

‘Ik facebook, dus ik besta’

Een exploratief onderzoek naar de invloed van de factoren geslacht, technologie en aanwezigheid van anderen op de mate van self-disclosure op Facebook



Radboud Universiteit Nijmegen

Erna Linssen

s0810509

ernalinssen@student.ru.nl

06 – 45071873

Master Nieuwe media, taal en communicatie

Begeleider: Mevr. dr. A. Batenburg

Tweede lezer: Dhr. prof. dr. W. Spooen

04 maart 2016

SAMENVATTING

Steeds meer mensen delen online hun persoonlijke informatie met andere mensen. In de huidige studie is aan de hand van een corpusanalyse en survey onderzocht in hoeverre de factoren geslacht, technologie (gebruik van een bepaald apparaat/manier van typen) en de aanwezigheid van anderen van invloed zijn op het uiten van persoonlijke informatie op Facebook, ook wel self-disclosure genoemd. Kleman (2008) deed onderzoek naar de invloed van geslacht op self-disclosure op basis van onderwerp (werk, liefde, geld). In de huidige studie werd de mate (hoe persoonlijk) van self-disclosure gemeten. Daarnaast heeft de huidige technologie het mogelijk gemaakt dat mensen op verschillende apparaten zich kunnen uiten op Facebook. Omdat deze technologische kant, voor wat betreft self-disclosure op Facebook nog niet was onderzocht, is deze factor eveneens meegenomen. Tevens blijkt uit eerder onderzoek dat de aanwezigheid van anderen bij offline communicatie invloed heeft op hoe persoonlijk mensen zich uiten (Dahl, Manchanda & Argo, 2001). Of dit ook geldt voor een online medium als Facebook is echter nog niet getoetst. In deze studie is de mate van self-disclosure in Facebook-berichten gemeten. Mensen die een bericht hadden gepost en geselecteerd waren, werd in een survey gevraagd hoe zij zelf de mate van persoonlijke informatie van het bericht beoordelen (eigen ingeschatte self-disclosure) en in een corpusanalyse werd door beoordelaars gescoord hoe persoonlijk het Facebook-bericht was te classificeren (werkelijke self-disclosure). Uit de resultaten is gebleken dat geslacht en de manier van typen geen significante voorspellers zijn voor zowel de werkelijke self-disclosure als de eigen ingeschatte self-disclosure. Het gebruik van een bepaald apparaat en de aanwezigheid van anderen bleken wel significante voorspellers te zijn voor de werkelijke en/of de eigen ingeschatte self-disclosure. Bij het gebruik van een mobiele telefoon was de self-disclosure hoger dan bij het gebruik van een computer of laptop. Daarnaast bleek de werkelijke self-disclosure hoger wanneer een Facebook-gebruiker in de aanwezigheid van anderen was. Verklaringen en implicaties van de bevindingen worden besproken in de discussie.

VOORWOORD

Met gemengde gevoelens kijk ik terug op deze master. Ik heb er veel van opgestoken en over het algemeen goede cijfers behaald. Ik heb de meeste cursussen als interessant, motiverend en uitdagend ervaren, met deze scriptie als eindresultaat. Mijn studievoortgang tijdens deze master ging niet helemaal vanzelf, wat verschillende oorzaken had. Vooral het eerste jaar van de master was voor mij persoonlijk niet gemakkelijk. Mijn dank gaat dan ook allereerst uit naar Sigrid Bleize- van den Berg. Zij heeft mij, op voor mij cruciale momenten, een luisterend oor geboden. Daarnaast wil ik mijn begeleidster Gaby Schellekens bedanken voor haar feedback en tips. Een bijzonder woord van dank gaat uit naar mijn tweede eerste begeleidster Anika Batenburg. Zonder haar laatste nuttige feedback en tips had ik deze scriptie niet naar tevredenheid kunnen afronden. Ook wil ik mijn vriend Wouter bedanken voor zijn morele steun en het vele geduld dat hij heeft gehad. Tevens wil ik Soesja Verheijden en Pierre Linssen, mijn vader, bedanken voor het oppoetsen van spelfouten en inhoudelijke feedback. Als laatste wil ik mijn familie en vrienden bedanken dat zij mij de ruimte gegund hebben om mijn studie te kunnen afronden en mij het vertrouwen hebben gegeven dat ik het uiteindelijk wel zou redden. Ten slotte gaat mijn speciale dank uit naar mijn opa. Ondanks zijn ziekbed bleef en blijft hij tot op de dag van vandaag geïnteresseerd in mijn afstuderen. Als troost voor zijn fysieke ongemak, wil ik deze scriptie als spreekwoordelijke pleister op de wonde dan ook graag aan hem opdragen.

INLEIDING

De komst van het internet heeft ervoor gezorgd dat mensen anders met elkaar zijn gaan communiceren (Gaans, 2011). Het internet heeft het mogelijk gemaakt dat mensen tegenwoordig gratis en onbeperkt persoonlijke berichten, foto's, video's en geluidsfragmenten naar elkaar kunnen sturen. Twitter, Instagram, Pinterest en Facebook zijn sociale netwerksites die deze nieuwe manier van communiceren mogelijk maken, waarvan Facebook de meest populaire is (Trouw, 2013). Facebook-gebruikers delen persoonlijke informatie, omdat ze aan zelfpresentatie willen doen (Dijck, 2013). Zij willen hun gebeurtenissen en gedachten, ofwel hun persoonlijke informatie, delen met de online wereld.

De huidige technologische ontwikkelingen bieden de mogelijkheid om overal en altijd online te kunnen communiceren. Het is eenvoudiger om met elkaar in contact te blijven, omdat mensen niet meer in dezelfde ruimte hoeven te zijn om persoonlijke informatie met elkaar te kunnen delen (Turkle, 2012). Volgens O'Hara, Massimi, Harper, Rubens en Morris (2014) staan mensen, door de komst van devices zoals laptops, tablets en mobiele telefoons, op een meer diverse en genuanceerde manier met elkaar in verbinding. Facebook-gebruikers kunnen een bericht plaatsen met hun telefoon, computer, laptop of tablet, terwijl ze reizen, in een restaurant zitten of aan het sporten zijn. Maar zorgt het gebruik van het ene apparaat voor een hogere persoonlijke uiting dan het andere apparaat? Onder andere deze vraag zal in deze studie onderzocht worden. Tevens zal onderzocht worden of Facebook-gebruikers zich persoonlijker uiten wanneer zij alleen zijn of wanneer zij in het gezelschap van anderen verkeren. Dahl et al. (2001) toonden aan dat de aanwezigheid van anderen in offline communicatie van invloed is op hoe persoonlijk mensen zich uiten en binnen deze studie wordt onderzocht of dit ook geldt voor een online medium als Facebook. Uit eerder onderzoek blijkt tevens dat geslacht een bepaalde invloed heeft op self-disclosure (Kleman, 2008). Zij onderzocht self-disclosure op basis van onderwerp (liefde, macht, werk etc.). Binnen dit onderzoek zal de mate van self-disclosure gemeten worden, waardoor geslacht ook als factor is meegenomen binnen deze studie.

THEORETISCH KADER

Sociale media hebben voor een significante verschuiving gezorgd in de manier waarop mensen informatie ontdekken, lezen, interpreteren, waarderen en delen (Gaans, 2011). De huidige samenleving is tegenwoordig altijd verbonden met het internet (Turkle, 2012). Mensen zijn volgens Turkle (2012, p. 3) *tethered*: “Wherever I am, whatever I am doing, I am psychologically tuned to the connections that matter”. Mensen zijn door deze *tethering* mentaal soms niet aanwezig op de plekken waar ze dat fysiek wel zijn. Terwijl mensen in gesprek zijn met hun fysieke gesprekspartners bekijken ze wat er online gebeurt en ze leven met de verwachting nieuwe, betere vriendschappen te kunnen krijgen via nieuwe media. Deuze (2011) verwoordt het als volgt: “We leven niet meer mét media, maar in media”. De online wereld is in sommige opzichten belangrijker geworden dan de offline wereld.

De top vijf meest gebruikte sociale media onder Nederlanders zijn Twitter, LinkedIn, Google+, Youtube en Facebook, waarbij de groei bij Facebook nog steeds doorzet (Turpijn, Kneefel & Veer, 2015). Facebook heeft momenteel wereldwijd 1,55 miljard gebruikers, waarvan 9,7 miljoen Nederlanders, die elke maand minstens één keer inloggen. Facebook is hiermee het grootste social media platform (Turpijn et al., 2015). Facebook is een medium dat om veel sociale online interactie vraagt (Baron, 2008). Het is een sociaal online netwerk dat sinds 2006 bestaat en onze manier van communiceren heeft veranderd. Communiceren via Facebook zorgt voor een groter bereik (Baron, 2008), omdat een geplaatst bericht door alle vrienden gelezen kan worden. Bij face-to-face communicatie zijn dit enkele vrienden en niet tientallen/honderden, zoals bij Facebook. Mensen kunnen via Facebook van alles delen met hun vrienden, zoals emoties, contactinformatie, foto's en locatie (Acquisti & Gross, 2006).

Mensen hebben verschillende beweegredenen om gebruik te maken van deze nieuwe media. Enkele hiervan zijn: ‘mijn vrienden gebruiken het’, de behoefte aan entertainment (Church & Oliveira, 2013) en het willen ontsnappen aan de eigen werkelijkheid (Papacharissi & Mendelson, 2011). Door gebruik te maken van de nieuwe media, zoals Facebook, kunnen mensen zich online uiten en streven naar een vorm van self-disclosure. Deze self-disclosure houdt in: de hoeveelheid persoonlijke informatie die een individu deelt met anderen (Souza & Dick, 2009). Volgens Baron (2008) laten Facebook-gebruikers online sneller iets van zichzelf zien dan dat ze in face-to-face

situaties zouden doen. In het onderzoek van Baron (2008) werden zestig studenten, met een gemiddelde leeftijd van twintig jaar, geïnterviewd. Meer dan de helft van de geïnterviewden gaf aan dat ze op Facebook eerder persoonlijke informatie weergeven dan in het echte leven. Self-disclosure op nieuwe media brengt namelijk veel voordelen met zich mee, zoals het gemakkelijk creëren, onderhouden en verbeteren van vriendschappen (Ellison, 2007).

Het online persoonlijk uiten van jezelf kan echter ook nadelen met zich meebrengen. Zo kondigde Facebook eind 2014 aan dat ze haar privacy voorwaarden ging aanpassen, hetgeen tot veel ophef onder de Facebook-gebruikers leidde (NRC, 2014). Als Facebook-gebruikers na 30 januari 2015 nog steeds een Facebook-account hadden, gingen ze automatisch akkoord met de nieuwe voorwaarden. Facebook zou vanaf dat moment gegevens van Facebook-gebruikers mogen gaan delen met derden. Eerder onderzoek keek naar de invloed van gegevensbescherming (privacy concern) met betrekking tot self-disclosure op Facebook (Abeele, 2013; Utz, 2010; Wilson, Gosling & Graham, 2012). Deze gegevensbescherming houdt in dat gebruikers van sociale media zich in een bepaalde mate afvragen of hun privacy in de online omgeving voldoende gewaarborgd wordt. Uit de onderzoeken is gebleken dat de respondenten zich zorgen maken over hun privacy, maar dat dit geen invloed heeft op hun self-disclosure. Boyd (2008) heeft hier een verklaring voor; de risico's die self-disclosure op Facebook met zich meebrengen, wegen minder zwaar dan de voordelen.

Individen delen dus online hun persoonlijke informatie met anderen. Deze uitingen brengen zowel voordelen als nadelen met zich mee. Hoe deze self-disclosure kan worden bepaald, wordt duidelijk in de volgende paragraaf.

Het meten van self-disclosure op Facebook

Self-disclosure kan op verschillende manieren onderzocht worden. Zo zijn de resultaten van Abeele's (2013) onderzoek gerapporteerd op basis van een zelfgemaakte vragenlijst die de respondenten moesten beantwoorden. Deze vragen gingen onder andere over hoe zij tegen de vriendschappen op Facebook aankeken en of ze zich zorgen maken over het gegeven dat hun informatie met derden wordt gedeeld. Hollenbaugh en Ferris (2013) onderzochten self-disclosure aan de hand van drie topics; hoeveelheid, diepte en breedte. De vragen die vervolgens aan de respondenten werden gesteld, konden aan één van de drie topics gekoppeld worden. De topic 'hoeveelheid' betrof hoe vaak iets voorkwam

(bijvoorbeeld hoe vaak een Facebook-bericht werd geplaatst), de topic ‘diepte’ ging in op persoonlijke zaken (bijvoorbeeld of er over het overlijden van iemand werd gepraat) en de topic ‘breedte’ ging over algemenere zaken (bijvoorbeeld of de Facebook-gebruiker ook spelletjes speelt op Facebook). De respondenten gaven over deze drie topics antwoord op een 5-punts Likert schaal. Kleman (2008) onderzocht self-disclosure op basis van onderwerp (onder andere werk en liefde). Er werd respondenten vragen gesteld die betrekking hadden op de verschillende onderwerpen en onder andere aan de hand daarvan werd de self-disclosure bepaald. In het onderzoek van Kleman (2008) werd werk bijvoorbeeld als minder persoonlijk gezien dan liefde.

In voornoemde onderzoeken wordt self-disclosure onderzocht naar het eigen inzicht van de Facebook-gebruiker, de eigen ingeschatte self-disclosure. Deze component wordt binnen deze studie ook meegenomen, maar er wordt een nieuwe component aan toegevoegd, de werkelijke self-disclosure. Deze werkelijke self-disclosure wordt beoordeeld met behulp van een corpus. Er is gekozen om deze component toe te voegen aan het onderzoek, omdat zo inzicht verkregen kan worden of wat mensen zelf beweren online te posten overeenkomt met de werkelijkheid. Zo beweren sommige media dat de posts van Facebook-gebruikers positief beladen zijn (Stentor, 2014) maar andere media beweren dat er veel geklaagd en gezeurd wordt door Facebook-gebruikers (Rice, 2013). Door deze nieuwe component toe te voegen, kan zo’n tegenstrijdigheid tegengegaan worden.

De keuze voor de factoren geslacht, technologie en aanwezigheid van anderen wordt in de volgende paragraaf per factor onderbouwd.

Factoren die self-disclosure op Facebook mogelijk beïnvloeden

Geslacht

Geslacht blijkt een invloed te hebben op self-disclosure in de online wereld. Vrouwen uiten zich online meer dan dat mannen dit doen (Kleman, 2008; Peter, Valkenburg & Schouten, 2005). Vrouwen vertellen meer over hun familie en romantische interesses en mannen hebben het meer over sport (Döring, 2002; Dominick, 1999). Vergeleken met mannen spenderen vrouwen meer tijd op Facebook (Acar, 2008; Sheldon, 2008; Frankwatching, 2015) en gebruiken ze sociale media meer om zichzelf met anderen te vergelijken. Mannen zijn meer geïnteresseerd om andermans profiel te bekijken en in het vinden van nieuwe vrienden (Haferkamp, Eimler, Papadakis & Kruck, 2012). Ook bleek er een verschil te zijn tussen mannen en vrouwen met betrekking tot self-disclosure in de

online en offline wereld (Sheldon, 2013). Sheldon (2013) onderzocht dit door Facebook en face-to-face communicatie met elkaar te vergelijken. Binnen het onderzoek werden er drie type vrienden bekeken; een exclusieve Facebook-vriend, een exclusieve face-to-face vriend en een recent toegevoegde Facebook-vriend. Uit het onderzoek bleek dat vrouwen zich meer uiten naar zowel hun exclusieve Facebook-vriend als hun exclusieve face-to-face vriend dan mannen. Mannen hebben meer contact met hun recente toegevoegde Facebook-vriend dan vrouwen, maar dit contact blijft oppervlakkig. Zowel mannen als vrouwen uiten zich meer naar hun face-to-face vriend dan naar hun Facebook-vriend.

Vrouwen uiten zich online dus meer dan dat mannen dit doen, spenderen meer tijd op Facebook dan mannen en vrouwen gebruiken sociale media voornamelijk om zichzelf met anderen te vergelijken. Geslacht is als factor meegenomen binnen dit onderzoek, omdat Kleman (2008) en Peter et al. (2005) onderzochten of geslacht van invloed is op self-disclosure, maar zij bepaalden dit op basis van onderwerp (liefde, macht, geld etc.). Er werd niet onderzocht hoe persoonlijk deze uitingen waren. Vrouwen uiten zich dus meer, maar zijn deze uitingen ook persoonlijker? Er wordt verwacht dat: *vrouwelijke Facebook-gebruikers uiten zich persoonlijker dan mannelijke Facebook-gebruikers (H1)*. Dit wordt verwacht, omdat vrouwen meer van Facebook gebruik maken (Acar, 2008; Sheldon, 2008; Frankwatching, 2015) en zij meer vertellen over hun familie en romantische interesses (Döring, 2002; Dominick, 1999).

Technologie

De technologische ontwikkelingen van de afgelopen jaren hebben veel invloed op de manier waarop mensen werken en leven (NCOI, 2015). Het is mogelijk om op verschillende apparaten gebruik te maken van het internet. De meest gebruikte apparaten zijn de computer, laptop, tablet en mobiele telefoon. Gemiddeld heeft een persoon 3,5 apparaten om mee te internetten, in 2013 was dit 2,8 apparaten (SPOT, 2014).

Het verschil in gebruik van de apparaten wordt met name bepaald door de locatie (SPOT, 2014). De laptop en computer worden het meest van alle vier gebruikt aan de eettafel of het bureau. Op de bank wordt het meest gebruik gemaakt van de tablet (83%), gevolgd door de mobiele telefoon (71%). De mobiele telefoon wordt, veel meer dan andere apparaten, voornamelijk onderweg gebruikt (44%). Tevens wordt de mobiele telefoon ook veel op het werk (26%) en buitenshuis (23%) gebruikt. Tablets en mobiele telefoons lenen zich voor 'on the go' activiteiten. Ze zijn niet gebonden aan een bepaalde locatie, want ze kunnen overal mee naar toe genomen worden. De praktijk toont echter aan

dat we dit voornamelijk terugzien bij het gebruik van mobiele telefoons (Oosterveer, 2015). Mensen die gebruik maken van een tablet surfen meer op het internet en maken meer gebruik van entertainment, zoals gamen, het kijken van video's en het lezen van boeken, dan dat mobiele telefoongebruikers dit doen. Gebruikers van de mobiele telefoon maken voornamelijk foto's en gebruiken hun navigatie, wat op de tablet nauwelijks gebeurt. Communiceren via social media vormt één van de belangrijkste functies van de mobiele telefoon (Oosterveer, 2015).

Mensen maken via verschillende apparaten gebruik van de sociale media, waaronder Facebook, en onderzoek heeft aangetoond van welke apparaten voornamelijk gebruik wordt gemaakt. Of het gebruik van een bepaald apparaat echter invloed heeft op de Facebook-post is nog niet onderzocht. Een tablet en mobiele telefoon lenen zich voor 'on the go' activiteiten en kunnen hierdoor overal mee naar toe genomen worden. Of de mobiele telefoon bijvoorbeeld in de trein of tijdens het uiteten wordt gebruikt kan wellicht van invloed zijn op de self-disclosure. De computer is locatie- en plaatsgebonden en leent zich niet voor 'on the go' activiteiten. Er kan bijvoorbeeld een verschil in uiting zijn wanneer bijvoorbeeld een werkcomputer wordt gebruikt of een thuiscomputer. De onderzoeksvraag luidt daarom als volgt: *In hoeverre is het gebruik van een bepaald apparaat (computer, laptop, tablet of mobiele telefoon) van invloed op de mate van self-disclosure bij het plaatsen van een Facebook-bericht?*

Het apparaat dat wordt gebruikt tijdens het plaatsen van het Facebook-bericht kan twee vormen van invoer (manier van typen) hebben; via een toetsenbord en/of via een touch screen. Tablets en de meeste mobiele telefoons hebben een touch screen. De gebruiker typt het bericht door de visuele toetsen op het touch screen aan te raken. Bij een traditionele mobiele telefoon (en ook nog bij sommige BlackBerry's) heeft de gebruiker een soort van toetsenbord waarmee door het menu genavigeerd kan worden. Er moet eerst op een functiekноп gedrukt worden alvorens er iets in het scherm gebeurt. Computers en laptops maken voornamelijk gebruik van een toetsenbord. Tijdens het typen op een computer zal het proces anders verlopen dan wanneer er op een mobiele telefoon getypt wordt. Tijdens het typen op een computer nemen mensen wellicht eerder een bepaalde houding aan, omdat ze achter een bureau zitten. Dit kan invloed hebben op de self-disclosure. Tevens is de fysieke afstand tijdens het typen tussen bijvoorbeeld een mobiele telefoon en de gebruiker kleiner dan tussen een computer en de gebruiker, wat ook invloed kan uitoefenen op de self-disclosure.

De meeste tablets bieden ook de mogelijkheid om een toetsenbord aan een tablet te koppelen, waardoor er zowel van een touch screen als een toetsenbord gebruik gemaakt kan worden. Tevens hebben de meeste nieuwe computers en laptops ook de mogelijkheid om van een touch screen gebruik te kunnen maken. Het gebruik van een bepaald apparaat (computer, laptop, tablet of mobiele telefoon) en de manier van typen kunnen dus niet als één geheel worden gezien en samengevoegd worden. De tweede onderzoeksvraag luidt dan ook: *In hoeverre is 'de manier van typen' (touch screen en/of toetsenbord) van invloed op de mate van self-disclosure bij het plaatsen van een Facebook-bericht?*

Aanwezigheid van anderen

Wanneer een Facebook-bericht wordt geplaatst, kan degene die het bericht plaatste alleen zijn geweest of in het gezelschap van bijvoorbeeld een of meerdere vrienden, ouders, kennissen of onbekenden. De aanwezigheid of afwezigheid van anderen kan van invloed zijn op de mate waarin persoonlijke informatie wordt weergegeven. Eerder onderzoek heeft namelijk aangetoond dat mensen persoonlijke producten (zoals condooms) liever niet kopen in de aanwezigheid van anderen, omdat ze zich hiervoor schamen (Dahl et al., 2001). Bij het onderzoek van Dahl et al. (2001) betrof het communicatie die offline plaatsvond en kon de omgeving direct zien wat er gebeurde. Een soortgelijk proces zou ook kunnen optreden bij communicatie die online plaatsvindt. Grootaarts (2015) heeft vastgesteld dat naar mate een bericht van iemand persoonlijker is, het eerder gedeeld wordt via WhatsApp dan via Facebook. Dit komt omdat via WhatsApp de zender weet wie de ontvanger(s) is/zijn en bij Facebook blijft dit onduidelijk (Grootaarts, 2015). Mensen uiten zich dus persoonlijker naar hun online publiek via WhatsApp dan via Facebook, maar of het directe publiek (iemand die in dezelfde ruimte aanwezig is) nog invloed heeft op hoe persoonlijk iemand zich uit op Facebook, is onduidelijk. Wanneer iemand alleen is, voelt hij/zij zich wellicht veilig om een hoge mate van persoonlijke informatie te delen. De aanwezigheid van iemand anders of meerdere anderen, tijdens het proces van plaatsen, kan Facebook-gebruikers doen beseffen dat andere mensen kunnen meelezen met wat er geplaatst wordt. De kans dat iemand anders meeleeft is bijvoorbeeld bij een laptop eenvoudiger dan bij een tablet of mobiele telefoon. Om er achter te komen of de aanwezigheid van anderen van invloed is op de mate van self-disclosure, is de volgende onderzoeksvraag opgesteld: *In hoeverre is de aanwezigheid van anderen van invloed op de mate van self-disclosure bij het plaatsen van een Facebook-bericht?*

METHODE

Binnen deze studie zijn twee metingen van self-disclosure onderzocht; een werkelijke self-disclosure en een eigen ingeschatte self-disclosure. De werkelijke self-disclosure werd gemeten aan de hand van een corpusanalyse en de eigen ingeschatte self-disclosure werd gemeten via een survey. Het onderzoek dat uitgevoerd is, bestond dus uit twee delen, namelijk een corpusanalyse en een survey.

Corpusanalyse

Materiaal

Om de mate van self-disclosure te kunnen bepalen, is een corpusanalyse gedaan. 95 Facebook-berichten werden geanalyseerd op de mate van self-disclosure. De berichten dateerden van 30 november tot en met 15 december 2014. De Facebook-berichten die geselecteerd zijn, kwamen uit de vriendenlijst van de onderzoekster of van de vriendenlijst van vrienden van de onderzoekster. Er zijn twee momenten geweest waarop de Facebook-berichten zijn geselecteerd; 8 december en 15 december 2014. Tijdens deze selectie werd elk tiende bericht geselecteerd. De berichten zijn dus niet at random geselecteerd.

Om in aanmerking te komen voor selectie, moest het Facebook-bericht voldoen aan de volgende drie voorwaarden: ‘Het is in het Nederlands geschreven, bevat minimaal 3 woorden en is geplaatst door een persoon’. Een voorbeeld van een bericht: ‘Op sommige dagen gaat er zoveel fout dat je beter thuis kan blijven’. Het kwam één keer voor dat een Facebook-bericht niet voldeed aan één van deze voorwaarden. Het betrof een bericht geschreven in het Italiaans. Er is toen gekozen om het volgende Facebook-bericht te selecteren, dus het elfde bericht volgens de selectie. Facebook-berichten die voldeden aan de voorwaarden, ook wanneer zij een foto bevatten en/of wanneer er mensen getagged werden, zijn meegenomen in het corpus (zie Bijlage 1 voor een aantal voorbeelden).

Procedure

De Facebook-berichten zijn geanalyseerd op de mate van self-disclosure. Om dit vast te kunnen stellen, werden de categorieën van Hendrick (1988) gebruikt. Hendrick (1988) onderscheidt zes categorieën met betrekking tot de mate van self-disclosure, oplopend van minst tot meest persoonlijk: professionele onderwerpen, seksuele onderwerpen, attitudes, succes/falen, interpersoonlijke relaties en persoonlijke gevoelens. Aangezien de categorie

‘seksuele onderwerpen’ niet is gevonden onder de 95 Facebook-berichten, is deze categorie voor de verdere analyses buiten beschouwing gelaten. Hierdoor bleven er vijf categorieën over, waardoor er op een 5-puntsschaal gemeten kon worden, waarbij 1 het minst persoonlijk (professionele onderwerpen) en 5 het meest persoonlijk (persoonlijke gevoelens) was. Een voorbeeld van een professioneel onderwerp is *‘Facebook past haar privacy voorwaarden aan’* en een voorbeeld van een persoonlijk gevoel is *‘Wat een heerlijke dag. Heerlijk gewandeld in de zon vandaag. Daar word ik nu vrolijk van’*. Meer voorbeelden zijn te vinden in Tabel 1. Alle 95 Facebook-berichten zijn door twee codeurs gecodeerd op de mate van persoonlijke informatie. De interbeoordelaarsbetrouwbaarheid van de variabele ‘mate van self-disclosure’ was adequaat: $\kappa = .77, p < .001$. Bij 17 Facebook-berichten weken de codeurs van elkaar af. De codeurs hebben deze berichten samen bekeken en vervolgens in goed overleg bepaald tot welke categorie het Facebook-bericht behoorde.

Tabel 1. Voorbeelden gebaseerd op de vijf categorieën van Hendrick (1988)

Categorie	Voorbeeld
1. Professioneel onderwerp	<i>‘Aankomende zondag speelt Vocaal Ensemble Markant het Weihnachtsoratorium.’</i> <i>‘Kom naar de Jack & Jones in Utrecht en shop dat leuke jasje in de SALE.’</i>
2. Attitude	<i>‘Belachelijk dat Facebook haar privacy voorwaarden aanpast.’</i> <i>‘Ik vind Humberto Tan een sympathieke man.’</i>
3. Succes/falen	<i>‘Het is weer zover, de NS rijdt niet.’</i> <i>‘Na 6 maanden lang zwoegen, is het eindelijk zover: AFGESTUDEERD!’</i>
4. Interpersoonlijke relaties	<i>‘Dagje shoppen met mijn lieve vriendin.’</i> <i>‘Gezellig naar de film met Henk en Toos.’</i>
5. Persoonlijke gevoelens	<i>‘Even drie keer heel diep ademhalen i.p.v. de politieagent een dreun geven. Zo boos, onterecht een boete gekregen.’</i> <i>‘Statistiek is en blijft niet mijn ding. Help! Ik wil van dit rotgevoel af!’</i>

Statistische toetsing

Om te onderzoeken of geslacht, technologie (gebruik van een bepaald apparaat/manier van typen) en de aanwezigheid van anderen van invloed zijn op de werkelijke self-disclosure is een eenweg multivariate variantie-analyse uitgevoerd. De variabelen geslacht en gebruik van een bepaald apparaat waren scheef verdeeld, wat invloed had op de uitkomsten van de analyses, waardoor op beide variabelen een weegvariabele is toegepast (Vocht, 2014, p. 68).

Survey

Instrumentatie

Er werden vragen gesteld over de technologie (gebruik van een bepaald apparaat/manier van typen), de eventuele aanwezigheid van anderen tijdens het posten van het bericht, de door de respondenten eigen ingeschatte mate van self-disclosure en het algemene Facebookgedrag.

Technologie

Over het apparaat waarmee het Facebook-bericht geplaatst is, werd gevraagd: ‘Welk apparaat gebruikte je toen je het Facebook-bericht plaatste?’. Waarbij de respondenten konden antwoorden met computer, laptop, mobiele telefoon of tablet. Vervolgens werd er gevraagd of er een specifieke reden was om juist dit apparaat te gebruiken. Wanneer iemand aangaf hiervoor een specifieke reden te hebben, werd vervolgens gevraagd wat deze reden was. Dit betrof een open vraag. De vraag met betrekking tot de manier van typen was: ‘Maakte je gebruik van een touch screen of een toetsenbord toen je het Facebook-bericht plaatste?’. De opties hierbij waren touch screen of toetsenbord.

Aanwezigheid van anderen

De vraag over de aanwezigheid van anderen was: ‘Waren er andere personen aanwezig in dezelfde ruimte/jouw omgeving toen je het bericht plaatste?’. Wanneer het antwoord ‘Ja’ was, werd vervolgens de vraag ‘Wat is je relatie tot deze persoon/personen?’ gesteld. Waarbij familie, mijn vriend/vriendin, vrienden/vriendinnen, kennissen, vreemden en anders, nl: de antwoordmogelijkheden waren.

De vraag over de inschatting van de respondenten over de mate van self-disclosure in het geplaatste Facebook-bericht was: ‘In hoeverre vind je het geplaatste Facebook-bericht

persoonlijk van aard?’ Er kon geantwoord worden op een 7-punts Likertschaal, waarbij 1 heel onpersoonlijk en 7 heel persoonlijk was. Voor de vragen die betrekking hadden op het algemene Facebookgedrag van de respondenten, werden enkele items uit het onderzoek van Abeele (2013¹) gebruikt. Gegevens als geslacht, leeftijd, opleiding en beroep zijn aan het einde van de survey gevraagd. Voor de volledige vragenlijst, zie Bijlage 2.

Procedure en respondenten

De respondenten konden meedoen aan het onderzoek wanneer ze een Facebook-account hadden en wanneer hun bericht was geselecteerd voor het corpusonderzoek. Er werd de respondenten als eerste uitgelegd wat het onderzoek inhield en dat hun anonimiteit gewaarborgd werd. Vervolgens werd gevraagd of zij wilden deelnemen aan het onderzoek. Alle respondenten wilden meedoen. De respondenten kregen vervolgens het bericht, dat zij op Facebook gepost hadden, voorgelezen door de onderzoekster. De respondenten zijn tussen 9 en 20 december 2014 telefonisch benaderd en de onderzoekster vulde de antwoorden van de respondenten op de survey in. De respondenten werden tussen 19:00 en 21:00 uur gebeld. Een enkele keer kwam het voor dat een respondent niet opnam en werd deze op een later moment/andere dag teruggebeld. Er hebben 95 respondenten aan het onderzoek meegedaan. De gemiddelde leeftijd van de respondenten was 30 jaar, met een minimum van 18 en een maximum van 68 jaar oud. Er deden 68 vrouwen en 27 mannen aan het onderzoek mee. Het opleidingsniveau WO kwam het vaakst voor (n = 30), gevolgd door HBO (n = 24), MBO (n = 19), VWO (n = 12), HAVO (n = 4) en VMBO (n = 3). Drie respondenten hadden geen opleiding afgerond.

Statistische toetsing

Om te onderzoeken of geslacht, technologie (gebruik van een bepaald apparaat/manier van typen) en de aanwezigheid van anderen van invloed zijn op de eigen ingeschatte self-disclosure is een eenweg multivariate variantie-analyse uitgevoerd. De variabelen geslacht en gebruik van een bepaald apparaat waren scheef verdeeld, wat invloed had op de uitkomsten van de analyses, waardoor op beide variabelen een weegvariabele is toegepast (Vocht, 2014, p. 68).

¹ Abeele (2013) suggereerde dat het aantal vrienden en de tijd die iemand op Facebook doorbrengt te maken zou kunnen hebben met de mate van self-disclosure bij Facebook-gebruikers. Zij kon dit echter niet aantonen, waardoor er is gekozen om deze items in dit onderzoek mee te nemen.

RESULTATEN

De werkelijke self-disclosure is bepaald aan de hand van de categorieën van Hendrick (1988). In tabel 2 wordt weergegeven hoe vaak elke categorie voorkwam.

Tabel 2. De categorieën op basis van Hendrick (1988) bij het beoordelen van de werkelijke self-disclosure (n = 95)

Categorie	n
1 = Professioneel onderwerp	22
2 = Attitude	7
3 = Succes/falen	16
4 = Interpersoonlijke relaties	29
5 = Persoonlijke gevoelens	21

De mobiele telefoon werd het meest gebruikt om een Facebook-bericht te plaatsen (n = 55), gevolgd door de computer (n = 21), laptop (n = 18) en tablet (n = 1). Aangezien maar één respondent een tablet gebruikte, wordt de data van deze respondent niet meegenomen in verdere analyses met deze onafhankelijke variabele. Alle mobiele telefoons hadden een touch screen. Meer dan drie vierde (n = 73) van de respondenten gaf aan minimaal twee andere sociale media te gebruiken. Er zijn 13 respondenten die naast Facebook geen andere sociale media gebruiken, en 11 respondenten hiervan waren vrouw.

Uit de eenweg multivariate variantie-analyse voor Werkelijke self-disclosure en Eigen ingeschatte self-disclosure met als factoren Geslacht, Apparaat, Manier van typen en Aanwezigheid van anderen bleek een significant multivariaat effect van Apparaat ($F(2, 81) = 5.91, p = .01$) en Aanwezigheid van anderen ($F(2, 81) = 2.87, p = .042$). Er bleek geen significant multivariaat effect van Geslacht ($F(2, 81) = .10, p = .91$) en Manier van typen ($F(2, 81) = .87, p = .83$). H1 ‘Vrouwelijke Facebook-gebruikers uiten zich persoonlijker dan mannelijke Facebook-gebruikers’ dient derhalve te worden verworpen.

Apparaat

Uit univariate analyses bleek dat er een effect was van Apparaat op de Werkelijke self-disclosure ($F(1, 82) = 8.41, p = .01$) en op de Eigen ingeschatte self-disclosure ($F(1, 82) = 6.33, p = .023$). De mobiele telefoon had een hogere werkelijke self-disclosure ($M = 3.35, SD = 1.21$) en eigen ingeschatte self-disclosure ($M = 4.56, SD = 1.27$) dan de laptop (werkelijke self-disclosure: $M = 3.01, SD = .42$; eigen ingeschatte self-disclosure: $M = 3.76, SD = 1.55$) en computer (werkelijke self-disclosure: $M = 2.42, SD = 1.31$; eigen ingeschatte self-disclosure: $M = 3.50, SD = 1.40$).

Er waren 75 respondenten die aangaven een specifieke reden te hebben om een bepaald apparaat te gebruiken. Drieëntwintig respondenten vertelden dat alleen het betreffende apparaat (in alle gevallen een mobiele telefoon) voorhanden was en ze het bericht op dat moment wilden plaatsen. Andere antwoorden waren: 'Ik had de foto(s) op mijn mobiel gemaakt en dan kan je die makkelijker plaatsen op Facebook' ($n = 20$), 'Ik gebruik dit apparaat het vaakst' ($n = 17$) en 'Berichten schrijven en publiceren gaat het makkelijkst en snelst met het toetsenbord' ($n = 13$). Meer dan de helft van de respondenten ($n = 43$) die een specifieke reden gaf om een bepaald apparaat te gebruiken, maakte gebruik van de mobiele telefoon.

Aanwezigheid van anderen

Uit univariate analyses bleek dat er een effect was van Aanwezigheid van anderen op de Werkelijke self-disclosure ($F(1, 82) = 4.01, p = .04$). Bij de aanwezigheid van anderen was er een hogere werkelijke self-disclosure ($M = 3.29, SD = 1.30$) dan bij de afwezigheid van anderen ($M = 2.77, SD = 1.26$).

Tabel 3. De werkelijke self-disclosure (1 = laag, 5 = hoog) en eigen ingeschatte self-disclosure (1 = laag, 7 = hoog) met als factoren geslacht, apparaat, manier van typen en aanwezigheid van anderen (tenzij anders aangegeven is elk gemiddelde gebaseerd op n = 95)

	Werkelijke self-disclosure		Eigen ingeschatte self-disclosure	
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
Geslacht				
man	3.12	1.33	4.02	1.42
vrouw	2.87	1.19	4.03	1.25
Apparaat (n = 94)				
mobiele telefoon	3.35	1.21	4.56	1.27
laptop	3.01	1.42	3.76	1.55
computer	2.42	1.31	3.50	1.40
Manier van typen				
touch screen	3.48	1.30	4.66	1.39
toetsenbord	2.71	1.26	3.63	1.34
Aanwezigheid anderen				
alleen	2.77	1.26	3.85	1.38
anderen aanwezig	3.29	1.30	4.18	1.34

CONCLUSIE & DISCUSSIE

De eerste vraag die in dit onderzoek centraal stond, was in hoeverre het geslacht van Facebook-gebruikers invloed heeft op de mate van self-disclosure bij het plaatsen van een Facebook-bericht. Uit de resultaten van dit onderzoek is gebleken dat geslacht niet van invloed is op zowel de mate van de werkelijke self-disclosure als op de eigen ingeschatte self-disclosure. Eerder onderzoek toonde aan dat vrouwen zichzelf meer uiten dan mannen (Kleman, 2008; Peter et al., 2005). Op basis van de eerder gedane onderzoeken werd verwacht dat vrouwelijke Facebook-gebruikers zich persoonlijker zouden uiten dan mannelijke Facebook-gebruikers. Dat binnen dit onderzoek geen invloed is gevonden, is te verklaren. Kleman (2008) en Peter et al. (2005) onderzochten self-disclosure aan de hand van een bepaald onderwerp. Zij onderzochten niet hoe persoonlijk deze self-disclosure was, dus de intensiteit van self-disclosure. Self-disclosure is op een andere manier gemeten, waardoor het verklaarbaar is dat de resultaten van elkaar verschillen. Geslacht is dus van invloed als er op basis van onderwerp wordt gekeken, maar in het huidige onderzoek werd er geen invloed gevonden wanneer het de mate van het delen van persoonlijke informatie betreft.

De tweede onderzoeksvraag die in dit onderzoek centraal stond was: *In hoeverre is het gebruik van een bepaald apparaat (computer, laptop, tablet of mobiele telefoon) van invloed op de mate van self-disclosure bij het plaatsen van een Facebook-bericht?* Uit de resultaten is gebleken dat het gebruik van een bepaald apparaat van invloed is op zowel de mate van de werkelijke self-disclosure als op de eigen ingeschatte self-disclosure. Er kan geconcludeerd worden dat de self-disclosure bij het gebruik van een laptop en computer lager ligt dan bij het gebruik van een mobiele telefoon. De meest voorkomende reden bij de respondenten was dat het apparaat waarmee ze het Facebook-bericht hadden geplaatst op dat moment alleen voorhanden was en ze het bericht meteen wilden plaatsen. Deze reden kwam alleen bij het gebruik van een mobiele telefoon voor. Facebook-gebruikers hadden dus niet de keuze tussen twee opties van apparaten, maar hadden wel de behoefte om de gebeurtenis met hun Facebook-vrienden te delen. Mobiele telefoons lenen zich voor 'on the go' activiteiten en worden voornamelijk onderweg gebruikt (SPOT, 2014). Misschien waren deze respondenten op het moment dat ze het Facebook-bericht wilden plaatsen niet thuis, omdat hun mobiele telefoon de enige was die ze voorhanden hadden. Mensen hebben meestal hun mobiele telefoon bij zich en hierdoor is wellicht de behoefte

groter en de drempel lager om direct iets te delen. De computer en laptop worden vooral aan de eettafel of aan het bureau gebruikt (SPOT, 2014), waardoor iemand er wellicht 'eerder voor gaat zitten' om een Facebook-bericht te posten. Dit kunnen redenen zijn geweest waardoor de mate van self-disclosure hoger was bij het gebruik van de mobiele telefoon.

Verder is uit de resultaten gebleken dat de manier van typen niet van invloed is op zowel de mate van de werkelijke self-disclosure als op de eigen ingeschatte self-disclosure. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat de manier van typen en het gebruik van een bepaald apparaat als losse componenten gezien moeten worden. Wanneer er gebruik wordt gemaakt van een bepaald apparaat kunnen er teksten ingevoerd worden met een touch screen en/of een toetsenbord. Waarschijnlijk wordt wel de afweging gemaakt om voor een bepaald apparaat te kiezen, maar speelt de keuze voor een touch screen of een toetsenbord daarbij geen rol.

Tevens hebben de resultaten aangetoond dat de aanwezigheid van anderen niet van invloed is op de mate van de eigen ingeschatte self-disclosure, maar wel op mate van de werkelijke self-disclosure. Wanneer een Facebook-gebruiker in de aanwezigheid van anderen is, heeft dit invloed op de mate van de werkelijke self-disclosure. De werkelijke self-disclosure bij de Facebook-gebruiker was hoger wanneer er andere mensen aanwezig waren dan wanneer deze alleen was. Eerder onderzoek toonde aan dat de aanwezigheid van anderen bij offline communicatie van invloed is op hoe mensen zich gedragen. Wanneer het te persoonlijk wordt, uiten mensen zich liever niet in de aanwezigheid van anderen (Dahl et al., 2001). Het huidige onderzoek vond hiervoor geen bevestiging wat betreft het online medium Facebook. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat bij een online medium als Facebook de mensen die, op het moment wanneer de Facebook-gebruiker het bericht plaatst, in dezelfde ruimte zijn niet kunnen zien wat er door de Facebook-gebruiker wordt gepost op Facebook. De aanwezigen worden derhalve niet meegenomen in het proces van de zelfuiting, waardoor de Facebook-gebruiker het gevoel heeft alleen te zijn. Bij het onderzoek van Dahl et al. (2001) kan de omgeving zien wat er precies gebeurt, waardoor dit wel invloed heeft op de uiting die gedaan wordt. Dat de self-disclosure hoger is wanneer er anderen aanwezig zijn dan wanneer de Facebook-gebruiker alleen is, kan wellicht komen doordat de post over de aanwezigen mensen gaat en deze bijvoorbeeld de vriend/vrienden van de Facebook-gebruiker zijn.

Beperkingen & Vervolgonderzoek

Het huidige onderzoek heeft een aantal beperkingen. Een beperking is dat de vragen die over de *technologie* en de *aanwezigheid van anderen* gaan, niet berusten op vragenlijsten van eerder gedane onderzoeken. Eerdere onderzoeken namen deze factoren niet mee in hun onderzoeksmethode, waardoor het niet mogelijk was om al een eerdere toegepaste vragenlijst te gebruiken. Dit komt de betrouwbaarheid van het onderzoek niet ten goede. De vragen die gesteld werden bij deze factoren zijn echter geen vragen waarbij bijvoorbeeld een sociaalwenselijk antwoord gegeven kon worden.

Een andere beperking is dat de populatie niet gelijk verdeeld was. Jongvolwassenen vormden de overheersende groep (72%). Als de populatiegroep qua leeftijd anders verdeeld was geweest, had dit andere resultaten kunnen opleveren. Jongeren gebruiken bijvoorbeeld meer hun mobiele telefoon dan ouderen (Marketingfacts, 2012). Dat de groep jongvolwassen het grootst is, is niet verrassend. Jongvolwassenen zijn het meest actief op sociale media (CBS, 2011) en de meeste respondenten kwamen uit de vriendenlijst van de onderzoekster. Tevens was de geslachtsverdeling niet gelijkmatig verdeeld binnen de respondenten. Vrouwen hadden de overhand binnen deze studie, want er namen 68 vrouwen en 27 mannen deel aan het onderzoek. Dit heeft echter verder geen consequenties gehad voor de resultaten, omdat dit gecorrigeerd is door gebruik te maken van een weegvariabele (Vocht, 2014, p. 68). Hierdoor was de invloed van beide groepen uiteindelijk hetzelfde.

Binnen deze studie is onderzocht of geslacht, technologie en de aanwezigheid van anderen van invloed zijn op de mate van self-disclosure op Facebook. Er is geen rekening gehouden met het feit dat self-disclosure op twee manieren tot uiting kan komen, namelijk via de *werkelijke ik* en de *gewenste ik* (zoals iemand gezien wilt worden door anderen) (Bargh, 2002). Het is hierdoor nog onduidelijk of de posts van Facebook-gebruikers berusten op de werkelijkheid (hoe ze zich echt voelen) of op de schijnwerkelijkheid (ze willen aan hun Facebook-vrienden laten zien hoe goed ze zich voelen, maar dit blijkt schijn). Vervolgonderzoek zou naar deze twee soorten van self-disclosure kunnen kijken. Dit zou bijvoorbeeld gemeten kunnen worden door te vragen of de uiting van het bericht weerspiegelt hoe de Facebook-gebruiker zich daadwerkelijk op dat moment voelde. Vervolgonderzoek zou op basis van deze nieuwe data wellicht kunnen bepalen welk type self-disclosure (werkelijke versus gewenste ik) voornamelijk geldt voor Facebook.

Vervolgonderzoek zou zich tevens kunnen richten op de vraag of de uitkomsten die in dit onderzoek zijn gevonden, gelden voor andere sociale media (zoals Twitter,

Instagram en Pinterest). Deze sociale media hebben een andere functie dan Facebook. Op Twitter kunnen mensen korte berichtjes plaatsen, Instagram richt zich op het posten van eigen gemaakte afbeeldingen en via Pinterest kunnen mensen vooral dezelfde interesses met elkaar delen. Het doel van deze sociale media blijft echter hetzelfde, namelijk dat de gebruikers hun persoonlijke informatie kunnen delen met andere mensen.

Wanneer Facebook-gebruikers een bericht plaatsen op hun Facebook-pagina kunnen bepaalde factoren hier invloed op uitoefenen. Binnen de huidige studie zijn de factoren geslacht, technologie en de aanwezigheid van anderen onderzocht. Deze studie heeft aangetoond dat bij het gebruik van een mobiele telefoon de mate van self-disclosure hoger is dan bij het gebruik van een laptop/computer en dat de mate van self-disclosure hoger is wanneer de Facebook-gebruiker anderen om zich heen heeft dan wanneer deze alleen is. Hiermee is een eerste stap gezet dat bepaalde factoren van invloed kunnen zijn wanneer het de mate van self-disclosure op Facebook betreft. Tevens is binnen de huidige studie self-disclosure niet gemeten op basis van onderwerp (Kleman, 2008; Peter et al., 2005) maar op basis van de mate (hoe persoonlijk) van self-disclosure, hetgeen een nieuwe toevoeging is.

Het is niet alleen belangrijk dat door deze studie duidelijk is geworden dat bepaalde factoren van invloed kunnen zijn op de mate van self-disclosure op Facebook, maar het is ook van belang om meer zicht te krijgen op en beter inzicht in sociale media in het algemeen. In de huidige samenleving wordt steeds meer gecommuniceerd via tekst en beeld, in de vorm van een statusupdate op Facebook, een WhatsApp-bericht of een tweet. De kennis over deze nieuwe media is nog niet zo groot, omdat ze vrij nieuw zijn en er hierdoor nog nauwelijks onderzoek naar is gedaan.

LITERATUUR

- Abeele, M., van den. (2013). *Facebook en privacy: een illusie. Een studie naar de invloed van privacy concern en need to belong op het delen van informatie op Facebook*. Universiteit Gent. Faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen.
- Acar, A. (2008). Antecedents and consequences of online social networking behavior: The case of Facebook. *Journal of Website Promotion*, 3, 62-83.
- Acquisti, A., & Gross, R. (2006). Imagined communities: Awareness, information sharing, and privacy on the Facebook. *Privacy Enhancing Technologies*, 4258, 36-58.
- Bargh, J. A., McKenna, K. Y. A., & Fitzsimons, G. M. (2002). Can you see the real me? Activation and Expression of the “True Self” on the Internet. *Journal of Social Issues*, 58, 33-48.
- Baron, N. S. (2008). *Always on*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Boyd, D. M. (2008). *Taken Out of Context: American Teen Sociality in Networked Publics*. California: Berkeley.
- Church, K., & Oliveira, R. de. (2013). What’s up with Whatsapp? Comparing Mobile Instant Messaging Behaviors with Traditional SMS. *In Proceedings of the 15th International Conference on Human-Computer Interaction with Mobile Devices and Services (Mobile HCI)*, 352-361.
- Dahl, D. W., Manchanda, R. V., & Argo, J. J. (2001). Embarrassment in Consumer Purchase: The Roles of Social Presence and Purchase Familiarity. *Journal of Consumer Research*, 28, 473-481.
- Deuze, M. (2011). Media life. *Media, Culture & Society*, 33, 137-148.
- Dijck, J., van. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Dominick, J. (1999). Who do you think you are? Personal home pages and self-presentation on the World Wide Web. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 76, 646-658.
- Döring, N. (2002). Personal home pages on the Web: A review of research. *Journal of Computer Mediated Communication*, 7 (3).
- Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer Mediated Communication*, 13, 210-230.

- Gaans, M. M., van. (2011). *Wat nou Social Media? Een gids door de wereld van social media en de mogelijkheden ervan voor uw bedrijf of organisatie*. Eindhoven: Coosto.
- Haferkamp, N., Eimler, S. C., Papadakis, A., & Kruck, J. (2012). Men are from Mars, Women are from Venus? Examining gender differences in self-presentation on social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior & Social Networking, 15*, 91-98.
- Hendrick, S. S. (1988). Counselor self-disclosure. *Journal of Counseling and Development, 66*, 419-424.
- Hollenbaugh, E. E., & Ferris, A. L. (2013). Facebook self-disclosure: Examining the role of traits, social cohesion and motives. *Computers in Human Behavior, 30*, 50-58
- Kleman, E. E. (2008). *Journaling for the world (wide web) to see: A conceptual model of self disclosure*. Kent State University, Chicago.
- O'Hara, K., Massimi, M., Harper, R., Rubens, S., Morris, J. (2014). Everyday dwelling with WhatsApp. *Proc. CSCW 2014, 3*, 1131-1143
- Papacharissi, Z., & Mendelson, A. (2011). Toward a new (er) sociability: uses, gratifications and social capital on Facebook. *Media perspectives for the 21st century, 212-231*.
- Peter, J., Valkenburg, P. M., & Schouten, A. P. (2005). Developing a model of adolescent friendship formation on the internet. *Cyberpsychology & Behavior, 8*, 423-430.
- Sheldon, P. (2008). The relationship between unwillingness to communicate and students' Facebook use. *Journal of Media Psychology, 20*, 67-75.
- Sheldon, P. (2013). Examining Gender Differences in Self-disclosure on Facebook Versus Face-to-Face. *Journal of Social Media in Society, 2*, 88-104.
- Souza, Z., de., & Dick, G. N. (2009). Disclosure of information by children in social networking – Not just a case of “you show me yours and I’ll show you mine”. *International Journal of Information Management, 29*, 255-261.
- Turkle, S. (2012). Always-on/always-on-you: The tethered self. *Handbook of Mobile Communication and Social Change*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Utz, S. (2010). Show me your friends and I will tell you what type of person you are: How one's profile, number of friends, and type of friends influence impression formation on social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication, 15*, 314-335.

Vocht, A., de. (2014). *Basishandboek SPSS 22: IBM SPSS Statistics*. Utrecht: Bijleveld Press.

Wilson, R. E., Gosling, S. D., & Graham, L. T. (2012). A review of Facebook research in the social sciences. *Perspectives on Psychological Science*, 7(3), 203-220.

Websites

CBS. (2011). *Nederlandse jongeren zeer actief op sociale netwerken*. Geraadpleegd via <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/vrije-tijd-cultuur/publicaties/artikelen/archief/2011/2011-3296-wm.htm> op 01 april 2015.

Frankwatching. (2015). *Mannen vs. vrouwen: wie is online actiever?*. Geraadpleegd via <http://www.frankwatching.com/archive/2015/02/06/mannen-vs-vrouwen-wie-is-online-actiever-infographic/> op 10 maart 2015.

Grotaarts, L. (2015). *Nederlanders kiezen WhatsApp boven Facebook*. Geraadpleegd via <http://www.icreatemagazine.nl/nieuws/nederlanders-verkiezen-whatsapp-boven-facebook/> op 18 februari 2016.

Marketingfacts. (2012). *What's happening online: Hoe gebruiken Nederlanders mobiel, social media en e-commerce?*. Geraadpleegd via <http://www.marketingfacts.nl/berichten/slechte-mobiele-performance-schaadt-bedrijven> op 26 juni 2015.

NCOI. (2015). *5 technologische trends die zakelijk Nederland in 2015 veranderen*. Geraadpleegd via <http://www.ncoi.nl/Blog/5-technologische-trends-die-zakelijk-Nederland-in-2015-veranderen.html> op 11 januari 2016.

NRC. (2014). *Facebook past privacyvoorwaarden aan: diensten gaan gegevens delen*. Geraadpleegd via <http://www.nrc.nl/nieuws/2014/11/14/facebook-past-privacyvoorwaarden-aan-diensten-gaan-gegevens-delen/> op 26 juni 2015.

Oosterveer, D. (2015). *Het mobiel gebruik in Nederland: de cijfers*. Geraadpleegd via <http://www.marketingfacts.nl/berichten/het-mobiel-gebruik-in-nederland-de-cijfers> op 10 januari 2016.

Rice, W. (2013). *Smile! You are on Facebook...* Geraadpleegd via <http://www.marketingfacts.nl/berichten/smile-youre-on-facebook> op 26 februari 2016.

SPOT. (2014). *Trends in Digitale Media*. Geraadpleegd via <http://www.marketingfacts.nl/research/detail/trends-in-digitale-media-2014> op 11 januari 2016.

- Stentor, de. (2014). *Positieve berichten krijgen meer aandacht op Facebook*. Geraadpleegd via <http://www.destentor.nl/algemeen/multimedia/positieve-berichten-krijgen-meer-aandacht-op-facebook-1.4266179> op 18 augustus 2014.
- Trouw. (2013). *Facebook is meest populaire app*. Geraadpleegd via <http://www.trouw.nl/tr/nl/4324/Nieuws/article/detail/3556458/2013/12/04/Facebook-is-meest-populaire-app.dhtml> op 10 maart 2015.
- Turpijn, L., Kneefel, S., & Veer, N., van der. (2015). *Nationale Social Media Onderzoek 2015*. Geraadpleegd via <http://docplayer.nl/327720-Nationale-social-media-onderzoek-2015.html> op 11 januari 2016.

BIJLAGE 1 – VOORBEELDEN VAN GEPLAATSTE FACEBOOK-BERICHTEN

Hieronder staan enkele voorbeelden van geplaatste Facebook-berichten van enkele respondenten.

Afbeelding 1. Voorbeeld van een Facebook-bericht waarin mensen zijn getagged



Afbeelding 2. Voorbeeld van een Facebook-bericht met een foto



Afbeelding 3.

Voorbeeld van een standaard Facebook-bericht



BIJLAGE 2 – ENQUETE

Beste ... (naam persoon van het Facebook-bericht),

Ik wil je enkele vragen stellen over Facebook.

Ik doe dit onderzoek in het kader van mijn masterscriptie voor de master Nieuwe Media, Taal en Communicatie aan de Radboud Universiteit te Nijmegen.

De vragen zullen betrekking hebben op een Facebook-bericht dat je recent hebt geplaatst en over jouw Facebookgedrag. Er wordt gevraagd naar jouw mening. Dit betekent dat er geen goed en geen fout antwoord is.

De antwoorden worden geheel anoniem behandeld en gerapporteerd.

Dit telefoongesprek, en daarmee het doorlopen van de vragenlijst, zal ongeveer 5 minuten duren.

Ben je bereid mee te werken aan het onderzoek?

(Zo ja, dan beginnen met de vragenlijst).

Je hebt recent het volgende bericht gepost.

Het bericht waar het over gaat voorlezen

De volgende vragen gaan specifiek over dit bericht:

1. Welk apparaat gebruikte je toen je het Facebook-bericht plaatste?
 - Computer
 - Laptop
 - Tablet
 - Mobiele telefoon
- 2.1 Was er een specifieke reden waarom je juist dit apparaat gebruikte?
 - Nee (door naar vraag 3)
 - Ja (vraag 2.2)
- 2.2 Wat was deze specifieke reden? *(Eerst zelf antwoord laten geven, indien nodig antwoordcategorieën geven)*
 - Ik gebruik dit apparaat het vaakst
 - Gemak/Was het dichtstbij
 - Anders, nl:
3. Maakte je gebruik van een touch screen of een toetsenbord je toen je het Facebook-bericht plaatste?
 - Touch screen
 - Toetsenbord
4. 1 Waren er andere personen aanwezig in dezelfde ruimte/jouw omgeving toen je het Facebook-bericht plaatste, en zo ja hoeveel anderen?
(7puntsschaal, 1 = Alleen, 7 = heel veel anderen)

Alleen 1 2 3 4 5 6 7 Heel veel anderen

Door naar 5 als de persoon wel alleen was en door naar 4.2 als de persoon niet alleen was.

4.2 Wat is je relatie tot deze persoon/personen?

- Familie
- Mijn vriend/vriendin
- Vrienden/vriendinnen
- Kennissen
- Vreemden
- Anders, nl:.....

5. In hoeverre vind je het geplaatste Facebook-bericht persoonlijk van aard?
(7puntsschaal, 1 = Heel onpersoonlijk, 7 = Heel persoonlijk)

Heel onpersoonlijk 1 2 3 4 5 6 7 Heel persoonlijk

Dit waren de vragen die over het geplaatste Facebook-bericht gingen, dan nu nog enkele vragen over jouw Facebookgedrag.

6. Hoe lang heb je al een Facebook-account?

- Minder dan 6 maanden
- Tussen de 6 maanden en een jaar
- Tussen de één en twee jaar
- Tussen de twee en drie jaar
- Drie jaar of langer
- Weet ik niet

7. Hoeveel tijd spendeer je ongeveer op Facebook?

- Minder dan één keer per week
- Eén keer per week
- Meerdere keren per week
- Dagelijks
- Meerdere keren per dag

8. In welke mate vind jezelf dat je persoonlijke informatie op Facebook weergeeft?
(7puntsschaal, 1 = Helemaal niet, 7 = Zeer veel)

Helemaal niet 1 2 3 4 5 6 7 Zeer veel

9. Wie kan jouw profiel zien?

- Openbaar: Al mijn netwerken en vrienden
- Sommige netwerken en vrienden
- Enkel mijn vrienden
- Ik heb verschillende instellingen voor verschillende onderdelen
- Dat weet ik niet

10. Hoeveel vrienden heb je op Facebook? *(Als participant dit niet weet, kan deze een schatting doen)*

.....

11. Gebruik je naast Facebook ook nog andere sociale media? Zo ja, welke?
(Zelf laten opnoemen en dan invullen)
- Twitter
 - Instagram
 - LinkedIn
 - Pinterest
 - Youtube
 - Flickr
 - Anders, nl:

Dan nu nog enkele vragen over je persoonsgegevens.

12. Wat is je geslacht?
- Man
 - Vrouw
13. Wat is je leeftijd?
.....
14. Wat is je hoogst behaalde diploma?
.....
15. Wat is je huidige beroep?
.....