

De invloed van social media op de identiteit bij adolescenten

Bachelorthesis Klinische Gezondheidspsychologie
Departement Psychologie en Gezondheid, Ontwikkelingspsychologie
Tilburg University

Auteur: Anne-Marie (J. F. M.) Rave

ANR: 621122

Begeleidster: J. M. de Lijster MSc

Tweede beoordelaar: dr. T. A. Klimstra

31 mei 2013

Samenvatting

Het onderwerp van dit literatuuronderzoek is de invloed van social media op de identiteitsontwikkeling bij adolescenten. Voor dit onderzoek werden artikelen gezocht in verschillende databases, secundaire bronnen, zoals Google Scholar en via referenties. In totaal zijn tien artikelen in dit onderzoek opgenomen en met elkaar vergeleken. De resultaten van het onderzoek tonen aan dat er een indirecte invloed is van social media op de identiteitsvorming bij adolescenten. De verschillende manieren van zelfopenbaring hebben een invloed op het ontwikkelen van identiteit. Sociale vergelijking komt veel voor op social media en kan van invloed zijn op het gevoel van eigenwaarde. Daarnaast kan social media een bijdrage leveren het gevoel van eigenwaarde. Om een uitspraak te kunnen doen over de invloed van social media op de identiteitsontwikkeling gedurende de verschillende fasen van de adolescentie, is longitudinaal vervolgonderzoek nodig. Een belangrijk aandachtspunt is een goede begeleiding van adolescenten in het gebruik van social media door ouders en scholen.

Keywords: identiteit, social media, sociale netwerk sites, zelfopenbaring, sociale vergelijking, gevoel van eigenwaarde

Abstract

The subject of this literature review is the influence of social media on the identity development in adolescents. Different databases, secondary sources like Google Scholar and references have been searched to select the articles used in this review. In total, ten articles in this study were included and compared to each other. The results of this research show that there is an indirect impact of social media on the identity formation in adolescents. The different ways of self-disclosure have an influence on the development of identity. Social comparison occurs a lot on social media and can affect self-esteem. In addition, social media can contribute to self-esteem. To be able to judge the influence of social media on identity development during the various phases of adolescence, longitudinal follow-up research is required. Proper guidance of adolescents in the use of social media by parents and schools is a major focus.

Keywords: identity, social media, social network sites, self-disclosure, social comparison, self esteem

De invloed van social media op de identiteit bij adolescenten

Het vormen van een eigen identiteit is één van de belangrijkste ontwikkelingen tijdens de adolescentie en vormt een belangrijke basis voor een stabiele en evenwichtige persoonlijkheid (Erikson, 1968). De adolescentie staat bekend als het proces van overgang van kind naar volwassene (Marcia, 1980) en vindt veelal plaats vanaf het twaalfde jaar tot midden twintig (Delfos, 2011). In deze periode wordt de identiteit uit de kindertijd onderzocht en omgezet naar een volwassen identiteit, een dynamisch proces (Marcia, 1980). Een identiteit zorgt ervoor dat je weet wie je bent, door het hebben van een goed beeld van jezelf (Oyserman, Elmore, & Smith 2012). Persoonlijkheidskenmerken, rollen die men speelt in het dagelijks leven, de sociale relaties en groepen waar iemand deel van uitmaakt zijn van invloed op de vorming van een identiteit (Oyserman et al., 2012). De theorie van Baumeister (1997) over identiteit geeft aan dat een identiteit gezien moet worden als een samenvoeging van de verschillende gevoelens en ideeën die iemand heeft over eigen gedachten en ervaringen, de zelf (*self*). Het zelfconcept (*self-concept*), omvat de conclusie die iemand trekt over zichzelf, de persoonlijkheid, begrip van sociale rollen en relaties (Baumeister, 1997).

Exploratie en binding zijn, volgens Marcia (1966), twee concepten waarmee je de identiteitsontwikkeling kunt meten. Een adolescent kiest in de exploratiefase uit verschillende, betekenisvolle alternatieven. Binding verwijst naar de actieve betrokkenheid die een adolescent laat zien tijdens dit proces. Marcia (1980) formuleerde vier identiteitsstatussen die de manier van omgaan met de zoektocht naar identiteit omschrijven. Een adolescent die een keuze heeft gemaakt tijdens een crisis en zich heeft verbonden aan een beroep of ideologie zit in een *identity achievement* of *foreclosure*. Waarbij *identity achievers* een eigen, onafhankelijke keuze hebben gemaakt, en *foreclosures* een, door de ouders opgelegde keuze hebben gemaakt. *Identity diffusion* verwijst naar een status waarin geen beroepsmatige of ideologische binding of keuze is gemaakt. Een crisis is in deze status niet altijd ondergaan. *Moratoriums* zijn bezig met de vraag naar beroepsmatige of ideologische keuzes, de fase van de identiteitscrisis (Marcia, 1980).

Identiteit wordt gevormd onder invloed van de omgeving, de sociale context (Baumeister, 1997; Oyserman et al., 2012). De identiteit kan op drie manieren als een sociaal product beschouwd worden (Oyserman et al., 2012). Ten eerste kunnen adolescenten conclusies trekken uit de rollen die men speelt in het dagelijks leven of bij welke groep ze horen. Zo vormen ze een beeld afhankelijk van datgene wat belangrijk is in hun tijd en omgeving (Oyserman et al., 2012). Ten tweede is een omgeving nodig om het gevoel dat men er toe doet

en dat inzet tot een goed resultaat kan leiden, te bevestigen of versterken (Baumeister, 1997; Oyserman et al., 2012). Door bevestiging vanuit de omgeving gaan mensen zich beter voelen en krijgen ze vertrouwen in hun mogelijkheden om doelen te bereiken. Als laatste worden de aspecten van de identiteit, die op dat moment van belang zijn, door de gelegenheid bepaald (Oyserman et al., 2012). Goedkeuring over gedrag en daarmee ook de identiteit is belangrijk. Om deze goedkeuring te realiseren probeert men gedrag te veranderen of aan te passen aan de situatie, met als doel ervoor te zorgen dat anderen hen zien zoals ze zichzelf zien (Oyserman et al., 2012).

Een manier om te laten zien wie je bent is het vertellen of laten zien van persoonlijke aspecten aan anderen, een vorm van zelfopenbaring, *self-disclosure* (Larsen & Buss, 2010). Zelfopenbaring speelt, naast het ontwikkelen van nabijheid en vriendschap, een rol in het uiten van gevoelens over een situatie (Baumeister & Vos, 2007). Het doel van deze gevoelsuitingen is het krijgen van advies over een situatie of bevestiging van gevoelens (Baumeister & Vos, 2007). Voor het experimenteren met hun identiteit hebben adolescenten een klankbord nodig. Iemand die aangeeft wat een adolescent wel kan doen en wat niet. Wanneer deze feedback ontbreekt, ontvangen adolescenten geen duidelijke bevestiging van geschikte rollen en gedrag (Stern, 2004).

Naast het laten zien van wie je bent door zelfopenbaring, hebben mensen ook sterk de behoefte om zichzelf te verbeteren of te beschermen. Volgens de sociale vergelijkingstheorie van Festinger (1954) is dit een reden voor het vergelijken met anderen om een beeld te krijgen of meningen geoorloofd zijn. Sociale vergelijking kan op verschillende manieren het beeld van je zelf veranderen. Een vergelijking met een ander die in minder gunstige omstandigheden verkeert, de zogenaamde neerwaartse vergelijking kan een positief effect hebben op het gevoel van eigenwaarde (Kenrick, Neuberg, & Cialdini, 2010). Opwaartse vergelijkingen, met mensen die in bepaalde opzichten beter zijn, kunnen daarentegen een negatieve invloed hebben (Suls, Martin, & Wheeler, 2002).

Weten wie je bent en de beoordeling die je over jezelf hebt, wordt in de literatuur aangeduid als een gevoel van eigenwaarde, *self-esteem* (Oyserman et al., 2012). Erikson (1968) gaf aan dat het gevoel van eigenwaarde een bijdrage levert aan het gevoel van identiteit. Hoe sterker de identiteit is, des te bewuster iemand kan zijn van zijn eigen sterke en zwakke punten. Dit maakt het gevoel van eigenwaarde sterker (Luyckx et al., 2013). Een minder heldere identiteit kan voor meer verwarring zorgen, waardoor het gevoel van eigenwaarde minder sterk kan zijn (Luyckx et al., 2013). Adolescenten met een laag gevoel van eigenwaarde zitten vaak in de diffusion óf moratorium fase (Kroger & Marcia, 2011).

Daarnaast is er een invloed van het gevoel van eigenwaarde op het aangaan van een binding met identiteit en de identificatie met deze binding (Luyckx et al., 2013).

Zoals eerder genoemd is een sociale context nodig voor de vorming van identiteit (Baumeister 1997). *Social media* kan hierin een rol gaan spelen. In Nederland is de markt voor internet al geruime tijd op zijn hoogtepunt, maar de markt voor social media is nog aan het groeien. Met een bezoekersaantal van 11.9 miljoen in 2011 ten opzichte van 9.7 miljoen in 2010 laat de markt voor social media een groei van 18% zien (comScore, 2013). Social media of sociale netwerk sites (SNS) zijn online diensten waarmee men een profiel kan opmaken binnen een afgeschermd gebied, een lijst van connecties kan opmaken en laten zien. Ook kan het profiel van anderen bekeken worden (Boyd & Ellison, 2008). SNS worden voornamelijk gebruikt voor het onderhouden van vriendschappen (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007). Er is een grote variatie aan SNS en zijn afhankelijk van het type relatie waar ze zich op richten. Facebook is erop gericht om een netwerk van vrienden aan te leggen. Daarnaast zijn er ook SNS die de nadruk op het vinden van een relatie, Friendster, of bepaalde interesses, MySpace, leggen of op het vinden van een baan via bijvoorbeeld LinkedIn (Ellison et al., 2007).

Er is veel onderzoek gedaan naar het profiel en de wijze van gebruik van SNS gebruikers, met name onder Facebookleden (Wilson, Gosling, & Graham, 2012). Communicatie met leeftijdsgenoten kwam als voornaamste resultaat uit het onderzoek naar voren (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2006). In dit onderzoek werd aangetoond dat adolescenten vaker SNS gebruikten om contact te onderhouden met mensen die ze al kennen in het dagelijks leven.

Adolescenten leren veel van elkaar in een één-op-één interactie. Een mogelijke verklaring voor de toename van communicatie op internet is de gelegenheid om de presentatie en openheid over zichzelf op profielpagina's te beïnvloeden (Valkenburg & Peter, 2011). Voordat een bericht wordt verstuurd of een opmerking geplaatst, kan een adolescent nog nadenken over de inhoud en deze eventueel wijzigen. Onderzoek van Das en Kramer (2013) toonde aan dat 71% van de gebruikers een bepaalde mate van zelfcensuur toepaste. Zelfcensuur is het onthouden van een reactie (Das & Kramer, 2013). De toegenomen controle geeft veel adolescenten een gevoel van veiligheid, waardoor ze zich opener en minder geremd kunnen voelen in de interactie met leeftijdsgenoten (Schouten, Valkenburg, & Peter, 2007).

Er is een verscheidenheid aan onderzoeken die de invloed van modellen in de media, met name televisie, films en tijdschriften, op de sociale vergelijking heeft onderzocht. Haferkamp en Krämer (2011) gaven aan dat de media een karikatuur heeft gemaakt van de werkelijkheid waarin er een overwicht van succesvolle en aantrekkelijke mensen is. In een klein onderzoek toonden ze aan dat door het kijken naar een foto van een aantrekkelijk iemand, er nadien

minder positieve emoties werden ervaren (Haferkamp & Krämer, 2011).

Onderzoek van Valkenburg, Schouten, en Peter (2005) toont aan dat het gevoel van eigenwaarde een rol speelt in het aantal online vrienden. Adolescenten met een laag gevoel van eigenwaarde hebben vaker meer online vrienden. De *Sociale Compensatie Hypothese* stelde dat introverte en sociaal angstige adolescenten vaker internet gebruiken. Deze groepen ervaren vaak grote moeite in het ontwikkelen van vriendschappen in het dagelijks leven (Valkenburg et al., 2005).

Aangezien SNS een nieuw medium is waarop adolescenten veelvuldig met elkaar kunnen communiceren is het van belang om na te gaan wat de invloed hiervan is op de ontwikkeling van identiteit. Inzicht in de verschillende processen die via SNS bijdragen tot het ontwikkelen van identiteit bij adolescenten is belangrijk. Hier is nog weinig onderzoek naar gedaan. Een goede begeleiding van adolescenten, door ouders en scholen, in deze nieuwe manier van communiceren is belangrijk. De eerste onderzoeksvraag is in welke mate zelfopenbaring op SNS bijdraagt aan het ontwikkelen van een goede identiteit. De tweede vraag van dit onderzoek is in welke mate sociale vergelijking op SNS bijdraagt aan de identiteitsontwikkeling. De laatste vraag is in welke mate SNS bijdragen tot een positief gevoel van eigenwaarde. Door een samenvatting te geven van de resultaten die met dit onderzoek zijn gevonden, wordt er een duidelijk beeld gecreëerd van de mogelijke invloed van SNS op de ontwikkeling van identiteit bij adolescenten.

Methode

Voor het zoeken naar literatuur is er gebruik gemaakt van de volgende databases: PsycINFO, ProQuest, ScienceDirect en Web of Science. Google Scholar is als secundaire bron geraadpleegd. Omdat social media een vrij nieuwe term is, is er met behulp van een thesaurus gekeken naar andere termen die hiermee samenhangen. De combinaties van zoektermen die voor dit onderzoek zijn gebruikt zijn: *identity construction and “social network sites”*, *identity and “social media” or “social network sites”*, *identity exploration and “social media” or “social network sites”*, *identity formation and “social media” or “social network sites”*.

Daarnaast is er in de database PsycINFO en Web of Science naar citaten gezocht van een geselecteerd artikel. Tevens werd in de referenties van de geselecteerde artikelen gezocht naar literatuur. Voor alle zoekopdrachten werd aangegeven dat alleen peer reviewed artikelen gewenst waren.

Artikelen kwamen voor dit onderzoek in aanmerking als ze antwoord gaven op de

onderzoeksvraag. Ook dienden de artikelen gericht te zijn op adolescenten en jong volwassenen. Daarnaast dienden de onderzoeken betrekking te hebben op niet anonieme aspecten van social media. Artikelen die de nadruk legden op genderverschillen of etnische identiteit werden voor dit onderzoek uitgesloten. Onderzoeken die de effecten van pesten of de romantische relaties via SNS hadden onderzocht werden eveneens uitgesloten. Het aantal resultaten van dit onderzoek staan in appendix A.

Resultaten

Voor dit literatuuronderzoek zijn tien studies geselecteerd om de invloed van SNS op de ontwikkeling van identiteit bij adolescenten te onderzoeken. In appendix B zijn de gegevens van de besproken onderzoeken opgenomen.

Invloed SNS op ontwikkeling identiteit bij adolescenten

In het onderzoek van Valkenburg en Peter (2008), werden de effecten van online identiteitsexperimenten op de eenheid van het zelfconcept onderzocht. Voor dit onderzoek vulden participanten de Self-Concept Clarity Scale in, de auteurs selecteerden vervolgens de vijf items met de hoogste factorlading. Om de online identiteitsexperimenten te meten formuleerden de auteurs verschillende vragen over de frequentie van het aannemen van een andere identiteit. Voor het meten van de mate waarin adolescenten met mensen van verschillende leeftijden en culturele achtergronden communiceerde als ze online waren ontwikkelde de auteurs een vragenlijst. De online identiteitsexperimenten hingen negatief samen ($\beta = -.11, p < .01$) met de eenheid van het zelfconcept. De hoeveelheid van online 'vrienden' vertoonde echter geen samenhang met de eenheid van het zelfconcept. De effecten van de negatieve samenhang tussen experimenten en zelfconcept verdwenen wanneer werd gecontroleerd voor de hoeveelheid van online 'vrienden'. De hypothese, dat online identiteitsexperimenten een negatieve invloed hadden op het zelfconcept werd daardoor niet bevestigd. De negatieve gevolgen van online identiteitsexperimenten op het zelfconcept konden door dit onderzoek niet bewezen worden.

In tegenstelling tot de resultaten van Valkenburg en Peter (2008) werd een negatieve samenhang tussen online communicatie en een duidelijk zelfconcept door het onderzoek van Matsuba (2006) aangetoond. In een onderzoek gehouden onder studenten werd de samenhang tussen online gebruik, de zelf en identiteit getoetst. De studenten moesten het aantal minuten die zij per week online waren aangeven. De onderliggende motieven voor het gebruik van internet zoals: informatie, communicatie en vermaak werden met behulp van de Internet

Motivation Scale gemeten. Ook dienden de studenten de activiteiten op internet aan te geven, zoals *instant-messaging*, *chat rooms*, het downloaden van muziek of tijdverdrijf. Om de mate van exploratie en binding te meten werd gebruik gemaakt van De Ego Identity Process Questionnaire. Voor de mate van stabiele en heldere ideeën over zichzelf, het zelfconcept, vulden de studenten de Self-Concept Clarity Scale in. Als laatste werd gevraagd een omschrijving te geven van de mogelijke zelfs. Hiervoor dienden de studenten een beschrijving te geven van hun online karakteristieken, in welke mate ze er nu op lijken en of ze verwachten er in de toekomst op te gaan lijken. De resultaten van het onderzoek toonden een samenhang aan tussen een duidelijk zelfconcept en het online zijn. Een duidelijk zelfconcept vertoonde een negatieve samenhang, ($r = -.26, p < .01$), met de tijd die de studenten online waren. Deze negatieve samenhang kwam tot uiting in het aspect communicatie, waarbij werd aangegeven dat het een medium was om zichzelf te uiten en een manier om de tijd te verdrijven. Het vaker online zijn, vertoonde een negatief verband met de zoektocht naar een duidelijk zelfconcept door het onderzoeken van verschillende aspecten van hun zelf.

In overeenstemming met de resultaten van het onderzoek van Matsuba (2006) vond het onderzoek van Israelashvili, Kim, en Bikobza (2012) een negatieve samenhang tussen het zelfconcept en het gebruik van online media. De hypothese, dat de online wereld een toegevoegde waarde kan hebben in het zoeken naar een duidelijk zelfconcept, werd getest door Israelashvili et al. (2012). Adolescenten dienden de mate van internetgebruik aan te geven, deze omvatte onderwerpen zoals chatten, discussiegroepen en het ontdekken van nieuwe websites. Daarnaast diende de mate van interesse aangegeven te worden. Voor het meten van de verschillende dimensies van ontwikkeling volgens Erikson werd De Adolescent Ego Identity Scale. Het zelfconcept werd door het Self-Concept Clarity Scale gemeten. De resultaten van dit onderzoek toonden aan dat het niveau van een duidelijk zelfconcept negatief samenhang ($\beta = -.484, p < .001$) met een overmatig gebruik van online media. Hoe onduidelijker het beeld dat iemand heeft over zichzelf, hoe vaker gebruik wordt gemaakt van online media om te proberen hier duidelijkheid in te krijgen.

Het lijkt erop dat een onduidelijk zelfconcept adolescenten motiveert om meer gebruik te maken van online media.

Draagt zelfopenbaring op SNS bij tot het ontwikkelen van een goede identiteit?

Onderstaande onderzoeken hebben, via zelfopenbaring, gekeken naar de invloed van SNS op de identiteitsontwikkeling bij adolescenten.

Pempek, Yermolayeva, en Calvert (2009) probeerden met zowel een kwalitatief als een

kwantitatief onderzoek een omschrijving te geven over de reden waarom en hoe studenten SNS gebruiken, waarbij de nadruk lag op Facebook. Als hypothese werd gesteld dat de profielinformatie, die door anderen gelezen wordt, dient om de identiteit te uiten. De tweede hypothese betrof: Het profiel bevat informatie over religie, ideologie en werk; thema's die belangrijk zijn in de periode van identiteitsontwikkeling. Voor dit onderzoek hielden studenten een week lang een dagboek bij over hun Facebook activiteiten. In dit dagboek konden de studenten de tijd en de specifieke activiteiten die ze op Facebook hadden verricht bijhouden. Daarnaast dienden de studenten ook een paar open vragen te beantwoorden. Deze vragen gingen over de reden en het meest interessante aan SNS. Na deze week ontvingen de studenten een vragenlijst. Het eerste deel van de vragen bestond uit de activiteiten op Facebook van de afgelopen week. In het tweede deel van de vragenlijst werden demografische gegevens en specifieke informatie over hun profiel gevraagd. Uit de vragenlijsten bleek dat de persoonlijke informatie die de adolescenten op Facebook plaatsten vaak demografische gegevens, interesses en mediavoorkeuren waren. De studenten in dit onderzoek plaatsten vaak mediavoorkeuren zoals hun favoriete film (71,43%), muziek (64,2%) of boek (62,2%). Het kenbaar maken van hun identiteit was een reden die de studenten aangaven voor de uitingen van hun mediavoorkeuren voor een film (65%), muziek (65,38%) of boek (62,75%).

Overeenstemmend met de resultaten van Pempek et al. (2009) vertoonde onderstaand onderzoek dat de zelfopenbaring vaak bestaat uit het aangeven van interesses en hobby's. Het kwalitatieve onderzoek van Zhao, Grasmuck, en Martin (2008) toonde aan dat adolescenten hun identiteit op SNS op een impliciet manier uiten. Tijdens interviews met mensen van hetzelfde geslacht werden vragen over internet en Facebook gebruik gesteld. De Facebook pagina's werden, door middel van een inhoudsanalyse, beoordeeld op de volgende onderdelen: gebruikersprofiel, contact informatie, sociale netwerken en zelfbeschrijving. Veel studenten lieten via hun profiel impliciete identiteitsclaims zien. Zo probeerde ze bij hun publiek gewenste indrukken te maken door foto's van hen te laten zien waarop ze omringd waren door vrienden. Bij de zelfbeschrijving deelde 73% hun interesses en hobby's op hun profielpagina. Het plaatsen van quote's die hen aanspraken trof men bij 71% van de profielen aan. Van de Facebook profielen in dit onderzoek troffen de onderzoekers in 67% van de gevallen een expliciete zelfbeschrijving aan, maar was deze het minst uitgebreid. De helft van de gebruikers die een omschrijving van zichzelf hadden gegeven (n = 42) hadden dit slechts in één à twee zinnen vermeld. Een verklaring voor de voorkeur voor impliciete identiteitsclaims is, volgens de onderzoekers, dat een leuke foto meer toevoegt dan een

omschrijving en iemand zich beter voelt door positieve feedback dan zichzelf te prijzen of aan te bevelen. De wijze waarop de adolescenten zich profileerden op hun Facebook pagina leek op sociaal gewenste identiteiten die een adolescent graag in het dagelijkse leven wenste te zijn. Een thema welke de onderzoekers veel zagen op de profielen was het populair zijn onder vrienden. Veel van de foto's die op de Facebookpagina's werden aangetroffen waren groepsfoto's. Foto's waarop te zien was dat ze veel plezier hadden met hun vrienden. De onderzoekers suggereerden hiermee dat veel van de studenten hiermee een groepsgerichte identiteit wilden creëren.

Het onderzoek van Zhao et al. (2008) gaf al aan dat adolescenten proberen een sociaal gewenste indruk te maken. Het onderzoek van Manago, Graham, Greenfield, en Salimkhan (2008) vulde deze bevindingen aan. In dit onderzoek werd aangetoond dat SNS een bijdrage leverden aan het experimenteren met identiteit door het creëren van profielpagina's die voldeden aan hun ideaalbeeld. Met de participanten werden in groepjes van hetzelfde geslacht, gesproken over SNS waarbij de nadruk lag op MySpace. Thema's die in het interview aan bod kwamen waren: de manier van zelfpresentatie en in welk opzicht SNS hen had beïnvloed. In de gesprekken gaven de participanten aan dat ze reacties op hun profielpagina's als een vorm van bewondering en waardering ervaarden. De participanten gaven aan dat er via SNS verborgen of ideale aspecten worden gezien bij vrienden die men waarschijnlijk in het alledaagse leven niet zou opmerken. Ook kwam naar voren dat er op de SNS een profielpagina aangemaakt kan worden die voldoet aan het gewenste beeld. Het plaatsen van een foto waarop je leuk staat, of het vertellen van een bijzondere activiteit zoals *bungy jumping*, werden hierbij als voorbeeld gegeven om aan te geven dat niet alles precies past bij de werkelijke zelf. De conclusie van de onderzoekers was dat er op SNS geëxperimenteerd kan worden met authentieke, ideale of mogelijke zelfs. De publieke goedkeuring kan een versterkende werking hebben op het omzetten van de ideale zelf in een actuele zelf, waardoor het een goed medium is voor exploratie.

Een ander aspect van zelfopenbaring werd gevonden in het onderzoek van Davis (2012). In een één-op-één semigestructureerd interview werd gesproken over de betekenis van digitale media en hoe het past in andere aspecten van hun dagelijkse leven. Het doel van Davis (2012) was inzicht te geven over de rol van digitale media in identiteitsgerelateerde processen, zoals zelfopenbaring. Uit data-analyse van deze interviews kwam naar voren dat de helft van de adolescenten in dit onderzoek aangaven dat ze het makkelijker vonden om online hun persoonlijke ideeën of gevoelens te bespreken dan in een direct contact. Dit gebeurde wel vaak via de besloten kanalen, zoals *instant messaging*, telefoon of de

afgeschermd berichten van Facebook. Het makkelijker bespreken van ideeën en gevoelens online, kwam bij 60% van de meisjes in dit onderzoek voor. Voor verlegen personen in dit onderzoek kwam dit in 57% van de uitspraken voor. Een opmerking, gemaakt door een participant, in dit onderzoek was dat men zich niet minder geremd voelde online, maar meer controle had over de manier waarop ze zich kunnen uiten.

De resultaten van de onderzoeken naar zelfopenbaring lijken erop te wijzen dat zelfopenbaring op SNS van invloed kan zijn op de zoektocht naar een identiteit door onder andere het laten zien wie je bent, het krijgen van feedback en het makkelijker bespreken van persoonlijke ideeën.

In welke mate draagt sociale vergelijking op SNS bij aan de identiteitsontwikkeling?

Het plaatsen van berichten en communiceren is één van de bezigheden van adolescenten op SNS. Het makkelijk toegankelijk zijn van de profielen zorgt ervoor dat er makkelijker kan worden vergeleken met andere adolescenten. Naast het onderzoeken van de reden en wijze van gebruik van SNS, zoals eerder besproken, toonde Pempek et al. (2009), door de analyse van de dagboeken, ook aan dat er veel tijd werd gespendeerd aan het observeren, *lurking*, van andere adolescenten. Van de participanten gaven 69,57% aan dat één van de activiteiten op SNS was om de profielen van anderen te bekijken. Er werd door 57,7% van de adolescenten in dit onderzoek aangegeven dat ze vaak naar de foto's keken en 54,35% lazen vaak in hun nieuwsoverzicht wat hun vrienden aan het doen waren.

Een groot deel van de tijd wordt gespendeerd aan het observeren van andere leeftijdsgenoten. De gevonden resultaten over het observeren van Pempek et al. (2009) zijn in overeenstemming met de resultaten van Manago et al. (2008). Tijdens de interviews met de studenten in het eerder besproken onderzoek van Manago et al. (2008), kwam naar voren dat sociale vergelijkingen op SNS versterkt kunnen worden. Ook in dit onderzoek kwam uit de gesprekken dat de studenten de profielpagina's van anderen bekeken. De onderzoekers suggereren met deze uitkomsten dat sociale vergelijking door SNS intenser wordt, aangezien de persoonlijke informatie makkelijker toegankelijk is. Zoals eerder is vermeld, gaven de onderzoekers aan dat adolescenten vaak hun ideale zelf op de profielpagina's plaatsten. Het gevolg hiervan is dat er wordt vergeleken met de sociaal wenselijke aspecten van de zelf. Een participant gaf aan dat door het vergelijken met anderen er een gevoel kan ontstaan dat er niet aan het ideaalbeeld wordt voldaan. Er wordt een vergelijking gemaakt met de gewenste beelden in plaats van de werkelijkheid. Het risico dat men niet voldoet aan het ideaalplaatje schuilt in deze vergelijking.

De resultaten laten zien dat een aanzienlijk deel van de adolescenten SNS ook gebruiken om anderen te observeren. Het vergelijken met anderen op SNS lijkt van invloed te zijn op de ontwikkeling van identiteit.

In welke mate dragen SNS bij tot een positief gevoel van eigenwaarde?

Het gevoel van eigenwaarde heeft invloed op het aangaan van binding met een identiteit (Luyckx et al., 2013). Valkenburg, Peter, en Schouten (2006) onderzochten de hypothese dat de relatie tussen het gebruik van SNS en het gevoel van eigenwaarde wordt beïnvloed door drie versterkingsprocessen die gebruikelijk zijn op SNS. Deze processen waren: aantal relaties die gevormd zijn door SNS, de hoeveelheid feedback die men ontvangt op hun profiel en de toon (positief of negatief) van de feedback. Voor dit onderzoek werd een online onderzoek onder adolescenten uitgevoerd. Met behulp van drie items werd de frequentie, hoeveelheid en intensiteit van het SNS gebruik gemeten door het aangeven van de frequentie van de reacties op de profielen en de toon die hierbij werd gebruikt. Adolescenten dienden aan te geven hoe vaak ze een vriendschap hadden gevormd. Het gevoel van eigenwaarde werd gemeten met de Harters *self-perception* profiel voor adolescenten. Hiervan werden drie subschalen, met vier items met de hoogste factorlading geselecteerd. Een significant effect ($\beta = .48, p < .01$) werd aangetoond voor de toon van de ontvangen feedback. Het effect van het aantal relaties en de hoeveelheid feedback hadden geen significant effect op het gevoel van eigenwaarde. Het gevoel van eigenwaarde wordt alleen beïnvloed door de toon van de gekregen feedback op hun online profiel.

Het onderzoek van Lee, Moore, Park, en Park (2012) toonde echter wel een significant effect aan van het aantal 'vrienden' op gevoel van eigenwaarde, in tegenstelling tot het onderzoek van Valkenburg et al. (2006). De effecten van het gevoel van eigenwaarde op het aantal vrienden op Facebook werden onderzocht onder studenten. Met de *Rosenberg Self-Esteem Scale* werd het gevoel van eigenwaarde gemeten. Een verschil met het onderzoek van Valkenburg et al. (2006) die een ander schaal, de Harters *self-perception*, gebruikte om het gevoel van eigenwaarde te meten. Het aantal Facebook vrienden werd door de auteurs als open vraag gesteld. De resultaten vertoonden een negatieve samenhang ($\beta = -.21, p < .01$) tussen het gevoel van eigenwaarde en het aantal 'vrienden'. Hoe lager het gevoel van eigenwaarde hoe meer 'vrienden' men had.

Het onderzoek van Steinfield, Ellison, en Lampe (2008) toonde aan dat degene met een laag gevoel van eigenwaarde meer voordeel hadden in het gebruik van SNS in de vorm van sociaal kapitaal. In het onderzoek werd de rol van het overbruggen van sociaal kapitaal

onderzocht. Oftewel de verbindingen tussen personen die bruikbare informatie of nieuwe perspectieven kunnen verschaffen. In een longitudinaal onderzoek onderzocht men de relatie tussen mate van Facebook gebruik, eigenwaarde en voordeel van *bridging* sociaal kapitaal. Hiervoor werd een combinatie van vragenlijsten en diepte interviews gebruikt. Voor het meten van internetgebruik werd de methode van LaRose, Lai, Lange, Love, en Wu (2005) gebruikt. Hiervoor dienden de studenten aan te geven hoeveel uur ze dagelijks gebruik hadden gemaakt van internet gedurende een week. Daarnaast werd er, als ze lid waren van Facebook, gevraagd hoeveel minuten ze per dag spendeerden aan Facebook en hoeveel vrienden ze hadden. De Facebook Intensity meet hoe Facebook wordt gebruikt, hiermee kan gemeten worden of de studenten zich emotioneel verbonden voelden en in welke mate Facebook opgenomen was in hun dagelijkse activiteiten. Het gevoel van eigenwaarde werd gemeten met de Rosenberg Self-Esteem Scale. Voor het meten van het overbruggen van sociaal kapitaal, werd gebruik gemaakt van de *Bridging Social Capital* subschaal. De schaal werd aangevuld met drie items om de uitkomsten te kunnen plaatsen in de specifieke universiteitscontext. De resultaten toonden aan dat de relatie tussen intensiteit van Facebook gebruik en het krijgen van sociaal kapitaal hoger was bij degenen met een laag gevoel van eigenwaarde ($r = .57, p < .001$). Adolescenten met een laag gevoel van eigenwaarde kunnen meer voordeel hebben in het gebruik van Facebook.

De resultaten uit deze drie onderzoeken lijken te wijzen op een invloed van het gebruik van SNS op het gevoel van eigenwaarde, waarbij de toon van de feedback en het aantal vrienden een rol kunnen spelen.

Discussie

Het doel van dit onderzoek is inzicht te geven in de invloed van SNS op de ontwikkeling van de identiteit bij adolescenten. Via zelfopenbaring lijkt er een invloed van SNS op de ontwikkeling van identiteit te zijn. Sociale vergelijking op SNS kan een invloed op het gevoel van eigenwaarde hebben en daarmee indirect op het vormen van een identiteit. Het gevoel van eigenwaarde levert in dit proces een belangrijke bijdrage aan de vorming van een identiteit. In appendix C staat een overzicht van de relaties die de verschillende factoren met elkaar hebben.

Vergelijking van resultaten van de behandelde onderzoeken

De meerderheid van de resultaten toonden aan dat er een negatieve samenhang bestaat tussen het hebben van een duidelijk zelfconcept en het vaker online zijn (Israelashvili et al.,

2012; Matsuba, 2006). Deze negatieve samenhang tussen het zelfconcept en online identiteitsexperimenten verdween op het moment dat er werd gecontroleerd voor het aantal online vrienden (Valkenburg & Peter, 2008). Het lijkt erop dat de hoeveelheid online vrienden een rol kan spelen in het experimenteren met verschillende identiteiten en het zelfconcept (Valkenburg & Peter, 2008).

Een verklaring voor de invloed van online vrienden op identiteitsexperimenten kan zijn dat er een mogelijke samenhang bestaat in het aantal online vrienden en het gevoel van eigenwaarde. Het hebben van veel online vrienden komt namelijk vaker voor bij mensen met een lager gevoel van eigenwaarde (Valkenburg et al., 2005). Een gevoel van eigenwaarde is belangrijk voor de manier waarop adolescenten met identiteitsgerelateerde vragen omgaan en heeft een invloed op het aangaan van een binding met identiteit en identificatie met deze binding (Luyckx et al., 2013). Op het moment dat het gevoel van eigenwaarde laag is, zal een adolescent meer op zoek gaan naar verschillende identiteiten. Mensen met een laag gevoel van eigenwaarde bevinden zich vaker in de diffusion óf moratorium fase (Kroger & Marcia, 2011). In deze fase worden verschillende alternatieven onderzocht, wat een verklaring kan zijn voor het vaker gebruiken van SNS voor het experimenteren met identiteit.

Het lijkt erop dat adolescenten veel bezig zijn met het profileren van zichzelf op SNS. De manieren waarop dit gebeurde was onder andere het plaatsen van foto's (Zhao et al., 2008). Jonge adolescenten hebben een voorkeur om erbij te horen (Bornholt, 2000) en door het plaatsen van foto's benadrukken adolescenten dit gevoel. Dit is belangrijk voor het ervaren van een sociale identiteit (Tanti, Stukas, Halloran, & Foddy, 2011). De manier waarop adolescenten zichzelf laten zien of openbaren door middel van de foto's op SNS is dus een indirecte manier om hun sociale identiteit te benadrukken.

Het bespreken van persoonlijke gevoelens en ideeën, kan via de besloten kanalen van de SNS makkelijker zijn. Dit werd in de onderzoeken vaker door meisjes en verlegen mensen als voordeel genoemd (Davis, 2012). De sociale barrières, waar je in een direct contact wel mee te maken krijgt vallen weg op SNS (Valkenburg & Peter, 2009). Dit maakt het voor een verlegen, onzekere adolescent makkelijker om toch via SNS te experimenteren met identiteiten. Ook het toetsen van hun gevoelens of ideeën wordt hierdoor iets makkelijker. Dit kan voor adolescenten een positieve bijdrage zijn van de SNS op de identiteitsontwikkeling.

De resultaten uit het kwalitatieve onderzoek tonen aan dat een aanzienlijk deel van de adolescenten SNS gebruiken om profielen van anderen te bekijken (Manago et al., 2008; Pempek et al., 2009). Sociale vergelijking op SNS kan intenser worden (Manago et al., 2008). Door het opvijzelen van de profielpagina tot een ideaalbeeld, wordt er met gewenste beelden

vergeleken in plaats van met de werkelijkheid (Manago et al., 2008). Indien men veel aan opwaartse vergelijking doet, bestaat het risico dat dit een negatieve invloed heeft op het gevoel van eigenwaarde. Dit gevoel van eigenwaarde beïnvloedt de identiteit op een indirecte manier. Aangezien het hier om een klein onderzoek gaat, dient vervolgonderzoek aan te tonen wat de gevolgen zijn van sociale vergelijking op SNS.

Het aantal online vrienden kan van invloed zijn op het gevoel van eigenwaarde. Het gevoel van eigenwaarde vertoonde een negatieve samenhang met het aantal 'vrienden' (Lee et al., 2012). Ook Steinfield et al. (2008) toonden een samenhang aan tussen gevoel van eigenwaarde en het voordeel van sociaal kapitaal bij adolescenten met een lage eigenwaarde. Valkenburg et al. (2006) toonde daarentegen aan dat er geen significant effect is op het gevoel van eigenwaarde en het aantal online vrienden. Een mogelijke verklaring voor deze tegenstelling is het gebruik van verschillende testen voor het meten van het gevoel van eigenwaarde. Lee et al. (2012) gebruikten de Rosenberg Self-Esteem Scale, Valkenburg et al. (2006) de Harters self-perception profiel. Daarnaast is er een verschil in gemiddelde leeftijd.

De meerderheid van de resultaten tonen een invloed aan van het aantal relaties op het gevoel van eigenwaarde. Deze bevindingen suggereren dat de bijdrage van SNS op het gevoel van eigenwaarde positief kan zijn. Ook hier kan als reden gelden dat het ontbreken van de sociale barrières het makkelijker maakt om contacten aan te gaan (Valkenburg & Peter, 2009). Waardoor het gevoel van erbij te horen en daardoor het beeld dat een adolescent over zichzelf heeft wordt versterkt. Deze bijdrage van SNS kan ook omgekeerd zijn. De toon van de feedback heeft een significant effect op het gevoel van eigenwaarde (Valkenburg et al., 2006). Waarbij een positieve toon een positieve bijdrage levert op het gevoel van eigenwaarde en een negatieve toon een negatieve uitwerking heeft.

Waarde

Een aantal onderzoeken waren kwalitatief. SNS is een relatief nieuw medium waarop adolescenten met elkaar kunnen communiceren. Dit maakt het soms lastig om inzichtelijk te krijgen welke facetten een rol spelen in het proces van identiteitsontwikkeling via SNS. Voor het beantwoorden van de onderzoeksvragen die betrekking hebben op zelfopenbaring of sociale vergelijkingen is het krijgen van nieuwe inzichten een belangrijk voordeel. Door het onderzoek van Manago et al. (2008) en Pempek et al. (2009) werd bijvoorbeeld duidelijk dat er op SNS door adolescenten veel met elkaar wordt vergeleken. Informatie die met behulp van een vragenlijst niet altijd duidelijk wordt, zijn door deze kwalitatieve onderzoeken wel verkregen. De resultaten uit het kwalitatieve onderzoek kunnen een aanvulling zijn op de

resultaten van het kwantitatieve onderzoek en kunnen meegenomen worden in een vervolgonderzoek. Daarnaast kunnen deze resultaten informatie verschaffen voor het begeleiden van adolescenten, door ouders en scholen, in het omgaan met het nieuwe medium.

Vijf van de tien artikelen in dit onderzoek gaan over de rol van Facebook of MySpace in de ontwikkeling van identiteit. Veel adolescenten gebruiken deze media om contacten te onderhouden met vrienden uit het dagelijks leven (Ellison et al., 2006), waardoor het een verlengstuk kan worden van de sociale contacten in het alledaagse leven. Gezien de dominante rol van met name Facebook zou dit als een beperkende factor van het huidige onderzoek beschouwd kunnen worden. Vervolgonderzoek dient zich meer te richten op een grotere variatie van SNS.

De steekproef van de gebruikte kwalitatieve onderzoeken waren klein, waardoor de resultaten minder representatief zijn. Slechts één van de onderzoeken die in deze studie is opgenomen is longitudinaal. Adolescentie is een dynamisch proces, het volgen van adolescenten gedurende een bepaalde periode levert een beter inzicht op. Gedurende de verschillende fasen van de adolescentie kan de zoektocht naar identiteit verschillen.

De overeenstemming tussen de beoordelaars in het kwalitatieve onderzoek is voldoende tot goed (Davis et al., 2012; Manago et al., 2008). Het onderzoek van Zhao et al. (2008) vertoonde hiervan geen overzicht. De betrouwbaarheid van de kwantitatieve onderzoeken was voldoende (Israelashvili et al., 2012; Lee et al., 2012; Matsuba, 2006; Valkenburg & Peter, 2008; Valkenburg et al., 2006). Het onderzoek van Pempek et al. (2009) gaf geen betrouwbaarheidscijfers.

Terugkoppeling naar vraagstelling

De resultaten van dit onderzoek tonen een indirect effect aan van de invloed van SNS op de identiteitsontwikkeling bij adolescenten. Naast de reguliere manier, bieden SNS een nieuwe sociale context waarop geëxperimenteerd kan worden met verschillende identiteiten. Op de SNS kun je laten zien wie je bent en waar je voor staat, door bijvoorbeeld het plaatsen van foto's. Veel SNS werken met de mogelijkheid om te reageren op uitingen van iemand anders. De ontvangen feedback op de zelfopenbaring kan de identiteitsontwikkeling beïnvloeden.

Veel adolescenten kijken naar de profielpagina's van anderen. Door de komst van SNS is er een nieuw medium gekomen waarop adolescenten zich met anderen kunnen vergelijken. De sociale vergelijking op SNS kan een invloed hebben op het gevoel van eigenwaarde. Met als resultaat dat door een mogelijke versterking van het gevoel van eigenwaarde dit een

positieve invloed op de identiteit kan hebben. Een direct effect van sociale vergelijking op de vorming van identiteit is met dit onderzoek niet aangetoond. Vervolgonderzoek kan hier meer duidelijkheid over geven.

Het krijgen van feedback op profielpagina's waarop adolescenten informatie plaatsen, of de sociale vergelijkingen kan een rol spelen in het gevoel van eigenwaarde, waarbij het gevoel van eigenwaarde de keuze voor een identiteit kan beïnvloeden.

Aangezien de adolescentie een periode is waarbij de identiteit door exploratie tot uiting komt en bevestiging versterkend kan werken is het aan te raden om adolescenten, door middel van longitudinaal onderzoek, te volgen. De omgang met leeftijdsgenoten wordt gedurende het veertiende jaar van een adolescent belangrijk, waarbij adolescenten vaker naar leeftijdsgenoten luisteren (Josselson, geciteerd in Delfos, 2011). Gedurende de midden adolescentie verandert deze invloed van leeftijdsgenoten enigszins (Delfos, 2011). Door longitudinaal onderzoek kan duidelijk worden wat de invloed van SNS op de identiteitsontwikkeling in de verschillende fasen van de adolescentie is.

Bredere betekenis van de resultaten

Het gebruik van SNS kan voor verlegen of angstige mensen een voordeel zijn. Doordat contacten niet één-op-één plaatsvinden kan het gebruik van SNS deze groep mensen een mogelijkheid bieden om hun sociale contacten te onderhouden.

Eén van de resultaten van dit onderzoek is dat de toon van de feedback een effect heeft op het gevoel van eigenwaarde (Valkenburg et al., 2006). Een positieve toon versterkt het gevoel van eigenwaarde, en een negatieve toon vermindert dit gevoel. Het publiek op SNS is veel groter dan in het dagelijkse leven. Een negatieve feedback kan daardoor veel zwaarder wegen. Een belangrijke bevinding met het oog op pesten via SNS. Dit maakt het een belangrijk aandachtspunt voor ouders en scholen in de begeleiding van adolescenten in het gebruik van SNS.

Conclusie

De verschillende manieren van zelfopenbaring hebben een invloed op het ontwikkelen van identiteit. Het ontvangen van feedback op de zelfopenbaring via SNS is een belangrijke bron voor het bevestigen van een gekozen identiteit.

Sociale vergelijking gebeurt veel op SNS en kan van invloed zijn op het gevoel van eigenwaarde. Het kan het gevoel van eigenwaarde versterken, of juist doen afnemen.

Feedback die adolescenten ontvangen op hun profiel, neerwaartse vergelijking of het aantal vrienden die een adolescent op SNS heeft kunnen een uitwerking hebben op het gevoel van

eigenwaarde.

De invloed die SNS op de identiteitsvorming van adolescenten uitoefent is indirect. Het publiek op SNS is groter en gevarieerder, waardoor er vanuit verschillende hoeken feedback gekregen kan worden. Belangrijk hierbij is om je bewust te blijven van je zelf in het vormen van een goede identiteit.

Referenties

- Baumeister, R. F. (1997). Identity, self-concept, and self-esteem: The self lost and found. In R. Hogan, J. Johnson & S. Briggs (Eds.), *Handbook of Personality Psychology* (pp. 681-710). San Diego, CA: Academic Press.
- Baumeister, R. F., & Vos, K. D. (2007). Self-disclosure. In R. F. Baumeister & K. D. Vos (eds.), *Encyclopedia of Social Psychology* (pp. 811-813) doi: 10.4135/9781412956253
- Bornholt, L. J. (2000). Social and personal aspects of self knowledge: A balance of individuality and belonging. *Learning and Instruction, 10*, 415-429.
doi: 10.1016/S0959-4752(00)00006-2
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2008). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication, 13*, 210-230.
doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x
- Das, S., & Kramer, A. (2013). Self-censorship on Facebook. Verkregen via http://www.cmuchimps.org/uploads/publication/paper/122/self-censorship_on_facebook.pdf
- Davis, K. (2012). Friendship 2.0: Adolescents' experiences of belonging and self-disclosure online. *Journal of Adolescence, 35*, 1527-1536. doi:10.1016/j.adolescence.2012.02.013
- Delfos, M. F. (2011). Ik heb ook wat te vertellen. Amsterdam, The Netherlands: Uitgeverij SWP.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2006, [n.d]). A Face(book) in the crowd: Social searching vs. social browsing. Paper presented at the proceedings of the 2006 20th anniversary conference on computer supported cooperative work, New York, NY.
Abstract verkregen via https://www.msu.edu/~nellison/lampe_et_al_2006.pdf
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends": social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication, 12*, 1143-1168. doi: 10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x
- Erikson, E. H. (1968). *Identity Youth and Crisis*. New York, NY: Norton.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations, 7*, 117-140.
doi:10.1177/001872675400700202
- Gegevens social media in Nederland (n.d.). Retrieved from:
http://www.comscore.com/dut/insights/press_releases/2011/4/the_Netherlands_ranks_number_one_worldwide_in_penetration_for_Twitter_and_Linkedin
- Haferkamp, N., & Krämer, N. C. (2011). Social comparison 2.0: Examining the effects of

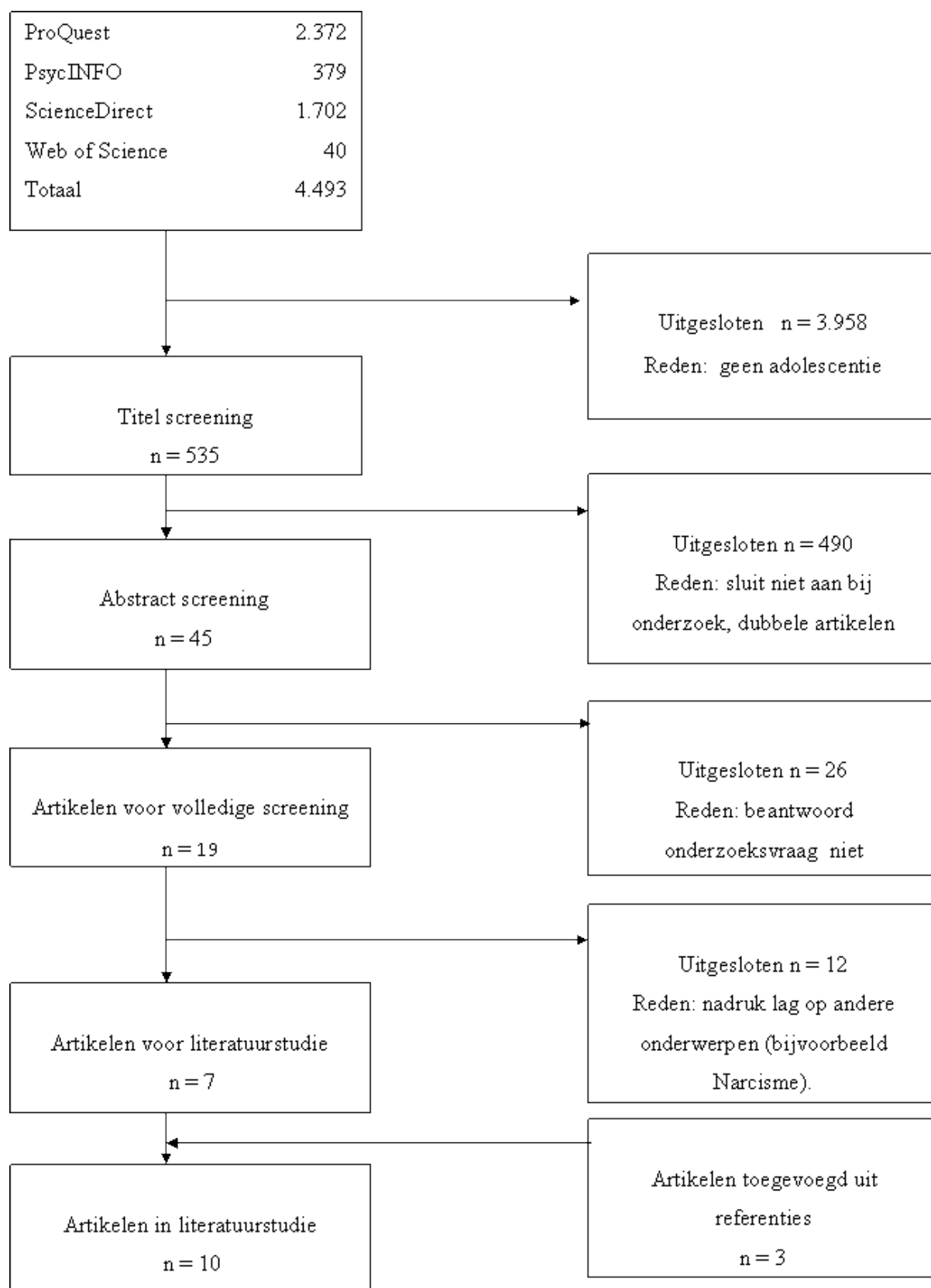
- online profiles on social-networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14, 309-314. doi: 10.1089/cyber.2010.0120
- Israelashvili, M., Kim, T., & Bukobza, G. (2012). Adolescents' over-use of the cyber world - internet addiction or identity exploration? *Journal of Adolescence*, 35, 417-424. doi:10.1016/j.adolescence.2011.0
- Kenrick, D. T., Neuberg, S. L., & Cialdini, R. B. (2010). *Social Psychology*, Boston, MA: Pearson Education.
- Kroger J., & Marcia, J. E. (2011). The identity statuses: Origins, meanings, and interpretations. In S. J. Schwartz, K. Luyckx, & V.L. Vignoles (Eds.), *Handbook of Identity Theory and Research* (pp. 31-53). doi:10.1007/978-1-4419-7988-9_2
- Larsen, R. J., & Buss, D. M. (2010). *Personality Psychology*, New York, NY: McGraw-Hill.
- Lee, J. R., Moore, D. C., Park, E. A., & Park, S.G. (2012). Who wants to be "friend-rich"? Social compensatory friending on Facebook and the moderating role on public self-consciousness. *Computers in Human Behavior*, 28, 1036-1043. doi: 10.1016/j.chb.2012.01.006
- Luyckx, K., Klimstra, T. A., Duriez, B., Van Petegem, S., Beyers, W., & Teppers, E. (2013). Personal identity processes and self-esteem: Temporal sequences in high school and college students. *Journal of Research in Personality*, 47, 159-170. doi: 10.1016/j.jrp.2012.10.005
- Manago, A. M., Graham, M. B., & Greenfield, P. M. (2008). Self-presentation and gender on MySpace. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29, 446-458. doi: 10.1016/j.appdev.2008.07.001
- Marcia, J. E. (1966). Development and validation of ego-identity status. *Journal of Personality and Social Psychology*, 3, 551-558. doi:10.1037/h0023281
- Marcia, J. E. (1980). Identity in adolescence. In J. Adelson (Ed.), *Handbook of Adolescence Psychology* (pp. 159-137). New York, NY: John Wiley & Sons Inc.
- Matsuba, M. K. (2006). Searching for self and relationships online. *Cyber Psychology & Behavior*, 9, 275-284. doi:10.1089/cpb.2006.9.275
- Oysermen, D., Elmore, K., & Smith, G. (2012). Self, self-concept and identity. In M. R. Leary & J. P. Tangney (Eds.), *Handbook of self and identity* (pp. 69-104). New York, NY: Guilford Press.
- Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A., & Calvert, S. L. (2009). College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30, 227-238. doi: 10.106/j.appdev.2008.12.010

- Schouten, A. P., Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2007). Precursors and underlying processes of adolescents' online self-disclosure: Developing and testing an "internet-attribute-perception" model. *Media Psychology*, 10, 292-315. doi: 10.1080/15213260701375686
- Steinfeld, C., Ellison, N. B., & Lampe, C. (2008). Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29, 434-445. doi: 10.1016/j.appdev.2008.07.002
- Stern, S. R. (2004). Expressions of identity online: Prominent features and gender differences in adolescents' world wide web home pages. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48, 218-243. doi: 10.1207/s15506878jobem4802_4
- Suls, J., Martin, R., & Wheeler, L. (2002). Social comparison: Why, with whom, and with what effect? *Current Directions in Psychological Science*, 11, 159-163. doi: 10.1111/1467-8721.00191
- Tanti, C., Stukas, A. A., Halloran, M. J., & Foddy, M. (2011). Social identity change: Shifts in social identity during adolescence. *Journal of Adolescence*, 34, 555-567. doi: 10.1016/j.adolescence.2010.05.012
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2008). Adolescents' identity experiments on the internet. Consequences for social competence and self-concept unity. *Communication Research*, 35, 208-231. doi:10.1177/0093650207313164
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2009). Social consequences of the internet for adolescents: A decade of research. *Current Directions in Psychological Science*, 18, 1-5. doi: 10.1111/j.1467-8721.2009.01595.x
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2011). Online communication among adolescents: An integrated model of its attraction, opportunities, and risks. *Journal of Adolescent Health*, 48, 121-127. doi: 10.1016/j.jadohealth.2010.08.020
- Valkenburg, P. M., Peter, J., & Schouten, A. P. (2006). Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. *CyberPsychology & Behavior*, 9, 584-590. doi:10.1089/cpb.2006.9.584
- Valkenburg, P. M., Schouten, A. P., & Peter, J. (2005). Adolescents' identity experiments on the internet. *New Media & Society*, 7, 383-402. doi: 10.1177/1461444805052282
- Wilson, R. E., Gosling, S. D., & Graham, L. T. (2012). A review of Facebook research in the social sciences. *Perspectives on Psychological Science*, 7, 203-220. doi:10.1177/1745691612442904
- Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity constructions on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24, 1816-1836.

doi:10.1016/j.chb.2008.02.012

Appendix A

Figuur A1 Flowchart resultaten literatuurstudie maart 2013



Appendix B

Tabel B1 Overzicht kenmerken gebruikte onderzoeken

Auteur	Participanten	Design	Meetinstrumenten
Davis (2012)	N = 32 Gem. leeftijd: 15,5 jaar (13-18 jaar) Geslacht: 15 v, 17 m	Interview	Één-op-één semigestructureerd interview
Israelashvili, Kim, & Bukobza (2012)	N = 278 studenten uit 7e, 8e en 9e groep van high school Geslacht: 135 v, 143 m	Cross- sectioneel	Internetgebruik, The Adolescent Ego Identity Scale Self Concept Clarity Scale
Lee, Moore, Park, & Park (2012)	N = 234 Gem. leeftijd: 19,68 jaar Geslacht: 162 v, 72 m	Correlationeel design	Rosenberg Self-Esteem Scale Aantal Facebook vrienden
Manago, Graham, Greenfield, & Salimkhan (2008)	N = 23 Gem. leeftijd: 20,5 jaar (18-23 jaar) Geslacht: 11 v, 12 m	Within-subjects design	Groepsgesprek 3-5 personen van zelfde geslacht

Note. Gem. leeftijd = gemiddelde leeftijd, Geslacht v = vrouw, m = man

DE INVLOED VAN SOCIAL MEDIA OP DE IDENTITEIT BIJ ADOLESCENTEN

Auteur	Participanten	Design	Meetinstrumenten
Matsuba (2006)	N = 203 Gem.leeftijd: 20,5 jaar Geslacht: 146 v, 57 m	Correlatieeel	Tijd die participant online was Internet Motivation Scale Internet activiteiten Ego Identity Process Questionnaire Self-Concept Clarity Scale Omschrijven mogelijke zelfs
Pempek, Yermolayeva, & Calvert (2009)	N = 92 Gem. leeftijd: 20,59 jaar Geslacht: 60 v, 32 m	Interview	Bijhouden dagboek Vragenlijst activiteit op Facebook en gegevens profiel
Steinfeld, Ellison, & Lampe (2008)	N = 288 in 2006 Gem. leeftijd 2006: 20,1 jaar Geslacht 2006: 188 v, 98 m N = 481 in 2007 Gem. leeftijd 2007: 20,6 jaar Geslacht 2007: 312 v, 155 m	Longitudinaal	Bridging Social Capital Rosenberg self-esteem scale Internetgebruik Facebookgebruik
Valkenburg, & Peter (2008)	N = 1.158 Leeftijd: 10-17 jaar Geslacht: 578 v, 580 m	Cross-sectioneel	Vragenlijst om online identiteitsexperimenten te meten Vragenlijst om variëteit aan communicatie partners te meten Self-Concept Clarity Scale

Note. Gem. leeftijd = gemiddelde leeftijd, Geslacht v = vrouw, m = man

DE INVLOED VAN SOCIAL MEDIA OP DE IDENTITEIT BIJ ADOLESCENTEN

Auteur	Participanten	Design	Meetinstrumenten
Valkenburg, Peter, & Schouten (2006)	N = 881 Gem. leeftijd: 14,8 jaar (10-19 jaar) Geslacht: 485 v, 396 m	Cross- sectioneel	Gebruik van SNS Frequentie van reacties op profiel gemeten door twee items Toon van reacties op profiel gemeten door twee items Harters' self-perception profile for adolescence
Zhao, Grasmuck, & Martin (2008)	N=63 Geslacht: 29 v, 34 m	Within-Subjects design	Inhoudsanalyse Facebook pagina's Diepte interview met acht personen van zelfde geslacht Vragen tijdens interview over SNS, internet gebruik en Facebook gebruik

Note. Gem. leeftijd = gemiddelde leeftijd, Geslacht v = vrouw, m = man

Appendix C

Figuur C2 Relaties verschillende factoren met identiteit

