

# De Invloed van Online Netwerken op de Sociale Identiteitsvorming van Jongeren

*Casestudie onder Marokkaanse en Nederlandse jongeren wonend in Nederland*

<b>Auteurs:</b>	M.J.A. Kleiman (3448517) R.C. Metzelaar (3328643)	<b>Opdrachtgever:</b>	Wired Up Faculteit Sociale Wetenschappen
<b>Begeleidster:</b>	Dr. F.R. Prinsen	<b>Werkveld:</b>	Leerlingenzorg
<b>Tweede beoordelaar:</b>	Dr. E.H. Kroesbergen	<b>Module:</b>	Thesis Master Orthopedagogiek 2010-2011 (200500130)
<b>Datum:</b>	28 juni 2011		



**INHOUDSOPGAVE**

	Pagina
Voorwoord	3
Samenvatting	4
Inleiding	5
<i>Offline en online netwerken en sociale identiteitsvorming</i>	6
<i>De mogelijkheden van netwerksites en sociale identiteitsvorming</i>	7
<i>Transities tussen offline en online sociale contexten en sociale identiteitsvorming</i>	9
Methode	10
<i>Procedure</i>	10
<i>Participanten</i>	11
<i>Meetinstrumenten</i>	12
<i>Analyse</i>	12
Resultaten	14
<i>Offline en online netwerken en sociale identiteitsvorming</i>	14
<i>De mogelijkheden van netwerksites en sociale identiteitsvorming</i>	16
<i>Transities tussen online en offline sociale contexten en sociale identiteitsvorming</i>	22
Conclusie/Discussie	27
<i>Tekortkomingen en implicaties</i>	30
Referenties	33
Summary	37

## VOORWOORD

Onderdeel van de Master Orthopedagogiek aan de Universiteit Utrecht was het schrijven van deze thesis. Wij hebben elkaar in het pre-masterjaar leren kennen door veel samen te werken en ook buiten de collegebanken, zowel online als offline, met elkaar op te trekken. Voor ons stond vanaf het begin dan ook al vast dat wij deze uitdaging samen aan wilden en durfden gaan. Voor u ligt het resultaat van een jaar lang literatuurstudie, SPSS, schrijven, verbeteren, feedbacken, aanvullen, inkorten, interviews afnemen, transcriberen, gegevens analyseren, samenvatten en tabellen maken. Dit alles ging gepaard met liters thee, pakken koekjes en sloten koffie. We hebben met verschillende identiteiten geëxperimenteerd om ons zelf en elkaar keer op keer te enthousiastmeren en te motiveren.

Allereerst willen wij de deelnemende scholen en leerlingen bedanken voor hun medewerking en openheid, zonder hen was het niet gelukt dit onderzoek uit te voeren. Daarnaast zijn wij ook diverse SNSs zeer dankbaar; onder het mom van onderzoek doen hebben wij meerdere online contexten leren kennen. Ons grootste dankwoord gaat uit naar onze begeleidster, Fleur Prinsen. Wij willen haar dan ook hartelijk bedanken voor haar motiverende begeleiding, adequate feedback, flexibiliteit en tijd. Afspraken, online dan wel offline, waren altijd zeer nuttig en leidden bij ons telkens weer tot nieuwe inzichten, ideeën en energie om aan de slag te gaan. De tijd vloog tijdens onze afspraken altijd voorbij, waardoor we, eenmaal terug op de gang, meer dan eens verbaasd op ons horloge keken. Door haar feedback werden wij voortdurend gestimuleerd om dieper in de literatuur en datagegevens te duiken en om verbanden te herkennen. Ook gaat onze dank uit naar onze vriendjes, voor hun geduld, luisterende oor, begrip en steun gedurende het gehele proces. Last but not least willen wij elkaar bedanken. Zonder de goede samenwerking en fijne vriendschap was het ons nooit gelukt!

Ter verduidelijking van onze individuele inspanningen willen wij vooraf aangeven dat de aandacht van Marleen Kleiman voornamelijk gericht was op de uitwerking van de gegevens betreffende de (online) sociale netwerken en de online contacten. Renate Metzelaar heeft zich voornamelijk bezig gehouden met het verwerken van de survey gegevens en online activiteiten. Gedurende het gehele onderzoeks- en schrijfproces hebben wij elkaar van feedback voorzien en met elkaar meegedacht.

Marleen Kleiman en Renate Metzelaar

## SAMENVATTING

In dit onderzoek stond de vraag op welke manier participatie binnen online netwerken bijdraagt aan de vormgeving van de sociale identiteit van jongeren centraal. Voor dit onderzoek is gebruik gemaakt van surveyanalyses ( $n = 792$ ), interviews ( $n = 54$ ) en casestudies ( $n = 24$ ) van leerlingen met een Marokkaanse ( $n = 334$ ) en Nederlandse ( $n = 448$ ) achtergrond, wonend in Nederland. Met de surveyanalyse is een globaal beeld verkregen van het online mediagebruik van de jongeren. Met behulp het programma VennMaker zijn voor de geïnterviewde leerlingen de gehele en specifiek online sociale netwerken in kaart gebracht. Door middel van het Social Network Interview en casestudies is achtergrondinformatie verkregen over het internetgebruik. Nagegaan is hoe de online activiteiten en online contacten bijdragen aan de vormgeving van de identiteit van de jongeren. Uit de resultaten blijkt dat online contact voornamelijk tot doel heeft het onderhouden van offline contacten. Opmerkelijke resultaten zijn dat Marokkaanse jongeren meer dan de Nederlandse jongeren gericht zijn op hun achtergrond en cultuur en hierdoor voornamelijk hun culturele identiteit laten zien, terwijl Nederlandse jongeren meer differentiatie laten zien tussen online identiteiten en meer een individuele identiteit lijken na te streven. Een laatste opvallendheid is dat Marokkaanse meisjes het internet lijken te gebruiken als plaats om potentiële partners te ontmoeten. De belangrijkste aanbevelingen voor toekomstig onderzoek zijn het voortzetten van casestudies door middel van observatie van zowel het online als offline gedrag in het dagelijks leven van de jongeren, als ook de kansen die het internet biedt welke voor de jongeren in de offline context minder vanzelfsprekend zijn.

**Sleutelwoorden:** Sociale netwerksites, sociale identiteit, sociale netwerken, online activiteiten

## INLEIDING

Iedereen heeft een netwerk om zich heen met voor zichzelf belangrijk gevonden mensen. In dit netwerk zijn bijvoorbeeld familie en vrienden opgenomen. Er wordt onder andere gezelligheid en steun bij elkaar gezocht. Zo'n opgebouwd netwerk van belangrijke personen wordt een sociaal netwerk genoemd.

Sociale Netwerk Sites (SNSs) zijn een middel om offline sociale netwerken mee te nemen naar de online setting. De meeste SNSs, zoals Facebook en MySpace, ondersteunen reeds bestaande (offline) sociale netwerken van mensen (Boyd & Ellison, 2008) en worden voornamelijk gebruikt om contact te onderhouden met alters uit het offline sociale netwerk (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007; JenQuinn, 2010; Back et al., 2010). Sinds de opkomst van SNSs in 1997 hebben meer dan 700 miljoen mensen wereldwijd een profiel aangemaakt (ComScore, 2008).

Op SNSs kunnen jongeren zichzelf te presenteren zoals ze dat zelf willen. Dit biedt de jongeren de mogelijkheid te experimenteren met verschillende identiteiten, zodat ze uiteindelijk een stabiele, duidelijke identiteit hebben. Een stabiele identiteit gaat vaak gepaard met een goede psychosociale aanpassing in de volwassenheid. De jongeren hebben dan een groot gevoel van eigenwaarde, realistische doelen, een sterker gevoel van onafhankelijkheid en zijn veerkrachtiger in tijden van stress (Carr, 2006). Door de mogelijkheid voor het experimenteren met identiteiten toegankelijk te maken, zijn SNSs van invloed op de vorming van de identiteit van jongeren. De term *identiteit* is in verschillende studies uitgelegd. Buckingham (2008) wijst op de paradox van de term 'identiteit'. Aan de ene kant impliceert de term iets unieks van een persoon, terwijl de term aan de andere kant verwijst naar de relatie met een grotere sociale groep. SNSs komen tegemoet aan deze twee interpretaties. De jongeren kunnen op een SNS enerzijds hun eigen profiel aanmaken en zich hiermee profileren van anderen door bijvoorbeeld hun muziekvoorkeur weer te geven. Anderzijds bieden de SNSs de jongeren de kans zich online aan te sluiten bij groepen die dezelfde interesse(s) hebben als zij en om op een toegankelijke manier nieuwe mensen te leren kennen.

In dit onderzoek worden de (online) sociale netwerken van Nederlandse en Marokkaanse jongeren die in Nederland wonen met elkaar vergeleken. Marokkaanse jongeren blijken nog steeds een sterke band met hun vaderland te hebben (Prins, 1996) en in hun vrije tijd voornamelijk om te gaan met andere personen van Marokkaanse afkomst (Gijsberts & Dagevos, 2005). Naar aanleiding van deze aanname wordt verwacht dat het gehele sociale netwerk van Marokkaanse jongeren voornamelijk zal bestaan uit personen van Marokkaanse

afkomst en wat betreft etniciteit homogeen van aard is. Met de nieuwe mogelijkheden die SNSs bieden voor het aangaan en onderhouden van (online) contact wordt afgevraagd of de *online* sociale netwerken van Marokkaanse en Nederlandse jongeren meer heterogeen van aard zijn wat betreft etnische samenstelling dan het offline netwerk en wat voor invloed dit kan hebben op de vorming van de sociale identiteiten van de jongeren.

Kortom, in dit onderzoek staat de vraag centraal in welke mate en op welke manier de online sociale netwerken van jongeren van invloed zijn op de persoonlijke ontwikkeling, met name de vormgeving van de identiteit, van jongeren. De onderzoeksvraag die in dit onderzoek centraal staat is: *‘Op welke manier draagt participatie binnen online netwerken bij aan het vormgeven van de sociale identiteiten van jongeren?’*.

### **Offline en online netwerken en sociale identiteitsvorming**

Sociale netwerken worden in dit onderzoek gedefinieerd als ego-netwerken die bestaan uit *subnetwerken* (clusters) van belangrijke personen die door middel van betekenisvolle relaties in een bepaalde mate met elkaar verbonden zijn. In het sociale netwerk van een jongere bevinden zich bijvoorbeeld familie, vrienden en andere belangrijke (identificatie)personen. Het sociale netwerk speelt een belangrijke rol bij de ontwikkeling van personen (Carr, 2006).

De familie staat aan de basis van de ontwikkeling met zijn fysieke, cognitieve en sociale facetten. Een veilige hechting met de ouders vormt voor een kind de basis om relaties met leeftijdsgenoten aan te gaan. Vriendschappen met leeftijdsgenoten zijn belangrijk, omdat ze een belangrijke bron van sociale steun zijn voor de jongere. Tevens bieden ze mogelijkheden waardoor jongeren om te leren gaan met het managen van hun sociale netwerk (Carr, 2006).

In de vroege adolescentie, 12-18 jaar, staat het dilemma tussen groepsidentiteit en vervreemding centraal (Carr, 2006). Indien jonge adolescenten niet geaccepteerd worden door een groep, een cluster binnen een sociaal netwerk, zullen zij vervreemding ervaren. Op de lange termijn zal men geen aansluiting vinden bij leeftijdsgenoten en heeft men moeite steun te vinden in het sociale netwerk, iets wat van belang wordt geacht voor de gezondheid en het welzijn van de mens.

Binnen een offline, dan wel online sociale groep wordt de groepsidentiteit in stand gehouden doordat leden zich houden aan de voor deze sociale groep kenmerkende gedragingen, normen en waarden, ook wel identiteitspraktijken genoemd (Bucholtz, 1999). Positieve identiteitspraktijken worden ontwikkeld om de zelf gekozen identiteit actief te construeren. De leden van de groep identificeren zich met de groepsidentiteit en benadrukken

aspecten van de binnen de groep heersende sociale identiteit. Negatieve identiteitspraktijken daarentegen worden door individuen ontwikkeld om afstand te nemen van een afgewezen identiteit (Bucholtz, 1999). Groepen kunnen zich hierdoor onderscheiden van andere groepen. Er is nog weinig bekend over de manier waarop jongeren online positieve en negatieve identiteitspraktijken ontwikkelen. De groepsidentiteit brengt veranderingen met zich mee in de persoonlijke identiteit van jongeren, welke in de late adolescentie gevormd wordt (Tanti, Stukas, Halloran, & Froddy, 2011).

Groepsidentiteit blijkt van belang voor het welzijn, de ontwikkeling en identiteitsvorming van jongeren. Om groepsidentiteit te bereiken, moeten jongeren de mogelijkheid krijgen relaties met leeftijdsgenoten op te bouwen en in stand te houden (Carr, 2006). Het internet kan het voor jongeren makkelijker maken deze relaties aan te gaan.

### **De mogelijkheden van netwerksites en sociale identiteitsvorming**

Online sociale netwerken komen onder andere tot stand binnen SNSs. SNSs worden in dit onderzoek gedefinieerd als webgebaseerde diensten die individuen toestaan om 1) een publiek of semipubliek profiel te creëren binnen een begreemd systeem, 2) een lijst van andere gebruikers met wie zij een connectie hebben zichtbaar te maken en 3) hun lijst met connecties en die van anderen binnen het systeem te bekijken (Boyd & Ellison, 2008). Ter aanvulling, met ‘connectie’ wordt een sociale connectie bedoeld welke refereert aan relaties van adolescenten met anderen in hun omgeving (Valkenburg & Peter, 2009).

SNSs bieden jongeren nieuwe mogelijkheden aan om te socialiseren met hun vriendengroep, zoals dat ook gebeurt op bijvoorbeeld het schoolplein of in een café. SNSs worden gezien als een nieuwe, gemakkelijke mogelijkheid om in contact te blijven met bijvoorbeeld oud-schoolgenoten of vakantie vrienden, die anders misschien uit het oog verloren zouden zijn (Lampe, Ellison, & Steinfield, 2006).

De behoefte van jongeren aan online contact met leeftijdgenoten komt in grote mate voort uit de drang om een adequate zelfonthulling en zelfpresentatie te ontwikkelen, hetgeen een positieve invloed heeft op de vorming en de kwaliteit van vriendschappen (Valkenburg & Peter, 2009). Zelfonthulling kan worden gedefinieerd als het openbaar maken van informatie over jezelf (Derlega, Metts, Petronio, & Margulis, 1993). Binnen Computer Mediated Communication (CMC) wordt meer persoonlijke informatie verspreid dan via face-to-face communicatie (Peter & Valkenburg, 2006). Volgens Walther en Parks (2002) liggen twee factoren hieraan ten grondslag. De eerste factor zijn de onzichtbare non-verbale signalen van communicatie door middel van CMC, men voelt zich hierdoor vrijer en minder geremd om

intieme informatie over zichzelf te onthullen (Schouten, Valkenburg, & Peter, 2007). De tweede factor is de hoge mate van controle van CMC; de gebruiker heeft de tijd om berichten te bekijken of te veranderen en heeft tevens zelf keuze al dan niet op een bericht te reageren. Uit onderzoek van Schouten en collega's (2007) blijkt dat online ontremming een voorspellende factor is voor online zelfonthulling. Daarbij stelt één op de drie adolescenten dat hij of zij online beter in staat is tot zelfonthulling dan offline (Schouten et al., 2007).

Uit onderzoek blijkt dat jongeren op het internet experimenteren met verschillende zelfpresentaties (Stern, 2008; Lenhart, Madden, & Hitlin, 2005). De jongeren testen hun mogelijke en huidige identiteiten uit (Manago, Graham, Greenfield, & Salimkhan, 2008). Dit komt overeen met de aanname van dat jongeren in hun adolescentie worstelen met wie ze zijn en hierdoor verschillende identiteiten uitproberen (Steinberg, 2001; Rispen, Goudena, & Groenendaal, 1994; Erikson, 1956). Andere onderzoeken daarentegen suggereren dat door de opkomst van SNSs de jongeren een eerlijker presentatie geven van hun werkelijke zelf (Back et al., 2010), aangezien het grootste gedeelte van hun online sociale netwerk bestaat uit reeds bestaande offline relaties. In van oorsprong collectivistische culturen, zoals de Marokkaanse cultuur, ligt een grotere nadruk op de ontwikkeling van de relatie met de groep, ofwel de groepsidentiteit van de jongeren (Markus & Kitayama, 1991). Het tegenovergestelde vindt men in individualistische culturen, zoals de Nederlandse cultuur. Binnen een individualistische cultuur ligt de nadruk voornamelijk op de ontwikkeling van de identiteit van het individu, maar wordt de groepsidentiteit ook belangrijk gevonden (Phinney, 1990). Het internet biedt jongeren de mogelijkheid op een meer anonieme wijze te experimenteren met verschillende identiteiten. Hierdoor kunnen er voor jongeren nieuwe mogelijkheden ontstaan voor de vorming van hun eigen identiteit, iets dat voornamelijk voor Marokkaanse jongeren in het offline leven beperkter is.

CMC maakt het experimenteren in mate van zelfonthulling en met verschillende zelfpresentaties makkelijker en toegankelijker. Aangezien dit op het internet op een meer anonieme wijze mogelijk is, wordt afgevraagd of er een verschil is in het gebruik van SNSs tussen Nederlandse en Marokkaanse jongeren en op welke manier dit van invloed is op de vorming van hun sociale identiteiten.



### **Transities tussen offline en online sociale contexten en sociale identiteitsvorming**

Sociale contexten worden in dit onderzoek gedefinieerd als plaatsen waar meerdere personen bij elkaar komen. Dit kan zowel offline zijn, zoals bij familie of op een school, als online, bijvoorbeeld op SNS, zoals een forum of een profielsite.

Er is een aantal verschillen te noemen in contact tussen personen binnen offline en online sociale contexten. Een eerste verschil betreft de mate van zelfonthulling en ontremming, zoals hiervoor besproken is. Jonge adolescenten stellen elkaar op het internet bijvoorbeeld meer directe vragen dan *face tot face* (Antheunis, Valkenburg, & Peter, 2007). Andere verschillen betreffen het gebrek aan sociale aanwijzingen en de hoge mate van anonimiteit (Dwyer, 2007). Deze verschillen tussen offline en online contact kunnen van invloed zijn in de manier waarop de jongeren met elkaar omgaan, wat ze elkaar vertellen en hoe erop gereageerd wordt door anderen. Giddens (1999, zoals geciteerd in Buckingham, 2010) suggereert dat jongeren hierdoor constant zelf-reflectief zijn. Dit maakt dat ze beslissingen moeten maken over wat ze zullen zeggen en doen en wie ze zullen zijn. Hieruit blijkt dat identiteit gevormd wordt en niet als iets definitief gezien wordt.

Voorgaande sluit aan bij de *sociale identiteit*, welke in dit onderzoek centraal staat. Deze term verwijst naar de positie van het individu in een sociale structuur (Côté, 1996) en behoort tot de sociale identiteitstheorie van Ethier en Deaux (1994). Volgens deze theorie dwingt een wijziging van de sociale context en de aanpassing aan deze wijziging, de manier te veranderen waarop personen vasthouden aan hun sociale identiteit.

Jenkins (2008) stelt dat sociale identiteit gezien moet worden als een sociaal proces, waarin het individu en het sociale aspect onlosmakelijk verbonden zijn. Jongeren participeren in meerdere sociale contexten tegelijkertijd, waarbinnen ze tussen verschillende identiteiten moeten schakelen (Bucholtz, 1999). Dit wordt van belang geacht voor de identiteitsvorming van jongeren (Dawson, 2007). De school is bijvoorbeeld van invloed op de (schoolse) identiteit en bredere sociale contexten. Tevens zijn vriendschappen, gedeelde ervaringen, interessegebieden en wrijvingen binnen relaties van invloed op de vorming van de identiteit (Dawson, 2007). De sociale identiteit van een jongere is dus afhankelijk van de sociale context(en) waarin de jongere zich bevindt.

Er bestaan verschillende soorten SNSs en daarmee dus meerdere soorten online sociale contexten. Er zijn SNSs die bezocht worden door een zeer divers publiek, zoals Facebook en MySpace. Tevens zijn er SNSs die worden bezocht door een zeer afgebakend publiek, bijvoorbeeld op basis van eenzelfde interesse, sekse, religie of nationaliteit. Voorbeelden hiervan zijn Vrouwonline.nl en Marokko.nl. SNSs variëren daarnaast in de mate van aanbod

wat betreft communicatiemiddelen, zoals connectiviteit met een mobiele telefoon, bloggen of de mogelijkheid om foto's en video's te delen (Boyd & Ellison, 2008).

Zoals eerder genoemd, wordt verwacht dat het offline sociale netwerk (en daarmee de sociale context) van Marokkaanse jongeren voornamelijk bestaat uit Marokkaanse personen waarbinnen voornamelijk de Marokkaanse identiteit uitgedragen wordt. Aangezien uit onderzoek is gebleken dat SNSs voornamelijk worden gebruikt om contact te onderhouden met reeds bekende alters, lijken transities tussen het offline en online sociale netwerk weinig nodig. Afgevraagd wordt of er een verschil is in transities tussen offline en online sociale contexten tussen de Nederlandse en Marokkaanse jongeren en hoe deze transities van invloed zijn op de sociale identiteiten van de jongeren.

Naar aanleiding van bovenstaand literatuuronderzoek wordt verwacht dat het online netwerk van de Nederlandse en Marokkaanse jongeren bestaat uit reeds bestaande offline relaties. Daarbij wordt verwacht dat ze aansluiting zoeken bij één of meer online groepen die een bepaalde identiteit uitdragen. Afgevraagd wordt hoe de jongeren zichzelf online zullen presenteren. Enerzijds wordt verwacht dat ze experimenteren met verschillende identiteiten, aangezien dit kenmerkend is voor de adolescentie. Anderzijds wordt verwacht dat aangezien het grootste gedeelte van hun online netwerk bestaat uit offline relaties, de jongeren zichzelf zullen presenteren als een afspiegeling van hun werkelijke, offline zelf. Tot slot wordt afgevraagd of de jongeren binnen diverse contexten experimenteren met verschillende sociale identiteiten en hoe dit van invloed is op de vorming van de sociale identiteiten van de jongeren. Ter aanvulling op de onderzoeksvraag zijn hiertoe drie deelvragen opgesteld, te weten 1) Hoe zien de offline en online sociale netwerken van de jongeren eruit?, 2) Hoe laten de jongeren online zien wat hun identiteit is? en 3) Is er tussen de clusters sprake van homogeniteit, dan wel heterogeniteit in gedrag en standpunten van de jongeren?.

## **METHODE**

### **Procedure**

Voor dit onderzoek is gebruik gemaakt van surveyanalyses ( $n = 792$ ), interviews ( $n = 54$ ) en casestudies ( $n = 24$ ) van leerlingen met een Marokkaanse en Nederlandse achtergrond. Deze leerlingen zijn geselecteerd uit een databestand van een eerder verricht onderzoek onder 1300 leerlingen met verschillende etniciteiten van scholen uit Rotterdam, Den Bosch, Amsterdam, Utrecht en Gouda (De Haan, Leander, Ponzanesi, Leurs, & Ünlüsoy, 2009). Het

selectie criterium voor de vragenlijstanalyses ( $n = 792$ ) was Marokkaanse en Nederlandse nationaliteit van de jongeren. Deze data is geanalyseerd en gebruikt voor het beschrijvende gedeelte van het huidige onderzoek.

Tijdens presentaties aan leerlingen van de onderzoekgegevens uit de eerder afgenomen survey ( $n = 1300$ ) (De Haan et al., 2009) zijn informanten voor de diepte-interviews geworven. Tijdens deze presentaties werd vermeld dat het doel van het huidige onderzoek is om beter te leren begrijpen hoe jonge mensen binnen sociale netwerken van anderen leren en wat hiervan de invloed is op hun identiteitsontwikkeling. Tevens werd vermeld dat de gegevens van de leerlingen uit het eerdere onderzoek gebruikt zouden worden en dat de gegevens vertrouwelijk en anoniem verwerkt zouden worden. Voor deelname aan het huidige onderzoek kregen de leerlingen een incentive in de vorm van een tegoedbon. Middels een antwoordstrook konden de leerlingen hun vrijwillige deelname aangeven. Tevens zijn de ouders ingelicht over het onderzoek.

Op basis van een minimale mate van online mediagebruik en vrijwilligheid zijn in totaal 54 leerlingen van Marokkaanse en Nederlandse afkomst van twee scholen (één in Rotterdam en één in Den Bosch) geworven voor deelname aan diepte-interviews. Door afname van deze interviews is data verkregen ten behoeve van dit onderzoek. Het huidige onderzoek betreft een deelonderzoek binnen de gehele geïnterviewde sample ( $n = 54$ ). Hiertoe zijn 24 leerlingen geselecteerd voor een casestudie (zie Participanten). Het selectie criterium voor de casestudies betrof het hebben van contacten met wie de leerlingen alleen online contact hadden. Tevens is geselecteerd op basis van geslacht om een zo goed mogelijke vergelijking tussen Nederlandse en Marokkaanse leerlingen mogelijk te maken.

### **Participanten**

Participanten in dit deelonderzoek waren 24 leerlingen in de leeftijd van 13 tot en met 18 jaar ( $M = 14.8$ ,  $SD = 1.2$ ). Aangezien de in totaal 1300 leerlingen vrij waren in de keuze om al dan niet deel te nemen aan het huidige onderzoek en doordat de participanten zijn geselecteerd op etniciteit (Marokkaans en Nederlands), was er sprake van een selecte groep participanten. Het opleidingsniveau varieerde van VMBO-leerwegondersteunend tot en met VWO, waarbij zoveel mogelijk gestreefd is naar een gelijke verdeling over de opleidingsniveaus. Er waren 12 leerlingen van Marokkaanse afkomst en 12 leerlingen van Nederlandse afkomst. Van beiden groepen was 50% van het mannelijk geslacht en 50% van het vrouwelijk geslacht. De Nederlandse leerlingen waren gemiddeld ouder ( $M = 15.3$ ,  $SD = 1.5$ ) dan de Marokkaanse

leerlingen ( $M = 14.5$ ,  $SD = 0.7$ ). Het gemiddelde opleidingsniveau van zowel de Marokkaanse als de Nederlandse leerlingen was VMBO-kader-theoretisch-gemengd.

### **Meetinstrumenten**

#### ***In kaart brengen van het sociale netwerk***

Door middel van het programma Vennmaker (Schönhuth, Gamper, Stark, & Kronenwett, 2009) is het sociale netwerk van de jongeren in kaart gebracht. Er werd gevraagd wie de (20 á 30) belangrijkste personen in het leven van de jongeren waren (specifiek wie belangrijk was voor leren en identiteit) en waar de jongere de door hem opgegeven personen vooral ontmoet (offline, online of beiden). Tevens werd de relatie van de betreffende jongere en de desbetreffende persoon vastgesteld en werd vastgesteld of de genoemde belangrijke personen elkaar onderling ook kenden. Met *kennen* werd het kennen bij naam bedoeld. De uitkomst was het (gehele en online) sociale netwerk van de jongere, waarin alters in clusters worden weergegeven.

#### ***Verdiepen van het sociale netwerk***

De data is verkregen door middel van een semi-gestructureerd interview, het *Social Network Interview* (De Haan et al., 2010), met 54 respondenten. De interviewers hebben een cursus gevolgd om zo betrouwbaar en valide mogelijk informatie te verkrijgen en te kunnen verwerken. De interviews zijn semi-gestructureerd uitgevoerd; dit wil zeggen dat er gebruik is gemaakt van een van te voren opgesteld interview. De interviewer diende zich aan de structuur van het interview te houden. Echter, op enkele aspecten was de interviewer vrij om zelf de hand te leggen aan het interview; bijvoorbeeld om de leerling op zijn of haar gemak te stellen door zogenaamde '*social talk*' of door dieper op vragen in te gaan indien de interviewers dit van belang achtten voor het verkrijgen van waardevolle data.

### **Analyse**

Om een globaal beeld te schetsen van de online praktijken van de gehele onderzoekspopulatie met een Nederlandse of Marokkaanse etniciteit ( $n = 792$ ) werden de beschrijvende resultaten uit de survey van onder andere de meest online ondernomen activiteiten, gebruik van het internet, genoemde online netwerk grootte en groepaffiliaties beschreven.

Hierna werd de verkregen data uit het *Social Network Interview* geanalyseerd ( $n = 54$ ). Het doel hiervan was onder meer het beschrijven van de sociale netwerken van de ego's. De grootte, dichtheid en percentages zelfde etniciteit, percentages familieleden en percentages

zelfde geslacht werden bepaald. Er is hierbij een vergelijking gemaakt tussen de sociale netwerken van de Nederlandse en de Marokkaanse jongeren.

Vervolgens zijn door middel van een selecte steekproef ( $n = 24$ ), 12 Nederlandse en 12 Marokkaanse jongeren, de online praktijken onderzocht die meer specifiek toegespitst zijn op identiteitsvorming van de jongeren. Hiertoe werden de *Social Network Interviews* getranscribeerd en de gegevens over de belangrijke personen in het leven van de jongeren door middel van casestudies geanalyseerd. Hierna heeft respectievelijk open en axiale codering plaatsgevonden. Tijdens de fase van de open codering hebben alle antwoorden van de 24 casestudies een label gekregen. Allereerst is de informatie uit de survey van de 24 casestudies geanalyseerd, hierna de informatie uit het *Social Network Interview*. Vervolgens vond de fase van axiale codering plaats; tijdens dit proces werd er gezocht naar labels die de diverse sociale contexten betroffen van de jongeren waarbinnen zij participeren. De laatste stap betrof het samenvatten van en het zoeken naar labels die zodoende antwoord zouden kunnen geven op de huidige onderzoeksvraag.

De betrouwbaarheid en validiteit van de verkregen data kon worden nagegaan door alle interviews te bestuderen. Een aantal belangrijke aspecten om de validiteit te waarborgen zijn hierbij van belang geweest. Om na te gaan of de data intern valide was, is gekeken of alle interviews bij benadering compleet zijn afgenomen. Om enigszins generaliseerbare uitspraken te doen over de data, was het van belang dat de gevraagde informatie uit de verschillende interviews ongeveer overeen zou komen. Een belangrijk punt om de validiteit van het onderzoek te waarborgen was de controle op de ecologische validiteit van de data (Baarda, 2009). Met andere woorden: hoe staat het met de validiteit van de resultaten in de dagelijkse praktijk? Doordat verschillende personen de interviews hebben afgenomen bij de respondenten bestaat het gevaar van subjectiviteit. Om het risico van subjectiviteit zo klein mogelijk te houden, is zo veel mogelijk uitgegaan van feitelijke uitspraken van de participanten en zo min mogelijk van interpretaties door de interviewers.

Betrouwbaarheid is de mate waarin een meting onafhankelijk is van toeval (Baarda, 2009). Toevallige uitkomsten staan onder invloed van het gebruikte meetinstrument, in dit geval het *Social Network Interview* (De Haan et al., 2010), de respondent, de omstandigheden en de interviewer zelf. Aangezien betrouwbaarheid een voorwaarde is voor de validiteit van het onderzoek, was het van groot belang bovengenoemde aspecten zo neutraal mogelijk te houden. Hiermee wordt bedoeld dat de interviewer inspeelt op mogelijkheden die de betrouwbaarheid kunnen vergroten (e.g. een openstaand raam sluiten indien er veel omgevingsgeluiden zijn). Een ander aspect dat is meegenomen om de betrouwbaarheid te

waarborgen is de herhaalbaarheid van het onderzoek door een andere onderzoeker. De intercodeursbetrouwbaarheid is beoordeeld door de codering eerst onafhankelijk te laten plaatsvinden en de verschillen en overeenkomsten in de codering te bespreken, zodat het coderen zoveel mogelijk hetzelfde kan geschieden door verschillende codeurs (Baarda & De Goede, 2006). De intercodeursbetrouwbaarheid bedraagt ten minste 90% en is daarmee goed te noemen.

## RESULTATEN

### Offline en online netwerken en sociale identiteitsvorming

#### *Sociale netwerken*

Voor de identiteitsvorming spelen contacten met belangrijke personen in het leven van de jongeren een belangrijke rol. Om na te gaan welke contacten de geïnterviewde Marokkaanse en Nederlandse jongeren ( $n = 54$ ) als belangrijk ervaren en of zij deze contacten vooral offline, online of beiden spreken, zijn met behulp van het programma VennMaker de gehele en online sociale netwerken van de jongeren in kaart gebracht.

**Gehele sociale netwerken** Zoals in tabel 1 te zien is bestaat het gehele sociale netwerk van belangrijke contacten, opgegeven door de geïnterviewde Marokkaanse jongeren, gemiddeld uit 24 alters, waarvan er gemiddeld 58% familieleden zijn. Tabel 2 laat zien dat het gehele sociale netwerk van belangrijke contacten, opgegeven door de geïnterviewde Nederlandse jongeren, gemiddeld 21 alters heeft, waarvan ongeveer 50% een familielid van de ego is. Marokkaanse jongeren hebben gemiddeld meer familieleden in hun netwerk opgenomen dan de Nederlandse jongeren. Echter, dit verschil is niet significant,  $F(1, 52) = 2.01, p = .163$ .

De gemiddelde dichtheid van het gehele netwerk van de Marokkaanse jongeren dat gemiddeld bestaat uit 24 alters is .63. De gemiddelde dichtheid van het gehele netwerk van de Nederlandse jongeren dat gemiddeld bestaat uit 21 alters is .57. De gehele netwerken van de Marokkaanse jongeren zijn gemiddeld groter en hebben een hogere dichtheid. Om na te gaan of de verschillen tussen de *gehele* netwerken van Marokkaanse en Nederlandse jongeren in grootte en dichtheid significant zijn, is een ANOVA uitgevoerd. Zowel het verschil in grootte,  $F(1, 53) = 4.58, p = .037$ , als in dichtheid,  $F(1, 52) = 2.47, p = .122$  is niet significant.

Er is geen verschil gevonden in het aantal alters in de netwerken dat dezelfde etniciteit heeft als de ego. Gemiddeld 84% van de opgegeven alters in het netwerk van de Marokkaanse ( $M = 84, SD = 15.3$ ) als van de Nederlandse jongeren ( $M = 84, SD = 17.0$ ) heeft dezelfde etniciteit als de ego.

Tot slot valt op dat Marokkaanse jongeren meer alters in hun netwerk hebben die van hetzelfde geslacht zijn als de ego ( $M = 66\%$ ,  $SD = 14\%$ ), dan Nederlandse jongeren ( $M = 61\%$ ,  $SD = 12\%$ ). Echter, dit verschil is niet significant,  $F(1, 49) = 1.69$ ,  $p = .167$ .

**Online sociale netwerken** Aangezien dit onderzoek zich voornamelijk toespitst op online contacten, zijn tevens de online netwerken van de jongeren in kaart gebracht. Gemiddeld 15 alters (62.5%) uit het gehele netwerk van de Marokkaanse jongeren, komen tevens voor in het online sociale netwerk van de jongeren. Hiervan is ongeveer 47% familie van de ego. De gemiddelde dichtheid van het online netwerk van de Marokkaanse jongeren is .62.

In het online sociale netwerk van de Nederlandse jongeren komen gemiddeld 14 alters (66.7%) uit het gehele netwerk voor, hiervan is gemiddeld 30% familie van de ego. De gemiddelde dichtheid van het online netwerk van de Nederlandse jongeren is .55.

Tevens zijn de verschillen tussen de *online* sociale netwerken van Nederlandse en Marokkaanse jongeren onderzocht. Echter, ook bij de online netwerken zijn de verschillen in grootte,  $F(1, 51) = .63$ ,  $p = .432$ , en dichtheid,  $F(1, 49) = 3.39$ ,  $p = .072$ , niet significant. Met gemiddeld 47% familieleden in hun online netwerk ten opzichte van 30% familieleden in het netwerk van Nederlandse jongeren hebben Marokkaanse jongeren meer familieleden in hun online sociale netwerk. Echter, ook dit verschil is niet significant,  $F(1, 49) = 8.33$ ,  $p = .006$ .

Wat betreft de variatie in etniciteit, is in tabel 1 en 2 te zien dat het aantal alters dat dezelfde etniciteit als de ego heeft in het online netwerk voor de Marokkaanse jongeren 79% bedraagt en voor de Nederlandse jongeren 78%. Aangezien dit maar een klein verschil is, is ook dit verschil niet significant,  $F(1, 50) = .017$ ,  $p = .898$ . Niettemin zijn de verschillen in variatie in etniciteit tussen de *gehele* en *online* sociale netwerken van zowel de Nederlandse als de Marokkaanse jongeren wel significant  $t(50, 52) = 28.55$ ,  $p < .000$ . Dit betekent dat er in de online netwerken meer variatie is in etniciteiten, waardoor de online netwerken heterogener zijn.

Tabel 1

*Gemiddelde, Standaardafwijking, Minimum en Maximum voor de Grootte, Dichtheid en Percentages Zelfde Etniciteit, Familie en Zelfde Geslacht in het Gehele en Online Netwerk van de Marokkaanse Jongeren (n = 28)*

	Grootte		Dichtheid		% Zelfde Etniciteit		% Familie		% Zelfde Geslacht
	Heel	Online	Heel	Online <sup>a</sup>	Heel	Online	Heel	Online	
<i>M</i>	24	15	.63	.62	84	79	58	47	66
<i>SD</i>	5.6	6.9	.13	.16	15.3	16.2	20.7	21.8	12.2
<i>Min</i>	11	5	.42	.40	43	41	13	.00	48
<i>Max</i>	35	34	.88	.93	100	100	86	86	95

<sup>a</sup> n = 27

Tabel 2

*Gemiddelde, Standaardafwijking, Minimum en Maximum voor de Grootte, Dichtheid en Percentages Zelfde Etniciteit, Familie en Zelfde Geslacht in het Gehele en Online Netwerk van de Nederlandse Jongeren (n = 25)*

	Grootte		Dichtheid		% Zelfde Etniciteit		% Familie		% Zelfde Geslacht
	Heel	Online	Heel	Online <sup>a</sup>	Heel	Online	Heel	Online	
<i>M</i>	21	14	.57	.55	84	78	50	30	61
<i>SD</i>	4.3	4.7	.13	.13	17.0	23.9	20.8	17.3	13.8
<i>Min</i>	15	6	.37	.30	26	17	11	.00	33
<i>Max</i>	29	23	.85	.79	100	100	86	60	94

<sup>a</sup> n = 23

### **De mogelijkheden van netwerksites en sociale identiteitsvorming**

#### ***Participatie binnen sociale netwerksites***

Het gebruik van internet maakt voor jongeren tegenwoordig een groot deel uit van hun vrijetijdsbesteding. Tabel 1 geeft een overzicht van de meest ondernomen online (sociale) activiteiten. Uit de survey (n = 792) blijkt dat Messenger (MSN, E-buddy) voor zowel Marokkaanse (n = 334) als Nederlandse jongeren (n = 448) de meest ondernomen online activiteit is. Voor 94.8% van de Marokkaanse jongeren geldt dat zij ‘vaker per dag/de hele tijd’ gebruik maken van Messenger, tegenover 91.3% van de Nederlandse jongeren. Dit



verschil is echter niet significant,  $F(1, 791) = 4.12, p = .043$ . Voor de Nederlandse jongeren is de tweede meest ondernomen online activiteit het updaten en bekijken van profielpagina's; 86.4% van de Nederlandse jongeren doet dit 'vaker per dag/de hele tijd' tegenover 77% Marokkaanse jongeren. Dit verschil is significant,  $F(1, 791) = 24.59, p < .000$ . Een opvallend significant verschil tussen Nederlandse en Marokkaanse jongeren in de ondernomen online activiteiten is het participeren binnen fora,  $F(1, 791) = 28.86, p < .000$ . Van de Nederlandse jongeren geeft 25.2% aan wel eens een forum te bezoeken, tegenover 39.8% van de Marokkaanse jongeren. Tevens bezoeken en participeren Marokkaanse jongeren (24.4%) meer binnen weblogs dan Nederlandse jongeren (19%). Ook dit verschil is significant,  $F(1, 791) = 12.89, p < .000$ .

Uit de casestudies ( $n = 24$ ) blijkt dat vijf van de zes Marokkaanse meisjes participeren binnen Marokkaans-Nederlandse websites, zoals Marokko.nl of Chaima.nl. Deze sites zijn bedoeld voor Marokkaanse Nederlanders en gerelateerd aan Marokko. De meisjes geven aan hier verhalen te lezen, discussies te volgen, advies te krijgen en nieuwe mensen te leren kennen. Slechts één Marokkaanse jongen (15 jaar) geeft aan Marokko.nl te bezoeken. Hij heeft op deze site binnen het forum wel eens een vraag gesteld over relaties binnen de islam. Op de vraag wat voor vraag hij op het forum had gesteld antwoordt deze jongen: "Het ging over of je een vriendin mag hebben voor het huwelijk, ja of nee. En ja, het mag nog wel, want daar kan het huwelijk uit ontstaan. Dus je mag wel een vriendin hebben". Geen van de Nederlandse jongeren geeft aan etnisch gerelateerde websites te bezoeken.

Tabel 3

*Samenvatting en Vergelijking van Ondernomen Online Activiteiten en Gegevens op Profielpagina door Marokkaanse en Nederlandse Jongeren ( $n = 792$ )*

Activiteiten	Marokkanen	Nederlanders	<i>F</i>
<b>Online activiteiten</b>			
Messenger	94.8%	91.3%	4.12
Profielpagina's	77%	86.4%	24.59*
Fora	39.8%	25.2%	28.86*
Weblogs	24.4%	19%	12.89*

*Noot.* Deze tabel bevat enkel de significante en de meest genoemde categorieën. In de survey zijn meer categorieën uitgevraagd aan de jongeren.

\*  $p < .01$ , two-tailed

Tabel 4

*Samenvatting en Vergelijking van Ondernomen Online Activiteiten en Gegevens op Profielpagina door Marokkaanse en Nederlandse Jongeren (n = 792)*

Activiteiten	Marokkanen	Nederlanders	<i>t</i>
<b>Profielfoto</b>			
Foto – Normaal	45.6%	48.9%	0.91
Foto – Mooi	36%	24.6%	3.49*
Foto – Sociaal	11.9%	20.3%	3.25*
Foto – Aantrekkelijk/Sexy	17.4%	17.9%	0.15
Foto – Intelligent	11.9%	7.4%	0.03
<b>Persoonlijke gegevens</b>			
Voornaam	53.2%	84.4%	9.76*
Nickname	71.2%	63.4%	2.34
Religieuze symbolen	17.7%	1.6%	7.54*
Culturele symbolen	34.6%	3.6%	11.43*
Nationale vlaggen	49.1%	6.9%	14.29*
<b>Groepsaffiliaties</b>			
Niet	25.3%	37.7%	3.79*
Moslim/Moslima	48.5%	2%	17.15*
Metalhead/Rocker/Punker	0%	5.6%	5.14*
Sporter	27%	23%	1.30

*Noot.* Deze tabel bevat enkel de significante en de meest genoemde categorieën. In de survey zijn meer categorieën uitgevraagd aan de jongeren.

\*  $p < .01$ , two-tailed

### *Identiteit binnen sociale netwerk sites*

Online sociale netwerksites zijn voor jongeren een toegankelijke manier om de identiteit die zij met zich meedragen te laten zien, te benadrukken of (verder) te ontwikkelen (JenQuinn, 2010).

**Profielpagina's** Het laten zien van de eigen identiteit op het internet door het zetten van foto's of muziek op de profielpagina, wordt door zowel de Nederlandse (55.4%) als de Marokkaanse (41.6%) jongeren uit de survey ( $n = 792$ ) als meest genoemde reden gegeven om op deze manier online te laten zien wie hij/zij is (zie tabel 4). Dit verschil is significant,  $t(741, 05) = 3.88$ ,  $p < .001$ . Er bestaat een significant verschil in de controle door broers,  $t(443, 44) = 6.81$ ,  $p < .001$ , en zussen,  $t(431, 05) = 5.92$ ,  $p < .001$ , tussen Marokkaanse en Nederlandse jongeren, waarbij de Marokkaanse jongeren meer gecontroleerd worden. Daarnaast beslissen Nederlandse jongeren significant vaker wat zij doen op het internet,  $t(651, 58) = 3.48$ ,  $p < .001$ , en wat zij op hun profielpagina zetten,  $t(643, 00) = 3.58$ ,  $p < .001$ .

Op de vraag hoe men zichzelf zou willen tonen op de profielfoto om leuk gevonden te worden door vrienden, antwoordde het grootste deel van de Nederlandse (48.9%) en het grootste deel van de van de Marokkaanse (45.6%) jongeren dat hij/zij zich ‘normaal’ zou presenteren. Dit verschil is niet significant,  $t(739, 23) = 0.91, p = .365$ . Van de Marokkaanse jongeren zegt 36% ‘mooi’ op de foto te willen staan, tegenover 24.6% van de Nederlandse jongeren, dit verschil is significant,  $t(693, 95) = 3.49, p < .001$ . Sociaal op een profielfoto staan wordt door 20.3% van de Nederlandse en 11.9% van de Marokkaanse jongeren genoemd om door vrienden leuk gevonden te worden. Ook dit verschil is significant,  $t(788, 17) = 3.25, p = .001$ . Op de derde plaats komt ‘aantrekkelijk/sexy’ voor de jongeren uit de survey, 17.9% van de Nederlandse en 17.4% van de Marokkaanse jongeren gaven dit als antwoord. Dit verschil is niet significant,  $t(741, 26) = 0.15, p = .879$ . Marokkaanse jongeren willen met 11.9% vaker ‘intelligent’ op hun profielfoto overkomen om leuk gevonden te worden door vrienden, vergeleken met 7.4% van de Nederlandse jongeren. Ook dit verschil is niet significant,  $t(646, 97) = 2.13, p = .034$ .

Naast foto's en muziek kan men tevens persoonlijke gegevens weergeven op een profielpagina. Uit de survey gegevens blijkt dat Nederlandse jongeren meer persoonlijke gegevens over zichzelf vermelden op hun profielpagina vergeleken met Marokkaanse jongeren. Voorbeelden hiervan zijn de voornaam, nickname en religieuze – en culturele symbolen. Zo vermelden Nederlandse jongeren (84.4%) significant vaker hun voornaam op hun profielpagina dan Marokkaanse jongeren (53.2%),  $t(602, 08) = 9.76, p < .001$ . Daartegenover staat dat met 71.2% van de Marokkaanse jongeren vaker hun nickname vermelden op hun profielpagina, in vergelijking met 63.4% van de Nederlandse jongeren. Dit verschil is niet significant,  $t(758, 55) = 2.34, p = .019$ .

Marokkaanse jongeren blijken meer cultuur en achtergrond gerelateerde gegevens op hun profielpagina te vermelden. Zo worden religieuze symbolen door 17.7% van de Marokkaanse jongeren en 1.6% van de Nederlandse jongeren op hun profielpagina vermeld. Dit verschil is significant,  $t(398, 74) = 7.54, p < .001$ . Tevens is er een significant verschil in het vermelden van culturele symbolen op de profielpagina door Marokkaanse (34.6%) en Nederlandse (3.6%) jongeren,  $t(423, 37) = 11.43, p < .001$ . Nationale vlaggen worden met 49.1% tegenover 6.9% significant vaker door Marokkaanse jongeren vermeld op hun profielpagina,  $t(477, 74) = 14.29, p < .001$ .

**Groepsaffiliaties** Op profielpagina's zoals Hyves of Facebook bestaat de mogelijkheid om je aan te sluiten bij zogenaamde groepen. Deze groepen zijn gevormd door mensen met dezelfde

interesses. Het merendeel van zowel de Nederlandse als de Marokkaanse jongeren uit de survey geeft aan niet bij een groep te willen horen/dit niet aan te willen geven, te weten respectievelijk 37.7% en 25.3% van de jongeren. Significant meer Nederlandse jongeren geven aan niet bij een groep te willen horen,  $t(771, 11) = 3.79, p < .001$ . De Marokkaanse jongeren geven aan significant,  $t(370, 94) = 17.15, p < .001$  meer tot de religieuze groep ‘Moslim/Moslima’ (48.5%) te willen behoren dan Nederlandse jongeren (2%). Nederlandse jongeren (5.6%) blijken significant vaker tot de groep metalhead/rocker/punker te willen horen dan Marokkaanse jongeren (0%),  $t(447, 00) = 5.14, p < .001$ . De groep ‘sporter’ (voetbal, tennis, boksen) is zowel onder Nederlandse jongeren met 23%, als onder Marokkaanse jongeren met 27% een veel genoemde groep, dit verschil is dan ook niet significant,  $t(717, 14) = 1.30, p = .195$ .

Nu bekend is wat de meest voorkomende online activiteiten van zowel de Nederlandse als de Marokkaanse jongeren zijn, en waar deze activiteiten plaats vinden is het van belang om achterliggende redenen van deze activiteiten te onderscheiden. Om een beeld te schetsen van de achterliggende redenen van de jongeren, is gebruik gemaakt van casestudies ( $n = 24$ ). In deze casestudies wordt dieper op bovenstaande online activiteiten en online contexten ingegaan.

Gekeken naar de jongeren van de casestudies ( $n = 24$ ) zouden vier van de twaalf Marokkaanse casestudies aangeven *niet* bij één of meerdere groepen te willen horen als ze op hun profielpagina een keuze konden maken bij welke groep ze zouden willen horen. Vier Marokkaanse jongeren hebben aangeven dat ze bij de groep ‘Moslim’ zouden willen horen. Overige groepen die meermaals voorkomen onder Marokkaanse jongeren zijn ‘sporter’, ‘gamer/computer fan’ en ‘trendy/modieus’. Van de twaalf Nederlandse casestudies zouden zeven jongeren aangeven *niet* tot een groep te willen behoren. Voorkomende groepen onder de Nederlandse jongeren zijn metalhead/punker/rocker, gamer, hiphop, sporter, activist, alto, emo, gothic en skater.

### ***Contact binnen sociale netwerk sites***

Nu bekend is met welke voor hen belangrijke contacten de jongeren online contact hebben en binnen wat voor soort SNSs de jongeren participeren, is het tevens van belang te weten op welke manier en met welke redenen ze dit contact onderhouden. Door middel van de casestudies ( $n = 24$ ) wordt hier dieper op ingegaan.

**Bestaande contacten onderhouden** Uit de casestudies komt naar voren dat Marokkaanse jongeren via Messenger en Hyves voornamelijk online contact onderhouden met (school)vrienden en met familie in Marokko. Nederlandse jongeren geven aan op internet vooral contact te onderhouden met vrienden en klasgenoten. Het online contact onderhouden met alters die regelmatig *offline* gezien worden, wordt door Marokkaanse en Nederlandse jongeren het meest gedaan met als doel bijpraten, uitwisselen van huiswerk/kennis en maken van afspraken. Eén jongen (Nederlands, 14 jaar) geeft aan via internet vrienden te helpen. Eén Marokkaanse jongen (13 jaar) vertelt via MSN van zijn neef in het buitenland Marokkaanse woorden te leren. Online contact wordt tevens onderhouden met alters die niet vaak offline gezien worden, bijvoorbeeld vrienden van vroeger, vrienden/familieleden die naar een andere stad zijn verhuisd en familie/vrienden in het buitenland. Voor het onderhouden van contact met vrienden wordt meestal Messenger gebruikt. Door Marokkaanse jongeren wordt het contact met familie in het buitenland voornamelijk via Skype onderhouden. Zo geeft één Marokkaanse jongen (15 jaar) aan “met de hele familie tegelijk achter de webcam te zitten” en te praten over “het weer en niet echt belangrijke dingen”.

**Nieuwe contacten ontmoeten** Uit de casestudies ( $n = 24$ ) blijkt dat Marokkaanse jongeren (één jongen, vier meisjes) en Nederlandse jongeren (één jongen, één meisje) tevens *nieuwe* contacten opdoen op het internet. Zij doen nieuwe contacten op met andere jongeren via fora, Hyves en Messenger. Soms zijn deze nieuwe contacten enkel gericht op het leren kennen van andere jongeren, zoals ook buiten het internet, bijvoorbeeld bij het uitgaan, gebeurt. Zo geeft één Marokkaans meisje (15 jaar) aan via het internet in contact te komen met jongens. Zij geeft aan dat “dit standaard is voor elk Marokkaans meisje” en dat “internet hen de mogelijkheid geeft met jongens in contact te komen, zonder dat hun vader of broers ervan afweten”. Zij vergelijkt Hyves met het vroegere ‘Parship’ en geeft aan dat “Hyves en MSN nu heel standaard geworden zijn. Als dat er niet meer is, dan zouden mensen echt levensveranderingen hebben”. Een ander Marokkaans meisje (15 jaar) benoemt tevens de mogelijkheden die internet, specifiek een Marokkaans-Nederlandse website (Marokko.nl), de Marokkaanse jongeren biedt om in contact te komen met potentiële partners; “Als iemand op zoek is, bijvoorbeeld een meisje naar een jongen of een jongen een meisje”. Twee Marokkaanse meisjes (14 en 15 jaar) hebben nieuwe vriendinnen gemaakt. Het Marokkaanse meisje van 15 jaar geeft aan alleen vriendschap te willen met Marokkaanse meisjes, omdat zij te veel verschillen ervaart tussen zichzelf en Nederlandse meisjes.

**Alleen online contacten** Wat betreft de alters waar de ego's *alleen online* contact mee hebben, geven twee Nederlandse meisjes (14 en 15 jaar) specifiek aan gevoelens/emoties te delen. Eén meisje (15 jaar) geeft aan dat zij dit doet omdat zij hetzelfde heeft meegemaakt als de alter met wie ze deze gevoelens deelt. Een andere reden voor het onderhouden van alleen online contact met een alter, betreft de ontwikkeling van persoonlijke interesses van de ego, zoals discussiëren (Marokkaans meisje, 15 jaar), hulp bij huiswerk en vragen over relaties op een Marokkaans forum (Marokkaanse jongen, 15 jaar) en het delen van kennis (Nederlandse jongen, 17 jaar). Het Marokkaanse meisje (15 jaar) geeft aan online contact te hebben met een Nederlands meisje (tevens de enige alter met een Nederlandse achtergrond in het sociale netwerk van deze ego). Zij zijn in contact gekomen middels een discussieforum waarbij ze beiden hetzelfde standpunt innamen. Sindsdien hebben zij samen veel online contact en praten ze over serieuze en minder serieuze dingen. De Nederlandse jongen (17 jaar) heeft op een forum om hulp gevraagd. Hier is door iemand op gereageerd en sindsdien hebben zij online contact dat gericht is op het ontwikkelen van websites.

### **Transities tussen online en offline sociale contexten en sociale identiteitsvorming**

De jongeren uit de casestudies ( $n = 24$ ) voeren hun offline en online activiteiten uit binnen verschillende sociale contexten. Onderzocht is binnen welke contexten zij participeren en hoe zij de wisseling tussen de verschillende contexten maken en ervaren.

#### *Transities offline versus online*

Uit voorgaande blijkt dat jongeren om diverse redenen en op verschillende plaatsen online contact onderhouden en zoeken. Om antwoord te kunnen geven op de onderzoeksvraag, is het van belang te weten wat voor de jongeren als verschillend ervaren wordt in offline en online contact. Dit wordt toegespitst op het contact en hun gedrag.

**Contact** Van de Marokkaanse casestudies geven vier meisjes (twee 14 jaar, twee 15 jaar) aan liever face-to-face contact te hebben dan online contact. Eén meisje hiervan (14 jaar) noemt als voordeel van online boven face-to-face contact dat ze via MSN voornamelijk iemands innerlijk leert kennen; “Ja, dat maakt wel uit. Want stel, kijk, ja, als je zeg maar iemand vaak ziet dan leer je diegene kennen. Kijk op MSN zie je wel ja, op MSN leer je eigenlijk meer de innerlijk kennen dan uiterlijk, dat maakt mij ook niet zo erg uit je uiterlijk, maar het zou wel beter zijn als je iemand face-to-face ziet en dan zeg maar goede vrienden kunt blijven”. Twee Marokkaanse jongens (13 en 14 jaar) geven aan online contact niet anders te ervaren dan

offline contact. Van de overige vier Marokkaanse jongens ontbreekt deze informatie, doordat het bij deze cases niet is uitgevraagd in het *Social Network Interview*. Van de Nederlandse jongeren geven twee meisjes aan liever face-to-face contact te hebben. Eén meisje (15 jaar) geeft aan dat zij het contact face-to-face echter ervaart; “Ja ik denk het wel. Dat is toch echter als je iemand in het echt spreekt”. Het andere meisje (15 jaar) bespreekt problemen het liefst face-to-face, omdat ze dan meteen antwoord krijgt: “Omdat je dan gewoon zeg maar recht kan zeggen, zeg maar, en dan krijg je ook gelijk antwoord en ja dan wordt je zeg maar meer geholpen als op MSN”. Daarnaast geven vier Nederlandse jongens (13, 14, 15 en 16 jaar) aan het online contact niet anders te beleven dan het offline contact. Van de overige twee Nederlandse jongens ontbreekt deze informatie, doordat het bij deze cases niet is uitgevraagd in het *Social Network Interview*.

**Gedrag** Wat betreft het online gedrag van de jongeren uit de casestudies ( $n = 24$ ), is gebleken dat Marokkaanse jongeren vaker dan Nederlandse jongeren aangeven dat ze zich online hetzelfde gedragen als offline, te weten zeven van de twaalf Marokkaanse jongeren tegenover vijf van de twaalf Nederlandse jongeren. Eén Marokkaans meisje (15 jaar) geeft aan op MSN opener te zijn dan “in het echt als ik iemand voor het eerst zie”. Van de overige vier Marokkaanse cases ontbreekt deze informatie, doordat het bij deze cases niet is uitgevraagd in het *Social Network Interview*.

Naast de vijf Nederlandse jongeren die aangeven zich hetzelfde te gedragen, geven drie van de twaalf Nederlandse jongeren (één meisje, 15 jaar; twee jongens, 16 en 17 jaar) aan zich op het internet opener te gedragen en meer te durven zeggen. Een jongen (16 jaar) geeft aan dat dit komt omdat de ander letterlijk verder weg is, want “dan durf je meer te zeggen, dan denk je ‘hij is toch ver weg’ dus dan kan het gewoon”. Een meisje van 15 jaar geeft aan dat ze online geneigd is meer te zeggen dan offline, “omdat je in het echt misschien toch meer verlegen bent”.

Verschillende jongeren hebben tevens aangegeven op internet juist terughoudender te zijn. Eén Nederlands meisje (14 jaar) geeft aan online terughoudender te zijn in het contact, omdat de computer in de woonkamer staat, “dus mijn ouders lezen nog wel eens mee over mijn schouder”. Als ze haar gevoelens kwijt wilt, doet ze dit vaak via de e-mail. Hierdoor heeft ze voorkeur voor face-to-face contact, want “dan kan ik gewoon in één keer mijn hart luchten, want dan zijn mijn ouders er nooit bij”. Eén Nederlandse jongen (14 jaar) geeft aan dat hij in face-to-face contact gevoeliger is en één jongen (13 jaar) geeft aan op MSN sneller boos te worden en meer flauw te doen. Van één Nederlandse case (jongen, 14 jaar) ontbreken

deze gegevens. Deze resultaten suggereren Marokkaanse jongeren consistenten zijn in hun gedrag tussen de verschillende contexten dan Nederlandse jongeren.

### *Transities offline*

Door zowel de Nederlandse als de Marokkaanse jongeren zijn als sociale contexten de familie, school en vriendenkring het meeste genoemd. Binnen deze kringen geven de meeste jongeren aan zichzelf te zijn en zich niet anders te gedragen. Twee Marokkaanse meisjes (14 jaar) geven aan bij hun vrienden drukker te zijn dan bij hun familie, één Marokkaans meisje (15 jaar) geeft aan bij vrienden en haar vrouwelijke familieleden drukker te zijn dan bij de rest van haar familieleden. De meisjes geven aan hier geen problemen mee te hebben.

Eén meisje (Nederlands, 14 jaar) geeft aan zowel op school als bij haar vrienden, familie en op de sportclub andere identiteiten te hebben. Zo staat ze bij haar familie bekend als een teruggetrokken, maar vrolijk meisje. Op judo is ze het voorzichtige, wijze en behulpzame meisje. Op school staat ze bekend als een onzeker, serieus en rustig meisje en bij haar vrienden is ze een gek en (hyper)actief meisje. Ze geeft aan dat dit wisselen van identiteit binnen de verschillende sociale contexten vanzelf gaat. Volgens zichzelf heeft ze zoveel verschillende identiteiten door haar onzekerheid, ze omschrijft dit als volgt: "Ik denk dat je onzeker moet zijn om een maskerleven te leiden, zo noem ik het zelf. Omdat ik overal, zal ik maar zeggen, een ander masker op heb".

### *Transities online*

Eén meisje van Marokkaanse afkomst (15 jaar) heeft op interne verschillende identiteiten. Ze neemt op verschillende fora diverse standpunten in. Als reden hiervoor geeft ze dat Nederlanders haar Marokkaanse standpunt niet begrijpen en vice versa. Ze geeft aan dat ze bijvoorbeeld als Moslima homoseksualiteit niet goed kan keuren, maar dat ze dit op een Nederlands forum niet vrijuit kan zeggen en hierdoor terughoudender is. Ze geeft aan dat hiervoor mensenkennis nodig is en het bewustzijn wanneer je iets wel en niet kunt zeggen. De overige Marokkaanse jongeren en de Nederlandse jongeren gaven aan geen wisselingen qua identiteiten te ervaren indien zij online zijn. Eén Marokkaans meisje (14 jaar) geeft in het interview aan: "Ik voel me altijd dezelfde persoon, op welke plek ik ook ben. Zowel offline als online".



### *Sociale contexten*

Zoals in tabel 5 te zien is participeren Marokkaanse en Nederlandse jongeren bij benadering binnen dezelfde communities. Uit de tabel valt af te leiden dat een Marokkaanse jongere gemiddeld in meer verschillende communities participeert dan een Nederlandse jongere. Er bestaan verschillen in de participatie binnen de communities ‘Religie’, ‘Nationaal/Transnationaal’, ‘Intracultureel’ en ‘Vrienden’.

Opvallend is dat alle 12 de Marokkaanse casestudies de religieuze achtergrond als belangrijke context hebben genoemd, terwijl dit bij slechts één enkele Nederlandse casestudie het geval is. De Marokkaanse jongeren gaven aan dat hun religie een belangrijke rol speelt in hun leven. Zo geeft een Marokkaans meisje (15 jaar) in het interview aan: ”Ik ben heel erg van religie, dat vind ik echt het belangrijkste wat er is. Ik voel me echt thuis bij Moslims. Voor geloof is geen bewijs nodig, je gelooft het. En het is echt iets magisch en Moslims hebben dat”. Slechts één Nederlandse jongen (14 jaar) geeft aan veel over het geloof te discussiëren, hoewel hij zelf niet gelovig is. Hij vindt het belangrijk er kennis over op te doen en verschillende opvattingen wat betreft religie te leren; “Want ook geloof vind ik wel een belangrijk onderwerp, want je hebt er dagelijks mee te maken. Ik geloof zelf niet. Maar er zijn wel een hoop gelovige mensen, ik vind het niet erg als je gelooft, als je het maar niet te nadrukkelijk doet”. Van belang om hierbij op te merken is dat er een verschil bestaat tussen de community religie voor de Marokkaanse en Nederlandse jongeren. Zoals hierboven vermeld is de religie voor alle Marokkaanse jongeren in deze casestudie een belangrijk onderdeel van hun leven en geloven zij allemaal in de religie Islam. Geen van de Nederlandse jongeren is gelovig en slechts voor één jongere maakt religie een belangrijk deel uit van zijn leven. Hierbij is de community religie voor de Marokkaanse jongeren tevens het geloof wat zij aanhangen en vormt de community religie voor de Nederlandse jongere een sociale context waarin hij over religie discussieert.

Andere sociale contexten die genoemd worden en belangrijk zijn voor de jongeren zijn onder andere de (professionele) sportclub, de (trans)nationale context en de online sociale context (zie tabel 5). Binnen de sportclub hebben de jongeren soms twee rollen, te weten die van pupil en die van trainer. Negen van de twaalf Marokkaanse jongeren hebben familie in het buitenland en participeren hierdoor binnen een transnationale context. Zij bezoeken deze familieleden in vakanties en hebben contact met hen via het internet. In totaal participeren vier van de twaalf Nederlandse jongeren binnen de transnationale context. Zij komen door bijvoorbeeld het online spelen van een spel in contact met mensen uit andere landen. Zo blijkt uit de casestudies dat één Nederlandse jongen (14 jaar) tijdens spelcontact met mensen uit

andere landen Engelse woorden leert. Eén Nederlandse jongen (17 jaar) onderhoudt via MSN contact met vrienden in het buitenland en werkt met hen samen op het internet aan een website. Eén Nederlands meisje (14 jaar) participeert in chatroulette en komt hierdoor in contact met mensen uit het buitenland; “Doordat chatroulette met de camera gebeurt, heb je dus kans om iedereen van over de hele wereld te zien en te spreken”. Onbekend is waarom dit meisje meedoet aan chatroulette. Wat betreft de nationale context van de jongeren, geldt voor vier van de twaalf Marokkaanse jongeren dat zij enkel contact hebben met mensen die bij hen in de stad wonen. Alle twaalf de Nederlandse jongeren hebben contact met mensen buiten de eigen woonplaats. Marokkaanse jongeren participeren meer in de transnationale context, maar minder binnen de nationale context vergeleken met Nederlandse jongeren.

Binnen de community ‘Intracultureel’ participeren zes van de twaalf Marokkaanse jongeren. Dit houdt in dat deze zes Marokkaanse jongeren participeren binnen een sociale context welke sterk gerelateerd is aan Marokko, zoals de etnisch specifieke website Marokko.nl welke speciaal bedoeld is voor Marokkaanse Nederlanders. Dit duidt erop dat Marokkaanse Nederlanders eigenlijk tussen twee culturen invallen.

Tabel 5

*Samenvatting en Vergelijking van Communities van Marokkaanse en Nederlandse Jongeren (n = 24)*

Community	Marokkaanse jongeren	Nederlandse jongeren
Familie	12	12
Religie	12	1
Nationaal/Transnationaal	11	12
Intracultureel	6	0
School	11	11
Vrienden	6	11
Vrijetijd	7	7
Sport	6	6
Morele normen en waarden	4	5
Consument	4	3
Toekomstig beroep	3	3
Gemiddeld aantal communities per jongere	6.8	6

## CONCLUSIE/DISCUSSIE

In deze studie is de invloed van online sociale netwerken op de sociale identiteitsvorming van Marokkaanse en Nederlandse jongeren in Nederland onderzocht. Onderzoek is gedaan naar de online activiteiten van deze jongeren, hoe ze zichzelf online presenteren en gedragen, met wie ze online contact hebben en om welke redenen ze online contact hebben.

Uit dit onderzoek blijkt dat voor zowel Nederlandse als Marokkaanse jongeren online activiteiten deel uit maken van hun dagelijks leven. Hierbij werd Messenger (MSN, E-Buddy) door beiden groepen jongeren als meest uitgevoerde online activiteit genoemd. Tevens bestaan er verschillen in de online activiteiten van Nederlandse en Marokkaanse jongeren. Nederlandse jongeren besteden significant meer tijd online aan het bekijken en updaten van profielpagina's, terwijl Marokkaanse jongeren online significant meer tijd besteden aan het participeren binnen fora en weblogs. Dit verschil kan wellicht voortkomen uit het feit dat Nederlandse jongeren van oorsprong meer gericht zijn op hun individuele identiteit door de individualistische cultuur in de leefomgeving, waardoor zij meer gericht zijn op het vormgeven van de eigen sociale identiteit, ook wel ego identiteit genoemd, door middel van profielpagina's. Marokkaanse jongeren bevinden zich van oorsprong in een meer collectivistische cultuur, waarin meer belang wordt gehecht aan de identiteit van een groep. Het vormgeven van de sociale groepsidentiteit van Marokkaanse jongeren kan geschieden door het participeren binnen fora en weblogs.

Resultaten uit het huidige onderzoek sluiten aan bij resultaten uit Europees en Amerikaans onderzoek waaruit blijkt dat 84% (Gross, 2004) tot 88% (Valkenburg & Peter, 2007) van de adolescenten Messenger gebruikt om te communiceren met reeds bestaande vrienden en komen overeen met resultaten uit eerder onderzoek (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007; JenQuinn, 2010; Back et al., 2010), waaruit blijkt dat jongeren SNSs voornamelijk gebruiken om contact te onderhouden met alters uit het offline sociale netwerk. De Marokkaanse jongeren gaven hierbij vaker dan Nederlandse jongeren aan face-to-face contact te prefereren boven online contact. Een reden hiervan kan zijn dat hun internetgebruik significant meer gecontroleerd wordt door familieleden zoals broers en zussen.

Een opvallend verschil in online contact tussen de Marokkaanse en Nederlandse jongeren is gebleken uit de casestudies. Marokkaanse jongeren blijken vaker online in contact te komen met personen die zij niet kennen dan Nederlandse jongeren. Een verklaring hiervoor kan zijn dat de Marokkaanse jongeren deel uit maken van een minderheidsgroep in Nederland en om deze reden elkaar opzoeken (Komen, 2006). Het internet maakt het in contact komen makkelijker en biedt mogelijkheden welke in het offline leven minder vanzelfsprekend zijn.

Tevens kan dit een teken zijn dat de Marokkaanse jongeren aan het verwesteren zijn, aangezien een aantal van de nieuw opgedane contacten van de Marokkaanse jongeren uit de casestudies niet van Marokkaanse afkomst is. Deze jongeren gaven bovendien aan online minder moeite te hebben met de cultuurkloof dan offline.

Een aantal Marokkaanse meisjes gaf aan via het internet in contact te komen met potentiële partners, iets wat voor hen in het dagelijks leven door controle van vader, broers en neven niet mogelijk is. Deze bevindingen sluiten aan op onderzoek van Smahel en Subrahmanyam (2007) waaruit blijkt dat vrouwen in online communicatie een meer autoritatieve rol kunnen innemen dan in offline communicatie. Rodino (1997) wijst erop dat de relatieve anonimiteit en van CMC vrouwen kan bevrijden van de vaak ondergeschikte positie die ze ervaren in offline romantische interacties. Deze bevindingen suggereren dat het internet de Marokkaanse meisjes van de casestudies kansen biedt die zij offline niet krijgen.

Uit de resultaten blijkt dat ongeveer de helft van zowel de Marokkaanse als de Nederlandse jongeren zichzelf 'normaal' op een profielfoto op een SNS zou presenteren om leuk gevonden te worden door vrienden. Deze resultaten komen overeen met de verwachting dat het merendeel van de jongeren zichzelf op het een SNS afspiegelen als hun werkelijke, offline zelf. Een verklaring hiervoor kan zijn dat de jongeren veel van hun profielvrienden tevens offline ontmoeten. Hierdoor worden ze zich steeds meer bewust van hun online zelfpresentatie (Stern, 2008) hebben ze de neiging eerlijker te zijn in de manier waarop ze hun profielpagina vormgeven en hun 'real-life' persoonlijkheden te spiegelen (JenQuinn, 2010; Back et al., 2010). De online identiteit zal een afspiegeling zijn van de offline identiteit van de jongeren. Echter, een groot aantal jongeren gaf eveneens aan zich mooi, sociaal, aantrekkelijk, intelligent et cetera op de profielfoto te willen tonen. De interpretatie hiervan is dat deze jongeren zich op het internet van hun beste, geïdealiseerde kant willen laten zien. Volgens Harter (1999 zoals geciteerd in Stern, 2008) biedt dit idealiseren van zichzelf de jongeren de mogelijkheid om nieuwe manieren van 'zijn' uit te proberen en proberen ze hiermee hun ideale zelf op te nemen in hun werkelijke zelf. Hierop aansluitend geeft het merendeel van de geïnterviewde jongeren aan zich online niet anders te gedragen dan offline. Dit is tegen de gestelde verwachting in dat de jongeren op het internet met diverse identiteiten experimenteren. Dit kan allereerst verklaard worden door de hiervoor genoemde reden dat de jongeren veel van hun offline contacten ook online ontmoeten. Een andere reden om zichzelf online niet anders voor te doen dan offline, kan zijn omdat de jongeren zoeken naar sociale goedkeuring van hun (online) contacten (Stern, 2008). Als de jongeren zichzelf niet authentiek zouden presenteren, zou feedback door online contacten op hun

gedrag/zelfpresentatie niet relevant, zo niet zinloos zijn. Echter, hierbij dient opgemerkt te worden dat het merendeel van de, voornamelijk Nederlandse, jongeren aangeeft zich opener en minder verlegen op te stellen in de online communicatie. Zo gaven jongeren aan dat zij online meer durven te zeggen dan offline. Deze bevinding sluit aan bij eerder onderzoek van Schouten en collega's (2007), waaruit blijkt dat jongeren online meer directe vragen stellen en zich vrijer en minder geremd voelen dan tijdens face-to-face contact.

De resultaten tonen aan dat Nederlandse jongeren meer persoonlijke informatie over zichzelf weergeven op hun profielpagina, terwijl Marokkaanse jongeren meer informatie vermelden die gerelateerd is aan hun cultuur en religie. Enerzijds kan dit verklaard worden door de aanname dat de Marokkaanse identiteit een bedreigde identiteit is door de negatieve aandacht in de media, waardoor de Marokkaanse jongeren minder persoonlijke informatie vermelden om zichzelf tegen heersende bedreigingen te beschermen (Shelton, Richeson, & Vorauer, 2006). Anderzijds laten ze wel meer cultuurgerelateerde informatie zien waarmee ze de groepsidentiteit van hun Marokkaanse cultuur uitdrukken. Daarbij laten ze op verschillende manieren nog veel verbondenheid zien met hun vaderland, zoals het participeren binnen etnische fora/weblogs en het laten zien van de groep 'Moslim(a)' op hun profielpagina. Significant meer Nederlandse jongeren uit de survey geven daarentegen aan niet bij een groep te willen horen. Overeenkomstig met onze verwachting is dat Marokkaanse jongeren participeren binnen diverse SNSs die gerelateerd zijn aan hun interesses, namelijk hun etniciteit. Een opvallend gegeven hierin is ook dat Marokkaanse jongeren meer familieleden hebben opgenomen in hun netwerk dan Nederlandse jongeren. Deze resultaten zijn consistent met de cultuurtheorie waarin de Marokkaanse samenleving beschreven wordt als een collectivistische cultuur en de Nederlandse samenleving als een individualistische cultuur (Korsten, 2011). In een collectivistische cultuur worden individuen opgenomen in hechte groepen, terwijl een individuele cultuur wordt gekenmerkt door individualisme en losse onderlinge banden tussen individuen. Het ervaren van gehechtheid aan de groep kan verklaren waarom de Marokkaanse jongeren sterke gerichtheid op Marokko laten zien en voornamelijk hun culturele identiteit tonen op het internet. De cultuurtheorie kan tevens verklaren waarom de Nederlandse jongeren significant vaker aangeven niet bij een groep te willen horen, aangezien in een individualistische cultuur het individu en zelfontplooiing centraal staan (Korsten, 2011).

Naar aanleiding van bovenstaande kan geconcludeerd worden dat zowel de Nederlandse als de Marokkaanse jongeren de SNSs voornamelijk gebruiken om contact te onderhouden met alters die zij tevens offline zien. De SNSs maken het Marokkaanse jongeren

makkelijker contact te onderhouden met familie in het buitenland en nieuw contact op te doen met personen met eenzelfde achtergrond. De resultaten suggereren dat Marokkaanse jongeren op de SNSs hun culturele identiteit online bevestigen en versterken, terwijl Nederlandse jongeren meer een individuele identiteit na lijken te streven. Er is een gering aantal voorbeelden gevonden waarin de jongeren wisseling tussen identiteiten in de online setting laten zien. Een verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat met de komst van SNSs jongeren met veel van de offline contacten tevens online contact hebben. Mogelijk maakt dit gegeven het wisselen tussen verschillende identiteiten lastiger. Het aannemen van een geheel andere identiteit op een SNSs lijkt hedendaags nauwelijks nog voor te komen. Jongeren laten zich op een SNS van hun beste, geïdealiseerde kant zien. Hierdoor bieden de SNSs de jongeren de mogelijkheid te experimenteren met verschillende identiteiten die dicht bij hun offline presentatie liggen, zodat het ideale zelf op te nemen valt het werkelijke zelf.

Marokkaanse jongeren participeren meer in de transnationale context dan de Nederlandse jongeren. Dit komt omdat zij veel familie in het buitenland hebben waarmee ze frequent contact hebben. Op deze manier houden de Marokkaanse jongeren nauwe banden met hun vaderland. Ze leven hierdoor in feite tussen twee culturen in, waardoor ze herhaaldelijk tussen hun sociale identiteiten moeten wisselen. Op het internet proberen de jongeren deze kloof wellicht te overbruggen door te participeren binnen etnische sites, zoals Marokko.nl. Vergeleken met de Marokkaanse jongeren hebben Nederlandse jongeren meer contact met voor hen belangrijke mensen buiten de eigen woonplaats. Bij Marokkaanse jongeren wonen de voor hen belangrijke mensen voornamelijk binnen de eigen woonplaats. Dit kan er tevens op duiden dat de Marokkaanse mensen elkaar opzoeken om de band met hun vaderland aan te houden en de kloof tussen de twee culturen in te overbruggen.

### **Tekortkomingen en implicaties**

De huidige studie kent enkele tekortkomingen, waardoor de resultaten met voorzichtigheid geïnterpreteerd dienen te worden. Allereerst zijn de interviews afgenomen bij jongeren die beschikten over een minimale mate van online mediagebruik en op basis van vrijwilligheid. Voor de casestudies zijn bepaalde eisen gesteld aan het mediagebruik van de jongeren, namelijk alleen online contact met, voor de jongeren, belangrijke alters. Aangezien de casestudies aan bepaalde kenmerken moesten voldoen, is een beoordelingssteekproef ontstaan. Deze steekproef is niet representatief voor een gemiddelde jongere met een lagere mate van mediagebruik en kan dus niet worden gegeneraliseerd. Betekenisverlening aan de online activiteiten van de jongeren stond in dit onderzoek centraal.

Ten tweede is gepoogd de betrouwbaarheid van het Social Network Interview te waarborgen door de interviewers een training aan te bieden. Echter, na analyse van de interviews bleek dat sommige vragen niet door elke interviewer systematisch gesteld waren. Tevens bleken sommige vragen door de jongeren lastig te beantwoorden, waardoor het Social Network Interview tussentijds is aangepast. Het geven van sociaal wenselijke antwoorden heeft bovendien een rol hebben gespeeld. Uit onderzoek blijkt dat jongeren van een etnische minderheid sociaal wenselijker antwoorden (Komen, 2006; Kleijer-Kool, 2006). Enkele gegevens ontbraken hierdoor, wat het coderingsproces belemmerde en de resultaten minder betrouwbaar en valide maakte. Daarnaast is door enkele interviewers niet consistent doorgevraagd op gegeven antwoorden van de jongeren. Ook om deze reden ontbreekt waardevolle informatie van de casestudies welke zijn gebruikt in dit onderzoek.

Een derde beperking van het onderzoek is dat het aantal uren dat de jongeren aan online mediagebruik besteden, nauwkeuriger nagevraagd had kunnen worden in de interviews. Indien dit was nagevraagd, was meer inzicht verkregen in het verschil tussen de offline en online tijdsbesteding van de jongeren. In dit onderzoek is uitgegaan van de surveygegevens van de jongeren, waar de jongeren konden kiezen uit antwoordcategorieën zoals 'meerdere keren per dag' en 'één dag in de week'. Hierdoor is het risico op subjectiviteit groot, omdat niet duidelijk is hoeveel uur de jongeren per dag of per week aan online activiteiten besteden.

Ondanks de tekortkomingen hebben de resultaten wel degelijk bijgedragen aan het kennisbestand. Dit onderzoek is één van de eerste onderzoeken dat zowel de gehele als de online sociale netwerken van jongeren in kaart heeft gebracht en deze heeft geanalyseerd. Tevens is door middel van casestudies onderzoek gedaan naar de betekenisverlening van het online mediagebruik van de jongeren en de invloed daarvan op de identiteitsvorming. Deze benadering van online mediagebruik is vrij recent en casestudies zijn binnen deze benadering nog niet veel onderzocht.

Voor toekomstig onderzoek wordt aanbevolen door middel van casestudies en real-life observatie meer zicht te krijgen op het verschil in gedrag in zowel offline als online contexten in het dagelijks leven van jongeren, als ook de kansen die het internet biedt welke voor de jongeren in de offline context minder vanzelfsprekend zijn. Verwacht wordt dat op deze manier meer objectieve kennis verkregen wordt over het verschil in gedragingen tussen offline en online contexten en meer informatie over de beweegredenen van jongeren wat betreft hun online activiteiten. Deze kennis zal naar verwachting op een meer objectieve manier inzicht bieden in de invloed van online mediagebruik op de sociale identiteitsvorming

van jongeren. Voor toekomstig onderzoek kan het tevens interessant zijn om de cultuurkloof tussen de heersende culturele samenleving en een minderheidscultuur mee te nemen. Hierbij kan worden afgevraagd of de mensen uit de minderheidscultuur hun oorspronkelijke cultuur mee online nemen, en door middel van sociale media oorspronkelijke gebruiken of gedragen als het ware 'mee online nemen'. Hierdoor kan onderscheid gemaakt worden tussen de invloed van sociale media op de vormgeving van de sociale identiteiten voor autochtone en allochtone jongeren.



## REFERENTIES

- Antheunis, M., Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2007). Computer-mediated Communication and Interpersonal Attraction: An Experimental Test of Three Explanatory Hypotheses. *CyberPsychology and Behavior, 10*, 831-836.
- Baarda, D. B., & Goede, M. P. M. de. (2006). *Basisboek Methoden en Technieken. Handleiding voor het Opzetten en Uitvoeren van Kwantitatief Onderzoek*. Houten, Nederland: Wolters-Noordhoff Groningen.
- Back, M. D., Stopfer, J. M., Vazire, S., Gaddis, S., Schmukle, S. C., Egloff, B., & Gosling, S. D. (2010). Facebook Profiles Reflect Actual Personality, Not Self-Idealization. *Association for Psychological Science, 21*(3) 372– 374.
- Buckingham, D. (2010). Introducing Identity. In D. Buckingham (Ed.), *Youth, Identity, and Digital Media* (pp. 1 - 21). Cambridge, MA: MIT Press.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship, *Journal of Computer-mediated Communication, 13*(1), 210-230.
- Boyd, D. (2008). Why Youth (heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life. In D. Buckingham (Ed.), *Youth, Identity, and Digital Media* (pp. 119–142). Cambridge, MA: MIT Press.
- Bucholtz, M. (1999). “Why be Normal?”: Language and Identity Practices in a Community of Nerd Girls. *Language in Society, 28*, 203-223.
- Carr, A. (2006). *The Handbook of Child and Adolescent Clinical Psychology: A Contextual Approach* (2<sup>nd</sup> ed.). East Sussex: Routledge.
- ComScore. (2008). *Social networking explodes worldwide as sites increase their focus on cultural relevance*. Retrieved June 4<sup>th</sup> from <http://www.comscore.com/press/release.asp?press=2396>
- Côté, J. E. (1996). Sociological Perspectives on Identity Formation: The Culture-identity Link and Identity Capital. *Journal of Adolescence, 19*, 417-428.
- Dawson, M. C. (2007). Identity Formation among Learners at a South African High School: Assessing the Interaction between Context and Identity. *Race Ethnicity and Education, 10*(4), 457-472.
- Derlega, V. J., Metts, S., Petronio, S., & Margulis, S. T. (1993). *Self-Disclosure*. New Bury Park, CA: Sage.
- Dwyer, C. (2007). *Digital Relationships in the "MySpace" generation: Results from a Qualitative Study*. Unpublished Master Thesis, Pace University, Hawaii.

- Ellison, N., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The Benefits of Facebook “friends”: Exploring the Relationship between College Students’ use of Online Social Networks and Social Capital. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(3), 1143 – 1168.
- Erikson, E. H. (1956). The problem of Ego Identity. *Journal of the American Psychoanalytic Association*, 4, 56-122.
- Ethier, K. A., & Deaux, K. (1994). Negotiating Social Identity when Contexts Change: Maintaining Identification and Responding to Threat. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67(2), 243-251.
- Gijsberts, M. & Dagevos, J. (2005). *Uit Elkaars Buurt. De Invloed van Etnische Concentratie op Integratie en Beeldvorming*. Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau.
- Gross, E. F. (2004). Adolescent Internet use: What we Expect, What Teens Report. *Applied Developmental Psychology*, 25, 633–649.
- Haan, M. de, Leander, K. M. Ponzanesi, S., Leurs, K., & Unlusoy, A. (2009). Survey Instrument Wired Up project. Utrecht: Utrecht University.
- Haan, M. de et al. (2010). Social Network Interview. Instrument Wired Up project. Utrecht: Utrecht University.
- Jenkins, R. (2008). *Social Identity*. New York: Routledge. Retrieved from books.google.nl.
- JenQuinn. (2010, April 26). Perceptions of Identity in Social Networking: Controlling your online presence. *Online Conference on Networks and Communities*. Retrieved from: <http://networkconference.netstudies.org/2010/04/perceptions-of-identity-in-social-networking-controlling-your-online-presence/>
- Kleijer-Kool, L. (2006). Marokkaanse Ontkennende Verdachten in het Kinderstrafproces. *Proces*, 3, 97-105.
- Komen, M. (2006). Difficulties of Cultural Diversity. An Exploratory Study into Forensic Psychiatric Reporting on Serious Juvenile Offenders in the Netherlands. *Crime, Law & Social Change*, 45,55–69.
- Korsten, A. F. A. (2011) *De cultuurtheorie als koningstheorie? Over bestuursculturen en wereldbeelden*. Retrieved June 5<sup>th</sup> from <http://www.arnokorsten.nl/PDF/Bestuurskunde/De%20theorie%20over%20bestuursculturen.pdf>
- Lampe, C., Ellison, N., & Steinfield, C. (2006). A Face(book) in the Crowd: Social Searching vs. Social Browsing. *Proceedings of the 2006 20th anniversary conference on Computer supported cooperative work, CSCW '06*, 167-170.

- Lenhart, A., Madden, M., & Hitlin, P. (2005). *Teens and Technology: Youth are Leading the Transition to a Fully Wired and Mobile Nation*. Washington DC: The Pew Internet and American Life Project.
- Manago, A. M., Graham, M. B., Greenfield, P. M., & Salimkhan, G. (2008). Self-presentation and Gender on MySpace. *Journal of Applied Developmental Psychology, 29*, 446–458.
- Markus, H., & Kitayama, S. (1991). Culture and the Self: Implications for Cognition, Emotion, and Motivation. *Psychological Review, 98*, 224–253
- Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2006) Individual Differences in Perceptions of Internet Communication. *European Journal of Communication, 21*, 213-226.
- Phinney, J. (1990). Ethnic Identity in Adolescents and Adults: A Review of Research. *Psychological Bulletin, 108*, 499–514.
- Prins, K.S. (1996). *Van 'Gastarbeider' tot 'Nederlander'; Adaptatie van Marokkanen en Turken in Nederland* (Niet gepubliceerd proefschrift). Rijksuniversiteit Groningen, Groningen.
- Rispens, J., Goudena, P. P., & Groenendaal, J. J. M. (1994). *Preventie van Psychosociale Problemen*. Houten/Zaventem, Nederland: Bohn Stafleu Van Loghum.
- Rodino, M. (1997). Breaking Out of Binaries: Reconceptualizing Gender and its Relationship to Language in Computer-mediated Communication. *Journal of Computer-Mediated Communication*. Retrieved May 28<sup>th</sup> from <http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue3/rodino.html>.
- Schönhuth, M., Gamper, M., Stark, M., & Kronenwett, M. (2009). *Manual VennMaker 0.9.5 VIP*, Universiteit Trier-Mainz.
- Schouten, A. P., Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2007). Precursors and Underlying Processes of Adolescents' Online Self-Disclosure: Developing and Testing an "Internet-Attribute-Perception" Model. *Media Psychology, 10*, 292-314.
- Shelton, J. N., Richeson, J. A., & Vorauer, J. D. (2006). Threatened Identities and Interethnic Interactions. *European Review of Social Psychology, 17*, 321-358.
- Smahel, D., & Subrahmanyam, K. (2007). Any Girls want to Chat press 911: Partner Selection in Monitored and Unmonitored Teen Chat Rooms. *CyberPsychology and Behavior, 10*, 346–353.
- Steinberg, L. (2001). Adolescent Development. *Annual Review of Psychology, 52*, 83-110.
- Stern, S. (2008). Producing Sites, Exploring Identities: Youth Online Authorship. In D. Buckingham (Ed.), *Youth, Identity, and Digital Media* (pp. 95 -114). Cambridge, MA: MIT Press.

- Tanti, C., Stukas, A. A., Halloran, M. J., & Foddy, M. (2011). Social Identity Change: Shifts in Social Identity During Adolescence. *Journal of Adolescence*, *34*, 555–567.
- Valkenburg, P. M., & Peter, M. (2007). Online Communication and Adolescent Well-Being: Testing the Stimulation Versus the Displacement Hypothesis. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *12*, 1169-1182.
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2009). The Effects of Instant Messaging on the Quality of Adolescents' Existing Friendships: A longitudinal Study. *Journal of Communication*, *59*, 79-97.
- Walther, J. B., & Parks, M. R. (2002). Cues Filtered Out, Cues Filtered In: Computer mediated communication and relationships. In M. L. Knapp & J. A. Daly (Eds.), *Handbook of Interpersonal Communication* (3<sup>rd</sup> ed., pp. 529-563). Thousand Oaks, CA: Sage.

## SUMMARY

This study investigated how participation in online networks contribute to the shaping of the social identity of youngsters. This study used survey analysis ( $n = 792$ ), interviews ( $n = 54$ ) and case studies ( $n = 24$ ) of students with a Moroccan ( $n = 334$ ) and Dutch ( $n = 448$ ) background, living in the Netherlands. An overall picture of the online activities of youngsters is obtained from survey analysis. Using the program VennMaker the entire and specifically online social networks of the interviewed students were mapped. Through the Social Network Interview and case studies, background information was obtained over the internet usage. It is considered how the online activities and online contacts contribute to shaping the identity of the young people. The results show that the principal objective of online contact is to maintain offline contacts. A notable significant result is that Moroccan youth more than the Dutch youth focus on their background and culture. Therefore they mainly show their cultural identity, while Dutch youth show greater differentiation between online identities, and seem to pursue a more individual identity. A final striking result is that Moroccan girls seem to use the internet as a place to meet potential partners. The main recommendation for future research is to continue case studies through the observation of both online and offline behavior in everyday life of young people, as well as the opportunities the internet offers in the offline context which are less obvious for youngsters.

**Keywords:** Social network sites, social identity, social networks, online activities