

De relatie van het sociaal zelfvertrouwen en het sociale mediagebruik van tieners met het  
geslacht als moderator

Robin van den Abeelen

Universiteit Utrecht

Studentnummer: 6567746

Begeleider: Helen Vossen

Tweede beoordelaar: Marjolein Verhoeven

Datum: 3 juni 2020

Aantal woorden: 4494

### Samenvatting

Tieners spenderen tegenwoordig veel tijd op sociale media, waardoor het belangrijk is inzicht te verkrijgen in de effecten hiervan op het sociaal zelfvertrouwen, omdat dit nog sterk aan het ontwikkelen is. De relatie tussen het sociaal zelfvertrouwen en het sociale mediagebruik is onderzocht, met het geslacht als moderator, zodat de relatie gespecificeerd wordt. Voor de huidige studie zijn de antwoorden van 1029 tieners tussen de 10 en 14 jaar, op de vragenlijsten 'social media use' en 'social self-esteem', gebruikt. De resultaten laten een significante positieve correlatie zien tussen het sociaal zelfvertrouwen en het sociale mediagebruik. Verder bleek het geslacht geen moderator te zijn in de relatie van het sociaal zelfvertrouwen en sociale mediagebruik. Geconcludeerd kan worden dat het sociaal zelfvertrouwen van tieners hoger is, wanneer iemand meer tijd spendeert op sociale media. Deze uitkomsten bieden nieuwe wetenschappelijke kennis en inzichten over de relatie van het sociaal zelfvertrouwen en het sociale mediagebruik bij jongens en meisjes.

*Trefwoorden:* sociaal zelfvertrouwen, sociale mediagebruik, tieners, geslacht

### Abstract

Teenagers spend a lot of time on social media nowadays, therefore it is important to gain insights into the effects on their social self-esteem, because this is still developing rapidly. The relation between social self-esteem and the use of social media were examined, with gender as a moderator, to specify the relationship. For this study, the answers of 1029 teens between 10 and 14 years, from the questionnaires 'social media use' and 'social self-esteem', have been used. The results showed a significant positive correlation between the social self-esteem and the use of social media. Furthermore, there appears to be no moderation of gender in the correlation of social self-esteem and social media use. In conclusion, the social self-esteem of teens is higher when someone spends more time on social media. These outcomes provide new scientific knowledge and insights about the relation of social self-esteem and social media use in boys and girls.

*Keywords:* social self-esteem, social media, teens, gender

### De relatie van het sociaal zelfvertrouwen en het sociale mediagebruik van tieners met het geslacht als moderator

Tieners zitten in een levensfase, waarbij zij te maken krijgen met veel psychosociale ontwikkelingen. Het ontwikkelen van een stabiel gevoel van eigenwaarde, ofwel het zelfvertrouwen, is voor tieners van belang, omdat dit een van de belangrijkste voorspellers is van het psychologisch welzijn (Harter, 2015; Krauss, Orth, & Robins, 2014). Het zelfvertrouwen is relatief hoog in de kindertijd, daalt tijdens de adolescentie en vervolgens stijgt het geleidelijk tijdens de volwassenheid (Robins & Trzesniewski, 2005). Het zelfvertrouwen bestaat uit verschillende componenten, zoals het academisch-, sociaal-, atletisch- en psychisch zelfvertrouwen (Harter, Whitsell, & Junkin, 1998). Deze componenten kunnen voorspellers zijn van bepaalde ontwikkelingstaken van een persoon, wat betekent dat bijvoorbeeld sociale factoren beter aansluiten bij het sociaal zelfvertrouwen dan het academische zelfvertrouwen (Marsh & Craven, 2006).

Het sociaal zelfvertrouwen gaat over de mate waarin jongeren zich geaccepteerd en leuk gevonden voelen, door vrienden en leeftijdsgenoten, en de mate waarin ze zich succesvol voelen in het onderhouden en maken van vriendschappen (Harter, 2015). De interacties met andere personen spelen een centrale rol in de ontwikkeling van het sociaal zelfvertrouwen van jongeren (Harter, 2015). Tegenwoordig vinden veel van deze interacties plaats op het internet, waar met name tieners en adolescenten gebruik van maken (Marengo, Longobardi, Fabris, & Settanni, 2018). Zij krijgen hier te maken met acceptatie van peers en feedback op zichzelf (Badenes-Ribera, Fabris, Gastaldi, Prino, & Longobardi, 2019). Het is van belang een realistisch beeld te verkrijgen over het gebruik van sociale media in de jongere doelgroep, omdat zij hier veel gebruik van maken. Daarnaast is het sociale zelfvertrouwen zich nog sterk aan het ontwikkelen bij deze doelgroep, waardoor het met name voor deze groep belangrijk is inzicht te krijgen in de effecten van sociale media hierop. Het is dan ook niet verassend, dat door de toename van sociale media, al veel onderzoek gedaan is naar de invloed van sociale media op het welzijn van jongeren. Deze onderzoeken laten echter wisselende resultaten zien wat betreft de effecten van sociale media op het sociaal zelfvertrouwen (O’Keeffe & Clarke-Pearson, 2011). Het lijkt erop dat meerdere factoren een rol spelen in deze relatie en zo blijkt er weinig bekend te zijn over de rol van het geslacht in de relatie van het sociaal zelfvertrouwen en het sociale mediagebruik (Blomfeild Neira & Barber, 2014). Hierom zal de huidige studie het geslacht als moderator meenemen.

Deze studie richt zich op het sociaal zelfvertrouwen van jongeren in de leeftijdscategorie 10 tot 14 jaar en hun gebruik van sociale media. Allereerst zal onderzocht

worden of er een samenhang is tussen het sociaal zelfvertrouwen en het sociale mediagebruik. Vervolgens zal onderzocht worden of deze relatie van het sociaal zelfvertrouwen en het sociale mediagebruik anders is voor jongens dan voor meisjes. De volgende onderzoeksvraag wordt dan ook geformuleerd: *is er een relatie tussen het sociaal zelfvertrouwen en het sociale mediagebruik van tieners en wordt deze relatie gemodereerd door sekse?* Het beantwoorden van deze onderzoeksvraag zorgt ervoor dat specifiekere informatie wordt verkregen over de relatie van het sociaal zelfvertrouwen en sociale mediagebruik. Voor klinici biedt dit nieuwe wetenschappelijke kennis en inzichten over de mogelijke rol van het sociale mediagebruik bij tieners en of deze relatie anders is voor jongens dan voor meisjes. In de behandeling van tieners met een laag zelfvertrouwen zou hier in de toekomst rekening mee kunnen worden gehouden.

### **Sociale media en het sociaal zelfvertrouwen**

Op het moment zijn er weinig theorieën bekend die sociale en interne processen integreren om de uiteenlopende bevindingen over het socialemediagebruik te verklaren (Liu & Baumeister, 2016). Krause, Baum, Baumann, & Krasnova (2019) hebben drie routes beschreven die personen zouden volgen in het verwerken van sociale informatie met betrekking tot het zelfvertrouwen; het sociale vergelijkingsproces, het sociale feedbackproces en het zelfreflectieproces. Met betrekking tot het sociale mediagebruik, gaat het sociale vergelijkingsproces over het vergelijken van relevante aspecten van zichzelf, met informatie van anderen, waardoor conclusies worden getrokken over iemand zijn eigen positie (Krasnova et al., 2015). In dit proces is sprake van opwaartse en neerwaartse vergelijkingen (Krause et al., 2019). Vaak wordt gebruik gemaakt van opwaartse vergelijkingen, omdat veel gebruikers een positief beeld van zichzelf neerzetten; dit lijkt een negatief effect te hebben op het zelfvertrouwen (Liu et al., 2017; Qiu, Lin, Leung, & Tov, 2012). Het sociale feedbackproces heeft betrekking op de interactie met anderen, wat kan zorgen voor een gevoel van sociale acceptatie of afwijzing (Wenniger, Krasnova, & Buxxman, 2019). Het sociale feedbackproces lijkt een positief effect te hebben op het zelfvertrouwen van een persoon, echter ligt dit aan de toon en de frequentie van feedback die online gegeven wordt (Barasch & Berger, 2014; Valkenburg et al., 2017). Hetgeen iemand zelf op sociale media plaatst, zorgt ervoor dat het zelfreflectieproces geactiveerd wordt (Krause et al., 2019). Het zelfreflectieproces lijkt positief te zijn voor het zelfvertrouwen, omdat positieve aspecten van zichzelf belicht worden op sociale media, wat zorgt voor een positieve zelfevaluatie (Denti et al., 2012). Op basis van deze argumentatie lijken meerdere processen een rol te spelen in de effecten van het sociale mediagebruik op het zelfvertrouwen van een persoon (Krause et al.,

2019). Bij deze processen wordt een verschil gezien in positieve en negatieve effecten, waardoor het lastig is een eenduidig antwoord te vormen over de effecten van sociale media. Daarbij stellen Krause et al. (2019) dat de gehele uitkomst van het effect van sociale media afhangt van interpersoonlijke kenmerken. Zo zou een moderator analyse specifiek inzicht kunnen geven in het effect van sociale media op een persoon (Krause et al., 2019).

Verschillende onderzoeken hebben deze relatie tussen het sociale mediagebruik en het sociaal zelfvertrouwen onderzocht. Allereerst, zijn er studies die het globale zelfvertrouwen en andere soorten sociale mediagebruik gemeten hebben, zoals Facebook en andere vriendenwebsites (Apaolaza, Hartmann, Medina, Barrutia, & Echebarria, 2013; Malik & Kahn, 2015). Uit deze studies komt naar voren dat er een positieve relatie is in het gebruik van bepaalde sociale mediasites en het zelfvertrouwen van studenten. Andere studies hebben zich gericht op de relatie van het globale zelfvertrouwen en het algemeen gebruik maken van sociale mediasites; zij rapporteerden ook een positieve relatie (Apaolaza et al. 2013; Berry, Emsley, Lobban, & Bucci, 2018; Blomfeild Neira & Barber, 2014; Gross, 2009). Studies die wel beide factoren hebben onderzocht, dat wil zeggen het gebruik van sociale media en het sociaal zelfvertrouwen, rapporteerden een positieve samenhang (Valkenburg et al., 2017; Valkenburg, Peter & Schouten, 2006).

Vanuit de beschreven processen van Krause et al. (2019) komen positieve en negatieve effecten naar voren. Vanuit wetenschappelijk onderzoek komen echter eenduidige effecten naar voren, namelijk een positieve samenhang (Valkenburg et al., 2017; Valkenburg et al., 2006). Hierom wordt verwacht een positieve samenhang te vinden in het sociaal zelfvertrouwen en het gebruik van sociale media (hypothese 1).

### **Geslacht met betrekking tot het sociaal zelfvertrouwen en het gebruik van sociale media**

Het tweede doel van de huidige studie is om te onderzoeken of de relatie van het sociaal zelfvertrouwen en het gebruik van sociale media mogelijk gemodereerd wordt door het geslacht van een persoon. Over het algemeen zou het zelfvertrouwen van mannen hoger zijn dan dat van vrouwen (Skaalvik, in Kendler, Gardner, & Prescott, 1998). Dit verschil in zelfvertrouwen kan worden verklaard door het feit dat mannen en vrouwen geleerd hebben uit andere bronnen het zelfvertrouwen te halen (Kendler, Gardner, & Prescott, 1998). Van jongens wordt verwacht dat zij onafhankelijk zijn, waardoor het zelfvertrouwen afhangt van hun niveau van onafhankelijkheid en autonomie (Cross & Madson, 1997). Daarentegen krijgen meisjes van jongs af aan al de verwachting dat zij sociaal en zorgzaam moeten zijn. Hierdoor zijn zij geneigd meer afhankelijk te zijn en zo zullen zij zichzelf sneller definiëren in termen tot hun verbondenheid met anderen (Baumeister & Sommer, 1997). Overigens zijn

meisjes vaak eerder volwassen om persoonlijke relaties aan te gaan, waardoor zij mogelijk eerder dan jongens voordelen kunnen ervaren van hechte vriendschappen (Douvan & Gold, in Walker & Greene, 1986). Meisjes zouden dan ook sociale media eerder gebruiken om feedback over zichzelf van anderen te ontvangen, waarbij de toon van deze feedback een rol speelt in deze zelfevaluatie (Valkenburg et al., 2006). Op basis van de eerder genoemde theorie van Krause et al. (2019) lijkt het sociaal zelfvertrouwen van meisjes meer af te hangen van sociale vergelijkingen en sociale feedback dan voor jongens.

In de literatuur is weinig bekend over de rol van het geslacht in de relatie van het sociaal zelfvertrouwen en sociale mediagebruik (Alsafi, 2019; Gross, 2009; Saiphoo, Halevi, & Vahedi, 2020; Valkenburg et al., 2017; Valkenburg et al., 2006). Enkele studies hebben wel het geslacht als moderator meegenomen in de relatie van het globale zelfvertrouwen en het sociale mediagebruik, echter gaat het in de studie van Krasnova, Veltri, Eling, & Buxmann (2017) over de doelen van het gebruik maken van sociale media. Hieruit komt naar voren dat vrouwen het onderhouden van banden en verkrijgen van toegang tot sociale informatie als doel hebben en mannen richten zich vooral op het verkrijgen van toegang tot algemene informatie (Krasnova et al., 2017). De studie van Blomfeild Neira & Barber (2014) heeft de relatie van sociale media onderzocht met betrekking tot sociale zelfconceptie, zelfvertrouwen en depressieve stemming. Hieruit kwam naar voren dat er sprake was van een significant verschil in het geslacht bij de groepen wel-gebruikers en niet-gebruikers van sociale media. Desondanks bleek het geslacht geen moderator te zijn met betrekking tot frequentie en investering van en in sociale media. Er wordt echter aanbevolen nader onderzoek te doen naar deze relatie met het geslacht als moderator, omdat geslacht een belangrijke factor blijkt te zijn als het gaat om het onderzoeken van het effect van het sociale mediagebruik op jongeren (Blomfeild Neira & Barber, 2014).

Geconcludeerd kan worden dat er een gebrek is aan onderzoek als het gaat om het geslacht als moderator in de relatie van het sociaal zelfvertrouwen en sociale mediagebruik. Hierom zal de huidige studie zich hierop richten. Op basis van de gevonden theorie en literatuur wordt verwacht dat de relatie van het sociaal zelfvertrouwen en het gebruik van sociale media sterker is voor meisjes dan voor jongens (hypothese 2), omdat meisjes zichzelf sneller zullen definiëren door vriendschappen en hun verbondenheid tot anderen en zij gebruiken sociale media met name om sociale banden te onderhouden (Baumeister & Sommer, 1997; Douvan & Gold, in Walker & Greene, 1986; Krasnova et al., 2017).

## Methoden

### Procedure

Voor huidig onderzoek is toestemming gevraagd aan de ethische commissie van de subsidieverstrekker (European Research Council, 2019). Na goedkeuring heeft een groot privé instituut in Nederland de data verzameld. De data is verzameld bij families met tenminste twee kinderen in de leeftijd van 10 – 14 jaar. Families zijn geselecteerd door een bestaand online panel van 60.000 huishoudens dat representatief is voor Nederland. Het gaat om kwantitatief onderzoek. De eerste ronde vond plaats tussen september en december 2012. Het afnemen van de vragenlijsten vond plaats in het huis van de jongeren, waar zij de vragenlijst hebben ingevuld op de laptop.

Om te voldoen aan de eisen die gesteld zijn op het gebied van ethiek, is voor het invullen van de vragenlijst toestemming gevraagd aan de ouders/verzorgers van de jongeren en aan de jongeren zelf. Dit is gedaan door middel van geschreven ‘informed active consent’. Om jongeren voor hun tijd te compenseren ontvingen gezinnen punten, die ze konden inwisselen voor bepaalde prijzen, verstrekt door het onderzoeksbureau.

### Participanten

Een aantal van 516 families hebben deelgenomen aan het onderzoek. Twee kinderen van elk geselecteerd gezin hebben deelgenomen aan onderhavig onderzoek. In totaal hebben 1032 tieners tussen de 10 en 14 jaar deelgenomen. De uiteindelijke groep bestond uit 942 Nederlandse jongeren die complete data hebben ingevuld op alle studie variabelen. De rest is missing. De uiteindelijke groep bestond voor 99.7% uit broers en zussen. Van de participanten was 50.4% vrouw.

### Meetinstrumenten

**Sociale mediagebruik.** Het sociale mediagebruik is geoperationaliseerd met behulp van directe schattingen van de frequentie van het gebruik van socialenetwerksites (zoals Facebook en Twitter) en berichtapplicaties (zoals Whatsapp en Skype). Deze schattingen worden regelmatig gebruikt in onderzoeken naar sociale media (bijv. Valkenburg et al., 2017). De vragenlijst bestaat uit twee vragen (vier in totaal). De eerste vraag is: “Hoeveel dagen per week gebruikt u socialenetwerksites?”. De tweede vraag is: “Hoeveel tijd besteedt u, op de dagen dat u gebruik maakt van de socialenetwerksites, per dag aan het gebruik van deze websites?”. De twee items worden vermenigvuldigd om directe schattingen te berekenen



van het aantal uren per week dat besteed wordt aan socialenetwerksites of berichten applicaties.

**Social Self-Esteem Scale.** Twee sub schalen van het zelfperceptie profiel voor adolescenten van Harter (2012, in Valkenburg et al., 2017) zijn gebruikt, namelijk: het sociaal- en fysiek zelfvertrouwen (Valkenburg et al., 2017). In huidig onderzoek wordt alleen het sociaal zelfvertrouwen meegenomen. Hierbij is gebruik gemaakt van de volgende vier items: ‘Ik vind het makkelijk om vrienden te maken’, ‘Ik heb veel vrienden’, ‘Ik ben populair onder mijn leeftijdsgenoten’ en ‘Het is makkelijk om me leuk te vinden’. Antwoord opties zijn 1 (helemaal niet waar), 2 (niet waar), 3 (een beetje niet waar, een beetje waar), 4 (waar) en 5 (helemaal waar) (Valkenburg et al., 2017). Deze schaal wordt gemaakt door de vier items op te tellen en door elkaar te delen; dit is de uiteindelijke sociaal zelfvertrouwen maat. De Cronbachs alfa van deze schaal is .82, wat betekent dat de schaal betrouwbaar is voor de analyses.

## Resultaten

### Beschrijvende statistiek

In Tabel 1 is een overzicht te zien van de gemiddelden, standaarddeviaties en correlaties tussen de variabelen in de analyses. Uit de Tabel is af te lezen dat er een significante positieve correlatie is tussen het sociaal zelfvertrouwen en het sociale mediagebruik. Dit betekent dat de tieners die meer gebruik maken van sociale media, een hoger sociaal zelfvertrouwen hebben. Ook leeftijd en sekse bleken een significante positieve correlatie te hebben met het social mediagebruik, wat betekent dat hoe ouder een persoon is, hoe meer hij/zij gebruik maakt van sociale media. Wat betreft sekse betekent het dat meisjes meer gebruik maken van sociale media dan jongens. Verder bleek het sociaal zelfvertrouwen geen significante positieve correlatie hebben met leeftijd en sekse en ook de leeftijd vertoonde een niet significante negatieve correlatie met sekse. Voor het uitvoeren van de analyses is gekeken of voldaan wordt aan de assumpties normaalverdeling, homoscedasticiteit, correlaties en lineairiteit. Geconcludeerd kan worden dat aan deze assumpties voldaan is. Er wordt hierom geen bootstrap uitgevoerd bij de hypothesen.

Tabel 1

*Gemiddelden, Standaarddeviaties en Pearson Correlatiecoëfficiënten (N = 1029)*

Variabele	<i>M</i>	<i>SD</i>	1	2	3
1. Sociaal zelfvertrouwen	3.40	.82	-		
2. Sociaal mediagebruik	11.69	19.98	.18**	-	
3. Leeftijd	11.76	1.41	.02	.30**	-
4. Sekse	-	-	-.04	.10**	-.02

Noot. \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$

### Relatie tussen het sociaal zelfvertrouwen en sociale mediagebruik

Hypothese 1 veronderstelt dat er sprake is van een positief verband tussen het sociaal zelfvertrouwen en het sociale mediagebruik. Deze hypothese is getoetst met behulp van een multiple regressie met sociaal zelfvertrouwen als afhankelijke variabele en sociale mediagebruik, leeftijd en sekse als onafhankelijke variabelen. Dit regressie model was significant ( $F(3,1025) = 12.72, p < .001$ ). Dit betekent dat het regressiemodel bruikbaar is om het sociaal zelfvertrouwen mee te voorspellen. Daarnaast komt naar voren dat sociale mediagebruik, leeftijd en sekse samen ongeveer 4% van de totale verklaarde variantie van sociaal zelfvertrouwen voorspellen ( $R^2 = .036$ ). Allereerst blijkt dat het sociale mediagebruik significant positief gerelateerd is aan het sociaal zelfvertrouwen ( $\beta = .00, t = 6.01, p < .001, 95\% \text{ CI } [.00, .01]$ ). Dit betekent dat hoe meer tieners gebruik maken van social media, hoe groter het sociaal zelfvertrouwen. Het geslacht blijkt significant negatief gerelateerd te zijn aan het sociaal zelfvertrouwen ( $\beta = -.10, t = -1.96, p .050, 95\% \text{ CI } [-.20, .00]$ ). Dit betekent dat meisjes een lager sociaal zelfvertrouwen hebben in vergelijking tot jongens. Als laatste blijkt leeftijd niet significant negatief gerelateerd te zijn aan het sociaal zelfvertrouwen ( $\beta = -.02, t = -1.22, p .221, 95\% \text{ CI } [-.06, .014]$ ). Dit betekent dat de leeftijd van een persoon in huidig onderzoek niet significant gerelateerd is aan het sociaal zelfvertrouwen van een persoon. De hypothese wordt aangenomen.

### Moderatie van geslacht in het sociaal zelfvertrouwen en het sociale mediagebruik

Hypothese 2 veronderstelt dat het verband tussen het sociaal zelfvertrouwen en het sociale mediagebruik gemodereerd wordt door het geslacht. Deze hypothese is getoetst met behulp van een moderatie analyse met sociaal zelfvertrouwen als afhankelijke variabele, sociale mediagebruik als onafhankelijke variabele, geslacht als moderator en de leeftijd is meegenomen als covariaat. De verklaarde variantie bleek significant te zijn ( $R^2 = .037, F(4, 1024) = 9.94, p < .001$ ). Uit de analyse blijkt dat er geen sprake is van een interactie-effect ( $B = -.00, t = -1.27, p = .205$ ). Dit betekent dat de relatie niet gemodereerd wordt door geslacht

en dat deze relatie dus niet significant anders is voor jongens dan voor meisjes. De hypothese wordt hierom verworpen.

### **Conclusie en discussie**

Het mediagebruik is flink toegenomen de afgelopen jaren. Vele studies hebben zich hier dan ook op gericht. Huidig onderzoek heeft zich gericht op jongeren tussen de 10 en 14 jaar met betrekking tot het sociaal zelfvertrouwen en het sociale mediagebruik. Deze studie is uitgevoerd om meer inzicht te verkrijgen in het sociale mediagebruik en de invloed hiervan op tieners. Zo is gekozen het sociaal zelfvertrouwen te onderzoeken, omdat dit bij tieners nog sterk in ontwikkeling is en daarnaast waren er sterke aanwijzingen dat het gebruik van sociale media hier mee samen zou hangen. In de huidige studie werd onderzocht of het sociaal zelfvertrouwen samenhang met het gebruik van sociale media en of deze relatie anders was voor jongens dan voor meisjes. Vanuit de resultaten bleek sprake te zijn van een positieve samenhang tussen het sociaal zelfvertrouwen en sociale mediagebruik, echter bleek deze relatie niet significant anders te zijn voor jongens dan voor meisjes.

#### **Samenhang sociaal zelfvertrouwen en sociale mediagebruik**

Bij de eerste hypothese werd de samenhang tussen het sociaal zelfvertrouwen en sociale mediagebruik onderzocht. Er werd verwacht een positieve samenhang te vinden op basis van eerdere studies die ook deze twee factoren onderzocht hebben (Valkenburg et al., 2017; Valkenburg et al., 2006). De resultaten ondersteunen deze verwachting. Uit de analyse kwam naar voren dat er sprake was van een samenhang, waarbij het sociaal zelfvertrouwen significant positief gerelateerd was aan het sociale mediagebruik. Ofwel, hoe meer tieners gebruik maken van sociale media, hoe groter het sociaal zelfvertrouwen. Omdat geen causaal verband is aangetoond, is de vraag of het sociaal zelfvertrouwen van tieners vergroot wordt door het gebruikmaken van sociale media of dat tieners met een hoger sociaal zelfvertrouwen juist meer gebruik maken van sociale media. Uit de literatuur komen aanwijzingen naar voren dat het sociaal zelfvertrouwen verhoogt wordt door het gebruikmaken van sociale media. Zo beschrijven Valkenburg et al. (2017) dat de mediator 'positieve feedback', wat wordt ontvangen op sociale media, bijdraagt aan het vergroten van het sociaal zelfvertrouwen. Dit is in lijn met het sociale feedbackproces, zoals Krause et al. (2019) beschrijven, echter geven zij aan dat deze effecten van positieve feedback niet lijken aan te houden. Desondanks beschrijven Valkenburg et al. (2017) dat door een opstapeling van deze positieve feedback, die tieners online ontvangen, het sociale zelfvertrouwen mogelijk stijgt. Daarnaast krijgen jongeren die gebruikmaken van sociale media meer kansen om interacties te hebben met

leeftijdsgenoten, wat vaak leidt tot positieve feedback (Blomfeild Neira & Barber, 2014). Dit zou jongeren kunnen helpen zich sociaal vaardig te voelen (Blomfeild Neira & Barber, 2014). Krause et al. (2019) beschrijven echter nog twee andere processen die een mediërende rol spelen in de relatie van het sociaal zelfvertrouwen en het sociale mediagebruik, namelijk het sociale vergelijkingsproces en het zelfreflectieproces. Het sociale vergelijkingsproces zou het sociaal zelfvertrouwen doen verlagen en het zelfreflectieproces juist verhogen (Krause et al., 2019). Het is mogelijk dat de onderzoeksresultaten verklaard kunnen worden, doordat participanten veelal positieve feedback ontvangen, positieve effecten ervaren van zelfreflectie en weinig negatieve effecten ervaren van sociale vergelijkingen, waardoor het sociaal zelfvertrouwen hoger was dan dat van participanten die minder gebruikmaken van sociale media (Krause et al., 2019).

### **Geslacht als moderator**

Bij de tweede hypothese werd onderzocht of de relatie van jongens en meisjes anders was in de relatie van het sociaal zelfvertrouwen en het sociale mediagebruik. Op basis van de literatuur werd verwacht dat deze relatie voor meisjes sterker zou zijn dan voor jongens (Baumeister & Sommer, 1997; Valkenburg et al., 2006). Vanuit de moderatie analyse bleek echter geen sprake te zijn van een interactie-effect, wat betekent dat de relatie van het sociaal zelfvertrouwen en sociale mediagebruik voor jongens en meisjes niet significant verschilt van elkaar. Een mogelijke verklaring voor deze bevinding is het feit dat in de huidige studie alleen gekeken is naar het aantal uur dat iemand gebruikmaakt van sociale media, maar niet naar de activiteiten die worden verricht, in hoeverre gebruik wordt gemaakt van opwaartse en neerwaartse vergelijkingen en de toon van feedback die wordt ontvangen (Krasnova et al., 2017; Liu et al., 2017; Qiu et al., 2012; Valkenburg et al., 2017). Deze factoren hebben betrekking op het sociale vergelijkingsproces, het sociale feedbackproces en het zelfreflectieproces van jongens en meisjes in de relatie van het sociaal zelfvertrouwen en het sociale mediagebruik (Krause et al., 2019). In huidig onderzoek is niet onderzocht hoe deze processen werken voor de participanten. Het is mogelijk dat jongens en meisjes in huidig onderzoek niet significant van elkaar verschillen in deze processen. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat met name interpersoonlijke kenmerken een rol spelen, ofwel dat de werking van deze processen vooral per persoon zou verschillen en dat hierbij in het geslacht geen significante verschillen in zijn (Krause et al., 2019).

Vanuit huidig onderzoek blijkt het sociaal zelfvertrouwen een positieve samenhang te vertonen met het sociale mediagebruik van tieners tussen de 10 en 14 jaar. Deze relatie blijkt niet significant anders te zijn voor jongens dan voor meisjes. Deze studie draagt bij aan

nieuwe wetenschappelijke kennis voor clinici over de geringe literatuur die beschikbaar is over de moderatie van het geslacht in de relatie van het sociaal zelfvertrouwen en het sociale mediagebruik. Clinici zouden rekening kunnen houden met deze resultaten in de behandeling van jongeren met een laag zelfvertrouwen.

### **Sterke kanten en beperkingen**

Bij de interpretatie van resultaten van de huidige studie dienen een aantal sterke en minder sterke punten van het onderzoek in acht te worden genomen. Eén van de sterke punten van de huidige studie is dat het onderzoek vernieuwend is. Ondanks dat de samenhang tussen het sociaal zelfvertrouwen en sociale mediagebruik eerder onderzocht is, is er specifiek naar deze relatie gekeken door de moderatie van het geslacht te toetsen. Het geslacht is in weinig onderzoeken meegenomen, waardoor weinig bekend is over de relatie van het sociaal zelfvertrouwen en sociale mediagebruik van jongens en meisjes. Huidig onderzoek heeft zich hierop gericht en draagt hierom bij aan nieuwe literatuur. Verder is een sterk punt dat de data afkomstig was uit een grote steekproef. Dit maakt dat het onderzoek te generaliseren is naar de leeftijdsgroep tieners. Een ander sterk punt is dat in huidig onderzoek het sociale mediagebruik wat positiever in beeld is gebracht. Het gebruik van sociale media wordt in de huidige maatschappij vaak als negatief bestempeld. In huidig onderzoek lijkt het gebruik van sociale media ook positieve aspecten te hebben, omdat participanten die veel gebruik maken van sociale media over het algemeen een hoger sociaal zelfvertrouwen hebben dan de participanten die minder gebruik maken hiervan. Het is bevorderend dat dit onderwerp ook positieve aandacht krijgt, zodat niet alleen negatieve aspecten belicht zullen worden.

Het huidige onderzoek kent ook enkele beperkingen. Een eerste beperking is de data, die gebruikt is op basis van crossectioneel onderzoek. Hierdoor kon wel een samenhang worden getoetst, maar konden geen oorzaak-gevolg uitspraken worden gedaan. Dit betekent dat alleen uitspraken gedaan zijn over de samenhang van variabelen op een bepaald moment en dat niet gesproken mag worden van een causaal verband en een effect over tijd. Hiermee wordt bedoeld dat niet gezegd kan worden of het sociale mediagebruik ervoor zorgt dat mensen een hoger sociaal zelfvertrouwen krijgen en of het hebben van een hoog sociaal zelfvertrouwen tot meer sociale mediagebruik leidt. Daarnaast is een beperking de leeftijdsgroep. Huidig onderzoek kan alleen gegeneraliseerd worden over de leeftijdsgroep 10 tot 14 jaar. Een beperking is dan ook dat deze conclusies voor andere groepen niet bevestigd zijn door huidig onderzoek. Als laatste is in huidig onderzoek de leeftijd, het geslacht, het sociaal zelfvertrouwen en het sociale mediagebruik gemeten. Er lijken echter meerdere factoren een rol te spelen in de relatie van het sociaal zelfvertrouwen en het sociale

mediagebruik met moderatie van het geslacht. Het sociale vergelijkingsproces, het sociale feedbackproces en het zelfreflectieproces lijken een mediërende rol te spelen in deze relatie, waarbij factoren als activiteiten, opwaartse of neerwaartse vergelijkingen en de toon van feedback die ontvangen wordt, meespelen (Krasnova et al., 2017; Krause et al., 2019; Liu et al., 2017; Qiu et al., 2012; Valkenburg et al., 2017). In huidig onderzoek is alleen het aantal uur dat de participanten gebruikmaakten van sociale media gemeten, waardoor minder specifieke uitspraken konden worden gedaan over de relatie van het sociaal zelfvertrouwen en sociale mediagebruik met de moderatie van het geslacht.

### **Conclusie en aanbevelingen**

Deze studie draagt bij aan vernieuwende inzichten en wetenschappelijke kennis. Zo is aangetoond dat het sociaal zelfvertrouwen positief samenhangt met het sociale mediagebruik van tieners. Er is niet aangetoond dat deze relatie anders was voor jongens dan voor meisjes. Vanuit huidig onderzoek wordt aanbevolen om allereerst longitudinaal onderzoek te doen naar de relatie van het sociaal zelfvertrouwen en het sociale mediagebruik. Hierdoor zal namelijk de richting van de relatie bepaald kunnen worden. Ten tweede wordt aanbevolen nader onderzoek te doen naar deze relatie met het geslacht als moderator. Hierbij is het belangrijk te meten welke activiteiten er verricht worden, of er sprake is van opwaartse of neerwaartse vergelijkingen en de toon van feedback die wordt ontvangen op sociale media (Krasnova et al., 2017; Krause et al., 2019; Liu et al., 2017; Qiu et al., 2012; Valkenburg et al., 2017). Ook moet worden gekeken in hoeverre de participanten geloven in deze feedback en in hoeverre sprake is van relationele nabijheid tot het vergelijkingsdoel en de relevantie van het vergelijkingsdomein (Brarasch & Berger, 2014; Strauman & Higgins, 1988; Tesser, in Krause et al., 2019). Door dit te meten wordt meer inzicht verkregen in het sociale vergelijkingsproces, het sociale feedbackproces en het zelfreflectieproces van tieners (Krause et al., 2019). Vervolgens kan gekeken worden door welk mechanisme het verklaard wordt dat jongens en meisjes niet significant verschillen van elkaar in de relatie van het sociaal zelfvertrouwen en het sociale mediagebruik. Hierdoor zal een specifiek antwoord worden verkregen op de vraag welke factoren ervoor zorgen dat de relatie van het sociaal zelfvertrouwen en het sociale mediagebruik niet gemodereerd wordt door geslacht.

Geconcludeerd kan worden, uit huidig onderzoek, dat het sociaal zelfvertrouwen positief samenhangt met het gebruik van sociale media, ofwel tieners tussen de 10 en 14 jaar, die veel gebruik maken van sociale media, hebben een hoger sociaal zelfvertrouwen. De relatie is hierbij niet anders voor jongens dan voor meisjes.

## Referenties

- Alfasi, Y. (2019). The grass is always greener on my Friends' profiles: The effect of Facebook social comparison on state self-esteem and depression. *Personality and Individual Differences, 147*, 111-117.
- Apaolaza, V., Hartmann, P., Medina, E., Barrutia, J. M., & Echebarria, C. (2013). The relationship between socializing on the Spanish online networking site Tuenti and teenagers' subjective wellbeing: The roles of self-esteem and loneliness. *Computers in Human Behavior, 29*(4), 1282-1289.
- Badenes-Ribera, L., Fabris, M. A., Gastaldi, F. G. M., Prino, L. E., & Longobardi, C. (2019). Parent and peer attachment as predictors of Facebook addiction symptoms in different developmental stages (early adolescents and adolescents). *Addictive behaviors, 95*, 226-232.
- Barasch, A., & Berger, J. (2014). Broadcasting and narrowcasting: How audience size affects what people share. *Journal of Marketing Research, 51*(3), 286-299.
- Baumeister, R. F., & Sommer, K. L. (1997). What do men want? Gender differences and two spheres of belongingness: Comment on Cross and Madson (1997).
- Berry, N., Emsley, R., Lobban, F., & Bucci, S. (2018). Social media and its relationship with mood, self-esteem and paranoia in psychosis. *Acta Psychiatrica Scandinavica, 138*(6), 558-570.
- Blomfield Neira, C. J., & Barber, B. L. (2014). Social networking site use: Linked to adolescents' social self-concept, self-esteem, and depressed mood. *Australian Journal of Psychology, 66*(1), 56-64.
- Cross, S. E., & Madson, L. (1997). Models of the self: self-construals and gender. *Psychological bulletin, 122*(1), 5.
- Denti, L., Barbopoulos, I., Nilsson, I., Holmberg, L., Thulin, M., Wendeblad, M., ... & Davidsson, E. (2012). Sweden's largest Facebook study.
- European Research Council. (2019). *ERC: European Research Council*. Geraadpleegd op 11 november 2019, van <https://erc.europa.eu>
- Gross, E. F. (2009). Logging on, bouncing back: An experimental investigation of online communication following social exclusion. *Developmental Psychology, 45*(6), 1787– 1793.
- Harter, S. (2015). *The construction of the self: Developmental and sociocultural foundations*. Guilford Publications.

- Harter, S., Whitesell, N. R., & Junkin, L. J. (1998). Similarities and differences in domain-specific and global self-evaluations of learning-disabled, behaviorally disordered, and normally achieving adolescents. *American Educational Research Journal*, 35(4), 653-680.
- Kendler, K. S., Gardner, C. O., & Prescott, C. A. (1998). A population-based twin study of self-esteem and gender. *Psychological medicine*, 28(6), 1403-1409.
- Krasnova, H., Veltri, N. F., Eling, N., & Buxmann, P. (2017). Why men and women continue to use social networking sites: The role of gender differences. *The Journal of Strategic Information Systems*, 26(4), 261-284.
- Krasnova, H., Widjaja, T., Buxmann, P., Wenninger, H., & Benbasat, I. (2015). Research note—why following friends can hurt you: an exploratory investigation of the effects of envy on social networking sites among college-age users. *Information systems research*, 26(3), 585-605.
- Krause, H. V., Baum, K., Baumann, A., & Krasnova, H. (2019). Unifying the detrimental and beneficial effects of social network site use on self-esteem: a systematic literature review. *Media Psychology*, 1-38.
- Krauss, S., Orth, U., & Robins, R. W. (2019). Family environment and self-esteem development: A longitudinal study from age 10 to 16. *Journal of personality and social psychology*.
- Liu, D., & Baumeister, R. F. (2016). Social networking online and personality of self-worth: A meta-analysis. *Journal of Research in Personality*, 64, 79-89.
- Liu, Q. Q., Zhou, Z. K., Yang, X. J., Niu, G. F., Tian, Y., & Fan, C. Y. (2017). Upward social comparison on social network sites and depressive symptoms: A moderated mediation model of self-esteem and optimism. *Personality and Individual Differences*, 113, 223-228.
- Malik, S., & Khan, M. (2015). Impact of Facebook addiction on narcissistic behavior and self-esteem among students. *J Pak Med Assoc*, 65(3), 260-263.
- Marengo, D., Longobardi, C., Fabris, M. A., & Settanni, M. (2018). Highly-visual social media and internalizing symptoms in adolescence: The mediating role of body image concerns. *Computers in Human Behavior*, 82, 63-69.
- Marsh, H. W., & Craven, R. G. (2006). Reciprocal effects of self-concept and performance from a multidimensional perspective: Beyond seductive pleasure and unidimensional perspectives. *Perspectives on psychological science*, 1(2), 133-163.
- O'Keeffe, G. S., & Clarke-Pearson, K. (2011). The impact of social media on children,



- adolescents, and families. *Pediatrics*, 127(4), 800-804.
- Qiu, L., Lin, H., Leung, A. K., & Tov, W. (2012). Putting their best foot forward: Emotional disclosure on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(10), 569-572.
- Robins, R. W., & Trzesniewski, K. H. (2005). Self-esteem development across the lifespan. *Current directions in psychological science*, 14(3), 158-162.
- Saiphoo, A. N., Halevi, L. D., & Vahedi, Z. (2020). Social networking site use and self-esteem: A meta-analytic review. *Personality and Individual Differences*, 153, 109639.
- Strauman, T. J., & Higgins, E. T. (1988). Self-discrepancies as predictors of vulnerability to distinct syndromes of chronic emotional distress. *Journal of personality*, 56(4), 685-707.
- Valkenburg, P. M., Peter, J., & Schouten, A. P. (2006). Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. *CyberPsychology & Behavior*, 9(5), 584-590.
- 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.
- Walker, L. S., & Greene, J. W. (1986). The social context of adolescent self-esteem. *Journal of youth and adolescence*, 15(4), 315-322.
- Wenninger, H., Krasnova, H., & Buxmann, P. (2019). Understanding the role of social networking sites in the subjective well-being of users: a diary study. *European Journal of Information Systems*, 28(2), 126-148.