iemand doorbrengt is ook van belang bij deze deelvraag, omdat iemand

die weinig tijd doorbrengt op social media minder waarde zal hechten aan de gebruiksdoeleinden dan iemand die veel tijd doorbrengt op social media. Voor deze deelvraag wordt vergeleken met het vooronderzoek, omdat hier al deels antwoord gegeven is op deze vraag.

- **Wat zijn de voornaamste redenen waarom paardensporters 'het perfecte plaatje' willen verkrijgen?**

Deze deelvraag zal ook door middel van de enquête worden beantwoord, door deze vraag door een kwantitatief onderzoek te beantwoorden kan een duidelijk beeld geschetst worden wat de voornaamste redenen zijn. Hiervoor wordt aan de respondenten de volgende vraag gesteld:

- Merkt u zelf wel eens dat u de hiervoor beschreven situatie heeft in de training van uw paard? (Bij deze vraag zal een korte uitleg gegeven worden over wat het perfecte plaatje is, om zo te voorkomen dat de respondent de vraag niet snapt en niet naar betrouwbaarheid kan invullen).
- Waarom denkt u dat 'het perfecte plaatje' zo belangrijk is geworden in de paardensport?

Ook zal dezelfde vraag worden gesteld in het interview om, net zoals bij deelvraag twee tot een zo betrouwbaar mogelijk antwoord te komen.

Hoofdstuk 4 || Resultaten

In dit hoofdstuk zijn de resultaten van het onderzoek naar de invloed van social media op de paardensport verwerkt. De resultaten zijn onderverdeeld naar de deelvragen welke in hoofdstuk 1 zijn opgesteld. Onderstaand zijn de deelvragen nogmaals weergegeven:

- Op welke manier kan social media invloed hebben op de paardensporters?
- Is het social mediagebruik terug te zien in de wedstrijdprestaties?
- Voor welke doeleinden gebruiken paardensporters social media?
- Wat zijn de voornaamste redenen waarom paardensporters 'het perfecte plaatje' willen verkrijgen?

Met deze deelvragen zal uiteindelijk de hoofdvraag beantwoord worden. De hoofdvraag luidde als volgt:

'In welke mate heeft social media effect op de prestaties in de dressuursport?'

Voor het onderzoek is een enquête opgesteld met 15 vragen die aansluiten bij bovengenoemde deelvragen. De enquête is door 154 respondenten ingevuld. Meer informatie over de afgenomen enquête en de uitkomsten hiervan komen aan bod in de hierna volgende paragrafen. De gehele enquête is te vinden in de bijlage.

Naast de enquête zijn ook twee interviews afgenomen. De resultaten hiervan zijn per deelvraag verwerkt in de paragrafen. De interviewvragen zijn terug te vinden in de bijlage.

4.1 Algemeen

In de enquête zijn enkele algemene gegevens gevraagd om een beeld te schetsen van de ondervraagde groep. Deze vragen zijn als volgt:

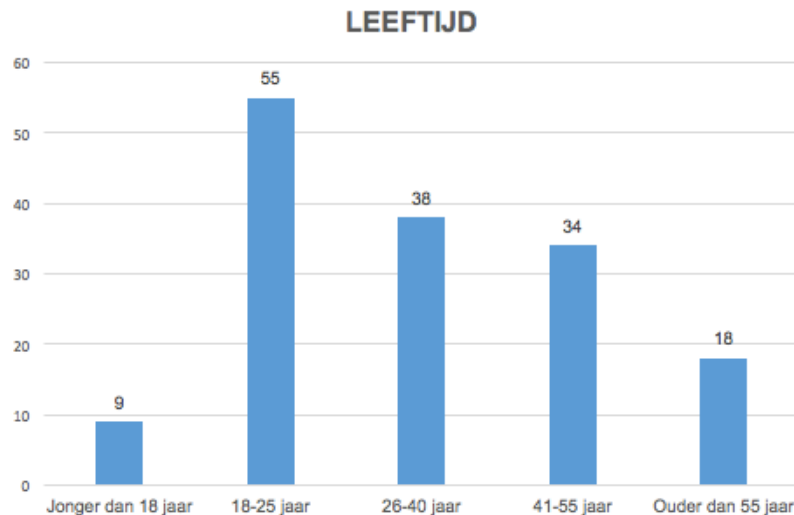
- Wat is uw geslacht?
- Wat is uw leeftijd?
- Heeft u een eigen paard?
- Bent u actief in de wedstrijdspan?
- In welke discipline bent u actief?
- Bent u actief op social media?
- Hoeveel tijd besteedt u per dag op social media?

Allereerst is de vraag gesteld wat het geslacht is van de respondenten. Hieruit bleek dat het overgrote deel van de respondenten vrouwen was, namelijk 89%, tegenover 11% mannelijke respondenten. In tabel 4.1.1 zijn deze gegevens terug te vinden.

Tabel 4.1.1. Geslacht

Geslacht	Aantal respondenten	Percentage
Vrouw	137	89%
Man	17	11%

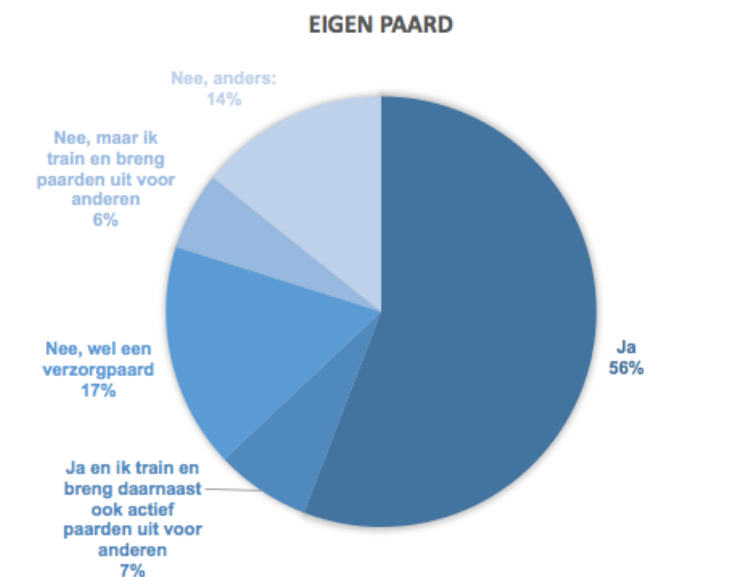
In figuur 4.1.2 zijn de antwoorden te vinden op de vraag: 'Wat is uw leeftijd?' Er is gekozen om ook de optie jonger dan 18 te geven, omdat deze leeftijdscategorie ook al actief is op social media. In onderstaand figuur is duidelijk te zien dat het grootste gedeelte van de respondenten tussen de 18 en 25 jaar was (55 respondenten), gevolgd door 26-40 jaar (38 respondenten). De kleinste groep waren de respondenten onder de 18 jaar (9 respondenten).



Figuur 4.1.2. Leeftijd

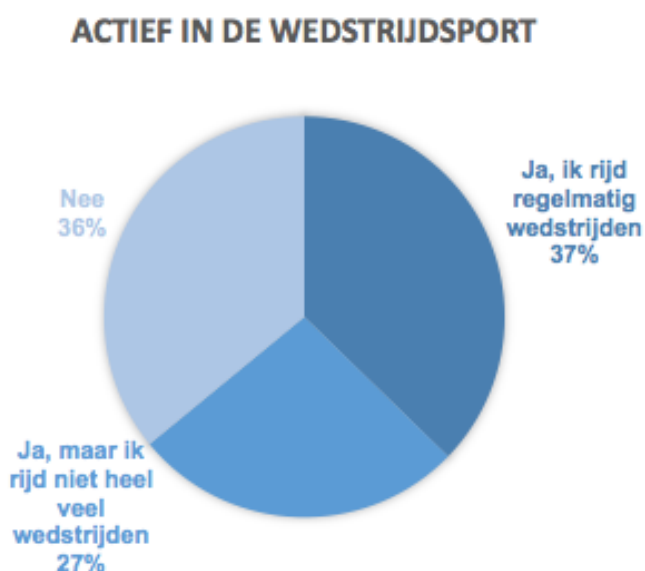
Voor het schetsen van een goed beeld van de respondenten is hen gevraagd of zij een eigen paard hebben. Bij de antwoordmogelijkheden is ook rekening gehouden met ruiters/amazones die geen eigen paard hebben, maar wel voor iemand anders een paard rijden. Ook is er ruimte gegeven om een ander antwoord op te geven.

De resultaten op deze vraag waren dat 56% aangeeft een eigen paard te bezitten. 7% zegt zelf een paard te hebben en daarnaast ook actief paarden voor anderen te trainen en uit te brengen. 17% van de respondenten heeft geen eigen paard, maar wel een verzorgpaard en 6% traint en brengt enkel paarden voor anderen uit. Ook de antwoordoptie 'Nee, anders:' werd gebruikt, 14% vulde dit in. De antwoorden die hierbij gegeven werden waren dat zij op een manege rijden (11 respondenten) en dat zij momenteel geen paard tot hun beschikking hebben (10 respondenten). In figuur 4.1.3 zijn deze resultaten visueel terug te vinden.



Figuur 4.1.3. Eigen paard

Een belangrijke vraag voor dit onderzoek is of de respondenten actief zijn in de wedstrijdssport, omdat het onderzoek gericht is op de invloed van social media op de wedstrijdprestaties. 37% van de ondervraagden gaf aan regelmatig wedstrijden te rijden, tegen 27% van de respondenten die wel wedstrijden rijden, maar dit niet heel veel doen. De overige 36% rijdt geen wedstrijden. Uit de vorige vraag of respondenten een eigen paard hebben kwam naar voren dat 10 respondenten geen paard tot hun beschikking hebben momenteel. Deze zullen waarschijnlijk nee ingevuld hebben, maar hebben in het verleden wellicht wel wedstrijden gereden toen zij nog een paard hadden. In figuur 4.1.4 zijn de resultaten visueel weergegeven.



Figuur 4.1.4 Actief in de wedstrijdssport

Ook is de vraag in welke discipline de respondenten actief zijn gesteld. Het grootste gedeelte van de respondenten geeft aan dressuur te rijden (57%), gevolgd door springen (23%). De kleinste groep waren de respondenten die aangaven te mennen (3%). De optie 'Anders, namelijk' was ook gegeven bij deze vraag, 10% koos hiervoor. Hieruit komen verschillende discipline naar voren:

Tabel 4.1.5. Andere disciplines

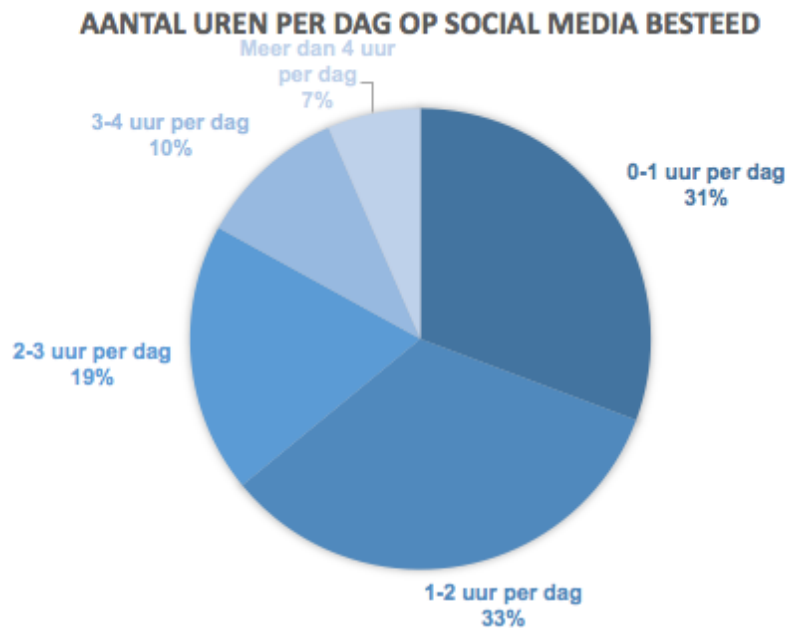
Discipline	Aantal respondenten
Carrousel	5
Horsemanship	1
Gangenpaard/ IJslander	3
Rijdt niet meer, maar kijkt nog graag	3
Recreatief	7
Voltige	1
Western/ Reining	3

Voor dit onderzoek is het belangrijk inzicht te krijgen of de respondenten actief zijn op social media, anders zouden de resultaten niet betrouwbaar zijn omdat de vragen dan niet aan de juiste doelgroep gesteld zijn. Uit deze vraag is gebleken dat 150 van de 154 actief is op social media en 4 respondenten niet. In tabel 4.1.6 zijn de resultaten terug te zien.

Tabel 4.1.6. Actief op social media

Actief op social media	Aantal respondenten	Percentage
Ja	150	97%
Nee	4	3%

De laatste vraag die voor het algemene beeld van de respondenten is gesteld is hoeveel tijd de respondenten per dag op social media besteden. Hieruit kwam naar voren dat de meeste respondenten (33%) 1 tot 2 uur per dag op social media doorbrengen, kort gevolgd door respondenten die 0 tot 1 uur per dag aan social media besteden (31%). Ook een relatief grote groep zijn de respondenten die 2 tot 3 uur per dag aan social media besteden (19%). Twee kleinere groepen geven zelfs aan nog meer tijd te besteden aan social media, respectievelijk 3 tot 4 uur (10%) en meer dan 4 uur (7%). Deze resultaten zijn visueel gemaakt in figuur 4.1.7.



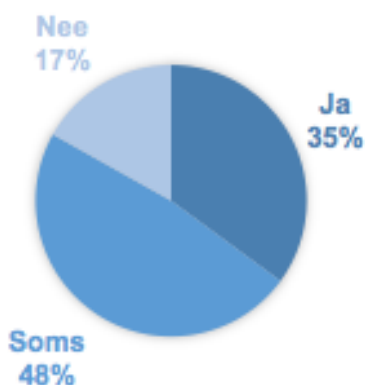
Figuur 4.1.7. Aantal uur per dag op social media besteed

4.2 Deelvraag 1 || ‘Op welke manier kan social media invloed hebben op de paardensporters?’

De eerste deelvraag in dit onderzoek is op welke manier social media invloed kan hebben op de paardensporters. Er wordt onderzocht of social media de kijk op de paardensport heeft veranderd, of paardensporters anders tegen de training van hun paard en of zij zelf positieve, dan wel negatieve invloeden ondervinden van social media op hun prestaties in de paardensport. Deze deelvraag wordt met behulp van zowel de enquête als de interviews beantwoord.

De eerste vraag die aan de respondenten gesteld is luidde: ‘Vindt u dat social media invloed heeft op uw kijk op de paardensport?’ Het grootste gedeelte van de respondenten (48%) gaf aan soms invloed te merken, gevolgd door 35% van de respondenten die ja zeiden op deze vraag. Slechts 17% gaf aan dat zij geen invloed van social media merken op hun kijk op de paardensport. 83% geeft dus aan (soms) invloed te ondervinden van social media op hun kijk op de paardensport. In figuur 4.2.1 zijn de resultaten van deze vraag visueel gemaakt.

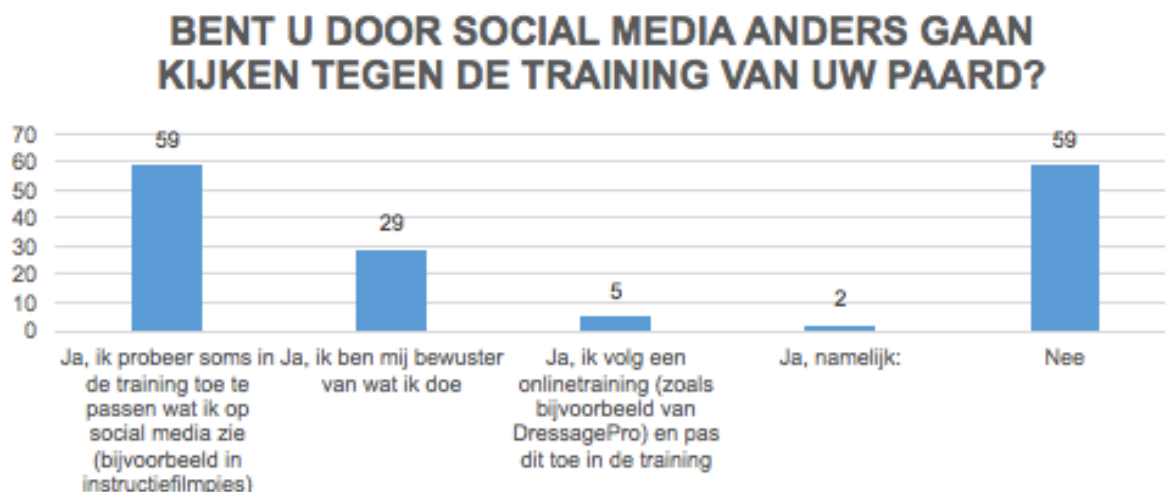
VINDT U DAT SOCIAL MEDIA INVLOED HEEFT OP UW KIJK OP DE PAARDENSPOORT?



Figuur 4.2.1 Kijk op de paardensport

Nu bekend is dat 83% invloed merkt op de manier waarop zij tegen paardensport aankijken, kan een stapje verder gemaakt worden naar de vraag of de paardensporters ook invloed merken op de training van hun eigen paard.

Deze vraag is voorgelegd aan de respondenten, waar de volgende resultaten uitkwamen. In deze vraag was meer verdeeldheid te zien. Enerzijds gaven 95 respondenten aan dat zij anders tegen de training van hun paard zijn gaan kijken door social media. Het grootste gedeelte van de ja-stemmers, 59 respondenten, probeert soms in de training toe te passen wat zij op social media zien in bijvoorbeeld instructievideo's. 29 respondenten zijn door social media (onder andere instructievideo's en gedeelde kennis) bewuster geworden van wat zij doen in de training. 5 respondenten gaven aan online een training te volgen zoals bijvoorbeeld DressagePro aanbiedt en dit ook in de trainingen toe te passen. Bij de keuzemogelijkheid 'Ja, namelijk' gaven 2 respondenten aan dat zij via social media meer mee krijgen over ontwikkelingen in voeding, ziektes of nieuwe producten, wat ook betrekking heeft op de training van het paard. Anderzijds gaven 59 respondenten aan niet anders te zijn gaan kijken op de training van hun paard door social media. De resultaten zijn in onderstaand figuur (4.2.2.) terug te vinden

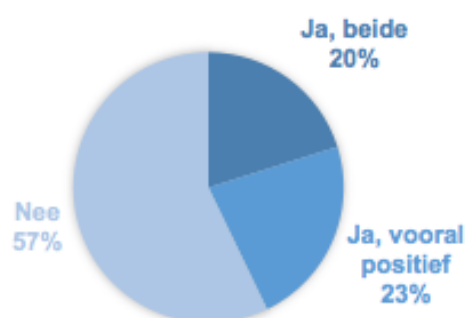


Figuur 4.2.2. Kijk op training van het paard

Als laatste enquêtevraag bij deze deelvraag is aan de respondenten gevraagd of zij positieve, dan wel negatieve invloeden merken van social media op hun prestaties in de paardensport. Deze enquêtevraag had voornamelijk betrekking op deelvraag twee, maar gezien respondenten ook bruikbare informatie hebben gegeven voor deze deelvraag, worden de resultaten die betrekking hebben op training en andere paard gerelateerde onderwerpen in deze paragraaf uitgewerkt.

Allereerst werd gevraagd of de respondenten positieve, dan wel negatieve invloeden ervaren op hun prestaties in de paardensport. Hierbij geeft het grootste gedeelte aan hier geen invloed op te merken (57%). 23% geeft aan vooral positieve invloeden te merken en 20% merkt zowel positieve als negatieve invloeden. Bij deze vraag was nog een vierde optie, namelijk 'Ja, vooral negatieve invloeden', echter is deze door geen van de respondenten gekozen. Zie figuur 4.2.3 voor de resultaten.

ERVAART U POSITIEVE, DAN WEL NEGATIEVE INVLOED VAN SOCIAL MEDIA OP UW PRESTATIES IN DE PAARDENSPOORT?



Figuur 4.2.3. Invloed op prestaties in de paardensport

Na het stellen van de voorgaande vraag, is aan de respondenten gevraagd voorbeelden te geven van positieve en negatief invloeden die social media heeft op de paardensport. In onderstaande tabel (4.2.4) is een overzicht te vinden van onderwerpen die geen betrekking hebben op wedstrijdprestaties, maar over de

paardensector in het algemeen. Allereerst worden de positieve invloeden genoemd, gevolgd door de negatieve invloeden.

Tabel 4.2.4. Positieve invloeden voorbeelden

Positieve invloed	Aantal respondenten
Op de hoogte blijven van ontwikkelingen	7
Handig communicatiemiddel	2
Contacten onderhouden	4
Delen/vinden van informatie	16
Educatie/ instructievideo's	9
Op de hoogte blijven van evenementen	2
Inspiratie opdoen voor trainingen	11
Blik verruimen	6
Welzijn (voeding/verzorging)	6

In de tabel is te zien dat het delen/vinden van informatie, het opdoen van inspiratie voor trainingen, educatie/instructievideo's en op de hoogte blijven van ontwikkelingen gezien wordt als positief op social media. Daarnaast vinden mensen het een handig communicatiemiddel en gebruiken het om contacten te onderhouden, op de hoogte te blijven van paardensport evenementen, om hun blik te verruimen en informatie over welzijn te verkrijgen.

Naast de zojuist genoemde positieve invloeden hebben de respondenten ook negatieve invloeden benoemd. Deze zijn in onderstaande tabel (4.2.5) terug te vinden.

Tabel 4.2.5. Negatieve invloeden voorbeelden

Negatieve invloed	Aantal respondenten
Negatief commentaar/ anderen afkraken	23
Onwetendheid (van niet-paardenmensen)	6
Jaloezie	3
Onjuiste/ te veel informatie	8
Onzekerheid onder paardensporters of paardrijden wel goed is door commentaar van mensen die paardrijden als dierenmishandeling zien	4
Heel veel discussie	2

Bij deze open vraag werd 23 keer aangegeven dat een negatieve invloed van social media is dat er veel negatief commentaar gegeven wordt en mensen elkaar makkelijk af kunnen kraken. De reacties in deze categorie lopen nog sterk uiteen, zo noemt de een dat mensen snel negatief reageren als je bijvoorbeeld een protocol van een wedstrijd plaatst waarop te zien is dat je 3en gescoord hebt, waar een ander als voorbeeld geeft dat snel 'slechte' foto's gedeeld worden om anderen virtueel aan de schandpaal te nagelen. Ook ervaren de respondenten dat er onjuist informatie op social media is, maar ook te veel informatie waardoor men door de bomen het bos niet meer ziet. Ook merken een aantal respondenten op dat er veel onwetende mensen op social media zijn die (negatief) commentaar geven, maar zelf geen/weinig kennis hebben. Ook jaloezie, heel veel discussie en onzekerheid onder paardensporters of paardrijden nog wel verantwoordelijk en goed is door commentaar van niet-paardenmensen die paardrijden als mishandeling zien worden genoemd bij deze vraag.

Naast de enquête zijn ook interviews gehouden betreffende dit onderwerp. Allereerst heeft Arjen de Jong zijn visie gedeeld op wat de invloed van social media op de

paardensporters is. Hij heeft aan dat hij social media een riskant middel vindt, omdat er makkelijk commentaar op gegeven kan worden. Zo geeft hij als voorbeeld dat een medewerker van de manege dacht een leuk filmpje te delen op social media, maar vervolgens heel veel commentaar kreeg omdat de paarden op de achtergrond (toentertijd) nog op stands stonden (vastgebonden aan een muur met weinig bewegingsruimte). Volgens Arjen ben je op social media zeer kwetsbaar door al het commentaar wat gegeven kan worden.

Ook in de instructievideo's ziet Arjen vooral negatieve punten. Arjen is naast de paardensport ook actief bezig met wapenvaardigheden. Hij gebruikt als voorbeeld dat op social media ook video's te vinden zijn over hoe men een wapen bijvoorbeeld schoon moet maken. Iedereen kan dit nadoen, maar wanneer de instructie uit het filmpje niet goed opgevolgd wordt en het wapen verkeerd in elkaar wordt gezet, kan dit tot gevaarlijke situaties leiden. Wanneer instructievideo's voor de paardensport verkeerd worden opgevat, kan het paard net zoals het wapen 'verkeerd in elkaar gezet worden', met andere woorden dus verkeerd getraind worden. Voor het beter worden van de paardensport vindt hij de instructievideo's geen geschikte bijdrage.

Ook Anne Loosveld geeft haar visie op welk manier social media invloed kan hebben op paardensporters. Zij geeft aan dat zij zeker vindt dat social media de kijk op de paardensport kan veranderen. Zo zijn er vaak rellen over het welzijn, veel mensen zijn het niet eens dat paarden worden gebruikt om op te rijden, vinden het zielig en sommigen noemen het zelfs dierenmishandeling. Deze rellen zorgen ervoor dat er onzekerheid ontstaat onder de paardensporters. Veel dingen die op social media geplaatst worden zijn nep volgens Anne, foto's krijgen een filter en worden waar nodig gefotoshopt. Deze 'perfecte foto's' zorgen voor onzekerheid, omdat men nooit kan halen wat op social media te zien is. Door de beelden op social media wordt de druk om goed te rijden en er bij te horen steeds groter. Anne is van mening dat social media positief kan zijn (elkaar aanmoedigen, positief beeld van de sport schetsen), maar tegenwoordig is het vooral negatief. Social media is een hele andere wereld, omdat men anoniem/ van achter een scherm negatief commentaar kan geven, daar waar zij dit in iemands gezicht veel minder snel zouden doen.

4.3 Deelvraag 2 || ‘Is het social mediagebruik terug te zien in de wedstrijdprestaties?’

Voor het uitwerken van deze deelvraag zijn meerdere vragen gesteld aan de respondenten. Daarnaast is deze deelvraag ook meegenomen in de interviews. Zoals al in de vorige paragraaf aangegeven, wordt voor deze deelvraag een zelfde vraag gebruikt in verband met de bruikbare gegeven informatie door de respondenten.

In figuur 4.2.3 is al te zien dat 57% van de respondenten geen positieve dan wel negatieve invloeden merken van social media op hun prestaties in de paardensport. 23% zegt vooral positieve invloeden te merken en 20% merkt zowel positieve als negatieve invloeden.

Op de vraag of de respondenten van positieve en negatieve invloeden op prestaties voorbeelden konden geven, werden zowel voorbeelden op het gebied van training en andere paard gerelateerde zaken als op wedstrijdgebied gegeven. De invloeden op training en andere zaken zijn reeds in paragraaf 4.2 genoemd. De voorbeeld op wedstrijdgebied zullen in onderstaande tabellen worden weergegeven. Ten eerste de positieve invloeden, gevolgd door negatieve invloeden.

Tabel 4.3.1. Positieve invloeden voorbeelden

Positieve invloeden	Aantal respondenten
Aanmoedigen/ complimenteren	9
Bewustwording	5
Op de hoogte blijven	8
Resultaten delen/volgen	5
Motivatie/ inspiratie	10
Feedback/ goede adviezen	4
Leren van wat anderen plaatsen	4

Bij deze open vraag konden respondenten vrij invullen wat zij positieve invloeden vonden op de wedstrijdprestaties. Zo werd op krijgen van motivatie/inspiratie door wat anderen plaatsen/bereiken als een positieve invloed gezien. Ook de aanmoedigingen en complimenten van volgers werd als positief ervaren en draagt volgens de respondenten bij aan het motiveren. Ook vinden de respondenten het fijn om op de hoogte te blijven van bijvoorbeeld nieuws vanuit de KNHS, wedstrijden in de omgeving, de kijk op de sport en nieuwe inzichten over het gebruik van hulpmiddelen/ het harnachement (bijvoorbeeld de discussie over te strakke neusriemen (Horses.nl, 2017)). Ook wordt aangegeven dat het delen en volgen van resultaten als positief ervaren wordt, net zoals de bewustwording van bijvoorbeeld hoe men presteert of wat men verwacht te zien. Daarnaast wordt ook nog het krijgen van feedback/goede adviezen en het leren van wat anderen op hun social media plaatsen als positief ervaren.

Naast de positieve invloeden, zijn ook voor de negatieve invloeden voorbeelden benoemd door de respondenten. In onderstaande tabel (tabel 4.3.2.) is hiervan een overzicht te zien.

Tabel 4.3.2. Negatieve invloeden voorbeelden

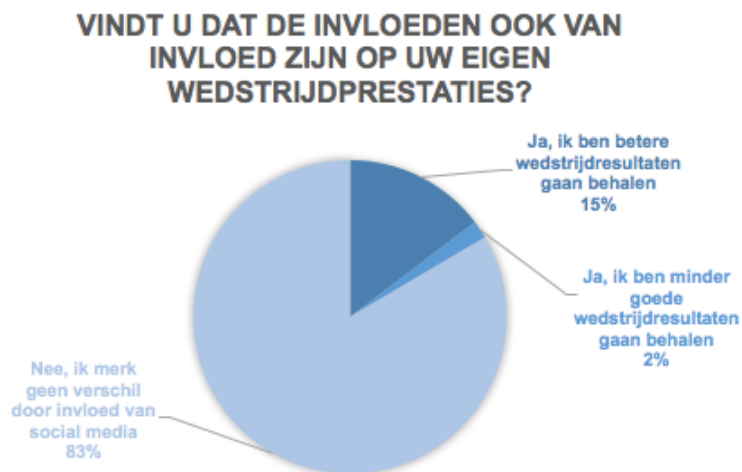
Negatieve invloeden	Aantal respondenten
Bewijsdrang/ prestatiedruk	7
Irritatie door veel goede resultaten van anderen	6
Jezelf vergelijken met ruiter/paard van ander niveau	8
Kritiek/ negatieve reacties	26

Veel respondenten benoemen dat er veel kritiek/negatieve reacties worden geplaatst op social media. Zo geeft een respondent aan wanneer men een foto plaatst die niet perfect is, mensen hier snel commentaar op hebben. Ook wordt het afbranden van elkaar meerdere malen genoemd. Ook benoemde de respondenten dat er irritatie/slechter zelfbeeld kan ontstaan door de goede resultaten die zij voorbij zien komen op social media. Op het moment dat men zelf minder goede resultaten haalt en anderen wel goed scoren, kan dit voor onzekerheid zorgen volgens een respondent. Ook vergelijken ruiters zichzelf of hun paard met een ruiter/paard van een hoger niveau. Een tweetal citaten van de reacties:

- 'Er is meer aandacht voor de perfecte foto voor op sociale media om goed te lijken dan voor het paard waardoor je minder van het bezig zijn met je paard geniet'.
- 'Veel ruiters willen net zo goed zijn als de ruiters die je op social media tegenkomt, terwijl dit vaak niet mogelijk is'.

Ook wordt bewijsdrang/prestatiedruk genoemd als negatieve invloed, deze drang komt voort uit het beeld wat van goede ruiters/paarden gezien wordt op social media.

De laatste vraag met betrekking tot deze deelvraag luidde: 'Vindt u dat de invloeden van social media terug te zien zijn in uw wedstrijdprestaties?'. Deze vraag gaf een verrassende uitslag, gezien veel respondenten aangegeven hebben invloed te merken op onder andere hun training en de kijk op de paardensport. Op de vraag of de genoemde invloeden ook van invloed zijn op de wedstrijdprestaties van de respondenten, antwoordde 83% procent geen invloed te merken door social media. 15% gaf aan betere wedstrijdresultaten te zijn gaan behalen en 2% zegt minder goede resultaten te zijn gaan behalen.



Figuur 4.3.3 Invloed op wedstrijdprestaties

Tijdens het interview geeft Arjen aan dat hij wel degelijk verschil ziet in combinaties die regelmatig les krijgen die specifiek op die combinaties is aangepast en combinaties die geen les nemen en doen wat hun zelf goed lijkt (door de informatie die online te vinden is). De combinaties die les krijgen, zullen uiteindelijk verder groeien en hoger in de sport komen dan combinaties die geen les krijgen, deze blijven vaak op hetzelfde niveau hangen (dit maakt Arjen veel mee in de praktijk). De 'ouderwetse' manier van training volgen draagt dus meer bij aan verbetering van de paardensport dan de instructievideo's en informatie die online te vinden is.

Anne ziet zowel positieve als negatieve effecten in de instructievideo's die online te verkrijgen zijn. In principe vindt zij de video's heel goed, maar er kan van alles fout gaan. Instructies kunnen verkeerd geïnterpreteerd worden en Anne merkt dat ruiters de video's soms zien als vervangmiddel voor lessen. Volgens haar zou dit nooit het geval moeten zijn, de video's zijn slechts een aanvulling op de training en moeten ruiters ten alle tijden lessen blijven nemen, om zo tot betere wedstrijdresultaten te komen. Aan de makers van de instructievideo's is de taak om risico's in te dekken. Zo noemt Anne het voorbeeld dat wanneer een filmpje gemaakt wordt over een paard voorwaarts krijgen voor het been (van de ruiter), hierbij genoemd moet worden dat wanneer een paard al heet is, de ruiter beter een andere video kan kijken waarin geschikte tips worden gegeven over hoe met een heet paard om te gaan. Hierdoor kan het materiaal passender gemaakt worden op een combinatie. Aan degene die de video's kijkt, is het de taak om te analyseren of de instructie uit het video passend is voor zijn/haar training alvorens dit toe te passen in de training (eventueel in overleg met eigen instructeur). In die situatie hebben de instructievideo's een positieve invloed op de prestaties in de wedstrijd. Wanneer instructievideo's verkeerd geïnterpreteerd worden, kan dit juist leiden tot minder goede resultaten. Het kan de sport dus maken of breken.

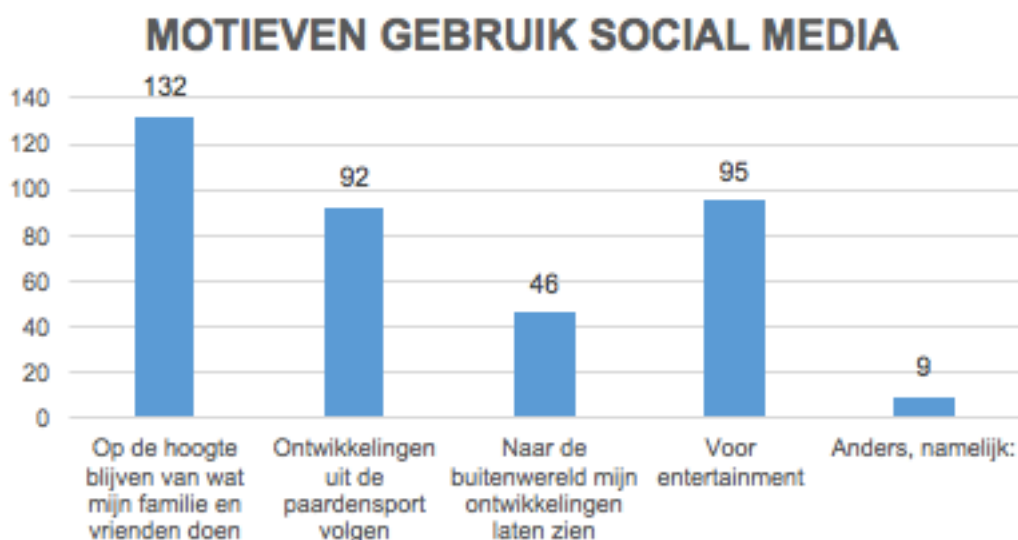
Anne merkt wanneer paardensporters fijne mensen om zich hebben op social media, die hun aanmoedigen en steunen, dit bijdraagt aan goede resultaten (door meer zelfvertrouwen). Anne ervaart de tendens dat veel paardensporters na een wedstrijd op social media zetten dat zij goed en fijn hebben gereden, gevolgd door het bedanken van iedereen die mee was op wedstrijd, de instructeur, de hoefsmid, de sponsors, noem maar op. Wat men hier echter niet achter ziet, is het beeld van dezelfde ruiter die op die wedstrijd huilend op het losrijterrein is en soms zelfs met moeite een proef doorkomt. Op social media wordt een ideaal wereld gecreëerd, wat een negatief effect heeft op de mentale gesteldheid van ruiters en uiteindelijk dus ook op de wedstrijdresultaten.

4.4 Deelvraag 3 || ‘Voor welke doeleinden gebruiken paardensporters social media?’

Voor deze deelvraag is het ook van belang om te weten hoe intensief paardensporters gebruik maken van social media, want hoe meer tijd men op social media besteedt, hoe meer invloed het zal hebben op de levens- en denkwijze.

In paragraaf 4.1 werd de vraag hoeveel tijd men per dag op social media besteedt al gesteld. De grootste groep respondenten in dit onderzoek (33%) besteedt 1 tot 2 uur per dag op social media, kort gevolgd door respondenten (31%) die 0 tot 1 uur per dag aan social media besteden. 19% van de respondenten besteedt dagelijks 2 tot 3 uur per dag aan social media. Een kleine groep respondenten maakt dagelijks nog langer gebruik van social media, 10% besteedt 3 tot 4 uur en 7% besteedt meer dan 4 uur per dag. In figuur 4.1.7 is het visuele resultaat te zien.

De exacte deelvraag is in de enquête voorgelegd aan de respondenten, met meerdere antwoordmogelijkheden en ruimte voor eigen invulling. In onderstaand figuur (4.4.1) zijn de resultaten op deze vraag te zien.



Figuur 4.4.1. Motieven gebruik social media

In de grafiek is te zien dat de meeste paardensporters social media gebruiken om op de hoogte te blijven van wat hun familie en vrienden doen (bijvoorbeeld zoals eerder benoemd om op de hoogte te blijven van wedstrijdresultaten). Ook veel respondenten gebruiken social media voor entertainment en om ontwikkelingen uit de paardensport te volgen. Een kleinere groep, maar toch nog van aanzienlijke grootte wilt graag via social media haar ontwikkelingen/resultaten naar de buitenwereld laten zien. Naast deze vier motieven worden ook nog enkele andere motieven genoemd:

- Verveling tegen gaan
- Netwerken/ commercieel
- Foto's/video's kijken en delen met vrienden

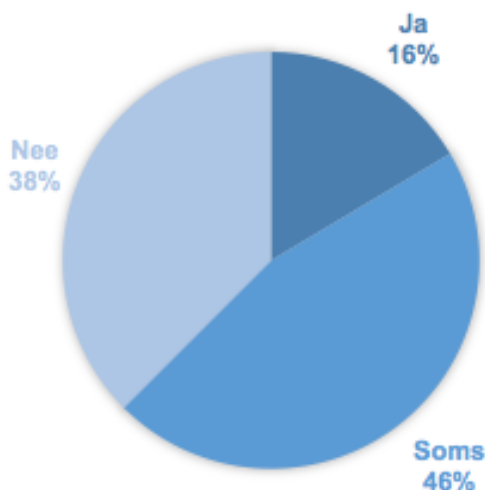
4.5 Deelvraag 4 || 'Wat zijn de voornaamste redenen waarom paardensporters 'het perfecte plaatje' willen verkrijgen?'

Om de laatste deelvraag te kunnen beantwoorden, is aan de respondenten eerst een situatie voorgelegd. Deze was als volgt:

'Volgens dressuurbondscoach Rien van der Schaft moet je 'niet trainen naar het perfecte plaatje, maar naar de kunnen van je eigen paard'. Rien ziet steeds vaker dat mensen 'het perfecte plaatje' (een paard wat gedragen, bergopwaarts en verzameld loopt en waar alle knopjes op zitten) zien op social media en dit het liefst zo snel mogelijk ook bij hun eigen paard voor elkaar willen krijgen.'

Vervolgens is aan de respondenten gevraagd of zij deze situatie herkennen in de training van hun paard. 46% gaf aan soms te merken snel het perfecte plaatje bij hun paard voor elkaar te willen krijgen. 16% geeft aan dit te ervaren in de training en 38% ervaart deze situatie niet tijdens de training. Het overgrote deel (62%) is zich dus bewust dat beelden op social media invloed hebben op de training van hun paard.

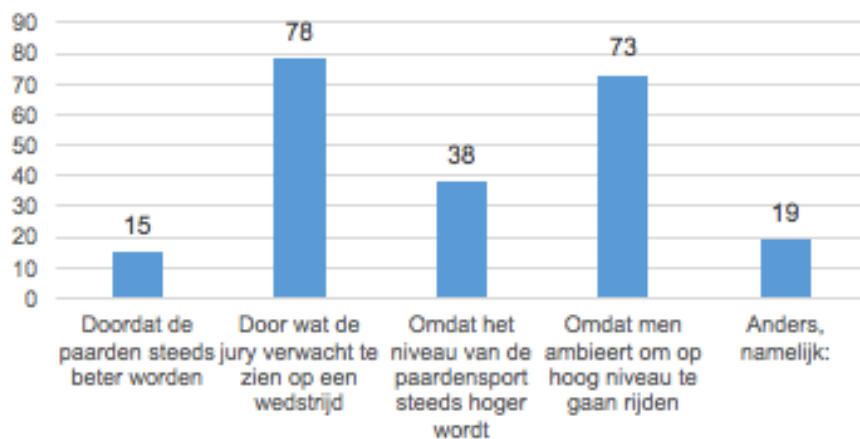
MERKT U ZELF WEL EENS DAT U DE HIERVOOR BESCHREVEN SITUATIE HEEFT IN DE TRAINING VAN UW PAARD?



Figuur 4.5.1 Naar het perfecte plaatje trainen

De laatste vraag die in de enquête gesteld werd is waarom de respondenten denken dat het perfecte plaatje zo belangrijk is geworden in de paardensport. Hierbij werd een viertal keuzemogelijkheden gegeven en een vijfde optie voor een eigen antwoord. 78 respondenten denken dat het perfecte plaatje belangrijk is door wat de jury verwacht te zien op een wedstrijd. 73 respondenten denken omdat men ambieert (snel) op hoog niveau te gaan rijden en 38 respondenten denken dat het komt omdat het niveau van de paardensport steeds hoger wordt. Een kleine groep (15) respondenten denkt dat het komt omdat de paarden steeds beter worden.

WAAROM HET PERECTE PLAATJE?



Figuur 4.5.2 Waarom het perfecte plaatje?

19 respondenten kiezen ook nog voor de optie om hun eigen antwoord te geven, deze zijn in onderstaande tabel terug te vinden. Uit de antwoorden kan blijken dat het perfecte plaatje nagestreefd wordt omdat op social media een bepaald beeld ontwikkeld wordt van hoe een paard zou moeten lopen. Er worden vooral goede beelden getoond, de slechte beelden zie je niet. Hierdoor krijgt men verwachtingen en wilt hieraan tippen (grote sociale druk), mede om 'er bij te horen'. Hierdoor ontstaat een steeds grotere prestatiedrang, die wellicht voor het paard negatief uit kan pakken, omdat deze niet de capaciteiten heeft voor het beoogde niveau. Daarnaast gaat het ook ten koste van het plezier die men heeft in de sport. De vele informatie die online te vinden is (bijvoorbeeld in instructievideo's) leidt er toe dat er minder professionele begeleiding gezocht wordt en naar snel resultaat gestreefd wordt, om zo te kunnen tippen aan het plaatje wat online geprofileerd wordt.

Tabel 4.5.3 Eigen antwoorden respondenten waarom perfecte plaatje belangrijk is

Omdat naar mijn idee de tendens is om steeds minder begeleiding te nemen in de training (onder andere omdat er zoveel verschillende info te vinden is online) waardoor er te weinig professioneel naar een combinatie wordt gekeken en training niet wordt afgestemd op bv aanleg en exterieur van het paard.
Dit wordt zo geprofileerd. Hoe duurder hoe beter. Als het ene paard het niet meer kan, wordt makkelijk een nieuw paard gekocht. Dit is negatief voor de sport.
<u>Sociale druk (dit antwoord werd tweemaal gegeven)</u>
Omdat mensen alleen kijken hoe het er mooi uitziet maar zich niet echt bewust ervan zijn wat de anatomie, biomechanica enz. inhoud waardoor het paard er uiteindelijk zo bij kan lopen.
Omdat topsporters dit nastreven willen anderen er bij horen en als je het anders/minder goed doet wordt het als niet goed gezien.
Als je niet aan het perfecte plaatje mee doet, ben je direct een buitenstaander.
Het toenemende kritiek over de paardensport algemeen.
<u>Status</u>
Omdat de mensen vreselijk zijn en als je geen duur toppaard tot je beschikking hebt je snel afgekraakt wordt.
Men wil graag kunnen toppen aan de hogere dressuurruiters, daarnaast willen ze beter zijn dan hun concurrenten. Ook wanneer dit niet mogelijk is met het kunnen van hun paard. Dit leidt soms tot negatieve gevolgen voor het welzijn van paarden (gebaseerd op eigen ervaring in de wedstrijdsport)

Omdat via social media en andere online platforms alleen maar 'perfecte plaatjes' worden gedeeld, een foto of video van een dressuurproef die minder goed ging zal niet gedeeld worden. Er wordt gedacht dat mensen perfect zijn en dat er bij het rijden nooit wat misgaat (omdat dit niet gedeeld wordt) waardoor er een grotere druk op anderen ligt om ook perfect te rijden.
Omdat de KNHS/juryleden dat wil zien.
Mensen om je heen verwachten dat je ook zo je paard laat lopen. Er wordt veel gepraat
Omdat het tegenwoordig niet meer om plezier gaat maar om aan de buitenwereld te laten zien hoe goed ze zijn. Via deze weg wordt er snel geoordeeld
Omdat er een bepaald beeld wordt gecreëerd van wat er 'goed' is binnen de paardensport
Verwachtingen van ruiter en diens omgeving zijn hoog en gericht op snel resultaat en perfectie.
De ruiter meent te moeten voldoen aan het aangegeven beeld en kijkt niet meer naar het kunnen van het paard (buiten dat de jury het ook steeds meer verwacht)
Omdat mensen, voornamelijk jonge (vrouwelijke) mensen vaak hetzelfde willen zijn en dus hetzelfde plaatje willen tonen. Je ziet vaak meiden/jongens met een goed opgeleide sport gefokte pony/paard die meer in de 'perfecte' houding kan gaan lopen. Anderen willen dat hun paard/pony ook zo loopt, om ook zo te lijken, ook al is het kunnen van hun paard er niet naar.

Naast de enquête is voor deze deelvraag ook gebruik gemaakt van de interviews. In deze interviews is niet alleen ingegaan waarom het perfecte plaatje wordt nagestreefd, maar ook wat dit voor invloed heeft op het welzijn van het paard.

Arjen geeft aan dat hij merkt dat men het perfecte plaatje na wilt streven omdat dit zo te zien is op social media. Men wilt dit bij zijn/haar paard ook voor elkaar krijgen en het liefst zo snel mogelijk, om zo het gevoel te hebben er bij te horen. Voor het welzijn van het paard is dit funest, omdat de training veelal niet geschikt is voor het paard, wat roofofbouw op het lichaam betekent. Ook voor het beeld van de paardensport en het verbeteren van de paardensport brengt dit enkel negatieve gevolgen met zich mee.

Anne zegt dat het logisch is dat mensen naar het perfecte plaatje streven. Volgens Anne is dit een probleem van alle tijden, tegenwoordig zien we het perfecte plaatje voorbij komen op social media, daar waar dit vroeger al te zien was op televisie en in magazines/vakbladen. Anne is veel werkzaam in het buitenland met haar bedrijf. Hier wordt nog in veel mindere mate gebruikt gemaakt van social media, maar ook daar willen de paardensporters het perfecte plaatje (paard wat opgericht loopt, in de krul et cetera) en het liefst zo snel mogelijk.

Op het gebied van welzijn noemt Anne het streven naar het perfecte plaatje catastrofaal, het ergste wat er mis kan gaan in de training van een paard is naar iets streven wat het dier fysiek en mentaal niet aan kan, waardoor de training zinloos wordt. Praktisch gezien is het het afbreken van het paard, omdat er niet goed en te snel getraind wordt, er wordt niet naar het paard geluisterd en Anne is van mening dat veel paardensporters niet weten waar zij mee bezig zijn. Hierdoor gaat de sport ernstig achteruit.

Hoofdstuk 5 || Discussie

De doelstelling van dit onderzoek luidt als volgt: 'Het schetsen van een beeld van de invloed van social media op de prestaties in de paardensport'.

Met het onderzoek zou geïnventariseerd worden in welke mate social media invloed heeft op de prestaties in de paardensport. De resultaten van het onderzoek kunnen, waar mogelijk, bijdragen aan een advies voor de paardensector op het gebied van welzijn tijdens trainingen in combinatie met instructievideo's die online beschikbaar zijn. Aan de hand van dit rapport kan meer bewustwording gecreëerd onder zowel de paardensporters als de aanbieders van instructievideo's op het gebied van de invloed van social media en het effect op het welzijn.

De enquête- en interviewvragen waren opgesteld aan de hand van de informatie die in het vooronderzoek verkregen is en vragen die ontstonden door het aanwezig zijn bij evenementen en het sparren met andere paardensporters over het onderwerp. Tijdens het onderzoek is gebruik gemaakt van zowel kwantitatief als kwalitatief onderzoek. Het kwantitatief onderzoek is in de vorm van een enquête uitgevoerd, welke bij zo veel mogelijk respondenten werd afgenomen om zo een realistisch beeld te vormen. Het kwalitatief onderzoek bestond uit een tweetal interviews met experts uit de paardensector, om een heldere aanvulling te geven aan het kwalitatief onderzoek. Aan de hand van de resultaten van de afgenomen enquête en interviews konden zowel de hoofdvraag als de deelvragen beantwoord worden, wat terug te vinden in het hoofdstuk 'Conclusie'.

In de toekomst bij een soortgelijk onderzoek is dit een goede manier om onderzoek te doen aangezien dit een helder beeld geeft van hoe het in de sector ervoor staat. Het is van belang dat de enquête- en interviewvragen bijdragen aan het beantwoorden van de vooraf opgestelde deelvragen. Hoe meer respons er wordt verkregen, hoe representatiever het beeld is.

Voor het onderzoek is een enquête opgesteld met 15 vragen die aansluiten bij de opgestelde deelvragen. De enquête is door 154 respondenten ingevuld. Het overgrote deel, 89% van de respondenten was vrouw en slechts een klein percentage (11%) was man. De grootste groep respondenten (55) was tussen den 18 en 25 jaar, gevolgd door 38 respondenten tussen de 26 en 40 jaar. De kleinste groep (9 respondenten) was jonger dan 18. 64% van de respondenten is actief in de wedstrijdsport en 97% is actief op social media. De grootste groep respondenten (33%) besteedt 1 tot 2 uur per dag aan social media, gevolgd door 31% van de respondenten die 0 tot 1 uur per dag op social media besteden. 7% besteedt meer dan 4 uur per dag aan social media. Deze gegevens zijn verkregen om een beeld te schetsen van de respondenten.

De interviews zijn afgenomen bij Arjen de Jong en Anne Loosveld. Arjen de Jong is eigenaar van Manege Hippisch Centrum Muiderberg, ruiters, instructeur in meerdere disciplines en handelaar. Anne Loosveld is oprichtster van Equine Support International, een jong bedrijf die Nederlandse paardenkennis overbrengt naar landen waar de paardensport op komst is (bijvoorbeeld Mexico, China, Zuid-Afrika en Dubai). Daarnaast is Anne dressuuramazone en instructrice.

Het proces van het schrijven van het afstudeerwerkstuk is met pieken en dalen gegaan. De denkfase aan het begin heeft bijgedragen om een duidelijk idee te krijgen over het onderwerp. Echter bij het schrijven van het vooronderzoek is

vertraging opgelopen, door een inschattingsfout over de omvang van het werk wat bij dit vooronderzoek kwam kijken. Na het inleveren en goedkeuren van het vooronderzoek ging het proces makkelijker en waren de resultaten van de enquête soepel en snel verwerkt. Helaas kon een van de interviews die voor ogen was niet worden afgenomen door omstandigheden, maar hier is tijdig een vervangend interview voor afgenomen. De interviews hebben bijgedragen aan een helder beeld over het onderwerp en gaven een geschikte aanvulling op de resultaten uit de enquête. Deze twee onderzoeken hebben mijns inziens elkaar kracht bij gezet kijkende naar de resultaten.

Hoofdstuk 6 || Conclusie en aanbevelingen

In dit hoofdstuk wordt een conclusie gegeven aan de hand van het uitgevoerde onderzoek dat plaats heeft gevonden. Vervolgens zullen ook enkele aanbevelingen worden gedaan aan de paardensector.

Het doel van dit onderzoek was om de hoofdvraag zo correct en volledig mogelijk te kunnen beantwoorden, zodat iedere belangstellende baat heeft bij dit rapport. Aan de hand van de hoofdvraag en de bijbehorende deelvragen is een enquête en interview opgesteld betreffende de invloed van social media op de prestaties in de paardensport. Het doel was om aan de hand van dit onderzoek een beeld te schetsen voor de paardensector over de invloed van social media op de paardensport en waar mogelijk advies uit te brengen om invloeden te verkleinen en welzijn te waarborgen. Het onderwerp van het onderzoek heeft betrekking tot alle paardensporters die actief zijn op social media en vooral degene die actief zijn in de wedstrijd sport.

Deelvragen

Op welke manier kan social media invloed hebben op de paardensporters?

Uit het onderzoek is gebleken dat 83% van de paardensporters van mening is dat social media van invloed is op de kijk op de paardensport. Hieruit kan geconcludeerd worden dat social media bijdraagt aan het beeld wat van de paardensport geschilderd wordt (denk hierbij aan discussie omtrent welzijn). Social media heeft volgens Anne Loosveld een negatieve invloed op de mentale gesteldheid van paardensporters, omdat veel dingen nep zijn en een ideaal wereld gevormd wordt. Uit de enquête is gebleken dat paardensporters zowel positieve als negatieve invloeden zien. Als positief wordt ervaren dat men op de hoogte kan blijven van ontwikkelingen, inspiratie opdoet en makkelijk informatie gevonden en gedeeld kan worden. Dit zorgt voor meer betrokkenheid en enthousiasme in de sport. Als negatief wordt ervaren dat er veel negatief commentaar is, onwetendheid en onjuist/ te veel informatie. Dit leidt tot onzekerheid en een slechtere mentale gesteldheid van ruiters. Geconcludeerd kan worden dat social media zowel positieve als negatieve invloed kan hebben, vooral op het gebied van mentale gesteldheid.

Is het social mediagebruik terug te zien in de wedstrijdprestaties?

Ook op de wedstrijdprestaties heeft social media zowel positieve als negatieve invloed. Als positief wordt door de respondenten ervaren dat men elkaar via social media aanmoedigt en men op de hoogte kan blijven van nieuws uit de sector en wedstrijden van vrienden. Door wat op social media te zien is, kan leiden tot motivatie en inspiratie. Echter heeft wat op social media te zien is ook een kantelpunt, de bewijsdrang om dit niveau ook te bereiken ligt erg hoog. Men wilt zichzelf kunnen vergelijken met een combinatie van een ander niveau.

De instructievideo's die op social media worden aangeboden, kunnen zowel van positieve als negatieve invloed zijn. Op het moment dat makers van de video's risico's indekken en de kijkers zorgvuldig omgaan met de informatie, kan dit uiteindelijk bijdragen aan betere wedstrijdprestaties. Echter wanneer de video's als vervanging van lessen worden gezien, blijft de combinatie vastlopen op een bepaald niveau en komt dit niet ten goede aan de ontwikkeling van de paardensport.

Voor welke doeleinden gebruiken paardensporters social media?

Om meer inzicht te verkrijgen waarom paardensporters social media gebruik, is de vraag voorgelegd voor welke doeleinden zij dit doen. Hieruit bleek dat de voornaamste redenen waren om op de hoogte te blijven van wat familie en vrienden doen, ontwikkelingen uit de sport te volgen en voor entertainment. Zoals al in het theoretisch kader was onderzocht, gebruiken mensen social media om op de hoogte te blijven van vrienden en familie doen, ontwikkelingen volgen, voor de fun, om te netwerken en om jezelf een podium te geven. Uit deze vraag is gebleken dat men niet alleen voor het alledaagse leven om deze redenen op social media zit, paardensporters hebben precies dezelfde motieven om actief te zijn op social media.

Er kan een verband gezien worden tussen de doeleinden om social media te gebruiken en de positieve en negatieve invloeden. Zo wordt het als positief ervaren dat men op de hoogte kan blijven, maar het op de hoogte blijven van ontwikkelingen kan twee kanten op vallen. Het kan nuttige informatie opleveren, maar ook leiden tot onzekerheid wanneer men ziet dat anderen veel vooruitgang boeken op wedstrijden. Zoals Arjen de Jong aangaf in het interview kan een onschuldig leuk filmpje wat voor entertainment bedoeld was uiteindelijk leiden tot veel negatief commentaar. Geconcludeerd kan worden dat men heel kwetsbaar is op social media.

Wat zijn de voornaamste redenen waarom paardensporters 'het perfecte plaatje' willen verkrijgen?

Er zijn meerdere redenen waarom paardensporters streven naar het verkrijgen van 'het perfecte plaatje'. Zo wordt aangegeven dat dit komt omdat de jury dit verwacht op wedstrijd en omdat men ambieert om naar een hoger niveau te groeien. Maar de belangrijkste reden is door het beeld wat op social media geschetst wordt. Op social media worden vooral goede beelden ('perfecte plaatjes') geplaatst, de slechte beelden zie je niet. Wat tot gevolg heeft dat de prestatiedruk steeds hoger komt te liggen en men onrealistische verwachtingen ontwikkelt.

Hoofdvraag

'Wat is de invloed die de beschikbare informatie op social media heeft op de prestaties in de paardensport?'

Social media heeft voornamelijk invloed op de mentale gesteldheid van de paardensporters. De bewijsdrang om erbij te horen wordt steeds hoger door de perfecte plaatjes die te zien zijn op social media. Door de beschikbaarheid van instructievideo's op social media, is de tendens ontstaan om minder/geen lessen meer te nemen en de video's te raadplegen als instructie voor trainingen. De invloed hierop is dat wedstrijdprestaties minder goed zullen worden en combinaties uiteindelijk zullen blijven hangen op een bepaald niveau door het gebrek aan deskundige, individuele begeleiding. Deze instructievideo's zouden een positieve invloed kunnen hebben en daarmee bij kunnen dragen aan betere wedstrijdprestaties wanneer deze als aanvulling dienen op de lessen.

Ook op het gebied van welzijn heeft social media invloed. Het (op de verkeerde manier) nastreven van het perfecte plaatje en de daarbij gepaarde training (die veelal mis gaat), is catastrofaal voor het welzijn van het paard. Men wilt te snel trainen, luistert niet naar het paard en weet niet waar hij/zij mee bezig is door gebrek aan deskundige begeleiding. Hierdoor wordt zowel fysiek als mentaal roofoverval gepleegd op het paard, wat tot gevolg heeft dat dit geen Happy Athlete meer is. Voor de prestaties in de wedstrijsport is dit dus een zeer negatieve invloed.

Aanbevelingen

Uit dit onderzoek is een aantal aanbevelingen ontstaan. Allereerst moet er meer bewustwording van het effect van social media worden ontwikkeld onder de paardensporters. De KNHS zou bijvoorbeeld op korte termijn een campagne op kunnen zetten om paardensporters bekend te maken met de invloeden. Op de lange termijn zouden paardensporters uitgenodigd en gemotiveerd kunnen worden om ook de minder goede resultaten en beelden te delen op social media. Dit is uiteraard een grote stap om te maken, daarom is het van belang eerst meer bewustwording te creëren alvorens het motiveren voor het openen van social media.

De tweede aanbeveling betreft de instructievideo's. Iedereen kan deze video's maken, waarmee het gevaar ontstaat dat informatie verkeerd wordt geïnterpreteerd, wat leidt tot verkeerde training en uiteindelijk schade voor het welzijn. Daarom zouden er op korte termijn richtlijnen geformuleerd moeten worden voor het maken van instructievideo's. In deze richtlijnen moet bijvoorbeeld worden aangegeven hoe risico's ingedekt kunnen worden en hoe de video's bij de juiste doelgroep terecht komen.

De laatste aanbeveling is ook met betrekking tot de instructievideo's, ditmaal gericht op de kijkers van de video's. De kijkers zouden bewuster moeten worden van de risico's verbonden aan deze video's. Deze bewustwording moet gecreëerd worden door op korte termijn waarschuwingen voorafgaand en na afloop van de video's toe te voegen, maar ook door een eventuele campagne (door de KNHS en instructeurs) waarin het effect wordt getoond van deze video's wanneer deze als vervanging van lessen worden gebruikt in plaats van aanvulling. Op de lange termijn kan is hiermee het doel dat de video's ten alle tijden enkel als aanvulling zullen dienen, om zo het welzijn te waarborgen.

Bibliografie

- Coster, M. (2010, juni 28). *Psychologie van beïnvloeding via social media*.
Opgeroepen op maart 29, 2018, van Mischa Coster:
<http://www.mischacoster.com/2010-06/psychology/psychologie-van-beinvloeding-via-social-media/>
- Dekkers, M. (2011, augustus 24). *Social Media: contact, fun en informatie*.
Opgeroepen op april 2, 2018, van Frankwatching:
<https://www.frankwatching.com/archive/2011/08/24/social-media-contact-fun-en-informatie/>
- Eigen onderzoek Instagram . (2018, januari 12). Bussum.
- Horses.nl. (2017, oktober 17). *Horses.nl*. Opgehaald van De paardenkrant :
<https://www.horses.nl/sport/denemarken-maakt-einde-aan-strakke-neusriemen/>
- Kloosterman & van Beuningen. (2015). *Jongeren over social media*.
- KNHS. (sd). *Nederland Paardenland*. Ermelo: KNHS. Opgeroepen op november 15, 2017, van Koninklijke Nederlandse Hippische Sportfederatie:
https://www.knhs.nl/media/11389/nederland-paardenland_web.pdf
- KNHS. (sd). *Nederland Paardenland*. Ermelo: KNHS/ NOC*NSF.
- Lamers, K. (2017, februari 16). *Social media in 2017: de laatste statistieken*.
Opgeroepen op november 15, 2017, van Emerce:
<https://www.emerce.nl/research/social-media-2017-laatste-statistieken>
- N. van der Veer, S. B. (2017). *Nationale Social Media Onderzoek 2017*. Newcom Research & Consultancy B.V.
- Oetelaar, F. v. (2012). *21st Century Skills in het onderwijs*.
- Oosterveer, D. (2017, januari 1). *Social media anno 2017*. Opgeroepen op november 15, 2017, van Marketingfacts: <https://www.marketingfacts.nl/berichten/social-media-cijfers-anno-2017>
- Paardenkrant-Horses.nl, R. (2013, februari 15). Zorgen over invloed social media op publieke opinie over paardensport. *Horses.nl*.
- SCP. (2015). *Media: Tijd in Beeld (hoofdstuk 6)*. Sociaal en Cultureel Planbureau.
- van Loon, M. e. (2015, november 20). Helpt jongeren ervaart negatieve invloed sociale media. *NRC* .

Bijlagen

Bijlage 1 Enquête

Beste paardensporter,

Voor de afronding van mijn studie Hippische Bedrijfskunde aan de Aeres Hogeschool te Dronten ben ik op dit moment bezig mijn afstudeerwerkstuk. Hiervoor doe ik onderzoek naar de invloed van social media op de paardensport. Door het invullen van deze enquête brengt u mij een stukje dichterbij mijn bachelor-diploma! Het invullen van de enquête zal ongeveer 5 tot 10 minuten duren.

Alvast hartelijk bedankt!
Charissa Keet

1. Bent u een man of een vrouw?

- ☐ Man
- ☐ Vrouw

2. Wat is uw leeftijd?

- ☐ Jonger dan 18
- ☐ Tussen de 18 en 25 jaar
- ☐ Tussen de 26 en 40 jaar
- ☐ Tussen de 41 en 55 jaar
- ☐ Ouder dan 55 jaar

3. Heeft u een eigen paard?

- ☐ Ja
- ☐ Nee, wel een verzorgpaard
- ☐ Nee, maar ik train en breng paarden uit voor anderen
- ☐ Nee, anders...

4. Bent u actief in de wedstrijdsport?

- ☐ Ja, ik rijd regelmatig wedstrijden
- ☐ Ja, maar ik rijd niet heel veel wedstrijden
- ☐ Nee

5. In welke discipline bent u actief? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Dressuur
- ☐ Springen
- ☐ Eventing
- ☐ Mennen
- ☐ Anders, namelijk:

6. Bent u actief op social media (zoals Facebook, Instagram en Youtube?)

- ☐ Ja
- ☐ Nee

7. Hoeveel tijd besteedt u per dag op social media (alleen in te vullen indien u bij de vorige vraag ja heeft geantwoord)

- ☐ 0-1 uur per dag
- ☐ 1-2 uur per dag
- ☐ 2-3 uur per dag
- ☐ 3-4 uur per dag
- ☐ Meer dan 4 uur per dag

8. Voor elke doeleinden maakt u gebruik van social media? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Op de hoogte blijven wat mijn vrienden en familie doen
- ☐ Ontwikkelingen uit de paardensport volgen
- ☐ Naar de buitenwereld je ontwikkelingen laten zien
- ☐ Voor het entertainment

9. Vindt u dat social media invloed heeft op uw kijk op de paardensport?

- ☐ Ja
- ☐ Soms
- ☐ Nee

10. Bent u door social media anders gaan kijken tegen de training van uw paard?

- ☐ Ja, ik ben mij bewuster geworden van wat ik doe
- ☐ Ja, ik probeer soms in de training toe te passen wat ik op social media zie
- ☐ Ja, ik volg een onlinetraining (zoals bijvoorbeeld van DressagePro) en pas dit toe in de training
- ☐ Ja, namelijk...
- ☐ Nee

11. In het dagelijks leven heeft social media effect op ons als mens. Denk hierbij bijvoorbeeld aan een minder concentratievermogen, social bewijskracht, de behoefte om op de hoogte te blijven van alles wat onze vrienden doen en om onszelf een podium te geven. In dit onderzoek wordt gekeken of social media ook effect heeft op de paardensport.

Ervaart u positieve, dan wel negatieve invloed van social media op uw prestaties in de paardensport?

- ☐ Ja, vooral positief
- ☐ Ja, vooral negatief
- ☐ Nee (indien nee, ga door naar vraag 14)

12. Kunt u twee positieve en twee negatieve invloeden van social media op u als paardensport benoemen?

Positief:

Positief

Negatief:

Negatief:

13. Vindt u dat de invloeden (beantwoord in de voorgaande vraag) ook van invloed zijn op uw wedstrijdprestaties?

- ☐ Ja, ik ben betere wedstrijdresultaten gaan behalen

- ☐ Ja, ik ben minder goede wedstrijdresultaten gaan behalen
- ☐ Ja, anders, namelijk: ...
- ☐ Nee, ik merk geen verschil door invloed van social media

Volgens bondscoach Rien van der Schaft moet je 'niet trainen naar het perfecte plaatje, maar naar de kunnen van je eigen paard'. Rien ziet steeds vaker dat mensen 'het perfecte plaatje' (een paard wat gedragen, bergopwaarts en verzameld loopt en waar alle knopjes op zitten) zien op social media en dit het liefst zo snel mogelijk ook bij hun eigen paard voor elkaar willen krijgen.

14. Merkt u zelf wel eens dat u de hiervoor beschreven situatie heeft in de training van uw paard?

- ☐ Ja
- ☐ Soms
- ☐ Nee

15. Waarom denkt u dat 'het perfecte plaatje' zo belangrijk is geworden in de paardensport? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Doordat de paarden steeds beter worden
- ☐ Door wat de jury verwacht te zien op wedstrijd
- ☐ Omdat het niveau van de paardensport steeds hoger wordt
- ☐ Omdat men ambieert om op hoog niveau te gaan rijden
- ☐ Anders, namelijk:...

Bijlage 2 Interviewvragen

- Bent u van mening dat social media de kijk op de paardensport kan veranderen en waarom?
- Denkt u dat instructiefilmpjes een positieve of negatieve (of beide) invloed heeft op de training van paarden en waarom?
- Kunt u enkele positieve en negatieve invloeden van social media benoemen op de prestaties in de paardensport?
- Denkt u dat de invloeden die u in de voorgaande vraag heeft beantwoord van invloed kunnen zijn op wedstrijdprestaties en waarom?
- Wat is volgens u de reden dat paardensporters 'het perfecte plaatje' na willen streven?
- Op het moment dat men te hard streeft naar het perfecte plaatje en het kunnen van het eigen paard uit het oog verliest, zou dat een bedreiging kunnen zijn voor het welzijn van het paard?