



Een studie naar het Effect van Digitale Sociale Afwijzing op het Gedrag van Mensen.

Mies Sanders

652931

Tilburg University, Nederland

Aantal woorden: 9377

augustus 2012

Master thesis.

Tilburg School of Humanities

Communicatie- en Informatiewetenschappen

Thesis Supervisor: Dr. H.W.J.M. Miesen

## Inhoudsopgave

Een studie naar het Effect van Digitale Sociale Afwijzing op het Gedrag van Mensen.....	1
Inhoudsopgave .....	2
Samenvatting.....	3
1. Theoretisch kader.....	7
1.1 Subjectief levensgeluk.....	7
1.2 Self-Determination Theory.....	7
1.3 Belongingness need.....	10
1.4 Self-monitoring.....	11
1.5 Materialisme .....	14
1.6 Assimilatie- en differentiatie-gedrag.....	16
2. Methode .....	17
2.1 Respondenten.....	17
2.2 Design.....	18
2.3 Stimulus materiaal .....	18
2.3.1 Website.....	18
2.3.2 Strategische consumenten gedragstaak .....	20
2.4 Instrument.....	21
2.5 Procedure.....	23
2.6 Analyseplan .....	24
3. Resultaten.....	24
4. Conclusie en discussie .....	28
5. Literatuurlijst.....	31

### Samenvatting

Het gebruik van sociale media wordt een steeds belangrijker fenomeen, waarvan iedereen gebruik kan maken. Men gebruikt deze sociale media om in contact te blijven met familie en vrienden, maar ook om zich geaccepteerd te voelen en aansluiting te vinden bij een grote groep mensen. Men is constant op zoek naar meer 'vrienden,' maar welk effect heeft een afwijzing in de digitale sociale omgeving op personen. Er wordt in deze studie onderzoek gedaan naar het effect van sociale digitale afwijzing op het gedrag van personen. Deze studie onderzoekt tevens of factoren als de mate van *belongingness need*, *self-monitoring* en materialisme van invloed kunnen zijn op de manier waarop men met een sociale afwijzing omgaat. Er hebben in het totaal tachtig studenten van de Universiteit van Tilburg deelgenomen aan het experiment, die bestond uit een vragenlijst en een manipulatie. De vragenlijst bestond uit vragen over het levensgeluk, de emoties, *self-monitoring*, *belongingness need*, en materialisme. De manipulatie bestond uit een online sociale context waarin een afwijzing/acceptatie werd gesimuleerd. Uit de resultaten bleek dat de sociale afwijzing of acceptatie via een online omgeving niet van invloed was op het gedrag.

*Keywords:* sociale afwijzing, *belongingness need*, *self-monitoring*, materialisme, assimilatie/differentiatie.

Een Studie naar het Effect van Digitale Sociale Afwijzing op het Gedrag van Mensen.

Sinds 1994 wordt het Internet door miljoenen mensen gebruikt voor het vinden van informatie, kopen en verkopen van producten, entertainment, en de laatste jaren ook voor het onderhouden van en zoeken naar contact met vrienden (Correa, Hinsley & Zúñiga, 2010). Vooral nieuwe media, zoals de online sociale netwerken, zijn de laatste jaren enorm gegroeid. Deze online netwerken zijn gebaseerd op sociale interacties, waarbij relaties worden opgebouwd en interesses worden gedeeld (Lin, 2008). De sociale netwerk site Facebook, opgericht in 2004 door Mark Zuckerberg, had in 2007 ongeveer 50 miljoen actieve gebruikers, tegenwoordig zijn dat er ongeveer 900 miljoen. Dit betekent dat bijna 13% van de totale wereldbevolking gebruik maakt van Facebook. Volgens onderzoek van Mitchell, Lebow, Uribe, Grathouse en Shoger (2011) gebruiken personen met bijna elke demografische achtergrond het Internet om onder andere in contact te blijven met geliefden, vrienden en kennissen. Daarnaast blijkt uit onderzoek over de invloed van sociale netwerk sites op het subjectief levensgeluk dat sites, zoals Facebook, bijdragen aan een positief levensgeluk, doordat men makkelijker sociale relaties kan aangaan (Valkenburg & Peter, 2007b). Diener (1994) definieert het subjectief levensgeluk als de beoordeling van het leven door een individu, die afhangt van vergelijking van de eigen individuele levensomstandigheden met de individuele normen en criteria. Hierbij spelen de affectieve ervaringen van een individu een grote rol, waarmee de positieve en negatieve ervaringen worden bedoeld. Sociale afwijzing, zoals het afwijzen van een vriendschapsverzoek op Facebook, kan worden gezien als een negatieve ervaring en kan het levensgeluk van een individu negatief beïnvloeden. Dit kan een bedreiging vormen voor de sociale netwerk sites, waarbij men regelmatig te maken krijgt met vriendschapsverzoeken die worden afgewezen. De vraag die hieruit rijst, is welk effect een online sociale afwijzing heeft op het gedrag van een individu.

Uit onderzoek van Baumeister en Leary (1995) blijkt dat mensen een sterke motivatie hebben om sociale relaties te vormen en te behouden. Dit kan worden aangeduid als de behoefte aan verbondenheid en is een van de belangrijkste basisbehoeften van het individu die, wanneer bevredigd, bijdraagt aan een positief levensgeluk (Ryan & Frederick, 1997). In dit onderzoek wordt er uitgegaan van de term '*belongingness need*' van Baumeister en Leary (1995) die zij omschrijven als de drang die een individu heeft voor het vormen en behouden van een minimale hoeveelheid van duurzame, positieve, en significante inter-persoonlijke relaties. Sociale afwijzing, zoals het afwijzen van een vriendschapsverzoek, brengt de *belongingness need* van een individu in gevaar. Onderzoek van Mellor, Stokes, Firth, Hayashi en Cummins (2008) toont aan dat een onbevredigde *belongingness needs* een risicofactor voor eenzaamheid is, en eenzaamheid zorgt voor het verminderen van het levensgeluk.

Een factor die hierbij van belang lijkt te zijn is *self-monitoring* en wordt door Lennox en Wolfe (1984) gedefinieerd als de mate waarin mensen zichzelf kunnen presenteren, door het afstemmen van hun acties op de signalen die zij opvangen, zodat deze in overeenstemming zijn. Zoals Diener (1999) aangeeft in zijn onderzoek, reageren personen verschillend op dezelfde omstandigheden, door hun eigen unieke verwachtingen, waarden, eerdere ervaringen, en persoonlijkheid. De manier waarop men met sociale afwijzing omgaat, en dus een toegenomen *belongingness need*, verschilt per individu (Ayduk, Gyurak & Luerssen, 2008). Er kan onderscheid gemaakt worden tussen *high self-monitors* en *low self-monitors*, waarbij personen die *high self-monitoring* zijn externe signalen snel kunnen oppikken en hun gedrag hierop aanpassen, terwijl personen die *low self-monitoring* zijn sterker reageren op interne signalen en zich laten leiden door hun gevoel. Uit onderzoek van Hess en Pickett (2010) blijkt dat personen die in staat zijn om verbale en non-verbale signalen te begrijpen en hun gedrag hierop kunnen aanpassen eerder sociaal succes bereiken, met andere woorden zullen zij eerder voldoen aan hun *belongingness needs*.

Een andere factor die invloed lijkt te hebben op het gedrag van een individu na sociale afwijzing, is materialisme en wordt omschreven als een set van centrale overtuigingen over het belang van bezittingen in het leven (Richins & Dawson, 1992). Een individu zal volgens onderzoek van Csikszentmihalyi (2000) bij een onbevredigde *belongingness need* op zoek gaan naar een manier om deze te bevredigen. Voormalig onderzoek in de offline context heeft aangetoond dat afgewezen personen het consumeren gebruiken om het doel, acceptatie, te bereiken (Mead, Baumeister, Stillman, Rawn & Vohs, 2011). Er zijn twee soorten materialisme, waar in dit onderzoek rekening mee wordt gehouden, namelijk geluksmaterialisme en succesmaterialisme. Geluksmaterialisme is het nastreven van geluk door aankopen, en succesmaterialisme is het soort materialisme waarbij succes wordt beoordeeld aan de hand van het aantal en de kwaliteit van de bezittingen van een persoon (Richins & Dawson, 1992). Onderzoek van Cass (2001) toont aan dat het inzetten van materialisme verband houdt met *self-monitoring*. *High self-monitors* zijn zich er meer van bewust welke boodschap ze met een bepaald product verzenden en willen verzenden (Snyder & Cantor, 1980), en begrijpen de communicatieve rol van bezittingen beter (Browne & Kaldenberg, 1997) dan *low self-monitors*. Wanneer een individu sociale afwijzing ondervindt, waardoor er een onbevredigde *belongingness need* ontstaat, zal, afhankelijk van de mate van *self-monitoring* waarover een individu beschikt, materialisme ingezet kunnen worden om de *belongingness need* te verminderen. Volgens Brewer (1991) kan men na een sociale afwijzing gebruik maken van twee strategieën, namelijk assimilatie- of differentiatie-gedrag. Bij assimilatie zal een individu proberen bij een groep te horen, terwijl bij differentiatie een individu zich juist zal proberen te onderscheiden van een groep.

Het doel in deze studie is inzicht verkrijgen in de invloed van online sociale afwijzing, in de vorm van een afgewezen vriendschapsverzoek, op het gedrag van mensen. Allereerst zal in het theoretische kader dieper worden ingegaan op de verschillende constructen en

redeneringen van waaruit de hypothesen worden gevormd. Vervolgens zal de methode behandeld worden, waarin het onderzoek en experiment nader worden verklaard. Dan volgen de resultaten en ten slotte zullen de conclusie en discussie van dit onderzoek worden weergegeven, waarbij ook de implicaties van dit onderzoek worden behandeld.

## **1. Theoretisch kader**

### **1.1 Subjectief levensgeluk**

Subjectief levensgeluk wordt door Diener (1994) gedefinieerd als een bewuste, cognitieve, globale beoordeling van het leven door een individu. Het is geen beoordeling op basis van extern opgelegde objectieve maatstaven, maar een beoordeling die afhangt van een vergelijking van de eigen individuele levensomstandigheden met de individuele normen en criteria (Diener, 1994). Met andere woorden, het levensgeluk dat iemand ervaart, hangt af van de eigen ervaringen evenals de verwachtingen die men van het leven heeft. Het gaat hierbij om positieve en negatieve gevoelens en ervaringen die bijdragen aan de geluksgevoelens.

Het subjectief levensgeluk bestaat volgens Diener (1994) zowel uit het subjectieve oordeel als de affectieve ervaringen van het individu. Het subjectieve oordeel is het oordeel dat men zelf geeft over het leven. Dit betekent dat het persoonsafhankelijk is en alleen door het individu zelf beoordeeld kan worden. De affectieve ervaringen zijn de invloeden op korte termijn, zoals het verliezen van een baan, ziek worden en veranderingen in de relationele sfeer (Lucas, 2007), met andere woorden de positieve en negatieve ervaringen van een individu.

Er zijn meerdere factoren die bijdragen aan het levensgeluk van een individu. In de volgende paragraaf zal er dieper worden ingegaan op de *Self-Determination Theory* die uitgaat van drie factoren die van invloed zijn op het subjectief levensgeluk.

### **1.2 Self-Determination Theory**

*Self-Determination Theory* (SDT; Deci & Ryan, 2001; Ryan & Deci, 2000a, 2000b) is het theoretische perspectief dat uitgaat van psychologische basisbehoeften die van invloed

zijn op het subjectief levensgeluk. Volgens Ryan, Kuhl en Deci (1997) is SDT een benadering van de menselijke motivatie en persoonlijkheid, waarbij gebruik gemaakt wordt van traditionele empirische methoden. Deze theorie benadrukt het belang van de menselijke ontwikkeling en de innerlijke oorsprong van de ontwikkeling van de persoonlijkheid en het gedrag (Ryan et al, 1997). Deci en Ryan (1994) maken onderscheid tussen drie fundamentele menselijke basisbehoeften, namelijk: de behoefte aan autonomie (*the need for autonomy*), de behoefte aan competentie (*the need for competence*), en de behoefte aan verbondenheid (*the need for relatedness*). Deze drie basisbehoeften zijn het fundament van de manier waarop een individu functioneert en de behoefte aan groei, integratie, sociale ontwikkeling en het persoonlijke welzijn van een individu (Ryan & Deci, 2000a). Deci en Ryan (1994) beschrijven ‘de behoefte aan autonomie’ als de behoefte die men voelt om zelfstandig keuzes te maken in het leven, ‘de behoefte aan competentie’ als de behoefte die een individu voelt om invloed uit te oefenen op zijn/haar omgeving, en ‘de behoefte aan verbondenheid’ als de behoefte die men heeft om zich verbonden te voelen met andere personen en/of groepen. Volgens Ryan en Frederick (1997) zullen deze basisbehoeften over de hele levensduur van het individu moeten worden bevredigd om een voortdurend gevoel van integriteit, welzijn (levensgeluk) of geluk te ervaren. Zo blijkt uit onderzoek van Ryan, Deci, Grolnick en La Guardia (2006) dat wanneer deze drie behoeften in de sociale context worden ondersteund en bevredigd, een individu meer vitaliteit, zelf-motivatie, en levensgeluk ervaart. Wanneer deze basisbehoeften daarentegen niet worden bevredigd, zal dit leiden tot verminderde zelf-motivatie en sneller ziek zijn (Ryan et al., 2006). De behoefte aan verbondenheid wordt gezien als de meest belangrijke behoefte van deze drie en staat in dit onderzoek centraal.

Naast de drie basisbehoeften richt de SDT zich ook op de motivatie die aanstuurt tot een bepaald menselijk gedrag, waarbij de theorie onderscheid maakt tussen onafhankelijke motivatie en gecontroleerde motivatie. Deze twee soorten motivatie worden ook wel



intrinsieke motivatie en extrinsieke motivatie genoemd, waarbij de intrinsieke motivatie volgens Amabile, Hill, Hennessey en Tighe (1994) kan worden gedefinieerd als de motivatie die voortkomt uit eigenbelang omdat de gedragshandeling boeiend of interessant is of om een andere persoonlijk bevredigende reden. Daarnaast definiëren Amabile et al. (1994) de extrinsieke motivatie als de motivatie om een bepaalde actie uit te voeren, niet gestuurd door de actie zelf, maar door iets wat los staat van de actie zoals een beloning, erkenning, of de inspraak van andere personen. Intrinsieke motivatie is een voorbeeld van onafhankelijk motivatie, wat betekent dat men iets doet uit eigen wil, de persoon wordt gestuurd door interne factoren. Bij de extrinsieke motivatie gebeuren dingen onder een bepaalde mate van druk, dit wordt ook wel gecontroleerde motivatie genoemd; de persoon wordt gestuurd door externe factoren. Volgens Ryan en Deci (2000b) kunnen doelstellingen als zelf-acceptatie, verbondenheid en gemeenschapsgevoel worden geclassificeerd als intrinsiek en hebben deze de neiging om te voldoen aan de psychologische basisbehoefte. Doelen zoals financieel succes, aantrekkelijk uiterlijk en sociale populariteit kunnen worden geclassificeerd als extrinsiek, aangezien deze samengaan met externe beloningen zoals lof (Ryan & Deci, 2000b).

De intrinsieke motivatie draagt, in tegenstelling tot de extrinsieke motivatie, bij aan levensgeluk (Kasser & Ryan 1993). Uit onderzoek van Kasser (2002) blijkt dat mensen die meer aandacht schenken aan de extrinsieke doelen dan aan de intrinsieke doelen, meer negatieve gevoelens en minder levensgeluk ervaren. Tevens blijkt uit onderzoek dat wanneer een individu onbevredigde behoeften heeft, men deze behoeften wil bevredigen (DeWall Vohs & Baumeister, 2008). Wanneer een sociale afwijzing plaatsvindt, waardoor de *belongingness need* van een individu toeneemt, zal men nieuwe sociale banden willen aangaan. Onderzoek van Ayduk, Gyurak en Luerksen (2008) toont aan dat de manier waarop men omgaat met een onbevredigde *belongingness need* verschilt per individu, waarbij de

intrinsieke en extrinsieke motivatie een rol speelt. In de volgende paragraaf zal er dieper worden ingegaan op de basisbehoefte ‘verbondenheid’ aan de hand van het construct ‘*belongingness need*’ van Baumeister en Leary (1995).

### 1.3 Belongingness need

Het verlangen naar sociale relaties en *belongingness* is volgens Baumeister en Leary (1995) de meest fundamentele en universele van alle menselijke behoeftes. *Belongingness need* wordt door Baumeister en Leary (1995) gedefinieerd als de drang die de mens heeft voor het vormen en behouden van een minimale hoeveelheid van duurzame, positieve, en significante inter-persoonlijke relaties. Wanneer er niet wordt voldaan aan de *belongingness need*, kan dat leiden tot gevoelens van sociaal isolement, vervreemding, en eenzaamheid (Baumeister & Leary, 1995). Volgens Baumeister en Leary (1995) is een gevoel van *belongingness* niet alleen een voorbode van sociale verbondenheid, maar ook een buffer tegen eenzaamheid.

De *belongingness need* bestaat uit twee componenten die volgens Baumeister en Leary (1995) belangrijk zijn, namelijk; (1) mensen hebben behoefte aan herhaalde, veelvoudige, positieve interacties met dezelfde personen, en (2) de interacties moeten op de lange termijn blijven bestaan om een stabiele relatie op te kunnen bouwen. De *belongingness need* is bevredigd wanneer er sprake is van beide componenten. Wanneer een individu te maken krijgt met sociale afwijzing, zal de *belongingness need* bij het individu toenemen en dus niet bevredigd zijn (Mead et al, 2011). Onderzoek van DeWall Vohs en Baumeister (2008) toont aan dat men deze onbevredigde *belongingness need* alsnog zal willen bevredigen. Zoals Baumeister en Leary (1995) aangeven, hebben mensen de sterke motivatie om sociale relaties te vormen en te onderhouden. Men wil sociaal geaccepteerd worden, en veel van de acties van een individu zullen gericht zijn op het bereiken van dat doel (Baumeister, 1998).

*Belongingness need* is een menselijke behoefte die bij iedere persoon in bepaalde mate aanwezig is, maar varieert van persoon tot persoon, afhankelijk van het aantal sociale banden

een individu heeft (Mead et al., 2011). Volgens Mead et al. (2011) hindert sociale afwijzing het vervullen van de behoefte naar *belongingness* en heeft deze consequenties voor het psychologische en het fysiologische functioneren van de mens. Wanneer de *belongingness need* van een persoon niet vervuld wordt, bijvoorbeeld door die sociale afwijzing, zal deze persoon een hogere mate van *belongingness need* gaan ervaren (Baumeister & Leary, 1995). Dit heeft tot gevolg dat men zal proberen deze *belongingness need* te bevredigen. Onderzoek toont aan dat elk individu verschillend reageert op een sociale afwijzing (Diener, 1999; Ayduk, Gyurak & Luerssen, 2008). Volgens Diener (1999) speelt naast de eigen unieke verwachtingen, waarden, en eerdere ervaringen, de persoonlijkheid van een individu hierbij een belangrijke rol. Een factor die van invloed is op de persoonlijkheid en dus van belang lijkt te zijn is *self-monitoring* en wordt in de volgende paragraaf nader verklaard.

#### 1.4 Self-monitoring

*Self-monitoring* wordt door Lennox en Wolfe (1984) gedefinieerd als de mate waarin een individu zichzelf kan presenteren, door het afstemmen van de acties op de signalen die het individu opvangt, zodat deze met elkaar in overeenstemming zijn. Twee aspecten die bij *self-monitoring* horen zijn; (1) gevoeligheid voor het expressieve gedrag van anderen (*the Sensitivity to the Expressive Behavior of Others*), en (2) het vermogen om de zelfpresentatie aan te passen (*the Ability to Modify Self-Presentation*) (Lennox & Wolfe, 1984). De mate waarin een individu over deze twee aspecten beschikt, zegt iets over de mate van *self-monitoring* dat bij een persoon aanwezig is. Snyder (1979) beschrijft het prototype *high self-monitor* als iemand die, uit bezorgdheid voor zijn of haar sociale gedrag, zeer gevoelig is voor de expressie van het gedrag van relevante andere in sociale situaties, en deze signalen gebruikt als richtlijn voor zijn of haar eigen verbale en non-verbale gedrag (*monitoring*). Met andere woorden, een *high self-monitor* is in staat om zowel de signalen uit de omgeving op te vangen en zijn of haar gedrag aan te passen aan de omgeving. Het prototype *low self-monitor*

wordt door Snyder (1979) beschreven als een individu dat niet zo waakzaam is voor expressief gedrag van anderen. Daarnaast heeft deze persoon niet genoeg ontwikkelde vaardigheden om zijn of haar gedrag aan te passen aan de situatie. Kortom, *low self-monitors* drukken zich uit zoals zij zich voelen in plaats van zich aan de omgeving aan te passen.

Uit onderzoek van Ryan en Deci (2000b) is gebleken dat de persoonlijkheid van een individu een grote rol speelt bij de manier waarop men sociale relaties aangaat. Met name de mate van *self-monitoring* is belangrijk, omdat dit bijdraagt aan de mogelijkheid van een individu om zich aan te passen aan de eisen van de sociale omgeving en hierdoor kansen creëert (Finkel & Campbell, 2001; Higgins, 1996; Mischel, Cantor, & Feldman, 1996; Tangney, Baumeister, & Boone, 2004 uit DeWall, Vohs & Baumeister, 2008). In onderzoek van Snyder (1979) naar het proces van *self-monitoring* wordt aangetoond dat personen die *high self-monitoring* zijn, beter in staat zijn vriendschappen op te bouwen en te behouden, dan personen die *low self-monitoring* zijn. Een reden hiervoor is dat *high self-monitors* beter in staat zijn dan *low self-monitors* in het opvangen van signalen van andere personen en het aanpassen van het gedrag daarop. Daarnaast toont onderzoek van Gangestad en Snyder (2000) aan dat *high self-monitors* meer gevoel hebben voor welke uitingen en welk gedrag geschikt is in een bepaalde situatie, dan *low self-monitors*.

Echter, *self-monitoring* is niet alleen een factor die een belangrijke rol speelt bij het opbouwen van sociale relaties, maar draagt ook bij aan de manier waarop een individu omgaat met een sociale afwijzing. Wanneer een individu te maken krijgt met een sociale afwijzing, zal de *belongingness need* van deze persoon in een bepaalde mate toenemen. Zoals onderzoek heeft aangetoond reageert iedere persoon anders op eenzelfde situatie en gaat elk individu anders om met een sociale afwijzing (Diener, 1999; Ayduk, Gyurak & Luerssen, 2008). Onderzoek van Gangestad en Snyder (2000) suggereert dat *high self-monitors* een hogere drang hebben om bij een groep te horen dan *low self-monitors*. Dit kan komen doordat *low*

*self-monitors* minder in staat zijn de signalen uit de omgeving op te nemen en daardoor minder gevoelig zijn voor een sociale afwijzing, terwijl *high self-monitors* heel gevoelig zijn voor de signalen uit de omgeving en dus voor een sociale afwijzing. Daarnaast blijkt uit onderzoek van Jones (1993) dat *high self-monitors* vaker worden gestuurd vanuit extrinsieke motivatie bij hun betrokkenheid in een relatie dan *low self-monitors*. In tegenstelling tot *low self-monitors*, die juist een partner selecteren op basis van gedeelde waarden en overtuigingen, en meer intrinsieke motivatie bezitten voor het vormen en behouden van een relatie. Onderzoek van Rose en DeJesus (2007) toont aan dat *high self-monitors* een sterker verlangen hebben naar sociale acceptatie dan *low self-monitors*. Uitgaande van voorgaande beweringen, kan er worden verondersteld dat *high self-monitors* gevoeliger zijn voor een sociale afwijzing dan *low self-monitors* en als gevolg daarvan een hogere *belongingness need* zullen ervaren na een sociale afwijzing. Daarnaast brengt een onbevredigde behoefte, die in dit geval wordt veroorzaakt door een sociale afwijzing, negatieve emoties met zich mee. Ervan uitgaande dat *high self-monitors* gevoeliger zijn voor sociale afwijzing, zullen zij meer negatieve emoties ervaren dan *low self-monitors* zullen ervaren na een sociale afwijzing. Door middel van voorgaande beweringen, worden de volgende hypothesen geformuleerd.

H1: *High self-monitors* hebben een hogere *belongingness need* na sociale afwijzing dan *low self-monitors* en een lagere *belongingness need* dan *low self-monitors* wanneer zij worden geaccepteerd.

H2a: *High self-monitors* ervaren in vergelijking tot *low self-monitors* meer negatieve emoties na sociale afwijzing en minder positieve emoties.

H2b: *High self-monitors* ervaren in vergelijking tot *low self-monitors* na sociale acceptatie meer positieve emoties en minder negatieve emoties.

Uit onderzoek van Browne en Kaldenberg (1997) blijkt dat *high self-monitors* vaak ook materialistisch zijn. Daarnaast toont onderzoek van Mead et al. (2011) aan dat personen met

een onbevredigde *belongingness need*, materialisme inzetten om weer acceptatie te bereiken. Materialisme is een belangrijke factor, die van invloed lijkt te zijn op het gedrag van een individu na sociale afwijzing en zal in de volgende paragraaf nader worden verklaard.

### 1.5 Materialisme

Materialisme is de derde factor, naast de *belongingness need* en *self-monitoring*, waarvan wordt verwacht dat het van invloed is op het gedrag van een individu na sociale afwijzing. Materialisme wordt door Richins en Dawson (1992) gedefinieerd als een set van centrale overtuigingen over het belang van bezittingen in het leven. Deze waardeoriëntatie kan volgens Richins en Dawson (1992) variëren en zij hebben de overtuiging dat het belangrijk is om materiële bezittingen te hebben.

Materialisme bestaat volgens Richins en Dawson (1992) uit drie dimensies, namelijk; centraliteitsdimensie, geluksdimensie, en succesdimensie. Met centraliteitsdimensie wordt bedoeld dat personen hun bezittingen en hun aankopen in het centrum van hun leven plaatsen. Het verwijst tevens naar het belang dat personen hechten aan het verwerven van meer bezit, waardoor hebzucht een levensdoel is. Daun (1983) beschrijft centraliteitsdimensie als een levensstijl waarbij de consumptie als doel fungeert. Volgens Richins en Dawson (1992) is het nastreven van geluk door aankopen in plaats van via andere middelen hetgeen wat geluksmaterialisme onderscheidt van ander materialisme. De geluksdimensie is meer een uitkomst van materialisme dan een kenmerk. Door te consumeren probeert men hoger te scoren op levensgeluk. De derde dimensie is de succesdimensie, materialisten hebben de neiging om hun eigen succes en dat van andere te beoordelen aan de hand van het aantal en de kwaliteit van de bezittingen van een persoon (Richins & Dawson, 1992). Verder spreken Richins en Dawson in hun onderzoek over instrumenteel en terminaal materialisme, waarmee het doel van het consumeren wordt verklaard. Er wordt gesproken van instrumenteel materialisme als objecten fungeren als essentieel middel voor het ontdekken en bevorderen

van persoonlijke waarden en doelen in het leven (Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton, 1978). Instrumenteel materialisme wordt gezien als een onschuldige vorm van materialisme omdat het bijdraagt aan een specifiek doel, een individu koopt bijvoorbeeld een laptop die nodig is voor de studie. Terminaal materialisme wordt gezien als een gevaarlijkere vorm van materialisme, omdat het consumeren van deze goederen geen doel heeft (Belk & Pollay, 1985). Zowel instrumenteel als terminaal materialisme kan negatieve gevolgen hebben, instrumenteel materialisme kan leiden tot hebzucht naar ervaringen, en terminaal materialisme kan leiden tot jaloezie, bezitterigheid en gierigheid. Volgens Belk en Pollay (1985) wordt terminaal materialisme ervaren als het meest destructieve type, omdat deze vorm het meest waarschijnlijk andere personen negatief zal beïnvloeden.

Uit onderzoek van Miesen en Schaafsma (2008) blijkt dat individuen met een hogere *belongingness need* een hogere materialistische waardeoriëntatie hebben, dan individuen met een lagere *belongingness need*. Volgens Rose en DeJesus (2007) zijn personen met een hogere *belongingness need*, meer geneigd om materiële goederen in te zetten om sociale acceptatie te bereiken dan personen met een lagere *belongingness need*. Uit onderzoek van Mead et al. (2011) in de online context, waarin wordt onderzocht of personen strategisch gaan consumeren na een sociale afwijzing met als doel aansluiting te genereren, is inderdaad gebleken dat personen, na uitsluiting, strategischer gaan uitgeven en consumeren om weer aansluiting te vinden. Personen die worden afgewezen, zullen een sterkere behoefte ervaren om te consumeren. Auty en Elliott (1998) benadrukken dat *high self-monitors* de neiging hebben om consumptie als doel te zien. Zoals eerder wordt beweerd, is de verwachting dat *high self-monitors* een hogere mate van *belongingness need* ervaren dan *low self-monitors* na sociale afwijzing. Daarnaast zijn *high self-monitors* beter in staat om signalen uit de omgeving op te pikken en hun gedrag hierop aan te passen. Geconcludeerd kan worden dat *high self-monitors* eerder dan *low self-monitors* materialisme in zullen zetten om na een

sociale afwijzing, acceptatie te bereiken. Dit komt overeen met succesmaterialisme, waarbij een individu consumeert om een bepaald doel te bereiken in plaats van gestuurd te worden vanuit het subjectief levensgeluk. Door middel van voorgaande beweringen, wordt de volgende hypothese geformuleerd.

H3: *High self-monitors* die sociale afwijzing ondergaan zullen in vergelijking tot *low self-monitors* meer succesgericht zijn en minder geluksgericht, terwijl *low self-monitors* na sociale afwijzing in vergelijking tot *high self-monitors* meer geluksgericht zijn en minder succesgericht.

Zoals in deze paragraaf aangetoond, zullen personen na een sociale afwijzing materialisme op een strategische manier in gaan zetten, om een bepaald doel te bereiken (Mead et al., 2011; Rose en DeJesus, 2007). Assimilatie- en differentiatie-gedrag is een vorm van strategisch consumeren en zal in de volgende paragraaf nader verklaard worden.

### **1.6 Assimilatie- en differentiatie-gedrag**

Zoals eerder in dit onderzoek is aangetoond, reageert elk individu anders op een sociale afwijzing, waarbij *self-monitoring* en materialisme een grote rol spelen. Echter, een individu ervaart altijd een bepaalde mate van *belongingness need* na een sociale afwijzing en zal deze behoefte alsnog willen bevredigen (Baumeister & Leary, 1995). Hierbij kan men gebruik maken van twee strategieën die nauw verwant zijn aan twee andere typen fundamentele menselijke behoeften, namelijk assimilatie- en differentiatie-gedrag (Brewer, 1991). In het eerste geval zal het individu door middel van assimilatie proberen bij een groep te horen, terwijl het individu in het tweede geval door middel van differentiatie zichzelf zal proberen te onderscheiden van een groep.

He, Cong, Lin en Zhou (2010) suggereren dat een individu een aantal overeenkomsten moet hebben met de groep waar hij of zij bij wilt horen. Uit onderzoek is gebleken dat personen na een sociale afwijzing eerder geneigd zijn om de mening van anderen over te



nemen dan personen die niet afgewezen zijn (Williams, Cheung & Choi 2000 uit Mead et al., 2011). Verder blijkt dat *high self-monitors* het gedrag en de houding aanpassen aan de sociale situatie, terwijl *low self-monitors* de neiging hebben om zich te gedragen in overeenstemming met hun innerlijke houding (Gangestad & Snyder 2000; Snyder 1974, 1979). Daarnaast proberen sociaal afgewezen individuen sociale acceptatie te bereiken door het inzetten van materialisme (Rose & DeJesus, 2007). Hieruit kan worden opgemaakt dat *high self-monitors* die zijn afgewezen, eerder materialisme inzetten om sociale acceptatie te bereiken en dus zullen gaan assimileren. *Low self-monitors* daarentegen zijn intrinsiek gemotiveerd en zullen eerder gestuurd worden door hun interne verlangens, waardoor zij, ongeacht de situatie, differentiatie-gedrag vertonen. Op grond van voorgaande overwegingen, wordt de volgende hypothese geformuleerd.

H4: *High self-monitors* zullen na sociale afwijzing bij het maken van een keuze voor een product in grotere mate assimilatie-gedrag vertonen en bij sociale acceptatie differentiatie-gedrag vertonen, *low self-monitors* zullen differentiatie-gedrag vertonen ongeacht of zij sociale afwijzing of acceptatie hebben ondergaan.

## 2. Methode

### 2.1 Respondenten

Dit onderzoek richt zich op studenten ingeschreven aan een universiteit in Nederland met een leeftijd van 18 jaar en ouder. In het totaal zijn er 78 proefpersonen die aan dit onderzoek hebben deelgenomen, waarvan 12 mannen (15,4 %) en 66 vrouwen (84,6 %). De gemiddelde leeftijd van de proefpersonen is  $M = 19.6$  ( $SD = 1.7$ ) en is verspreid van 18 jaar tot 28 jaar. Het onderzoek vindt plaats aan de Tilburg University, waarbij gebruik gemaakt wordt van een proefpersonenpool waar studenten zichzelf kunnen inschrijven. Er is in dit onderzoek gebruik gemaakt van een gestratificeerde cluster steekproef. Het gaat hierbij om

een verdeling van vergelijkbare individuen, namelijk alle proefpersonen zijn studenten die studeren aan de Tilburg University met een leeftijd tussen de 18 en 28 jaar.

## **2.2 Design**

De vraag die in dit onderzoek centraal stond was of digitale sociale afwijzing invloed had op het gedrag van een individu. Er werd gebruik gemaakt van een gemanipuleerde afwijzing/acceptatie om het effect op het gedrag te testen. Bij deze manipulatie was er sprake van een onafhankelijke variabele, namelijk het wel of niet geaccepteerd worden van een verzonden vriendschapsverzoek en de factor die hierbij een rol speelt was het geslacht. Dit wil zeggen dat in dit onderzoek een vriendschapsverzoek aan een vrouw werd gedaan door een man en, een vriendschapsverzoek aan een man werd gedaan door een vrouw. Er waren in het totaal vier condities, vrouw/acceptatie, vrouw/afwijzing, man/acceptatie, en man/afwijzing.

## **2.3 Stimulus materiaal**

### **2.3.1 Website**

De gemanipuleerde website die onderdeel was van het experiment was een nagebootste online sociale omgeving, genaamd MyShout! en te vergelijken met de sociale netwerk pagina Facebook. Wanneer men op de link drukte, die halverwege de vragenlijst op limesurvey te zien was, kwam men op de welkomspagina van MyShout. Deze welkomspagina bevatte uitleg over de website en de stappen die de proefpersoon vervolgens moest nemen (zie Figuur 1).

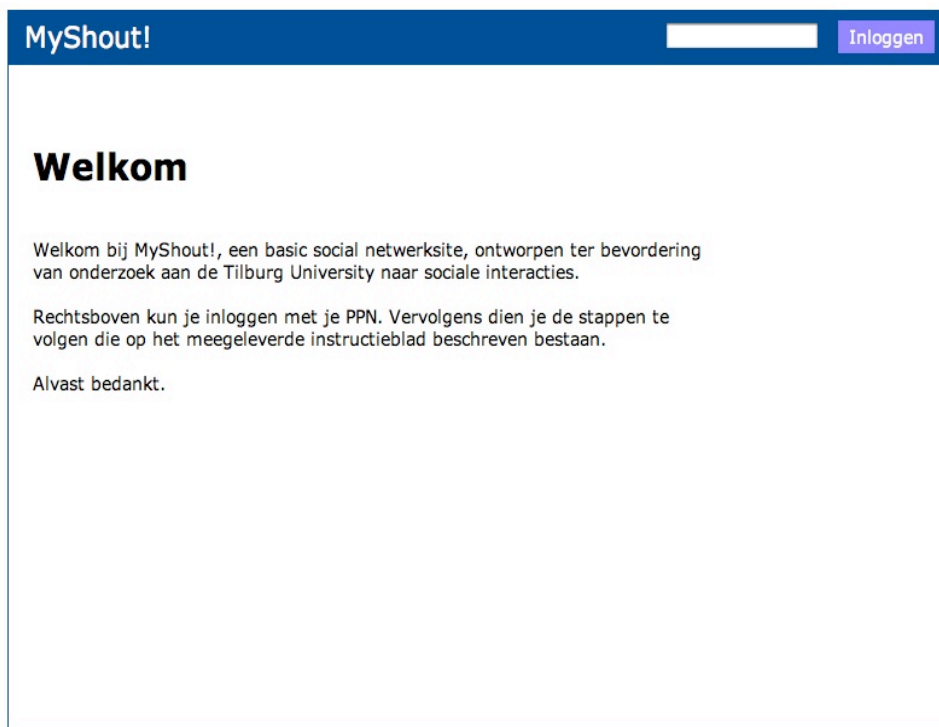
Door rechtsboven in het welkomsscherm in te loggen met de verkregen gegevens, kwam de proefpersoon op de inbox pagina terecht. Dit scherm bevatte een 'inbox link' een 'uitlog link,' en een link met 'eigen profiel updaten.' Verder was er op deze pagina een mail inbox te zien en het toegezonden profiel van de confederate (zie Figuur 2).

Door op de link 'eigen profiel updaten' te klikken kwam men op de volgende pagina, waar de respondent zijn/haar profiel kon aanpassen. De proefpersoon kon hier zijn/haar naam,

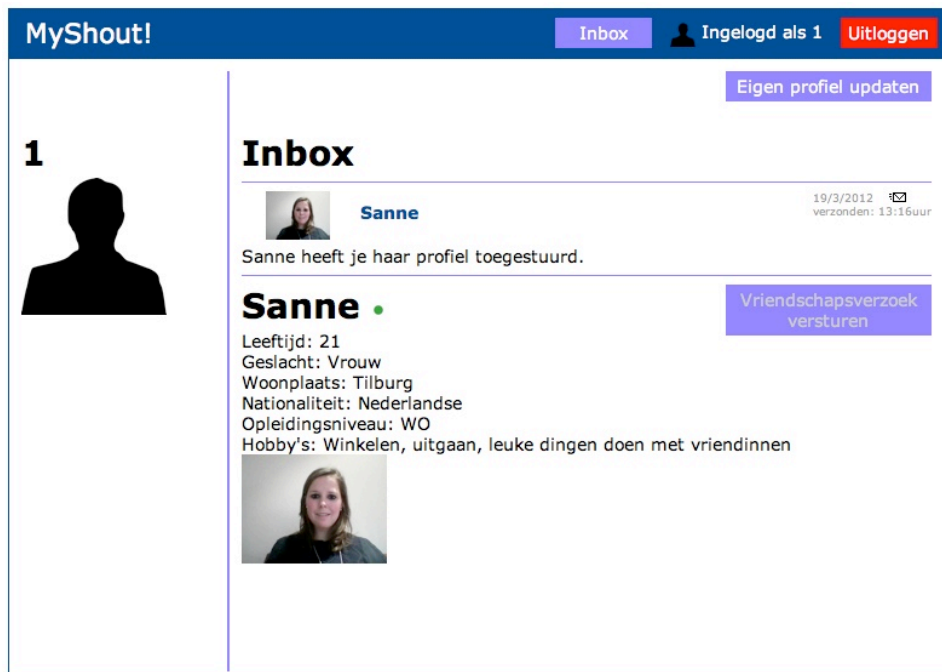
leeftijd, geslacht, woonplaats, nationaliteit, opleidingsniveau, hobby's, en profielfoto updaten. Rechtsboven op deze pagina bevond zich een 'opslaan' link, waarmee men weer op de inbox pagina terecht kwam.

De link 'vriendschapsverzoek versturen' was na het updaten van het profiel actief, zodat de respondent de confederate een vriendschapsverzoek kon versturen. Nadat de respondent op deze link klikte, verscheen er op het scherm dat het vriendschapsverzoek verzonden was en dat de proefpersoon moest wachten op een reactie.

Er verscheen na 40 seconde een pop-up in beeld met de tekst 'u heeft 1 nieuw bericht' en de mogelijkheid om op 'OK' te klikken. Wanneer de respondent op 'OK' klikte, kwam hij/zij in het inbox scherm terecht, waar te zien was dat er 1 nieuw bericht was. Dit bericht bevatte een afwijzend of accepterend bericht van de confederate. Ten slotte was er een 'uitlog' link, waarmee men op de laatste pagina terecht kwam en bedankt werd voor deelname.



*Figuur 1: Welkomspagina*



*Figuur 2:* Inbox pagina

### 2.3.2 Strategische consumenten gedragstaak

Naast de gemanipuleerde website, waarbij het aankoopgedrag werd getest door afwijzing/acceptatie, bestond het experiment uit een strategische consumenten gedragstaak met behulp waarvan assimilatie- dan wel differentiatie-gedrag werd geoperationaliseerd. De consumenten gedragstaak bestond uit een viertal producten waar de respondent aan het einde van het experiment uit kon kiezen. De respondenten werd verteld dat het ging om een presentje als blijk van dank, waar zij kans op konden maken door middel van een loting. De vier producten waren van gelijke waarde, waarvan twee producten voor assimilatie stonden en twee producten voor differentiatie. De producten werden op eenzelfde manier gepresenteerd aan de respondent door middel van een foto en korte beschrijving. De respondent kon kiezen voor een customized T-shirt (differentiatie), een Tilburg University T-shirt (assimilatie), een toilettas (differentiatie) en een deodorant set (assimilatie). De keuze voor de producten die assimilatie-gedrag veronderstellen, komt voort uit het idee dat een Tilburg University T-shirt

groepslidmaatschap uitdruk, en deodorant staat voor hygiëne, waardoor een persoon het gevoel heeft eerder geaccepteerd te worden.

#### 2.4 Instrument

De constructen die in deze studie zijn onderzocht, worden hieronder ieder afzonderlijk besproken.

*Self-Monitoring.* Met behulp van de *Self-Monitoring Scale* (SMS) van Snyder (1974) wordt aan de hand van 25 stellingen de mate waarin men het gedrag afspiegelt aan dat van de omgeving gemeten. In dit onderzoek wordt er gebruik gemaakt van een vijf-punts Likert schaal (1 = helemaal mee oneens; 5 = helemaal mee eens), in tegenstelling tot de oorspronkelijke schaal waarbij gebruik gemaakt wordt van ‘waar of onwaar’ bij het beantwoorden van de vragen. Voorbeeldvragen van de SMS zijn; “Ik vind het lastig om het gedrag van anderen te imiteren” en “Als ik onzeker ben over hoe ik me in een bepaalde sociale situatie moet gedragen, kijk ik naar het gedrag van anderen om signalen op te vangen”. Voor dit onderzoek geldt een Cronbach’s Alpha van .65.

*Need to belong.* De *Need to Belong Scale* (NtBS) van Leary, Kelly, Cottrell, en Schreindorfer (2006) bestaat uit tien vragen, waarbij gebruik gemaakt wordt van de vijf-punts Likert schaal (1 = helemaal mee oneens; 5 = helemaal mee eens). Voorbeelden van de NtBS zijn: “Ik hou er niet van om alleen te zijn,” en “Ik wil graag dat anderen mensen mij accepteren.” De Cronbach’s Alpha voor de NtBS is .71.

*Materialisme.* De *Material Values Scale* (MVS) van Richins en Dawson (1992) bestaat uit twaalf vragen met betrekking tot de succesdimensie en de geluksdimensie. De vragen worden in dit onderzoek beantwoord door middel van de vijf-punts Likert schaal (1 = helemaal mee oneens; 5 = helemaal mee eens). Een voorbeeldvraag van de geluksdimensie is: “Ik heb alles wat ik nodig heb om te kunnen genieten van het leven,” en een voorbeeldvraag

van de succesdimensie is: “Ik bezit graag dingen die indruk maken op andere mensen.” De Cronbach’s Alpha voor succesmaterialisme is .69 en voor geluksmaterialisme .72.

*Mood Introspection.* De *Brief Mood Introspection Scale* (BMIS) van Mayer en Gaschke (1988) bestaat uit 16 verschillende stemmingen, zoals blij, nerveus, en actief, waarmee de stemming van de respondent wordt gemeten. Er wordt gebruik gemaakt van een vier-punts schaal (1 = ik voel me helemaal nooit; 5 = ik voel me vaak) om de stemming van een persoon te meten. Deze 16 items kunnen worden onderverdeeld in 8 positieve stemmingen zoals blij, voldaan, en opgewekt, en 8 negatieve stemmingen zoals nerveus, somber, en naar. De Cronbach’s Alpha voor de positieve stemmingen van de BMIS is .77 en voor de negatieve stemmingen .82. Daarnaast moet de respondent op een schaal van 1 tot en met 10 aangeven wat zijn/haar algemene gemoedstoestand is (1 = zeer prettig; 10 = zeer onprettig).

*Pure emoties.* De *Pure Emotions Scale* (PES) is een zelf ontwikkelde schaal waarbij we ons hebben laten inspireren door een bron op Wikipedia. Deze schaal bestaat uit zes soorten emoties, zoals angst/veiligheid, en waardering/afgunst die antwoord moet geven op de gemoedstoestand van een respondent na het experiment. De items worden beantwoord met de vijf-punts Likert schaal (1 = ik voel veel ‘angst’; 5 = ik voel veel ‘veiligheid’). De Cronbach’s Alpha van PES is .56.

*Life satisfaction.* De *Life Satisfaction Scale* (LSS) van Diener, Emmons, Larsen, en Griffin (1985). Met behulp van een vijf-punts Likert schaal (1 = helemaal mee oneens; 5 = helemaal mee eens) geeft de respondent antwoord op de vijf stellingen. De oorspronkelijke schaal maakt gebruik van een zeven-punts Likert schaal. Voorbeelden van LSS zijn: “In de meeste opzichten komt mijn leven overeen met mijn ideaalbeeld,” en “Ik ben tevreden met mijn leven”. De Cronbach’s Alpha voor de LSS is .78.

## 2.5 Procedure

Het onderzoek vond plaats via limesurvey. De enquête bestond uit acht onderdelen: algemene vragenlijst, Life Satisfaction Scale (LSS), een Self-Monitoring Scale (SMS), Brief Mood Introspection Scale (BMIS), Pure Emotions Scale (PES), Need to Belong Scale (NtBS), Material Values Scale (MVS). en een consumptiegedragstaak. Na de SMS vond een kort experiment plaats.

Het drie weken durende onderzoek heeft plaatsgevonden op de Tilburg University (TiU) tussen 8.30 uur en 17.00 uur. De proefpersonen werden ontvangen door een van de proefleiders op de TiU. Het lokaal waarin zij werden ontvangen varieerden, maar de omstandigheden van het lokaal waren soortgelijk, namelijk een afgesloten ruimte waarin alleen de proefleider aanwezig was. De proefpersoon kreeg uitleg van de proefleider over wat er werd verwacht van hem of haar en kreeg het instructieformulier overhandigd, waarop de coverstory van het onderzoek stond. De proefpersonen werd verteld dat zij meededen aan een onderzoek naar de rol die profielinformatie speelt bij het accepteren/afwijzen van een vriendschapsverzoek. Vervolgens werd de proefpersoon gevraagd deze instructies aandachtig door te nemen, zijn/haar gegevens in te vullen en toestemming te geven voor het experiment. De proefpersoon werd verteld dat er in een ander lokaal eveneens een proefpersoon aanwezig was. Daarnaast werd uitgelegd dat beide proefpersonen halverwege het experiment contact met elkaar hebben middels een online sociale netwerk applicatie, waarbij persoonsgegevens zullen worden uitgewisseld. De respondent werd gevraagd om plaats te nemen achter een laptop met webcam, waarna het experiment van start ging. Vooraf aan het onderzoek werd de respondent gevraagd, de proefleider te waarschuwen wanneer hij/zij bij een link aankomt. De proefleider nam vervolgens contact op met de andere proefleider om na te gaan of het experiment kon beginnen. Vervolgens kreeg de respondent een nieuw instructieformulier en kon het experiment van start gaan. Door op de link in de enquête te klikken, verscheen er een

pop-up in beeld met de applicatie. De proefpersoon werkte het experiment af aan de hand van het instructieformulier. Wanneer de proefpersoon klaar was en aangekomen bij het uitlogscherf, kon het pop-up scherm van de applicatie worden gesloten en de rest van de vragenlijst afgehandeld worden. Door middel van Limesurvey werd de proefpersoon bedankt voor zijn/haar deelname en gevraagd waar hij/zij dacht dat het onderzoek over ging. Vervolgens werd de proefpersoon duidelijk gemaakt dat de proefpersoon waarmee hij/zij zogenaamd contact heeft gehad niet bestond. De proefpersoon werd verzocht om hier met niemand over te spreken gedurende de weken waarin alle experimenten werden afgenomen.

## 2.6 Analyseplan

Door middel van SPSS 17.0 werden statistische analyses uitgevoerd. In het totaal zijn er 87 enquêtes afgenomen, waarvan er negen zodanig incompleet waren dat de gegevens ervan niet in de analyses zijn opgenomen. Als zodanig waren er 78 bruikbare enquêtes voor de analyse. In dit onderzoek wordt er uitgegaan van een betrouwbaarheid van .05. Dit betekent dat wanneer er een verschil ontstaan door toeval kleiner dan vijf procent ( $p < .05$ ) het verschil als zijnde significant wordt beschouwd. Om te zorgen dat alle uitkomsten dezelfde betekenis hebben, moeten een aantal items worden gehercodeerd.

## 3. Resultaten

Het doel van deze studie was het onderzoeken of sociale afwijzing invloed heeft op het gedrag van een individu. De constructen *self-monitoring*, *belongingness need*, en materialisme zijn hierbij in beschouwing genomen. De constructen levensgeluk, brief mood en pure emoties zijn opgenomen als controle variabele. De hypothesen zullen in de volgorde worden behandeld zoals in het theoretisch kader besproken. De hypothesen zijn geformuleerd aan de hand van verschillen, waarbij we spreken over 'iets is hoger,' en 'iets is lager,' dus wordt er gebruik gemaakt van een univariate variantie-analyse. De betrouwbaarheid die wordt gehanteerd is voor elke toets  $p < .05$ . Hypothesen 1, 2, en 3 zijn aan de hand van Univariate



variantie-analyses (ANOVA's) geanalyseerd, waarbij wordt gekeken naar de hoofd-effecten en de interactie-effecten. De resultaten zijn te zien in de Tabellen 1 en 2.

Tabel 1

*Univariate variantie-analyse voor de belongingness need, pure emoties, en materialisme naar self-monitoring en condities*

	<i>F</i>		<i>p</i>	
<b>Belongingness need</b>				
Sociale afwijzing/acceptatie	1,20		.307	
Self-monitoring	0,85		.360	
Self-monitoring X Sociale afwijzing/acceptatie	1,06		.353	
<b>Pure emoties</b>				
Sociale afwijzing/acceptatie	14,40		.000	
Self-monitoring	3,44		.068	
Self-monitoring X Sociale afwijzing/acceptatie	1,06		.350	
<b>Materialisme</b>				
	Succes	Geluk	Succes	Geluk
Sociale afwijzing/acceptatie	0,36	1,30	.701	.280
Self-monitoring	3,73	0,54	.058	.466
Self-monitoring X Sociale afwijzing/acceptatie	1,39	1,39	.256	.255

Tabel 2

Gemiddelden en Standaarddeviaties voor de Belongingness need, Emoties en Materialisme naar Self-monitoring en condities (N=78).

		Sociale acceptatie		Sociale afwijzing	
		M (SD)		M (SD)	
<i>belongingness need</i>					
<i>Self-monitoring</i>					
	Hoog	3.30 (0.24)		3.13 (0.32)	
	Laag	3.31 (0.28)		3.34 (0.26)	
Pure emoties					
<i>Self-monitoring</i>					
	Hoog	2.71 (0.29)		3.17 (0.43)	
	Laag	2.68 (0.33)		2.99 (0.39)	
Materialisme		Succes	Geluk	Succes	Geluk
<i>Self-monitoring</i>					
	Hoog	2.50 (0.55)	2.48 (0.47)	2.21 (0.58)	2.39 (0.76)
	Laag	2.48 (0.71)	2.40 (0.76)	2.70 (0.50)	2.87 (0.55)

Noot: M = Gemiddelden. SD = Standaarddeviaties.

Hypothese 1 stelde dat *high self-monitors* een hogere *belongingness need* hebben na afwijzing dan *low self-monitors* en een lagere *belongingness need* dan *low self-monitors* wanneer zij worden geaccepteerd. Uit de resultaten blijkt dat er geen significant effect is te zien tussen de mate van *self-monitoring* en de *belongingness need* die iemand ervaart na sociale afwijzing dan wel acceptatie:  $F(2,69) = 1,06, p > .05$ . De proefpersonen die *low self-monitors* zijn, ervaren ongeveer dezelfde *belongingness need* na sociale afwijzing ( $M = 3.34, SD = 0.26$ ) en acceptatie ( $M = 3.31, SD = 0.28$ ) als personen die *high self-monitors* zijn ( $M = 3.13, SD = 0.32$ ) en ( $M = 3.29, SD = 0.24$ ). Dit betekent dat H1 kan worden verworpen.

H2a: 'High self-monitors ervaren in vergelijking tot low self-monitors meer negatieve emoties na sociale afwijzing en minder positieve emoties,' en H2b: 'High self-monitors

*ervaren in vergelijking tot low self-monitors na sociale acceptatie meer positieve emoties en minder negatieve emoties*’ kunnen worden verworpen. De Univariate analyse toont aan dat er geen significant effect optreedt voor de mate van *self-monitoring* en de pure emoties die iemand ervaart na sociale afwijzing of acceptatie:  $F(2,71) = 1,06, p > .05$ . De proefpersonen die *low self-monitoring* zijn, ervaren ongeveer dezelfde pure emoties na afwijzing ( $M = 2.99, SD = 0.39$ ) als de proefpersonen die *high self-monitoring* zijn ( $M = 3.17, SD = 0.43$ ). Hetzelfde geldt voor *low self-monitors* en *high self-monitors* na sociale acceptatie ( $M = 2.68, SD = 0.33$  en  $M = 2.71, SD = 0.29$  respectievelijk).

Voor H3: ‘*High self-monitors die sociale afwijzing ondergaan zullen in vergelijking tot low self-monitors meer succesgericht zijn en minder geluksgericht, terwijl low self-monitors na sociale afwijzing in vergelijking tot high self-monitors meer geluksgericht zijn en minder succesgericht*’ moet evenals bij hypothese 1 en 2 het interactie-effect gemeten worden. Uit de Univariate analyse blijkt dat er geen significant effect is te zien tussen de mate van *self-monitoring* bij een persoon na sociale afwijzing voor zowel geluksmaterialisme als succesmaterialisme:  $F(2,69) = 1,39, p > .05$  en  $F(2,69) = 1,39, p > .05$  respectievelijk. De proefpersonen die *low self-monitoring* zijn vertonen dezelfde mate van geluksgericht materialisme gedrag na afwijzing ( $M = 2.87, SD = 0.55$ ) als succesgericht materialisme gedrag ( $M = 2.70, SD = 0.50$ ). Personen die *high self-monitors* zijn vertonen na sociale afwijzing ook zowel geluksgericht materialisme gedrag ( $M = 2.39, SD = 0.76$ ) als succesgericht materialisme gedrag ( $M = 2.21, SD = 0.58$ ). Dit betekent dat H3 kan worden verworpen.

Hypothese 4 veronderstelt dat *high self-monitors* na sociale afwijzing in grotere mate assimilatie-gedrag vertonen en bij sociale acceptatie differentiatie-gedrag vertonen, terwijl *low self-monitors* differentiatie-gedrag vertonen ongeacht of zij sociale afwijzing of acceptatie hebben ondergaan. Op grond van de resultaten uit Tabel 4 wordt hypothese 4 verworpen.

Tabel 3

*Univariate variantie-analyse voor assimilatie- en differentiatie-gedrag naar self-monitoring en conditie*

	<i>M (SD)</i>	<i>M (SD)</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
	Afwijzing	Acceptatie		
Sociale afwijzing/acceptatie			0,52	.601
<i>Self-monitoring</i>			2,38	.131
Hoog	1.67 (0.50)	1.46 (0.52)		
Laag	1.20 (0.41)	1.64 (0.51)		
<i>Self-monitoring X Sociale afwijzing/acceptatie</i>			3,06	.059

*Noot: M = gemiddelden. SD = standaarddeviaties.*

Er is geen significant effect te zien voor de mate van *self-monitoring* en het assimilatie- en differentiatie-gedrag na afwijzing:  $F(2,39) = 3,05, p > .05$ . De proefpersonen die *low self-monitors* zijn, vertonen ongeveer dezelfde mate van assimilatie- en differentiatie-gedrag na sociale afwijzing ( $M = 1.20, SD = 0.41$ ) en acceptatie ( $M = 1.64, SD = 0.51$ ) als personen die *high self-monitors* zijn ( $M = 1.67, SD = 0.50$ ) en ( $M = 1.46, SD = 0.52$ ). Dit betekent dat H4 kan worden verworpen.

#### 4. Conclusie en discussie

Het doel in dit onderzoek was het onderzoeken van de invloed van digitale sociale afwijzing op het gedrag van het individu. De variabelen *belongingness need*, *self-monitoring*, en materialisme werden daarbij in beschouwing genomen. Er werd in deze studie onderzoek gedaan naar het effect van sociale afwijzing op de pure emoties van een persoon in samenhang met de mate van *belongingness need* en *self-monitoring*. Daarnaast werd er onderzocht of er een relatie was tussen de mate van *self-monitoring* en *belongingness need* na sociale afwijzing. Verder werd er gekeken naar de relatie tussen *self-monitoring* en

materialisme na sociale afwijzing en het effect van sociale afwijzing op het assimilatie- en differentiatie-gedrag van een persoon in combinatie met de mate van *self-monitoring*. *Belongingness need* wordt door Baumeister en Leary (1995) gedefinieerd als de drang die de mens heeft voor het vormen en behouden van een minimale hoeveelheid van duurzame, positieve, en significante inter-persoonlijke relaties. De variabele *self-monitoring* wordt door Lennox en Wolfe (1984) gedefinieerd als de mate waarin mensen zichzelf kunnen presenteren, door het afstemmen van hun acties op de signalen die zij opvangen, zodat zij in overeenstemming zijn. Materialisme wordt door Richins en Dawson (1992) gedefinieerd als een set van centrale overtuigingen over het belang van bezittingen in het leven. De resultaten wijzen uit dat sociale afwijzing geen invloed heeft op het gedrag van mensen.

Hypothese 1 veronderstelt dat *high self-monitors* een hogere *belongingness need* ervaren na een sociale afwijzing dan *low self-monitors* en een lagere *belongingness need* ervaren dan *low self-monitors* wanneer zij worden geaccepteerd. Er blijkt geen significant verschil te zijn tussen de mate van *self-monitoring* en de mate van *belongingness need* na een sociale afwijzing en acceptatie. Dit houdt in dat *high self-monitors* en *low self-monitors* na een sociale afwijzing of acceptatie geen verschil vertonen in de mate van *belongingness need* die zij ervaren. Dit komt niet overeen met onderzoek van Gangestad en Snyder (2000) die suggereren dat de *belongingness need* van *high self-monitors* hoger is dan die van *low self-monitors* en dat *high self-monitors* gevoeliger zijn voor een sociale afwijzing. Daarnaast werd onderzocht of er een relatie was tussen *self-monitoring* en de pure emoties die iemand ervaart na een sociale afwijzing of sociale acceptatie.

Hypothese 2a en 2b suggereerden dat *high self-monitors* in vergelijking tot *low self-monitors* meer negatieve emoties ervaren na een sociale afwijzing en minder positieve emoties en *high self-monitors* in vergelijking tot *low self-monitors* die na een sociale acceptatie meer positieve emoties en minder negatieve emoties ervaren. De resultaten wijzen

uit dat er geen significant verschil is gevonden tussen de mate van *self-monitoring* en de pure emoties die iemand ervaart na een sociale afwijzing of acceptatie. Dit betekent dat zowel *high self-monitors* als *low self-monitors* dezelfde pure emoties ervaren na een sociale afwijzing en sociale acceptatie. Verder werd er verwacht dat er een relatie zou zijn tussen *self-monitoring* en materialisme na een sociale afwijzing.

Hypothese 3 suggereert dat *high self-monitors* die een sociale afwijzing ondergaan in vergelijking tot *low self-monitors* meer succesgericht zullen zijn en minder geluksgericht, terwijl *low self-monitors* na een sociale afwijzing in vergelijking tot *high self-monitors* meer geluksgericht zijn en minder succesgericht. Uit de resultaten blijkt er geen significant verschil te zijn tussen de mate van *self-monitoring* en het materialisme na een sociale afwijzing. Zowel *high self-monitors* als *low self-monitors* zijn na een sociale afwijzing in gelijke mate succesgericht en geluksgericht. In tegenstelling tot het onderzoek van Rose en DeJesus (2007) waaruit blijkt dat personen die *high self-monitoring* zijn vaker materiële goederen inzetten om sociale acceptatie te bereiken wat overeenkomt met succes materialisme. Als laatste werd er een relatie verwacht tussen *self-monitoring* en assimilatie- en differentiatie-gedrag na een sociale afwijzing of acceptatie.

Hypothese 4 suggereerde dat *high self-monitors* na een sociale afwijzing bij het maken van een keuze voor een product in grotere mate assimilatie-gedrag zouden vertonen en bij een sociale acceptatie differentiatie-gedrag, terwijl *low self-monitors* differentiatie-gedrag zouden vertonen ongeacht of zij een sociale afwijzing of acceptatie hebben ondergaan. Er blijkt geen significant verschil te zijn tussen *self-monitoring* en het assimilatie- en-differentiatie gedrag dat men vertoont na een sociale afwijzing of acceptatie. Dit houdt in dat *high self-monitors* evenveel assimilatie- en differentiatie-gedrag vertonen na een sociale afwijzing of acceptatie als *low self-monitors*. Een mogelijke verklaring voor de uitkomsten van dit onderzoek is dat de sociale afwijzing en acceptatie in dit onderzoek niet realistisch genoeg waren en dus niet

het gewenste effect veroorzaakten. De proefpersonen hadden vaak in de gaten dat het ging om een manipulatie, waardoor het effect op de pure emoties en de *belongingness need* verminderde. Daarnaast ging het om een afwijzing of acceptatie van een persoon die voor de proefpersoon onbekend was, wat naar verwachting een minder groot effect heeft dan een afwijzing of acceptatie door een bekend persoon voor de betreffende proefpersoon. Een mogelijke verklaring voor het resultaat van Hypothese 4 is dat de producten die gekozen zijn om assimilatie- en differentiatie-gedrag aan te tonen, door de proefpersonen niet op de juiste manier worden geïnterpreteerd.

Dit onderzoek kent een aantal beperkingen die gelden voor het onderzoek in zijn geheel. Een van de beperkingen is de verhouding in de steekproef tussen het aantal mannen en vrouwen. Namelijk was 84,6% van de proefpersonen vrouw en 15,4% was man. Dit zorgt voor een ongelijke verdeling die niet het juiste beeld weergeeft van de Nederlandse bevolking. Verder werd het onderzoek gehouden onder studenten van Tilburg University, terwijl minder dan één vierde van de Nederlandse bevolking WO geschoold is. Daarnaast betekent dit ook dat de gemiddelde leeftijd van de proefpersonen erg laag was, namelijk 19,6 jaar. De oudste respondent was 28 jaar en de jongste was 18 jaar. De getrokken steekproef is dus geen representatieve weergave van de beoogde populatie.

Dit onderzoek draagt bij aan de zoektocht naar het antwoord op de vraag welke invloed sociale afwijzing heeft op een persoon en het gedrag. Er zijn veel factoren van invloed op het gedrag en met de komst van de sociale netwerken is het van belang een antwoord te krijgen op deze vraag. Vervolgonderzoek zou nog dieper in kunnen gaan op het gedrag van personen zoals bepaalde eigenschappen en kenmerken die van invloed kunnen zijn. Ik hoop met dit onderzoek op een zinvolle bijdrage.

## 5. Literatuurlijst

Amabile, T. M., Hill, K. G., Hennessey, B. A., & Tighe, E. M. (1994). The Work Preference

- Inventory: Assessing intrinsic and extrinsic motivational orientations. *Journal of Personality and Social Psychology* 66(5): 950-967.
- Auty, S., & Elliott, R. (1998). Fashion involvement, self-monitoring and the meaning of brands. *The Journal of product & brand management* 7(2-3): 109-123.
- Ayduk, Ö., Gyurak, A., & Luerssen, A. (2008). Individual differences in the rejection–aggression link in the hot sauce paradigm: The case of rejection sensitivity. *Journal of Experimental Social Psychology* 44, 775–782.
- Baumeister, R. F. (1998). The self. *The handbook of social psychology, Vols. 1 and 2 (4th ed.)*. D. T. Gilbert, S. T. Fiske and G. Lindzey. New York, NY, US, McGraw-Hill: 680-740.
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin* 117(3): 497-529.
- Belk, R. W., & Pollay, R. W. (1985), Materialism and Magazine Advertising During the Twentieth Century. *Advances in Consumer Research, Vol. 12*, eds., Elizabeth C. Hirschman and Morris B. Holbrook, 394-398.
- Brewer, M. B. (1991). The Social Self: On Being the Same and Different at the Same Time. *Personality and Social Psychology Bulletin* 17(5): 475-482.
- Browne, B. A., & Kaldenberg, D. O. (1997). Conceptualizing self-monitoring: Links to materialism and product involvement. *Journal of consumer marketing* 14(1): 31-44.
- Cass, A. O. (2001). Consumer Self-monitoring, Materialism and Involvement in Fashion Clothing. *Australasian Marketing Journal* 9 (1), 46-60.
- Correa, T., Hinsley, A. W., & Zùñiga, H. G. de (2010). Who interacts on the Web?: The intersection of users,Ä personality and social media use. *Computers in Human Behavior* 26(2): 247-253.



- Csikszentmihalyi, M. (2000). The Costs and Benefits of Consuming. *The Journal of Consumer Research*, 27(2), 267-272.
- Csikszentmihalyi, M., & Rochberg-Halton, E. (1978), Reflections on Materialism. *University of Chicago Magazine*, 70 (3), 6-15.
- Daun, A. (1983), The Materialistic Life-Style: Some Socio-Psychological Aspects, in Consumer Behavior and Environmental Quality, ed. *Liisa Uusitalo, Helsinki: Gower*, 6-16.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1994). Promoting Self Determined Education. *Scandinavian Journal of Educational Research* 38(1): 3-14.
- Deci, E. L., Ryan, R. M., Gagné, M., Leone, D. R., Usunov, J., & Kornazheva, B. P. (2001). Need Satisfaction, Motivation, and Well-Being in the Work Organizations of a Former Eastern Bloc Country: A Cross-Cultural Study of Self-Determination. *Personality and Social Psychology Bulletin* 27(8): 930-942.
- DeWall, C. N., Vohs, K. D., & Baumeister, R. F. (2008). Satiated With Belongingness? Effects of Acceptance, Rejection, and Task Framing on Self-Regulatory Performance. *Journal of Personality and Social Psychology* 95(6): 1367-1382.
- Diener, E. (1994). Assessing subjective well-being: Progress and opportunities. *Social Indicators Research* 31(2): 103-157.
- Diener, E., Suh, E. M., Lucas, R. E., & Smith, H. L. (1999). Subjective Well-Being: Three Decades of Progress. *Psychological Bulletin* 125, 276-302.
- Gangestad, S. W., & Snyder, M. (2000). Self-monitoring: Appraisal and reappraisal. *Psychological Bulletin* 126(4): 530-555.
- He, L., Cong, F., Lin, Y., & Zhou, X. (2010). The pursuit of optimal distinctiveness and consumer preferences. *Scandinavian Journal of Psychology* 51(5): 411-417.

Hess, Y. D., & Pickett, C. L. (2010). Social rejection and self- versus other-awareness.

*Journal of Experimental Social Psychology* 46, 453–456.

Jones, M. (1993). Influence of Self-Monitoring on Dating Motivations. *Journal of Research*

*in Personality* 27(2): 197-206.

Kasser, T. (2002), *The High Price of Materialism*. Cambridge, MA: MIT Press.

Kasser, T., & Ryan, R. M. (1993). A dark side of the American dream: Correlates of financial

success as a central life aspiration. *Journal of Personality and Social Psychology*

65(2): 410-422.

Leary, M.R., Kelly, K.M. Cottrell, C.A., & Schreindorfer, L.S. (2006). *Individual differences*

*in the need to belong: Mapping the nomological network*. Unpublished manuscript,

Wake Forest University.

Lennox, R. D., & Wolfe, R. N. (1984). Revision of the Self-Monitoring Scale. *Journal of*

*Personality and Social Psychology* 46(6): 1349-1364.

Lin, H. F. (2008). Determinants of successful virtual communities: Contributions from system

characteristics and social factors. *Information & Management* 45(8): 522-527.

Lucas, R. E. (2007). Adaptation and the Set-Point Model of Subjective Well-Being: Does

Happiness Change After Major Life Events? *Current Directions in Psychological*

*Science* 16(2): 75-79.

Mayer, J. D., & Gaschke, Y. N. (1988). The experience and meta-experience of mood.

*Journal of Personality and Social Psychology* 55(1): 102-111.

Mead, N. L., Baumeister, R. F., Stillman, T. F., Rawn, C. D., & Vohs, K. D. (2011). Social

Exclusion Causes People to Spend and Consume Strategically in the Service of

Affiliation. *Journal of Consumer Research* 37(5): 902-919.

- Mellor, D., Stokes, M., Firth, L., Hayashi, Y., & Cummins, R. (2008). Need for belonging, relationship satisfaction, loneliness, and life satisfaction. *Personality and Individual Differences* 45, 213–218.
- Miesen, H. W. J. M., & Schaafsma, J. (2008). *Get a life: Relatedness needs, materialism, and subjective well-being*. Geraadpleegd via <http://www.luiss.it/iarep2008/programme/papers/172.pdf>
- Mitchell, M. E., Lebow, J. R., Uribe, R., Grathouse, H., & Shoger, W. (2011). Internet use, happiness, social support and introversion: A more fine grained analysis of person variables and internet activity. *Computers in Human Behavior* 27(5): 1857-1861.
- Richins, M. L., & Dawson, S. (1992). A Consumer Values Orientation for Materialism and Its Measurement: Scale Development and Validation. *Journal of Consumer Research* 19(3): 303-316.
- Rose, P., & DeJesus, S. P. (2007). A Model of motivated cognition to account for the link between self-monitoring and materialism. *Psychology and Marketing* 24(2): 93-115.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000a). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist* 55(1): 68-78.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000b). When rewards compete with nature: The undermining of intrinsic motivation and self-regulation. *Intrinsic and extrinsic motivation: The search for optimal motivation and performance*. C. S. J. M. Harackiewicz. San Diego, CA, US, Academic Press: 13-54.
- Ryan, R. M., Deci, E. L., Grolnick, W. S., & La Guardia, J. G. (2006). The significance of autonomy and autonomy support in psychological development and psychopathology. *Developmental psychopathology, Vol 1: Theory and method (2nd ed.)*. D. C. D. J. Cohen. Hoboken, NJ, US, John Wiley & Sons Inc: 795-849.

- Ryan, R. M., & Frederick, C. (1997). On Energy, Personality, and Health: Subjective Vitality as a Dynamic Reflection of Well-Being. *Journal of Personality* 65(3): 529-565.
- Ryan, R. M., Kuhl, J., & Deci, E. L. (1997). Nature and autonomy: An organizational view of social and neurobiological aspects of self-regulation in behavior and development. *Development and Psychopathology* 9(04): 701-728.
- Snyder, M. (1974). Self-monitoring of expressive behavior. *Journal of Personality and Social Psychology* 30(4): 526-537.
- Snyder, M. (1979). Self-Monitoring Processes. *Advances in Experimental Social Psychology*. B. Leonard, Academic Press. Volume 12: 85-128.
- Snyder, M., & Cantor, N. (1980). Thinking about ourselves and others: self-monitoring and social knowledge. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, 222-234.
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2007b). Online communication and adolescent well-being: testing the stimulation versus the displacement hypothesis. *Journal of Computer Mediated Communication*, 12, 1169-1182.