

Heeft impulsiviteit een versterkend effect op de relatie tussen het actief  
gebruiken van sociale media en het achteraf ervaren van schaamte en spijt?

Masterthesis Jeugdstudies  
Algemene Sociale Wetenschappen, Universiteit Utrecht

Student: Anouk Rösken  
Studentnummer: 4253124  
Begeleidend docent: Dr. R. J. J. M. van den Eijnden  
Datum: Juni 2015

## **Voorwoord**

Dit onderzoek is verricht in het kader van de master Jeugdstudies aan de Universiteit Utrecht. Graag zou ik van de gelegenheid gebruik maken om verschillende personen te bedanken. Allereerst wil ik Regina van den Eijnden bedanken. Zij heeft ons de mogelijkheid gegeven om zelf data te verzamelen voor dit onderzoek. Daarnaast wil ik haar bedanken voor haar enthousiasme, goede begeleiding en duidelijke feedback. Tevens bedank ik de directie van het Kandinsky Molenhoek, Kandinsky Hatertseweg, Nijmeegse Scholengemeenschap Groenewoud en het Christelijk VMBO Harderwijk locatie Focus voor het bieden van de mogelijkheid om data te verzamelen bij de leerlingen uit klas 1 en 2. Daarnaast wil ik de leerlingen en leerkrachten bedanken voor hun medewerking en inzet. Ook wil ik Jolien van Es, Linde de Kleijn en Larissa Willemse bedanken voor de statistiekmiddagen, feedback en nodige steun. Tot slot wil ik Julien Oltra bedanken voor het meedenken, de kritische blik en het geven van vertrouwen in het uitvoeren en schrijven van het onderzoek.

### **Samenvatting**

Adolescenten maken intensief gebruik van sociale media, maar er is weinig bekend over de relatie tussen het ‘posten’ van berichtjes, foto’s en filmpjes op sociale netwerksites en het achteraf ervaren van gevoelens van schaamte en spijt. Het huidige onderzoek toetst in hoeverre het actief gebruiken van sociale media samenhangt met gevoelens van schaamte en spijt en of dit verband sterker is voor impulsieve adolescenten. Tevens wordt nagegaan of impulsiviteit samenhangt met het actief gebruiken van sociale media. In totaal hebben 701 Nederlandse adolescenten in de leeftijd van twaalf tot en met vijftien jaar tijdens schooltijd een online vragenlijst ingevuld. De resultaten van het onderzoek suggereren dat adolescenten die meer actief gebruik maken van sociale media, meer schaamte en spijt ervaren op sociale media, dan adolescenten die minder actief zijn. Daarnaast blijkt dat adolescenten met een hoge mate van impulsiviteit meer actief gebruik maken van sociale media en meer kans hebben om achteraf schaamte en spijt te ervaren bij het actieve gebruik, dan adolescenten met een lage mate van impulsiviteit. De mate van impulsiviteit blijkt niet van invloed te zijn op het verband tussen het actief gebruiken van sociale media en het achteraf ervaren van schaamte en spijt. Geconcludeerd kan worden dat de mate van impulsiviteit een belangrijke voorspeller is van het actief gebruiken van sociale media en tevens van het ervaren van schaamte en spijt na actief gebruik.

*Keywords:* social media, active use, impulsivity, sensation seeking, social network sites, Facebook, Twitter, Instagram, regret, shame.

## Introductie

De afgelopen decennia zijn media ingrijpend veranderd (Nikkelen, Valkenburg, Huizinga, & Bushman, 2014). Waar eerst sprake was van radio en televisie, kan niemand zich nu nog een wereld voorstellen zonder internet en sociale media. In 2014 blijkt de populariteit van sociale netwerksites in Nederland nog steeds toe te nemen (Boekee, Engels, & van der Veer, 2014). Uit onderzoek blijkt dat 99% van de adolescenten gebruik maakt van sociale media en gemiddeld op vier verschillende sociale netwerksites te vinden zijn (Boekee et al., 2014). Sociale media is de term voor online diensten waarvan gebruikers de inhoud bepalen en verspreiden. Gebruikers interacteren met elkaar door informatie, ervaringen en kennis te delen. Zij maken hierbij gebruik van tekst, afbeeldingen en video's (Heerschap & van Velzen, 2011). Sociale media gebruik kan worden onderverdeeld in passief en actief gebruik. Bij passief gebruik plaatst een individu weinig tot geen berichtjes, foto's of filmpjes op sociale netwerksites. Er wordt vooral gekeken naar wat anderen uploaden. Bij het actief gebruiken van sociale media plaatst een individu wel berichtjes, foto's of filmpjes (Shao, 2009).

Hoe impulsiviteit tot uiting komt bij het gebruik van sociale media is tot op heden onbekend. Verwacht wordt dat impulsieve adolescenten meer actief gebruik maken van sociale media. Een hoge mate van impulsiviteit hangt namelijk samen met de neiging om voortdurend opzoek te gaan naar directe beloningen (Gray in Carver & White, 1994). Deze directe beloningen zijn op sociale media eenvoudig te verkrijgen, bijvoorbeeld door het ontvangen van reacties en 'likes' van anderen. In de offline-wereld is impulsiviteit te herkennen aan acties die slecht zijn doordacht, het nemen van onnodige risico's en het snel uiten van (vaak ongepaste) gedachten. Dit kan leiden tot ongewenste uitkomsten en situaties, zoals afwijzing en pesten (Evdenden, 1999). Wanneer deze ongewenste uitkomsten zich voordoen in de online-wereld zou dit kunnen leiden tot het ervaren van schaamte en spijt.

In dit onderzoek wordt getoetst of er een positieve relatie is tussen een hoge mate van impulsiviteit en het actief gebruiken van sociale media. Daarnaast zal er worden onderzocht of er een relatie is tussen het actief gebruiken van sociale media en het achteraf ervaren van schaamte en spijt. Als laatste wordt gekeken of een hoge mate van impulsiviteit een versterkend effect heeft op de relatie tussen het actief gebruiken van sociale media en het achteraf ervaren van schaamte en spijt. Voor zover bekend is de relatie tussen het actief gebruiken van sociale media en het ervaren van schaamte en spijt nog niet eerder onderzocht. Ook de mogelijke modererende rol van impulsiviteit is onbekend. Het huidige onderzoek tracht meer inzicht in deze samenhang te geven, met als uiteindelijk doel een bijdrage te

leveren aan mogelijke toekomstige interventies gericht op het voorkomen van negatieve effecten van sociale mediagebruik bij adolescenten.

### **Impulsiviteit en sociale media**

Impulsiviteit is een veel voorkomend aspect van het menselijk gedrag (Evenden, 1999; Winstanley, Eagle, & Robbins, 2006; Eysenck & Eysenck, 1977). Wat gezien wordt als geaccepteerd en niet-geaccepteerd impulsief gedrag, hangt af van culturele achtergronden en leeftijden (Evenden, 1999). Impulsiviteit staat in verband met het Behavioral Inhibition System (BIS) en het Behavioral Activation System (BAS) (Carver & White, 1994). Het BIS is verantwoordelijk voor het remmen van bepaalde neigingen van individuen. Het BAS is er verantwoordelijk voor dat individuen voortdurend op zoek gaan naar directe beloningen (Gray in Carver & White, 1994). Impulsiviteit hangt samen met de neiging om voortdurend op zoek te gaan naar directe beloningen, terwijl het remmen van deze neiging ontbreekt.

Adolescenten zijn extra gevoelig voor het vertonen van impulsief gedrag. Bij adolescenten is de prefrontale cortex namelijk in ontwikkeling wat ervoor zorgt dat zij moeilijk rationele afwegingen kunnen maken (Crone, 2008). De nucleus accumbens (ook wel het beloningscentrum van de hersenen genoemd) neemt hierdoor de overhand. Dit maakt adolescenten gevoelig voor (mogelijke) directe beloningen (Crone, 2008; Van Leijenhorst, Zanolie, Van Meel, Westenberg, Rombouts, & Crone, 2010). Aan het gebruik van sociale media kunnen adolescenten direct plezier ervaren. Sociale media werken namelijk in hoge mate belonend doordat gebruikers reacties ontvangen van anderen (Smith, 2009). Omdat impulsieve adolescenten een relatief sterke neiging hebben om op zoek te gaan naar beloningen, posten zij mogelijk meer berichtjes, foto's en filmpjes op sociale media, dan adolescenten met een lage mate van impulsiviteit. De verwachting bestaat dus dat de mate van impulsiviteit het actieve gebruik van sociale media kan voorspellen.

Er zijn voor zover bekend geen onderzoeken die zich richten op impulsiviteit en het actief gebruiken van sociale media. Wel zijn er onderzoeken die zich richten op impulsiviteit en televisie kijken of gamen. Deze onderzoeken laten echter inconsistente bevindingen zien. Zo hebben Anderson, Levin en Lorch (1977) onderzocht dat er op de korte termijn geen verband is tussen de mate van impulsiviteit bij kinderen en televisie kijken. In dit onderzoek is echter gebruik gemaakt van een kleine steekproef wat mogelijk de uitkomsten heeft beïnvloed. Gentile, Swing, Lim en Khoo (2012) vinden in hun longitudinale onderzoek wel een positief verband tussen de mate van impulsiviteit en gamen. Dit betekent dat adolescenten met een hoge mate van impulsiviteit meer lijken te gamen. Andere onderzoeken met een

cross-sectioneel design hebben tevens een positief verband gevonden tussen impulsief gedrag bij adolescenten en de mate van televisie kijken (Acevedo-Polakovich, Lorch & Milich, 2007; Lin & Lepper, 2006).

Voor zover bekend is dit de eerste studie die zich richt op de vraag of adolescenten met een hoge mate van impulsiviteit meer actief gebruik maken van sociale media.

H1: Er bestaat een positief verband tussen een hoge mate van impulsiviteit en het actief gebruiken van sociale media.

### **Sociale media en schaamte**

Schaamte wordt overwegend gezien als een negatieve zelfbewuste emotie die het gehele zelf van een individu beïnvloedt (Tangney & Dearing, 2002). Schaamte ontstaat als een individu een dreigende afwijzing probeert af te wenden maar geen uitleg, excuus of herstel meer kan vinden. Het gevolg hiervan is bewegingsloosheid en blozen, samen met het idee dat de afwijzing terecht is (Terwijn, 2013). Door het tonen van schaamte probeert het individu onbewust te voorkomen dat hij wordt afgewezen of in de steek wordt gelaten (Lavender, 2007). Schaamte behoort samen met schuld, afgunst en trots tot de zelfbewuste emoties die centraal staan bij sociale relaties, interacties en oordelen (Barrett, 1995; Tracy & Robins, 2014; Lavender, 2007). Het ervaren van schaamte is een emotie die kan ontstaan bij het actief gebruiken van sociale media, aangezien hierbij sprake is van interactie met verschillende sociale relaties.

Het huidige onderzoek toetst of er een verband is tussen het actief gebruiken van sociale media en het ervaren van schaamte na het posten van informatie op sociale media. Hoe schaamte samenhangt met het actief gebruiken van sociale media is tot op heden niet onderzocht. Verondersteld wordt dat adolescenten die zelf actief berichtjes, foto's en filmpjes op sociale netwerksites plaatsen vaker schaamte ervaren van hun sociale media gebruik dan adolescenten die dit weinig doen. Deze schaamte kan ontstaan doordat de adolescent pas later beseft wat de (mogelijke) gevolgen zijn van hetgeen dat hij/zij op sociale media heeft geplaatst. Tevens kunnen online contacten negatief reageren, wat gevoelens van schaamte op kan roepen.

H2: Hoe actiever adolescenten gebruik maken van sociale media, hoe groter de kans dat een adolescent achteraf schaamte zal ervaren van het posten van berichtjes, foto's en filmpjes.

## Sociale media en spijt

Spijt is een negatieve en op cognitie gebaseerde emotie die een individu ervaart wanneer gerealiseerd of ingebeeld wordt dat de huidige situatie waarin hij/zij zich bevindt, anders of misschien wel beter zou zijn geweest wanneer een andere beslissing was genomen (Zeelenberg, 1999; Loomes & Sugden, 1982; Bell, 1982). Spijt is een complexe emotie die wordt beïnvloed door cultuur en moraal (Zeelenberg & Pieters, 2007). Dit zorgt ervoor dat spijt zich relatief laat in de kindertijd ontwikkelt (Guttentag & Ferrell, 2004). De Regret Theory (Loomes & Sugden, 1982; Bell, 1982) beschrijft dat spijt een individu op twee manieren kan beïnvloeden. In eerste instantie kan spijt een individu beïnvloeden voorafgaand aan een keuze. Het individu heeft dan al eerder spijt ervaren in een soortgelijke situatie. Deze herkenning zal de kans op spijt minimaliseren, omdat geanticiperde spijt van invloed is op de beslissing die het individu neemt. Ten tweede kan spijt optreden wanneer een situatie zich heeft voor gedaan. Dit kan ervoor zorgen dat een individu het gevoel krijgt de gemaakte keuze achteraf te willen terugdraaien of veranderen (Gilovich & Medvec, 1995). Het huidige onderzoek richt zich op het laatst genoemde, het achteraf ervaren van spijt.

Hoe spijt samenhangt met het actief gebruiken van sociale media, is tot op heden zelden onderzocht. De onderzoekers Wang et al. (2011) identificeren wel verschillende oorzaken waarom sociale media gebruikers soms berichten posten waarover ze later spijt hebben. Ze denken bijvoorbeeld niet na over de reden om te posten of de consequenties van de post, daarnaast kunnen zij niet voorzien hoe de berichten worden waargenomen door anderen. Als gevolg hiervan kunnen ruzies ontstaan en dreigen individuen hun relaties of zelfs hun baan te verliezen, wat kan leiden tot het ervaren van spijt (Wang et al., 2011).

Er wordt in dit onderzoek nagegaan of er een verband is tussen het actief gebruiken van sociale media en het ervaren van spijt na het posten van informatie op sociale media. De verwachting is dat adolescenten die zelf actief berichtjes, foto's en filmpjes op sociale netwerksites plaatsen vaker spijt ervaren van hun sociale media gebruik dan adolescenten die dit weinig doen. Deze spijt kan ontstaan doordat er negatieve reacties van online contacten komen (Valkenburg, Peter & Schouten, 2006). Tevens kan het gevoel van spijt opkomen doordat de adolescent pas later beseft wat de (mogelijke) gevolgen zijn van hetgeen hij/zij heeft geplaatst op sociale media.

H3: Hoe actiever adolescenten gebruik maken van sociale media, hoe groter de kans dat een adolescent achteraf spijt zal ervaren van het posten van berichtjes, foto's en filmpjes.

### **Impulsiviteit als moderator**

Het huidige onderzoek bekijkt tot slot of een hoge mate van impulsiviteit een versterkend effect heeft op de relatie tussen het actief gebruiken van sociale media en het achteraf ervaren van schaamte en spijt. Het al eerder hebben ervaren van schaamte en spijt bij sociale media gebruik kan ervoor zorgen dat een individu in de toekomst beter nadenkt over wat hij/zij post op sociale media, om te voorkomen dat hij/zij opnieuw schaamte en/of spijt zal ervaren. In het huidige onderzoek wordt dit ook wel het ‘leereffect’ genoemd. Als er sprake is van een zogenaamd ‘leereffect’ zal het ervaren van schaamte en spijt bij sociale media gebruik in de toekomst een beschermend effect hebben. Echter, wanneer een adolescent een hoge mate van impulsiviteit vertoont, wordt verwacht dat er verminderd sprake zal zijn van dit ‘leereffect’. Individuen met een hoge mate van impulsiviteit zullen waarschijnlijk eerst handelen voordat zij nadenken. Impulsieve adolescenten lijken namelijk niet goed in staat te zijn om hun gedachten van dat moment, directe behoeften en impulsen te onderdrukken. Het ontbreekt hen aan innerlijke controle; een remfunctie die het gedrag regelt (Balans, 2012). Mogelijk nemen impulsieve adolescenten de consequenties van eerder gedrag niet mee in hun beslissing omdat ze bezig zijn de behoeften van dat moment te vervullen, waardoor vaker schaamte en spijt zal worden ervaren.

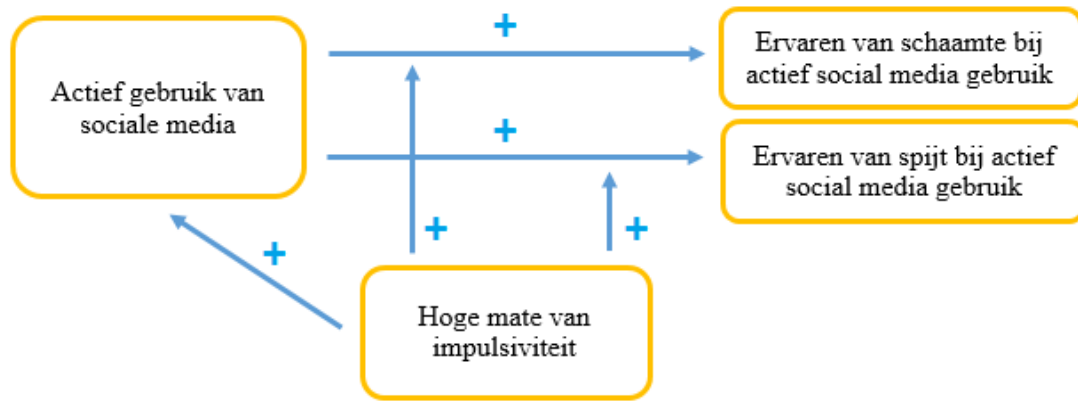
H4: Een hoge mate van impulsiviteit versterkt het verband tussen het actief gebruiken van sociale media en het achteraf ervaren van *schaamte* bij het actief gebruiken van sociale media.

H5: Een hoge mate van impulsiviteit versterkt het verband tussen het actief gebruiken van sociale media en het achteraf ervaren van *spijt* bij het actief gebruiken van sociale media.

### **Huidige studie**

In dit cross-sectionele onderzoek zal getoetst worden of er een positieve relatie is tussen een hoge mate van impulsiviteit en het actief gebruiken van sociale media. Ten tweede wordt onderzocht of er sprake is van een relatie tussen het actief gebruiken van sociale media en het achteraf ervaren van schaamte en spijt bij het actieve gebruik. Tot slot zal worden getoetst of een hoge mate van impulsiviteit een modererend effect heeft op de relatie tussen het actief gebruiken van sociale media en het achteraf ervaren van schaamte en spijt bij het actieve gebruik (Figuur 1).





Figuur 1. Model met verbanden tussen actief gebruik sociale media, schaamte, spijt en impulsiviteit

## Methodie

### Respondenten en procedure

Het huidige onderzoek bestaat uit een steekproef van 701 Nederlandse adolescenten (51% jongens en 49% meisjes) in de leeftijd van twaalf tot en met vijftien jaar. De participanten zijn geworven op meerdere middelbare scholen in de provincie Gelderland. Aan het onderzoek doen 143 leerlingen mee met een laag opleidingsniveau (VMBO basis, kader of gemengde leerweg), 294 leerlingen met een gemiddeld opleidingsniveau (VMBO theoretische leerweg en VMBO-HAVO) en 264 leerlingen met een hoog opleidingsniveau (HAVO, HAVO-VWO en VWO). Ruim 80% van de respondenten heeft een Nederlandse etniciteit. Er is gekozen om 48 respondenten niet mee te nemen in de analyses. Zij hebben namelijk aangegeven geen gebruik te maken van sociale media. Daarnaast zijn er twee respondenten uit de dataset verwijderd wegens het ontbreken van antwoorden. Ten slotte zijn bij vier respondenten patronen ontdekt in de antwoorden. Deze antwoorden zijn gecodeerd als missende waarden, aangezien zij invloed zouden kunnen hebben op de uitkomsten. Uiteindelijk zijn 647 respondenten meegenomen in de analyses.

Het cross-sectionele onderzoek heeft één wave gemeten in februari 2015. De ouders/verzorgers van de respondenten zijn schriftelijk geïnformeerd over de deelname van hun zoon/dochter aan het onderzoek. Verzorgers konden het 'informed consent' formulier terugsturen indien zij geen toestemming gaven voor deelname.

De deelnemende scholen hebben computers beschikbaar gesteld zodat de digitale enquêtes afgenomen konden worden. Twee onderzoeksassistenten waren aanwezig bij het afnemen van de enquêtes en hebben voorafgaand een korte instructie gegeven. Om privacy te

waarborgen is niet naar persoonsgegevens gevraagd en zijn de vragenlijsten niet toegankelijk gesteld voor derden.

### Meetinstrumenten

Om het actieve gebruik van sociale media te meten hebben de onderzoekers zelf drie items opgesteld. Dit vanwege het ontbreken van geschikte instrumenten om dit concept te meten. De items zijn: ‘Hoe vaak per week zet je zelf een berichtje, foto of filmpje op sociale netwerksites?’, ‘Hoe vaak per week like je berichten, foto’s of filmpjes van anderen op sociale netwerksites?’ en ‘Hoe vaak per week reageer je op (of deel je) berichten, foto’s of filmpjes van anderen op sociale netwerksites?’ Er is gebruik gemaakt van een 7-punts Likert schaal, lopend van 1-2 keer per week tot en met meer dan 40 keer per week, waarbij een hoge score gerelateerd is aan een hogere mate van het actief gebruiken van sociale media. De interne consistentie van deze schaal is goed ( $\alpha=.73$ ).

Om het achteraf ervaren van schaamte bij het actieve gebruik van sociale media te meten hebben de onderzoekers zelf twee items opgesteld. Dit vanwege het ontbreken van geschikte instrumenten om dit concept te meten. De items zijn: ‘Schaam jij je wel eens voor een berichtje, foto of filmpje dat je zelf hebt geplaatst?’ en ‘Schaam jij je wel eens voor een reactie die je hebt gegeven op een berichtje, foto of filmpje van een ander?’ Er is gebruik gemaakt van een 5-punts Likert schaal, lopend van nooit tot en met heel vaak. De interne consistentie van de schaal is acceptabel ( $\alpha=.65$ ).

Om het achteraf ervaren van spijt bij het actieve gebruik van sociale media te meten hebben de onderzoekers tevens twee items opgesteld. Dit vanwege het ontbreken van geschikte instrumenten om dit concept te meten. De vragen werden beantwoord met een 5-punts Likert schaal, lopend van nooit tot en met heel vaak. De items zijn: ‘Heb je wel eens spijt van een berichtje, foto of filmpje dat je zelf hebt geplaatst?’ en ‘Heb je wel eens spijt van een reactie die je hebt gegeven op een berichtje, foto of filmpje van een ander?’ De interne consistentie van de schaal is acceptabel ( $\alpha=.64$ ).

Om impulsiviteit te meten is er gebruik gemaakt van ‘AVL-scale’ die zich richt op impulsiviteit, aandachtsproblemen en hyperactiviteit (Scholte & van der Ploeg, 2010). Deze schaal bevat zes items gericht op impulsiviteit. Voorbeelden van de items zijn: ‘Ik heb moeite om op mijn beurt te wachten.’ en ‘Ik gooi het antwoord eruit voordat de vraag is afgemaakt.’ Er wordt gebruik gemaakt van een 5-punts Likert schaal. Bij alle items is een hoge score gerelateerd aan een hoge mate van impulsiviteit. De interne consistentie van de schaal is goed ( $\alpha=.79$ ).

## Data-analyse

Voorafgaande aan de daadwerkelijke analyses zijn betrouwbaarheidsanalyses uitgevoerd, om de interne consistentie van de meetinstrumenten te achterhalen. Daarnaast zijn er independent sample t-tests uitgevoerd om demografische verschillen (geslacht, leeftijd, opleidingsniveau en etniciteit) in de afhankelijke variabelen (achteraf ervaren van schaamte en spijt) en onafhankelijke variabelen (het actief gebruiken van sociale media en mate van impulsiviteit) op te sporen. Tevens is de samenhang van bovenstaande variabelen bekeken aan de hand van Spearman of Pearson correlaties.

De controlevariabelen (geslacht, leeftijd, opleidingsniveau en etniciteit) zijn omgezet in dummy variabelen (opleidingsniveau laag= VMBO basis t/m VMBO-HAVO en hoog= HAVO t/m VWO; leeftijd jong= 12 t/m 13 en oud= 14 t/m 15). Tevens zijn voorafgaand aan de lineaire- en logistische regressies de bijbehorende assumpties gecontroleerd. Bij drie variabelen werd de assumptie voor normaliteit geschonden. De scores van schaamte en spijt bij het actief gebruiken van sociale media bleken namelijk zeer scheef verdeeld. Deze variabelen zijn daarom gedichotomiseerd. Ook is ervoor gekozen om de variabele impulsiviteit te transformeren gezien de scheve verdeling. Daarvoor is een logaritmische transformatie gebruikt zodat de waarden normaler verdeeld zijn.

Met een lineaire regressie is vervolgens onderzocht of er samenhang is tussen de mate van impulsiviteit en het actief gebruiken van sociale media (hypothese één). Bij de eerste stap van de lineaire regressie zijn de controlevariabelen meegenomen. Bij de tweede stap is tevens de mate van impulsiviteit meegenomen als voorspeller voor het actief gebruiken van sociale media.

Het interactie-effect is getoetst met behulp van een logistische regressie welke twee keer is uitgevoerd. Bij de eerste logistische regressie is allereerst onderzocht of er een direct verband is tussen het actief gebruiken van sociale media en het achteraf ervaren van schaamte (hypothese twee). Daarna is onderzocht welk effect impulsiviteit heeft op de relatie tussen het actief gebruiken van sociale media en het achteraf ervaren van schaamte (hypothese vier). Bij de tweede logistische regressie is allereerst onderzocht of er een direct verband is tussen het actief gebruiken van sociale media en het achteraf ervaren van spijt (hypothese drie). Daarna is onderzocht welk effect impulsiviteit heeft op de relatie tussen het actief gebruiken van sociale media en het achteraf ervaren van spijt (hypothese vijf). Bij de eerste stap van de logistische regressies zijn de controlevariabelen meegenomen. Bij de tweede stap zijn het actief gebruiken van sociale media en de mate van impulsiviteit meegenomen als voorspellers voor het achteraf ervaren van schaamte en spijt. Tot slot is bij de derde stap het interactie-

effect toegevoegd. Gezien het feit dat er gewerkt werd met interactietermen, zijn ten behoeve van de derde stap de onafhankelijke variabelen omgezet in gecentreerde variabelen en is hier vervolgens het product van berekend.

## Resultaten

In Tabel 1 is de beschrijvende statistiek weergegeven van het achteraf ervaren van schaamte en spijt bij het actief gebruiken van sociale media. Uit deze tabel blijkt dat bijna de helft van de adolescenten heeft aangegeven wel eens schaamte te ervaren bij het actief gebruiken van sociale media. Bij het ervaren van spijt ligt dit percentage hoger. De meerderheid van de adolescenten geeft aan wel eens spijt te ervaren bij het actief gebruiken van sociale media. Ten slotte ervaren meisjes vaker schaamte en spijt dan jongens.

Tabel 1

*Beschrijvende statistiek van schaamte en spijt*

	<i>N</i>	<i>Meisje</i>	<i>Jongen</i>
<b>Schaamte bij het actief gebruiken van sociale media</b>	647	312	335
Wel schaamte	280 (43%)	149 (48%)	131 (39%)
Geen schaamte	367 (57%)	163 (52%)	204 (61%)
<b>Spijt bij het actief gebruiken van sociale media</b>	647	312	335
Wel spijt	376 (58%)	196 (63%)	180 (54%)
Geen spijt	271 (42%)	116 (37%)	155 (46%)

In Tabel 2 is de beschrijvende statistiek van de controlevariabelen, de afhankelijke variabelen (achteraf ervaren van schaamte en spijt) en onafhankelijke variabelen (het actief gebruiken van sociale media en mate van impulsiviteit) weergegeven. Er blijkt een significant geslachtsverschil te zijn in het achteraf ervaren van schaamte,  $t(640) = -2.22$ ,  $p = .03$  en het achteraf ervaren van spijt,  $t(644) = -2.35$ ,  $p = .02$ . Ook is er een geslachtsverschil in het actief gebruiken van sociale media,  $t(697) = -3.91$ ,  $p < .001$ . Meisjes ervaren na actief gebruik meer schaamte en spijt dan jongens, en tevens maken zij meer actief gebruik van sociale media. Ten slotte blijkt er ook een geslachtsverschil te zijn in de mate van impulsiviteit,  $t(694) = 2.30$ ,  $p = .02$ . Jongens scoren gemiddeld hoger op de mate van impulsiviteit dan meisjes.

Er is een significant opleidingsverschil in het actief gebruiken van sociale media,  $t(697) = 3.01$ ,  $p = .003$  en de mate van impulsiviteit,  $t(694) = 2.96$ ,  $p = .003$ . Adolescenten met een lager opleidingsniveau zijn in vergelijking met adolescenten met een hoger

opleidingsniveau meer actief op sociale media en laten een hogere mate van impulsiviteit zien. Tot slot is er een significant leeftijdsverschil in het achteraf ervaren van spijt,  $t(222)=2.00, p=.046$ . Adolescenten in de leeftijd van 12 tot en met 13 jaar geven aan meer spijt te ervaren bij het actief gebruiken van sociale media dan adolescenten van 14 tot en met 15 jaar.

Tabel 2

Beschrijvende statistiek van de variabelen

	Schaamte		Spijt		ASM		IMP	
	M (SD)	t	M (SD)	t	M (SD)	t	M (SD)	t
<b>Geslacht</b>		-2.22*		-2.35*		-3.91**		2.30*
Jongen	.39 (.49)		.54 (.50)		-.14 (1.00)		.08 (.99)	
Meisje	.48 (.50)		.63 (.48)		.15 (.97)		-.09 (1.00)	
<b>Etniciteit</b>		-.46		-.71		-.86		-.66
Allochtoon	.41 (.49)		.56 (.50)		-.07 (1.03)		-.05 (1.00)	
Autochtoon	.44 (.50)		.59 (.49)		.02 (.99)		.01 (1.00)	
<b>Opleidingsniveau</b>		1.80		1.06		3.01*		2.96*
Laag	.46 (.50)		.60 (.49)		.09 (1.00)		.09 (1.02)	
Hoog	.39 (.49)		.55 (.50)		-.15 (.99)		-.14 (.96)	
<b>Leeftijd</b>		1.05		2.00*		-.47		-1.21
12 t/m 13 jaar	.44 (.50)		.60 (.49)		-.01 (1.01)		-.02 (1.03)	
14 t/m 15 jaar	.39 (.49)		.51 (.50)		.03 (.98)		.08 (.90)	

Noot. ASM= Actief sociale media gebruik, IMP= Mate van impulsiviteit, SD= Standaarddeviatie.

\* $p < .05$ , \*\* $p < .001$

Tabel 3 laat de correlaties zien tussen de afhankelijke- en onafhankelijke variabelen en de controlevariabelen. Er blijkt een positieve correlatie te zijn tussen de mate van impulsiviteit en het actief gebruiken van sociale media,  $r(696)=.27, p < .001$ . Hieruit blijkt dat adolescenten met een hogere mate van impulsiviteit meer actief gebruik maken van sociale media. Daarnaast is er sprake van een kleine positieve correlatie tussen het actief gebruiken van sociale media en het achteraf ervaren van spijt,  $r_s = .13, p < .001$ . Tevens is er sprake van een kleine positieve correlatie tussen het actief gebruiken van sociale media en het achteraf ervaren van schaamte,  $r_s = .12, p = .001$ . Dit betekent dat adolescenten die meer actief gebruik maken van sociale media, vaker achteraf spijt en schaamte zullen ervaren. Ten slotte bestaat er een positieve correlatie tussen de mate van impulsiviteit en het achteraf ervaren van spijt ( $r_s = .22, p < .001$ ) en schaamte bij het actief gebruiken van sociale media,  $r_s = .27, p < .001$ . Dit betekent dat adolescenten met een hogere mate van impulsiviteit vaker achteraf spijt en schaamte ervaren bij het actief gebruiken van sociale media.

De controlevariabelen geslacht en schoolniveau worden meegenomen in de analyses

aangezien zij correleren met ten minste twee onderzoeksvariabelen. De controlevariabelen etniciteit en leeftijd worden niet meegenomen in de analyses, aangezien er bij leeftijd sprake is van maar één significante relatie en etniciteit niet correleert met de onderzoeksvariabelen.

Tabel 3

*Correlatiematrix met onafhankelijke, afhankelijke en controlevariabelen (N=647)*

	1	2	3	4	5	6	7	8
1. Actief gebruik	<b>1.00</b>							
2. Spijt	.13**	<b>1.00</b>						
3. Schaamte	.12**	.55**	<b>1.00</b>					
4. Impulsiviteit	.27**	.22**	.27**	<b>1.00</b>				
5. Geslacht	.15**	.09*	.09*	-.09*	<b>1.00</b>			
6. Leeftijd	.01	-.08*	-.04	.04	-.09*	<b>1.00</b>		
7. Opleidingsniveau	-.11**	-.04	-.07	-.11**	.12**	-.10**	<b>1.00</b>	
8. Etniciteit	.04	.03	.02	.03	.01	-.06	.08*	<b>1.00</b>

*Noot.* De correlaties tussen actief gebruik en impulsiviteit zijn vastgesteld aan de hand van *Pearson's r*. De overige correlaties zijn berekend aan de hand van *Spearman's rho*.

\*  $p < .05$ , \*\*  $p < .001$

### Impulsiviteit als voorspeller

Met een lineaire regressie is hypothese één getoetst. Deze stelt dat adolescenten met een hogere mate van impulsiviteit meer actief gebruik maken van sociale media. Tabel 4 geeft resultaten van de lineaire regressie analyse weer.

De regressie analyse laat zien dat er een significant verband is tussen de mate van impulsiviteit en het actief gebruiken van sociale media,  $t(695) = 7.53$ ,  $p < .001$ . Adolescenten met een hogere mate van impulsiviteit maken meer actief gebruik van sociale media. Er kan geconcludeerd worden dat impulsiviteit significant samenhangt met het actief gebruiken van sociale media. Ten slotte blijken geslacht en opleidingsniveau 4% te verklaren van de variantie in het actief gebruiken van sociale media en de mate van impulsiviteit verklaart 8% van de variantie in het actief gebruiken van sociale media.

Tabel 4

*Lineaire regressie - impulsiviteit en actief gebruik van sociale media*

*N=695*

	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>	$\Delta R^2$
Geslacht	1.69	.33	.18**	.04 <sup>a</sup>
Opleidingsniveau	-.97	.35	-.10*	
Mate van impulsiviteit	9.30	1.24	.27**	.08 <sup>b</sup>

*Noot.* Afhankelijke variabele: actief gebruik van sociale media<sup>a</sup> voorspellers: geslacht en opleidingsniveau<sup>b</sup> voorspeller: mate van impulsiviteit\* $p < .05$ , \*\* $p < .001$ 

### Sociale media, schaamte en impulsiviteit

Met een logistische regressie worden hypothese twee en vier getoetst welke stellen dat: (2) de kans groter is dat een adolescent achteraf schaamte zal ervaren van het posten van berichtjes, foto's of filmpjes op sociale media, indien de adolescent actiever gebruik maakt van sociale media, en (4) een hoge mate van impulsiviteit het verband tussen het actief gebruiken van sociale media en het achteraf ervaren van schaamte bij het actieve gebruik versterkt. Tabel 5 laat de resultaten van de logistische regressie analyse zien. Het actief gebruiken van sociale media blijkt geen significante voorspeller te zijn voor het achteraf ervaren van schaamte bij het actieve gebruik ( $OR= 1.01, p=.52$ ). De mate van impulsiviteit is daarentegen wel een significante voorspeller voor het achteraf ervaren van schaamte bij het actieve gebruik ( $OR= 67.06, p < .001$ ). Hoe hoger de mate van impulsiviteit, des te groter de kans op het achteraf ervaren van schaamte bij het actief gebruiken van sociale media.

Het interactie-effect blijkt niet significant te zijn ( $OR= .97, p=.72$ ). Er kan geconcludeerd worden dat de mate van impulsiviteit geen moderator is, maar een directe voorspeller voor het achteraf ervaren van schaamte bij het actief gebruiken van sociale media. De effectsize van de mate van impulsiviteit op het achteraf ervaren van schaamte bij actief gebruik is groot. De controlevariabelen (geslacht en opleidingsniveau) verklaren samen 2% van de variantie in het achteraf ervaren van schaamte bij sociale media gebruik. De voorspellers (actief gebruik van sociale media en de mate van impulsiviteit) verklaren samen 10% van de variantie in het achteraf ervaren van schaamte bij sociale media gebruik.

Tabel 5

*Logistische regressie - met voorspellers voor het achteraf ervaren van schaamte*

	<i>B</i>	<i>S.E.</i>	<i>OR</i>	<i>95% C.I. for EXP (B)</i>		<i>ΔR<sup>2</sup></i>
				<i>Lower</i>	<i>Upper</i>	
<b>Stap 1 Controlevariabelen</b>						.02
Geslacht	-.39	.16	.68*	.49	.93	
Opleidingsniveau	.35	.17	1.41*	1.01	1.97	
<b>Stap 2 Voorspellers</b>						.10
Actief gebruik	.01	.02	1.01	.97	1.05	
Impulsief	4.21	.68	67.06**	17.75	253.31	
<b>Stap 3 Interactie-effect</b>						.00
Actief*Impulsief	-.03	.09	.97	.81	1.16	

*Noot.* Afhankelijke variabele: het achteraf ervaren van schaamte

*OR*= odds ratio, *95% C.I.* = 95% betrouwbaarheidsinterval

\**p* <.05, \*\**p* <.001

### Sociale media, spijt en impulsiviteit

Met een logistische regressie worden hypothese drie en vijf getoetst welke stellen dat: (3) de kans groter is dat een adolescent achteraf spijt zal ervaren van het posten van berichtjes, foto's of filmpjes op sociale media, indien de adolescent actiever gebruik maakt van sociale media en, (5) een hoge mate van impulsiviteit het verband tussen het actief gebruiken van sociale media en het achteraf ervaren van spijt bij het actieve gebruik versterkt. Tabel 6 laat de resultaten van de logistische regressie analyse zien. Het actief gebruiken van sociale media blijkt geen significante voorspeller te zijn voor het achteraf ervaren van spijt bij het actieve gebruik (*OR*= 1.03, *p*=.163). De mate van impulsiviteit is daarentegen wel een significante voorspeller voor het achteraf ervaren van spijt bij het actieve gebruik (*OR*= 29.91, *p* <.001). Hoe hoger de mate van impulsiviteit, des te groter de kans op het achteraf ervaren van spijt bij het actief gebruiken van sociale media.

Het interactie-effect blijkt ook hier niet significant te zijn (*OR*= .90, *p*=.251). Er kan geconcludeerd worden dat de mate van impulsiviteit geen moderator is, maar een directe voorspeller voor het achteraf ervaren van spijt bij het actief gebruiken van sociale media. De effectsize van de mate van impulsiviteit op het achteraf ervaren van spijt bij actief gebruik is middelgroot. De controlevariabelen (geslacht en opleidingsniveau) verklaren 2% van de variantie in het achteraf ervaren van spijt bij sociale media gebruik. De voorspellers (actief



gebruik van sociale media en de mate van impulsiviteit) verklaren samen 7% van de variantie in het achteraf ervaren van spijt bij sociale media gebruik.

Tabel 6

*Logistische regressie - met voorspellers voor het achteraf ervaren van spijt*

*N=647*

	<i>B</i>	<i>S.E.</i>	<i>OR</i>	<i>95% C.I. for EXP (B)</i>		<i>ΔR<sup>2</sup></i>
				<i>Lower</i>	<i>Upper</i>	
<b>Stap 1 Controlevariabelen</b>						.02
Geslacht	-.40	.16	.67*	.49	.92	
Opleidingsniveau	.22	.17	1.25	.90	1.74	
<b>Stap 2 Voorspellers</b>						.07
Actief gebruik	.03	.02	1.03	.99	1.07	
Impulsief	3.40	.67	29.90**	8.12	110.11	
<b>Stap 3 Interactie-effect</b>						.00
Actief*Impulsief	-.11	.09	.90	.75	1.08	

*Noot.* Afhankelijke variabele: het achteraf ervaren van spijt

*OR*= odds ratio, *95% C.I.* = 95% betrouwbaarheidsinterval

\**p* <.05, \*\**p* <.001

## Discussie

In het huidige onderzoek is nagegaan of het actief gebruiken van sociale media samenhangt met het achteraf ervaren van schaamte en spijt bij actief gebruik en of dit verband sterker is voor adolescenten met een hoge mate van impulsiviteit. Tevens is onderzocht of de mate van impulsiviteit samenhangt met het actief gebruiken van sociale media. De resultaten laten zien dat adolescenten die meer actief gebruik maken van sociale media ook vaker schaamte en spijt ervaren na het posten van berichtjes, foto's of filmpjes op sociale media, dan adolescenten die hier minder actief gebruik van maken. Daarnaast blijkt dat adolescenten met een hoge mate van impulsiviteit meer kans hebben om achteraf schaamte en spijt te ervaren bij het actief gebruiken van sociale media, dan adolescenten met een lage mate van impulsiviteit. Tevens is gebleken dat impulsieve adolescenten meer actief gebruik maken van sociale media. Tegen de verwachting in blijkt de mate van impulsiviteit niet van invloed te zijn op het verband tussen het actief gebruiken van sociale media en het achteraf ervaren van schaamte en spijt bij actief gebruik. Geconcludeerd kan worden dat de mate van impulsiviteit enkel en alleen een directe voorspeller is voor het actief gebruiken van sociale media en het achteraf ervaren van schaamte en spijt bij actief gebruik.

Het exploratieve karakter van dit onderzoek, zorgt voor nieuwe informatie in de bestaande literatuur. Zo wijzen de resultaten allereerst uit dat adolescenten met een hoge mate van impulsiviteit, meer actief gebruik maken van sociale media. Een mogelijke verklaring voor deze uitkomst is dat sociale media aansluiten bij de behoeften van impulsieve adolescenten. Impulsiviteit hangt namelijk samen met de neiging om voortdurend op zoek te gaan naar directe beloningen, terwijl het remmen van deze neiging ontbreekt (Gray in Craver & White, 1994). Sociale media werken in hoge mate belonend, aangezien gebruikers reacties en ‘likes’ ontvangen van anderen (Smith, 2009). Het is goed mogelijk dat impulsieve adolescenten hierdoor meer actief gebruik maken van sociale media.

De tweede en derde hypothese in het huidige onderzoek worden eveneens bevestigd; hoe actiever adolescenten gebruik maken van sociale media, des te groter de kans dat zij achteraf schaamte of spijt zullen ervaren van het posten van berichtjes, foto's of filmpjes. Hierbij moet wel vermeld worden dat beide relaties niet meer significant zijn wanneer gecontroleerd wordt voor de demografische variabelen (geslacht en opleidingsniveau). Dit betekent dat het actief gebruiken van sociale media (tegen de verwachting in) een zwakke voorspeller is voor het achteraf ervaren van schaamte en spijt bij actief gebruik. Geslacht en opleidingsniveau lijken daarentegen een sterkere voorspellende waarde te hebben op het achteraf ervaren van schaamte en spijt bij actief gebruik. Dit opvallende resultaat suggereert dat het achteraf ervaren van schaamte en spijt na het posten van berichtjes, foto's en filmpjes meer door persoonsfactoren voorspeld lijkt te worden dan door het sociale media gebruik zelf. Dit idee wordt nog eens bevestigd door het sterke verband tussen impulsiviteit en het achteraf ervaren van schaamte en spijt.

Ten slotte is onderzocht of de mate van impulsiviteit het verband tussen het actief gebruiken van sociale media en het achteraf ervaren van schaamte en spijt bij actief gebruik versterkt. Deze hypothesen (vier en vijf) worden niet bevestigd. De mate van impulsiviteit blijkt geen moderator, maar een directe voorspeller te zijn voor het ervaren van schaamte en spijt bij sociale media gebruik. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat impulsieve adolescenten vaker berichtjes, foto's en filmpjes posten waar achteraf gevoelens van schaamte en spijt over kunnen ontstaan. Het huidige onderzoek toont aan dat het verband tussen impulsiviteit en het achteraf ervaren van schaamte en spijt sterker is, dan tussen het actief gebruiken van sociale media en het achteraf ervaren van schaamte en spijt. Mogelijk spelen ook andere mechanismen hier een rol. Een additionele verklaring zou kunnen zijn dat de berichtjes, foto's en filmpjes van impulsieve adolescenten meer persoonlijke informatie bevatten dan bij niet-impulsieve adolescenten en dat daardoor vaker schaamte en spijt wordt

ervaren. Ten slotte kan het zijn dat er bij impulsieve adolescenten verminderd sprake is van het zogenaamde ‘leereffect’. De verwachting bestaat dat impulsieve adolescenten eerst handelen voordat zij nadenken. Zij lijken minder goed in staat om hun gedachten, directe behoeften en impulsen te onderdrukken (Balans, 2012). Mogelijk nemen zij de consequenties van hun gedrag niet mee in hun beslissing omdat ze bezig zijn hun behoeften te vervullen, waardoor vaker achteraf schaamte en spijt zal worden ervaren.

Alles bij elkaar genomen heeft dit onderzoek een eerste stap gezet binnen een nieuw onderzoeksterrein en hoewel dit onderzoek nieuwe bevindingen heeft opgeleverd, blijven er vraagstukken over voor vervolgonderzoek. Zo zou longitudinaal vervolgonderzoek meer inzicht kunnen bieden in de richting van het verband tussen impulsiviteit en het actief gebruiken van social media. Door het cross-sectionele karakter van dit onderzoek is namelijk nog onduidelijk of een hoge mate van impulsiviteit ervoor zorgt dat adolescenten meer actief zijn op sociale media, of dat het actief zijn op sociale media ervoor zorgt dat adolescenten meer impulsief gedrag vertonen. Tevens zou vervolgonderzoek meer inzicht kunnen bieden in welke mechanismen een rol spelen bij het ervaren van schaamte en spijt op sociale media. Er is tot op heden namelijk zelden aandacht besteed aan dit onderwerp, terwijl het publieke karakter van posts op sociale media negatieve gevolgen kunnen hebben voor adolescenten (Pujazon-Zazik & Park, 2010). Leeftijdsgenoten kunnen immers negatief reageren, wat uiteindelijk kan leiden tot afwijzing en pestgedrag.

Naast de sterke kanten van dit onderzoek, zoals het vernieuwende karakter, de betrouwbaarheid van de meetinstrumenten en de grote steekproef, kent dit onderzoek ook enkele beperkingen. Ten eerste zijn alle respondenten geworven in de provincie Gelderland. Het onderzoek zou beter generaliseerbaar zijn wanneer er respondenten uit andere provincies zouden worden meegenomen. Daarnaast moet voorzichtig om worden gegaan met het generaliseren van de resultaten naar adolescenten buiten Nederland, aangezien Nederlandse adolescenten ten opzichte van Europese leeftijdsgenoten relatief veel sociale media gebruiken (Bighelaar & Akkermans, 2013). Ten tweede zou het goed zijn om bij vervolgonderzoek gevalideerde meetinstrumenten te gebruiken met meer items. Ten slotte heeft dit onderzoek een cross-sectioneel design, waardoor er geen uitspraken gedaan kunnen worden over causaliteit en de mogelijke oorzaak-gevolg relatie tussen de variabelen onbekend is.

Huidig onderzoek biedt naast nieuwe informatie mogelijk ook handvatten voor de preventie van negatieve online ervaringen. Zo zouden de resultaten van dit onderzoek gebruikt kunnen worden bij voorlichtingen en trainingen over sociale media. Adolescenten zouden bijvoorbeeld meer bewust kunnen worden van de mogelijke negatieve gevolgen die

kunnen optreden, wanneer zij ondoordacht berichtjes, foto's of filmpjes posten op sociale media. Daarnaast zouden impulsieve adolescenten mogelijk meer voorlichting en tools kunnen gebruiken zodat zij voorafgaand aan het posten van berichtjes, foto's of filmpjes, leren een moment van rust in te bouwen om na te denken. Op deze manier worden zij zich hopelijk bewust van hetgeen zij op sociale media plaatsen en de mogelijke gevolgen die daaruit voort kunnen vloeien.

**Literatuurlijst**

- Acevedo-Polakovich I.D., Lorch, E.P., & Milich, R. (2007). Comparing television use and reading with ADHD and non-referred children across two age groups. *Media psychology*, 9, 447-472. doi:10.1080/15213260701291387
- American Psychiatric Association (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders (5th ed.)*. Washington, DC: Author.
- Anderson, D. R., Levin, S. R., & Lorch, E. P. (1977). The effect of tv program pacing on the behavior of preschool children. *Educational Technology Research and Development*, 25, 159-166. doi:10.1007/BF02769779
- Balans (2012). Impulsiviteit. Retrieved from <http://www.steunpuntadhd.nl/is-het-adhd/kenmerken-van-adhd-en-add/impulsiviteit/>
- Barrett, K. C. (1995). A functionalist approach to shame and guilt. In Tangney J.P., & Fischer K.W. (Eds.), *Self-conscious emotions: The psychology of shame, guilt, embarrassment, and pride* (pp. 25-63). New York: Guilford Publications.
- Bell, D. E. (1982). Regret decision making under uncertainty. *Operations Research*, 30, 961-981. doi:10.1287/opre.30.5.961
- Bighelaar, S., & Akkermans, M. (2013). Gebruik en gebruikers van sociale media. *Centraal Bureau voor de Statistiek*, 1-12. Retrieved from <http://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/06A12225-495E-4620-80F6-F2A53E819957/0/20131001b15art.pdf>
- Boekee, S., Engels, C., & van der Veer, N. (2014). *Nationale Social Media Onderzoek 2014*. Amsterdam en Enschede: Newcome Research & Consultancy B.V.
- Carver, C. S., White, T. L. (1994). Behavioral inhibition, behavioral activation, and affective responses to impending reward and punishment: The BIS/BAS scales. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 319-333. doi:10.1037/0022-3514.67.2.319
- Crone, E. (2008). *Het puberende brein. Over de ontwikkeling van de hersenen in de unieke periode van de adolescentie*. Amsterdam: Uitgeverij Bert Bakker.
- Evenden, J. L. (1999). Varieties of impulsivity. *Psychopharmacology*, 27, 348-361. doi:10.1007/PL00005481
- Eysenck, S. B. G., & Eysenck, H. J. (1977). The place of impulsiveness in a dimensional system of personality description. *Clinical Psychology*, 16, 57-68. doi:10.1111/j.2044-8260.1977.tb01003.x

- Gentile, D.A., Swing, E.L., Lim, C.G., & Khoo, A. (2012). Video game playing, attention problems, and impulsiveness: Evidence of bidirectional causality. *Psychology of Popular Media Culture, 1*, 62-70. doi:10.1037/a00026969
- Gilovich, T., & Medvec, V. H. (1995). The experience of regret: what, when and why. *Psychological Review, 102*, 379–395. doi:10.1037/0033-295X.102.2.379
- Guttentag, R. A., & Ferrell, J. M. (2004). Reality compared with its alternatives: Age differences in judgments of regret and relief. *Development Psychology, 40*, 764-775. doi:10.1037/0012-1649.40.5.764
- Heerschap, N., & van Velzen, M. (2011). *Sociale media: belang, definitie en (interne) bronnen*. Den Haag/Heerlen: Centraal bureau voor Statistiek.
- Lavender, T. (2007). Waarom schamen we ons? *Kennislink*. Retrieved from <http://www.kennislink.nl/publicaties/waarom-schamen-we-ons.pdf>
- Lin, S., & Lepper, M. (2006). Correlates of children's usage of videogames and computers. *Journal of Applied Social Psychology, 17*, 72-93. doi:10.1111/j.1559-1816.1987.tb00293.x
- Loomes, G., & Sugden, R. (1982). Regret theory: An alternative theory of rational choice under uncertainty. *The Economic Journal, 92*, 805-824. Retrieved from <http://www.jstor.org/discover/10.2307/2232669>
- Nikkelen, S. W. C., Valkenburg, P. M., Huizinga, M., & Bushman, B. J. (2014). Media use and ADHD-related behaviors in children and adolescents: A meta-analysis. *Developmental Psychology, 50*, 2228-2241. doi:10.1037/a0037318
- Pujazon-Zazik, M., & Park, M. J. (2010). To tweet, or nog to tweet: Gender differences and potential positive and negative health outcomes of adolescents' social internet use. *Mens Health, 4*, 77-85. doi:10.1177/1557988309360819
- Scholte, E. M., & van der Ploeg, J. D. (2010). *ADHD-vragenlijst AVL*. Houten: Bohn Stafleu van Loghum.
- Shao, G. (2009). Understanding the appeal of user-generated media: A uses and gratification perspective. *Internet Research, 19*, 7-25. doi:10.1108/10662240910927795
- Smith, T. (2009). The social media revolution. *International Journal of Market Research, 51*, 559-561. doi:10.2501/S1470785309200773
- Tangney, J. P., & Dearing, R. L. (2002). *Shame and guilt*. New York: Guilford Press.
- Tracy, J. L., & Robins, R. W. (2004). Putting the self into self-conscious emotions: A theoretical model. *Psychological Inquiry, 15*, 103-125. doi:10.1207/s15327965pli1502

- Terwijn, H. J. (2013). Schaamte. *Psychoanalytisch woordenboek*. Retrieved from <http://www.psychoanalytischwoordenboek.nl/lemmas/schaamte/>
- Valkenburg, P. M., Peter, J., & Schouten, A. P. (2006). Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. *Cyberpsychology and behavior*, 9, 584-590. doi:10.1089/cpb.2006.9.584
- Van Leijenhorst, L., Zanolie, K., Meel, C. S. van, Westenberg, M., Rombouts, S. A. R. B., Crone, E. A. (2010). What Motivates the Adolescent? Brain Regions Mediating Reward Sensitivity across Adolescence. *Cerebral Cortex*, 20, 61-69. doi:10.1093/cercor/bhp078
- Wang, Y., Norcie, G., Komanduri, S., Acquisti, A., Leon, P.G., & Cranor, L.F. (2011). I regretted the minute I pressed share: a qualitative study of regrets on Facebook. *Seventh Symposium on Usable Privacy and Security*, 1-12. Retrieved from <http://dl.acm.org.proxy.library.uu.nl/citation.cfm?id=2078841>
- Winstanley, C. A., Eagle, D. M., & Robbins, T. W. (2006). Behavioral models of impulsivity in relation to ADHD: Translation between clinical and preclinical studies. *Clinical Psychology Review*, 26, 379-395. doi:10.1016/j.cpr.2006.01.001
- Zeelenberg, M. (1999). Anticipated regret, expected feedback and behavioral decision making. *Journal of Behavioral Decision Making*, 12, 93-106. doi:10.1002/(SICI)1099-0771(199906)12:2<93::AID-BDM311>3.0.CO;2-S
- Zeelenberg, M., & Pieters, R. (2007). A theory of regret regulation 1.0. *Journal of Consumer Psychology*, 17, 3-18. doi:10.1207/s15327663jcp1701\_3