



UNIVERSITEIT VAN AMSTERDAM

**“Ik leid een veel beter leven op
Facebook dan in het echt”**

Een interdisciplinair onderzoek naar de rol van zelfpresentatie op
Facebook en de invloed op het psychisch welzijn van jongvolwassenen

Charlotte Prenen

Studentnummer: 10276319

Eerste begeleider: Yatun Sastramidjaja

Tweede begeleider: Otilie Kranenburg

Algemene Sociale Wetenschappen

Universiteit van Amsterdam

Datum: 23 juni 2014

Voorwoord

Heel lang heb ik zowel uitgekeken naar en opgekeken tegen het schrijven van mijn scriptie. Om in één scriptie te laten zien wat ik in drie jaar heb geleerd leek mij zowel een uitdaging als een onmogelijke taak. Na een lange opstartperiode met veel verschillende ideeën en maandenlang hard werken is het me eindelijk gelukt om mijn eigen onderzoek en scriptie aan u te kunnen presenteren.

Het schrijven van deze scriptie heb ik niet alleen gedaan. Ik wil allereerst mijn scriptiebegeleidster Yatun bedanken. Haar oprechte enthousiasme en steunende woorden hebben mij veelal door deze tijd geholpen. Op elk moment van de dag (maar echt op *é*lk moment) stond ze voor mij klaar om mijn mails te beantwoorden en mij kritische maar zeer nuttige tips te geven. Verder wil ik mijn tweede begeleidster Ottilie bedanken voor het meedenken, het lezen van mijn scriptie en het geven van feedback. Ook wil ik de mensen van de methodologiewinkel bedanken. De hulp die ik van hen kreeg bij het kwantitatieve deel van het onderzoek was een belangrijk aandeel in het uitvoeren van het onderzoek. Zodra ik bedacht had dat het wel een goed idee was om een *mixed-methods* onderzoek te gaan uitvoeren had ik geen idee wat ik mezelf op de hals haalde. Zij hebben mijn wanhoop vaak kunnen omzetten in goede hoop waardoor ik weer vertrouwen en zin kreeg om verder te schrijven. Verder gaat mijn dank uit naar alle respondenten die hebben meegewerkt aan mijn onderzoek.

Als laatst wil ik mijn ouders bedanken, die mijn vele gestreste maar ook enthousiaste verhalen hebben aangehoord en mij gerust hebben gesteld en vertrouwen hebben gegeven op momenten dat dat nodig was. Niets is fijner dan na een dag keihard te hebben gewerkt mijn moeder op te bellen om te horen dat het allemaal wel goed komt! Al met al heb ik met heel veel plezier aan mijn scriptie gewerkt.

Met trots presenteer ik u het eindresultaat.

Amsterdam, juni 2014

Inhoudsopgave

Samenvatting	6
1. Inleiding	7
2. Theoretisch Kader	9
2.1. <i>De positieve en negatieve effecten van het internet</i>	9
2.2. <i>De Sociale Netwerk Site Facebook</i>	11
2.3 <i>Zelfpresentatie</i>	13
2.4 <i>Psychisch welzijn</i>	16
2.4.1. <i>Levenstevredenheid</i>	16
2.4.2. <i>Eenzaamheid</i>	17
2.4.3 <i>Zelfvertrouwen</i>	18
2.5 <i>Interdisciplinariteit</i>	19
3. Probleemstelling	21
3.1 <i>Doel van het onderzoek</i>	21
3.2 <i>Onderzoeksvraag, deelvragen en hypotheses</i>	21
3.3 <i>Maatschappelijke en wetenschappelijke relevantie</i>	23
4. Methoden	25
4.1 <i>Onderzoeksstrategie, Epistemologie en Ontologie</i>	25
4.2 <i>Onderzoeksdesign en -methoden</i>	27
4.3 <i>Operationalisering</i>	28
4.3.1 <i>Operationalisering onafhankelijke variabele</i>	28
4.3.2 <i>Operationalisering afhankelijke variabelen</i>	28
4.4 <i>Operationalisering kwalitatieve deel onderzoek</i>	30
4.5 <i>Data-analyse</i>	31
4.6 <i>Respondentenwerving en Sampling</i>	32
4.7 <i>Ethische kwesties</i>	32
5. Resultaten kwantitatief instrument	34
5.1 <i>Onderzoeksproces</i>	34
5.2 <i>Aannames testen</i>	35
5.3 <i>Resultaten</i>	36
6. Resultaten kwalitatief instrument	39
6.1 <i>Onderzoeksproces</i>	39
6.2 <i>Frequentie en momenten van Facebookgebruik</i>	39
6.3 <i>Zelfpresentatie</i>	41
6.3.1 <i>Inhoud van posts en het belang van het ontvangen van likes</i>	41
6.3.2 <i>Beeld overbrengen en (un)taggen</i>	43

6.4 <i>Psychisch welzijn en Facebook</i>	46
7. Conclusie	50
8. Discussie	54
9. Reflectie	56
10. Literatuurlijst	57
11. Bijlagen	62
11.1 <i>Bijlage 1 : Operationaliseringschema</i>	62
11.2 <i>Bijlage 2: Vragenlijst</i>	63
11.3 <i>Bijlage 3: PCA Psychisch welzijn en PCA zelfpresentatie</i>	74
11.4 <i>Bijlage 4: Regressiecoëfficiënten</i>	76
11.5 <i>Bijlage 5: Interviewschema</i>	77
11.6 <i>Bijlage 6: Coderingschema</i>	79
11.7 <i>Bijlage 7: Transcripties interviews</i>	

Samenvatting

In dit *mixed-methods* onderzoek is de rol van zelfpresentatie op Facebook op het psychisch welzijn van jongvolwassenen (18 tot 25 jaar) onderzocht. Het onderzoek is interdisciplinair van aard. Inzichten uit de sociologie, communicatiewetenschap en psychologie zijn geïntegreerd om een zo compleet mogelijk beeld van de situatie te geven. Het onderzoek bevat aanvankelijk een kwantitatieve methode van onderzoeken waarbij er een vragenlijst is ingevuld door 91 jongvolwassenen. Resultaten laten zien dat er een negatief effect bestaat van zelfpresentatie op Facebook op het zelfvertrouwen van jongvolwassenen. Aan de hand van de kwantitatieve resultaten is een interviewschema samengesteld en zijn er acht semi-gestructureerde interviews uitgevoerd. De interviews zijn afgenomen met vier vrouwelijke en vier mannelijke respondenten die verschillen in hun manier van zelfpresentatie op Facebook. Jongvolwassenen bevinden zich in een kwetsbare en onzekere periode en uit de kwalitatieve interviews is gebleken dat respondenten zich allen bezig houden met het beeld dat zij van zichzelf presenteren op Facebook. Resultaten tonen echter aan dat zelfpresentatie op Facebook geen noemenswaardige invloed heeft op hun psychisch welzijn.

1. Inleiding

“#mooi, “life is good”, “Geweldige avond!”, #energie, #chill! En zo komen er dagelijks nog veel meer updates en termen langs die niets aan de verbeelding overlaten: wat is mijn leven toch leuk, inspirerend, spannend, romantisch, betekenisvol en/of sociaal.”

Zo luidt de tekst van mediapsycholoog Coster (2012) op de website www.marketingfacts.nl. Met de opkomst van Sociale Netwerk Sites is er een nieuwe mogelijkheid ontstaan voor individuen om zichzelf online te presenteren. Individuen kunnen een profiel aanmaken en daar persoonlijke informatie en foto's op plaatsen (Valkenburg, Peter & Schouten; Boyd & Ellison, 2007). Op het aangemaakte profiel kan de manier van zelfpresentatie, een concept dat door de socioloog Goffman al benadrukt wordt in 1959, beter worden beheerd dan in *face-to-face* situaties. Zelfpresentatie kan uitmonden in goedkeuring, hulp of vriendschap. Aangezien jongvolwassenen zich in een onstabiele, niet gestructureerde, onzekere periode in hun leven bevinden (Arnett, 2000), is het interessant te onderzoeken wat de rol is van de manier waarop zij zichzelf online presenteren op hun psychisch welzijn.

Facebook is de populairste Sociale Netwerk Site en telt maar liefst 1,23 miljard gebruikers, waaronder 7,6 miljoen Nederlandse leden (www.marketingfacts.nl, 2014). Het gebruik van Facebook is een veelbesproken onderwerp in de literatuur. Wetenschappers hebben verdeelde meningen over Facebook, zo wordt het gebruik door sommigen als positief aangemerkt omdat Facebook het sociaal kapitaal van individuen doet toenemen (Burke, Kraut & Marlow, 2011). Andere onderzoekers betwijfelen of het profiel van mensen op Facebook representatief is en stellen dat gebruikers van Facebook elkaar verkeerd beoordelen omdat negatieve emoties niet worden getoond op het Facebookprofiel (Jordan et al., 2011).

Jongvolwassenen zijn jongeren tussen ruwweg 18 en 25 jaar (Arnett, 2000) en besteden in de huidige samenleving meer tijd aan media dan aan elke andere activiteit behalve slapen. Ze vormen de grootste groep gebruikers en construeren hun identiteit grotendeels door middel van hun betrokkenheid binnen de media (Zemmels, 2012). Jongvolwassenen vormen en behouden sociale relaties online en construeren een online identiteit.

Het gebruik van de Sociale Netwerk Site Facebook als platform voor zelfpresentatie onder jongvolwassenen vormt een case binnen het maatschappelijk en

theoretisch breder thema van de betwiste rol van Sociale Media in het dagelijks leven van jongvolwassenen. In dit onderzoek zal er worden gekeken in hoeverre verschillende mate van zelfpresentatie op de Sociale Netwerk Site Facebook effect heeft op de levenstevredenheid, de eenzaamheid en het zelfvertrouwen van jongvolwassenen. Er zal getracht worden bij te dragen aan de doorlopende maatschappelijke en wetenschappelijke discussie over of het gebruik van Sociale Netwerk Sites nu positieve of negatieve effecten met zich meebrengt. In het onderzoek zal zowel een kwantitatieve als een kwalitatieve methodologie worden toegepast en zo zal geprobeerd worden een zo nauwkeurig en compleet mogelijk beeld weer te geven van het probleem.

2. Theoretisch Kader

De toename in het aantal gebruikers van Sociale Netwerk Sites maakt het onderzoeken van de grootst gebruikende groep interessant. In dit onderzoek staat het psychisch welzijn van jongvolwassenen centraal. Er wordt getracht te ontdekken in hoeverre de mate van zelfpresentatie het psychisch welzijn van jongeren beïnvloedt. Om dit beter te begrijpen zullen eerst de voor- en nadelen van het internet worden besproken. Daarna zal er dieper worden ingegaan op kenmerken van de Sociale Netwerk Site Facebook en vervolgens zal het concept zelfpresentatie worden besproken. Tot slot zullen verschillende concepten die in verband kunnen worden gebracht met psychisch welzijn worden behandeld.

2.1 De positieve en negatieve effecten van het internet

Door de technologische revolutie in de jaren '70 zijn de deuren geopend voor een nieuwe vorm van kapitalisme waarin het genereren, verwerken en overbrengen van informatie centraal staat. Deze vorm van het kapitalisme staat centraal binnen de opkomende netwerksamenleving en heeft geleid tot een verschuiving van de traditionele massa media naar een nieuw systeem van communiceren die georganiseerd is rondom het internet en draadloze communicatie (Castells, 1996). De netwerksamenleving, en daarmee het internet, is een mondiaal grenzeloos systeem waarin digitale netwerktechnologieën centraal staan. Met dit systeem kan de gebruiker het begin en het eind van het informatieproces zelf bepalen (Castells, 1996). Het toenemend bereik van het internet in het dagelijks leven zorgt ervoor dat veel onderzoekers het belangrijk achten de sociale impact van het internet te begrijpen (Kraut et al., 2002). Onderzoekers zijn geïnteresseerd in de consequenties van het gebruik van internet op het welzijn en zelfvertrouwen van individuen (Valkenburg, Peter & Schouten, 2006). Academics spreken zowel positief als negatief over de impact van internet.

Turkle, een psychologe en sociologe die zowel in de academische als maatschappelijke context vaak wordt genoemd, schrijft in haar boek *Alone Together* hoe digitale technologie menselijke kwetsbaarheden blootlegt (Turkle, 2011). Eenzaamheid kan een gevolg zijn van het te veel online actief zijn. Door te veel online actief te zijn verwaarlozen mensen het sociale en publieke aspect van het dagelijks leven en raken ze vervreemd van het lokale leven (Turkle, 2011). Nieuwe technologieën bieden vervangers voor *face-to-face* communicatie en maken een te

druk rooster mogelijk. Internet biedt de mogelijkheid te communiceren op gewenste momenten en om continu in verbinding met elkaar te staan. Desondanks leidt internet uiteindelijk volgens Turkle (2011) tot sociale isolatie van de samenleving en van het publieke leven.

Andere wetenschappers vonden ook negatieve relaties tussen het gebruik van internet en het welzijn van individuen. Zo blijkt uit onderzoek vanuit de klinische psychologie dat gebruik van het internet kan leiden tot symptomen van depressie (Sanders et al., 2000). Jongeren die weinig gebruik maken van het internet hebben een betere relatie met hun vrienden dan jongeren die veel gebruik maken van het internet (Sanders et al., 2000). Ook andere onderzoekers vonden een negatieve relatie tussen het veelvuldig gebruik van internet en het welzijn van jongeren. Door het gebruik van internet hebben gebruikers de neiging om minder met andere mensen om te gaan, wat sociale competenties kan verlagen en uiteindelijk kan leiden tot ruzies en ongeduld (Ryu, Choi, Seo & Nam, 2004). Relaties kunnen hierdoor belast worden. Ook kan het gebruik van internet problemen als internetverslaving, slaapproblemen, vermindering van het zicht en blootstelling aan privé-informatie met zich meebrengen (Ryu et al., 2004). Bij individuen die eenzaam zijn en gebruik maken van het internet kan het gebruik van internet ook negatieve gevolgen met zich meebrengen. Eenzame individuen die online gaan om hun gebrek aan offline sociale vaardigheden te compenseren kunnen hiermee andere sociale banden schaden in plaats van hun bestaande problemen te verlichten. Zo lopen zij meer gevaar om verslaafd te worden aan het internetgebruik (Kim, LaRose & Peng, 2009)

Vanuit psychologisch perspectief vonden ook Kraut, Patterson, Lundmark, Kiesler, Mukophadhyay en Scherlis (1998) in hun eerste studie, getiteld *The Internet Paradox*, een verband tussen het gebruik van internet en welzijn. Uit dit onderzoek bleek dat individuen die meer gebruik maken van het internet eenzamer zijn dan individuen die weinig gebruik maken van het internet. De onderzoekers stellen in dit onderzoek dat het gebruik van het internet leidt tot een afname in het psychisch welzijn van individuen. Het gebruik van internet beperkt de tijd die men spendeert aan interactie in *face-to-face* situaties, waardoor relaties beschadigd kunnen worden. Ze spreken van een negatieve relatie tussen internetgebruik aan de ene kant en depressie, stress en eenzaamheid aan de andere kant (Kraut et al., 1998).

Aangezien de resultaten uit het eerste onderzoek niet sterk genoeg waren om te concluderen dat internetgebruik een compleet negatief effect heeft op gebruikers,

hebben Kraut et al. (2002) hun eerste studie herzien. Na het herzien van het onderzoek spreken zij over de positieve effecten van het internet voor communicatiedoeleinden. Participatie in sociale groepen verbetert het zelfvertrouwen en welzijn van individuen. Internet biedt de mogelijkheid om sociale contacten te behouden en verkrijgen en draagt ook bij aan de mogelijkheid om in contact te staan met familie en vrienden die zich ver van hen vandaan bevinden. Zodra individuen meer sociale contacten hebben zijn zij zowel psychisch als mentaal gelukkiger en zo kan het internet dus positieve effecten met zich meebrengen (Kraut et al, 2002).

Vanuit een psychologische invalshoek spreken ook Shaw en Gant (2002) over de positieve effecten van het internet. Internet biedt de mogelijkheid geografische afstanden te overbruggen om zo in contact te komen met een breder en meer diverse groep mensen. Communicatie via internet kan de sociale steun van individuen doen toenemen. Individuen die gebruik maken van het internet voelen zich minder depressief en alleen dan voordat ze internet gebruikten. Doordat eenzaamheid en het gevoel van depressiviteit dalen kan het zelfvertrouwen van een individu stijgen door het gebruiken van het internet (Shaw & Gant, 2002).

Kraut et al. (1998) voerden hun onderzoek uit door middel van het afnemen van enquêtes. Shaw en Gant (2002) namen kwalitatieve interviews af met de respondenten. Deze manier van onderzoeken zorgde voor positieve uitkomsten met betrekking tot het gebruik van internet. Verschillende manieren van onderzoeken kunnen dus tot andere uitkomsten leiden. De meningen over het gebruik van internet binnen de literatuur zijn al met al verdeeld. Nu internet sinds het begin van de 21^{ste} eeuw ook de mogelijkheid biedt tot sociale interactie zijn er nieuwe theorieën en meningen gevormd over dit aspect van het internetgebruik. In de volgende paragraaf zal er dieper worden ingegaan op het interactieve aspect van het internet.

2.2 *De Sociale Netwerk Site Facebook*

Met de komst van Sociale Netwerk Sites is het offline *face-to-face* sociale leven van veel individuen aangevuld met een online sociaal leven. Een Sociale Netwerk Site is een service op het web waarbij gebruikers een semipubliek profiel op kunnen stellen, waarop een lijst van aangesloten gebruikers zichtbaar is, en dat de mogelijkheid biedt om andere profielen te bekijken en connecties te maken (Ellison & Boyd, 2007).

Sociale Netwerk Sites maken interacteren tussen verschillende gebruikers mogelijk. Facebook is één van de vele en populairste Sociale Netwerk Site en heeft als

voornaamste doel leden aan te moedigen om een netwerk van vrienden te ontwikkelen en te behouden (Valkenburg, Peter & Schouten, 2006). Iedereen is welkom op Facebook, zolang elke gebruiker zich registreert. Na het eenmalig gratis registreren op Facebook presenteren gebruikers zichzelf op een persoonlijk profiel, dat volgens een vast stramien kan worden aangemaakt. Elke gebruiker heeft dezelfde startpagina maar kan de informatie en eventuele foto's die op het profiel te vinden zijn zelf selecteren (Valkenburg, Peter & Schouten, 2006).

Het internet, en zo ook de Sociale Netwerk Site Facebook, heeft potentie om het welzijn van jongeren te beïnvloeden. De psychologen Valkenburg, Peter en Schouten (2006) stellen dat acceptatie en feedback van leeftijdsgenoten voorspellers zijn van het welzijn van jongeren. Op Sociale Netwerk Sites is feedback te lezen voor iedereen in een vriendenbestand. Communicatiewetenschappers Bryant en Marmo (2012) maken onderscheid tussen verschillende soorten vrienden. Een kleine groep mensen die door individuen als heel dierbaar of als beste vrienden wordt gezien, wordt door de onderzoekers erkend als goede vrienden. Beste vrienden interacteren via verschillende communicatiekanalen als Facebook, telefoon en e-mail, maar ook in *face-to-face* situaties. *Casual* vrienden worden gezien als mensen die elkaar buiten Facebook ook weleens zien. De grote groep individuen die elkaar vaag kennen maar voor de rest alleen interacteren door het kijken naar elkaars profiel op Facebook wordt door de onderzoekers betiteld als kennissen. Negatieve evaluaties van alle soorten vrienden kunnen negatieve effecten hebben op het zelfvertrouwen van jongeren (Valkenburg, Peter & Schouten, 2006). Het aantal vrienden dat een individu heeft op Facebook kan ook effect hebben op het welzijn van een individu. Hoe meer vrienden iemand heeft in zijn of haar bestand, hoe hoger het welzijn is van dat individu (Kim & Lee, 2011).

Vanuit de communicatiewetenschap toonden onderzoekers een positief effect aan van het gebruik van Facebook op het verkrijgen van sociaal kapitaal (Ellison, Steinfield en Lampe, 2007; Valenzuela, Park & Kee, 2009). Facebook biedt de mogelijkheid sociale relaties te behouden en te verkrijgen doordat het onderhouden van relaties via Facebook goedkoop en gemakkelijk is (Ellison, Steinfield & Lampe, 2007). Facebookgebruik kan bestaande banden versterken doordat gebruikers constant op de hoogte zijn van wat er met hun vrienden gebeurt. Facebook biedt ook een basis voor gesprekken en sociale interactie. Dit kan het sociaal kapitaal van jongvolwassenen doen toenemen en daarmee een positieve bijdrage leveren aan hun

levenstevredenheid (Valenzuela, Park & Kee, 2009).

Naast de voordelen die Facebook met zich mee kan brengen zijn er ook onderzoekers die sceptischer kijken naar het gebruik van Facebook.

‘Facebookdepressie’ is een term genoemd door kinderartsen O’Keeffe en Clarke-Pearson (2011). ‘Facebookdepressie’ kan voorkomen wanneer individuen klassieke symptomen van depressie tonen als gevolg van het te veel tijd spenderen op Facebook. De intensiteit van het gebruik van Facebook kan een factor zijn die kan leiden tot depressie. Jongvolwassenen die leiden aan een ‘Facebookdepressie’ lopen gevaar voor sociale isolatie (O’Keeffe & Clarke-Pearson, 2011).

Zoals eerder genoemd benadrukt Turkle (2011) vanuit psychologisch en sociologisch perspectief de negatieve effecten van het gebruik van Facebook. Aan de hand van kwalitatieve interviews die zij heeft uitgevoerd concludeert zij dat het gebruik van Facebook leidt tot vervreemding van de werkelijke identiteit. Facebook biedt de mogelijkheid om het persoonlijke profiel en daarmee de identiteit constant aan te passen. Met de groeiende technologie gaat de online zelfpresentatie en de online identiteit een eigen leven leiden. Mensen die gebruik maken van Sociale Netwerk Sites zijn graag bezig met het online netwerk en hebben minder aandacht voor elkaar wanneer zij zich in dezelfde fysieke ruimte bevinden. Zodra een deel van het leven virtueel is ontstaat er een complexe samenhang tussen wat oprecht is en wat niet. Online is men slim, mooi, rijk en heeft men het idee dat er meer kansen zijn dan in het echte leven. Facebookgebruikers denken dat ze met hun profiel zichzelf representeren maar het profiel wordt iemand anders, een fantasie van wat ze willen zijn (Turkle, 2011). Op Facebook kan men zich dus beter voordoen en presenteren dan men in werkelijkheid is.

2.3 Zelfpresentatie

Wanneer er onderzoek wordt gedaan naar Facebook en hoe men zich daar profileert kunnen de historische ontwikkelingen die het concept zelfpresentatie en Facebook naar voren hebben gebracht niet worden genegeerd. Naast communicatiewetenschap en psychologie, zijn inzichten vanuit de sociologie ook belangrijk bij het benaderen van het fenomeen (Pooley, 2013). Vanuit de communicatiewetenschap is er onderzoek gedaan naar zelfpresentatie op Facebook. Ellison, Gibbs en Heino (2006) beargumenteren dat zelfonthulling op Facebook wellicht minder oprecht is vanwege de verschillende mogelijkheden tot zelfpresentatie en de mogelijkheid tot het

manipuleren van de identiteit. Online kan de presentatie van de “zelf” afwijken van de werkelijkheid. Zo tonen individuen vaak vleierende en charmante foto’s van zichzelf en zullen zij niet snel gebreken of negatieve karaktereigenschappen op hun profiel laten zien. Online kan hun ideale ‘zelf’ worden getoond. De socioloog Hardey (2002) stelt dat individuen zich niettemin verplicht voelen een enigszins representatieve online identiteit neer te zetten. Ondanks dat mensen altijd een leugen kunnen vertellen over hun verschijning, wordt zelfpresentatie ondersteund door het idee dat een offline ontmoeting een openbaring van de werkelijke ‘zelf’ zal zijn (Hardey, 2002). Presentatie van de ‘zelf’ op Facebook kan dus zowel een werkelijk beeld weergeven van de identiteit van een individu als een beeld van de ideale identiteit.

De manier waarop een individu zichzelf presenteert in de online wereld kan dus in zekere mate verschillen van de manier waarop men zich in het dagelijks leven presenteert (Turkle, 2011). De socioloog Goffman (1959) schrijft in zijn boek *The Presentation of Self in Everyday Life* over het concept zelfpresentatie. Goffman benoemt een *face-to-face* situatie een situatie die risico’s met zich meebrengt om afgewezen te worden. Bij het presenteren van een ‘zelf’ in een *face-to-face* situatie gaan anderen gelijk op zoek naar informatie over het individu. Informatie waar men naar op zoek is zou de economische status kunnen zijn, opvattingen over de ‘zelf’ of de attitude tegenover anderen. Deze informatie helpt de situatie zo te definiëren dat men van tevoren al weet wat ze van het individu kunnen verwachten. De observeerders kennen het individu in sommige gevallen niet en kunnen dan alleen uitgaan van hoe het individu zichzelf presenteert. Het individu moet zo handelen dat hij de gewenste indruk achterlaat (Goffman, 1959).

Goffman (1959) maakt onderscheid tussen *frontstage* en *backstage performance*. *Backstage* is waar een individu volledig zichzelf kan zijn en waar het gedrag wordt voorbereid. *Frontstage* is waar de interactie plaatsvindt, waar het gedrag wordt uitgevoerd. Op de *frontstage* is iedereen op een bepaalde manier altijd al dan niet bewust een rol aan het spelen. Individuen kennen zichzelf in die rollen, anderen kennen hen binnen die rollen en het masker dat wordt opgezet is hun eigen ‘zelf’, de ‘zelf’ die ze willen zijn. Een *performance* is een activiteit van een individu in een bepaalde situatie die dient om andere participanten op een bepaalde manier te beïnvloeden. Het merendeel van de individuen probeert zich zodoende op een geïdealiseerde manier te presenteren, wat Goffman (1959) ‘impressie management’ noemt. Er wordt getracht een acceptabele zelf te presenteren en individuen passen hun

gedrag aan op de situatie waarin ze zich op een bepaald moment bevinden (Goffman, 1959).

Met de opkomst van elektronische communicatie en Sociale Netwerk Sites is er een nieuw platform, een nieuwe *frontstage* ontstaan om de ‘zelf’ te presenteren. Dit kan nieuwe mogelijkheden en problemen met zich meebrengen. Hoewel er tijdens interactie op het internet geen sprake is van twee individuen die zich in dezelfde fysieke ruimte bevinden, blijft het fenomeen van het oprichten en behouden van een acceptabele ‘zelf’ een belangrijk thema (Miller, 1995). Gebruikers van Sociale Netwerk Sites hebben meer controle over hun zelfpresentatie dan in *face-to-face* communicatie (Krämer & Winter, 2008). Men kan kiezen welke informatie op het profiel zichtbaar is en kan zelf de foto’s selecteren waarvan het individu wil dat anderen ze zien. Een Sociale Netwerk Site biedt dus een ideale setting voor de eerder genoemde ‘impressie management’. Gebruikers hebben de mogelijkheid te bepalen welke aspecten van hun persoonlijke informatie zichtbaar mogen zijn voor anderen, welke reacties zij plaatsen op iemand anders’ profielpagina, hoe vaak en wat voor statussen hij of zij *post*, welke foto’s er op zijn of haar profiel te zien zijn en welke foto’s de gewenste beelden overbrengen (Rui & Stefanone, 2012).

Zodra individuen zichzelf positief presenteren op Facebook, heeft dit effect op hun welzijn. Positieve zelfpresentatie zoals selectieve zelfonthulling en het plaatsen van een sociaal wenselijk beeld op Facebook verhoogt het welzijn van individuen (Kim & Lee, 2011). Jongvolwassenen presenteren zich op een manier waarop zij willen dat anderen hen waarnemen (Pempek, Yermolayeva & Calvert, 2009). Vanuit psychologisch perspectief concluderen Zhao, Grasmuck en Martin (2008) dat de identiteit die gepresenteerd wordt op Facebook geen goede reflectie is van de oprechte identiteit, maar een gewenste, ideale identiteit.

Vanuit de psychologie wordt er gesproken over hoe een Facebookprofiel invloed kan hebben op andermans impressies van jongeren (Valkenburg, Peter & Schouten, 2006). Het beeld dat wordt weergegeven op een persoonlijk profiel op Facebook heeft invloed op de impressie van anderen op zijn of haar populariteit en sociale aantrekkelijkheid. Het ontvangen van negatieve reacties op een profiel kan negatieve gevolgen hebben op het zelfvertrouwen van jongeren. De manier waarop mensen zichzelf presenteren op Facebook kan invloed hebben op de manier waarop anderen hen waarnemen. Zo kan bijvoorbeeld het kijken naar grotendeels vrolijke foto’s van anderen het idee geven dat anderen altijd blij en gelukkig zijn en dit kan

negatieve gevolgen hebben voor het zelfvertrouwen van de degene die de foto's bekijkt (Chou & Edge, 2012). In de volgende paragraaf wordt dieper ingegaan op het concept psychisch welzijn dat wellicht beïnvloed wordt door de mate van zelfpresentatie op Facebook.

2.4 Psychisch welzijn

De Sociale Netwerk Site Facebook heeft potentie het psychisch welzijn van jongvolwassenen te beïnvloeden. Jongvolwassenen bevinden zich in een wellicht verwarrende en lastige periode waarbij zij een plek in de volwassen wereld zoeken (Arnett, 2007). De periode van jongvolwassenheid, vanaf 18 tot halverwege de 20 is een periode vol onstabiliteit, een periode waarin een identiteit wordt verkend en waar de mogelijkheden groot zijn. Hoewel jongvolwassenen soms onzeker zijn behoren zij tot een gelukkige en optimistische generatie (Arnett, 2007). Jongvolwassenen zijn echter extra kwetsbaar voor evaluaties van leeftijdsgenoten. Ze zijn veel bezig met hun publieke voorkomen waarin zij beslissen hoe bereid ze zijn om bepaalde facetten van zichzelf bloot te geven (Valkenburg, Peter & Schouten, 2006). Het is mogelijk dat jongvolwassenen de mate waarin leeftijdsgenoten naar hun profiel kijken en hen evalueren overschatten en dat ze veel bezig zijn met hoe ze eruit zien in de ogen van anderen (Valkenburg, Peter & Schouten, 2006).

De Sociale Netwerk Site Facebook is een site waarmee leeftijdsgenoten elkaar kunnen evalueren. Het psychisch welzijn wordt vaak als onderwerp van onderzoek genoemd in relatie tot Facebook, er is echter nog geen duidelijke overeenstemming over wat psychisch welzijn in deze context precies inhoudt. Politicologen Putnam en Helliwell (2004) meten psychisch welzijn met stellingen over geluk en levenstevredenheid. Er wordt in andere onderzoeken ook gekeken naar de relatie tussen het gebruik van Sociale Netwerk Sites en zelfvertrouwen (Ellison, Steinfield & Lampe, 2007; Gonzales Hancock, 2011; Walther, 2008) en de relatie tussen internet en eenzaamheid (Shaw & Gant, 2002; Ryan & Xenos, 2011).

2.4.1 Levenstevredenheid

Het eerste concept dat in verbinding met het psychisch welzijn kan worden gebracht is levenstevredenheid. Met levenstevredenheid wordt een cognitief, beoordelend proces bedoeld. Oordelen over tevredenheid zijn afhankelijk van de vergelijking met de gewenste standaard die door het individu zelf wordt gezet (Diener, Emmons,

Larsen & Griffin, 1985). Bepaalde individuen waarderen mogelijk andere belangen dan anderen en dat is belangrijk om mee te nemen in het meten van het concept levenstevredenheid. Levenstevredenheid is een evaluatie van iemands persoonlijke omgeving. Het is een mate van subjectief geluk of persoonlijke voldoening. Het is een oordeel en kan zowel negatief als positief zijn (Diener et al., 1985).

De levenstevredenheid van een individu is gedeeltelijk bepaald door zijn of haar sociale banden en is dan ook gemeten in relatie tot Facebookgebruik. Er worden positieve relaties gevonden tussen de mate van het gebruik van de Sociale Netwerk Site Facebook en de levenstevredenheid van jongvolwassenen. Uit psychologisch onderzoek blijkt dat de intensiteit van het gebruik van Facebook een voorspeller is van de levenstevredenheid van jongvolwassenen (Valenzuela, Park & Kee, 2009).

Naast de positieve relaties tussen het gebruik van Facebook en de levenstevredenheid van individuen toonden onderzoekers ook negatieve relaties aan. Kross, Verduyn, Demiralp, Lee en Lin (2013) vinden in hun studie een negatieve relatie tussen Facebookgebruik en levenstevredenheid. Hoe meer individuen gebruik maken van de Sociale Netwerk Site Facebook, hoe minder tevreden zij zijn met hun leven. Het gebruik van Facebook biedt onvoldoende waarde voor het vervullen van de fundamentele menselijke behoefte tot sociale connectie. Respondenten voelen zich slechter aan het eind van de dag wanneer zij die dag gebruik hebben gemaakt van Facebook (Kross et al., 2013).

2.4.2 Eenzaamheid

Het tweede concept dat als onderdeel van psychisch welzijn wordt gezien is de mate van eenzaamheid. Eenzaamheid is een psychische toestand ervaren door een individu waarbij er een onaangename of ontoelaatbaar gebrek aan sociale relaties is (Russel, 1996). Dit kan zijn wanneer het aantal sociale relaties minder is dan gewenst of wanneer de intimiteit in situaties niet is zoals gehoopt. Eenzaamheid kan dus worden gezien met betrekking tot de manier waarop het individu zijn of haar sociale isolatie en gebrek aan communicatie ervaart, ontvangt en evalueert. Gevoelens van leegheid, de afwezigheid van intieme verbindingen en gevoelens van verdriet, schaamte en schuld kunnen allen graadmeters zijn van eenzaamheid (De Jong Gierveld, 1998).

De relatie tussen eenzaamheid en het gebruik van Facebook is door verschillende onderzoekers onderzocht. Het gebruik van Facebook brengt gebruikers in contact met anderen en kan mogelijk een uitkomst zijn voor het gebrek aan

communicatie. Facebookgebruik zou zo positieve gevolgen met zich mee kunnen brengen voor de ervaren mate van eenzaamheid van individuen (Ryan & Xenos, 2011). Ook Lou, Nickerson en McMorris (2012) benadrukken hoe de mate van Facebookgebruik een positief effect heeft op de ervaren eenzaamheid van jongvolwassenen. Jongvolwassenen die gebruik maken van Facebook scoren lager op de mate van ervaren eenzaamheid dan de jongvolwassenen die geen gebruik maken van de site. Een hogere mate van Facebookgebruik zorgt voor een lagere mate van ervaren eenzaamheid. Het gebruik van Sociale Netwerk Sites voor communicatiedoeleinden vergroot het offline sociale netwerk van gebruikers en verkleint zo de ervaren mate van eenzaamheid (Lou, Nickerson & McMorris, 2012).

Terwijl sommige individuen zich meer sociaal betrokken voelen doordat ze participeren Facebookgroepen, lopen anderen echter meer gevaar voor sociale isolatie. Voor jongvolwassenen die zich al eenzaam voelen kan Facebook negatieve uitkomsten met zich meebrengen. Zij lopen gevaar hun interactie in het echte leven te verwaarlozen, te ontsnappen van hun werkelijke problemen en zo juist nog eenzamer te worden (Kim, LaRose & Peng, 2009).

2.4.3. Zelfvertrouwen

Het derde en laatste onderdeel van psychisch welzijn is het zelfvertrouwen van individuen. Zelfvertrouwen is een totale zelfevaluatie van iemands waarde (Weiten, 2004). Elk individu heeft de essentiële behoefte om zelfvertrouwen te behouden of te verkrijgen (Krämer & Winter, 2008). Er wordt dan ook vanuit gegaan dat men zich het liefst op een positieve manier presenteert op het internet. In de literatuur wordt er veelal gesproken over een positieve relatie tussen Facebookgebruik en de ervaren mate van zelfvertrouwen. Valkenburg, Peter en Schouten (2006) stellen dat de relatie tussen Sociale Netwerk Sites en het zelfvertrouwen wordt beïnvloed door het aantal vrienden gevormd door Facebook, de frequentie van feedback die gebruikers krijgen op hun profiel en of deze feedback ofwel positief ofwel negatief is. Positieve feedback kan het zelfvertrouwen doen toenemen, negatieve reacties kunnen het zelfvertrouwen juist doen verlagen (Valkenburg, Peter & Schouten, 2006). Voor jongeren met een laag zelfvertrouwen kan het gebruik van Facebook positieve effecten hebben. De intensiteit van het Facebookgebruik kan voor hen barrières verlagen en zo het zelfvertrouwen doen verhogen. (Ellison, Steinfield & Lampe, 2007). Zelfpresentatie wordt gereflecteerd door het aanpassen van het eigen profiel.

Facebookgebruikers die in het onderzoek van Gonzales en Hancock (2011) zichzelf selectief op hun eigen profiel presenteren ervaren een hogere mate van zelfvertrouwen. Het bekijken en aanpassen van het eigen profiel kan het zelfvertrouwen van individuen doen verhogen (Walther, 2007).

Ondanks de veelal positieve effecten van Facebook op het zelfvertrouwen vinden Heine et al. (2008) in hun studie ook een negatief effect van zelfpresentatie op Facebook. Het delen van persoonlijke informatie, het schrijven van *posts*, status-updates en het plaatsen foto's op Facebook, kan men bewust maken van zijn of haar eigen tekortkomingen en zo hun zelfvertrouwen doen verlagen (Heine et al., 2008). Zelfpresentatie kan zo een negatief effect hebben op het zelfvertrouwen. Psychologe Mehdizadeh (2010) toonde in haar onderzoek ook een negatieve correlatie aan tussen Facebookintensiteit en zelfvertrouwen. Een hoge intensiteit van zelfpresentatie op Facebook correleert met een lage mate van zelfvertrouwen van individuen (Mehdizadeh, 2010).

2.6 Interdisciplinariteit

Uit het theoretisch kader is naar voren gekomen dat verschillende disciplines belangrijke inzichten bieden in het onderwerp van dit onderzoek. Door de opkomst van Facebook in combinatie met de implicaties van zelfpresentatie zijn veel onderzoekers geïnteresseerd geraakt in het onderwerp en is er veel literatuur te vinden hierover. Het meeste onderzoek naar Sociale Netwerk Sites en identiteit houdt de methodologie van de psychologie aan. Binnen de psychologie meent men dat door middel van systematisch empirisme generaliseerbare en betrouwbare conclusies kunnen worden gegeven. Veel van dit onderzoek bevat verschillende aannames vanuit de psychologie en neemt daarmee een pre-sociale subjectiviteit aan, wat wil zeggen dat onderzoekers individuen onderzoeken van wie de verschillen betrekking hebben op de psychologische trekken die zij al bezitten (Pooley, 2013). De sociale en culturele bronnen van kenmerken worden hierbij genegeerd.

Onderzoek naar de effecten van Sociale Netwerk Sites vanuit de communicatiewetenschap wordt vaak gecombineerd met methoden vanuit de psychologie. De discipline communicatiewetenschap is hierbij relevant omdat onderzoek binnen deze discipline vooral uitweidt over de Sociale Netwerk Site Facebook, een fenomeen binnen Sociale Media. Veel onderzoek naar het effect van het gebruik van Facebook en het verkrijgen van sociaal kapitaal is uitgevoerd binnen

het *Computer-Mediated Communication* tijdschrift, een tijdschrift dat onderdeel is van de communicatiewetenschap.

Persoonlijkheid en zelfpresentatie worden vaak als tijdloze begrippen benaderd. Wanneer er wordt gesproken over Facebook en hoe men zich daar profileert kunnen de historische ontwikkelingen echter niet worden genegeerd. Het onderzoeksgebied van Sociale Netwerk Sites is nu voornamelijk ahistorisch en individualistisch van aard. Naast communicatiewetenschap en psychologie, is daarom ook de sociologie een belangrijke discipline bij het benaderen van het fenomeen. Theorieën vanuit de sociologie plaatsen de problemen in een maatschappelijk bredere context (Pooley, 2013).

Sociologie is vaak ondergerepresenteerd in vergelijking met psychologie en communicatiewetenschap binnen de literatuur over Sociale Netwerk Sites en de presentatie van de 'zelf'. De sociologie besteedt echter steeds meer aandacht aan onderzoek naar Sociale Netwerk Sites. De identiteiten die op Facebook worden gepresenteerd zijn gerelateerd aan verschuivingen die met moderniteit verbonden zijn zoals urbanisatie en de opkomst van massamedia (Pooley, 2013). Pooley (2013) stelt dat historische ontwikkelingen die zelfpresentatie en Facebook naar de voorgrond hebben gebracht niet kunnen worden genegeerd wanneer men een identiteit creëert op Facebook.

Er is tot dusver vrij weinig onderzoek gedaan naar de relatie tussen het psychisch welzijn en de mate van zelfpresentatie. Veel psychologisch kwantitatief onderzoek meet het psychisch welzijn en de sociologie verdiept zich in het concept zelfpresentatie. Waar onderzoeken vanuit de psychologie vooral ingaan op het individu en de bredere contexten negeren, biedt onderzoek vanuit de sociologie inzicht in het onderwerp binnen de maatschappelijk bredere context en wordt vanuit de communicatiewetenschap duidelijk wat Sociale Netwerk Sites precies inhouden. In dit onderzoek worden inzichten vanuit deze disciplines geïntegreerd om zo een zo volledig mogelijk begrip van het onderwerp te krijgen.

3. Probleemstelling

3.1 Doel van het onderzoek

Het doel van dit onderzoek is het onderzoeken of Facebookgebruik als platform voor zelfpresentatie invloed heeft op het psychisch welzijn van jongvolwassenen. Hoewel er veel onderzoek is gedaan naar verschillende aspecten van het psychisch welzijn in relatie met het gebruik van Facebook, is er nog vrij weinig onderzoek gedaan naar het effect van de mate van zelfpresentatie op Facebook.

Dit onderzoek zal zich specifiek richten op jongvolwassenen, omdat zij veel tijd online spenderen en de grootste groep gebruikers van Facebook zijn. Bovendien bevinden jongvolwassenen zich in een onzekere periode in hun leven en veranderen zij nog vaak van mening en richting (Arnett, 2000). Jongvolwassenen kunnen op verschillende manieren gebruik maken van de Sociale Netwerk Site Facebook. Zij kunnen aan de ene kant veel *posten* op hun profiel en daarmee een online identiteit creëren (Zemmels, 2012). Anderzijds kunnen Facebookgebruikers ook veel tijd spenderen op de site maar zelf niets op hun profiel *posten*. Diverse maten van zelfpresentatie kunnen wellicht verschillende effecten hebben op het leven van jongvolwassenen. Het is daarom van belang te onderzoeken in hoeverre de mate en manieren van zelfpresentatie op Facebook invloed heeft op het leven van jongvolwassenen.

3.2 Onderzoeksvraag, deelvragen en hypotheses

Om de bovenstaande vragen te beantwoorden is de volgende hoofdvraag opgesteld:
Wat is de rol van zelfpresentatie op Facebook met betrekking tot het psychisch welzijn van jongvolwassenen?

Om een duidelijk beeld te krijgen van de ervaringen van het wel of niet gebruik van Facebook en de manier waarop individuen zichzelf presenteren zijn er vier deelvragen opgesteld. De eerste drie deelvragen van dit onderzoek omvatten elk een dimensie van het overkoepelende concept psychisch welzijn. Er wordt getracht het effect te meten van zelfpresentatie op elk van de drie dimensies van psychisch welzijn. De deelvragen zijn toetsend en hiermee van kwantitatieve aard. Voor het meten van de deelvragen worden er aan de hand van bestaande literatuur hypotheses opgesteld. Na het toetsen van de hypotheses kunnen de eerste drie deelvragen worden beantwoord. De hoofdvraag kan echter pas worden beantwoord nadat zowel het kwantitatieve als het kwalitatieve deel van het onderzoek is uitgevoerd. De vierde deelvraag gaat dieper in

op de gevonden resultaten van het kwantitatieve deel van het onderzoek en de persoonlijke ervaringen van jongvolwassenen.

Deelvraag 1: *Welk effect heeft de mate van zelfpresentatie op Facebook op de ervaren levenstevredenheid van jongvolwassenen?*

Hoewel zelfpresentatie op Facebook niet altijd direct leidt tot een hoger welzijn van individuen (Kim & Lee, 2011), heeft de mate van Facebookgebruik wel een positief effect op de ervaren levenstevredenheid van jongvolwassenen (Valenzuela, Park & Kee, 2009; Valkenburg, Peter & Schouten, 2006; Ellison, Steinfield & Lampe, 2007).

Hieruit volgt de volgende hypothese:

H₁: Zelfpresentatie op Facebook heeft een positief effect op de ervaren levenstevredenheid van jongvolwassenen.

Met *H₀: Zelfpresentatie op Facebook heeft geen positief effect op de ervaren levenstevredenheid van jongvolwassenen.*

Deelvraag 2: *Welk effect heeft de mate van zelfpresentatie op Facebook op de ervaren eenzaamheid van jongvolwassenen?*

Een hoge intensiteit van het Facebookgebruik kan het gevoel van eenzaamheid doen verkleinen (Burke, Marlow & Lento, 2010; Ryan & Xenos, 2011). Hieruit volgt de hypothese:

H₂: Zelfpresentatie op Facebook heeft een positief effect op de ervaren mate van eenzaamheid van jongvolwassenen.

Met *H₀: Zelfpresentatie op Facebook heeft geen positief effect op de ervaren mate van eenzaamheid van jongvolwassenen.*

Deelvraag 3: *Welk effect heeft de mate van zelfpresentatie op Facebook op het ervaren zelfvertrouwen van jongvolwassenen?*

Individueen met een lager zelfvertrouwen maken meer en langer gebruik van Facebook (Mehdizadeh, 2010; Ellison Stienfield & Lampe, 2007). Blootstelling aan het persoonlijke profiel kan door selectieve zelfpresentatie het zelfvertrouwen doen verhogen. Zelfpresentatie wordt gereflecteerd door het aanpassen van het online profiel (Walther, 2007). Gonzales en Hancock (2011) hebben aangetoond dat het aanpassen van de online zelfpresentatie leidt tot hoger zelfvertrouwen. Hieruit volgt de hypothese:

H₃: Zelfpresentatie op Facebook heeft een positief effect op het ervaren zelfvertrouwen van jongvolwassenen.

Met *H₀: Zelfpresentatie op Facebook heeft geen positief effect op het ervaren*

zelfvertrouwen van jongvolwassenen.

Deelvraag 4: In hoeverre komen de gemeten psychische effecten van zelfpresentatie op Facebook overeen met de persoonlijke ervaring van jongvolwassenen?

Na het kwantitatieve deel van het onderzoek wordt er gekeken naar opvallende resultaten van dat deel van het onderzoek. Die resultaten worden in het kwalitatieve deel van het onderzoek uitgediept in de context van persoonlijke betekenisgeving. De laatste deelvraag dient om een verdieping te geven aan het kwantitatieve deel van het onderzoek, door kwalitatieve onderzoeksmethoden wordt de context duidelijk en kunnen persoonlijke verhalen worden verteld. De persoonlijke verhalen van respondenten kunnen wellicht nieuwe inzichten geven binnen het huidige debat.

3.3 Maatschappelijke en wetenschappelijke relevantie

Dit onderzoek zal een case vormen binnen het maatschappelijk brede debat over het gebruik van Facebook in het dagelijks leven van jongeren. Jongvolwassenen zijn de grootste groep gebruikers en spenderen veel tijd op de Sociale Netwerk Site Facebook. 'Facebook depressie' is een fenomeen waar onderzoekers spreken over een depressie die zich ontwikkelt door de vele tijd die jongeren op Facebook spenderen (O'Keefe, Clarke-Pearson, 2011). Zij melden dat acceptatie van leeftijdsgenoten van groot belang is voor jongeren en brengen het gebruik van Facebook in verband met depressie. Andere onderzoekers verbinden Facebookgebruik juist met een positief effect: het verkrijgen en behouden van sociaal kapitaal (Valenzuela, Park & Kee, 2009). De betwiste rol van Sociale Media gebruik onder jongeren maakt het zowel maatschappelijk als wetenschappelijk relevant om dit onderzoek uit te voeren.

Hoewel er veel onderzoek naar het psychisch welzijn van jongeren in relatie met Facebook is uitgevoerd, is er nog weinig onderzoek waarbij zowel kwantitatieve als kwalitatieve methoden worden toegepast. In veel onderzoeken wordt er alleen op een kwantitatieve manier getoetst of Facebookgebruik invloed heeft op bepaalde factoren. Dit onderzoek bevat zowel een kwantitatieve als een kwalitatieve methode van onderzoek en kan zo bijdragen aan een betere begripsvorming van de rol van Facebook in het leven van jongvolwassenen. In dit onderzoek worden de drie concepten levenstevredenheid, eenzaamheid en zelfvertrouwen samengevoegd en als dimensies gebruikt voor het concept psychisch welzijn. Eerdere onderzoeken richten zich veelal op één van de concepten met betrekking tot Facebookgebruik. Het benaderen van psychisch welzijn als een geïntegreerd concept kan nieuwe inzichten

opleveren en een toevoeging zijn aan de huidige literatuur.

Dit onderwerp is bovendien nog niet op een expliciete interdisciplinaire manier onderzocht. Een interdisciplinaire aanpak van het probleem waarbij inzichten vanuit verschillende disciplines zullen worden geïntegreerd zal de lacune kunnen vullen binnen de huidige literatuur. Inzichten vanuit de sociologie, psychologie en communicatiewetenschappen worden binnen dit onderzoek behandeld en geïntegreerd.

4. Methoden

4.1 Onderzoeksstrategie, Epistemologie en Ontologie

Zoals genoemd worden inzichten uit de communicatiewetenschap, psychologie en sociologie met elkaar geïntegreerd om een zo nauwkeurig mogelijk antwoord te geven op de onderzoeksvraag. Er wordt gebruik gemaakt van een *mixed-methods* aanpak, waarbij zowel kwantitatieve als kwalitatieve onderzoeksstrategieën worden gebruikt. Dit is besloten omdat een *mixed-methods* onderzoek zowel aansluit bij het kwantitatieve onderzoek van de psychologie en communicatiewetenschap als bij het veelal kwalitatieve onderzoek van de sociologie naar het onderwerp Sociale Media. Ook is dit onderwerp nog niet benaderd vanuit deze drie disciplines samen. De combinatie van kwantitatief en kwalitatief onderzoek biedt diepgang en generaliseerbaarheid. De kwantitatieve strategie van het onderzoek zal leidend zijn en de kwalitatieve strategie verdiepend. Het hoofdconcept dat in dit onderzoek centraal staat, het psychisch welzijn van jongvolwassenen, zal worden omgezet in meetbare eenheden. Het kwantitatieve deel richt zich op de essentie van het fenomeen en er worden aan de hand van bestaande theorieën hypotheses opgesteld en getest. Zo wordt het probleem in eerste instantie op een deductieve manier onderzocht (Bryman, 2008).

In dit onderzoek zal een nauwkeurig en veelomvattend inzicht worden gegeven van de effecten van zelfpresentatie op Facebook op het psychisch welzijn van jongeren. De kwantitatieve methode van onderzoek zal worden gebruikt om een generaliserend beeld te creëren van hoe zelfpresentatie op Facebook een rol speelt op het psychisch welzijn van jongvolwassenen. Kwantitatief onderzoek toetst hypotheses en gaat uit van een systematische manier van analyseren. Na het kwantitatieve deel van het onderzoek zal er gekeken worden naar de opvallende resultaten. Het kwalitatieve deel zal dieper ingaan op de gevoelens en attitudes van de jongvolwassenen ten opzichte van de gevonden resultaten. Deze kwalitatieve strategie is hierbij bruikbaar voor het onderzoeken van betekenisgeving en het beschrijven van kenmerken. Het kwalitatieve deel zou kunnen leiden tot nieuwe theoretische inzichten en zo bevat het onderzoek een inductieve manier van onderzoeken (Bryman, 2008). In dit onderzoek zal er sprake zijn van een iteratief proces. Stappen in het onderzoek zijn onderling afhankelijk van elkaar en beïnvloeden elkaar, zo zal er heen en weer worden bewogen tussen de verschillende fases van het onderzoek.

Een uitdaging bij het uitvoeren van een *mixed-methods* onderzoek is het rijmen van de epistemologieën en ontologieën van kwantitatief en kwalitatief onderzoek. De epistemologie van kwantitatief onderzoek is het positivisme. Het positivisme gaat ervanuit dat er een objectieve realiteit bestaat los van de subjectieve waarneming. Onderzoek naar sociale fenomenen zouden doorgaans moeten worden uitgevoerd aan de hand van een statistische aanpak (Bryman, 2008). De epistemologie die in kwalitatief onderzoek centraal staat is het interpretivisme. Het interpretivisme benadrukt het *Verstehen* en neemt een positie in die stelt dat kennis geïnterpreteerd kan worden om zo ervaringen te begrijpen (Bryman, 2008). Kennis wordt in dit onderzoek vergaard door te onderzoeken hoe jongvolwassenen het gebruik van Facebook als platform voor zelfpresentatie ervaren. Het vragen middels de vragenlijsten naar de effecten van zelfpresentatie op psychisch welzijn is een kwantitatieve en positivistische manier van onderzoeken en wordt in dit onderzoek gecombineerd met kwalitatief onderzoek, en de bijbehorende interpretivistische epistemologie, waarbij de nadruk wordt gelegd op begripsvorming en betekenisgeving. Zo kunnen de epistemologieën worden samengevoegd.

Ook de ontologieën van kwantitatief en kwalitatief onderzoek lijken strijdig. Het objectivisme is de ontologie van kwantitatief onderzoek en gaat ervanuit dat sociale fenomenen en hun betekenissen onafhankelijk zijn van sociale actoren (Bryman, 2008). Dit staat recht tegenover de kwalitatieve ontologie, het constructivisme. Een constructivistische ontologie houdt in dat categorieën niet losstaan van sociale betekenisgeving en dat sociale fenomenen en hun betekenissen worden bereikt door sociale actoren (Brymann, 2008). Er wordt vanuit gegaan dat sociale fenomenen dynamisch zijn en constant tot stand worden gebracht door actoren. De hedendaagse samenleving is een construct en is veranderbaar door de tijd heen. In dit onderzoek zal voornamelijk worden uitgegaan van een constructivistische ontologie waarin objectivistische waarnemingen worden onderzocht. Sociale actoren construeren het fenomeen zelfpresentatie op Facebook en dit kan continu veranderen en opnieuw geconstrueerd worden.

Door kwalitatief onderzoek met kwantitatief onderzoek te combineren is er sprake van triangulatie. Bij triangulatie wordt, in dit geval, de kwantitatieve methode gecontroleerd en bevestigd door de kwalitatieve methode. Het draagt bij aan de betrouwbaarheid van het onderzoek (Brymann, 2008) en er kan dieper worden ingegaan op de bevindingen die uit de vragenlijsten naar voren komen door middel

van de interviews. De persoonlijke situaties kunnen zo binnen een bredere sociale context worden getrokken. Er is gekozen voor zowel kwantitatieve als kwalitatieve onderzoeksmethoden om een zo compleet en nauwkeurig mogelijk beeld te krijgen van het genoemde probleem. De epistemologieën en ontologieën worden gezien als flexibel en worden in dit onderzoek geïntegreerd.

4.2 Onderzoeksdesign en -methoden

Het onderzoeksdesign van dit onderzoek is een case study. Het Facebookgebruik als platform voor zelfpresentatie wordt intensief en gedetailleerd bestudeerd op een kwantitatieve en kwalitatieve manier (Brymann, 2008). Het doel is het verhelderen van de positieve of negatieve effecten van dat Facebookgebruik op jongvolwassenen. Door de combinatie van kwantitatief en kwalitatief onderzoek kan er diep worden ingegaan op de ervaringen en attitudes van de respondenten. De externe validiteit van een case study is veelal niet heel sterk. Echter, door ook kwantitatieve analyses te doen kunnen er wellicht representatieve conclusies worden getrokken.

In de eerste fase zal er een vragenlijst naar respondenten worden gestuurd, waarin het psychisch welzijn van de jongeren in relatie tot het concept zelfpresentatie wordt gemeten. Een vragenlijst maakt het mogelijk houdingen en gevoelens van jongvolwassenen middels vooraf opgestelde categorieën te bepalen. In de vragenlijsten zullen er vragen worden gesteld over de attitudes van respondenten tegenover sociale fenomenen om zo bepaalde betekenissen en redenen voor hun acties vast te kunnen stellen. Het gebruik van een vragenlijst is een snelle en effectieve methode om data te verzamelen en een gestandaardiseerde vragenlijst maakt het mogelijk het kwantitatieve deel van het onderzoek te herhalen, wat zorgt voor een hoge betrouwbaarheid (Bryman, 2008). Er zal geen sprake zijn van interviewer effecten, zoals variabiliteit tussen interviewers, omdat er geen interviewer aanwezig is op het moment dat de vragenlijst wordt ingevuld (Bryman, 2008).

Op basis van de kwantitatieve data-analyse en de resultaten die daaruit voortvloeien wordt er een topic lijst opgesteld voor de verdiepende kwalitatieve semi-gestructureerde interviews. Er zal worden gekeken hoe de generaliseerbare uitkomsten door de respondenten persoonlijk worden ervaren. De interviews zullen worden gehouden met jongvolwassenen die in verschillende mate en op verschillende manieren gebruik maken van de sociale netwerksite Facebook om zo dieper in te gaan op de persoonlijke motieven en ervaringen. In semi-gestructureerde interviews heeft

de onderzoeker een bepaalde ruimte om extra vragen te stellen naar aanleiding van antwoorden van de respondent. Zo is er mogelijkheid voor respondenten hun ervaringen en kennis te delen (Bryman, 2008). Het interviewproces is flexibel en de topiclijst is daarbij een uitgangspunt.

4.3 Operationalisering

Het operationaliseringsschema van het concept zelfpresentatie en het concept psychisch welzijn zijn bijgevoegd in bijlage 1.

4.3.1 Operationalisering onafhankelijke variabele

De mate van zelfpresentatie op Facebook is de onafhankelijke variabele in dit onderzoek. Zoals eerder genoemd is zelfpresentatie een manier van presenteren op de Sociale Netwerk Site Facebook zoals hij of zij gezien wil worden. Burke, Marlow en Lento (2010) onderzochten de activiteit van respondenten op de Sociale Netwerk Site Facebook aan de hand van verschillende stellingen. Om de onafhankelijke variabele te meten worden uit hun onderzoek stellingen gekozen die de zelfgekozen activiteit weergeeft. Er wordt gevraagd hoe vaak respondenten bepaalde activiteiten zoals 'Je status bijwerken', 'Je profielfoto wijzigen', 'Een foto/filmpje delen' voor hun gevoel doen (Ellison, Steinfield & Lampe, 2007). De antwoorden worden gegeven op een 7-punts schaal waarbij de antwoordmogelijkheden variëren van 'Nooit', 'Bijna nooit', 'Soms', 'Regelmatig', 'Vaak', 'Heel vaak' tot 'Bijna non-stop'. Doordat er verwacht wordt dat er interessante uitkomsten zouden kunnen blijken uit zelfpresentatie op Facebook, zal daar in de vragenlijsten de nadruk op worden gelegd. Er wordt antwoord gegeven op een 7-puntsschaal en zo kan de onafhankelijke variabele op intervalniveau worden gemeten.

4.3.2 Operationalisering afhankelijke variabelen

Een overzicht van de literatuur op het onderwerp laat zien dat onderzoekers psychisch welzijn veelal associëren met de concepten eenzaamheid, levenstevredenheid en zelfvertrouwen. Hoewel psychisch welzijn door verschillende onderzoekers vaak aan de hand van één van de bovengenoemde concepten gedefinieerd en gemeten wordt, wordt in dit onderzoek gekeken of zelfpresentatie op Facebook invloed heeft op psychisch welzijn aan de hand van de drie concepten samengevoegd. De drie concepten zullen dienen als dimensies van het concept psychisch welzijn en zullen

aan de hand van bestaande en erkende vragenlijsten worden gemeten. De antwoorden van de drie concepten bij elkaar opgeteld geeft het psychisch welzijn van jongvolwassenen weer.

De eerste dimensie van het psychisch welzijn is levenstevredenheid. De dimensie levenstevredenheid zal gemeten worden aan de hand van de 'Satisfaction With Life Scale' (Diener et al., 1985). Voorbeelditems van deze dimensie zijn stellingen zoals 'Ik ben tevreden met mijn leven', 'De omstandigheden van mijn leven zijn uitstekend' en 'Als ik mijn leven opnieuw zou leiden zou ik bijna niets veranderen'. Antwoorden worden gegeven aan de hand van een 7-punts Likert schaal, variërend van 'Helemaal mee oneens' tot 'Helemaal mee eens'. Door het grote aantal mogelijke uitkomsten kan de variabele kan op interval niveau worden gemeten.

De mate van eenzaamheid is de tweede dimensie van het concept psychisch welzijn en wordt gemeten aan de hand van de 20 bestaande stellingen uit de UCLA 'Loneliness Scale' (Russel, 1996). Er wordt gevraagd hoe vaak de respondent verschillende stellingen ervaart. Voorbeelditems uit deze bestaande schaal zijn: 'Ik heb niemand om mee te praten', 'Ik mis gezelschap' en 'Ik voel me buitengesloten'. De items worden gesteld op een Likert schaal met de antwoordmogelijkheden 'Nooit', 'Zelden', 'Soms' en 'Vaak'. In de gehele vragenlijst van dit onderzoek worden de vragen gesteld met de antwoordmogelijkheden die variëren van 'Nooit' naar 'Vaak' of van 'Helemaal mee oneens' naar 'Helemaal mee eens'. Om verwarring te voorkomen zijn de antwoordmogelijkheden van de items over eenzaamheid dan ook weergegeven van 'Nooit' naar 'Vaak', in plaats van andersom. Waar in de originele vragenlijst kruisjes in de eerste bolletjes een hoge mate van eenzaamheid betekenden, betekent in deze vragenlijst een kruisje in de eerste bolletjes een lage ervaren mate van eenzaamheid. De waarden van de scores zijn veranderd in 'Recode into different variables'. Door het grote aantal mogelijke scores die als uitkomst kunnen komen is de variabele eenzaamheid ook een intervalvariabele.

De derde en laatste dimensie van het psychisch welzijn is zelfvertrouwen. Het zelfvertrouwen van jongvolwassenen wordt gemeten aan de hand van de 'Self-Esteem Scale' (Rosenberg, 1993). De tien items werden gemeten aan de hand van stellingen als 'Ik ben in staat dingen even goed te doen als anderen' en 'Ik heb een positieve attitude tegenover mezelf'. Ook hier kan de variabele op interval niveau worden gemeten door het aantal uitkomstmogelijkheden na het optellen van de scores van de items. Van het concept zelfvertrouwen zijn de items 'Soms denk ik dat ik helemaal

nergens goed voor ben’, ‘Ik voel me af en toe nutteloos’, ‘Ik zou willen dat ik meer respect had voor mezelf’, ‘Ik heb het gevoel dat ik niet veel heb om trots op te zijn’, en ‘Al met al, ben ik geneigd me een mislukking te voelen’ contra-indictieve stellingen. De vragen zijn in de tegengestelde richting gevraagd en de scores zijn daarom tegengesteld. De antwoorden werden gegeven op een 4-punts Likert schaal waarbij de antwoordmogelijkheden variëren van ‘Past helemaal niet bij mij’ tot ‘Past helemaal bij mij’.

4.4 Operationalisering kwalitatieve deel van het onderzoek

De focus ligt in de vierde deelvraag voornamelijk op de diepgang en persoonlijke ervaringen van jongvolwassenen. Zoals eerder genoemd wordt het concept psychisch welzijn opgedeeld in de drie concepten eenzaamheid, levenstevredenheid en zelfvertrouwen. Deze drie concepten zullen worden bevraagd aan de hand van enkele vragen uit de erkende vragenlijsten van Russel (1996), Rosenberg (1993) en Diener et al. (1985).

Het concept zelfpresentatie wordt gedefinieerd als een bepaalde performance (Goffman, 1959) die jongvolwassenen uitvoeren wanneer zij interacteren via Facebook. Het concept zelfpresentatie wordt bevraagd aan de hand van verschillende indicatoren die de dimensies beslaan. Zelfpresentatie wordt in de kwalitatieve interviews opgedeeld in drie dimensies waar niet alleen de mate van zelfpresentatie wordt bevraagd, maar ook de wijze waarop respondenten zichzelf presenteren. De eerste dimensie van zelfpresentatie die in de interviews van belang is, is de frequentie van het Facebookgebruik. Het is van belang te vragen in welke mate respondenten gebruik maken van de site en hoeveel tijd zij eraan spenderen (Ellison, Steinfield & Lampe, 2007). Een tweede dimensie waar dieper op wordt ingegaan is de activiteiten die respondenten uitvoeren op Facebook (Burke, Marlow en Lento, 2010). Respondenten kunnen zichzelf zowel veel als weinig presenteren terwijl zij wellicht dezelfde tijd spenderen op de site.

Indicatoren van de derde dimensie van zelfpresentatie op Facebook bevatten vragen over het beeld dat respondenten willen overbrengen. Het bevat vragen over de motieven van respondenten om wel of geen links op hun Facebookprofiel te *posten*. Ook bevat de dimensie vragen over het beeld dat respondenten bewust willen overbrengen met het plaatsen van status-updates of foto's op hun Facebookprofiel (Pempek, Yermolayeva & Calvert, 2009). Er wordt gevraagd naar de afwegingen die

respondenten maken voordat zij een link plaatsen op hun profiel. Verder zal er in de kwalitatieve interviews dieper worden ingegaan op de meest opvallende resultaten uit de kwantitatieve data-analyses.

4.5 Data-analyse

Voordat de kwantitatieve data worden verzameld, wordt er een pilot-studie uitgevoerd waar de vragenlijst wordt getest. De kwantitatieve data die uiteindelijk worden verzameld, worden geanalyseerd met behulp van het programma SPSS. Er worden Cronbach's alpha testen uitgevoerd om na te gaan of alle concepten een hoge betrouwbaarheid hebben. Op basis van de uitkomsten van de test worden wellicht aanpassingen gemaakt en opnieuw betrouwbaarheidstesten uitgevoerd. Met de data van de drie concepten eenzaamheid, levenstevredenheid en zelfvertrouwen wordt een Principle Component Analyse (PCA) uitgevoerd om te onderzoeken of de drie concepten allen op de juiste factor laden. Er wordt zo gekeken of de drie concepten samen wellicht een groter onderliggend concept meten en of de vragen en stellingen passen bij de juiste variabele. Voor de factorladingen wordt een minimum van 0,5 aangehouden omdat er anders te weinig variantie verklaard wordt (Field, 2009).

De analyses die worden uitgevoerd zijn regressieanalyses. Op basis van regressieanalyses kan geanalyseerd worden of de onafhankelijke variabele de afhankelijke variabele kan voorspellen (Field, 2009). Er zullen regressieanalyses worden uitgevoerd met zelfpresentatie als onafhankelijke variabele en psychisch welzijn als afhankelijke variabele. Ook zullen er drie aparte regressies worden uitgevoerd met zelfpresentatie als onafhankelijke variabele en eenzaamheid, levenstevredenheid en zelfvertrouwen als afhankelijke variabelen en zal er gecontroleerd worden op geslacht.

Op basis van de kwantitatieve data-analyse en de belangrijkste resultaten die daaruit voortkomen zal er een interviewschema worden opgesteld. Na het uitvoeren van de semi-gestructureerde interviews zullen de data eerst worden getranscribeerd en met behulp van het programma MAXQDA geanalyseerd. Door middel van fragmentatie, labels en coderen zullen de kwalitatieve data worden geanalyseerd. Op basis van bovenstaande analyses kunnen er conclusies worden getrokken en zal de onderzoeksvraag beantwoord kunnen worden.

4.6 Respondentenwerving en Sampling

In dit onderzoek bestaat de onderzoekspopulatie uit jongvolwassenen, ofwel jongeren van 18 tot 25 jaar. Jongvolwassenen zijn een interessante onderzoeksgroep omdat zij de grootste groep gebruikers zijn en leven in een periode van onzekerheden waarin zij nog veel veranderen van mening en attitudes (Arnett, 2000). Er zal getracht worden voor het kwantitatieve deel een onderzoekspopulatie van minstens 80 jongvolwassenen de vragenlijst te laten invullen, dit om de generaliseerbaarheid te waarborgen (Bryman, 2008). Er zullen in het kwalitatieve deel acht respondenten worden geïnterviewd waarvan vier vrouwen en vier mannen. Er wordt getracht twee vrouwen te interviewen die weinig gebruik maken van hun Facebookprofiel voor zelfpresentatie en twee vrouwen die veel gebruik maken van hun Facebookprofiel voor zelfpresentatie. Zo eveneens met de verdeling van de vier mannen. Door het uitvoeren van acht semi-gestructureerde interviews wordt er verwacht dat het kwalitatieve deel van het onderzoek genoeg diepgang biedt, ter aanvulling op het kwantitatieve deel.

De respondentenwerving voor de enquête zal voornamelijk via Facebook plaatsvinden. Er kan mogelijk een *bias* ontstaan door de respondentenwerving via Facebook. Jongvolwassenen die veel tijd op Facebook spenderen zullen wellicht eerder meewerken aan het onderzoek dan jongvolwassenen die een minder groot deel van hun tijd op Facebook spenderen. Er zal gebruik worden gemaakt van *convenience* sampling waarbij op basis van beschikbaarheid respondenten worden geselecteerd. Via het persoonlijke netwerk zullen mensen met een Facebookprofiel worden benaderd en gevraagd of zij de vragenlijst willen invullen. Voor het zoeken naar respondenten voor de interviews zal er gebruik worden gemaakt van *purposive* sampling. Er zal doelmatig worden gezocht naar zowel respondenten die veel gebruik maken van hun Facebookprofiel voor zelfpresentatie en respondenten die dat weinig doen. Een nadeel van deze manieren van sampling is dat de respondenten niet aselekt geselecteerd zijn en daarom de resultaten van het onderzoek niet kunnen worden gegeneraliseerd (Bryman, 2008).

4.7 Ethische kwesties

Dit onderzoek zou ethische problemen met zich mee kunnen brengen omdat er gevraagd wordt naar het psychisch welzijn en de zelfpresentatie van respondenten. Er kunnen sociaal gewenste antwoorden worden gegeven op de stellingen die gesteld

worden over de verschillende dimensies van het psychisch welzijn. Het is daarom van belang te benadrukken dat de anonimiteit van de respondenten ten alle tijden gewaarborgd zal worden. Het is belangrijk dat respondenten zich niet verplicht voelen om te antwoorden en mogen stoppen met de enquête of het interview wanneer zij dat wensen. In de interviews kunnen er ook sociaal wenselijke antwoorden worden gegeven maar door niet gelijk in te gaan op het psychisch welzijn wordt er verwacht dat respondenten na enige vragen wel antwoord willen geven op de vragen over psychisch welzijn.

5. Resultaten kwantitatief instrument

5.1 Onderzoeksproces en datapreparatie

De vragenlijst is opgesteld via de website www.thesistools.com en is toegevoegd in bijlage 2. Na het invoeren van de vragenlijst is deze verspreid via Facebook en email waarin de link naar de enquête vermeld stond. In de email en op Facebook stond duidelijk vermeld dat er werd gezocht naar respondenten van 18 tot 25 jaar. Het aantal respondenten kan op de website www.thesistools.com gemakkelijk worden bijgehouden en de verkregen data kan worden gedownload in SPSS. Zoals eerder genoemd zijn er in de vragenlijst verschillende Likert schalen gebruikt. Het concept zelfpresentatie is geheel op een 7-punts schaal gemeten en het concept psychisch welzijn is gemeten op 4-punts schalen en een 7-punts schaal. Door de antwoordmogelijkheden in een Likert schaal te meten zijn alle variabelen intervalvariabelen.

Er zijn 107 mensen begonnen aan de vragenlijst en 91 respondenten hebben de vragenlijst afgemaakt. Van de 91 respondenten zijn er 27 mannen (29.7%) en 64 vrouwen (70.3%) die de vragenlijst hebben ingevuld. Er is één (1.1%) respondent die op de middelbare school zit, 17 (18.7%) respondenten die een HBO opleiding volgen en 73 (80.2%) die een opleiding volgen in het wetenschappelijk onderwijs. Alle respondenten zijn 18 tot 25 jaar en de gemiddelde leeftijd van de respondenten is 21.8 jaar ($SD = 1.40$).

Het hoofdconcept psychisch welzijn is gemeten aan de hand van de ervaren mate van eenzaamheid, zelfvertrouwen en levenstevredenheid. Het concept levenstevredenheid ($M = 26.57$, $SD = 5.2$) heeft een Cronbach's Alpha van .854. Deze 7-punts schaal is hiermee een betrouwbare schaal. Het tweede concept is de ervaren mate van eenzaamheid. De ervaren mate van eenzaamheid ($M = 47.54$ $SD = 8.88$) heeft een Cronbach's Alpha van .916. Deze 4-punts schaal is hiermee een betrouwbare schaal. Het concept zelfvertrouwen ($M = 22.49$, $SD = 5.32$) heeft een Cronbach's Alpha van .895 en ook dit houdt in dat de betrouwbaarheid van de schaal hoog is.

Om na te gaan of deze drie concepten een groter onderliggend concept meten is er op alle items van de drie concepten een PCA uitgevoerd. De tabellen van de PCA's zijn toegevoegd in bijlage 3. De drie concepten levenstevredenheid, eenzaamheid en zelfvertrouwen laden allen hoog ($> .8$) op één factor wat betekent dat er één component is. De KMO-waarde is .710 wat boven de minimale waarde van .50

ligt wat aangeeft dat de sample adequaat is voor een factoranalyse (Field, 2009). Bartlett's sfericiteitstest χ^2 geeft een waarde aan van 86.45, $p < .001$. Deze significante waarde betekent dat de correlaties van de drie concepten onderling hoog genoeg is om een PCA uit te voeren. Er kan dus worden verwacht dat de drie concepten samen een groter onderliggend concept meten; het psychisch welzijn. Het hoofdconcept psychisch welzijn is gemeten aan de hand van scores op de stellingen van de mate van eenzaamheid, zelfvertrouwen en levenstevredenheid samen. Van het concept psychisch welzijn ($M = 96.60$, $SD = 16.54$) is de betrouwbaarheid gemeten en kwam er een Cronbach's Alpha uit van .764, een waarde die boven de acceptabele betrouwbaarheid ligt van .7 (Field, 2009).

Voor het meten van het concept zelfpresentatie is er een PCA uitgevoerd op de 28 verschillende items. De Keyser-Meyer-Olkin test erkent dat het een adequate steekproef is met een KMO waarde van .831. Bartlett's sphericiteitstest $\chi^2(378) = 1578.588$, $p < .001$ geeft aan dat de correlaties hoog genoeg zijn voor PCA. Vijf componenten hebben een eigenvalue groter dan Kaiser's criterium 1 en deze componenten samen verklaren 67.97% van de variantie. Echter, alleen het eerste component bevat scores boven de .5. De stellingen 'Je status bijwerken', 'Een foto/filmpje delen', 'Als ik reageer op foto's of statussen van vrienden, zijn dat positieve reacties' en 'Ik *post* geen negatieve emoties op mijn tijdlijn' scoren alle vier hoog op een andere component en worden daarom niet meegenomen in de analyses. Er is een nieuwe PCA uitgevoerd op de overgebleven 24 items. De nieuwe KMO waarde is .840 en ook hier blijkt uit de Bartlett's sphericiteitstest $\chi^2(276) = 1376.441$, $p < .001$ dat de correlaties hoog genoeg zijn voor een PCA. De Cronbach's Alpha van zelfpresentatie ($M = 78.11$, $SD = 23.14$) is .922 en hiermee blijkt dit een betrouwbare schaal.

5.2 Aannames testen

Een regressie analyse is een analyse die alleen uitgevoerd mag worden na het testen van een aantal aannames (Field, 2009). Alvorens de resultaten te noteren kan gesteld worden dat er aan de aannames is voldaan. Een eerste aanname waar aan moet worden voldaan is het meetniveau van de variabelen (Field, 2009). Alle onafhankelijke variabelen moeten op continu niveau worden gemeten zoals het concept zelfpresentatie of op categorisch niveau met twee categorieën, geslacht. De afhankelijke variabele moet op interval of rationiveau gemeten zijn, zoals zowel

psychisch welzijn als de drie dimensies levenstevredenheid, eenzaamheid en zelfvertrouwen. Een tweede aanname van regressieanalyse is dat de scores normaal verdeeld moeten zijn. Dit hoeft alleen getest te worden bij een sample die kleiner is dan 30 respondenten. Aangezien in deze sample er 91 respondenten zijn geldt de 'Central Limit Theorem' en wordt er aan de tweede aanname voldaan (Field, 2009).

De derde aanname is de aanname dat er geen perfecte multicollineariteit mag zijn. De VIF waarden van de variabelen liggen dicht bij 1, wat inhoudt dat er geen sprake is van multicollineariteit (Field, 2009). Ook aan de derde aanname kan worden voldaan. De vierde aanname van een regressieanalyse is de onafhankelijkheid van de errors. De onafhankelijkheid van de errors wordt getest door de Durbin-Watson Test (Field, 2009). De Durbin-Watson Test is uitgevoerd bij de regressies en de waarden bevinden zich allen tussen één en drie wat betekent dat de errors niet correleren met elkaar. Aan deze aanname kan dus ook worden voldaan.

Verder moet er sprake zijn van een lineair verband tussen de onafhankelijke en afhankelijke variabelen. De P-P plot toont aan dat de gemiddelde waarden van afhankelijke variabele langs de rechte lijn liggen. Als laatste moeten de varianties van de errors op elk level van de onafhankelijke variabele constant zijn (Field, 2009). De scatterplot geeft aan dat er ook kan worden voldaan aan de aanname van homoscedasticiteit.

5.3 Resultaten

Er zijn verschillende regressieanalyses uitgevoerd om zo de deelvragen te kunnen beantwoorden. De belangrijkste tabellen uit SPSS zijn toegevoegd in bijlage 4. Er is een regressieanalyse uitgevoerd met zelfpresentatie als onafhankelijke variabele en psychisch welzijn als afhankelijke variabele. Zelfpresentatie bleek geen significante voorspeller te zijn van psychisch welzijn $F(1,89) = 1.14, p = .29, t = -1.067$. Om antwoord te geven op de deelvragen zijn er ook regressieanalyses uitgevoerd tussen zelfpresentatie en de concepten eenzaamheid, levenstevredenheid en zelfvertrouwen apart. Om antwoord te geven op de eerste deelvraag is er een regressieanalyse uitgevoerd met het concept zelfpresentatie als onafhankelijke variabele en levenstevredenheid als afhankelijke variabele. Zelfpresentatie blijkt geen significante voorspeller te zijn van het concept levenstevredenheid $F(1,89) = .02, p = .9, t = -.121$. De eerste alternatieve hypothese kan dus niet worden aangenomen.

Om de tweede deelvraag te beantwoorden is er een regressieanalyse

uitgevoerd met zelfpresentatie als onafhankelijke variabele en eenzaamheid als afhankelijke variabele. Ook hier blijkt zelfpresentatie geen significante voorspeller voor de mate van eenzaamheid van jongvolwassenen, $F(1,89) = .22, p = .64, t = -.465$ en wordt de alternatieve hypothese verworpen.

Zelfpresentatie bleek geen significante voorspeller voor de concepten eenzaamheid en levenstevredenheid. De mate van zelfpresentatie is daarentegen wel een significante voorspeller voor de ervaren mate van zelfvertrouwen van een individu, $F(1,89) = 6.18, p < .05$. De regressievergelijking die hieruit volgt is: $\text{zelfvertrouwen} = 27.073 - .56 \times \text{zelfpresentatie} + e, p < .05$. De min voor de zelfpresentatie impliceert dat het een negatieve effect is dus hoe hoger iemand scoort op zelfpresentatie hoe lager iemands ervaren mate van zelfvertrouwen is. De verklaarde variantie (R^2) is .54, wat inhoudt dat 5,4% van de variantie van het zelfvertrouwen wordt verklaard door zelfpresentatie op Facebook. In tabel 1 zijn de regressiecoëfficiënten van de regressievergelijking te zien.

Tabel 1

	<i>B</i>	<i>SE B</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
Constant	27.073	1.919		
Zelfpresentatie	-.059	.024	-2.49	.015

Regressiecoëfficiënten. Afhankelijke variabele = zelfvertrouwen

Na het controleren voor geslacht in de regressievergelijking tussen zelfpresentatie en zelfvertrouwen blijkt het significantieniveau lager te zijn ($p = .004$) dan zonder te controleren voor geslacht ($p = .015$). Mannen scoren gemiddeld hoger op het concept zelfvertrouwen ($M = 25.04, SD = 4.7$) dan vrouwen ($M = 21.42, SD = 5.22$). Geslacht heeft dus een significant effect op zelfvertrouwen. Zelfpresentatie en geslacht verklaren samen 11,5% van de variantie, $F(2,88) = 5.711, p < .05, R^2 = .115$. Het toevoegen van het concept geslacht levert hierbij een significante bijdrage in het voorspellen van de ervaren mate van zelfvertrouwen van jongvolwassenen. Op basis van deze bevinding is er ook een regressieanalyse uitgevoerd met geslacht als onafhankelijke en zelfpresentatie als afhankelijke variabele. Ook deze analyse blijkt significant $F(1,89) = 20.748, p = .000$. Geslacht heeft dus ook een significant effect op het concept zelfpresentatie. Mannen ($M = 62.70, SD = 18.57$) scoren gemiddeld

lager op zelfpresentatie dan vrouwen ($M = 84.61$, $SD = 21.86$). In tabel 2 zijn de belangrijkste regressiecoëfficiënten weergegeven.

Tabel 2

	<i>B</i>	<i>SE B</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
Zelfvertrouwen	-3.615	1.167	-3.099	.004
Zelfpresentatie	21.906	4.809	4.555	.000

Regressiecoëfficiënten. Afhankelijke variabele = geslacht

Door het toevoegen van de variabele geslacht verdwijnt de significante *t*-waarde van de regressievergelijking tussen zelfpresentatie en zelfvertrouwen. Geslacht verklaart hier het grootste deel van het effect zelfvertrouwen en het grootste deel van het effect van zelfpresentatie. Geslacht blijkt hieruit de *common cause* voor beide variabelen. Rekening houdend met geslacht verklaart zelfpresentatie een te klein effect van zelfvertrouwen om nog significant te zijn.

Ondanks dat de analyses van de eerste twee deelvragen niet significant zijn en de hypothesen niet kunnen worden aangenomen kan er toch een trend worden waargenomen. Uit alle analyses kwamen immers negatieve waarden. Er kan wellicht gesteld worden dat Facebook over het algemeen negatieve effecten heeft op het psychisch welzijn. Mogelijk zouden met een grotere sample deze waarden wel significant zijn.

Uit bovenstaande analyses blijkt dat de mate van Facebookgebruik voor zelfpresentatie geen significante invloed heeft op de ervaren mate van eenzaamheid en levenstevredenheid. Het concept zelfpresentatie bleek wel een significante voorspeller te zijn voor de mate van zelfvertrouwen van jongvolwassenen. Hierbij bleek er een verschil te zijn in de mate van zelfvertrouwen en de mate van zelfpresentatie tussen mannen en vrouwen. In de kwalitatieve interviews zal dieper worden ingegaan op het concept zelfpresentatie zodat niet alleen de mate maar ook de wijze van zelfpresentatie bevraagd wordt. Aangezien zelfpresentatie een significant negatief effect heeft op de ervaren mate van zelfvertrouwen, zal er in de interviews dieper in worden gegaan op vragen naar de onzekerheden van de respondenten met betrekking tot Facebookgebruik.

6. Resultaten kwalitatief instrument

6.1 Onderzoeksproces

Om dieper in te gaan op de resultaten van het kwantitatieve deel van het onderzoek en het concept zelfpresentatie zijn er voor het kwalitatieve deel acht semi-gestructureerde interviews afgenomen. De resultaten uit deze acht interviews hebben voldoende diepgang geboden met betrekking tot het probleem. Er is een verdeling gemaakt tussen de mannelijke en vrouwelijke respondenten. De respondentenwerving vond plaats via mijn eigen vriendenkring, aangezien ik bij mijn eigen Facebookvrienden voorafgaand aan het onderzoek kon nagaan of zij veel of weinig gebruik maakten van Facebook als middel voor zelfpresentatie. Respondenten die weinig gebruik maken van zelfpresentatie op Facebook *posten* (plaatsen) zelf heel sporadisch of nooit een link of foto op hun Facebookprofiel. Respondenten die veel gebruik maken van zelfpresentatie op Facebook posten gemiddeld een paar keer per maand en link of foto op hun profiel. De interviews duurden gemiddeld 28 minuten. Het kortste interview duurde 21 minuten en het langste interview duurde 40 minuten. Alle namen in dit onderzoek zijn pseudoniemen. Floor en Sophie zijn de twee vrouwelijke respondenten die veel gebruik maken van Facebook voor zelfpresentatie en Marijke en Esther de twee vrouwen die dat minder doen. Bart en Jonas zijn de geïnterviewde mannen die veel gebruik maakt van zelfpresentatie op Facebook en Mees en Niels zijn geïnterviewd op basis van het feit dat zij zichzelf minder op Facebook presenteren. Alle respondenten zijn 21 of 22 jaar oud en studeren aan de Universiteit van Amsterdam.

Alle uitgevoerde interviews zijn getranscribeerd en vervolgens zijn de transcripties met behulp van het programma MAXQDA gecodeerd. Voor zowel het interview- als het codeerschema kan gekeken worden naar bijlagen 5 en 6.

6.2 Frequentie en momenten van Facebookgebruik

Alle respondenten spenderen tijd aan de Sociale Netwerk Site Facebook. De respondenten zijn geworven op het criterium van de mate van Facebookgebruik en de activiteiten die zij uitvoeren op Facebook. Het is belangrijk te vragen hoe vaak zij gebruik maken van de site en waarom zij juist wel of niet *posts* op hun profiel plaatsen. De één gebruikt de site meer dan de ander maar alle respondenten gebruiken de site dagelijks. Facebook staat bij Bart en Niels vaak de hele dag open op zowel hun laptops als hun telefoons terwijl Esther de site voornamelijk gebruikt op haar laptops.

Ook Sophie meldt dat ze vaak op Facebook kijkt. Ze kijkt niet elke keer op haar telefoon naar de site maar het is wel één van de eerste dingen die ze doet als ze thuiskomt. Respondenten noemen verschillende redenen voor het gebruik van Facebook op bepaalde momenten. De reden die de respondenten vaak noemen is voornamelijk tijdverdrijf. Marijke noemt het vooral afleiding:

“Toen [het net uit was met haar vriend] was ik constant op zoek naar afleiding en zat ik constant op mijn telefoon. Automatisch ging ik dan naar Facebook, nu.nl, alles waar maar nieuwe dingen op verschijnen om maar telkens te kijken of er iets nieuws op stond.”

Momenten van verveling worden ook veel genoemd als momenten dat respondenten vaak gebruik maken van Facebook. Niels, Jonas en Esther spenderen vooral veel tijd op Facebook als ze moeten studeren en daardoor veel op hun laptop werken. Sophie spendeert echter meer tijd op Facebook als ze het juist niet druk heeft met studeren en zo wordt Facebook dus door verschillende respondenten op andere momenten gebruikt. Facebook wordt in het geval van Niels, Jonas en Bart gebruikt op momenten van pauze en verveling. Niels noemt een aantal momenten dat hij op Facebook zit:

“Maar ik kijk wel als ik opsta op Facebook. Als ik niks te doen heb check ik Facebook. Als ik aan het chillen ben check ik Facebook. Als ik in het openbaar vervoer zit check ik Facebook.”

Al met al staat de site Facebook dus vaak open bij de respondenten. Ze gebruiken de site echter op andere manieren. Floor gebruikt de site onder andere om te checken wat anderen aan het doen zijn, om op de hoogte te blijven en “nieuwsdingetjes” te lezen. Ze heeft de pagina van de NRC *geliked* en krijgt zo het belangrijkste nieuws op haar startpagina te zien. Esther heeft geen specifieke pagina's *geliked*, zij kijkt vooral naar foto's van vrienden en *liked* af en toe foto's waar haar vrienden leuk opstaan. Vooral foto's gemaakt door mensen zelf van bijvoorbeeld diners of feestjes en waar haar vrienden zelf op staan vindt Esther leuk om te bekijken.

Scrollen over de startpagina wordt door verschillende respondenten genoemd als activiteit op Facebook. Bart zegt: “Als ik me verveel dan scroll ik gewoon mijn wall door” en Esther meldt: “Ik scroll vaak even over de startpagina, dus gewoon wat mensen hebben gezegd, of *posten*”. Naast het scrollen over de startpagina en veelal het bekijken van *posts* en foto's van vrienden kijken respondenten ook op Facebook naar berichten en foto's van feestjes. Feestjes worden veelal op Facebook aangekondigd. Floor kijkt voorafgaand aan een feestje of er vrienden van haar komen

en zet zichzelf op “aanwezig” wanneer zij er zeker van is dat ze komt of op “misschien” wanneer zij het nog niet helemaal zeker weet. Niels en Esther kijken vaak naar foto’s om te beschouwen of het een leuk feestje was en of er nog foto’s bij staan van mensen die ze kennen of wellicht van zichzelf.

Uit aan analyse van de bovenstaande vragen kwam naar voren dat respondenten de site op andere manieren en momenten gebruiken. De concepten die belangrijk werden gevonden bij de momenten dat Facebook werd gebruikt zijn verveling en afleiding en tijdverdrijf. Verder kijken veel respondenten naar *posts* en foto’s van anderen op Facebook en scrollen zij vaak over de startpagina. Facebook wordt vooral gebruikt om te kijken naar *posts* en foto’s van anderen en in enkele gevallen ook om zelf te *posten* of te delen.

6.3 Zelfpresentatie

Uit de vorige paragraaf is gebleken dat Facebook veel wordt gebruikt door de respondenten. Sommige respondenten vinden het belangrijk hun profiel zo aan te passen dat het beeld wat hun Facebookvrienden te zien krijgen passend is bij het beeld dat zij willen overbrengen. De respondenten gaan verschillend om met de manier waarop zij zichzelf presenteren op Facebook.

6.3.1 Inhoud van posts en het belang van het ontvangen van likes

Sommige respondenten zijn meer bezig met zichzelf op een bepaalde manier op Facebook te presenteren dan anderen. Sophie deelt graag haar interesses met haar Facebookvrienden. Zij *post* veel links die cultureel gerelateerd zijn:

“Meestal zijn het gewoon liedjes, of trailers van film of soms interviews dingen die te maken hebben met mijn hobby’s. Meestal zijn het culturele dingen. Reclame voor voorstellingen, tentoonstellingen, nieuwe films, nieuwe boeken. Dat soort dingen.”

Ook Bart *post* wel eens een link op zijn tijdlijn. Hij deelt voornamelijk werk-gerelateerde foto’s en als hij een status-update plaatst is dat vaak een vraag waar hij graag antwoord op wil krijgen. Jonas hoopt ook bij een *post* dat hij respons krijgt, in de vorm van reacties of *likes*. Niels *post* “eerder een vraag dan een happening”. Bijvoorbeeld om te vragen wie er mee gaat naar het park of mee gaat voetballen, een vraag waar hij reactie op verwacht. Floor plaatst graag foto’s of status-updates van momenten die voor haar bijzonder zijn. Voorbeelden hiervan zijn momenten zoals uit eten gaan met vrienden of een drankje drinken met iemand die ze al lang niet heeft

gezien. De gelegenheid is minder van belang, zolang het maar niet alledaags is. Ook Jonas *post* alleen over grote gebeurtenissen:

“Ik ga natuurlijk wel een hele mooie foto van mijn gebundelde scriptie maken natuurlijk. Ehm maar nee, alleen grote gebeurtenissen dan, geen kleine dagelijkse onzin dingen. Grote gebeurtenissen als scriptie afmaken, of mijn rijbewijs gehaald, nieuw huis. Dat soort dingen,”

Van de vier respondenten die weinig op Facebook *posten* spreekt een aantal over het feit dat zij het niet nodig vinden om het te delen. Esther spreekt bijvoorbeeld over hoe zij vaak zelf bij de gebeurtenissen is die op Facebook gedeeld zouden kunnen worden en dat zij niet de behoefte voelt om dat met iedereen te delen:

“Niet iedereen hoeft te weten wat ik allemaal voor leuke dingen doe. Ik hoef dat niet te delen. Bijvoorbeeld als ik iets met een vriendinnetje doe en ik ga iets leuks doen ik zeg maar iets eh, dan is dat ook wel iets van mij en mijn vriendinnetje. Ik heb het idee dat als je dat op Facebook deelt dat je daar dan mensen op Facebook echt een onderdeel van het evenement maakt wat je aan het doen bent zeg maar, de gebeurtenis.”

Marijke, Mees en Niels *posten* ook niet vaak een link of foto op hun profiel. Mees stuurt heel af en toe wel eens muziek door naar zijn vrienden en *post* ook soms een muzieklink op zijn profiel. Vroeger heeft hij wel eens foto's van zijn reis op zijn Facebookprofiel gezet, net als Esther, maar nu *posten* zij beiden bijna nooit meer foto's op hun profiel. Dit kwam doordat zij Facebook tijdens hun reis als een soort dropbox gebruikten. Zo konden ze gemakkelijk foto's posten en ze zo aan hun familie en vrienden in Nederland laten zien, eveneens als aan hun nieuwe reisvrienden. Nu ze allebei studeren en geen verre reizen maken zien zij geen reden meer om foto's op hun profiel te plaatsen.

Zodra respondenten een link *posten* op hun profiel vinden veel van hen het krijgen van *likes* belangrijk. Zowel Esther, Sophie als Floor vinden het leuk om *likes* te krijgen. Het is niet dat zij het krijgen van *likes* verwachten of dat ze de desbetreffende foto of status-update van hun profiel halen als zij geen *likes* ontvangen, maar een aantal *likes* vinden zij toch wel leuk. Als Esther bijvoorbeeld een foto *post* op haar profiel die geen *likes* krijgt, zal ze niet zo snel een nieuwe foto plaatsen. Sophie vindt het vooral leuk als haar persoonlijke interesses door anderen worden gedeeld. Ze vindt het belangrijk te *posten* wat zij zelf leuk vindt, en als anderen dat ook leuk vinden wordt zij daar blij van. Floor vindt het vrij belangrijk dat

haar *posts* op Facebook reacties of *likes* ontvangen. Wanneer dit niet het geval is, zorgt ze ervoor dat ze toch *likes* ontvangt:

“Nee, ik heb toch altijd wel *likes*. En anders vraag ik een van mijn huisgenoten of ze het willen *liken* [lachen].”

Voorals Bart had een duidelijke mening over het ontvangen van *likes*. Hij vindt het belangrijk dat hij “*likeable*” foto’s of reacties plaatst. “*Likefarmen*” noemt hij het, het ontvangen van zoveel mogelijk *likes*. Een post is volgens hem nutteloos geweest als het geen *likes* krijgt:

“Het moet wel leuk gevonden worden door mensen. Niet alleen foto’s maar ook gewoon opmerkingen of vragen of zo. Het moet wel iets teweeg brengen want anders is het een zinloze *post* geweest.”

Het niet ontvangen van *likes* is voor de respondenten geen reden om de *post* te verwijderen. Wanneer een *post* van Bart geen *likes* ontvangt, probeert hij de *post* weg te werken door nieuwe statussen of foto’s te *posten*.

Respondenten hebben verschillende redenen om te *posten* op hun profiel. Voorals interesses en grote gebeurtenissen die niet alledaags zijn worden gedeeld op Facebook. Het ontvangen van *likes* wordt door de respondenten als belangrijk en leuk ervaren, maar niet als voorwaarde voor het plaatsen of verwijderen van *posts*. Niet alle respondenten voelen de behoefte om te *posten* op hun profiel, sommigen vinden het niet nodig om hun leven op internet te delen.

6.3.2 *Beeld overbrengen en (un)taggen*

Het belang van leuk gevonden worden op Facebook is een onderwerp wat veelal ter sprake kwam in de interviews. Van de respondenten die Facebook veel gebruiken voor zelfpresentatie is vooral Floor veel bezig met de manier waarop zij overkomt op anderen. Zij presenteert graag aan anderen dat het goed met haar gaat:

“Nou wel eerder een beeld dat het goed gaat dan dat het slecht gaat. Als ik mijn propedeuse zou halen dit jaar zou ik het er wel opzetten. Maar als ik een onvoldoende zou halen voor mijn tentamen zou ik het er niet op zetten. Ik geef liever een positief beeld af dat het allemaal zeg maar goed gaat en dat alles chill gaat en vrolijk, dan dat ik er iets op ga zetten dat mensen denken: ‘ah vervelend voor haar’.”

Bij de respondenten die zelf niet veel foto’s of statussen op hun profiel *posten* ging het bij deze vraag voornamelijk om foto’s waarin zij *getagd* werden. Wanneer iemand

wordt *getagd* in een foto of een *post* is de *post* zichtbaar op het profiel van de *getagde* persoon en wordt het bericht ook gedeeld met zijn of haar vrienden. Respondenten die zelf weinig op hun profiel *posten* worden wel *getagd* in foto's door hun vrienden. Bijna alle respondenten beoordelen de *tag* in een *post* of foto eerst voordat deze *tag* op zijn of haar profiel verschijnt. Dit gebeurt op hun tijdlijncontrole. Jonas is de enige die geen tijdlijncontrole heeft. Zodra hij wordt *getagd* in een foto of een status, verschijnt deze gelijk op zijn tijdlijn. Marijke heeft nog nooit een *tag* in een *post* of foto niet heeft geaccepteerd. Zij kiest er bewust voor om een *tag* niet te weigeren:

“Maar *untaggen* [een *tag* verwijderen] heb ik eigenlijk nog nooit gedaan. Ik wilde het laatst doen want ik zag echt een super leuke foto van mezelf en toen wilde ik mezelf *untaggen* maar toen dacht ik ‘ja maar waarom zou ik dat doen, dit ben ik gewoon’, ik sta er dan niet echt leuk op maar ja.”

Alle andere respondenten melden dat zij wel eens een *tag* in een foto niet geaccepteerd hebben. Zij weigeren veelal foto's waarop zij staan met alcohol, joints of sigaretten. Niels geeft aan dat hij sommige foto's niet wil accepteren op zijn tijdlijn:

“Maar ik vind het ook niet nodig om alleen maar foto's met glazen alcohol of joints bijvoorbeeld of zo op het internet te hebben staan. Dat is geen goed beeld.”

Bart meldt ook dat hij niet alle foto's waarin hij *getagd* wordt op zijn profiel wil hebben. Hij meldt daarbij dat Facebook wellicht niet een geheel eerlijke weergave is van zichzelf. Foto's waarop hij naar zijn eigen zeggen “naar de klote is” accepteert hij niet op zijn tijdlijn:

“Ehm, die vind ik ook niet zo charmant. Facebook is toch inderdaad een soort weergave van jouzelf en er zijn meer mensen bij betrokken dan direct vrienden dus die hoeven niet precies te weten hoe alles zit. Het is in die zin niet een hele eerlijke weergave van mijn werkelijkheid. Ik bepaal toch hoe ik eruit zie [online] het is niet wie ik ben, direct snap je? Dus als ik een keer naar de klote ben en iemand maakt een foto ervan en die wordt de volgende dag *gepost* dan is dat realiteit maar dan haal ik het weg omdat ik vind dat niet iedereen die realiteit hoeft te zien.”

Ook Jonas deelt mee dat niet iedereen zijn realiteit op Facebook kan zien. Hij is van mening dat zijn leven op Facebook minder leuk is dan in het echt doordat niet alles gedeeld wordt:

“Ja mijn Facebook is wel een minder leuke weergave dan in het echt. Waarom, ja. Als ik dronken in de kroeg zit komt er geen foto van mij op Facebook terwijl ik het dan wel heel leuk heb, bijvoorbeeld.”

De meeste respondenten dus zijn van mening dat Facebook mogelijk niet een geheel eerlijke weergave is van henzelf. Ondanks het feit dat sommige respondenten zeggen niet veel bezig te zijn met het beeld dat ze overbrengen willen zij wel graag controle hebben over wat er op hun tijdlijn verschijnt. Esther wil zichzelf niet verbeteren of mooier maken door een *post*. Wanneer zij foto's ziet van meisjes die "gefotoshopt" zijn of waar zij bepaalde poses aanhouden denkt zij daar doorheen te kunnen prikken. Voor haar is het bij het plaatsen van een foto of het accepteren van een *tag* vooral belangrijk dat zij erop staat zoals zij erop wil staan. Zij denkt dat het beeld wat zij wil overbrengen via Facebook vrij overeenkomt met de werkelijkheid. Af en toe gek en af en toe serieuze foto's zijn acceptabel, dit komt min of meer overeen met hoe zij zichzelf ziet en zich ook graag op Facebook wil profileren.

Al met al vinden de respondenten overwegend dat het leven op Facebook toch enigszins afwijkt van de werkelijkheid. Niels noemt het een "tweede persoonlijkheid" die op het internet wordt gecreëerd omdat niet alle foto's zichtbaar zijn en er meestal alleen foto's worden gemaakt van de leuke gebeurtenissen. Hij vindt dit een positief aspect van het internet. Hij noemt dat "het charisma van het internet", dat je jezelf kan vormen als een ander persoon. Ook Floor meent dat zij alleen maar de leuke momenten in haar leven op Facebook deelt, en dat zij een "beter" leven leidt op Facebook dan in het echt. Sophie vindt wel dat zij zichzelf in zekere mate eerlijk op Facebook presenteert. Haar Facebookprofiel is een goede weergave van zichzelf, alhoewel het niet haar hele persoonlijkheid bevat. Zij zegt:

"Ja ik *post* gewoon dingen die ik persoonlijk leuk vind en ik ben ook niet zo iemand die dingen per se moet *posten*. Dus het is wel echt wie ik ben. En ja natuurlijk het is een mini deel van jezelf want je gooit niet alles op een openbare website het is zoals alles is het gewoon een deel van jezelf. Mensen zijn veel moeilijker en veel complexer dan een Facebookprofiel."

De respondenten profileren zich op andere manieren. Het is mogelijk veel tijd te spenderen op de site, maar weinig bezig te zijn met het beeld dat wordt overgebracht. Zoals Marijke meedeelt, kunnen haar Facebookvrienden niet zien dat zij veel tijd op Facebook besteedt omdat zij zelf niets plaatst.

In deze paragraaf is vooral ingegaan op het concept zelfpresentatie. Het beeld dat op Facebook zichtbaar is voor Facebookvrienden is voor sommige respondenten belangrijker dan voor andere. Bij de respondenten die zelf weinig *posten* op hun profiel wordt het beeld dat van hen op Facebook te zien is voornamelijk geschetst

door hun vrienden die hen *taggen* in *posts* of foto's. De respondenten die veel *posten* lijken niet meer bezig te zijn met het beeld dat zij overbrengen dan de respondenten die dat minder doen. Doordat bijna alle respondenten een tijdlijncontrole hebben en die veel van hen gebruiken om *tags* in foto's of statussen te weigeren, zijn ze bewust al dan niet onbewust allemaal bezig met het beeld dat hun profiel op Facebook van hen schetst.

Verder benadrukken sommige respondenten dat zij Facebook juist niet gebruiken op momenten dat zij leuke dingen aan het doen zijn. Zij achten het niet nodig alles wat leuk is online te delen en doen dit dan ook niet. Zij leven een "leuker" leven in hun echte ervaringen dan online. De respondenten die benadrukken dat zij een "beter" leven leiden op Facebook dan in het echt achten het wel belangrijk hun interessante momenten te delen op Facebook. Zij zijn dan ook vooral bezig met het creëren van een acceptabele online zelfpresentatie. Respondenten verschillen dus in wat zij ervaren als "leuk" en in de behoefte om zichzelf "beter" te presenteren op hun Facebookprofiel.

6.4 Psychisch welzijn en Facebook

Uit de vorige paragraaf blijkt dat Facebook een groot deel van de tijd in het leven van de respondenten inneemt. Respondenten leiden in sommige gevallen een "beter" leven online dan in het echt. De verschillende manieren van zelfpresentatie op Facebook kan jongvolwassenen beïnvloeden op negatieve en positieve manieren. In deze paragraaf wordt besproken hoe het gebruik van Facebook het psychisch welzijn van de respondenten beïnvloedt.

Het gebruik van Facebook als platform voor zelfpresentatie kan in het geval van sommige respondenten in relatie worden gebracht met het concept eenzaamheid. Over het algemeen voelen de respondenten zich naar eigen zeggen niet vaak eenzaam. Toch zijn er wel respondenten die momenten van eenzaamheid ervaren en dat in relatie brengen met het gebruik van Facebook. Floor stelt dat zij zich kan voorstellen dat zij liever niet op Facebook kijkt op momenten dat zij zich eenzaam voelt. Zij beoordeelt haar eigen leven als minderwaardig op momenten dat zij op Facebook gaat wanneer zij eenzaam is:

"Dan [op momenten dat zij zich eenzaam voelt] is het niet handig als je op Facebook gaat want dan zie je alleen maar leuke dingen. En dan is het denk ik ook moeilijk om dat besef in je op te roepen van oké het is alleen maar de leuke dingen en

zij hebben ook soms problemen of voelen zich niet happy. Dan kijk je alleen als een soort van zombie naar de leuke dingen en dan voel je je eigenlijk nog meer gefaald. Zo van, zij hebben wél allemaal leuke dingen te doen.”

Esther meldt dat zij op momenten van eenzaamheid contact met mensen zoekt via WhatsApp of door te bellen om zo interactie te zoeken. Ook Bart vindt interactie belangrijk op momenten dat hij zich alleen voelt. Hij zoekt die juist wel op Facebook, door met iemand in gesprek te gaan of te reageren op statussen in de hoop dat iemand weer op zijn reactie reageert. Niels ervaart niet vaak gevoelens van eenzaamheid. Hij gebruikt Facebook meer als afleiding en de site helpt hem om zijn eigen problemen te vergeten. Ondanks dat Niels niet vaak gevoelens van eenzaamheid ervaart, kan hij zich wel voorstellen dat het gebruik van Facebook niet een positief effect heeft op mensen die zich eenzaam voelen:

“Nee ik denk juist dat het [kijken op Facebook wanneer je je eenzaam voelt] een versterking is. Dat je dan juist gaat denken van ‘shit daar had ik bij moeten zijn’. Nee ik denk niet dat het helpt maar ik denk dat het juist een averechts effect heeft. Ik denk dat je je dan alleen nog maar minder chill door gaat voelen. Dus in die zin is het beter als je op Facebook gaat als je je niet eenzaam voelt, of niet ongelukkig.”

Esther meldt dat zij zichzelf soms betrappt wanneer zij even snel tussendoor op Facebook kijkt. Zij kan hier ongelukkig van worden omdat ze zich realiseert dat ze heel veel op de site kijkt zonder dat ze zich daar zelf bewust van is. Ook zij kan zich voorstellen dat Facebook op momenten wanneer zij zich niet goed voelt negatieve effecten kan hebben:

“Ik kan me ook wel voorstellen dat als ik echt een depri-dag heb dat ik dan Facebook ook niet zo snel ga opzoeken want ik heb dan geen zin in pret van een ander.”

Respondenten vergelijken zichzelf regelmatig met anderen op Facebook. Sommige respondenten worden daar onzeker van, anderen niet. Mees benadrukt het feit dat hij denkt dat misschien niet iedereen een even “eerlijke” weergave van zichzelf op Facebook laat zien. Als hij bijvoorbeeld alleen maar leuke foto’s ziet van mensen die hij niet zo heel goed kent, dan weet hij ook niet precies hoe hun leven in elkaar zit en krijgt hij het idee dat ze alleen maar leuke momenten beleven. Hij krijgt dan wel eens een jaloers en onzeker gevoel maar als hij langer nadenkt weet hij dat mensen alleen de leuke momenten op Facebook delen. Hij weet wel dat iemand niet alleen maar leuke momenten in zijn of haar leven beleeft en hij probeert het zo te relativeren:

“Mensen *posten* op Facebook alleen maar foto’s alsof ze de tijd van hun leven hebben. Maar als je er dan langer over nadenkt weet je natuurlijk ook wel dat diegene niet alleen maar leuke dingen meemaakt. Het is alleen op Facebook heel makkelijk om jouw momenten te vergeten die je hebt meegemaakt die heel leuk zijn en andere momenten daar een soort van jaloezie uit te halen.”

Floor meldt dat zij ook wel eens onzeker wordt als zij ziet wat haar Facebookvrienden allemaal aan leuke momenten meemaken. Ondanks dat zij bewust is van het feit dat mensen alleen het beste van zichzelf laten zien op Facebook en dat ze misschien niets kan afleiden uit een *post* of foto, kan dit toch negatieve effecten hebben op haar zelfvertrouwen:

“Ja maar je ziet niks anders weet je, je hebt alleen dat beeld. Voor het zelfde geld gaat het bij hun allemaal wel perfect, tuurlijk dat kan niet maar je krijgt toch altijd het beste mee, en voor de rest heb je niks.”

Ze probeert dan tegen zichzelf te zeggen dat die weergave misschien niet helemaal eerlijk en echt is. Ze benadrukt hoe zij zich vroeger veel vergeleek met anderen op Facebook:

“Ja vroeger dacht ik wel meer van ah zij heeft echt een leuk leven, of hij heeft echt een vet leuk leven maar het is alleen maar het eerste moment dat je dat denkt. Nu denk ik ook wel eens van ja het is misschien niet allemaal even oprecht. Je kan niet altijd een leuk leven. Je kan niet altijd vrolijk zijn.”

De meeste respondenten melden dat zij er bewust van zijn dat sommige mensen zichzelf anders profileren op Facebook dan anderen. Desondanks worden sommigen dus toch onzeker van het kijken naar profielen van hun Facebookvrienden. Niels ziet wel eens foto’s van feestjes waar hij niet bij was. Hij vindt het dan wel jammer hij er niet bij was en zou misschien de volgende keer wel meegaan, maar hij wordt er niet jaloers of onzeker van. Niels meldt ook dat hij zich kan voorstellen dat wanneer iemand op Facebook gaat om te zien wat zijn vrienden aan het doen zijn, er volgens hem wel gevoelens van jaloezie kunnen ontstaan, hij ervaart die gevoelens daarentegen dus niet. Net als Bart, hij wordt ook niet jaloers van foto’s of gebeurtenissen van zijn vrienden die hij niet meemaakt. Hij vindt dat juist interessant om te zien. Niels denkt wel dat mensen die onzeker zijn zich bewust op een bepaalde manier schetsen op het internet. Onzekere mensen schetsen volgens hem hun profiel naar hun eigen zekerheid. Hij is van mening dat niemand lelijke foto’s of stomme gebeurtenissen op Facebook deelt en dat het daarom belangrijk is om in het achterhoofd te houden dat het soms niet geheel eerlijk is wat mensen *posten*. Door dat

te onthouden maakt het hem niet jaloers om profielen van Facebookvrienden te bekijken.

Esther vergelijkt zichzelf wel eens met haar Facebookvrienden. Zij is ook van mening dat men zichzelf altijd beter portretteert op Facebook dan in het echt. Ze wordt daar echter niet onzeker van omdat zij denkt door te hebben wanneer mensen veel moeite hebben gedaan om een bepaalde foto te maken. De foto zelf kan haar dan best imponeren maar ze ziet vaak dat er over die foto dan heel erg is nagedacht. Het feit dat diegene van wie de foto is zich zo heeft opgedoft en mooi gemaakt is wat Esther doorziet en is de reden waarom zij niet jaloers wordt op mensen met mooie foto's of foto's met heel veel *likes*. Zij is van mening dat mensen die zelf veel *likes* geven, er ook veel ontvangen:

“Vooral als ik dan zie hoeveel *likes* ze krijgen. Tuurlijk denk je dan wel eens van *shit* nou ik heb op mijn foto niet zo veel *likes* gekregen. Ik denk een bepaald mechanisme te herkennen dat een wederzijdse *likeability* creëert waar ik dus zelf niet aan meedoe, bewust, en dan zijn dit de consequenties.

Uit een analyse van de bovenstaande resultaten blijkt dat respondenten veelal geen negatieve effecten ervaren door Facebookgebruik. Floor wordt als enige van de respondenten wel eens onzeker na het kijken naar profielen van haar Facebookvrienden. Alle andere respondenten kunnen zich voorstellen dat Facebookgebruik gevoelens van onzekerheden oproepen. Zij zijn zich echter bewust van het feit dat een Facebookprofiel geen geheel oprechte weerspiegeling is van de werkelijkheid en ervaren daarom geen onzekere gevoelens door het gebruik van Facebook. Zij roepen dit besef bewust bij zichzelf op en zo wordt het psychisch effect minder negatief. Wanneer dit besef dus niet bewust wordt opgeroepen kunnen er gevoelens van onzekerheden ontstaan zoals bij Floor.

7. Conclusie

De hoofdvraag die in dit onderzoek centraal staat is: *Wat is de rol van zelfpresentatie op Facebookgebruik met betrekking tot het psychisch welzijn van jongvolwassenen?* Dit is onderzocht aan de hand van een *mixed-methods* onderzoek. Er is aanvankelijk een enquête online gezet waarvan de resultaten zijn besproken in de kwantitatieve resultatensectie. Vervolgens zijn er interviews afgenomen waarin de nadruk lag op de bevindingen van het kwantitatieve onderzoek. De belangrijkste uitkomsten van de kwantitatieve en de kwalitatieve resultaten zullen hieronder worden besproken. De resultaten zullen in het licht van eerder onderzoek worden besproken en geïnterpreteerd.

De eerste deelvraag: *Welk effect heeft zelfpresentatie op Facebook op de ervaren levenstevredenheid van jongvolwassenen?* is benaderd aan de hand van het kwantitatieve onderzoek. Inzichten vanuit de psychologie geven aan dat het gebruik van Facebook de ervaren levenstevredenheid van individuen doet vergroten (Valenzuela, Park & Kee, 2009). Er werd dan ook voorafgaand aan de analyses voorspeld dat zelfpresentatie op Facebook een positief effect zou hebben op de levenstevredenheid van de respondenten. Uit de eerste analyse van dit onderzoek bleek daarentegen dat zelfpresentatie op Facebook een negatief effect heeft op de levenstevredenheid van jongvolwassenen. Dit effect was echter niet significant. Zelfpresentatie op Facebook blijkt dus geen significante voorspeller voor de ervaren mate van levenstevredenheid van jongvolwassenen.

De tweede deelvraag: *Welk effect heeft zelfpresentatie op Facebook op de ervaren mate van eenzaamheid van jongvolwassenen?* is ook benaderd vanuit een kwantitatief perspectief. Inzichten vanuit de psychologie (Ryan & Xenos, 2011; Lou Nickerson & McMorris, 2012) stellen dat gebruik van Facebook individuen met elkaar in contact brengt en een basis voor communicatie biedt. Voorspeld werd dat Facebookgebruik de ervaren eenzaamheid van jongvolwassenen zou verkleinen. Ook uit deze analyse kwam daarentegen een negatief effect. De analyse was echter weer niet significant. Zelfpresentatie op Facebook heeft dus ook geen significant effect op de ervaren mate van eenzaamheid van jongvolwassenen.

De derde deelvraag: *Welk effect heeft zelfpresentatie op Facebook op het ervaren zelfvertrouwen van jongvolwassenen?* is ook aan de hand van het kwantitatieve onderzoek benaderd. Voorafgaand aan de analyse werd voorspeld dat zelfpresentatie op Facebook een positief effect zou hebben op het ervaren

zelfvertrouwen van jongvolwassenen. Uit de analyse van de resultaten is gebleken dat vrouwen zich op een significant hogere mate presenteren op Facebook dan mannen. Vrouwen ervaren eveneens een significant lager zelfvertrouwen dan mannen. Verder is uit de analyse gebleken dat geslacht en zelfpresentatie op Facebook samen een significant negatief effect heeft op de ervaren mate van zelfvertrouwen van jongvolwassenen. In het licht van de behandelde theorieën is dit een interessante uitkomst. Er wordt vanuit zowel de communicatiewetenschap als de psychologie veelal gesproken over een positief effect van het gebruik van Facebook op het zelfvertrouwen van jongvolwassenen (Ellison, Steinfield & Lampe, 2007; Gonzales & Hancock, 2011; Walther, 2008). Het gevonden negatieve effect van zelfpresentatie op Facebook op het zelfvertrouwen van jongvolwassenen, in elk geval bij de vrouwelijke jongvolwassenen uit de onderzoekspopulatie, conflicteert dus met de literatuur.

Om de vierde deelvraag: *In hoeverre komen de gemeten psychische effecten van zelfpresentatie op Facebook overeen met de persoonlijke ervaring van jongvolwassenen?* te beantwoorden zijn kwalitatieve semi-gestructureerde interviews uitgevoerd. Uit het kwalitatieve deel van het onderzoek is als eerst gebleken dat jongvolwassenen veel gebruik maken van de Sociale Netwerk Site Facebook. Jongeren spenderen meer tijd online dan aan alle andere activiteiten behalve slapen (Zemmels, 2010). Dit inzicht vanuit de communicatiewetenschap is ook terug te zien binnen dit onderzoek. Sommige jongvolwassenen spenderen meer tijd online dan anderen, maar over het algemeen gebruiken ze allen de site veel en elke dag.

Jongvolwassenen zijn veel bezig met hun publieke voorkomen en met het beslissen in hoeverre zij bereid zijn om bepaalde aspecten van hun leven bloot te geven op Facebook. Vanuit psychologisch inzicht wordt gesteld dat jongeren kwetsbaar zijn voor evaluaties van leeftijdsgenoten (Valkenburg, Peter & Schouten, 2006). Uit de interviews bleek aanvankelijk dat respondenten het vooral belangrijk vinden dat zij een link of foto op hun profiel plaatsen die zij zelf leuk vinden en dat het niet zo belangrijk is wat anderen daarvan vinden. Echter, na doorvragen is inderdaad gebleken dat evaluaties van Facebookvrienden toch als belangrijk worden ervaren. De meerderheid van de respondenten vindt het ontvangen van *likes* en reacties op status-updates of foto's belangrijk en wenselijk, wat in lijn staat met de eerder genoemde psychologische theorie van Valkenburg, Peter en Schouten (2006). Om die *likes* en reacties te ontvangen worden er vooral interessante gebeurtenissen gedeeld op Facebook.

De respondenten zijn zich intussen wel bewust van het feit dat het beeld dat op Facebook wordt weergegeven niet altijd een even eerlijke weergave is van de werkelijkheid. Ze zijn van mening dat Facebookvrienden alleen bijzondere momenten op Facebook delen. Dit staat in lijn met de opvattingen vanuit de sociologie en psychologie die stellen dat individuen altijd en overal een rol aan het spelen zijn en hun gedrag aanpassen aan de situatie waar zij zich in bevinden (Goffman, 1959; Turkle, 2011). Jongvolwassenen beïnvloeden hun zelfpresentatie om zo een gewenste indruk achter te laten. Die gewenste indruk hebben jongvolwassenen op Facebook zelf in de hand. De respondenten beoordelen zelf wat er op hun profiel zichtbaar is. Ze maken bijna allemaal gebruik van een tijdlijncontrole waarbij zij een *tag* eerst moeten goedkeuren voordat deze op hun tijdlijn verschijnt en geven dus wellicht een ander beeld af dan de realiteit.

Ondanks het feit dat respondenten erkennen dat zelfpresentaties op Facebook wellicht niet het leven van vrienden helemaal eerlijk reflecteert kan Facebook toch tot op zekere hoogte het psychisch welzijn van de jongvolwassenen beïnvloeden. Uit de kwalitatieve interviews is gebleken dat enkele jongvolwassenen zich soms eenzaam voelen door het gebruik van Facebook. Dit is in lijn met de psychologische en sociologische opvatting van Turkle (2011) die stelt dat het gebruik van Facebook *face-to-face* communicatie vervangt en kan leiden tot sociale isolatie. Echter respondenten kunnen zich vooral voorstellen dat mensen zo nu en dan gevoelens van eenzaamheid kunnen ervaren wanneer zij foto's of statussen op Facebook zien van momenten waar zij zelf niet bij waren. Desondanks ervaren zij die gevoelens veelal zelf niet en is de mate van ervaren eenzaamheid bij de respondenten niet groot genoeg om nadrukkelijk te concluderen dat Facebook daar een algeheel negatief effect op heeft.

De kwalitatieve interviews komen enigszins overeen met de kwantitatieve resultaten wat betreft de invloed van zelfpresentatie op Facebook op de ervaren mate van zelfvertrouwen van jongvolwassenen. Uit de interviews werd duidelijk dat een enkeling onzekerheden ervaart na het gebruik van Facebook. Zij vergelijken zich met hun Facebookvrienden en kunnen zich zo soms minderwaardig voelen. Sommige respondenten worden onzeker van het kijken naar foto's van Facebookvrienden. Ook hier weerleggen de resultaten de eerdere theorieën die stellen dat Facebookgebruik het zelfvertrouwen doet verhogen (Ellison, Steinfield & Lampe, 2007; Gonzales & Hancock, 2011; Walther, 2008). Deze resultaten komen overeen met de visie dat

Facebook negatieve effecten met zich meebrengt wanneer mensen zich op een andere manier presenteren dan dat zij in werkelijkheid zijn (Turkle, 2011). Echter, niet alle respondenten ervaren gevoelens van onzekerheid door het kijken naar profielen van Facebookvrienden. De wellicht niet geheel oprechte zelfpresentatie op Facebook kan ook worden herkend als niet oprecht en daarom geen gevoelens van onzekerheden oproepen. Respondenten relativeren het perfecte beeld dat wordt weergegeven op Facebook en erkennen het feit dat Facebook geen goede reflectie is van de werkelijkheid. Door te relativeren ervaren respondenten zo geen onzekere gevoelens door het gebruik van Facebook.

Al met al zijn bepaalde theorieën bevestigd en worden andere in twijfel getrokken. Er is geprobeerd in dit onderzoek inzicht te bieden in hoe het gebruik van Facebook voor zelfpresentatie invloed heeft op het psychisch welzijn van jongvolwassenen. Jongvolwassenheid is een periode van onstabiliteit en onzekerheid waarbij evaluaties van vrienden belangrijk zijn (Arnett, 2000; Valkenburg, Peter & Schouten, 2006). Niet alleen positieve effecten maar ook negatieve effecten van Facebookgebruik worden door de respondenten genoemd. Uiteindelijk worden de negatieve effecten van zelfpresentatie op Facebook gerelativeerd en blijken de jongvolwassenen Facebook niet als een negatief medium te ervaren. Ze kunnen zich voorstellen dat Facebook negatieve effecten kan hebben voor jongvolwassenen maar scharen zichzelf niet in de categorie die daar last van heeft. De negatieve effecten zoals 'Facebook depressie', sociale isolatie en vervreemding van de werkelijke identiteit zijn concepten die de respondenten niet ervaren. De respondenten spreken al met al positief over het medium Facebook. Het argument van de psycholoog Arnett (2007), dat hoewel jongvolwassenen soms onzeker zijn, ze tot een uiterst gelukkige en optimistische generatie behoren, geldt dus voor de respondenten.

8. Discussie

In dit onderzoek is, zoals in veel onderzoeken, het proces anders gegaan dan gepland. In de onderstaande alinea's zullen zowel de moeilijkheden als de sterke kanten van het onderzoek worden genoemd.

Aanvankelijk was het plan te onderzoeken of er een verschil in psychisch welzijn bestaat tussen jongvolwassenen met een Facebookprofiel en jongvolwassenen zonder een Facebookprofiel. Het vinden van jongeren zonder Facebookprofiel ging echter een stuk lastiger dan verwacht, vandaar dat er uiteindelijk gezocht is naar verschillen in zelfpresentatie op Facebook. De werving van de respondenten voor de vragenlijst en voor de interviews is gedaan via aselechte sampling. Door deze aselechte sampling zijn de resultaten van het onderzoek niet generaliseerbaar. De vragenlijst is via mijn eigen Facebook verspreid en dit kan een *bias* in de respondentengroep hebben opgeleverd. Voor het kwalitatieve deel van het onderzoek zijn respondenten geselecteerd op basis van hun zelfpresentatie op Facebook. Deze selectiemethode is uitgevoerd vanuit mijn eigen perspectief op wat veel en wat weinig zelfpresentatie op Facebook is en is dus wellicht niet representatief voor wat anderen veel en mindere zelfpresentatie vinden.

Het vinden van mannelijke respondenten voor de interviews was lastiger dan verwacht. Dit kan als oorzaak hebben dat zij het niet willen erkennen dat zij veel bezig zijn met hun beeld op Facebook, dat zij werkelijk vinden dat zij dat niet doen of dat zij gewoonweg niet wilden meewerken aan mijn onderzoek. Er blijkt toch een taboe te liggen op het toegeven van mannen dat zij veel bezig zijn met het beeld dat zij via Facebook overbrengen. Op basis van deze bevinding en de resultaten uit de analyses van de kwantitatieve data zal het interessant zijn om in het vervolg de verschillen tussen mannen en vrouwen wat betreft zelfpresentatie te onderzoeken. Het zou ook interessant zijn in vervolgonderzoek te onderzoeken of het welzijn van jongvolwassenen de zelfpresentatie beïnvloed. Eenzaamheid, levenstevredenheid en zelfvertrouwen zouden dan als onafhankelijke variabelen wellicht de mate van de afhankelijke variabele zelfpresentatie kunnen voorspellen.

Wat verder nog besproken moet worden zijn de negatieve waarden die uit het kwantitatieve deel van het onderzoek naar voren kwamen. Ondanks de positieve hypothesen die op basis van de literatuur zijn onderbouwd komen er negatieve waarden uit de analyses. Deze waarden zouden allereerst wellicht significant zijn met een grotere sample. Een sample van 91 respondenten is een redelijk aantal, toch

zouden er misschien duidelijkere conclusies kunnen worden getrokken wanneer de data van een grotere groep respondenten wordt geanalyseerd. Een verklaring voor de negatieve waarden uit de analyses zou kunnen zijn dat het concept zelfpresentatie niet op de juiste manier is bevraagd en gemeten. De waarden die uit de regressieanalyses kwamen van eenzaamheid en levenstevredenheid waren daarbij zo klein of lagen zo ver van het aanvaardbare significantieniveau af dat deze waarden ook bij toeval negatief kunnen zijn.

De scriptie bevat ook zijn sterke kanten. Het feit dat het onderzoek is uitgevoerd aan de hand van een *mixed-methods* methode draagt bij aan de betrouwbaarheid van het onderzoek (Brymann, 2008). De data van de interviews biedt diepgang die bij het kwantitatieve deel niet naar voren kwam. Dit onderzoek heeft bijgedragen aan het debat over de rol van Sociale Netwerk Sites in het leven van jongeren. De negatieve effecten van Facebookgebruik die bleken uit de literatuur worden verminderd en resultaten uit dit onderzoek tonen aan dat het gebruik van Facebook voor de meeste respondenten veelal geen negatieve effecten met zich mee brengt. Uitkomsten van dit onderzoek kunnen fungeren als basis voor verder onderzoek naar dergelijke concepten.

Ook draagt het interdisciplinaire karakter van dit onderzoek bij aan het huidige debat. Het interdisciplinaire karakter van dit onderzoek is een meerwaarde voor de huidige literatuur. Inzichten vanuit de psychologie, sociologie en communicatiewetenschappen leveren allen een belangrijke bijdrage bij aan de conclusievorming van dit onderzoek. Onderzoek naar de concepten zelfpresentatie en psychisch welzijn worden veelal vanuit één discipline uitgevoerd. De specifieke invalshoeken die vanuit verschillende disciplines naar voren komen zijn nog niet vanuit de drie verschillende disciplines samen onderzocht.

9. Reflectie

Ik heb heel veel geleerd van het uitvoeren van het onderzoek en het schrijven van mijn scriptie. Ik had alvorens al besloten dat ik graag een *mixed-methods* onderzoek wilde uitvoeren. Ik wilde mezelf uitdagen en daarbij vind ik zowel kwantitatief als kwalitatief onderzoek leuk en leerzaam om uit te voeren. Het kwantitatieve deel viel mij in het begin erg tegen, omdat ik merkte dat de stof die we hadden geleerd toch ietwat was weggezaakt. Aangezien ik een vrij strakke planning had om beide delen van het onderzoek te kunnen uitvoeren heb ik hard moeten werken om de vragenlijst snel online te krijgen en de analyses uit te voeren.

Ik ben uiteindelijk blij dat ik een *mixed-methods* onderzoek heb uitgevoerd omdat dit een meerwaarde was van het onderzoek. Van het uitvoeren van beide methoden heb ik heel veel geleerd. Het gebruik van SPSS gaat me een stuk gemakkelijker af dan in het begin en het uitvoeren van interviews bleek uiteindelijk ook minder eng dan ik aanvankelijk had verwacht. Wat ik mogelijk anders zou doen bij het uitvoeren van een volgend onderzoek is verder van tevoren bedenken wat ik wil onderzoeken. Ik ben vrij lang bezig geweest met het uitvinden wat ik daadwerkelijk wilde onderzoeken, dit bracht vrij veel frustraties met zich mee. Ik had in het begin nog geen idee had wat ik precies wilde onderzoeken. Toen eenmaal duidelijk werd wat er onderzocht ging worden kon het onderzoek beginnen en werd het na verloop van tijd steeds leuker en interessanter.

10. Literatuurlijst

- Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American psychologist*, 55(5), 469-480.
- Arnett, J.J. (2007). Suffering, selfish, slackers? Myths and reality about emerging adults. *Journal of Youth and Adolescence*, 36 (1), 23–29.
- Bryant, E. M., & Marmo, J. (2012). The rules of Facebook friendship: A two-stage examination of interaction rules in close, casual and acquaintance friendships. *Journal of Social and Personal Relationships*, 29(8), 1013-1035.
- Burke, M., Kraut, R., & Marlow, C. (2011). Social capital on Facebook: Differentiating uses and users. In *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 571-580.
- Burke, M., Marlow, C., & Lento, T. (2010, April). Social network activity and social well-being. In *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1909-1912.
- Castells, M. (1996). *The rise of the network society. Vol. 1: The information age: Economy, society and culture*. Massachusetts and Oxford: Blackwell.
- Chou, H. T. G., & Edge, N. (2012). “They are happier and having better lives than I am”: The impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117-121.
- Coster, M. (2012). Waarom iedereen op Facebook een leuker leven heeft dan jij. Geraadpleegd op 14 juni 2014, via <http://www.marketingfacts.nl/berichten/waarom-iedereen-op-facebook-een-leuker-leven-heeft-dan-jij>
- Diener, E. D., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of personality assessment*, 49(1), 71-75.

- Ellison, N. B., Boyd, D. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- 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(4), 1143-1168.
- Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS*. Sage publications.
- Gibbs, J. L., Ellison, N. B., & Heino, R. D. (2006). Self-presentation in online personals: the role of anticipated future interaction, self-disclosure, and perceived success in Internet dating. *Communication Research*, 33(2), 152-177.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. London: Penguin Group.
- Gonzales, A. L., & Hancock, J. T. (2011). Mirror, mirror on my Facebook wall: Effects of exposure to Facebook on self-esteem. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(1-2), 79-83.
- Hardey, M. (2002). Life beyond the screen: Embodiment and identity through the Internet. *The Sociological Review*, 50(4), 570-585.
- Heine, S. J., Takemoto, T., Moskalkenko, S., Lasaleta, J., & Henrich, J. (2008). Mirrors in the head: Cultural variation in objective self-awareness. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(7), 879-887.
- Helliwell, J. F., & Putnam, R. D. (2004). The social context of well-being. *Philosophical transactions-royal society of London series B biological sciences*, 1435-1446.
- Jong Gierveld, J. de (1998). A review of loneliness: Concept and definitions, determinants and consequences. *Reviews in Clinical Gerontology*, 8, 73-80.

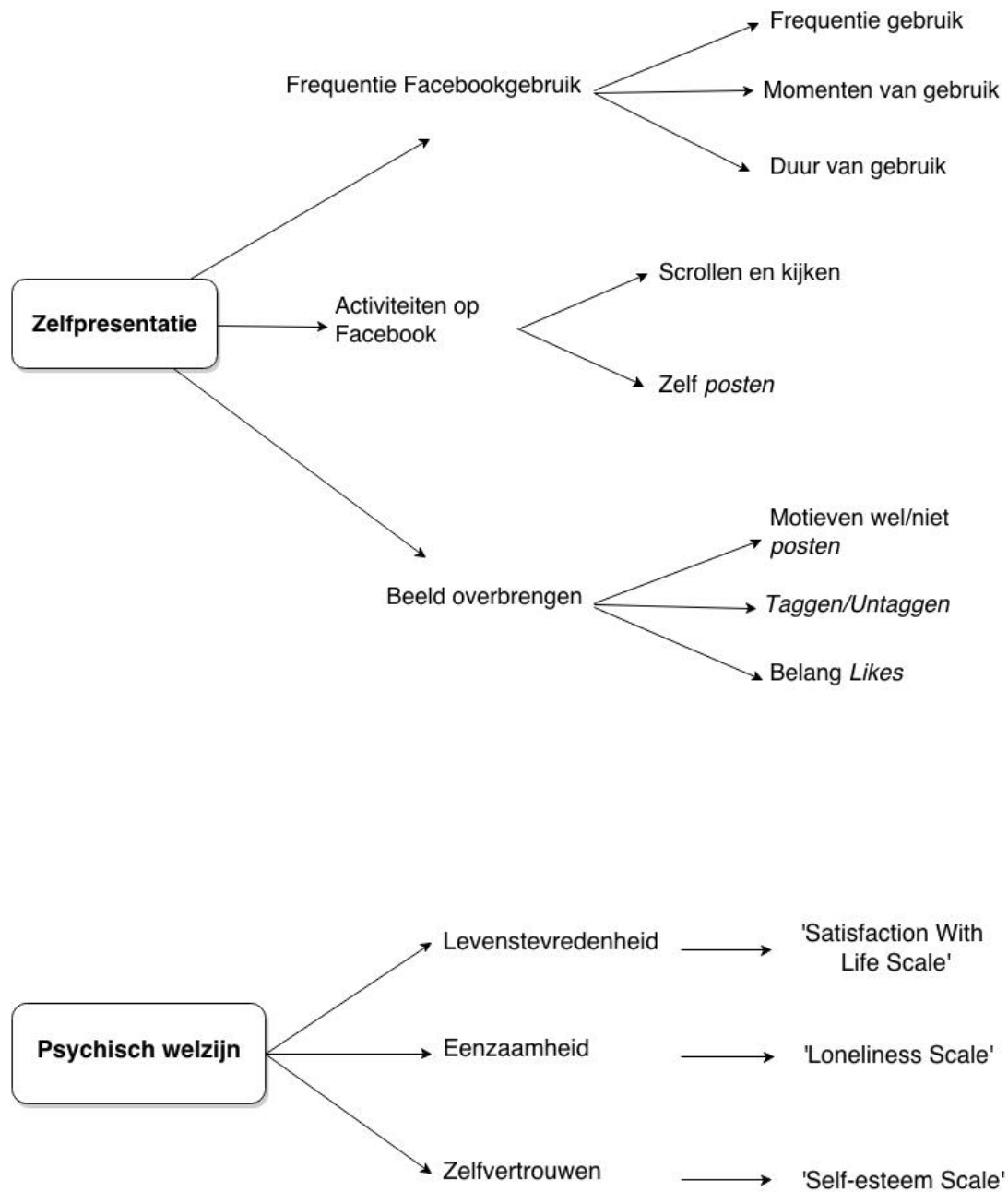
- Jordan, A. H., Monin, B., Dweck, C. S., Lovett, B. J., John, O. P., & Gross, J. J. (2011). Misery has more company than people think: Underestimating the prevalence of others' negative emotions. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *37*(1), 120-135.
- Kim, J., LaRose, R., & Peng, W. (2009). Loneliness as the cause and the effect of problematic Internet use: The relationship between Internet use and psychological well-being. *CyberPsychology & Behavior*, *12*(4), 451-455.
- Krämer, N. C., & Winter, S. (2008). Impression management 2.0: The relationship of self-esteem, extraversion, self-efficacy, and self-presentation within social networking sites. *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications*, *20*(3), 106-116.
- Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V., & Crawford, A. (2002). Internet paradox revisited. *Journal of social issues*, *58*(1), 49-74.
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukophadhyay, T., & Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being?. *American psychologist*, *53*(9), 1017-1031.
- Kross, E., Verduyn, P., Demiralp, E., Park, J., Lee, D. S., Lin, N., & Ybarra, O. (2013). Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults. *PloS one*, *8*(8), 1-6.
- Lou, L. L., Yan, Z., Nickerson, A., & McMorris, R. (2012). An examination of the reciprocal relationship of loneliness and Facebook use among first-year college students. *Journal of Educational Computing Research*, *46*(1), 105-117.
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *13*(4), 357-364.

- Miller, H. (1995, June). The presentation of self in electronic life: Goffman on the Internet. In *Embodied knowledge and virtual space conference* (Vol. 9)
- O'Keeffe, G. S., & Clarke-Pearson, K. (2011). The impact of social media on children, adolescents, and families. *Pediatrics*, *127*(4), 800-804.
- Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A., & Calvert, S. L. (2009). College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, *30*(3), 227-238.
- Pooley, J. (2013). Sociology and the socially mediated self. In Waisbord, S. (red.), *Media Sociology: A reappraisal*. New York: Polity.
- Rui, J., & Stefanone, M. A. (2013). Strategic self-presentation online: A cross-cultural study. *Computers in Human Behavior*, *29*(1), 110-118.
- Rosenberg, M. (1993). *Society and the adolescent self-image*. Princeton, NJ: Princeton. University Press.
- Russell, D. W. (1996). UCLA Loneliness Scale (Version 3): Reliability, validity, and factor structure. *Journal of personality assessment*, *66*(1), 20-40.
- Ryan, T., & Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage. *Computers in Human Behavior*, *27*(5), 1658-1664.
- Ryu, E. J., Choi, K. S., Seo, J. S., & Nam, B. W. (2004). The relationships of Internet addiction, depression, and suicidal ideation in adolescents. *Taehan Kanho Hakhoe Chi*, *34*(1), 102-110.
- Sanders, C. E., Field, T. M., Diego, M., & Kaplan, M. (2000). The relationship of Internet use to depression and social isolation among adolescents. *Adolescence*, *35*(138), 237-242.

- Shaw, L. H., & Gant, L. M. (2002). In defense of the Internet: The relationship between Internet communication and depression, loneliness, self-esteem, and perceived social support. *CyberPsychology & Behavior*, 5(2), 157-171.
- Turkle, S. (2012). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic books.
- Valenzuela, S., Park, N., & Kee, K. F. (2009). Is There Social Capital in a Social Network Site?: Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust, and Participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(4), 875-901.
- 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(5), 584-590.
- Walther, J. B. (2007). Selective self-presentation in computer-mediated communication: Hyperpersonal dimensions of technology, language, and cognition. *Computers in Human Behavior*, 23(5), 2538-2557.
- Weiten, W. (2007). *Psychology: Themes and Variations: Themes And Variations*. Cengage Learning.
- Zemmels, D. R. (2012). Youth and new media: studying identity and meaning in an evolving media environment. *Communication Research Trends*, 31(4), 4-31.'
- Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in human behavior*, 24(5), 1816-1836.

11. Bijlagen

Bijlage 1: Operationaliseringsschema's



Bijlage 2: Vragenlijst

Allereerst wil ik je bedanken dat je de moeite wilt nemen om deze vragenlijst in te vullen. Je levert hiermee een belangrijke bijdrage aan mijn onderzoek. Het invullen van de vragenlijst duurt ongeveer 5-10 minuten. De vragenlijst is gemaakt voor jongvolwassenen van 18 tot 25 jaar.

Deze vragenlijst gaat over het gebruik van Facebook en gezondheid. Er zal gevraagd worden naar wellicht persoonlijke vragen over jou zelf. Probeer zo eerlijk mogelijk te antwoorden, er bestaan geen goede of foute antwoorden. Antwoorden worden volledig anoniem verwerkt. Je e-mailadres zal niet worden vrijgegeven, tenzij je daar aan het eind van de enquête toestemming voor geeft. Aan het einde van de vragenlijst is er ruimte voor eventuele vragen of opmerkingen.

Alvast bedankt voor het invullen van de vragenlijst!

Start

Pagina: 2

Om te beginnen zullen er eerst wat algemene vragen worden gesteld

1.

Wat is je geslacht? *

- Man
- Vrouw

2.

Wat is je leeftijd (in jaren)?

3.

Wat is je huidige opleidingsniveau? *

- Middelbare school
- MBO
- HBO

- WO
- Geen
- Anders

Volgende pagina

Pagina: 3

4.

Geef aan in hoeverre je het eens bent met de volgende stellingen:

	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Enigszins mee oneens	Noch mee oneens, noch mee eens	Enigszins mee eens	Mee eens	Helemaal mee eens
In de meeste opzichten is mijn leven dicht bij ideaal	●	●	●	●	●	●	●
De omstandigheden van mijn leven zijn uitstekend	●	●	●	●	●	●	●
Ik ben tevreden met mijn leven	●	●	●	●	●	●	●
Tot nu toe heb ik de belangrijkste dingen die ik in het leven wil ook gekregen	●	●	●	●	●	●	●
Als ik mijn leven over kon doen, zou ik er vrijwel niets aan veranderen	●	●	●	●	●	●	●



Volgende pagina



5.

Hoe vaak ervaar je het gevoel je de volgende stellingen:

	Nooit	Zelden	Soms	Vaak
Ik ben ongelukkig omdat ik zoveel alleen doe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb niemand om mee te praten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik kan het niet verdragen om zo alleen te zijn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik mis gezelschap	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb het gevoel dat niemand me begrijpt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik ben aan het wachten tot mensen me schrijven of bellen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er is niemand waar ik terecht kan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik ben niet meer 'close' bij iemand	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mijn interesses en ideeën worden niet gedeeld door mensen om me heen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik voel me	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

buitengesloten

Ik voel me compleet alleen



Ik ben niet in staat mensen om me heen te bereiken of mee te communiceren



Mijn sociale relaties zijn oppervlakkig



Ik voel sterke behoefte tot gezelschap



Niemand kent mij goed



Ik voel me geïsoleerd van anderen



Ik ben ongelukkig dat ik zo teruggetrokken ben



Het is moeilijk voor mij om vrienden te maken



Ik voel me buitengesloten en uitgesloten door anderen



Mensen zijn om mij maar niet met mij



Volgende pagina



6.

De volgende stellingen gaan dieper in op de manier hoe je naar jezelf kijkt. Geef aan in hoeverre deze stellingen bij jou passen:

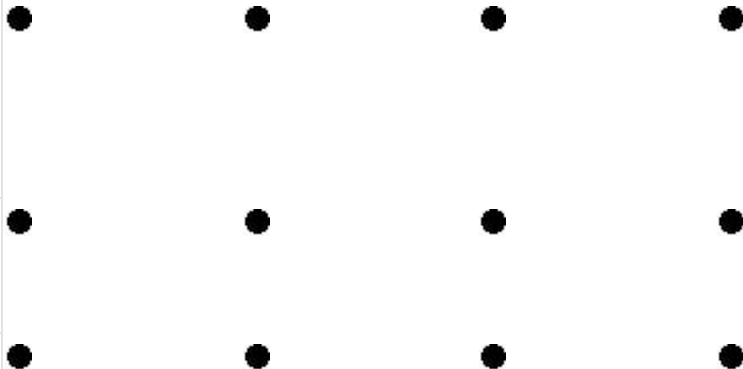
	Past helemaal niet bij me	Past niet echt bij me	Past een beetje bij me	Past helemaal bij me
Ik heb het gevoel dat ik een persoon ben van waarde, en ten minste gelijk aan anderen	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Ik heb het gevoel dat ik een aantal goede kwaliteiten bezit	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Al met al, ben ik geneigd me een mislukkeling te voelen	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Ik ben in staat dingen even goed te doen als anderen	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Ik heb het gevoel dat ik niet veel heb om trots op te zijn	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Ik heb een positieve attitude tegenover mezelf	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Over het algemeen	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

ben ik tevreden met mezelf

Ik zou willen dat ik meer respect had voor mezelf

Ik voel me af en toe nutteloos

Soms denk ik dat ik helemaal nergens goed voor ben



Volgende pagina

Pagina: 6



7.

De volgende stellingen gaan over je Facebookgebruik. Het is belangrijk te onthouden dat het niet gaat om hoe vaak je iets werkelijk doet, maar hoe vaak je het voor je gevoel doet.

Heb je geen Facebook, vul dan bij alles 'Nooit' in.

Geef aan hoe vaak je de volgende activiteiten voor je gevoel doet:

	Nooit	Bijna nooit	Soms	Regelmatig Vaak	Heel vaak	Bijna non-stop
Je status bijwerken	●	●	●	●	●	●
Je profielfoto wijzigen	●	●	●	●	●	●
Een foto posten op je profiel	●	●	●	●	●	●
Een "wall post"	●	●	●	●	●	●

schrijven op iemands tijdlijn							
Een foto/filmpje posten op iemands tijdlijn	●	●	●	●	●	●	●
Een foto/filmpje delen	●	●	●	●	●	●	●
Iets 'Liken'	●	●	●	●	●	●	●
Reageren op statussen van je vrienden	●	●	●	●	●	●	●
Reageren op foto's van je vrienden	●	●	●	●	●	●	●
'Inchecken' bij plekken	●	●	●	●	●	●	●



Volgende pagina

Pagina: 7



8.

De volgende stellingen gaan nog iets dieper in op de inhoud van bepaalde activiteiten. Geef aan in hoeverre je het eens bent met de volgende stellingen:
 Heb je geen Facebook, sla deze vragen dan over

	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Enigszins mee oneens	Noch mee oneens, noch mee eens	Enigszins mee eens	Mee eens	Helemaal mee eens
Ik post voornamelijk foto's op mijn tijdlijn waar ik goed	●	●	●	●	●	●	●

opsta

Ik post
voornamelijk
statusupdates
waaruit
blijkt dat ik
gelukkig ben

Als ik
reageer op
foto's of
statussen van
vrienden,
zijn dat
positieve
reacties

Ik probeer
leuke 'wall
posts' te
schrijven op
de tijdlijn
van mijn
vrienden

Als ik een
foto post zet
ik daar
positieve
teksten bij
(zoals 'Het
leven is
goed')

Ik post geen
negatieve
emoties op
mijn tijdlijn

●	●	●	●	●	●	●
●	●	●	●	●	●	●
●	●	●	●	●	●	●
●	●	●	●	●	●	●
●	●	●	●	●	●	●

Volgende pagina

Pagina: 8



9.

Geef aan in hoeverre je het eens bent met de volgende stellingen:

Heb je geen Facebook, sla deze vragen dan over

	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Enigszins mee oneens	Noch mee oneens, noch mee eens	Enigszins mee eens	Mee eens	Helemaal mee eens
Ik vind het belangrijk dat mijn foto's veel likes krijgen	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Zodra ik een foto post die geen likes krijgt, haal ik hem er weer af	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Ik vind het belangrijk dat mijn vrienden zien dat ik naar feestjes ga	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Ik vind het belangrijk dat mijn vrienden zien dat ik een leuk leven heb	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Ik vind het belangrijk dat mijn vrienden zien dat ik een even leuk leven heb als zij	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Ik bewerk wel eens foto's voor ik ze op mijn profiel zet	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Ik gebruik wel eens	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

filters om de foto's die ik op mijn profiel zet mooier te maken

Ik tag mezelf in foto's waar ik goed op sta

Ik untag mezelf zodra ik vind dat ik niet goed op een foto sta

Ik 'check in' op plekken om te laten zien dat ik leuke dingen doe

Ik laat soms lijken alsof ik me goed voel terwijl dat eigenlijk niet zo is

Ik schrijf titels bij foto's om ze nog mooier/beter te laten lijken

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Volgende pagina

Pagina: 9



10.

Dit is het einde van de vragenlijst. Heb je nog opmerkingen of is er nog iets waar niet naar is gevraagd en wat je toch nog kwijt wilt?



11.

Wil je op de hoogte gehouden worden van de resultaten van dit onderzoek? Vul dan hieronder je e-mailadres in. Dit is niet verplicht.



Enquête afronden

Bijlage 3: PCA's
PCA Psychisch welzijn

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.710
	Approx. Chi-Square	86.456
Bartlett's Test of Sphericity	df	3
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.164	72.119	72.119	2.164	72.119	72.119
2	.457	15.248	87.367			
3	.379	12.633	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

PCA van Zelfpresentatie

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.840
	Approx. Chi-Square	1376.441
Bartlett's Test of Sphericity	df	276
	Sig.	.000

Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
FB2	.592		.345		
FB3	.641	.334			
FB4	.594	.443			
FB5	.553	.464			
FB7	.548	.574			
FB8	.605	.582			
FB9	.596	.663			
FB10	.571				-.434
FB11	.545			.480	.359
FB12	.653			.478	
FB14	.591			.491	
FB15	.594			.463	
FB17	.682				
FB18	.569			-.426	
FB19	.688	-.300			
FB20	.660	-.407	-.460		
FB21	.656	-.398	-.386		
FB22	.641		.491		
FB23	.627		.542		
FB24	.535		.311		
FB25	.579	-.342	.360		.339
FB26	.688				-.401
FB27	.591			-.337	
FB28	.683				

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 5 components extracted.

Bijlage 4: Regressie coëfficiënten

Regressieanalyse zelfpresentatie en zelfvertrouwen

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	27.073	1.919		14.105	.000		
ZELFPRESENTATIE2	-.059	.024	-.255	-2.487	.015	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Zelfvertrouwen

Regressie geslacht en zelfpresentatie

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	40.798	8.481		4.811	.000		
Geslacht	21.906	4.809	.435	4.555	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: ZELFPRESENTATIE2

Regressieanalyse geslacht en zelfvertrouwen

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	28.652	2.058		13.926	.000		
Geslacht	-3.615	1.167	-.312	-3.099	.003	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Zelfvertrouwen

Bijlage 5: Interviewschema

Als eerste wil ik je bedanken dat je mee wilt werken aan mijn onderzoek. Voor mijn scriptie doe ik onderzoek naar het Facebookgebruik en de gezondheid van jongvolwassenen. In dit deel van mijn scriptie gaat het voornamelijk om persoonlijke ervaringen van jongvolwassenen met betrekking tot verschillende concepten. Dit interview is volledig anoniem. Alles wat er gezegd wordt zal op een vertrouwelijke manier mee worden omgegaan. Niemand zal je naam weten.

Het interviews zal opgenomen worden met een recorder. De opname wordt na het transcriberen van het interview vernietigd en ik ben de enige die de opname te horen krijgt. Je kunt je altijd terugtrekken uit het onderzoek als blijkt dat je toch niet mee wilt doen.

Introductievragen:

- Wat is je leeftijd/opleidingsniveau?

Topics:

Facebookgebruik

- Wat betekent Facebook voor jou?
- Hoe maak je gebruik van Facebook?
- Kijk je alleen naar berichten van anderen of plaats je zelf ook berichten? Zo ja, hoe regelmatig?
- Waarom maak je gebruik van Facebook?
- Wat vind je leuk aan Facebook?
- Op wat voor manier presenteert je jezelf op Facebook? Hoe wil je overkomen op Facebook?
- Welke afwegingen maak je bij het plaatsen van bijvoorbeeld foto's op Facebook?
- Wat wil je aan anderen laten zien met het posten van foto's?
- Zijn er verschillen tussen de manier waarop je jezelf presenteert op Facebook en het echte 'lokale' leven?
- Waarom is het mogelijk jezelf op een andere manier te presenteren op Facebook dan in het echte leven? Is die bepaalde manier van presenteren belangrijk voor jou?
- Op wat voor momenten gebruik je Facebook? Als entertainment, relaxing, als je eenzaam bent?

Zelfvertrouwen

- Identificeer je jezelf wel eens met het leven van vrienden op Facebook?
- Vergelijk je jezelf wel eens met vrienden op Facebook? Zo ja, hoe?
- Heb je het idee dat je gelijkwaardig bent aan je vrienden op Facebook?
- Word je wel eens onzeker door het kijken naar profielen van anderen?
- Heb je wel eens het idee dat andere mensen beter presteren, meer bereiken door de dingen die ze posten op Facebook?
- Kijk je door het waarnemen van andermans keuzes wel eens anders naar je eigen keuzes? (Bijvoorbeeld je ziet dat iemand ervoor kiest om op reis te gaan/of juist te studeren, heb je dan zelf wel eens zoiets van: ja dat had ik ook graag willen doen?)

Levenstevredenheid

- Zet je momenten dat je gelukkig bent op Facebook?
- Als je spijt hebt van dingen die je op Facebook hebt gezet, haal je die er dan vanaf?
- Ben je tevreden over de dingen die je hebt bereikt in je leven? Deel je die op Facebook?

Belangrijk : probeer de respondent zich op zijn/haar gemak te laten voelen. Niet gelijk heel diepgaande vragen stellen. Eerst een beetje oppervlakkig over wat geluk betekent voor diegene. Als merkt dat respondent niet graag antwoordt op de vragen, eerste andere vragen stellen.

Eenzaamheid

- Op wat voor momenten voel je je alleen?
- Wat doe je op zo'n moment? Ga je dan wel eens op Facebook? Zo ja, wat doet Facebook op zo'n moment met je?
- Heb je moeite met het maken van vrienden?
- Heb je het idee dat relaties op Facebook oppervlakkig zijn of juist niet?

Nogmaals bedankt voor je medewerking! Wil je verder nog iets kwijt, of heb je nog vragen? Als je later nog een keer vragen of opmerkingen heb, kun je me altijd mailen.

	Zelfvertrouwen	Vergelijken/identificeren met Facebookvrienden Onzeker door kijken profielen van vrienden Onzeker door prestaties van anderen Jaloezie Gelijkwaardig aan Facebookvrienden Niet onzeker door Facebook Relativeren
--	----------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------