

De relatie tussen sociale media activiteiten en empathie bij adolescenten
Master thesis
Utrecht University
Master's programme in Clinical Child, Family and Education Studies

Naam student: A.D.D. Chamuleau
Studentnummer: 6193285
Naam supervisor: H.G.M. Vossen
Naam tweede beoordelaar: J.C.T. Verhoeven
Aantal woorden: 3468
Datum: 26-03-2020

Abstract

Empathy is an important developmental goal during adolescence. There is empirical evidence that suggest a positive relationship between social media use and empathy. However, it remains unclear which activities of social media is related to this increase of empathy. The present study investigates whether active or passive social media activities are positively related to empathy. It is hypothesized that active social media activities are positively related to empathy and passive social media activities are not related to empathy. The moderating role of gender was also examined. A total of 438 adolescents (12 - 18 years) participated in this cross-sectional study. The results showed that active social media activities and passive social media activities are positively related to empathy and that gender does not have a moderating role in this relationship. To gain more insight in the relationship between social media use and empathy it is recommended to research more types of social media activities and their relationship with empathy.

Keywords: empathy, active social media activities, passive social media activities

Samenvatting

Empathie is een belangrijk ontwikkelingsdoel tijdens de adolescentie. Uit onderzoek blijkt dat sociale media gebruik een positieve invloed kan hebben met empathie. Echter is het onduidelijk welke activiteiten op sociale media gerelateerd zijn aan de toename van empathie. De huidige studie heeft onderzocht of actieve en passieve sociale media activiteiten een positieve relatie hebben met empathie. De verwachting was dat actieve sociale media activiteiten een positieve relatie hebben met empathie en passieve sociale media activiteiten geen relatie hebben met empathie. De modererende rol van geslacht is ook onderzocht. 438 adolescenten (12 tot 18 jaar) hebben meegedaan aan dit cross-sectionele onderzoek. De resultaten lieten zien dat zowel actieve als passieve sociale media activiteiten positief gerelateerd zijn aan empathie en dat geslacht geen modererende rol speelt in deze relatie. Om meer inzicht te krijgen in de relatie tussen sociale media gebruik en empathie wordt vervolgonderzoek geadviseerd waarbij er gekeken kan worden naar meer verschillende sociale media activiteiten en hun relatie met empathie.

Steekwoorden: empathie, actieve sociale media activiteiten, passieve sociale media activiteiten

Empathie is een multidimensioneel construct bestaande uit het vermogen om de gevoelens en emoties van een ander te begrijpen (cognitieve empathie) en zich gevoelsmatig te verplaatsen in de ander (affectieve empathie; Cuff, Brown, Taylor, & Howat, 2016). Het is een belangrijk aspect binnen de psychosociale ontwikkeling van een adolescent. Empathie levert een bijdrage aan sociaal gedrag en sociale interactie en zorgt dat men een hechte band kan opbouwen met een ander (Allemand, Steiger, & Fend, 2015). Dit zijn belangrijke vaardigheden bij het opbouwen en behouden van vriendschappen, een van de belangrijkste ontwikkelingsdoelen in adolescentie (Vossen & Valkenburg, 2016).

Tegenwoordig vindt een groot deel van de sociale ontwikkeling van adolescenten online plaats (O’Keeffe & Clarke-Pearson, 2011) hetgeen zowel ouders als professionals steeds meer zorgen baart (James et al., 2017). De sociale ontwikkeling vindt meer online plaats doordat steeds meer adolescenten meer tijd doorbrengen op sociale media zoals Facebook, Instagram en Snapchat (Rideout, 2016). In 2018 zat al 93,3% van de adolescenten op sociale media (CBS, 2019).

De zorgen van professionals over de ontwikkeling van adolescenten werden versterkt toen uit onderzoek bleek dat in de afgelopen 30 jaar de empathie onder Amerikaanse studenten is afgenomen (Konrath, O’Brien, & Hsing, 2011). Als een van de verklaringen hiervoor gaven de onderzoekers de opkomst en toename van het gebruik van sociale media (Konrath et al., 2011). Konrath (2013) beschreef in een hoofdstuk in haar boek de empathieparadox; ondanks dat sociale media voor verbinding zorgt, lijkt men minder verbonden. Argumenten voor deze aanname zijn dat sociale vaardigheden roestig worden, doordat het face to face contact wordt vervangen door online contact. Er zijn dan minder non-verbale signalen, waardoor het moeilijker is om in te schatten hoe iemand anders zich echt voelt (Konrath, 2013). Echter is hier geen empirisch bewijs voor gevonden en blijkt uit recente onderzoeken dat sociale media zelfs een positieve invloed kan hebben op empathie bij adolescenten (Guan, Hain, Cabrera, & Rodarte, 2019; Vossen & Valkenburg, 2016). Adolescenten die meer tijd of frequenter op sociale media zitten, laten verbeteringen zien op zowel cognitieve als affectieve empathie (Guan et al., 2019, Vossen & Valkenburg, 2016). Welke activiteiten op sociale media zorgen voor deze verbetering, is nog onbekend. Het lijkt logisch dat bepaalde activiteiten de ontwikkeling van empathie meer stimuleren dan andere activiteiten, gezien dat de aard van activiteiten kunnen verschillen (Guan et al., 2019, Vossen & Valkenburg, 2016).

Activiteiten op sociale media kunnen actief of passief zijn (Escobar-Viera et al., 2018). Actieve sociale media activiteiten (e.g. het posten van foto’s en het reageren op

berichten) zijn gerelateerd aan het gevoel van verbondenheid. Dit komt waarschijnlijk doordat er bij actieve sociale media activiteiten levensgebeurtenissen gedeeld kunnen worden en gereageerd kan worden op anderen (Burke, Marlow, & Lento, 2010; Escobar-Viera et al., 2018). Bij passieve sociale media activiteiten (e.g. het scrollen door de tijdlijn of het bekijken van een startpagina) wordt er meer geobserveerd, waardoor het gevoel van verbondenheid met andere gebruikers van sociale media minder is (Escobar-Viera et al., 2018).

Het onderzoeken van de verschillen tussen actieve en passieve sociale media activiteiten en hun relatie met empathie kan helpen bij de beeldvorming over het deel van de psychosociale ontwikkeling van adolescenten die online plaats vindt. Daarnaast kan het ouders en professionals helpen bij het leren omgaan met het sociale media gebruik van de adolescenten. Het huidige onderzoek zal dan ook kijken naar de relatie tussen verschillende activiteiten op sociale media en empathie bij adolescenten.

Sociale media activiteiten en empathie

Empathie zorgt ervoor dat adolescenten effectief kunnen communiceren met elkaar en wordt ook wel gezien als de lijm van hun sociale wereld (Baron-Cohen & Wheelwright, 2004). Empathie ontwikkelt zich vanaf de geboorte door middel van sociale interacties (Preston & de Waal, 2002). Tijdens de sociale interactie worden de hersenen geactiveerd in dezelfde gebieden als bij de ander die bepaalde gevoelens en emoties ervaart, het Perception Action Model (PAM; Preston & de Waal, 2002). Bij motorische bewegingen is dit al vaker onderzocht, hierbij spelen spiegelneuronen een belangrijke rol (Preston & de Waal, 2002). Als je ziet dat een bal geschopt wordt door een ander, zal in het brein dezelfde gebieden in actie komen als bij degene die de bal schiet. Alleen zullen de acties niet doorgegeven worden naar de spieren, waardoor het niet uitgevoerd wordt. Dit geldt ook voor het overnemen van de emoties en gevoelens van de ander, de hersengebieden worden wel geactiveerd, maar de actie wordt niet doorgegeven.

Empathie wordt volgens het PAM niet bij iedereen om ons heen opgeroepen, maar alleen wanneer de focus ligt op de ander en zijn toestand (Preston, 2006). De spiegelneuronen en breinactivatie kunnen alleen plaatsvinden wanneer de focus op de ander ligt en er sprake is van verbondenheid. Over sociale media is vaak de twijfel of de aandacht er wel is en of het wel persoonlijk is. Lang is gedacht dat sociale media minder persoonlijk is doordat onder andere non-verbale communicatie ontbreekt. Echter beschrijft Walther (1996) in zijn Hyperpersonal Communication Theory (HCT) dat er online meer tijd is om een reactie te geven, waardoor er tijd is om zo optimaal mogelijk te reageren. Hierdoor wordt er meer en

intiemere informatie gedeeld en informatie van anderen wordt er ook gericht tot ontvangen (Walther, 1996). Daarnaast zijn actieve sociale media activiteiten gerelateerd aan het gevoel van verbondenheid (Burke et al., 2010; Escobar-Viera et al., 2018). Op basis van bovenstaande bevindingen is de volgende hypothese opgesteld:

H1; Er is een positieve relatie tussen actieve sociale media activiteiten en empathie bij adolescenten.

Bij passieve sociale media activiteiten is de aandacht meer verdeeld en neem wordt er meer informatie in korte tijd geconsumeerd, hierdoor is het gevoel van verbondenheid met andere gebruikers minder (Burke et al., 2010; Escobar-Viera et al., 2018). Empathie zal dan ook volgens het PAM in mindere mate opgeroepen worden (Preston & de Waal, 2002). Daarnaast is er bij passieve sociale media activiteiten geen sprake van sociale interactie, waardoor empathie zich niet vanuit de interactie zal ontwikkelen (Preston & de Waal, 2002). Echter beschrijft het PAM dat empathie ook voorkomt als er alleen geconsumeerd wordt, hierbij wordt dan gedacht aan een situatie die empathie oproept (ingebeelde empathie; Preston & de Waal, 2002). Sociale interactie stimuleert echter de hersenen meer dan de ingebeerde situaties (Preston, 2006). Bij ingebeerde empathie komt de prikkel voor empathie vanuit de adolescent zelf en niet vanuit de sociale interactie. Door het interne karakter van de prikkel zal empathie zich niet verder kunnen ontwikkelen, omdat de adolescent niet meer empathie kan vertonen dan hij bezit (Preston, 2006). Dit wordt ook wel het empathie continuüm genoemd, de empathie ontwikkelt zich niet verder, maar neemt ook niet af (Preston, 2006). Dus als een adolescent passieve sociale media activiteiten doet, bijvoorbeeld scrollen over zijn tijdlijn, zal hij wel empathie vertonen, maar hij zal niet meer empathisch worden. Op basis van deze informatie is de volgende hypothese opgesteld:

H2; Er is geen relatie tussen passieve sociale media activiteiten en empathie bij adolescenten.

Geslacht

Vanaf de kindertijd tot en met adolescentie hebben meisjes meer empathie dan jongens (Christov-Moore, Simpson, Coudé, Grigaityte, Iacoboni, & Ferrari, 2014; Toussaint & Webb, 2005). Daarnaast zitten meisjes vaker op sociale media (CBS, 2019), wat volgens onderzoek van Vossen en Valkenburg (2016) tot toename van empathie leidt. Het modererende effect van geslacht op de relatie tussen actieve en passieve sociale media activiteiten en empathie bij de adolescent zal onderzocht worden in het huidige onderzoek. Waarvoor de volgende onderzoeksvragen zijn opgesteld:

1; *Wordt de relatie tussen actieve sociale media activiteiten en empathie bij adolescenten gemodereerd door het geslacht en voor welk geslacht is het sterker?*

2; *Wordt de relatie tussen passieve sociale media activiteiten en empathie bij adolescenten gemodereerd door het geslacht en voor welk geslacht is het sterker?*

Methode

Onderzoeksdesign en procedure

Om de relatie tussen sociale media motivatie en empathie te onderzoeken, is een kwantitatief cross-sectioneel online vragenlijst onderzoek gebruikt.

Steekproef en procedure

Dit onderzoek heeft zich gericht op Nederlandse adolescenten tussen de 12 en 18 jaar oud, die via scholen zijn benaderd om mee te werken. Ouders van de adolescenten zijn geïnformeerd middels een brief en konden bezwaar maken als ze niet wilden dat hun kind meedeed aan het onderzoek. De adolescenten hebben zelf actief toestemming gegeven en de digitale vragenlijsten tijdens een lesuur op school ingevuld. De onderzoeksgroep bestond in totaal uit 438 adolescenten, waarvan 52,0% meisjes. De gemiddelde leeftijd van de meisjes was 14,51 (SD = 1,72) en van de jongens 14,31 (SD = 1,53). Van de onderzoeksgroep zat 39,4% op VMBO, 18,4% op HAVO en 48,6% op VWO/Gymnasium.

Meetinstrumenten

Sociale media activiteiten. Om sociale media activiteiten te meten is er gebruik gemaakt van een aangepaste versie van de Multidimensional Scale of Facebook Use (Frison & Eggermont, 2015). De aangepaste vragenlijst bestaat uit 13 activiteiten op sociale media, waarvan de adolescenten konden aangeven hoe vaak ze de activiteit deden (1. Nooit, 2. Minder dan 1 keer per maand, 3. 1 tot 3 keer per maand, 4. 1 keer per week, 5. Meerdere keren per week, 6. 1 keer per dag, 7. Meerdere keren per dag). De 13 activiteiten zijn opgedeeld in twee subschalen, actieve activiteiten ($\alpha = 0,74$) en passieve activiteiten ($\alpha = 0,74$). Een voorbeeld van een actieve activiteit is “*Een privébericht sturen*”. Een voorbeeld van een passieve activiteit is “*Je nieuwsoverzicht/startpagina bekijken*”. De gemiddelde scores van actieve activiteiten en van passieve activiteiten zijn berekend.

Empathie. Om empathie te meten is er gebruik gemaakt van Adolescent Measure of Empathy and Sympathy (AMES; Vossen, Piotrowski, & Valkenburg, 2015). De AMES bestaat uit 12 stellingen, die onderverdeeld kunnen worden in de subschalen affectieve empathie, cognitieve empathie en sympathie. De adolescenten konden bij elke stelling aangeven hoe vaak de stelling voorkwam (1. Nooit, 2. Bijna nooit, 3. Soms, 4. Vaak, 5.

Altijd). Een voorbeeld van een stelling van de subschaal affectieve empathie is: “*Als een vriend boos is over iets, word ik ook boos.*” Een voorbeeld van een stelling van de subschaal cognitieve empathie is: “*Ik heb gemakkelijk door hoe andere zich voelen.*” Uit onderzoek van Vossen en Valkenburg (2016) blijkt er geen significant verschil te zitten tussen de invloed van sociale media op affectieve empathie of op cognitieve empathie. Voor het huidige onderzoek zijn daarom de subschalen affectieve empathie ($\alpha = 0,70$) en cognitieve empathie ($\alpha = 0,78$) samengenomen om empathie ($\alpha = 0,78$) te meten. Van empathie zijn de gemiddelde scores berekend.

Analyseplan

De data is geanalyseerd met SPSS 24. De assumpties zijn gecontroleerd voor het uitvoeren van de analyses en uitschieters zijn opgespoord door middel van boxplots. Hypothese 1 en hypothese 2 zijn getoetst met een multiple regressieanalyse. De afhankelijke variabele is empathie en de onafhankelijke variabelen zijn actieve activiteiten, passieve activiteiten en het geslacht. Voor hypothese 3 is de moderatie analyse uitgevoerd met behulp van de PROCESS macro (Hayes, 2013) waarbij de afhankelijke variabele empathie is, de onafhankelijke variabele sociale media activiteiten en de moderator geslacht.

Resultaten

Beschrijvende statistiek

In tabel 1 is een overzicht te vinden van de gemiddelde, standaarddeviaties en de correlaties tussen de variabelen. In de tabel is te lezen dat alle variabelen significant positief met elkaar gecorreleerd zijn. Actieve sociale media activiteiten heeft een positieve correlatie met empathie, oftewel hoe meer jongeren actieve sociale media activiteiten doen des te meer empathie ze hebben. Ook passieve sociale media activiteiten is positief gecorreleerd met empathie. Dit betekent dat hoe meer passieve sociale media activiteiten jongeren doen, des te meer empathie ze hebben. Daarnaast heeft het geslacht ook positieve correlatie met empathie, actieve sociale media activiteiten en passieve sociale media activiteiten. Dit betekent dat vrouwen meer empathie hebben, meer actieve sociale media activiteiten en passieve media activiteiten doen.

Tabel 1

Gemiddelden, Standaarddeviaties en Pearson Correlatiecoëfficiënten (N = 431)

	<i>M</i>	<i>SD</i>	1	2	3	4
1. Empathie	3,19	0,61	-			
2. Actieve sociale media activiteiten	3,85	0,96	0,40**	-		
3. Passieve sociale media activiteiten	3,99	1,35	0,34**	0,54**	-	
4. Geslacht	1,53	0,50	0,41**	0,22**	0,23**	-

Noot. * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; Geslacht: 1 = man en 2 = vrouw.

Relatie tussen sociale media activiteiten en empathie

Hypothese 1 veronderstelde dat er een positieve relatie is tussen actieve sociale media activiteiten en empathie bij adolescenten. Hypothese 2 veronderstelde dat er geen relatie is tussen passieve sociale media activiteiten en empathie bij adolescenten. Deze hypothesen zijn getoetst met behulp van een multiple regressie met empathie als afhankelijke variabele en actieve sociale media activiteiten, passieve sociale media activiteiten en geslacht als onafhankelijke variabelen. Het regressiemodel is significant ($F(3,427) = 55,55$, $p < 0,001$). Dit betekent dat het regressiemodel bruikbaar is om de empathie van adolescenten te voorspellen. De onafhankelijke variabelen verklaarden samen 28,1% van de totaal verklaarde variantie van empathie bij adolescenten ($R^2 = 0,28$). De resultaten lieten zien dat actieve sociale media activiteiten positief gerelateerd is aan empathie ($B = 0,17$, $t = 5,35$, $p < 0,001$, 95% CI [0,11, 0,23]). Hoe meer actieve sociale media activiteiten adolescenten doen, des te meer empathie ze hebben. Hypothese 1 wordt aangenomen. De resultaten lieten zien dat passieve sociale media activiteiten positief gerelateerd is aan empathie ($B = 0,06$, $t = 2,58$, $p < 0,05$, 95% CI [0,01, 0,10]). Hoe meer passieve sociale media activiteiten adolescenten doen, des te meer empathie ze hebben. Hypothese 2 wordt verworpen. Geslacht is tevens positief gerelateerd aan empathie ($B = 0,40$, $t = 7,63$, $p < 0,001$, 95% CI [0,30, 0,50]).

Modererende effect van geslacht

Onderzoeksvraag 1 richt zich op het modererende effect van geslacht op de relatie tussen actieve sociale media activiteiten en empathie en voor welk geslacht deze moderatie sterker is. Deze onderzoeksvraag is onderzocht met behulp van PROCESS macro met empathie als afhankelijke variabele, actieve sociale media als onafhankelijke variabele,

passieve sociale media als covariaat en geslacht als moderator. Het model is significant ($F(4, 426) = 41,84, p < 0,001$) en de actieve en passieve sociale media activiteiten en het geslacht voorspellen samen 28,2% van de totaal verklaarde variantie van empathie bij adolescenten ($R^2 = 0,28$). Uit de analyse met actieve sociale media activiteiten blijkt het interactie effect niet significant ($B = -0,05, SE = 0,05, t = -0,88, p = 0,379, 95\% CI [-0,15, 0,06]$). Er is dus geen sprake van een modererend effect van geslacht op de relatie tussen actieve sociale media activiteiten en empathie.

Onderzoeksvraag 2 richt zich op het modererende effect van geslacht op de relatie tussen passieve sociale media activiteiten en empathie en voor welk geslacht deze moderatie sterker is. Deze onderzoeksvraag is onderzocht met behulp van PROCESS macro met empathie als afhankelijke variabele, passieve sociale media als onafhankelijke variabele, actieve sociale media als covariaat en geslacht als moderator. Het model is significant ($F(4, 426) = 41,76, p < 0,001$) en de passieve sociale media activiteiten en het geslacht voorspellen samen 28,2% van de totaal verklaarde variantie van empathie bij adolescenten ($R^2 = 0,28$). Uit de analyse met actieve sociale media activiteiten blijkt het interactie effect niet significant ($B = -0,03, SE = 0,04, t = -0,74, p = 0,459, 95\% CI [-0,10, 0,05]$). Er is dus geen sprake van een modererend effect van geslacht op de relatie tussen passieve sociale media activiteiten en empathie.

Conclusie en Discussie

In het huidige onderzoek is gekeken naar de relatie tussen de verschillende activiteiten op sociale media en empathie bij adolescenten. Er is onderzocht of er een relatie is tussen actieve en passieve sociale media activiteiten en empathie. Zowel actieve als passieve sociale media activiteiten zijn positief gerelateerd aan empathie. Ondanks de verwachting is er geen verschil aangetoond tussen de actieve en passieve sociale media activiteiten. Hoewel meisjes meer actief blijken te zijn op sociale media, blijkt geslacht geen significante moderator te zijn van de relatie tussen sociale media en empathie.

Gebaseerd op de verbondenheid die gevoeld wordt bij actieve sociale media activiteiten en het PAM, werd er verwacht dat actieve sociale media activiteiten een positieve relatie hebben met empathie (H1). De bevindingen van het huidige onderzoek ondersteunen deze verwachting. Dit is in lijn met een eerdere studie naar Facebook activiteiten en empathie (Alloway, Runac, Quershi, & Kemp, 2014). Alloway en collega's (2014) hebben meer onderscheid gemaakt tussen activiteiten in hun onderzoek dan de twee categorieën uit het huidige onderzoek (eg. chatten, reageren, plaatsen van video's, taggen in foto's), maar de

activiteiten van hun onderzoek vallen onder de actieve sociale media activiteiten van het huidige onderzoek. Het huidige onderzoek laat dus zien dat niet alleen actieve Facebook activiteiten een positieve relatie hebben met empathie, maar dat actieve sociale media activiteiten op platforms naast Facebook dat ook hebben.

Verder werd er gebaseerd op het empathie continuüm en het verminderde gevoel van verbondenheid verwacht dat passieve sociale media activiteiten geen relatie hebben met empathie (H2). De bevindingen van het huidige onderzoek ondersteunen deze verwachting niet. Passieve sociale media activiteiten hebben een positieve relatie met empathie. Een mogelijke verklaring voor deze bevindingen is de scheiding in het huidige onderzoek tussen actieve en passieve sociale media activiteiten. Ondanks dat de scheiding hiertussen wordt gehandhaafd in andere onderzoeken (Escobar-Viera et al., 2018; Frison & Eggermont, 2017), komt er een middelmatige correlatie in het huidige onderzoek naar voren tussen de actieve en passieve sociale media activiteiten. Dit kan komen doordat adolescenten wanneer ze een passieve sociale media activiteit ondernemen zoals het bekijken van de startpagina, een foto van een ander tegenkomen waarop ze reageren, wat een actieve sociale media activiteit is. Hierdoor is de scheiding niet duidelijk en wordt er geadviseerd om bij een volgend onderzoek per activiteit te bekijken wat het effect is. Zodat er beter gekeken kan worden welke specifieke activiteit, bijvoorbeeld kijken op een startpagina, chatten of een foto of bericht posten, effect heeft op de empathie van de adolescent.

Op basis van de cijfers van het CBS waaruit blijkt dat meisjes meer op sociale media zitten dan jongens en eerdere onderzoeken waaruit blijkt dat sociale media een positief effect kan hebben, is er onderzocht of geslacht een modererend effect had op de relatie tussen actieve en passieve sociale media activiteiten en empathie. Uit het huidige onderzoek kwam naar voren dat het geslacht geen modererend effect heeft.

Een sterke kant van deze studie is dat het een eerste studie is waar de effecten van verschillende activiteiten op sociale media op empathie onderzocht zijn. Hiermee is een begin gemaakt naar de verduidelijking wat op sociale media kan zorgen voor meer empathie bij adolescenten. Vervolgonderzoek zal dit verder kunnen verhelderen door bijvoorbeeld het per activiteit op sociale media te onderzoeken.

Een limitatie van dit onderzoek is dat het een cross-sectioneel design heeft, waardoor de kans bestaat dat de relatie andersom werkt (Rindfleisch, Malter, Ganesan, & Moorman, 2008). Dit zou betekenen dat adolescenten met meer empathie meer actieve en passieve sociale media activiteiten doen. Een aanbeveling voor een vervolgonderzoek is om een longitudinaal design te gebruiken, zodat er onderzocht kan worden of adolescenten die meer

bepaalde sociale media activiteiten doen meer empathie ontwikkelen. Een andere limitatie is de vragenlijst die gebruikt is voor het meten van sociale media activiteiten een limitatie. De vragenlijst is een aangepaste versie van de Multidimensional Scale of Facebook Use (Frison & Eggermont, 2015). Deze aangepaste vragenlijst is niet onderzocht voordat het gebruikt is, waardoor de betrouwbaarheid en validiteit niet bekend zijn. Het sociale media landschap verandert snel, hetgeen het ontwikkelen van een betrouwbare en valide vragenlijst bemoeilijkt. Echter zou dit wel van toegevoegde waarde zijn voor vervolgonderzoek. Bovendien is het een zelfrapportagevragenlijst, wat kan zorgen voor een minder reëel beeld dan de werkelijkheid. Zo blijken ouders en de adolescenten het sociale media gebruik van adolescenten anders in te schatten (O'Keeffe & Clarke-Pearson, 2011). Dit zou kunnen betekenen dat de adolescenten meer actieve en passieve sociale media activiteiten hebben ondernomen dan dat ze hebben gerapporteerd. Dit zou voor een kleine verschuiving van de relatie tussen actieve en passieve sociale media activiteiten en empathie kunnen zorgen. Veel sociale media applicaties houden tegenwoordig gegevens bij over het gebruik. Voor vervolgonderzoek zou gekeken kunnen worden of deze gegevens gebruikt kunnen worden. Als laatste limitatie komt er uit de demografische gegevens naar voren dat de steekproef voor een groot deel (48,6%) bestaat uit adolescenten uit de bovenbouw op het VWO/Gymnasium. Echter blijkt uit landelijke cijfers dat 22,2% van de adolescenten op het VWO/Gymnasium zitten (CBS, 2018). De steekproef is dus niet een representatieve afspiegeling van adolescenten op basis van opleidingsniveau. Hierdoor zijn de resultaten minder van toepassing op alle adolescenten, maar voornamelijk voor de adolescenten op het VWO/Gymnasium.

De huidige studie heeft getracht een eerste stap te zetten in het onderzoek naar de vraag naar welke sociale media activiteiten de empathie van adolescenten beïnvloed. Echter is er meer longitudinaal onderzoek nodig om deze vraag te beantwoorden. Veranderingen in het online landschap zijn moeilijk bij te houden, maar sociale media zullen belangrijk blijven, al dan niet belangrijker worden, in het leven van adolescenten. En zullen dus ook meer en meer invloed uitoefenen op hun leven. Het is goed om ontwikkelen hieromtrent op de voet te volgen zodat vervolgonderzoek kan plaatsvinden.

Referenties

- Allemand, M., Steiger, A. E., & Fend, H. A. (2015). Empathy development in adolescence predicts social competencies in adulthood. *Journal of Personality*, 83(2), 229-241. doi: 10.1111/jopy.12098
- Alloway, T., Runac, R., Quershi, M., & Kemp, G. (2014). Is Facebook linked to selfishness? Investigating the relationships among social media use, empathy, and narcissism. *Social Networking*, 2014. doi:10.4236/sn.2014.33020
- Baron-Cohen, S., & Wheelwright, S. (2004). The empathy quotient: an investigation of adults with Asperger syndrome or high functioning autism, and normal sex differences. *Journal of autism and developmental disorders*, 34(2), 163-175. doi: 10.1023/B:JADD.0000022607.19833.00
- Burke, M., Marlow, C., & Lento, T. (2010). Social network activity and social well-being. In *Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems* (pp. 1909-1912). ACM.
- CBS. (2018). *Landelijke jeugdmonitor 2018; jongeren in het onderwijs*. Geraadpleegd op: <https://longreads.cbs.nl/jeugdmonitor-2018/school/>
- CBS. (2019). *Internet jongeren; toegang, gebruik, faciliteiten en online aankopen*. Geraadpleegd op: <https://jmopendata.cbs.nl/#/JM/nl/dataset/20255NED/table?dl=1FB93>
- Christov-Moore, L., Simpson, E. A., Coudé, G., Grigaityte, K., Iacoboni, M., & Ferrari, P. F. (2014). Empathy: gender effects in brain and behavior. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 46, 604-627. doi: 10.1016/j.neubiorev.2014.09.001
- Cuff, B. M., Brown, S. J., Taylor, L., & Howat, D. J. (2016). Empathy: a review of the concept. *Emotion Review*, 8(2), 144-153. doi:10.1177/1754073914558466
- Escobar-Viera, C. G., Shensa, A., Bowman, N. D., Sidani, J. E., Knight, J., James, A. E., & Primack, B. A. (2018). Passive and active social media use and depressive symptoms among United States adults. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(7), 437-443. doi: 10.1089/cyber.2017.0668
- Frison, E., & Eggermont, S. (2015). Toward an integrated and differential approach to the relationships between loneliness, different types of Facebook use, and adolescents' depressed mood. *Communication Research*, 1(28). doi: 10.1177/0093650215617506
- Frison, E., & Eggermont, S. (2017). Browsing, posting, and liking on Instagram: The reciprocal relationships between different types of Instagram use and adolescents'

- depressed mood. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(10), 603-609. doi:10.1089 /cyber.2017.0156
- Guan, S. S. A., Hain, S., Cabrera, J., & Rodarte, A. (2019). Social Media Use and Empathy: A Mini Meta-Analysis. *Social Networking*, 8(4), 147-157. doi:10.4236/sn.2019.84010
- James, C., Davis, K., Charmaraman, L., Konrath, S., Slovak, P., Weinstein, E., & Yarosh, L. (2017). Digital life and youth well-being, social connectedness, empathy, and narcissism. *Pediatrics*, 140(2), S71-S75. doi:10.1542/peds.2016-1758F
- Konrath, S. (2013). The empathy paradox: Increasing disconnection in the age of increasing connection. In *Handbook of research on technoself: Identity in a technological society* (pp. 204-228). IGI Global.
- Konrath, S. H., O'Brien, E. H., & Hsing, C. (2011). Changes in dispositional empathy in American college students over time: A meta-analysis. *Personality and Social Psychology Review*, 15(2), 180-198. doi:10.1177/1088868310377395
- O'Keeffe, G. S., & Clarke-Pearson, K. (2011). The impact of social media on children, adolescents, and families. *Pediatrics*, 127(4), 800-804. doi: 10.1542/peds.2011-0054
- Preston, S. D. (2007). A perception-action model for empathy. In *Empathy in mental illness* (pp. 428-447). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Preston, S. D., & De Waal, F. B. (2002). Empathy: Its ultimate and proximate bases. *Behavioral and brain sciences*, 25(1), 1-20. doi:10.1017/S0140525X02000018
- Rideout, V. (2016). Measuring time spent with media: the Common Sense census of media use by US 8-to 18-year-olds. *Journal of Children and Media*, 10(1), 138-144. doi: 10.1080/17482798.2016.1129808
- Rindfleisch, A., Malter, A. J., Ganesan, S., & Moorman, C. (2008). Cross-sectional versus longitudinal survey research: Concepts, findings, and guidelines. *Journal of marketing research*, 45(3), 261-279. Verkregen via: www.jstor.org/stable/30162530
- Toussaint, L., & Webb, J. R. (2005). Gender differences in the relationship between empathy and forgiveness. *The Journal of social psychology*, 145(6), 673-685. doi:10.3200 /SOCP.145.6.673-686
- Vossen, H. G., & Valkenburg, P. M. (2016). Do social media foster or curtail adolescents' empathy? A longitudinal study. *Computers in Human Behavior*, 63, 118-124. doi: 10.1016/j.chb.2016.05.040
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication research*, 23(1), 3-43. doi: 10.1177 /009365096023001001