

Sociale media en verschillen tussen generaties
Universiteit Utrecht

Ellen Crommentuijn (3956512), Dorine de Poel (4254392) en
Lonneke Spierings (4256212)

Opleiding: Pedagogische Wetenschappen

Cursus: Thesis Pedagogische Wetenschappen (200600042)

Werkgroep: 17

Docent: Asli Ünlüsoy

Datum: 23 juni 2014

Abstract

Objective: Mainly young people today spend a lot of time on the internet. They use social media more effectively and efficiently. Adults on the other hand have more difficulties to integrate with these developments. In this study the differences between generations in dealing and attitude toward social media regarding network learning, response requirement and privacy is examined. **Method:** In total 186 respondents were approached based on a combination of convenience and snowball sampling strategy. The data was collected by means of an online survey that was sent to respondents by email. The survey was a self-assessment of internet use and skills, and behaviors and attitudes toward various aspects of social media (i.e., network learning, response requirement and privacy), measured on a 7-point Likert scale. **Results:** The younger generation is making more use of internet than the older generation. The internet skills of the youngest target are lower than expected. The older generation doesn't use social media to learn as much as the younger generation. With respect to response requirement there were no significant differences between age groups. Finally, the younger generation is taking fewer steps to protect their privacy and the older generation has a stricter attitude to preserve their privacy. The attitude of all constructs were significant predictors for the behavior within these constructs. **Conclusions:** This study confirmed several well-known patterns such as younger generations were using the internet more and the younger generation makes significant more use of social media. Despite some significant differences between generations we conclude that between-generation communication regarding social media is very important for the better use of this technology by all generations.

Keywords

Social media, generations, network learning, respons requirement, privacy

Inleiding

Sociale media

Sociale Media (SM) is niet meer weg te denken uit ons dagelijks leven. Het is een groot onderdeel binnen het internet (Amichai-Hamburger & Vinitzky, 2010; Chou, Hunt, Burke, Beckjord, Moser, & Hesse, 2009) en wordt omschreven als een media die verbinding, communicatie en interactie tussen gebruikers mogelijk maakt (Correa, Hinsley, & Gil de Zúñiga, 2010; Kietzmann, Hermkens, McCarthy, & Silvestre, 2011). Van den Bighelaar en Akkermans (2013) geven aan dat SM in de afgelopen jaren een steeds belangrijker rol is gaan spelen in onze maatschappij en een belangrijk aspect van ons dagelijkse bestaan is. Dit heeft voor gigantische veranderingen gezorgd in ons sociale leven (Amichai-Hamburger & Vinitzky, 2010).

Veranderingen door het gebruik van Sociale Media

Anders dan overige media, vindt er bij de websites en software van SM sociale interactie plaats tijdens het gebruik (Wang, Tchernev, & Soloway, 2012). Uit de drie domeinen die Wang et al. (2012) binnen SM onderscheiden, (1) sociale netwerksites (b.v. Facebook, LinkedIn), (2) media om de communicatie met anderen mogelijk te maken (b.v., email, instant messaging), en (3) websites voor het delen van informatie (b.v., blogs, You-Tube), blijkt dat SM ongekend gemak en efficiëntie biedt voor het creëren, onderhouden en versterken van sociale relaties. Deze nieuwe technologie compliceert de sociale dynamiek en het roept vragen op over de ontwikkeling van onze samenleving (Boyd, 2007; Baym & Boyd, 2012).

SM vervangt bijvoorbeeld geleidelijk de persoonlijke communicatie als socialiserende kracht, hiermee wordt een nieuwe vorm van sociale vaardigheden gecreëerd (Barnes, 2006). Dit leidt tot fundamentele veranderingen in het vergaren van kennis en informatie (Kolbitsch & Maurer, 2006) welke bijdraagt aan academisch succes (Yan Yu et al., 2010) en positieve ontwikkelingen binnen het bedrijfsleven (Kraimer & Liden, 2001). Tevens is deze bron van informatie, contacten en ondersteuning van grote invloed op de aandachtsregulatie (Adamczyk & Bailey, 2004) en de responsieverplichting die mensen ervaren (Weiksner, Fogg, & Liu, 2008). Tenslotte beïnvloedt SM ook de kijk op privacy (Baym & Boyd, 2012).

Verschillen tussen generaties

Voornamelijk hedendaagse jongeren spenderen veel tijd op het internet en verbinden *instant messaging*, blogs, het gebruik van Facebook of Twitter, het downloaden van bestanden en het spelen van online spellen aan het dagelijks leven (Wodzicki, Schwämmlein, & Moskaliuk, 2011; Boyd, 2007; Duimel, Pijpers, & Borgdorff, 2012). Zij zijn opgegroeid met deze middelen (Madge et al., 2009). De vroege blootstelling aan SM resulteert in zeer ontwikkelde vaardigheden in het gebruik van internet applicaties (Wodzicki et al., 2011). Hedendaagse jongeren gaan om deze reden effectiever en

efficiënter met SM om, zowel in het gebruik voor leer- als sociale doeleinden (Wodzicki et al., 2011). Volwassenen daarentegen hebben meer moeite met het integreren van deze ontwikkelingen (Boyd, 2007). Zij spenderen minder tijd aan SM en gebruiken het enkel om contact te onderhouden met bestaande vrienden (Lenhart, 2009) en als aanvulling op de dagelijkse activiteiten (Barnes, 2006). Dit sluit aan bij het onderzoek naar het gebruik van SM, welke stelt dat bijna 93% van de Nederlandse jongeren gebruik maken van SM, tegenover ongeveer 60% van volwassen internetgebruikers (Bighelaar & Akkermans, 2013).

Vanuit de literatuur is te zien dat diverse leeftijdsgroepen op verschillende manieren omgaan met internet en SM. Tevens wordt duidelijk dat er verschillen zijn in de vaardigheden omtrent het gebruik van SM. Doordat SM een zeer recente, maar ook complexe ontwikkeling is, vraagt dit onderwerp een specifieke benadering. Het huidige onderzoek biedt deze benadering door drie expliciete onderwerpen te onderzoeken, namelijk netwerk leren, responsieverplichting en privacy.

Netwerk leren

Door de vele mogelijkheden die SM biedt om tot interactie te komen (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007) sluit netwerk leren direct aan op de sociale leertheorie (Bandura, 2001). Hierbij hebben gebruikers behalve de mogelijkheid om zich te uiten, ook de mogelijkheid om informatie met elkaar te delen, feedback te ontvangen en met elkaar in discussie te gaan (Yan Yu, Wen Tian, Vogel, & Chi-Wai Kwok, 2010). Tevens is persoonlijke betrokkenheid een belangrijke leervoorwaarde voor het bereiken van gewenste leerresultaten (Bandura, 2001). SM biedt de mogelijkheid om relaties te onderhouden en profielen te verkennen van individuen met gelijke interesses en belangen (Yan Yu et al., 2010). Dit leidt tot persoonlijke betrokkenheid tijdens het leren en verhoogd het leerrendement (Hughes, Rowe, Batey, & Lee, 2011).

Naast voorwaarden om tot leren te komen, onderscheiden Schmidt en Ford (2003) drie aspecten binnen het leren waarop ontwikkeling kan plaatsvinden, namelijk (1) cognitief leren, (2) affectief leren en (3) behendig leren. Kennisuitwisseling en de communicatie die door SM mogelijk wordt gemaakt, doet een beroep op het cognitieve vermogen en verbetert de leerprestaties (Yan Yu et al., 2010). Omdat SM de maatschappelijke acceptatie van een individu ondersteunt en van invloed is op het aanpassingsvermogen aan de omgeving wordt het affectief leren bevorderd (Yan Yu et al., 2010). Daarnaast worden ook de behendigheids vaardigheden ontwikkeld doordat het individu tijdens het gebruik van SM gestimuleerd wordt tot onderzoek, interpreteren, interactie, reflectie, samenwerking en oplossingsgericht denken (Brescia & Miller, 2006; Wodzicki et al., 2011; Madge, Meek, Wellens, & Hooley, 2009). Tot slot is het mogelijk om onderzoek- en schrijfvaardigheden, samenwerking en sociale vaardigheden te verbeteren in online discussies over opdrachten en projecten (Ellison & Wu, 2008).

Uitgaande van de eerder beschreven onderzoeken naar leervoorwaarden, ontwikkeling van kennis en vaardigheden en de mogelijkheden van SM voor educatieve doeleinden, kan worden vastgesteld dat het gebruik van SM een positieve invloed heeft op het leerrendement van het individu. Desondanks lijken deze media door zowel jongeren als volwassenen beperkt ingezet te worden voor educatieve doeleinden (Madge et al., 2009). Wanneer men streeft naar een optimaal leerrendement van gebruikers, is het van belang aan te sluiten bij deze mogelijkheden van SM (Dabbagh & Kitsantas, 2011). Dit onderzoek zal de kansen die netwerk leren biedt voor verschillende generaties inzichtelijk maken. Dit draagt bij aan het vergroten van het leerrendement van SM.

Responsieverplichting

Delen, actief en interactief zijn behoren tot de belangrijkste activiteiten bij applicaties en zijn de sleutels tot succes binnen de verschillende vormen van SM. Echter, dit kan niet eenvoudig naast de gewone dagelijkse bezigheden plaatsvinden. Activiteiten op SM zijn erg tijdrovend (Kaplan & Haenlein, 2010) en vergen veel aandacht waardoor mensen erg vatbaar zijn voor overbelasting door onderbrekingen van SM tijdens het werken aan een taak (Adamczyk & Bailey, 2004). Bij diverse applicaties is een proactieve houding gewenst, zoals e-mail en instant messaging. (Cutrell, Czerwinski, & Horvitz, 2001; Adamczyk & Bailey, 2004). Daarnaast vraagt e-mail tegenwoordig steeds meer tijd en aandacht van gebruikers op hun werkplek (Dabbish, Kraut, Fussell, & Kiesler, 2005).

Tevens wordt de aandacht en het gedrag van mensen beïnvloed door mentale associaties, gewoonten, gevoelens en impulsen die automatisch worden geactiveerd, zonder dat dit bewust de bedoeling is (Sherman et al., 2008). Deze onderbrekingen hebben op verschillende manieren impact op de emotionele status en de positieve sociale binding van mensen (Adamczyk & Bailey, 2004). Zo voelt de gebruiker op het moment dat hij een positief en aardig gebaar krijgt, een sociale verplichting om te reageren (Weiksner et al., 2008). De beïnvloeding van aandacht en het gedrag van mensen wordt versterkt doordat SM voorziet in de behoeften om ergens toe te willen behoren en jezelf te presenteren (Nadkarni & Hofmann, 2012). Behalve het voorzien in de behoefte aan wederkerige sociale interacties (Hubermann et al., 2008), voorziet SM ook in de behoefte te delen en het volgen van meningen en informatie (Kwak, Lee, Park, & Moon, 2010).

Ook al zouden de onderbrekingen door SM op enige manier gecontroleerd kunnen worden, dan kan het nog zijn dat een gebruiker geprikkeld wordt en dat deze prikkeling hem of haar aanzet tot het geven van een reactie. Gezien wordt dat mensen waardepatronen gebruiken om de mate van belangrijkheid van berichten te identificeren en op deze manier bepalen of ze een reactie geven of niet (Horvitz, Jacobs, & Hovel, 1999). Uit onderzoek van Dabbish et al. (2005) is gebleken dat kenmerken van de zender en de inhoud van het bericht het besluit van mensen omtrent de mate van relevantie beïnvloedt. Dit laatste stimuleert hoe mensen reageren op een

e-mailbericht. Externe sociale factoren die te maken hebben met communicatieve normen, relaties en organisatorische structuur hebben mogelijk een veel sterkere invloed op het al dan niet reageren op berichten dan interne factoren, zoals het bepalen van berichten op de mate van relevantie (Dabbish et al., 2005).

Het is van belang de huidige ontwikkeling na te gaan, omdat de gevolgen hiervan voor de aandachtsregulatie van invloed kunnen zijn op de emotionele status, de positieve binding en de prestaties van mensen. Om deze reden zal binnen dit onderzoek ook aandacht worden besteed aan attitude en gedrag ten aanzien van responsieverplichting tussen verschillende generaties.

Privacy

Privacy gaat over zelfbeheersing, autonomie en integriteit, het is het recht van mensen om te controleren welke details over hun leven binnenshuis blijven en welke naar buiten mogen. Met de komst van SM veranderen de betekenissen van privacy en publiekelijk vooral doordat er meer aspecten van het privéleven publiekelijk worden gedeeld op sociale websites (Baym & Boyd, 2012). De volharding, zoekbaarheid, repliceerbaarheid en het onzichtbare publiek groeit mee, met als effect dat het internet alle aspecten van het sociale leven spiegelt en vergroot, zonder dat je dit als individu nog in de hand hebt (Boyd, 2007).

De technologie is de afgelopen jaren aanzienlijk verbeterd. Gegevens, ook wel cookies genoemd, worden gerangschikt om portretten samen te stellen teneinde interesses en belangen te kunnen voorspellen. De machine probeert je te leren kennen. Wat we over onszelf delen, geeft daarmee veel informatie weg over onszelf maar ook over anderen (Boyd, 2013). De grens tussen publiekelijk en privé vervaagt hierdoor steeds meer (Barnes, 2006). Volgens de onderzoeken van Strasburger (2004) en Barnes (2006) zijn jongeren zich niet bewust van de impact van het afgeven van persoonlijke informatie binnen de SM. De meeste volwassen gebruikers van sociale websites daarentegen zijn zich wel bewust van hun privacy (Lenhart, 2009). Ten onrechte wordt geloofd dat de wet privacy zowel online als offline meer beschermt dan het daadwerkelijk doet (Hoofnagle, King, Li, & Turow, 2011). Een dergelijke wet zou volgens Hoofnagle en zijn collega's (2011) wel moeten bestaan.

Doordat privacy steeds in beweging is en de betekenis niet vaststaat, kan er een kloof ontstaan ten aanzien van de visie tussen verschillende generaties (Boyd & Marwick, 2011). Echter, onderzoek van Hoofnagle en collega's (2011) wijst uit dat jongeren en volwassenen juist in harmonie met elkaar zijn als het gaat om de gevoeligheid over online privacy. Wanneer de kijk op SM te veel van elkaar verschilt ontstaat er wellicht onbegrip. Onderzoek naar verschillen in attitude en gedrag ten aanzien van privacy tussen generaties zorgt voor duidelijkheid en begrip. Daarnaast zou dit onderzoek een voorspellende waarde kunnen hebben voor de toekomst, wanneer er bijvoorbeeld binnen

de resultaten een trend gevonden wordt.

Zoals hierboven beschreven zal dit onderzoek kennis genereren over de mogelijkheden om SM in te zetten ten baten van een positieve ontwikkeling in sociale vaardigheden. Doordat het gedrag en de attitude ten aanzien van netwerk leren, responsieverplichting en privacy voor verschillende generaties inzichtelijk wordt gemaakt is het mogelijk generatiespecifieke kenmerken aan het licht te brengen. Indien wenselijk bestaat de mogelijkheid hierna per generatie gericht advies uit te brengen over hoe zij aan de hand van SM een positieve ontwikkeling in de sociale vaardigheden kunnen bewerkstelligen.

Probleemstelling

Het doel binnen dit onderzoek is dat er meer informatie vergaard wordt over mogelijke verschillen in de attitude en het gedrag tussen verschillende leeftijdsgroepen ten aanzien van diverse aspecten van SM. Informatie omtrent internet en SM bestaat al, maar dit is beperkt en niet eerder is er specifiek onderzoek uitgevoerd naar de drie thema's die centraal staan in dit onderzoek. Fundamenteel, explorerend onderzoek is de leidraad binnen dit onderzoek, waarbij alleen naar verbanden gekeken zal worden; niet naar causale relaties.

Er zijn leeftijdsgroepen die de ontwikkeling van internet en SM volledig hebben meegemaakt. Omdat niet alle groepen altijd met de mogelijkheden van SM hebben geleefd, is de verwachting dat er verschillen tussen generaties worden gevonden. Omdat de kijk op SM erg breed kan worden geïnterpreteerd, is er bij dit onderzoek voor gekozen drie deelaspecten te onderzoeken, namelijk netwerk leren, responsieverplichting en privacy.

Door de beperkte beschikbare wetenschappelijke informatie over dit onderwerp kan dit onderzoek een bijdrage leveren aan de ontwikkelingen rondom dit thema. Wel is het door de beperkte studies omtrent verschillen in generaties moeilijk een precieze hypothese te stellen over hoe generaties van elkaar verschillen. Hierdoor is de hypothese gelimiteerd aan de verwachting dat generaties van elkaar verschillen. De hypothese die derhalve in dit onderzoek centraal zal staan luidt: 'Er is een verschil in de omgang met en attitude omtrent sociale media tussen verschillende generaties.' De drie beschreven onderwerpen staan daarbij in het middelpunt en worden los van elkaar onderzocht.

Methode

Sample

Het onderzoek vond plaats door middel van een online vragenlijst. Tenminste 400 personen zijn per e-mail benaderd middels directe of indirecte contacten van de onderzoekers. De direct benaderde respondenten werd vervolgens gevraagd de e-mail door te sturen naar ten minste drie andere personen. Hierbij is sprake van een

'gemakssteekproef' en een sneeuwbalsteekproef. Voorwaarde om mee te mogen doen aan het onderzoek was dat de respondenten 12 jaar of ouder moesten zijn. Door middel van een link in de e-mail kwamen de respondenten bij een online vragenlijst die vooraf door de onderzoekers was opgesteld. In de vragenlijst konden de respondenten hun eigen mening geven met betrekking tot diverse stellingen over verscheidene te onderzoeken variabelen. De vragenlijst is van 14 april tot en met 2 mei 2014 online geweest. In deze periode hebben in totaal 186 respondenten de vragenlijst volledig ingevuld.

Tabel 1 geeft de persoonskenmerken en achtergrond van de onderzoekspopulatie weer. De meerderheid van de populatie is van het mannelijke geslacht ($n=127$). De leeftijdsgroepen staan centraal binnen dit onderzoek. De leeftijd binnen de onderzoekspopulatie is niet normaal verdeeld. Bijna de helft van de respondenten behoort tot de leeftijdscategorie 18 tot 33 jaar en 2.1% heeft een leeftijd hoger dan 67, de grootte van de overige leeftijdscategorieën is nagenoeg gelijk. Ruim tweederde ($n=124$) van de onderzoekspopulatie heeft tenminste een opleiding in het hoger beroepsonderwijs (HBO) afgerond; geen van de respondenten heeft de middelbare school niet afgerond. Het overgrote deel van de respondenten ($n=117$) is werkend, twee andere ruim vertegenwoordigde groepen zijn scholieren ($n=27$) en studenten ($n=21$). Tot slot gebruikt de grootste groep respondenten ($n=75$) SM tussen één en drie uur per dag. Iets meer als een kwart ($n=53$) respondenten gebruikt SM minder, slechts 11 personen zijn meer dan vier uur per dag bezig met SM.

Tabel 1

Persoonskenmerken van de onderzoekspopulatie

Basiskarakteristieken en persoonskenmerken		Totaal in percentage
Geslacht	Man	68.3
	Vrouw	32.7
Leeftijd	12 - 17	14.5
	18 - 33	50.0
	34 - 48	10.2
	49 - 57	12.9
	58 - 67	10.2
	> 68	2.2
Opleiding	Middelbare school	22.0
	Middelbare school afgerond	0.0
	Middelbaar beroepsonderwijs	9.7
	Hoger beroepsonderwijs	36.6
	Universiteit	31.7
	Geen opleiding	0.0
Professionele situatie	Scholier	14.5
	Student	11.3
	Werkend	62.9
	Werkeloos	3.8
	Huisman/vrouw	2.7
	Gepensioneerd	4.8

Noot. N=186

Instrumenten

In dit onderzoek vallen de volgende websites en applicaties onder SM: Facebook, interactieve games, Snapchat, E-mail, Twitter, Whatsapp, LinkedIn en YouTube. Deze websites worden sociale netwerksites genoemd en uit onderzoek is gebleken dat enkelen van bovengenoemde tot de meeste gebruikte SM in Nederland behoren (Duimel, Pijpers & Borgdorff 2012). Onder netwerk leren worden de leeropbrengsten verstaan die behaald zijn door de inzet van SM. Hieronder valt het opdoen van kennis, vaardigheden en contacten (Hughes, Rowe, Batey, & Lee, 2011). Responsieverplichting omvat alle aspecten die te maken hebben met het gevoel of de drang om te reageren, maar ook de mate waarin iemand hierdoor afgeleid kan worden (Kaplan & Haenlein, 2010; Adamczyk

& Bailey, 2004). Bij privacy gaat het voornamelijk om aspecten van het privé leven die steeds meer publiekelijk gedeeld worden op sociale netwerksites (Baym & Boyd, 2012).

In de vragenlijst die door de onderzoekers was opgesteld konden de respondenten hun eigen mening geven met betrekking tot diverse stellingen over verscheidene te onderzoeken variabelen, te weten: (1) internetgebruik (nominaal, één ratio vraag; (2) internetvaardigheden (ordinaal); (3) netwerk leren (gedrag/attitude, ordinaal); (4) responsieverplichting (gedrag/attitude, ordinaal) en (5) privacy (gedrag/attitude, ordinaal). De attitudes en het gedrag van de diverse constructen zijn gemeten op een 7-punt Likert schaal. Daarbij liepen de antwoorden van 'helemaal waar' tot 'helemaal niet waar' en 'helemaal mee eens' tot 'helemaal niet mee eens'. De gebruikte data-analyse methode is kwantitatief van aard.

De items in de vragenlijst worden gesplitst in twee constructen, namelijk gedrag en attitude. Onder gedrag wordt datgene verstaan wat ook daadwerkelijk wordt gedaan door een persoon. Onder attitude wordt de houding van een individu verstaan. Er is voor deze constructen gekozen, omdat bij het construeren van de items deze constructen vanuit de literatuur duidelijk onderscheiden konden worden. Een voorbeeld van een item gedrag is: 'Ik houd mijn privacy instellingen goed in de gaten'; een voorbeeld van een item over houding is: 'Als er berichten binnen komen voel ik me verplicht te reageren'.

De onafhankelijke en afhankelijke variabelen kunnen verschillen per onderzoeksvraag. Onderstaand wordt een overzicht gegeven van de algemene variabelen en hoe deze gezien kunnen worden. De onafhankelijke variabelen van dit onderzoek zijn voornamelijk de demografische kenmerken: (1) geslacht (nominaal); (2) leeftijd (ratio) (3) professionele situatie (nominaal) en (4) opleidingsniveau (interval).

Op basis van de beschreven literatuur is een vragenlijst samengesteld om de afhankelijke variabelen te meten. Dit zijn: (1) internetgebruik (nominaal, één ratio vraag); (2) internetvaardigheden (ordinaal); (3) netwerk leren (gedrag/attitude, ordinaal); (4) responsieverplichting (gedrag/attitude, ordinaal) en (5) privacy (gedrag/attitude, ordinaal). Een voorbeeld van een vraag op nominaal niveau is 'Hoeveel uur per dag besteed je aan sociale media?'. Hierbij zijn meerdere antwoordmogelijkheden en er is geen sprake van een absoluut nulpunt, waardoor dit een nominaal meetniveau betreft. Een voorbeeld van een stelling op ordinaal meetniveau is 'Ik vind het belangrijk informatieve posts van anderen te lezen'.

Procedure

Na afname van de vragenlijst zijn alleen de compleet ingevulde vragenlijsten meegenomen in de analyse. De dataset is gecontroleerd op uitschieters, onrealistische antwoorden en antwoordpatronen. Deze zijn verwijderd omdat ze voor een vertroebeld beeld van de uiteindelijke analyse zorgen. Vervolgens zijn alle items omgecodeerd in dezelfde richting.

De constructen zijn onderzocht op interne consistentie, aan de hand van Cronbach's alfa (zie tabel 2). Hieruit kan geconcludeerd worden dat de betrouwbaarheid van deze vragenlijst voldoende is, met uitzondering van de constructen 'privacy gedrag' en 'privacy attitude'.

De Cronbach's Alfa is leidend geweest bij het bepalen welke items in de somscore van de constructen meegenomen zijn. Bij de constructen 'internetgebruik', 'internetvaardigheden', 'netwerk leren gedrag', 'netwerk leren attitude', 'responsieverplichting gedrag' en 'responsieverplichting attitude' kunnen alle items meegenomen worden binnen de somscore. Bij het construct 'privacy gedrag' wordt item 14.5 (Cronbach's alfa= .38) niet in de somscore opgenomen omdat dit item het construct volgens de Cronbach's alfa minder betrouwbaar maakt.

Tabel 2

Betrouwbaarheid constructen

Constructen	Betrouwbaarheid in Cronbach's Alfa
Internetgebruik	.59
Internetvaardigheden	.83
Network Learning – Gedrag	.72
Network Learning – Attitude	.81
Responsieverplichting – Gedrag	.71
Responsieverplichting – Attitude	.75
Privacy – Gedrag	.42
Privacy – Attitude	.53

Voor de continue variabelen is gecontroleerd of deze voldoen aan een normaalverdeling aan de hand van histogrammen, skewness en kurtosis. Hieruit blijkt dat de constructen internetgebruik, netwerk leren gedrag, netwerk leren attitude, responsieverplichting gedrag, responsieverplichting attitude, privacy gedrag en privacy attitude voldoen aan deze assumptie en dus binnen de grenzen van -1,5 en 1,5 van de kurtosis vallen. Het construct internetvaardigheden (skewness: -2.22; kurtosis: 8.49), is volgens skewness en kurtosis niet normaal verdeeld, aan het bijbehorende histogram kan afgelezen worden dat deze linksscheef verdeeld is. Voor dit construct wordt voor de overige analyses het logaritme (skewness:-1.84; kurtosis:4.00) van het construct genomen om deze zo normaal mogelijk verdeeld te krijgen.

Om te onderzoeken of er verschil is in de kijk op SM tussen verschillende generaties is er gekeken naar verschillen in zowel attitude als gedrag constructen met betrekking tot de demografische kenmerk leeftijd. Deze verschillen zijn bekeken aan de hand van losse *Multivariate Analysis of Variables* (MANOVA) toetsen met Bonferroni correctie. De data

binnen dit onderzoek voldoet niet aan de assumptie van 30 items per categorie. Echter was dit noodzakelijk ten behoeve van het onderzoeken van de verschillen tussen leeftijdsgroepen.

In hoeverre de attitude het gedrag kan voorspellen is getest aan de hand van enkelvoudige regressieanalyse. De attitude is hierbij de onafhankelijke variabele en is voor deze analyse gecentreerd. Items die individueel een waarde hebben binnen het onderzoek zijn los bekeken aan de hand van een histogram.

Om de overkoepelende onderzoeksvraag te beantwoorden is bekeken of de relatie tussen attitude en gedrag hetzelfde is binnen de drie onderzochte thema's. Dit is geanalyseerd aan de hand van een Pearson Correlation Matrix. In deze matrix kan ook gezien worden wat het verband is tussen de diverse attitudes en gedragingen.

Resultaten

Invloed van Leeftijd

Er is gekeken naar verschillen in zowel attitude als gedrag, internetgebruik en internetvaardigheden jegens de leeftijdsgroepen. Deze verschillen zijn aan de hand van losse *Multivariate Analysis of Variance* (MANOVA) toetsen met Bonferroni correctie geanalyseerd. Met betrekking tot de hypothese: 'Er zijn verschillen tussen de generaties en hun attitude en gedrag jegens SM', is gekeken naar het gedrag en de attitude en het verschil tussen leeftijdsgroepen ten aanzien van de verschillende constructen. Tussen de leeftijdsgroepen is wel een significant verschil gevonden (Wilk's Lambda = .43, $F(1, 174) = 3.79$, $p < .00$) en hiermee wordt duidelijk dat het niveau van de onderzochte constructen afhankelijk is van leeftijd (zie tabel 3).

Als de diverse constructen nader worden bekeken en worden vergeleken met leeftijd, dan is te zien dat op verscheidene constructen een significant verschil is gevonden. Op de constructen internetgebruik, internetvaardigheden, netwerk leren gedrag, privacy gedrag en privacy attitude is leeftijd dus van invloed (zie tabel 4). Per construct zullen deze resultaten verder uitgewerkt worden aan de hand van one way ANOVA's.

Tabel 3

Resultaten MANOVA met Bonferroni correctie, leeftijd

	Wilk's Lambda	Internet gebruik	Internet vaardigheden	Gedrag	Attitude
Network Learning	.00*	.00*	.00*	.00*	.06
Responsieverplichting	.00*	.00*	.00*	.75	.69
Privacy	.00*	.00*	.00*	.00*	.00*

Noot: *significant verschil ($p < .05$)

Bij het construct internetgebruik blijkt uit de test between subjects effect dat er een significant verschil ($p < .05$) is tussen de jongere generaties (12-17 jaar; $M = 7.96$, 18-33; $M = 7.17$) en de oudere generaties (49-57 jaar; $M = 4.63$, 58-67; $M = 3.50$, >68 jaar; $M = 3.25$), waarbij de jongere generaties meer internet gebruiken dan de oudere.

De resultaten laten zien dat leeftijd tevens van invloed is op het construct internetvaardigheden. Hier zijn significante verschillen zichtbaar tussen respondenten in de leeftijdscategorieën 17-33 jaar ($M = 3.11$) en 34 - 48 jaar ($M = 3,07$) en respondenten uit de leeftijdscategorie 58-67 jaar ($M = 2,91$). Opmerkelijk is dat de internetvaardigheden van de jongste groep en de oudste groep respondenten gelijk is ($M = 2.99$). De internetvaardigheden van 18-48 jarigen blijken het best ontwikkeld te zijn. Leeftijd is dus van invloed op de internetvaardigheden van de respondenten. De internetvaardigheden van de jongste doelgroep zijn lager dan verwacht zou worden gezien het hoge internetgebruik van deze doelgroep. Deze groep spendeert namelijk gemiddeld de meeste tijd op internet.

De resultaten laten geen significante verschillen ($p = .06$) zien tussen het onderzochte kenmerk 'leeftijd' van de respondenten en de attitude die zij hebben ten aanzien van netwerk leren. Het gedrag ten aanzien van netwerk leren verschilt in tegenstelling tot het construct attitude wel significant ($p = .00$) tussen verschillende leeftijdsgroepen. Hierbij is de leeftijd van de respondent van invloed op hoe SM in wordt gezet om leerprestaties te bereiken. Uit de resultaten blijkt dat respondenten in de leeftijd van 58 tot 67 jaar ($M = 14.75$) SM significant ($p < .036$) minder inzetten om leerprestaties te bereiken dan respondenten jonger dan 49. Dit sluit aan bij reeds gevonden informatie vanuit de literatuur, die stelt dat jongeren door het gebruik van SM fundamenteel andere leerstrategieën gebruiken dan eerdere generaties (Wodzicki et al., 2011).

Vanuit de resultaten zijn geen significante verschillen ($p = .75$; $p = .69$) te zien tussen het onderzochte kenmerk 'leeftijd' van de respondenten met betrekking tot zowel de attitude als het gedrag die zij hebben ten aanzien van responsieverplichting. Dit is in tabel 2 heel duidelijk te zien. Op attitude en gedrag bij responsieverplichting is leeftijd dus niet significant van invloed.

Wat vervolgens uit de resultaten afgelezen kan worden is dat betreffende de attitude omtrent responsieverplichting te zien is dat personen uit de leeftijdsgroep >68 jaar een hoger gemiddelde hebben ten aanzien van het verplicht voelen om te reageren ($M=22.00$) dan personen uit de andere leeftijdsgroepen. Personen uit de leeftijdsgroep 34 – 48 jaar hebben op dit construct het laagste gemiddelde ($M=18.29$). Ten aanzien van het gedrag rondom responsieverplichting komt uit de resultaten naar voor dat personen uit de leeftijdsgroep 49 – 57 jaar het snelst zijn afgeleid door binnengekomen berichten en dat zij het belangrijk vinden direct te reageren op binnengekomen berichten ($M=19.54$) terwijl mensen uit de leeftijdscategorie >68 jaar het minst vaak en snel afgeleid zijn en reageren op binnengekomen berichten ($M=16.25$).

De resultaten laten significante verschillen zien tussen het onderzochte kenmerk 'leeftijd' van de respondenten met betrekking tot zowel de attitude als het gedrag die zij hebben ten aanzien van privacy.

Het verschil tussen leeftijdsgroepen en hun gedrag jegens privacy is te vinden tussen de leeftijdsgroepen 12-17 jaar ($M=17.96$) en 49-57 jaar ($M=19.42$). De oudere generatie onderneemt vaker stappen ten behoeve van het onderhoud van hun privacy.

Tot slot is er bij de attitude jegens privacy een significant verschil tussen 12-17 jarigen ($M=10.07$) en 49-67 jarigen (49-57 jaar, $M=14.42$; 58-67 jaar, $M=15.88$) gevonden. De oudere generatie heeft een striktere attitude ten behoeve van het behoud van hun privacy.

Tabel 4

Resultaten One Way ANOVA, Post Hoc Tests

Groepen	Internetgebruik					Internetvaardigheden				
	12-17	18-33	34-48	49-57	58-67	12-17	18-33	34-48	49-57	58-67
12-17										
18 - 33	1.00					.01*				
34 - 48	.16	1.00				1.00	1.00			
49 - 57	.00*	.00*	.19			1.00	.11	1.00		
57 - 67	.00*	.00*	.00*	1.00		1.00	.00*	.04*	.65	
>68	.00*	.01*	.15	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
Groepen	Network Learning Gedrag					Privacy Gedrag				
	12-17	18-33	34-48	49-57	58-67	12-17	18-33	34-48	49-57	58-67
18 - 33	1.00					.786				
34 - 48	1.00	1.00				1.00	1.00			
49 - 57	.19	.01*	.90			1.00	.01*	1.00		
57 - 67	.00*	.00*	.04*	1.00		1.00	.06	1.00	1.00	
>68	.53	.27	.98	1.00	1.00	1.00	.33	1.00	1.00	1.00
Groepen	Privacy Attitude									
	12-17	18-33	34-48	49-57	58-67					
18 - 33	.63									
34 - 48	.60	1.00								
49 - 57	.01*	.38	1.00							
57 - 67	.00*	.03*	.93	1.00						
>68	.07	.50	1.00	1.00	1.00					

Noot. Leeftijdsgroepen in jaren; * significant verschil ($p < .05$)

Relatie attitude en gedrag

In hoeverre de attitude het gedrag kan voorspellen is per deelonderwerp (netwerk leren, responsieverplichting en privacy) getest aan de hand van een enkelvoudige regressieanalyse. De constructen 'netwerk leren attitude', 'responsieverplichting attitude' en 'privacy attitude' zijn significante voorspellers voor het gedrag binnen hun eigen thema (zie tabel 5).

Tabel 5

Resultaten van de Uitgevoerde Regressieanalyse Rndom

	B	SeB	β	P	R ²	ΔR^2
Network Learning						
Model					.46	.46
Constant	20.37	.33		.00		
(gedrag)						
Attitude	.55	.05	.68	.00		
Responsieverplichting						
Model					.45	.45
Constant	18.61	.32		.00		
(Gedrag)						
Attitude	.65	.05	.67	.00		
Privacy						
Model					.08	.07
Constant	17.48			.00		
(Gedrag)						
Attitude	.25		.27	.00		

Noot: significant verschil ($p < .05$)**Correlatie tussen constructen**

Zoals eerder beschreven is er een correlatie gevonden tussen de onafhankelijke variabelen attitude en gedrag van het construct netwerk leren. Tevens is er een positieve correlatie tussen gedrag en attitude binnen de overige constructen responsieverplichting en privacy (zie tabel 5). Opvallend is dat bij het eerst genoemde construct privacy de correlatie beduidend minder is dan bij de overige constructen. Hieruit kan men opmaken dat de attitude van de respondenten binnen SM het gedrag ten aanzien van privacy minder beïnvloedt dan bij de overige constructen. Overige resultaten laten zien dat er een minimaal verband is tussen het gedrag van respondenten ten aanzien van netwerk leren en het gedrag dat zij vertonen op het gebied van privacy. Er is wel een positieve correlatie zichtbaar tussen het gedrag in responsieverplichting van respondenten en het gedrag dat zij vertonen wanneer het netwerk leren betreft. Opmerkelijk is ook de positieve correlatie tussen de attitude van deze constructen.

Tenslotte is er een negatieve correlatie gevonden tussen de attitude van respondenten ten aanzien van netwerk leren en de attitude jegens privacy. Hieruit kan opgemaakt worden dat wanneer de attitude van respondenten tegenover netwerk leren afneemt, de attitude ten aanzien van responsieverplichting ook afneemt.

Tabel 6

Pearson Correlation Matrix van de onafhankelijke variabelen gedrag en attitude van *Network learning*, responsieverplichting en privacy

	Netwerk leren gedrag	Netwerk leren attitude	Responie verplichting gedrag	Responie verplichting attitude	Privacy Gedrag	Privacy Attitude
Netwerk leren gedrag	1					
Netwerk leren attitude	.68	1				
Responie verplichting gedrag	.16*	.17*	1			
Responie verplichting attitude	.14	.23	.67	1		
Privacy gedrag	-.04	-.05	-.03	-.10	1	
Privacy attitude	-.16*	-.21	.00	-.02	.27	1

Noot: * significant verband ($p < .05$, two-tailed)

Discussie

SM is van steeds grotere invloed op ons dagelijks bestaan en zorgt voor gigantische veranderingen in ons sociale leven (Amichai-Hamburger & Vinitzky, 2010). Het is een zeer recent fenomeen en om deze reden is hierover beperkte wetenschappelijke informatie beschikbaar. Dit onderzoek levert daarom een mooie bijdrage aan de ontwikkelingen rondom dit thema, wat maakt dat de wetenschappelijke relevantie sterk aanwezig is. De afwezigheid van beschikbare wetenschappelijke informatie kan daarnaast een nadelige invloed hebben gehad op de literatuurstudie. Omdat de literatuurstudie de basis en het uitgangspunt van het onderzoek betreft, kan dit het startpunt van de

onderzoekers beïnvloed hebben en daarom zijn uitwerking hebben gehad op het gehele onderzoek.

Het onderzoek betreft een combinatie van selecte gemakssteekproef en sneeuwbalsteekproef waarbij de proefpersonen grotendeels bekenden zijn van de onderzoekers. Dit heeft als gevolg dat de onderzoeksresultaten niet naar de gehele Nederlandse populatie gegeneraliseerd mogen worden. Hierdoor is externe validiteit van het onderzoek zeer laag. De interne validiteit daarentegen is hoger; het onderzoek wordt uitgevoerd volgens wetenschappelijke richtlijnen. Echter, er moet rekening worden gehouden met het gegeven dat de onderzoekers die dit onderzoek uitvoeren beperkte ervaring hebben met het doen van wetenschappelijk onderzoek, wat nadelige gevolgen kan hebben voor de interne onderzoeksvaliditeit. Daarnaast kan er vanuit de gevonden resultaten geen causale relatie worden getrokken ten aanzien van leeftijd en de onderzochte constructen. Ook dit kan een nadelige invloed op de interne validiteit van dit onderzoek hebben.

De respondenten zijn via SM benaderd en het onderzoek heeft middels een online vragenlijst plaatsgevonden. Deze vragenlijst is samengesteld door de onderzoekers en niet gecontroleerd op reeds gestelde richtlijnen, wat een negatieve invloed kan hebben op de onderzoeksvaliditeit. Daarnaast heeft niet iedereen toegang tot of maakt gebruik van internet en SM, waardoor deze mensen niet konden deelnemen aan het onderzoek. Dit maakt dat er een vertekend beeld van de onderzoeksresultaten ontstaat. De kijk op SM van degenen die om de genoemde redenen niet hebben geparticipeerd aan dit onderzoek kon daardoor niet meegenomen worden binnen dit onderzoek.

Ten aanzien van responsieverplichting zijn geen significante verschillen met betrekking tot leeftijd gevonden. Dit zou niet verwacht worden vanuit de reeds gevonden resultaten met betrekking tot internetgebruik. Wat vanuit dit onderzoek te zien was, is dat ouderen zich sneller verplicht voelen om te reageren op berichten. De literatuur beschrijft dat ouderen voornamelijk gebruik maken van SM om bestaande contacten te onderhouden. Opvallend is dat het gedrag van ouderen met betrekking tot responsieverplichting wel aansluit bij de hierboven genoemde literatuur.

Aangaande privacy is in de literatuur een tegenstrijdigheid gevonden. Boyd en Marwick (2011) beschrijven dat er verschillen bestaan tussen generaties, hoewel Hoofnagle en collega's aangeven dat er juist meer overeenkomsten dan verschillen zijn. Hetgeen dat ook blijkt uit de overige informatie die aan bod kwam in de literatuurstudie. tussen generaties. Dit onderzoek bevestigt dat er wel degelijk verschillen zijn tussen leeftijdscategorieën. De jongere generatie onderneemt minder vaak stappen om hun privacy te beschermen. En de oudere generatie heeft een striktere attitude ten behoeve van het behoud van hun privacy. Dit is te verklaren vanuit de gevonden literatuur, waarin wordt beschreven dat jongeren zich minder bewust zijn van de impact van het

afgeven van persoonlijke informatie binnen SM (Strasburger, 2004; Barnes, 2006).

Voor alle drie de constructen geldt dat de attitude een voorspeller is van gedrag. Bij privacy geldt dit echter in mindere mate. Mogelijk is dit te verklaren doordat mensen om ethische redenen privacy wel belangrijk vinden, maar dat het gebruik van SM privacyschending in de hand werkt. Deze hypothese zou nader onderzocht kunnen worden in een volgend onderzoek.

Binnen dit onderzoek zijn diverse demografische kenmerken onderzocht, echter nu is alleen gekeken naar de verschillen in de kijk op SM tussen diverse leeftijdsgroepen. Vanuit de literatuurstudie kan verondersteld worden dat andere demografische kenmerken ook van invloed kunnen zijn op de kijk op SM. Dit zou mogelijk in een vervolgonderzoek centraal kunnen staan als onderwerp.

Ten slotte was tijd een beperkende factor binnen dit onderzoek, waardoor het onderzochte thema begrensd moest worden.

Conclusie

Ondanks de beperkingen die dit onderzoek heeft gehad, kunnen de uitkomsten van het huidige onderzoek bijdragen aan de bestaande kennis over deze onderwerpen met betrekking tot SM en het gedrag en de attitude jegens netwerk leren, responsieverplichting en privacy. Ten eerste blijkt leeftijd op zowel het gedrag als op de attitude bij netwerk leren en privacy van invloed te zijn. Op responsieverplichting bleek dit niet het geval te zijn. Daarnaast komt naar voor dat er een samenhang is binnen de diverse constructen. Tot slot blijkt de houding ten aanzien van de onderzochte deelonderwerpen voorspellend te zijn voor het gedrag. Maak daarom een weloverwogen keuze wanneer je besluit deel te nemen aan activiteiten die met SM te maken hebben, ben ervan bewust welke je houding ten opzichte van SM aanneemt en welke gevolgen dit voor de toekomst kan hebben voor het netwerk leren, je responsieverplichting en je privacy.

Tot slot kan nog een overkoepelende conclusie over dit onderzoek getrokken worden over de volgende hypothese die in dit onderzoek centraal stond: 'Er wordt een verschil verwacht in de kijk op SM tussen verschillende generaties'. Op basis van dit onderzoek kan deze hypothese worden aangenomen.

Referentielijst

- Adamczyk, P. D., & Bailey, B. P. (2004). If not now, when?: The effects of interruption at different moments within task execution. *Letters CHI*, 6, 271-278.
doi:10.1.1.63.2225
- Amichai-Hamburger, Y. & Vinitzky, G. (2010). Social network use and personality. *Journal Computers in Human Behavior*, 26, 1289-1295.
doi:10.1016/j.chb.2010.03.018
- Baarda, B., Bakker, E., Van der Hulst, M., Julsing, M., Fischer, T., Van Vianen, R., De Goede, M. (2012). *Basisboek Methoden en Technieken, Kwantitatief praktijkgericht onderzoek op wetenschappelijke basis*. Groningen/Houten, Nederland: Noordhoff Uitgevers.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, 52, 1-26. doi: 0066-4308/01/0201-0001
- Barnes, S. B., (2006). A privacy paradox: Social networking in the United States. *Journal on the internet*, 11. doi:http://dx.doi.org/10.5210/fm.v11i9.1394
- Baym, N. K. & Boyd, D. (2012) Socially Mediated Publicness: An Introduction. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56, 320-329.
doi:10.1080/08838151.2012.705200
- Boyd, D. (2007). *Social Network Sites: Public, Private, or What? Knowledge Tree*. Op 26 februari 2014 verkregen van: <http://www.danah.org/papers/KnowledgeTree.pdf>
- Boyd, D. (2008). Facebook's Privacy Trainwreck, Exposure, Invasion, and Social Convergence. *The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14, 13-20. doi:10.1177/1354856507084416
- Boyd, D. (2010). Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications. In Z. Papacharissi (Ed.), *A networked self: Identity, community and culture on social network sites* (pp. 39-58). New York: Routledge.
- Boyd, D. & Marwick, A. (2011). Social Privacy in Networked Publics: Teens' Attitudes, Practices, and Strategies. Paper presented at the *Oxford Internet Institute Decade in Internet Time Symposium*. Maart 2014 verkregen van: <http://www.danah.org/papers/2011/SocialPrivacyPLSC-Draft.pdf>
- Boyd, D. (2013). Networked Privacy. *Surveillance and Society*, 10, 348-350. Februari 2014 verkregen van: <http://library.queensu.ca/ojs/index.php/surveillance-and-society/article/view/networked/networked>
- Brescia, F., & Miller, Jr. (2006). What's it worth? The perceived benefits of instructional blogging. *Electronic Journal for the Integration of Technology in Education*, 5, 44-52. Retrieved from <http://ejite.isu.edu/Volume5/Brescia.pdf>

- Chou, W. C., Hunt, Y. M., Beckjord, E. B., Moser, R. P. & Hesse, B. W. (2009). Social Media Use in the United States: Implications for Health Communication. *Journal of Medical Internet research*, 11, e48. doi:10.2196/jmir.1249
- Correa, T., Hinsley, A.W., & Gil de Zúñiga, H. (2010). Who interacts on the Web?: The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior*, 26, 247–253. doi:10.1016/j.chb.2009.09.003
- Cutrell, E., Czerwinski, M., & Horvitz, E. (2001). Notification, disruption, and memory: Effects of messaging interruptions on memory and performance. *Microsoft Research*. March 2014 retrieved from: <http://www.msrf-waypoint.com/pubs/101771/Interact2001Messaging.pdf>
- Dabbagh, N., & Kitsantas, A. (2012). Personal Learning Environments, social media, and self-regulated learning: A natural formula for connecting formal and informal learning. *Internet and Higher Education*, 15, 3–8. doi: 10.1016/j.iheduc.2011.06.002
- Dabbish, L. A., Kraut, R. E., Fussell, S., & Kiesler, S. (2005). Understanding email use: Predicting action on a message. *CHI, April 2-7*. March 2014 retrieved from: <https://www.cs.cmu.edu/afs/cs.cmu.edu/Web/People/kiesler/publications/2005pdfs/2005-Dabbish-CHI.pdf>
- Duimel, M., Pijpers & R., Borgdorff, M. (2012) Hey, what's app? 8-18-jarigen en mobiele telefoons. Stichting Mijn Kind Online. Februari 2014 verkregen van: <http://www.kennisnet.nl/themas/sociale-media/onderzoeken/cijfers-gebruik-sociale-media-8-tot-18-jarigen/>
- Ellison, N.B., & Wu, Y. (2008). Blogging in the classroom: A Preliminary Exploration of Student Attitudes and Impact on Comprehension. *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia*, 17, 99-122. March 2014 retrieved from <http://www.editlib.org/p/24310>
- Ellison, N.B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 1143-1168. doi: 10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x
- Hoofnagle, C. J., King, J., Li, S., Turow, J. (2010). How different are Young adults from older adults when it comes to information privacy attitudes & policies? *Social Science Research Network*. doi:<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1589864>
- Horvitz, E., Jacobs, A., & Hovel, D. (1999). Attention-sensitive alerting. *Microsoft Research*. March 2014 retrieved from: <http://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1301/1301.6707.pdf>

- Huberman, B. A., Romero, D. M., & Wu, F., (2008). Social networks that matter: Twitter under the microscope. *Social Computing Lab*. March 2014 retrieved from: <http://arxiv.org/pdf/0812.1045.pdf>
- Hughes, D. J., Rowe, M., Batey, M., & Lee, A. (2012). A tale of two sites: Twitter vs. Facebook and the personality predictors of social media usage. *Computers in human behavior*, 28, 561-569. doi:10.1016/j.chb.2011.11.001
- Kaplan, A. S., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53, 59-68. doi:10.1016/j.bushor.2009.09.003
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54, 241-251. doi:10.1016/j.bushor.2011.01.005
- Kolbitsch, J., & Maurer, H. (2006). The transformation of the web: How emerging communities shape the information we consume. *Journal of Universal Computer Science*, 12, 187-213. March 2014 retrieved from http://www.jucs.org/jucs_12_2/the_transformation_of_the/jucs_12_02_0187_0214_kolbitsch.pdf
- Lenhart, A. (2009). Adults and Social Network Websites. *PewResearch Internet Project*. Maart 2014 verkregen van: <http://www.pewinternet.org/2009/01/14/adults-and-social-network-websites/>
- Madge, C., Meek, J., Wellens, J., & Hooley, T. (2009). Facebook, social integration and informal learning at university: 'It is more for socialising and talking to friends about work than for actually doing work'. *Learning, Media and Technology*, 34, 141-155. doi:10.1080/17439880902923606
- Nadkarni, A., & Hofmann, S. G. (2012). Why do people use Facebook? *Personality and Individual Differences*, 52, 243-249. doi:10.1016/j.paid.2011.11.007
- Neuman, W. L. (2012). *Understanding Research, International Edition*. Boston, Amerika: Pearson Education.
- Sherman, J. W., Gawronski, B., Gonsalkorale, K., Hugenberg, K., Allen, T. J., Groom, C. J. (2008). The self-regulation of automatic associations and behavioral impulses. *Psychological Review*, 115, 314-335. doi:10.1037/0033-295X.115.2.314
- Strasburger, V. C. (2004). Children, Adolescent, and the media. *Elsevier*, 34, 54-113. doi:10.1016/j.cppeds.2003.08.001
- Van den Bighelaar, S., & Akkermans, M. (2013). Gebruik en gebruikers van sociale media. *Centraal Bureau voor de Statistiek*. March 2014 retrieved from <http://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/06A12225-495E-4620-80F6F2A53E819957/0/20131001b15art.pdf>
- Weiksner, G. M., Fogg, B. J., & Liu, X. (2008). Six patterns for persuasion in online social

networks. *LNCS*, 5033, 151-163. March 2014 retrieved from:

<http://weiksner.com/static/Six%2520Patterns%2520For%2520Persuasion.pdf>

Van den Bighelaar, S. & Akkermans, M. (2013). Gebruik en gebruikers van sociale media.

Centraal bureau van statistiek. Maart 2014 verkregen van:

[http://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/06A12225-495E-4620-80F6-](http://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/06A12225-495E-4620-80F6-F2A53E819957/0/20131001b15art.pdf)

[F2A53E819957/0/20131001b15art.pdf](http://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/06A12225-495E-4620-80F6-F2A53E819957/0/20131001b15art.pdf)