



Zelfvertrouwen door online verbale zelfexpressie en zelfvertrouwen via positieve feedback
van leeftijdsgenoten

Student; Jade Oostrom (5747155); Supervisor: Helen Vossen

Universiteit Utrecht

Abstract

The main aim of this study was to investigate whether online verbal self-disclosure influences self-esteem via positive peer feedback. The overall interest in social media among adolescents keeps on growing. And self-disclosure, which is an important aspect for creating self-esteem, is nowadays increasingly taking place via social media. About 25% of the standard information revealed on social media that can be revealed, revealing highly personal, sensitive and potentially stigmatizing information. The self-disclosure on social media then also receives feedback, which influences self-esteem. A survey among 852 Dutch adolescents (10-15 years) showed that online verbal self-disclosure is a predictor of positive peer feedback and positive peer feedback is a predictor of self-esteem.

Keywords: online verbal self-disclosure; positive peer feedback; self-esteem.

Zelfvertrouwen door online verbale zelfexpressie en zelfvertrouwen via positieve feedback van leeftijdsgenoten

Een van de belangrijkste ontwikkelingstaken tijdens de adolescentie is de zoektocht naar het creëren van zelfvertrouwen (Baumeister, Campbell, Krueger, & Vohs, 2003; Harter, 2012a). Zelfvertrouwen verwijst naar iemands positieve of negatieve evaluatie van zichzelf; dat wil zeggen, de mate waarin een individu zichzelf als waardevol en competent beschouwt (Jones, 2011). Wanneer iemand weinig zelfvertrouwen bezit zal degene zijn of haar vaardigheden eerder als negatief beschouwen en hierdoor minder snel ontwikkelingen doormaken. Dit laatste komt doordat iemand met een laag zelfvertrouwen zichzelf minder in staat acht om nieuwe situaties aan te gaan (Jones, 2011).

Het zelfvertrouwen wordt constant beïnvloed door contact met anderen. Adolescenten zijn extra beïnvloedbaar voor invloeden van buitenaf. Dit komt doordat adolescenten veelal nog op zoek zijn naar een eigen identiteit en naar hun plaats in de maatschappij (Peter & Valkenburg, 2008). De totale eigenwaarde en daarmee het zelfvertrouwen van adolescenten wordt beïnvloed door hun eigen oordeel over wat anderen van hen denken (Rosenberg 1986). Tijdens het contact met anderen spannen adolescenten zich actief in om zelfbevestigende feedback te krijgen. Door middel van het contact met anderen adolescenten kunnen adolescenten de manier van presenteren oefenen. Wanneer het oordeel over zichzelf niet bevestigd wordt, kan dit een negatief effect hebben op het zelfvertrouwen (Rosenberg, Schooler, Schoenbach, & Rosenberg, 1995).

Tegenwoordig vindt contact steeds vaker plaats op sociale netwerksites (Jiang, Bazarova, & Hancock, 2011). Dit zijn sites waarbij de gebruikers worden aangemoedigd om een netwerk met vrienden op te bouwen en te onderhouden (Valkenburg, Peter, & Schouten, 2006). Volgens Sonck en de Haan (2015) zitten adolescenten meerdere uren per dag op een sociale netwerksite en blijft de interesse in deze interactieve sites groeien. De groei van de interesse in deze sites zou veroorzaakt worden door de toegankelijkheid, anonimiteit en betaalbaarheid van het huidige internet (Lo & Wei, 2005; Peter & Valkenburg, 2006).

Eerder onderzoek laat zien dat er een evidentie is voor een positieve relatie tussen het gebruik van het sociale netwerk en zelfvertrouwen. Zo geeft ook het longitudinale onderzoek van Valkenburg, Koutamanis en Vossen (2017) een positieve relatie weer. Echter is er volgens dit onderzoek geen sprake van een positieve relatie van het effect van sociaal netwerkgebruik op zelfvertrouwen, maar wel van zelfvertrouwen op de mate van het sociale

netwerkgebruik. Dit onderzoek constateert dat mensen met meer zelfvertrouwen vaker gebruik maken van sociale netwerksites, dan mensen met minder zelfvertrouwen.

De reden voor de waargenomen positieve relatie tussen het gebruiken van het online sociale netwerk en zelfvertrouwen is feedback. Feedback wordt in dit onderzoek gedefinieerd als de consequentie van een handeling, zoals het geven van persoonlijke informatie. Iemand geeft feedback op een handeling van de ander of krijgt feedback van een ander op eigen handelen (Hattie & Timperley, 2007). Het anonieme karakter van de sociale netwerksites zou ervoor zorgen dat adolescenten sneller feedback durven te geven in plaats van tijdens een offline gesprek (Jiang, Bazarova, & Hancock, 2011). Dit zou de oorzaak kunnen zijn waardoor de meeste adolescenten (78%) veelal positieve feedback op hun profielen krijgen, wat zorgt voor een positief effect op het zelfvertrouwen (Valkenburg, Peter, & Schouten 2006).

Een andere mogelijke oorzaak van de invloed van feedback op het zelfvertrouwen wordt in de theorie ‘Social Comparison Process’ van Festinger (1954) gegeven. Volgens deze theorie evalueren mensen hun vaardigheden via vergelijking met de mogelijkheden van andere individuen (vergelijkingsdoelen) waardoor de neiging om zichzelf te vergelijken met een andere persoon afneemt naarmate het verschil tussen hun vermogens toeneemt (Festinger, 1954). De mogelijkheid tot vergelijken is door de sociale netwerksites vergroot aangezien de feedback meestal openbaar te lezen is door anderen, waardoor de invloed op het zelfvertrouwen vergroot.

De relatie tussen feedback en het zelfvertrouwen is in verschillende onderzoeken vastgesteld (Kraut, et al., 2002; Valkenburg & Peter, 2011). Echter lopen de resultaten van verschillende studies naar de relatie tussen het gebruik van sociale netwerksites en het zelfvertrouwen uiteen. Zo zou het zelfvertrouwen niet worden beïnvloed door de mate van feedback, maar wel door de toon. Negatieve feedback zou zelfvertrouwen verminderen en positieve feedback zou het zelfvertrouwen vergroten (Valkenburg, Peter, & Schouten, 2006). De verschillende resultaten zijn mogelijk te verklaren doordat veel onderzoek zich richt op algemeen internet gebruik in plaats van sociale netwerksites (Valkenburg, Peter, & Schouten 2006). Wanneer het internet gebruikt wordt voor communicatie heeft dit meer effect op het zelfvertrouwen, dan wanneer het gebruikt wordt om informatie in te winnen. Dit komt doordat feedback voornamelijk plaatsvindt op sociale netwerksites in plaats van informatieve sites (De Vries & Kühne, 2015).

Een mogelijke oorzaak voor de positieve feedback is de toename in het delen van persoonlijke informatie. Het delen van persoonlijke gedachten, ervaringen en emoties wordt gedefinieerd als zelfexpressie. Zelfexpressie is van belang om een sociale relatie met iemand aan te kunnen gaan (Joinson & Paine, 2007, Jiang, Bazarova, & Hancock, 2011). Volgens Tidwell en Walther (2002) is de aard van verbale zelfexpressie online intiemer dan in het echt. Daarnaast geven Nosko, Wood en Molema (2010) aan dat adolescenten ongeveer 25% van de persoonlijke informatie die ze kunnen onthullen ook daadwerkelijk onthullen. Hierdoor wordt zeer persoonlijke, gevoelige en mogelijk stigmatiserende informatie onthuld. Dit zou mogelijk verklaard kunnen worden doordat de manier van communiceren online anders is dan offline communiceren, namelijk door middel van tekst. Vanwege het gebrek aan non-verbale signalen dient de informatie die de boodschapper wil overbrengen extra specifiek te zijn (Joinson, 2001). Daarnaast zouden adolescenten het achter een beeldscherm minder confronterend vinden om persoonlijke informatie te delen dan wanneer iemand je in het echt kan zien (Jiang, Bazarova & Hancock, 2011).

Deze mogelijke verklaringen komen overeen met de verklaring vanuit het Hyperpersonal Model (Walther, 1996). Volgens dit model houden adolescenten zich tijdens het sturen van online berichten bezig met het selectief delen van informatie over zichzelf, wat niet beperkt wordt door non-verbale signalen of beperkte cognitieve bronnen. Dit betekent dat er persoonlijke informatie gedeeld wordt welke in het dagelijks leven niet gedeeld zou worden. Wanneer dit gebeurt wordt dit een hyperpersoonlijke relatie genoemd (Jiang, Bazarova & Hancock, 2011). Ontvangers van verbale zelfexpressie online hebben daarentegen beperkte toegang tot contra-indicerende signalen, wat hen ertoe brengt om stereotiepe indrukken van hun partners te vormen die intenser en extremer zijn dan in het echt (Peña, Walther & Hancock, 2007; Walther & Parks, 2002).

Uit onderzoek komt er een positieve relatie tussen zelfexpressie en vriendschapsontwikkeling naar voren, wat een van de aspecten is voor het creëren van zelfvertrouwen (Parks & Floyd, 1996; Valkenburg & Peter, 2009), zelfs voor een lange periode (Baker, 2002; Wilkins, 1991). Enkel de zelfexpressie is niet voldoende om intimiteit tussen relaties te garanderen (Reis & Shaver, 1988). Het effect van expressie op relatie-intimiteit hangt af van hoe dan de boodschap wordt geïnterpreteerd en hoe daar vervolgens feedback op wordt gegeven (Derlega, Metts, Petronio & Margulis, 1993).

Ondanks dat feedback veelvuldig plaatsvindt op sociale netwerksites is er weinig onderzoek gedaan naar de relatie tussen online verbale zelfexpressie en zelfvertrouwen door feedback (Valkenburg, Schouten, & Peter, 2006). Onderzoek wat er gedaan is richt zich veelal op algemeen internetgebruik en op de aard van de zelfexpressie in plaats van de mate van zelfexpressie (Waterloo, Baumgartner, Peter, & Valkenburg, 2017). Daarnaast is er zeer weinig empirisch inzicht in de werkzame factoren rondom zelfexpressie die nagestreefd worden op de sociale netwerksites. Echter hebben empirische studies wel aangetoond dat adolescenten zowel positieve als negatieve berichten plaatsen op de sociale netwerksites, maar de voorkeur ligt bij de positieve zelfexpressie (e.g. Lin et al., 2014). Onderzoek heeft ook aangetoond dat het uiten van positieve emoties als passender ervaren wordt in het offline leven (Davis, 2012). De verklaring hiervoor is dat het uiten van negatieve emoties als intiemer beschouwd wordt en het daarom abnormaal is wanneer men dit zou uiten naar onbekende mensen (Chaikin, & Derlega, 1974; Howell, & Conway, 1990).

Dit huidige onderzoek gaat na of er sprake is van een indirect effect van online verbale zelfexpressie op zelfvertrouwen via positieve feedback van leeftijdsgenoten. Momenteel is er sprake van een groeiende interesse in de sociale netwerksites, waardoor dit huidige onderzoek relevant is. Doordat de ontwikkeling rondom de sociale netwerksites zo ontzettend hard gaat zal de informatie uit eerdere onderzoeken sneller verouderen. Er is altijd behoefte aan actuele informatie rondom internet-gerelateerde onderwerpen. Daarnaast is het ook van maatschappelijk belang om onderzoek te doen naar de invloeden op het zelfvertrouwen, omdat het zelfvertrouwen een voorspeller kan zijn van verschillende aspecten. Zo zou het hebben van weinig zelfvertrouwen een slechte gezondheid, crimineel gedrag en beperkte economische vooruitzichten kunnen voorspellen. De negatieve effecten van het hebben van weinig zelfvertrouwen kunnen zorgen voor negatieve consequenties voor wanneer deze adolescenten volwassen worden. (Baumeister, Campbell, Krueger, & Vohs, 2003; Trzesniewski, et al., 2006).

De doelstelling van dit onderzoek is: nagaan of er sprake is van een indirect effect van positieve feedback van leeftijdsgenoten op de positieve relatie tussen online verbale zelfexpressie en zelfvertrouwen. Er zijn drie hypothesen opgesteld waarmee de verwachtingen worden onderzocht. Er wordt verwacht dat er sprake is van een positieve relatie tussen online verbale zelfexpressie en positieve feedback van leeftijdsgenoten. Daarnaast wordt er een positieve relatie verwacht tussen positieve feedback van leeftijdsgenoten en het

zelfvertrouwen van de adolescent. Vervolgens wordt er onderzocht of er sprake is van een indirect effect van positieve feedback van leeftijdsgenoten op de positieve relatie tussen online verbale zelfexpressie en zelfvertrouwen (zie figuur 1 in bijlage 1).

Methode

Onderzoeksopzet

Om de gestelde hypothesen te beantwoorden wordt er gebruikgemaakt van cross-sectionele data vanuit een vragenlijst.

Steekproef

Voor de steekproef zijn 516 gezinnen verworven met minimaal 2 adolescenten tussen de 10 en 15 jaar. Maximaal 2 adolescenten per gezin mochten deelnemen. De gezinnen werden zowel in de stedelijke als landelijke regionen van Nederland verworven. Er hebben in totaal 852 respondenten deelgenomen waarvan 50.7% meisjes. De gemiddelde leeftijd van de participanten tijdens de steekproef was 12.5, *SD* 1.36.

De respondenten en hun ouders gaven, alvorens de vragenlijst in te vullen, toestemming om deel te nemen. En de antwoorden van de respondenten op de vragenlijsten zullen geheel anoniem verwerkt worden in dit onderzoek.

Meetinstrumenten

Online verbale zelfexpressie. Dit onderzoek richt zich op online verbale zelfexpressie. De metingen zijn gebaseerd op eerdere schalen die zelfexpressie meten (Jourard, 1971; Miller et al., 1983). Er wordt informatie verkregen door de volgende vraag: ‘Als je op sociale netwerksites zit, hoeveel vertel je dan over de volgende dingen in berichtjes (op je eigen profiel of berichtjes die je op het profiel van iemand anders zet)?’. Hier wordt specifiek op ingegaan door de volgende vragen: ‘Iets waarover je je blij of vrolijk voelt’, ‘Iets waarover je je verdrietig voelt’, ‘Iets waarover je je zorgen maakt (bijvoorbeeld over thuis, school, vrienden)’, ‘Verliefdheid (van jezelf of van een ander)’. Hierop kunnen de respondenten reageren op vier antwoord categorieën met de volgende antwoord mogelijkheden: ‘daar vertel ik niets over’ tot en met ‘daar vertel ik alles over’. De Cronbach’s alfa voor verbale zelfexpressie is .80 ($M = 2.05$, $SD = .84$)

Positieve feedback van leeftijdsgenoten. De frequentie van het ontvangen van positieve feedback op geplaatste berichten op sociale netwerksites werd gemeten met twee items, één over feedback van goede vrienden en één over feedback van kennissen ("mensen die je niet zo goed kent"). De volgende vragen zijn hiervoor gesteld: 'Hoe vaak krijg je positieve reacties van goede vrienden of vriendinnen op berichtjes die je op sociale netwerksites hebt gezet?' 'Hoe vaak krijg je positieve reacties van mensen die je minder goed kent op berichtjes die je op sociale netwerksites hebt gezet?' Antwoordmogelijkheden hierop zijn: 'nooit' tot en met 'heel vaak'. De Cronbach's alfa voor positieve feedback is .62 ($M = 3.36$, $SD = .90$).

Zelfvertrouwen. Het zelfvertrouwen is gemeten met een subschaal genaamd: Social acceptance subscale of the Self-Perception Profile for Adolescents (Harter, 1988). In 2012 is de naam van deze subschaal gewijzigd in 'social self-esteem'. De volgende stellingen zijn in acht antwoord categorieën voorgelegd: 'ik vind het makkelijk om vrienden te maken', 'ik heb veel vrienden', 'ik ben populair' en 'het is makkelijk om mij leuk te vinden'. Hierop konden de respondenten antwoorden met: 'klopt helemaal niet' tot en met 'klopt helemaal' (Harter, 2012a). De Cronbach's alfa voor zelfvertrouwen is .85 ($M = 3.53$, $SD = .69$).

Statische analyse

Om de hypothesen te testen wordt er gebruikgemaakt van SPSS 24. De verwachtingen worden gecontroleerd aan de hand van de data. De eerste en de tweede hypothese worden getest met behulp van regressieanalyses. De afhankelijke variabele is bij de eerste hypothese positieve feedback van leeftijdsgenoten en de onafhankelijke variabele verbale zelfexpressie. Bij de tweede hypothese is zelfvertrouwen de afhankelijke variabele en de onafhankelijke variabele is positieve feedback van leeftijdsgenoten. Voor de derde hypothese zullen mediatie-analyses met behulp van de PROCESS-macro (Hayes, 2012) worden gebruikt waarbij de afhankelijke variabele zelfvertrouwen is, de onafhankelijke variabele verbale zelfexpressie is en positieve feedback van leeftijdsgenoten is de mediator.

Resultaten

Relatie tussen online verbale zelfexpressie en positieve feedback van leeftijdsgenoten. Hypothese 1 veronderstelt dat er sprake is van een positief verband tussen online verbale zelfexpressie en de positieve feedback van leeftijdsgenoten.

Deze hypothese is getoetst met behulp van een regressieanalyse met positieve feedback van leeftijdsgenoten als afhankelijke variabele en online verbale zelfexpressie als onafhankelijke variabele. Dit regressiemodel was significant ($F(1,773) = 36.32, p < 0.001$). Dit betekent dat het regressiemodel bruikbaar is om positieve feedback van leeftijdsgenoten te voorspellen. Online verbale zelfexpressie verklaard 21 % van de totale verklaarde variantie van positieve feedback van leeftijdsgenoten ($R = .21$). De resultaten laten zien dat online verbale zelfexpressie significant positief gerelateerd is aan positieve feedback van leeftijdsgenoten ($B = .23, t = 6.03, p < 0.001, 95\% \text{ CI } [.16, .31]$). Hoe meer persoonlijke informatie iemand met een ander deelt hoe meer positieve feedback van leeftijdsgenoten diegene ontvangt. Hypothese 1 wordt aangenomen.

Relatie tussen positieve feedback van leeftijdsgenoten en zelfvertrouwen.

Hypothese 2 veronderstelt dat er sprake is van een positief verband tussen positieve feedback van leeftijdsgenoten en zelfvertrouwen. Deze hypothese is getoetst met behulp van een regressieanalyse met zelfvertrouwen als afhankelijke variabele en positieve feedback van leeftijdsgenoten als onafhankelijke variabele. Dit regressie model was significant ($F(1,773) = 54.99, p < 0.001$). Dit betekent dat het regressiemodel bruikbaar is om zelfvertrouwen te voorspellen. Positieve feedback van leeftijdsgenoten verklaart 26 % van de totale verklaarde variantie van zelfvertrouwen ($R = .26$). De resultaten laten zien dat positieve feedback van leeftijdsgenoten significant positief gerelateerd is aan zelfvertrouwen ($B = .19, t = 7.41, p < 0.001, 95\% \text{ CI } [.14, .24]$). Naarmate iemand meer positieve feedback van leeftijdsgenoten ontvangt, krijgt iemand meer zelfvertrouwen. Hypothese 2 wordt aangenomen.

Mediatie-effect van positieve feedback. Hypothese 3 veronderstelt dat het verband tussen online verbale zelfexpressie en zelfvertrouwen verklaard wordt door positieve feedback van leeftijdsgenoten. Een mediatie-analyse is uitgevoerd d.m.v. PROCESS. Hiermee wordt onderzocht of de samenhang tussen online verbale zelfexpressie en zelfvertrouwen, door positieve feedback van leeftijdsgenoten wordt overdragen. Uit de analyse blijkt dat het mediatie-effect significant is ($B = .04, SE = 0.11, 95\% \text{ BCI } [.22, .06]$). Omdat de bootstrap interval geen 0 bevat, is het een significant effect. Dit betekent dat er sprake is van een indirect effect van online verbale zelfexpressie op zelfvertrouwen via positieve feedback van leeftijdsgenoten. Daarnaast betreft het een positief effect. Wat betekent dat alle relaties onderling positief zijn. Hypothese 3 wordt ook aangenomen.

Discussie

Adolescenten besteden steeds meer tijd op sociale netwerken (Sonck en de Haan, 2015) en delen op deze sites persoonlijke informatie. Om inzicht te krijgen in de invloed van deze groei in interesse in sociale netwerksites op het zelfvertrouwen is er onderzocht of er sprake is van een relatie tussen drie aspecten, namelijk online verbale zelfexpressie, zelfvertrouwen en positieve feedback van leeftijdsgenoten. Het doel van dit onderzoek was om na te gaan of er sprake is van een indirect effect van positieve feedback van leeftijdsgenoten op de positieve relatie tussen online verbale zelfexpressie en zelfvertrouwen. In overeenkomst met eerdere onderzoeken wordt er ook in dit onderzoek een indirecte positieve relatie gevonden.

Online verbale zelfexpressie voorspelt positieve feedback van leeftijdsgenoten. De verwachting met betrekking tot de eerste hypothese was dat de mate van positieve feedback van leeftijdsgenoten samenhangt met de hoeveelheid online verbale zelfexpressie. Dit is door dit onderzoek bevestigd. In overeenstemming met andere onderzoeken is er een positieve relatie tussen online verbale zelfexpressie en feedback van leeftijdsgenoten (Koutamanis, Vossen, & Valkenburg, 2015; Valkenburg, Peter, & Schouten 2006). Dit betekent dat jongeren die meer over zichzelf vertellen online ook meer positieve feedback ontvangen. Deze resultaten komen overeen met het onderzoek van Waterloo, Baumgartner, Peter en Valkenburg (2017) waarin ook een positieve relatie wordt vastgesteld. Ze geven aan dat het plaatsen van berichten met bepaalde emoties meer positieve feedback ontvangen dan andere berichten, waardoor het ontvangen van positieve feedback door de boodschapper uitgelokt zou kunnen worden.

Positieve feedback van leeftijdsgenoten voorspelt zelfvertrouwen. Er werd verwacht dat positieve feedback van leeftijdsgenoten samenhangt met de hoeveelheid online verbale zelfexpressie, wat is bevestigd. In overeenstemming met eerdere onderzoeken resulteert dit onderzoek in een positieve relatie tussen positieve feedback van leeftijdsgenoten en zelfvertrouwen (Valkenburg, Peter, & Schouten, 2006, Vossen, Koutamanis, & Walther, 2017). Dit betekent dat wanneer iemand meer positieve feedback krijgt diegene meer zelfvertrouwen rapporteert. Dit resultaat is prettig aangezien positieve feedback effect heeft op het verkrijgen van kennis en vaardigheden, wat nodig is om te ontwikkelen (Valkenburg, Peter, & Schouten, 2006).

Online verbale zelfexpressie voorspelt via positieve feedback van leeftijdsgenoten het zelfvertrouwen. Er werd verwacht dat online verbale zelfexpressie toe zou nemen wanneer de mate van positieve feedback van leeftijdsgenoten toeneemt, wat dan weer zou zorgen voor een toename in zelfvertrouwen. Dit onderzoek bevestigt deze verwachting. Dit betekent dat iemand die meer over zichzelf deelt online, meer positieve feedback ontvangt en daarmee meer zelfvertrouwen rapporteert. Dus iemand die zich meer openstelt krijgt meer zelfvertrouwen. Dankzij dit onderzoek kan er geconcludeerd worden dat het zelfvertrouwen mogelijk zou kunnen worden voorspeld door online verbale zelfexpressie via positieve feedback van leeftijdsgenoten.

Implicaties en suggesties voor verder onderzoek

De informatie van dit onderzoek is van belang omdat het vergroten van zelfvertrouwen een van de ontwikkelingstaken van een adolescent betreft (Baumeister, Campbell, Krueger, & Vohs, 2003; Sowislo & Orth, 2013). Dit wijkt af van de Displacement hypothese, welke suggereert dat het online contact het offline contact kan vervangen. Het zou de vaardigheden die iemand nodig heeft tijdens offline contact vervangen door vaardigheden die nodig zijn voor het online contact (Mutz, Roberts, & Vuuren, 1993). Het huidige onderzoek laat zien dat het vergroten van zelfvertrouwen dus niet hoeft te worden belemmerd door de groeiende interesse in sociale netwerksites.

Een ander waardevol onderdeel van dit huidige onderzoek is de informatie over positieve feedback. Ten opzichte van negatieve feedback is er minder informatie bekend met betrekking tot positieve feedback. Over negatieve feedback is bekend dat de invloed veelal klein is (De Vries, Peter, De Graaf & Nikken, 2016). Daarnaast is het bekend dat mensen liever helemaal geen feedback in plaats van negatieve feedback (Waterloo, Baumgartner, Peter & Valkenburg, 2017). Het ontvangen van negatieve feedback is volgens mensen lastiger dan het ontvangen van positieve feedback én er is over negatieve feedback bekend dat het harder overkomt wanneer het op de persoon zelf gericht is (Hattie & Timperley, 2007).

Ondanks de waardevolle informatie uit dit huidige onderzoek is een longitudinaal onderzoek een suggestie voor vervolgonderzoek. De resultaten van dit onderzoek stellen dat het plaatsen van berichten op sociale netwerksites positief gerelateerd is aan een toename in zelfvertrouwen via positieve feedback van leeftijdsgenoten. Echter is dit op basis van de resultaten van dit onderzoek niet met zekerheid te stellen aangezien dit onderzoek gebruik heeft gemaakt van cross-sectionele data. Door de cross-sectionele data is er niet met zekerheid

te zeggen wat de invloed heeft bepaald. Dit betreft een limitatie van dit onderzoek. Het longitudinale onderzoek van Koutamanis, Vossen, en Valkenburg, (2017) verklaarde echter ook dat personen die vaak sociale netwerksites gebruikten, overwegend positieve feedback kregen, wat een positief verband had met hun zelfvertrouwen. En meerdere longitudinale onderzoeken resulteren in een positieve relatie tussen een verhoogd zelfvertrouwen aan het gebruik van sociale netwerksites (Kraut et al. 2002; Valkenburg & Peter, 2011). Er kan met meer zekerheid gesproken worden over de betrouwbaarheid van de resultaten van dit onderzoek doordat de resultaten van deze longitudinale onderzoeken overeenkomen met de resultaten van dit cross-sectionele onderzoek. Echter richten deze studies zich niet tot exact dezelfde aspecten als dit huidige onderzoek. Om de resultaten van dit huidige onderzoek met zekerheid te kunnen vaststellen is er behoefte aan een longitudinaal onderzoek.

Daarnaast is een suggestie voor vervolgonderzoek een onderzoek met een oudere doelgroep. Voor de steekproef van dit huidige onderzoek zijn 516 gezinnen verworven met minimaal 2 adolescenten. De steekproef is gedaan bij een doelgroep van 10 tot 15 jarige. Dit is een limitatie van dit huidige onderzoek aangezien het met betrekking tot het onderwerp van dit onderzoek relatief jong is. De minimumleeftijd van de meeste sociale netwerksites is 13 jaar. Dit betekent dat er nog veel jongeren onder de dertien jaar niet op de sociale netwerksites komen. Een deel van de ouders geeft aan dan ze het internetgebruik bij een jongere leeftijd extra in de gaten houden, maar het andere deel geeft aan dat hun kinderen nog niet op de sociale netwerksites mogen komen totdat ze de minimale leeftijdsgrens hebben bereikt (Mangold & Faulds, 2009). Informatie van een vervolgonderzoek met een oudere doelgroep zou interessant zijn, omdat onderzoek aangeeft dat deze doelgroep meer gebruikmaakt van sociale netwerksites, zo zou 83 procent van de 18-19 jarige gebruikmaken van sociale netwerksites volgens onderzoek in Europa (Duggan & Brenner, 2013). Dit zorgt mogelijk voor andere resultaten.

Echter zijn de bevindingen van dit huidige onderzoek voor andere onderzoekers ook interessant. De meeste studies met betrekking tot sociale netwerksites wordt meestal gedaan met een oudere doelgroep. Zoals het onderzoek van O'Neill, Livingstone en McLaughlin (2011) met een doelgroep van 15-16 jaar. En het onderzoek van Duggan en Brenner (2013) met 18-19 jarige. Informatie over de jongere doelgroep is lastig te vinden. Dit is wel van belang aangezien de gebieden in de hersenen die betrekking hebben op de impulsbeheersing en de mogelijkheid tot het vooruitdenken nog niet uitgerijpt volledig ontwikkelt zijn

(Feldman, 2012). Dit maakt hen kwetsbaar voor de huidige ontwikkelingen op het gebied van sociale netwerksites.

Conclusie

Dit onderzoek richt zich op de invloed van online verbale zelfexpressie via positieve feedback van leeftijdsgenoten op zelfvertrouwen. Ondanks dat dit een cross-sectioneel onderzoek betreft kan er door de overeenkomende resultaten van soortgelijke longitudinale onderzoek voorzichtig uitgegaan worden van betrouwbare resultaten. Dus iemand die zich meer openstelt krijgt meer positieve feedback waardoor het zelfvertrouwen vergroot.

Referenties

- Baker, A. (2002). What makes an online relationship successful? *Cyberpsychology and Behavior*, 5, 363–375. doi:10.1089/109493102760275617
- Baumeister, R. F., Campbell, J. D., Krueger, J. I., & Vohs, K. E. (2003). Does high self-esteem cause better performance, interpersonal success, happiness, or healthier lifestyles? *Psychological Science in the Public Interest*, 4, 1–44.
- Chaikin, A. L., & Derlega, V. J. (1974). Variables affecting the appropriateness of self-disclosure. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 42, 588.
doi:10.1037/h0036614
- Davis, K. (2012). Friendship 2.0: Adolescents' experiences of belonging and self-disclosure online. *Journal of Adolescence*, 35, 1527-1536.
doi:10.1016/j.adolescence.2012.02.013
- Derlega, V. J., Metts, S., Petronio, S., & Margulis, S. T. (1993). *Self-disclosure*. Newbury Park, CA: Sage.
- De Vries, D.A., Peter, J., de Graaf, H., & Nikken, P. (2016). Adolescents' social network site use, peer appearance-related feedback, and body dissatisfaction: Testing a mediation model. *Journal of Youth and Adolescence*, 45, 211-224. doi:10.1007/s10964-015-0266-4
- De Vries, D. A., & Kühne, R. (2015). Facebook and self-perception: Individual susceptibility to negative social comparison on Facebook. *Personality and Individual Differences*, 86, 217-221. doi:10.1016/j.paid.2015.05.029
- Duggan, M., & Brenner, J. (2013). The Demographics of Social Media Users. Pew Internet Research Centre's Internet and American Life Project. Geraadpleegd op <http://pewinternet.org/Reports/2013/Social-media-users.aspx>

- Feldman, R. S. (2012). *Ontwikkelingspsychologie*. Amsterdam: Pearson Education.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117-140.
doi: 10.1177/001872675400700202
- Harter, S. (1988). Manual for the self-perception profile for adolescents. Denver, CO:
University of Denver.
- Harter, S. (2012a). Manual for the self-perception profile for adolescents. Denver, CO:
University of Denver. doi:10.1080/00224545.1990.9924608
- Hattie, J., & Timperley, H. (2007). The power of feedback. *Review Educational Research*,
77, 81-112. doi: 10.3102/003465430298487
- Hayes, A. F. (2012). *PROCESS: A versatile computational tool for observed variable
mediation, moderation, and conditional process modeling*. Geraadpleegd op
<http://www.afhayes.com/public/process2012.pdf>.
- Howell, A., & Conway, M. (1990). Perceived intimacy of expressed emotion. *The Journal
of social psychology*, 130, 467-476.
- Jiang, L., Bazarova, N. N., & Hancock, J. T. (2011). The disclosure–intimacy link in
computer-mediated communication: An attributional extension of the hyperpersonal
model. *Human Communication Research*, 37, 58-77. doi: 10.1111/j.1468-
2958.2010.01393.x
- Joinson, A. N. (2001). Self-disclosure in computer-mediated communication: The role of self-
awareness and visual anonymity. *European Journal of Social Psychology*, 31, 177-
192. doi:10.1002/ejsp.36
- Joinson, A. N., & Paine, C. (2007). Self-disclosure, privacy and the Internet. In A. N. Joinson,
K. Y. A. McKenna, T. Postmes, & U. Reips (Eds.), *Oxford handbook of Internet*

- psychology* (pp. 237–252). New York: Oxford University Press. doi:
10.1093/oxfordhb/9780199561803.013.0016
- Jones, D. C. (2001). Social comparison and body image: Attractiveness comparisons to models and peers among adolescent girls and boys. *Sex Roles, 45*, 645-664. doi:
10.1023/A:1014815725852
- Koutamanis, M., Vossen, H. G., & Valkenburg, P. M. (2015). Adolescents' comments in social media: Why do adolescents receive negative feedback and who is most at risk?. *Computers in Human Behavior, 53*, 486-494.
- Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V., & Crawford, A. (2002). Internet paradox revisited. *Journal of Social Issues, 58*, 49e74. doi: 10.1111/1540-4560.00248
- Lo, V. H., & Wei, R. (2005). Exposure to Internet pornography and Taiwanese adolescents' sexual attitudes and behavior. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 49*, 221-237. doi: 10.1207/s15506878jobem4902_5
- Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons, 52*, 357-365. doi:10.1016/j.bushor.2009.03.002
- Mutz, D. C., Roberts, D. F., & Vuuren, D. V. (1993). Reconsidering the displacement hypothesis: television's influence on children's time use. *Communication Research, 20*, 51-75. doi: 10.1177/009365093020001003
- Nosko, A., Wood, E., & Molema, S. (2010). All about me: Disclosure in online social networking profiles: The case of FACEBOOK. *Computers in Human Behavior, 26*, 406–418. doi: 10.1016/j.chb.2009.11.012
- O'Neill, B., Livingstone, S. and McLaughlin, S. (2011). *Final recommendations for policy, methodology and research*. LSE, London: EU Kids Online.

- Parks, M. R., & Floyd, K. (1996). Making friends in cyberspace. *Journal of Communication*, 46, 80–97. doi: 10.1111/j.1083-6101.1996.tb00176.x
- Peña, J., Walther, J. B., & Hancock, J. T. (2007). Effects of geographic distribution on dominance perceptions in computer-mediated groups. *Communication Research*, 34, 313–331. doi:10.1177/0093650207300431
- Reis, H. T., & Shaver, P. (1988). Intimacy as an interpersonal process. In S. Duck (Ed.), *Handbook of personal relationships* (pp. 367–389). Chichester, UK: Wiley & Sons.
- Rosenberg, M., Schooler, C., Schoenbach, C., & Rosenberg, F. (1995). Global self-esteem and specific self-esteem: Different concepts, different outcomes. *American Sociological Review*, 60, 141-156. doi: 10.2307/2096350
- Sonck, N., Haan, J., & Mantext, M. (2015). *Media: tijd in beeld: dagelijkse tijdsbesteding aan media en communicatie*. Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Sowislo, J. F., & Orth, U. (2013). Does low self-esteem predict depression and anxiety? A meta-analysis of longitudinal studies. *Psychological Bulletin*, 139, 213-240. doi:10.1037/a0028931
- Tidwell, L. C., & Walther, J. B. (2002). Computer-mediated communication effects on disclosure, impressions, and interpersonal evaluations: Getting to know one another a bit at a time. *Human Communication Research*, 28, 317. doi: 10.1111/j.1468-2958.2002.tb00811.x
- Trzesniewski, K. H., Donnellan, M. B., Moffitt, T. E., Robins, R. W., Poulton, R., & Caspi, A. (2006). Low self-esteem during adolescence predicts poor health, criminal behavior, and limited economic prospects during adulthood. *Developmental Psychology*, 42, 381-390. doi:10.1037/0012-1649.42.2.381

- Valkenburg, P. M., Peter, J., & Schouten, A. P. (2006). Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. *CyberPsychology & Behavior*, *9*, 584-590. doi: 10.1089/cpb.2006.9.584
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2007). Preadolescents' and adolescents' online communication and their closeness to friends. *Developmental Psychology*, *43*, 267–277. doi: 10.1037/0012-1649.43.2.267
- Valkenburg, P. M., Sumter, S. R., & Peter, J. (2011). Gender differences in online and offline self-disclosure in pre-adolescence and adolescence. *British Journal of Developmental Psychology*, *29*, 253-269. doi: 10.1348/2044-835X.002001
- Valkenburg, P. M., Koutamanis, M., & Vossen, H. G. (2017). The concurrent and longitudinal relationships between adolescents' use of social network sites and their social self-esteem. *Computers in Human Behavior*, *76*, 35-41. doi: 10.1016/j.chb.2017.07.008
- Vossen, H.G.M., Koutamanis, M. & Walther, J. B. (2017). An Experimental Test of the Effects of Online and Face-to-Face Feedback on Self-Esteem. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, *11*, artikel 1. doi:10.5817/CP2017-4-1
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, *23*, 3–43. doi:10.1177/009365096023001001
- Walther, J. B., & Parks, M. R. (2002). Cues filtered out, cues filtered in: Computer-mediated communication and relationships. In M. L. Knapp & J. A. Daly (Eds.), *Handbook of Interpersonal Communication* (3rd ed., pp. 529–563). Thousand Oaks, CA: Sage.

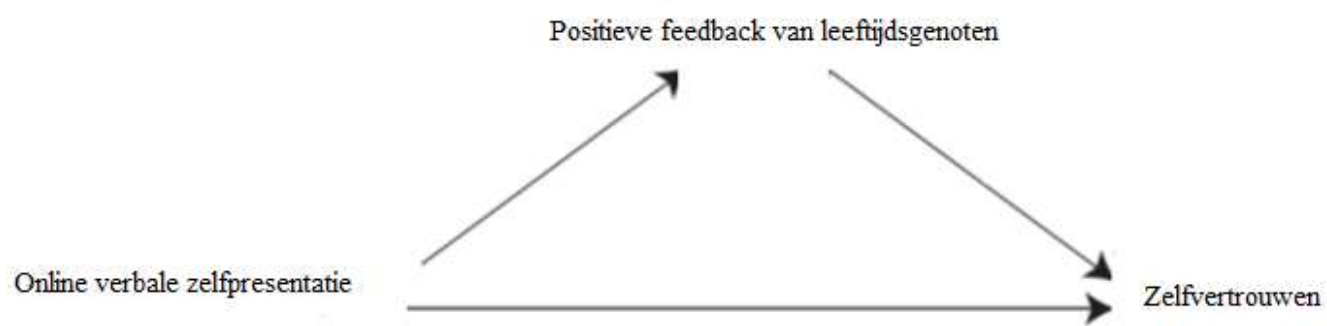
Waterloo, S. F., Baumgartner, S. E., Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2017). Norms of online expressions of emotion: Comparing Facebook, Twitter, Instagram, and WhatsApp.

New Media & Society, 12. doi: 10.1177/1461444817707349

Wilkins, H. (1991). Computer talk: Long distance conversations by computer. *Written*

Communication, 8, 56–78. 10.1177/0741088391008001004

Bijlage 1



Figuur 1. Mediatie model