



Universiteit Utrecht

‘Hoe tieners hun sociale netwerken online onderhouden en uitbreiden’

Positieve en negatieve identiteitspraktijken van meisjes tussen de 13 en 16 jaar in online sociale netwerken

Oostewechel, N. M. J. (3326624)

Begeleidster: F. R. Prinsen

Tweede beoordelaar: E. Kroesbergen

Master Orthopedagogiek, Leerlingenzorg

Faculteit Sociale Wetenschappen, Universiteit Utrecht

Cursusjaar: 2010/2011

Juni, 2011

Voorwoord

Voor u ligt het eindartikel ten behoeve van de masterthesis Orthopedagogiek aan de Universiteit van Utrecht. De samenleving is voortdurend in ontwikkeling. Deze ontwikkelingen vragen om onderzoek. De opkomst van Social Media hangt samen met de steeds verdere digitaliserende samenleving; een ontwikkeling waar we niet omheen kunnen. Dit artikel is gericht op de unieke mogelijkheden van online sociale netwerksites als onderdeel van Social Media en identiteitsvorming. Er is onderzoek gedaan naar hoe meisjes hun sociale netwerken online onderhouden en uitbreiden op basis van positieve en negatieve identiteitspraktijken.

Bij deze wil ik de meisjes bedanken voor hun medewerking, inzet en tijd die zij bereid waren te steken in het onderzoek. Ook wil ik Fleur Prinsen bedanken, als begeleidster aan de Universiteit van Utrecht, voor haar informatie, feedback en begeleiding gedurende mijn onderzoek. Tot slot wil ik mijn familie en vrienden bedanken voor de motiverende ondersteuning en het begrip in deze periode.

Nikki Oostewechel

Utrecht, Juni 2011

Inhoudsopgave

Abstract	5
Samenvatting	6
Inleiding	7
Nieuwe mogelijkheden voor identiteitsontwikkeling?	7
Nieuwe mogelijkheden voor identiteitsontwikkeling in online sociale netwerken	9
Positieve en negatieve identiteitspraktijken	11
Identiteit en identiteitspraktijken bij adolescenten	11
Verschillen in (online) identiteitspraktijken voor meisjes en jongens	12
“Een breder en geïntegreerd perspectief” op sociale identiteitsontwikkeling	13
Onderzoeksvragen	14
Methode	15
Type onderzoek	15
Participanten	16
Onderzoeksmethoden	16
Procedure	18
Resultaten	19
I) Beschrijvende resultaten van de survey steekproef	19
II) Beschrijvende resultaten van de casestudie steekproef	21
Identiteitspraktijken om relaties en de positie in sociale groepen te versterken	22
(Herkenbare) deelname activiteiten	22
Groepsprofilatie	24
Groepsactiviteiten	24
Onderscheidende activiteiten	25
(Inclusie) criteria om deel te kunnen nemen aan de online groepsactiviteiten	26

Negatieve identiteitspraktijken ter versteking van het groepsonderscheid	27
In- en exclusie praktijken en sociale conventies die het onderhouden en uitbreiden van sociale netwerken online sturen	27
Inclusie criteria	27
Nieuwe online vrienden, een ‘special case’ van inclusie	29
Exclusie criteria	29
Sociale conventies rond in- en exclusie online	30
Conclusie en discussie	31
Literatuur	36

Abstract

Introduction: This study examines how girls between 13 and 16 years maintain and expand their online social network through identity practices; 1) How they strengthen positions and relationships in social groups; 2) In- and exclusion practices and social conventions governing the maintenance and expansion of social networking online. Study is important because of the unique capabilities of online social network applications. New possibilities for social identity development seem to occur. Adolescence is a crucial period for identity development.

Method: Descriptive quantitative and qualitative research (case studies) was used. Large survey data were used to provide a context of online identity practices and ten semi-structured interviews and observation were used for thematic data-analysis.

Results: Respondents strengthen their position in the social group by activities in which they show that they participate in a social group. These are a higher interaction frequency, active rather than passively hear or join a group page based on characteristics of the social group. They also strengthen the position of the group primarily to profile by posting photos of group members, hobbies or idols. The group activities are related to a higher interaction frequency, having a group page, or a joint group activity on the calendar. The criteria for inclusion are related to ‘knowing someone from outside the internet’, respondents with a special hobby use more specific criteria.

Conclusion: The Internet offers the opportunity to strengthen social identity, but also likely to build alternative identities. Upon admission into the online network there appears to be an inclusion standard (include everyone). After inclusion many other positive and negative identity practices come into play that determine whether the network is maintained or even can be extended (new people are included in the ‘identity core’ group). There seems to be a like-culture, negative feedback takes place indirectly, by ignoring and not making contact. Further research on boys, older teens and the influence of the reactions of identity practices is desirable.

Keywords: social networking, identity practices, in and exclusion, social identity.

Samenvatting

Inleiding: Deze studie onderzoekt hoe meisjes tussen 13 en 16 hun sociale netwerk online onderhouden en uitbreiden op basis van positieve en negatieve identiteitspraktijken. 1) Hoe positieve en negatieve identiteitspraktijken worden ingezet om (online) posities en relaties in sociale groepen te versterken? 2) De in- en exclusie praktijken en sociale conventies die het onderhouden en uitbreiden van sociale netwerken online sturen. Onderzoek is van belang omdat er door de unieke mogelijkheden van online sociale netwerkanalyses nieuwe mogelijkheden voor sociale identiteitsontwikkeling lijken te ontstaan. De adolescentie is een cruciale periode voor identiteitsontwikkeling.

Methode: Het type onderzoek dat werd gehanteerd is beschrijvend onderzoek aan de hand van casestudies. Tien semigestructureerde interviews en observaties zijn gebruikt voor een thematische data-analyse.

Resultaten: De respondenten versterken hun positie in de sociale groep door activiteiten waarin ze laten zien dat ze deelnemen aan een sociale groep. Dit zijn een hogere interactiefrequentie, actief in plaats van passief kennisnemen of aan sluiten bij een groepshyves die gebaseerd is op kenmerken van de sociale groep. Ze versterken de positie eveneens door de groep hoofdzakelijk te profileren door middel van het plaatsen van foto's van groepsleden, hobby's of idolen. De groepsactiviteiten zijn gerelateerd aan een hogere interactiefrequentie, het hebben van een groepspagina of een gezamenlijke groepsactiviteit op de kalender. De criteria voor inclusie zijn gerelateerd aan bekendheid, mensen met specifieke hobby hanteren specifiekere criteria.

Conclusie: Het internet biedt mogelijkheid om de sociale identiteit te versterken, maar waarschijnlijk ook om alternatieve identiteiten op te bouwen. Bij het toelaten in het online netwerk lijkt er sprake van een inclusie norm (iedereen insluiten). Hierna gaan allerlei andere positieve en negatieve identiteitspraktijken een rol gaan spelen die bepalen of het netwerk alleen onderhouden wordt of ook uitgebreid kan worden. Er lijkt sprake van een 'like-cultuur', negatieve feedback vindt indirect plaats, door te negeren en geen contact te maken. Verder onderzoek naar jongens, oudere tieners en de invloed van de reacties op de identiteitspraktijken is gewenst.

Trefwoorden: sociale netwerksites, online sociale netwerken, identiteitspraktijken, in- en exclusie, sociale identiteitsvorming.

Inleiding

Nieuwe mogelijkheden voor identiteitsontwikkeling?

Vroeger ging men hoofdzakelijk online om te zoeken naar de anonimiteit die het internet bood (McKenna & Bargh, 2000). Nu wordt internet vaker gebruikt om te socialiseren en de vriendenkring uit te breiden (Correa, Hinsley, & Gil de Zúniga, 2010). Twee van de primaire instrumenten die dit mogelijk maken zijn sociale netwerksites, zoals Facebook, Hyves, Myspace, en communicatie platformen, zoals MicroSoft Network (MSN) Messenger (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007; Raacke & Bonds-Raacke, 2008).

Sociale netwerksites bieden de mogelijkheid nieuwe contacten aan te gaan of te onderhouden (Ellison et al., 2007). Boyd en Ellison (2008) definiëren sociale netwerksites als webgebaseerde diensten die individuen toestaan om een publiek of een semipubliek profiel binnen een begrensde systeem te construeren, een lijst van connecties samen te stellen en deze contacten (en contacten die gemaakt zijn door anderen binnen het systeem) te bekijken. De zichtbare weergave van de vriendenlijst is een cruciaal onderdeel van sociale netwerksites (Boyd & Ellison, 2008). De vriendenlijst bevat een link naar het profiel van iedere vriend, waardoor gebruikers de mogelijkheid hebben om het netwerk van vrienden te bekijken en daaruit te putten. Sociale Netwerksites zijn gericht op het profiel, de online presentatie van het individu. Profielen zijn unieke pagina's waar men zichzelf kan presenteren (Ellison et al., 2007; Raacke & Bonds-Raacke, 2008). Het profiel is gemaakt met de uitdrukkelijke bedoeling dat het gezien wordt door anderen, wat leidt tot het leggen van contacten (Tufekci, 2008). Hiernaast beschikken sociale netwerksites over een brede variatie aan technische kenmerken. Op Facebook hebben "vrienden" de mogelijkheid reacties op profielen en pagina's te plaatsen. Facebook-leden kunnen ook deelnemen aan virtuele groepen op basis van gemeenschappelijke belangen en door middel van profielen zien wat ze gemeen hebben qua hobby's, interesses, muziekmaak en relatiestatus (Ellison et al., 2007).

Kortom, de unieke mogelijkheden van sociale netwerkanwendungen bieden diverse nieuwe mogelijkheden om te communiceren en te socialiseren. De vraag is of sociale netwerkanwendungen ook nieuwe mogelijkheden bieden voor identiteitsontwikkeling.

JenQuin (2010) en De Mul (2002) suggereren dat informatie en communicatietechnologie een cruciale rol speelt in het proces van transtransformatie van de identiteit. Buckingham (2008) geeft het belang aan om bij het bestuderen van identiteit veel aandacht te besteden aan de verschillende manieren van hoe media en technologie in het dagelijks leven worden gebruikt. Daarnaast blijkt uit onderzoek van Lehdonvirta en Räsänen

(2010) dat de context van online sociale netwerken in verband met identiteit en identiteitsontwikkeling in acht genomen dient te worden. Jongeren identificeren zich even sterk met online netwerken als met familie en sterker dan met traditionele bronnen zoals buurt of offline hobbygroepen. Als mogelijke verklaring dragen zij aan dat online communities vrij gekozen worden, waardoor vriendschappen bijvoorbeeld op basis van gedeelde interesses in plaats van demografische factoren gekozen worden. Daarnaast noemen zij de sociale vergelijking, die door online communities mogelijk wordt. In online communities wordt de jongere blootgesteld aan een grotere diversiteit (Lehdonvirta & Räsänen, 2010). Ook Melucci (1995) veronderstelt dat het verschil tussen identiteitsontwikkeling in traditionele offline sociale netwerken en hedendaagse identiteitsontwikkeling via online sociale netwerken enorm is. De familie vervulde vroeger een deel van de zoektocht naar identiteit. Een kind werd door zijn ouders verteld wie hij was en wat van hem verwacht werd. In de hedendaagse samenleving worden identiteiten gevormd aan de hand van sociale parameters. Deze worden niet voorgeschreven, maar moeten worden bereikt (Melucci, 1995).

Bovendien stelt Giddens (1991) dat identiteit van veranderende aard is in wat hij noemt de "late-moderne" samenleving. Veel van de overtuigingen en gebruikelijke praktijken die vroeger identiteiten in traditionele samenlevingen definieerden (zoals die van de georganiseerde religie) zijn volgens Giddens (1991) nu minder invloedrijk. In deze "posttraditionele" maatschappij, moeten mensen een hele reeks keuzes maken, niet alleen over aspecten zoals uiterlijk en lifestyle, maar meer in het algemeen over levensbestemmingen en relaties. Met wie men door omstandigheden moet omgaan of met wie men kiest om te gaan is grotendeels bepalend voor de identiteiten die men kan aannemen en ontwikkelen. Hulp en begeleiding bij dit soort keuzes wordt geboden door deskundigen en populaire media (bijvoorbeeld in de vorm van lifestyle nieuws, makeover shows en zelfhulpboeken). Hoewel uiteindelijk individuen verplicht zijn deze keuzes zelf te maken. Moderne individuen moeten voortdurend "zelfreflexief" zijn; het nemen van beslissingen over wat ze moeten doen en wie ze zouden moeten zijn. Uit onderzoek blijkt dat nieuwe media zelfs bijdraagt aan identiteitsvorming door reflexiteit te faciliteren. Er zijn mechanismen voor respons en reactie aanwezig en bovendien dwingt media individuen om naar zichzelf te kijken (Weber & Mitchell, 2008).

Uit bovenstaande literatuur blijkt dat online sociale netwerken en de unieke mogelijkheden van online sociale netwerkkapplicaties mee moeten worden genomen in onderzoek naar identiteit, mede doordat identiteit en identiteitsontwikkeling van veranderende aard zijn. Dit onderzoek richt zich op positieve en negatieve identiteitspraktijken in online

sociale netwerken en hiermee de sociale identiteitsontwikkeling. Door unieke mogelijkheden lijken nieuwe patronen van inclusie (positieve identiteitspraktijk) en exclusie (negatieve identiteitspraktijk) te ontstaan, die van belang kunnen zijn voor het samenstellen, onderhouden en uitbreiden van online sociale netwerken. In onderstaande paragrafen wordt het doel en het theoretische kader van dit onderzoek nader gespecificeerd.

Nieuwe mogelijkheden voor identiteitsontwikkeling in online sociale netwerken

In deze paragraaf wordt een kleine literatuurstudie gedaan aan de hand van de vraag: Zijn er nieuwe mogelijkheden voor identiteitsontwikkeling door de unieke mogelijkheden van online sociale netwerkapplicaties?

Zoals aangegeven bieden sociale netwerksites een aantal nieuwe mogelijkheden voor het aangaan en onderhouden van contacten, aangezien sociale netwerksites zowel voor het vormen van nieuwe contacten als de handhaving van bestaande sociale contacten zijn (Ellison et al., 2007). Vroegere onderzoeken naar online communicatie veronderstellen dat individuen die gebruik maken van sociale netwerksites met name contact maken met anderen buiten hun bestaande sociale groep of locatie, zodat ze nieuwe gemeenschappen kunnen vormen rond gemeenschappelijke interesses, in tegenstelling tot gedeelde geografie (Wellman et al., 1996). Lehdonvirta en Räsänen (2010) veronderstellen dat een online sociaal netwerk opgesteld kan worden vanuit een vrije keuze, waardoor indien gewenst alleen mensen met gedeelde interesses worden toegelaten. Wanneer deze veronderstelling gekoppeld wordt aan de bevindingen van Subrahmanyam, Reich, Waechter, en Espinoza (2008) en Boyd (2007) blijkt de keuze voor het online sociaal netwerk niet zo vrij te zijn als aanvankelijk gedacht werd. Doordat veel participanten uit het online sociaal netwerk ook tot het offline sociaal netwerk behoren, durven jongeren niet zomaar vriendschapsverzoeken te weigeren. Door deze sociale druk verschillen online netwerken wellicht toch niet zoveel van offline netwerken als tot op heden gedacht wordt. Lampe, Ellison en Steinfeld (2006) concludeerden bijvoorbeeld dat Facebook gebruikers meer "zoeken" naar mensen met wie zij een offline connectie delen in plaats van naar vreemden. Concluderen kan gesteld worden dat er discussie bestaat over het kunnen toepassen van nieuwe in- en exclusie mogelijkheden voor het samenstellen van het online sociaal netwerk.

Doordat het online sociale netwerk vaak het verlengde is van het offline sociale netwerk versterken gebruikers volgens JenQuin (2010) hun bestaande identiteit in plaats van een volledig nieuwe te bouwen. Mensen worden gedwongen meer waarheidsgetrouw te worden bij de identiteit die zij construeren en online presenteren (JenQuin, 2010). Het internet

is vandaag de dag meer identiteitbindend dan in de jaren 90 waar de mogelijkheid tot identiteitsreconstructie werd gevierd (Tufekci, 2008). Het internet biedt mogelijkheden om de sociale identiteit te versterken. Sociale netwerksites trekken homogene populaties aan en het is dus niet ongewoon om groepen te vinden die gebruik maken van sites om zich te onderscheiden op basis van nationaliteit, leeftijd, opleidingsniveau, of andere gemeenschappelijke factoren (Boyd & Ellison, 2008). Uit onderzoek blijkt ook dat veel van de aspecten die jongeren op een sociale netwerksite “posten” verklaringen vormen voor verbondenheid tot of identificatie met een sociale groep zoals een ‘peer group’, familie, een etnische of een taalkundig groep of van een stroming van populaire cultuur (Weber & Mitchell, 2008). Een voorbeeld ter illustratie wordt gegeven in het onderzoek van Weber en Mitchell (2008). Zij hebben de sociale netwerksite (MySpace) en het online sociale netwerk van een meisje (13 jaar) onderzocht. Zij vonden een interessante gemeenschappelijkheid op de diverse sites van mensen met een Italiaanse achtergrond in het online sociale netwerk van het meisje. Deze mensen hebben op hun site een bewuste knipoog naar hun erfgoed opgenomen door het ter beschikkingstellen van één of meer van de "Hottie Gottis" uit een geannuleerde tv serie. Voor leden in het sociale netwerk van Italiaanse afkomst lijkt het verspreiden van deze beelden een “dit is wat je moet doen om je staande te houden in de gemeenschap”. Net zoals de kruisen aan een ketting, die een aantal van hen dragen, een symbool zijn dat is toegekend en niet noodzakelijkerwijs betekent dat er sprake is van een diepe religieuze overtuiging maar simpel een verkondiging van, "Ik ben een lid van een bepaalde sociale groep". Uit het onderzoek van Mitchell en Weber (2008) naar identiteitspraktijken blijkt dat de expressie en constructie van (sociale) identiteit online voornamelijk leunt op het visuele aspect. Dit blijkt ook uit de studie van Zhao, Grasmuck en Martin (2008). Zij stellen dat personen in omgevingen zoals Facebook, waar mensen verbonden zijn met hun offline identiteit, liever hun (sociale) identiteit laten zien door het delen van informatie zoals foto's en interesses, dan hierover te vertellen. Ook de selectie van een avatar (persoonlijk plaatje) drukt persoonlijkheid of sociale houding uit, wat helpt anderen inzicht te krijgen in de sociale of de persoonlijke identiteit (Ma & Agerwal, 2007).

Uit bovenstaande literatuur blijkt dat internet mogelijkheden biedt om bestaande identiteit te versterken, omdat het online netwerk vaak het verlengde is van het offline netwerk (JenQuin, 2010; Tufekci, 2008). Deze opvattingen kunnen gekoppeld worden aan Bucholtz (1999). Zij gaat ervan uit dat identiteitspraktijken de positie in de sociale groep versterken. Dit onderzoek kijkt of er naast mogelijkheden om de identiteit te versterken ook mogelijkheden zijn tot opbouw van nieuwe identiteiten door middel van identiteitspraktijken.

Positieve en negatieve identiteitspraktijken

Identiteitspraktijken betreffen activiteiten die posities en relaties in sociale groepen versterken (Bucholtz, 1999). Een sociale groep is een verzameling van mensen aangewezen door een label (of labels), die gegeven is aan, of gebruikt door, een groep mensen. Een sociale groep onderscheidt zich door impliciete of expliciete regels betreffende het lidmaatschap, kenmerkende attributen of verwacht gedrag (Fearon, 1999).

Identiteitspraktijken kunnen positief of negatief zijn. Negatieve identiteitspraktijken zijn activiteiten waarmee individuen zich distantiëren (of zichzelf uitsluiten) van een identiteit (waar zij afwijzend tegenover staan of waar hun gedrag niet bij aansluit), terwijl positieve identiteitspraktijken activiteiten zijn waarin individuen actief deelnemen binnen een sociale groep met gedeelde regels, rollen en karakteristieken en waarin aspecten van de sociale identiteit van die groep benadrukt worden. Identiteitspraktijken met betrekking tot sociale netwerken zijn in extreme zin exclusie van personen of groepen van het sociale netwerk (negatieve identiteitspraktijken), waardoor wordt benadrukt wat een individu niet is, en inclusie van personen of groepen in het sociale netwerk (positieve identiteitspraktijk), waardoor wordt benadrukt wat een individu wel is (Bucholtz, 1999).

Het doel van dit onderzoek is om inzicht te verkrijgen in de positieve en negatieve identiteitspraktijken van meisjes tussen de 13 en 16 jaar in online sociale netwerksites en hiermee de sociale identiteitsvorming.

Zoals gezegd lijkt het in het kader van onderzoek naar identiteitsvorming noodzakelijk om de patronen van inclusie (positieve identiteitspraktijken) en exclusie (negatieve identiteitspraktijken) te beschrijven omdat er door de unieke mogelijkheden van sociale netwerkanalyses nieuwe patronen lijken te ontstaan. Een aanzienlijk aantal studies suggereren dat technologieën en sociale systemen samen evolueren, en dat technologieën kunnen leiden tot verschillende uitkomsten met betrekking tot gedrag van leden van de sociale groep en de groepsactiviteiten (identiteitspraktijken) (Ma & Agarwal, 2007).

Identiteit en identiteitspraktijken bij adolescenten

Onderzoek naar sociale identiteit in combinatie met de unieke mogelijkheden van sociale netwerksites is van belang bij adolescenten. In de prepuberale periode en adolescentie gaan leeftijdsgenoten, vrienden en het behoren tot een sociale groep een steeds belangrijkere rol spelen in het leven van jongeren (Akkerman, Blokland, Hagens, & Klaverlaan, 2006; Steinberg & Sheffield Morris, 2001). Een jongere wil voldoen aan groepsnormen om in de groep geaccepteerd te worden. Tegelijk wil het zich aantrekkelijk maken voor de groep door

zich te profileren en zelf activiteiten te ondernemen. Deze activiteiten vormen de (pogingen tot een) weergave van de eigen sociale identiteit (Delfos, 2003). De adolescentie vaak gezien als een sleutelperiode in de identiteitsontwikkeling, een periode van identiteitscrisis, waarin fundamentele dilemma's opgelost moeten worden (Erikson, 1963).

Hiernaast zijn adolescenten zware gebruikers van de nieuwe elektronische communicatievormen (Subrahmanyam & Greenfield, 2008). De waarde en het gebruik zijn volledig geïntegreerd in hun dagelijkse levensstijl (Gross, 2004). Uit onderzoek blijkt dat circa 91% van de Nederlandse jongeren actief zijn op sociale netwerksites. Alleen Poolse jongeren zijn in de Europese Unie met 94% actiever (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2011). Uit een survey van De Haan, Leander, Ponzanesi, Leurs en Unlusoy (2009) onder 1300 middelbare scholieren afkomstig van scholen in Nederland blijkt eveneens dat jongeren actief zijn op sociale netwerksites. Van de totale populatie blijken 1134 scholieren (83%) een online profiel te hebben op sociale netwerksites. De scholieren actualiseren en bekijken deze sites gemiddeld vier keer per week. Hieruit blijkt dat sociale netwerksites een steeds groter rol gaan spelen in de belevingswereld van jongeren en dat deze context in verband met identiteit in acht genomen dient te worden (Moreno, 2010; Subrahmanyam & Greenfield, 2008).

Verschillen in (online) identiteitspraktijken voor meisjes en jongens

Uit een survey onder 1318 scholieren in België (Walrave, Lenaerts, & De Moor, 2008) blijkt dat jongens en meisjes verschillende motieven hebben om online te zijn. Meisjes zouden vaker online zijn om sociale contacten te onderhouden, terwijl jongens vaker online zijn voor ontspanning. Dit blijkt ook uit eerder onderzoek van Lenhart en Madden (2007). Tieners, voornamelijk meisjes, gebruiken sociale netwerksites hoofdzakelijk om contact te houden met leeftijdsgenoten uit hun offline sociale netwerk. Hetzij om plannen te maken met vrienden die ze vaak zien of om contact te onderhouden met vrienden die ze zelden zien. Meisjes gebruiken sociale netwerksites om bestaande vriendschappen te versterken terwijl jongens de sites gebruiken om te flirten en nieuwe vrienden te maken (Lenhart & Madden, 2007).

Onderzoek gericht op genderverschillen suggereert dat meisjes en jongens verschillende verwachtingen ten opzichte van leeftijdsgenoten hebben (Lehdonvirta & Räsänen, 2010). Vrouwen en mannen verschillen sterk in wijze van sociale interactie (Delfos, 2007). Hiernaast stelt Gillians (1982) dat sociale relaties belangrijker zijn voor identiteitsvorming van vrouwen dan voor mannen. Uit bovenstaande literatuur blijkt dat

zowel online activiteiten als sociale relaties van meisjes en jongens verschillen. Om deze reden is gekozen om identiteitspraktijken van meisjes apart te onderzoeken.

“Een breder en geïntegreerd perspectief” op sociale identiteitsontwikkeling

Een goed gevormde identiteit bestaat uit een sociale en persoonlijke identiteit (Erikson, 1963). Sociale identiteit verwijst naar de mate van erkenning van iemands eigenheid vanuit de sociale omgeving, en naar de kenmerken (zoals waarden, idealen en gedragingen) die het individu overneemt van de sociale groepen waarin men zich bevindt (Soenens & Luyckx, 2003). Persoonlijke identiteit is een aantal onderscheidende kenmerken waar een persoon bijzonder trots op is en die min of meer onveranderlijk zijn (Fearon, 1999). Sociale identiteit gedefinieerd vanuit een sociale categorie heeft invloed op vorming van persoonlijke identiteit (Fearon, 1999). Er is een wederkerige relatie tussen identificatie met de groep en individuele identiteit. Voornamelijk in vroege adolescentie zoeken jonge mensen aansluiting, ondersteuning, relaties en het begrip van groepen en gemeenschappen, die hen allemaal helpen bij het nemen van de risico's die uiteindelijk aanleiding geven tot een gevoel van persoonlijke betekenis (Newman & Newman, 2001).

In dit onderzoek wordt getracht inzicht te verschaffen in positieve en negatieve identiteitspraktijken in en hiermee sociale identiteitsvorming. Baumeister en Leary (1995) beweren dat de noodzaak om te behoren tot een sociale groep een vertrekpunt kan bieden voor het begrijpen en het integreren van bestaande literatuur met betrekking tot menselijk gedrag. Het concept 'identiteit' en de theorie rond ontwikkeling hiervan kan gedrag en activiteiten, bewust of onbewust, verklaren. Identiteit behelst de ervaren noodzaak om te behoren tot bepaalde sociale groepen. Daarnaast behelst het aannemen van een identiteit het gevoel van effectiviteit, dat ontstaat wanneer je deel bent van een bepaalde groep. Identiteit verklaart het vermijden van activiteiten met groepen waarvan je geen deel uitmaakt (tenzij jij je natuurlijk wel met die groep kan identificeren, zonder dat jij direct deel uitmaakt van die groep). Verder gaat identiteit samen met het (in)zien van consequenties die gelden wanneer jij je niet gedraagt volgens de 'norm' van de sociale groep (Bucholtz, 1999).

De uitbreiding van de 'community of practice' theorie, die identiteiten verklaart als een resultaat van positieve en negatieve identiteitspraktijken, in plaats van als vaststaande sociale categorieën, biedt de mogelijkheid om naar het concept identiteit te kijken vanuit een breder perspectief. Verschillende onderzoekers stellen dat het noodzakelijk is om identiteit vanuit breder en geïntegreerd perspectief te bekijken. Jenkins (2004, zoals geciteerd in Buckinham, 2008) stelt dat sociale identiteit niet gezien moet worden als een vaste positie, maar als een

sociaal proces, waarin het individu en het sociale onlosmakelijk met elkaar verbonden zijn. Ook Giddens (1991) en Côté (1996) zien identiteit als vloeistof en vervormbaarheid, in plaats van opgelost.

Uit onderzoek van Bucholtz (1999), die sociale identiteit heeft bekeken vanuit de praktijkgerichte benadering (identiteitspraktijken), blijkt dat personen gelijktijdig deelnemen aan meerdere identiteitspraktijken en in staat zijn om te wisselen van de ene identiteit naar de ander. Dit geldt ook online, uit onderzoek van Ma en Agarwal (2007) blijkt dat individuen meerdere identiteiten in dezelfde online gemeenschap aannemen. Eveneens blijkt uit onderzoek van Bucholtz (1999) dat identiteitspraktijken een keuze zijn en geen uitkomst van een vaststaande structuur. Sommige activiteiten reproduceren de bestaande sociale structuur van de groep, terwijl andere dit ondermijnen. Om terug te komen op Giddens (1991) die suggereert, dat moderne individuen voortdurend “zelfreflexief” moeten zijn; het nemen van beslissingen over wat ze moeten doen en wie ze zouden moeten zijn. Dit sluit aan bij Bucholtz (1999). Kanttekening bij de theorie van Giddens (1991) is dat er geen bewijs gevonden is voor het feit dat de processen die hij beschrijft onderscheidend zijn voor het “late moderne” tijdperk, en belangrijker nog, dat ze eigenlijk van toepassing zijn op de meerderheid van de samenleving (Buckingham, 2008).

Uit het onderzoek van Bucholtz (1999) en bovenstaande literatuur blijkt dat het noodzakelijk is om de sociale identiteit en identiteitsvorming vanuit een breder en geïntegreerd perspectief te bekijken, in plaats vanuit vaststaande sociale categorieën. De praktijkgerichte benadering, het bloot leggen van positieve en negatieve identiteitspraktijken maakt dit mogelijk.

Onderzoeksvragen

Om inzicht te krijgen in de positieve en negatieve identiteitspraktijken in online sociale netwerken wordt een beschrijvende hoofdvraag gehanteerd: *Wat zijn positieve en negatieve identiteitspraktijken in online sociale netwerken van meisjes tussen de 13 en 16 jaar?* Omdat er nog zo weinig bekend is over deze praktijken is gekozen voor een beschrijvend onderzoek waardoor patronen van inclusie en exclusie beschreven kunnen worden, die als uitgangspunt kunnen dienen voor verdergaand onderzoek.

Om deze hoofdvraag te beantwoorden worden twee deelvragen onderscheiden. De eerste deelvraag is: *Hoe worden positieve en negatieve identiteitspraktijken ingezet om (online) posities en relaties in sociale groepen te versterken?* Deze deelvraag is opgesteld om praktijken waarin de respondenten laten zien dat ze deel uit maken van een groep, de groep profileren en

de online groepsactiviteiten, waaronder groepsafbakening, bloot te leggen. Profilering valt in dit onderzoek onder een positieve identiteitspraktijk in de vorm van individuele expressie.

De tweede deelvraag die wordt onderscheiden is: *Wat zijn in- en exclusie praktijken en sociale conventies die het onderhouden en uitbreiden van sociale netwerken online sturen?*

Deze deelvraag is opgesteld om onderliggende in- (positieve identiteitspraktijk) en exclusie (negatieve identiteitspraktijk) criteria bloot te leggen die het uitbreiden en onderhouden van online sociale netwerken sturen. Hierbij wordt eveneens gekeken of er nieuwe online contacten worden gelegd en welke criteria hierbij een rol spelen.

In de literatuur worden voor positieve en negatieve identiteitspraktijken ook andere termen gebruikt 'betrokkenheid versus terugtrekking' en 'aansluiting versus vervreemding' van sociale groepen, omdat niet altijd direct duidelijk is wat nu positief en wat nu negatief te labelen is.

Methode

Type onderzoek

Het type onderzoek wat gehanteerd werd, is kwantitatief en kwalitatief beschrijvend onderzoek. Beschrijvend onderzoek brengt gegevens in kaart zonder er consequenties aan te verbinden, het is puur beschrijvend en in eerste instantie niet verklarend van aard (Baarda, 2009). Het beschrijvend onderzoek waarvoor gekozen werd neemt de vorm van een casestudie aan. Er is sprake van een casestudie als één of enkele cases intensief worden bestudeerd. Met behulp van gegevensbronnen gedurende een zekere periode wordt met medeneming van de context een case aan de hand van variabelen geanalyseerd. Bij een casestudie gaat het niet om de case als zodanig, maar om de case als 'drager' van een bepaald verschijnsel of probleem. Een casestudie wordt gebruikt om inzicht te krijgen in complexiteit van relaties tussen betrokkenen en aspecten (Baarda, 2009). Een casestudie werd gebruikt omdat door middel van een casestudie inzicht verkregen kan worden in de complexiteit van relaties tussen betrokkenen en aspecten (Baarda, 2009). Bovendien worden casestudies gebruikt om een initiële beschrijving te geven van een complex verschijnsel (zoals de vorming van online relaties) waardoor aanwijzingen worden gevonden voor vervolgonderzoek. In deze studie werd getracht inzicht te verschaffen in de relatie tussen positieve en negatieve identiteitspraktijken van meisjes tussen de 13 en 16 jaar in online sociale netwerken en de mogelijkheden voor sociale identiteitsvorming.

Participanten

Nederlandse jongens en meisjes hebben in een initieel survey onderzoek (De Haan et al., 2009) naar online praktijken deelgenomen. De data uit dit onderzoek werd gebruikt om een context te geven met betrekking tot online identiteitspraktijken van jongeren in dezelfde leeftijdsgroep als de casestudie steekproef.

Aan de casestudie hebben 10 meisjes uit het Nederlands reguliere voortgezet onderwijs in een leeftijd tussen 13 en 16 jaar deelgenomen. De selectie van participanten is tot stand gekomen door een niet-gerichte selecte steekproef. De participanten werden rechtstreeks en willekeurig benaderd. Er was hierbij sprake van een steekproef op niet-toevalsbasis ('T Hart, Van Dijk, De Goede, Jansen, & Teunissen, 1996). De onderzoekers hebben vanuit eigen netwerk participanten benaderd om te participeren in het onderzoek. Bij aanvankelijke selectie van participanten bleek het netwerk niet toereikend genoeg en werd van een sneeuwbal steekproef gebruik gemaakt. Aan de participanten werd gevraagd of ze mensen in hun netwerk kenden die zouden willen bijdragen aan het onderzoek. Deze connecties zijn benaderd om te participeren in het onderzoek.

Na benadering zijn participanten op basis van het hebben van ten minste één profielpagina op Hyves, Facebook of Twitter en het gemiddeld vier keer per week bekijken of updaten van deze pagina geselecteerd. Het criteria van vier keer per week bekijken of updaten werd gehanteerd, omdat dit het gemiddelde onder Nederlandse middelbare scholieren is (De Haan et al., 2009). Om een case te bestuderen als drager van een verschijnsel, moet er ten minste aan dit criteria worden voldaan.

Om binnen de populatie een breed beeld te krijgen, werden 10 meisjes afkomstig van verschillende schoolniveaus binnen de genoemde leeftijdscategorie geselecteerd. Ook werd woonplaats meegenomen om zowel scholieren uit kleine dorpen als grote steden op te nemen in de steekproef. De participanten waren allen van Nederlandse afkomst. Er werd gestreefd naar een zo goed mogelijke inhoudelijke generaliseerbaarheid. Dit betekent dat het met name gaat om de vergelijkbaarheid van hoofdlijnen van de onderzoekssituatie met mogelijke of beoogde situaties die niet onderzocht zijn ('T Hart et al., 1996).

Onderzoeksmethoden

Een gestructureerd interview en participerende observatie werden als onderzoeksmethoden gehanteerd. Daarnaast werd de survey van De Haan en collega's (2009) gebruikt voor beschrijvende statistiek naar online activiteiten om de context van de identiteitspraktijken weer te geven.

De eerste methode was een gestructureerd interview. Het gestructureerde interview is het eerste deel van het sociale netwerk interview van De Haan, Leander, Prinsen en Unlusoy (2010). Het eerste deel van het sociale netwerk interview werd gebruikt om het (online) sociale netwerk van de jongere in kaart te brengen. De participanten werd (zo mogelijk) gevraagd minimaal twintig mensen op te noemen die belangrijk zijn in hun leven met betrekking tot hun identiteit en informele leerrelaties. Daarnaast werd gevraagd of deze mensen elkaar kenden zodat er clusters (groepen van mensen met wederzijds contact) zichtbaar konden worden gemaakt.

De tweede methode was een participerende observatie. Een participerende observatie is een methode waarbij de onderzoeker deelneemt aan dagelijkse activiteiten, rituelen, interacties of evenementen van een groep of bepaalde mensen, met het doel de expliciete en impliciete aspecten van hun dagelijks leven en cultuur te leren (Dewalt & Dewalt, 2002). Een participerende observatie is een omvattende dataverzamelmethode. Het omvat zowel observeren, interviewen, als het verzamelen van documenten (Baarda, De Goede, & Teunissen, 2001). In deze studie werd een semigestructureerd interview en observatie gehanteerd als onderdeel van de participerende observatie.

Het semigestructureerde interview is in eerste instantie gebaseerd op deel twee van het sociale netwerk interview van De Haan en collega's (2010). Ten eerste betrof het vragen over de clusters die zichtbaar werden nadat het netwerk van belangrijke mensen gegenereerd was. De sociale groepen werden door de participanten aan de hand van gemeenschappelijke karakteristieken of rollen beschreven (Fearon, 1999). Ten tweede betrof het interview vragen over positieve en negatieve identiteitspraktijken, zoals de in- en exclusie criteria met betrekking tot het online sociale netwerk, online activiteiten van de sociale groepen, online activiteiten ter deelname aan- en profilering van de sociale groep. De observatie is eveneens gebaseerd op positieve en negatieve identiteitspraktijken in de online sociale netwerken. Hiervoor werden de proefpersonen gevraagd op hun meest gebruikte sociale netwerksite in te loggen.

Er werd met de participerende observatie gestopt wanneer er geen nieuwe gezichtspunten meer naar voren kwamen. In de 'grounded theory' benadering heet dit de strategie van 'saturation' (verzadiging) (Stokking, 1998). Het semigestructureerd interview bood de mogelijkheid om langdurig door te vragen totdat het gezichtspunt van de betrokkenen duidelijk werd en er een goede weergave van datgene wat zich in de praktijk werkelijk afspeelt werd gegeven. Dit biedt een sterke garantie voor de interne validiteit van het onderzoek (Baarda et al., 2001). De anonimiteit in dit onderzoek is gewaarborgd zodat de

participanten niet bang hoefden te zijn om op hun antwoorden aangesproken te worden en zij zo betrouwbare antwoorden zouden geven.

Procedure

De casestudies werden door twee onderzoekers individueel uitgevoerd, gebruikmakend van dezelfde methode. Per onderzoeker werden 5 casestudies uitgevoerd. Er is een pilot afgenomen om de interviewtechnieken op elkaar af te stemmen.

In het eerste deel van het sociale netwerk interview werden het (online) sociale netwerk en de kenmerken van de personen in het netwerk in kaart gebracht met behulp van het computerprogramma VennMaker. In NodeXL werd het sociale netwerk visueel gemaakt en konden cluster van elkaar onderscheiden worden.

De semigestructureerde interviews werden opgenomen op een voicerecorder zodat ten eerste tijdens het interview niet of nauwelijks geschreven hoefde te worden zodat de focus volledig op het gesprek en de observatie lag. Ten tweede gaat door het opnemen van het interview geen informatie verloren en is het controleerbaar, wat de betrouwbaarheid ten goede komt (Boeije, 2006). Het interview werd volledig uitgeschreven, waarna de data-analyse kon plaatsvinden. Deze data-analyse werd door twee onderzoekers uitgevoerd waardoor er onderzoekstriangulatie plaatsvond, dit komt wederom de betrouwbaarheid ten goede (Baarda et al., 2001). De interbeoordelaarsbetrouwbaarheid werd bevorderd doordat met meerdere onderzoekers werd gestreefd naar overeenstemming over de praktijksituatie. Interbeoordelaarsbetrouwbaarheid is de mate van overeenstemming tussen beoordelaars (Baarda et al., 2001). Alle proefpersonen kregen na afloop van het onderzoek een presentje als dank voor deelname.

Bij de data-analyse werd conform de thematische analysemethode interviewfragmenten en observatienota's aan een thema toegewezen. Een thematische analyse is een vorm van kwalitatief onderzoek, waarbij interview en/of observatiedata volgens een bepaalde systematiek geanalyseerd worden. De thema's werden inductief, uit het verzamelde materiaal, gevormd. In de eerste analyse cyclus zijn relevante thema's geïsoleerd en beschreven. In de volgende analysecyclus zijn tekstfragmenten aan een thema toegewezen ('T Hart et al., 1996).

Resultaten

Beschrijvende resultaten van de survey steekproef

Deze resultatensectie begint met het geven van een aantal beschrijvende statistieken met betrekking tot online sociale netwerk (identiteit)praktijken uit de Survey (n= 448) van De Haan en collega's (2010). Deze resultaten worden beschreven om context te geven aan de in- en exclusie praktijken die in het volgende gedeelte van de resultatensectie besproken zullen worden.

Tabel 1 *Beschrijvende Statistieken van de Online Activiteiten van Meisjes (n=239) en Jongens (n=209)*

Hoe vaak doe je de dingen die hieronder zijn genoemd? (aantal dagen per week)	Gemiddelde		Standaardafwijking	
	Meisjes	Jongens	Meisjes	Jongens
Messenger (bijv. MSN, E-buddy)	4.81*	4.33	1.44	1.74
Bellen via het internet (bv. Skype)	2.83	2.83	0.73	0.92
Webcammen (bijv. Skype, MSN)	2.29*	1.63	1.74	1.15
Chatten in chatrooms/chatboxen	1.40	1.65*	1.04	1.33
Informatie zoeken (bijv. via Google)	3.82	3.93	1.36	1.46
E-mailen	3.08	3.21	1.65	1.73
Video's bekijken (bv. YouTube)	4.36	4.47	1.48	1.42
Profielpagina's bekijken en updaten (bijv. Hyves, Facebook, Myspace)	4.72*	3.60	1.58	1.84
Twitteren	1.26	1.19	0.93	0.74
Spelletjes die je online in je eentje speelt (bijv. Spele.nl)	1.80	2.59*	1.07	1.69
Online spelletjes die je met anderen speelt (bijv. World of Warcraft)	1.38	3.21*	1.09	2.11
Bezoeken en meedoen in forums	1.33	1.86*	0.93	1.48
Bezoeken en meedoen in weblogs	1.30	1.36	0.77	0.95

De online activiteiten die meisjes het vaakst ondernemen zijn MSN (gem. 4 á 5 dagen per week), het updaten en bekijken van profielpagina's (gem. 4 á 5 dagen per week) en het bekijken van video's (gem. 4 dagen per week). Meisjes zitten gemiddeld vaker op MSN dan jongens ($F(1, 446) = 10.07$, $P = 0.00$). Ook webcammen ($F(1, 446) = 22.10$, $P = 0.00$) en bekijken en updaten ze hun profielpagina ($F(1.446) = 46.72$, $P = 0.00$) gemiddeld vaker. Jongens chatten (in chatrooms) ($F(1.446) = 5.09$, $P = 0.03$), spelen online spelletjes alleen ($F(1.446) = 35.22$, $P = 0.00$), of met anderen ($F(1.446) = 136.82$, $P = 0.00$) en bezoeken en doen mee forums ($F(1.446) = 20.76$, $P = 0.00$) gemiddeld vaker dan meisjes.

Tabel 2 *Beschrijvende Statistieken Aantal Vrienden op Profielpagina (n=229) en Jongens (n=206)*

	Gemiddelde		Standaardafwijking	
	Meisjes	Jongens	Meisjes	Jongens
Hoeveel vrienden heb je ongeveer op je profielpagina?	350*	215	218.35	193.90
Met hoeveel vrienden op je profielpagina heb je vaak contact?	129*	100	161.94	144.35
Hoeveel vrienden heb je ongeveer in je MSN-lijst?	227	199	193.28	208.30
Met hoeveel vrienden in je MSN-lijst heb je vaak contact?	89	84	150.749	126.25

Meisjes geven aan gemiddeld 350 vrienden te hebben op hun meest gebruikte profielsite. Hiermee hebben zij gemiddeld meer vrienden op hun profielpagina dan jongens ($F(1, 433) = 45.90, P = 0.00$). De jongens rapporteren een gemiddelde van 215 vrienden. Daarnaast hebben de meiden met meer vrienden regelmatig contact dan de jongens ($F(1, 422) = 3.89, P = 0.049$).

Tabel 3 Beschrijvende Statistieken met betrekking tot het laten zien van groepen op de Profielpagina van Meisjes ($n=229$) en Jongens ($n=206$)

Welke van de onderstaande groepen zou je willen laten zien op je profielpagina?	Procenten	
	Meisjes	Jongens
Ik wil niet bij een groep horen/ik wil dit niet laten zien	43.1*	31.6
Activist (politiek, milieu, dier, geloof)	2.9	3.8
Alto	2.9	1.9
Dance	20.9*	10.5
Trendy/fashionista	13.8*	0.5
Gabber/Lonsdaler	1.7	2.9
Gothics	2.1	1.9
Hiphop	21.3	20.1
Kakker/bal	1.3	2.9
Gamer/computerliefhebber	2.9	23.0*
Emo	3.8	2.4
Metalhead/rocker/punker	3.3	8.1*
Moslim(a)	0.8	1.9
Reli	0.4	1.0
Riot Grrl (girl power)	5.0*	1.0
Skater/extreme sports	3.8	8.1*
Sporter	18.8	27.8*
Urban	11.7	15.8
Een andere groep	10.9	17.2

Meisjes antwoordden vaker niet bij een groep te willen horen of dit niet te willen laten zien ($F(1, 446) = 6.36, p = 0.01$). Binnen de groepen die wel geprofileerd worden door de jongeren, willen meiden vaker de groepen dance ($F(1, 446) = 9.07, p = 0.00$), fashionista ($F(1, 446) = 30.01, p = 0.00$) en riot grrl ($F(1, 446) = 6.14, p = 0.01$) laten zien, terwijl de jongens vaker de groepen gamer ($F(1, 446) = 45.62, p = 0.00$), metalhead/rocker/punker ($F(1, 446) = 4.88, p = 0.03$), skater ($F(1, 446) = 3.91, p = 0.05$) en sporter ($F(1, 446) = 5.05, p = 0.03$) op hun profiel zetten. Deze groepen zijn allen vrij algemeen. Daarnaast lijken de aangegeven groepen allen gekozen te zijn op basis van interesses. De meer specifieke groepen zoals activisten, gabber/lonsdaler, moslim(a) en reli worden minder vaak gerapporteerd door de jongeren.

Beschrijvende resultaten van de casestudie steekproef

In dit deel van de resultatensectie wordt een beschrijving gegeven van de positieve en negatieve identiteitspraktijken (in- en exclusie praktijken) in online sociale netwerken van meisjes tussen de 13 en 16 jaar. Deze resultaten worden toegelicht naar aanleiding van de relevante thema's. Ter illustratie zullen enkele citaten worden uitgelicht. De respondentnummers zijn tussen haakjes achter het citaat geplaatst, de thema's zijn cursief terug te vinden in de tekst. Ten eerste worden de demografische gegevens van de respondenten weergegeven (zie Tabel 4).

Tabel 4 *Beschrijvende Statistieken, Demografische gegevens Respondenten, Meisjes tussen de 13 en 16 jaar (n=10)*

	Variabelen	Min.	Max	Gemiddelde	Standaardafwijking
Leeftijd		13	16	14.70	0.42
Stad/dorp	0 = stad 1 = dorp			0.70	0.15
Leerjaar		1	5	3	0.52
Schooltype	1 = VMBO-T 2 = VMBO/Havo 3 = Havo 4 = Havo/Vwo 5 = Vwo 6 = Vwo-TT 7 = Gymnasium	1	7	4.20	0.61
Meest gebruikte netwerksite	1 = Hyves 2 = Facebook 3 = Twitter	1	3	1.30	0.21

Aantal vrienden		110	60	316	146
			7		
Gebruiksfrequentie favoriete netwerksite	1 = <1 dag p.w. 2 = 2-3 dagen p.w. 3 = 4-5 dagen p.w. 4 = 1x per dag 5 = >1x p. dag	3	5	4.10	0.28

De gemiddelde leeftijd van de respondenten is 14.7 jaar (Std.=0.42). De respondenten komen overwegend uit een dorp. Ze zitten allen op de middelbare school op verschillende schoolniveaus. Het gemiddelde is 3^{de} klas HAVO/VWO. De meeste gebruikte netwerksite is Hyves. Het gemiddelde aantal vrienden op de meeste gebruikte netwerksite is 316 (Std.=146). De gemiddelde gebruikersfrequentie is één keer per dag of meer.

I) Identiteitspraktijken om relaties en de positie in sociale groepen te versterken

De eerste deelvraag is gericht op het beschrijven van hoe positieve en negatieve identiteitspraktijken worden ingezet om (online) posities en relaties in sociale groepen te versterken. De deelvraag is ten eerste geoperationaliseerd naar activiteiten waarin de respondenten laten zien dat ze deel uitmaken van een groep: Welke (passieve/ actieve) activiteiten onderneem jij online om deel te nemen aan deze groep? Ten tweede naar zelfexpressie op profielpagina's: Welke activiteiten onderneem jij om je groep te profileren online? En ten derde naar online activiteiten van de groep: Welke activiteiten onderneemt (ondernemen) de groep (groepen) online?; Wat doet de groep online om zich te onderscheiden van andere groepen?; Wat moet je doen om deel te mogen/kunnen nemen aan deze activiteiten, een insider te worden? (criterium van in- en uitsluiting).

(Herkenbare) deelname activiteiten

In deze paragraaf wordt het algemene patroon met betrekking tot de activiteiten waarin de respondenten laten zien dat ze deel uitmaken van een groep beschreven: Welke (passieve/ actieve) activiteiten onderneem jij online om deel te nemen aan deze groep? De activiteiten zijn onder te verdelen in de thema's; *hogere interactiefrequentie, actief in plaats van passief kennisnemen, aansluiten bij een groepshyves en specifiekere activiteiten (bijv. deelname in rollenspel)*. De respondenten hebben vaker actief contact en nemen actief in plaats van passief kennis van dingen die worden toegevoegd door mensen uit de sociale groep. Wel lezen en kijken (passief) de respondenten bij anderen die niet tot hun sociale groep behoren. Enkele respondenten maken onderscheid tussen mensen binnen de sociale groep. Ze hebben een

hogere interactiefrequentie met bepaalde mensen uit de groep. Dit lijkt voornamelijk aan de orde bij respondenten die activiteiten met meerdere groepen ondernemen en minder wanneer er sprake is van één sociale groep. Één respondent maakt onderscheidt tussen de verschillende sociale groepen waartoe ze aangeeft te behoren, de offline frequentie van contact lijkt hierbij een rol te spelen.

Het eerste thema met betrekking de deelname activiteiten is een *hogere interactiefrequentie*: “Ik kijk wel vaker bij mijn vriendinnen en die krabbel ik vaker. Ook reageer ik vaak op hun foto’s” (r7), “Ik praat veel meer met goede vrienden “(r1), “Ik reageer wel op al mijn vriendinnen uit de Terwolde groep en ook wel vrienden trouwens, ik zeg dan gewoon leuke foto of ik doe een respect” (r10). Uit de voorgaande voorbeelden blijkt eveneens dat de respondenten *actief in plaats van passief kennisnemen*, bij mensen die tot hun sociale groep behoren. Respondent 2 geeft bijvoorbeeld aan dat ze bij goede vrienden actief kennis neemt en bij personen die niet tot de sociale groep behoren passief: “Ja, ik lees altijd alles en ik reageer op de dingen waarvan ik denk: daar moet ik op reageren. Ook bij mensen die je heel goed kent: Nee, dat niet”. Een uitzondering hierop is respondent 1, zij onderneemt zowel passieve als actieve activiteiten alleen bij goede vriendinnen: “Ik kijk ook alleen maar bij mijn echte vriendinnen”.

Zoals aangeven maken enkele respondenten onderscheid tussen mensen in hun sociale groep op de thema’s *hogere interactiefrequentie* en *actief in plaats van passief kennisnemen*: “Ik reageer trouwens wel vaker op mijn twee beste vriendinnen want dan reageer ik gewoon altijd” (r10), “Met mensen waarmee je eigenlijk vanaf het begin veel mee praat en afspreekt, daar praat je gewoon bijna dagelijks mee. Daar lees je de krabbels van, bekijk je de foto’s en reageer je erop zeg maar. En andere mensen lees je gewoon, en daar praat je af en toe eens mee, maar daar lees je verder alleen de Wie Wat Waar van en even foto’s kijken gewoon om te zien wat ze doen” (r5). Respondent 8 maakt onderscheidt tussen de sociale groepen: “Ja meestal mensen uit Terwolde zoek ik contact mee op Hyves, ook wel van mijn school uit Deventer hoor.. maar met Terwolde krabbel ik en praat ik het vaakst”. Bij één respondent lijkt de offline frequentie mee te spelen: “Ik denk toch wel dat ik meer contact heb met de mensen die ik ook buiten het internet spreek, omdat ik die ook op school zie en daar ook mee afspreekt” (r4).

Het derde thema is het *aansluiten bij een groepshyves*. Hiermee wordt bedoeld dat de respondenten zich aansluiten bij groepspagina’s op Hyves. Ten eerste omdat andere uit hun sociale groep dit ook hebben gedaan (r4, r3), of ten tweede op basis van

gemeenschappelijkheden van de sociale groep zoals woonplaats, school of dorp (r6, 7, 8, 9, 10).

Het vierde thema is *specifiekere activiteiten*. Respondent 3 onderneemt specifiekere activiteiten om deel te nemen aan de groep. “Ik doe een soort rollenspel, waarin ik een rol speel uit een tv-serie en anderen spelen dan ook een rol uit dezelfde tv-serie”. Op de online sociale netwerken, Facebook en Hyves, sluiten de activiteiten aan bij het centrale thema. Respondent 5 onderneemt eveneens *specifieker activiteiten*: “Ik was zeg maar achter die manier van (paard)rijden gekomen en als je dan bij iemand foto’s zit te kijken, dan zie je allemaal weer mensen die dat ook doen en die ga je dan toevoegen en ermee praten”.

Groepsprofilatie

In deze paragraaf wordt het algemene patroon met betrekking tot de activiteiten waarin de respondenten de sociale groep profileren beschreven: Welke activiteiten onderneem jij om je groep te profileren online? De activiteit die hoofdzakelijk naar voren komt is samen te vatten in het thema; *foto’s van groepsleden, hobby’s of idolen plaatsen*. Alle respondenten plaatsen foto’s van personen uit hun sociale groep(en). Ook plaatsen enkele respondenten naast foto’s van vrienden ook foto’s van hobby’s (r2, 3, 5, 9) of idolen (r3).

Eén respondent profileert haar groep eveneens door middel van een, *statusupdate waarin verwezen wordt naar de groep*: “Ik heb dit dan in mijn naam staan: ”My lovely girls and only now i know who my real friends are”, “Ook heb ik een filmpje friends 4 ever, waar ik allemaal foto’s achter elkaar heb gezet van ons” (r9). Respondent 9 heeft één hechte vriendinnen groep. Deze groep wil zich expliciet afbakenen en niemand toelaten. Ze presenteert deze groep duidelijker dan mensen die online activiteiten ondernemen met meerdere sociale groepen. Respondent 8 en 10 profileren bijvoorbeeld, net zoals bij de activiteiten ter deelname, bepaalde mensen uit de sociale groep nadrukkelijker: “Ja en ik heb ook wel is dat ik iets extra liefs naar Brenda of Kim ofzo stuur omdat dat toch wel echt hele goede vriendinnen van me zijn” (r10).

Groepsactiviteiten

In deze paragraaf wordt het algemene patroon met betrekking tot de groepsactiviteiten beschreven: Welke activiteiten onderneemt (ondernemen) de groep (groepen) online (op profielpagina’s)? De activiteiten zijn hoofdzakelijk onder te verdelen in de thema’s; *hogere interactiefrequentie, aangeven van een groepsactiviteit op de kalender en het hebben van een groepspagina*. Hiernaast wordt er door de groep waar één respondent zich in bevindt een

specifiekere activiteit ondernomen; het *uitwisselen van informatie* met betrekking tot de gemeenschappelijke interesse.

Het eerste thema is een *hogere interactiefrequentie*. Dit thema is gebaseerd op de groepsactiviteiten waar de respondenten aangeven vaker met elkaar te praten (krabbelen), berichtjes te sturen (krabbels of prikbord berichtjes) of op elkaars activiteiten te reageren: “Mensen van dansen ja, die reageren bijna overal op met de vind ik leuk knop” (r2), “Ja iedereen van onze vriendinnengroep doen wel veel respect naar elkaar” (r9).

Het tweede thema is, *aangeven van een groepsactiviteit op de kalender*: “Uh ja dat we naar Terpstra op vakantie gaan staat daar als activiteit” (r8, r10)., “Als groep doen we niet echt iets online, ja we hebben hier wel bij de agenda staan dat we in de zomer naar Renesse gaan en dat heeft iedereen!” (r7).

Het derde thema is, *groepspagina*. Dit thema is gebaseerd op het hebben van een gemeenschappelijke groepspagina. Respondent 9 heeft één hechte vriendinnengroep die de volgende groepsactiviteiten ondernemen: “We hebben een groepspagina voor onze vriendinnen en we hebben ook een gastenboek, hierop gaat het over alledaagse dingen, over wat we gaan doen en bij wie enzo!”. Respondent 2 heeft met haar dansschool een afgesloten pagina op Facebook, waarin foto's worden geplaatst en gesproken wordt over de wedstrijden. De sociale groep van respondent 6, omschreven als de “Rokers”, hebben een gezamenlijke blog: “We hebben een blog met allemaal foto's waar zeg maar deze mensen dan op staan, maar dan ook echt veel foto's dus dat is primair de activiteit”.

Respondent 5 onderneemt specifiekere activiteiten met de sociale groep waarin zij zich in bevindt gebaseerd op de gemeenschappelijke hobby (paardrijden), zoals *het uitwisselen van informatie*: “Nou ook gewoon om samen met zijn allen informatie uit te wisselen om elkaar verder te helpen. Dus het is niet gewoon om zomaar te praten, maar ook om elkaar verder te helpen om iets te bereiken zeg maar”. Hiernaast heeft de groep een groepspagina en voeren ze groeps gesprekken op MSN. In deze gesprekken distantiëren ze zich van personen die niet voldoen aan de criteria van de groep: “Ow dan voegen we ze toe en dan gaan we ze met zijn allen tegenwerken. Dan gaan we allemaal met onze mening op die persoon. Ja, zo werken we mensen weg”.

Onderscheidende activiteiten

In deze paragraaf wordt het algemene patroon met betrekking de onderscheidende activiteiten van de groep beschreven: Welke activiteiten onderneemt (ondernemen) de groep (groepen) online (op profielpagina's)? De thema's die naar voren komen zijn; *communicatie*

symbol-gebruik (emoticons), taalgebruik en interesses. Groepen die gebaseerd zijn op duidelijke gemeenschappelijke *interesses* onderscheiden zich specifiek.

Het eerste thema is, *communicatie symbol-gebruik (emoticons)*: “Ja we doen wel vaak hartjes naar elkaar” (r9). Het tweede thema is *taalgebruik*: “De meeste schelden erg veel met kanker, ja altijd zeg maar, ook wel in krabbels”(r6). Respondent 6 neemt echter niet deel aan deze activiteit: “Nee ik doe dat niet, maar dat komt door die andere groep, dat wordt niet geaccepteerd”. Het derde thema is, *interesses*. Proefpersonen met een gemeenschappelijke hobby onderscheiden zich specifiek, bijvoorbeeld door het plaatsen van foto's en filmpjes om elkaar te laten zien hoe het gaat (r5), of ze gebruiken de naam van hun idool als gebruikersnaam (r3).

(Inclusie) criteria om deel te kunnen nemen aan de online groepsactiviteiten

In deze paragraaf wordt het algemene patroon met betrekking tot het criterium van in- en uitsluiting om deel te kunnen nemen aan de groepsactiviteiten online beschreven: Wat moet je doen om deel te mogen/kunnen nemen aan deze activiteiten, een insider te worden? (criterium van in en uitsluiting?). De criteria zijn weer te geven aan de hand van de thema's; *bekendheid, (offline) deelname aan activiteiten en gedrag*. Er zijn ook groepen die specifiekere criteria hanteren, deze zijn weer te geven aan de hand van de thema's; *meningen, gespreksonderwerpen en uiterlijk*. Hiernaast is er een groep die aangeeft geen criteria te hanteren omdat ze niemand toe willen laten tot hun groep, ze ondernemen activiteiten om dit te bewerkstelligen (r9).

Het eerste thema is, *bekendheid*: “Je moet in ieder geval iemand uit de groep goed kennen want anders kom je er niet zo snel in” (r8,r4). Het tweede thema is, *(offline) deelname aan activiteiten*: “Heel vaak nemen wat anderen mensen mee en dan vind iedereen dat wel goed” (r10). Het derde thema is *gedrag*: “Haha nou gedrag denk ik meer, meer dat ze zich dan moeten aanpassen aan wat wij normaal doen en niet zo'n kamper ofzo of zo'n heel stil iemand dat ook niet” (r7), “Je moet wel spontaan zijn een beetje gezellig en niet te arrogant overkomen. Ja gewoon een beetje leuk mee kunnen doen” (r8,r10).

Er zijn ook groepen die specifieke groepsriteria hanteren op basis van een bepaalde *mening*: “Je moet eigenlijk dezelfde mening hebben over hoe je met een paard om moet gaan. We hebben geen dressuurkakkers ofzo ertussen zitten, want die worden meteen weer uitgestoten. Die worden meteen weer weggewerkt” (r5). Respondent 6 maakt deel uit van twee sociale groepen, de ene groep omschreven als de rokers, hanteert het criterium *gespreksonderwerpen*: “Niet zeuren over school en gewoon mee uitgaan dat is denk ik het

meeste principe bij die ene groep”. De andere groep, omschreven als de kakkers, hanteert het criterium *uiterlijk*: “Uhhh ik denk dat het daar een principe van kleding is, ballerina’s haha en ik draag ook wel van die jurkjes enzo. Een beetje schattig met van die bloemetjes en dat soort dingen” (r6). Respondent 9 geeft aan dat ze willen dat niemand deelneemt aan de groepsactiviteit; het online gastenboek. Ze ondernemen activiteiten om dit te voorkomen: “Wij hebben gewoon afgesproken dat we het tegen zo min mogelijk mensen wat de site is want dan gaat iedereen er wat op zetten, als dat gebeurt dan verwijderen we dat”.

Negatieve identiteitspraktijken ter versteking van het groepsonderscheid

Posities en relaties kunnen ook versterkt worden door negatieve identiteitspraktijken, waarmee individuen zich distantiëren (of zichzelf uitsluiten) van een identiteit. De respondenten distantiëren zich voornamelijk door, *te negeren*. Voorbeelden hiervan zijn: “Je hebt altijd van die dressuurkakkers, maar daar reageer ik dan geeneens meer op” (r5). “Mensen die ik niet zo leuk vindt, daar praat ik eigenlijk ook niet mee” (r1). “Ja mmm dan laat ik het gewoon” (r10). “Nee dan denken ze het misschien maar dan zeggen ze het niet, dat zou ik ook doen namelijk” (r1,7,8). Hiernaast krijgen de respondenten zelf ook zelden negatieve reacties op hun activiteiten, al dit wel zo is dan verwijderen ze die.

Opmerkelijk is dat er verschillen zijn in het in- en exclusie gedrag off- en online. “In het echt zou ik er wel iets van zeggen, op Hyves neger ik het gewoon” (r6). “mmm nee ik zou dat nooit denk ik via iets doen wat iedereen kan zien dan ga ik er liever naar toe als er echt iets is “ (r9).

II) In- en exclusie praktijken en sociale conventies die het onderhouden en uitbreiden van sociale netwerken online sturen

De tweede deelvraag is gericht op het beschrijven van de in- en exclusie praktijken en sociale conventies die het onderhouden en uitbreiden van sociale netwerken online sturen. De deelvraag is geoperationaliseerd naar de onderliggende in- (positieve identiteitspraktijk) en exclusie (negatieve identiteitspraktijk) criteria die het onderhouden, uitbreiden en samenstellen van de online sociale netwerken sturen.

Inclusie criteria

Het thema wat hoofdzakelijk naar voren komt voor inclusie in het online sociale netwerk is: *bekendheid*. Alle respondenten geven aan dat *bekendheid*, ofwel “ik moet iemand kennen” een grote rol speelt. Door enkele respondenten worden naast de criteria gerelateerd

aan bekendheid nog *individuele persoonskenmerken* (bijv. aardig, gezellig) als criteria gehanteerd. Deze blijken echter geen grote rol te spelen in combinatie met *bekendheid*. Hiernaast worden er door drie respondenten andere criteria gehanteerd voor mensen met een *gemeenschappelijk interesse*. Zij hanteren specifiekere criteria of versoepelen of heffen de criteria gerelateerd aan *bekendheid* op voor mensen met een *gemeenschappelijke interesse*. Bij twee respondenten is er sprake van site specifieke in- en exclusie criteria. Zij hanteren per online sociaal netwerk verschillende criteria. In de volgende alinea wordt bovenstaande patroon nader toegelicht aan de hand van voorbeelden.

Het thema *bekendheid* komt voort uit de criteria: “ik moet ze kennen” of “ik moet weten wie het is”. Hierin worden enkele nuanceringen gemaakt zoals: “Ik moet ze wel een keer gezien hebben” (r2), “Ik moet ze wel spreken, nee niet allemaal natuurlijk, maar in ieder geval die heb je wel in het verleden gesproken” (r7).

Naast het algemene criteria worden door enkele respondenten *individuele persoonskenmerken* als criteria gehanteerd: “Moet ze wel aardig vinden” (r8,r9). Respondent 6 geeft aan dat ze voornamelijk mensen toevoegt: “Als het klinkt en het gewoon gezellig is, niet saai”, “Ook houd ik niet van domme mensen”. Bij doorvragen blijkt dat deze criteria geen grote rol spelen en het uiteindelijke criteria blijft: “Ja dan accepteer ik ze wel, ja het is meer van dat ik moet weten wie het zijn, hoeft er niet perse mee om te gaan”.

Op de criteria gerelateerd aan het thema, *bekendheid*, worden enkele uitzonderingen gemaakt. Respondent 2 omschrijft de mensen op haar meest gebruikte sociale netwerksite voornamelijk als mensen van dansen en formatiedansen. Voor mensen die bij deze groep horen (*gemeenschappelijke interesse*) versoepelt ze haar criteria: “Niet dat ik ze na één keer zien al gelijk toevoeg. Ja het gebeurt wel, maar die verwijder ik gelijk weer. Bij de mensen van dansen niet, dan doe ik dat wel!”. Voor respondent 1 geldt dit voor mensen die de gemeenschappelijk sport Atletiek beoefenen: “Ja, als ik ze ergens van ken, zoals van atletiek dan voeg ik ze nog wel toe, maar anders niet. Ook al had ik haar nog nooit gezien, daar heb ik later wel een praatje mee gemaakt op atletiek. Maar als ze nu iemand was die maar 1x mee heeft gedaan met een wedstrijd en mij toevallig heeft gezien ... nee dan niet “. Respondent 5 gebruikt haar online sociale netwerk voor met mensen met de *gemeenschappelijke interesse*, paardrijden (Natural Horsemanship): “Mijn Hyves is eigenlijk voor de mensen van Hyves met dezelfde hobby”. Ze hanteert hierbij specifiekere criteria, zoals: “Je moet eigenlijk dezelfde mening hebben over hoe je met een paard om moet gaan”, “Er zijn ook mensen die ik gewoon niet zo gezellig vind, maar zo horen er wel meer mensen bij die groep. Dat zijn meer van die mensen die net zijn begonnen“. Naast specifieke criteria voor inclusie, hanteert ze

verschillende criteria voor het versturen van een vriendschapverzoek of het alleen accepteren van een verzoek: “De mensen die het al kunnen die voeg ik wel toe (als nieuwe vriend). Dus waar je zelf iets aan hebt om informatie uit op te doen, maar mensen die zelf net zijn begonnen en het allemaal zelf willen ontdekken, die ga ik niet zelf een uitnodiging sturen, maar als die mensen mij toevoegen dan voeg ik ze wel toe (accepteer ze), omdat ik hun dan wel wil helpen. Maar ik ga niet die mensen dan een uitnodiging sturen”.

Respondent 3 maakt een uitzondering op haar inclusie criteria bij het online sociale netwerk Twitter: “Twitter is eigenlijk voor iedereen die mij wil volgen en het voornaamste daarin is die beroemdheid“. Op Twitter presenteert respondent 3 zichzelf als een beroemdheid. Ze gebruikt Twitter om nieuwe mensen te leren kennen die ook geïnteresseerd zijn in deze tv serie. In ander online sociale netwerken houdt ze zich wel aan het criteria: “Twitter is eigenlijk iedereen en Hyves is echt alleen bekende”, “Facebook is voor de, mensen die ik persoonlijk ken of mensen die ik via internet beter heb leren kennen”. Bij respondent 3 is er dus sprake van site specifieke in- en exclusie praktijken. Respondent 1 heeft specifieke criteria voor het online sociale netwerk MSN. Dit netwerk bestaat uit 16 mensen, dit zijn echt goede vrienden waar ze echt mee praat. Voor Hyves hanteert ze criteria gerelateerd aan het thema *bekendheid*.

Nieuwe online vrienden, een ‘special case’ van inclusie

De respondenten maken over het algemeen geen vrienden online met mensen die ze nog nooit hebben gezien. Twee respondent doen dit wel en zoeken expliciet naar nieuwe mensen, op basis van *gedeelde interesses via Twitter* (r3) of op basis van *dezelfde rijtechniek (als gezien op foto’s)* (r5). Respondent 5 zoekt nieuwe vrienden op basis van *de zelfde rijtechniek*: “Als je dan bij iemand foto’s zit te kijken, dan zie je allemaal weer mensen en die ga je dan toevoegen en ermee praten”. Respondent 3 zoekt op basis van gedeelde interesses via Twitter: “Er zit een menuutje naast Twitter waarin je mensen kan zoeken en Twitter zegt dan welke mensen je kan volgen”.

Exclusie criteria

Het algemene patroon met betrekking tot exclusie van het online sociale netwerk komt logischerwijs overeen met het patroon van inclusie. Het algemene thema met betrekking tot exclusie is wederom *bekendheid*. Op de criteria gerelateerd aan het thema worden enkele uitzonderingen gemaakt. Dit zijn uitzondering met betrekking tot het niet voldoen aan bepaalde individuele kenmerken zoals, *leeftijd en aardigheid* of aan de *kenmerken van de*

sociale groep waarin zij zich bevinden. Bij twee respondenten spelen *belangrijke anderen* nadrukkelijk een rol, dus het feit dat belangrijke anderen in het netwerk deze persoon ook hebben uitgesloten. Bij twee respondenten speelt de “*offline*” *reactie* een rol bij de exclusie criteria. Uit het onderzoek blijkt dat de respondenten zelf geen ervaring hebben met het worden uitgesloten van een online sociaal netwerk.

In deze alinea worden de uitzonderingen op de criteria gerelateerd aan het algemene thema *bekendheid* besproken. Respondent 6 hanteert het criteria *leeftijd* als exclusie criteria: “Kleine mensen uit mijn dorp, ja die ken ik wel, ja uh leuk.. maar daar heb ik niks mee”. Respondent 8 hanteert net zoals voor inclusie, het *aardigheidscriteria* voor exclusie: “Veel mensen die zitten bij mij op school en die gaan me lopen toevoegen, maar normaal zeggen ze ook geen hoi dus dan ga ik ze niet toevoegen”. Dit geldt ook voor respondent 9.

Bij respondent 5, spelen haar hobby (paardrijden) en *het niet- behoren tot die groep* een belangrijke rol. “Als mij iemand toevoegt en niemand van de groep heeft diegene ook, dan zou ik haar sowieso verwijderen”, “Ja want als het gewoon een normaal iemand is, zonder paard, die bijvoorbeeld aan voetbal doet of mensen die gewoon van school zijn, maar die ik nooit spreek ofzo daar zie ik het nut niet van in om die toe te voegen”.

Respondent 9 sluit uit: “Beetje van die eenzame types zoals die jongen die ik net noemde die ik heb geweigerd”. *Belangrijke anderen* spelen hierbij een rol. Ze gaf aan dat, niemand uit haar sociale omgeving hem heeft geaccepteerd en dat hij buiten de sociale groepen in het dorp valt. Bij respondent 2 spelen “*offline*” *reacties* een rol. Respondent 2 maakt een uitzondering in het geval van ouders: “Ouders, dat is niet hip, bijna niemand heeft dat, sommige mensen op school zijn gewoon heel stom. Dan wil je niet dat die er opmerkingen over gaan maken”. Voor respondent 5 geldt dit eveneens: “Op Hyves laat ik meer zien over die paarden zeg maar, want op school krijg je dan gelijk: “ow weer die paarden” snap je? En ja op Hyves heb ik niet veel mensen van school”.

Sociale conventies rond in- en exclusie online

Om de in- en exclusiepraktijken en hierbij de relatie met het offline netwerk te onderzoeken is gevraagd of de respondenten iemand die ze offline kennen toelaten tot hun online sociale netwerk terwijl ze dit eigenlijk niet willen. Het algemene patroon lijkt dat de respondenten dit over het algemeen wel doen of het anders niet openlijk laten merken door het vriendschapsverzoek open te laten staan of die persoon later weer te verwijderen (r7, r9). De *frequentie van contact* lijkt hierbij een rol te spelen. Ook lijken eerder aangegeven in- en exclusie criteria bij bepaalde respondenten geen grote rol meer te spelen. Twee respondenten

laten geen mensen toe waarvan ze dat eigenlijk niet willen (r3, r5). Bij een respondent ligt dit aan het strikt hanteren van de criteria gerelateerd aan haar gemeenschappelijke hobby (r5).

Respondenten 1, 2, 6, 8, 9 en 10 laten mensen toe die ze eigenlijk niet online willen hebben: “Als ik ze gewoon ken dan accepteer ik ze wel, ook al mag ik ze niet echt, want ik denk die doen toch niks kwaad” (r10). “Gewoon, omdat hij bij me op school zit en ik ken hem wel. Nee, eigenlijk is hij gewoon heel stom. Ik heb een beetje de pest aan hem”(r1). Dit geldt voor respondent 1 niet voor een meisje van zeilkamp die ze maar één keer heeft gezien en waarschijnlijk ook niet meer ziet. *De frequentie van contact* lijkt dus een rol te spelen: “Ik had ook zo’n meisje op zeilkamp en die zat de hele tijd heel vervelend tegen mij te doen en die vroeg toen of ik op haar Hyves wou! Ik dacht: ‘ja dag!’ die heb ik gelijk verwijderd/geblokt”. Respondent 8 geeft het volgende aan: “Nou ik heb soms wel is mensen die bij mij op school hebben gezeten, eigenlijk vind ik ze niet zo aardig maar dan voeg ik ze toch wel toe”. Respondent 8 gaf eerder aan het criteria aardigheid te hanteren.

Conclusie en discussie

Het doel van deze studie is het verkrijgen van inzicht in positieve en negatieve identiteitspraktijken van meisjes tussen de 13 en 16 jaar in online sociale netwerken en hiermee de sociale identiteitsvorming. Sociale netwerksites worden gebruikt om relaties te onderhouden, verder te ontwikkelen en om nieuwe relaties te leggen.

De eerste deelvraag is gericht op hoe positieve en negatieve identiteitspraktijken worden ingezet om (online) posities en relaties in sociale groepen te versterken. Uit het onderzoek blijkt dat de respondenten de positie versterken door activiteiten waarin ze laten zien dat ze deel uitmaken van de groep. Deelname wordt hoofdzakelijk zichtbaar door een hogere interactiefrequentie, actief in plaats van passief kennisnemen aan en/of door het aansluiten bij een groepshyves. Respondenten versterken de positie in de groep eveneens door profilatie van de groep. Dit doen ze voornamelijk door foto’s van groepsleden, hobby’s of idolen te plaatsen. De groepsactiviteiten zijn gerelateerd aan een hogere interactiefrequentie, het hebben van een groepspagina of een gezamenlijke groepsactiviteit op de kalender.

Uit eerder onderzoek blijkt (Weber & Mitchell, 2008) dat expressie en constructie van (sociale)identiteit online voornamelijk leunt op het visuele aspect. Personen in omgevingen zoals Facebook, waar mensen verbonden zijn met hun offline identiteit, laten hun (sociale)identiteit liever zien, bijvoorbeeld door het delen van informatie zoals foto’s en

interesses, dan hierover te vertellen (Zhao et al., 2008). Dit komt in deze studie naar voren, echter wel iets genuanceerder. Respondenten plaatsten foto's om de groep te profileren, sluiten zich aan bij een groepshyves, gebruiken emoticons of geven activiteiten aan op de kalender als groepsactiviteit (delen van informatie). Maar hiernaast versterken ze hun positie in de groep door actief kennis te nemen en vaker met elkaar te interacteren. Juist de mate van interactie in- en rondom groepspraktijken maakt hun sociale identiteit duidelijk.

Uit het onderzoek blijkt dat respondenten die zich bevinden in een sociale groep, samengesteld op basis van een gemeenschappelijk interesse, specifiekere praktijken ondernemen (gericht op de gemeenschappelijke hobby) om de positie in die groep te versterken. De mogelijkheden voor het creëren van specifieke communities op het internet lijken hierbij van belang. Online communities bieden online mogelijkheden om op basis van identiteitspraktijken een op interesse gebaseerd netwerk (cluster) te onderhouden en uit te breiden.

Volgens JenQuin (2010) versterken gebruikers hun bestaande identiteit in plaats van een volledig nieuwe te bouwen. Mensen worden gedwongen meer waarheidsgetrouw te worden bij de identiteit die zij construeren en presenteren online. Internet is vandaag de dag meer "identiteitsbindend" (Tufekci, 2008). Uit dit onderzoek blijkt inderdaad dat de respondenten internet gebruiken om hun sociale identiteit te versterken. Het online netwerk ligt grotendeels in het verlengde van het offline netwerk (Boyd, 2007; Subrahmanyam et al., 2008). Uit de resultaten blijkt dat respondenten over het algemeen geen nieuwe vrienden maken online. De respondenten, zoals eerder aangegeven, met specifieke hobby's doen dit wel en zoeken expliciet naar mensen met gemeenschappelijke interesses. Het internet biedt dus mogelijkheden om de 'identiteitsbinding' te versterken en groepen te vinden die gebruik maken van sites om zich onderscheiden door nationaliteit, leeftijd, opleidingsniveau, of andere gemeenschappelijke factoren (Boyd & Ellison, 2008).

Een kanttekening hierbij is dat de respondenten naast identiteitsbindende praktijken wel passief (in plaats van actief) kennismaken bij anderen. Bij anderen lezen en kijken is iets wat specifiek online mogelijk is en offline minder van toepassing is. Online sociale vergelijking, wordt mogelijk door online communities. In online communities worden jongeren blootgesteld aan een grotere diversiteit (Lehdonvirta & Räsänen, 2010). Op internet ziet men meer en is er mogelijkheid om aan te sluiten bij dingen die bijvoorbeeld fascineren, terwijl ze offline waarschijnlijk minder makkelijk zichtbaar zijn en gespecialiseerde groepen iemand minder makkelijk of snel toelaten. Het lijkt dus mogelijk om alternatieve identiteiten op te bouwen op internet. Vervolgonderzoek zou moeten plaatsvinden.

Uit het onderzoek komt naar voren dat voornamelijk positieve identiteitspraktijken worden gebruikt om de positie in de sociale groep te versterken. Aan de oppervlakte lijkt er sprake van een 'like'-cultuur. Met het fenomeen 'liken' wordt het positief reageren op dingen die anderen toevoegen bedoeld, bijvoorbeeld met de 'vind ik leuk-knop' op facebook of de 'respect-knop' op Hyves. Er lijkt sprake van een 'like-cultuur' omdat respondenten conflicten en "negatief" gedrag vermijden online. Respondenten krijgen zelf ook zelden negatieve reacties op hun activiteiten, als dit wel zo is dan verwijderen ze deze. Uit ander onderzoek blijkt eveneens dat op sociale netwerksites jongeren geneigd zijn elkaar meer complimenten te geven dan offline (Tomesen, 2011). Uit dit onderzoek blijkt dat negatieve feedback misschien eerder indirect plaats vindt, door te negeren, dat als voornaamste negatieve identiteitspraktijk wordt weergegeven en door gewoon geen contact te maken.

De tweede deelvraag is gericht op in- en exclusie praktijken en gerelateerde sociale conventies online. Criteria van in- en exclusie die het onderhouden en eventueel het uitbreiden van online sociale netwerken sturen, lijken voornamelijk gerelateerd aan bekendheid. Iemand offline kennen is het voornaamste criteria om iemand in te sluiten of uit te sluiten van het online netwerk. Ook blijkt dat de respondenten over het algemeen mensen die ze offline kennen toelaten tot hun online sociale netwerk, terwijl ze dit eigenlijk niet willen. Subrahmanyam en collega's (2008) en Boyd (2007) stellen dat de keuze voor het online sociale netwerk niet zo vrij lijkt te zijn als aanvankelijk werd gedacht. Door sociale druk verschillen online sociale netwerken volgens hen wellicht niet zoveel van offline sociale netwerken. In dit onderzoek lijkt er aan de oppervlakte sprake van een inclusie norm; iedereen maar insluiten en toevoegen. Dit moet echter wel genuanceerd worden, aangezien toevoegen nog maar het begin is en daarna allerlei andere positieve en negatieve identiteitspraktijken een rol gaan spelen, zoals het negeren, verwijderen en wegwerken van mensen.

Terugkomend op in- en exclusie criteria blijkt dat er site specifieke in- en exclusie criteria zijn. Deze patronen van in- en exclusie verschillen over verschillende applicaties. In vervolg onderzoek zou hier duidelijk onderscheidt in gemaakt kunnen worden en zouden verschillende applicaties apart onderzocht kunnen worden.

Bovendien blijkt dat er mogelijke verschillen zijn in sociale conventies (gewoonten/gedragingen) online en offline. Deze verschillen, dus het vermijden van conflicten en "negatief gedrag", kunnen mogelijk verklaard worden door de 'like-cultuur'. Ze kunnen eveneens verklaard worden doordat het online makkelijker is om bepaalde dingen te vermijden, omdat het niet transparant is wanneer men wel of niet op de hoogte is van bepaalde dingen.

Kortom, er zijn allerlei identiteitspraktijken beschreven die van belang zijn bij het uitbreiden (voornamelijk gericht op inclusie) en het onderhouden van online sociale netwerken. Het uitbreiden en onderhouden van online sociale netwerken is van invloed op sociale identiteitsvorming. Sociale netwerken en groepen zijn belangrijk bij het vormen van sociale identiteit (Soenens & Luyckx, 2003). Met wie men door omstandigheden moet omgaan of met wie men kiest om te gaan is grotendeels bepalend voor de identiteiten die men kan aannemen en ontwikkelen. Door het onderhouden en uitbreiden van sociale netwerken op basis van identiteitspraktijken, kan identiteit worden versterkt maar mogelijk ook worden uitgebreid. De nieuwe mogelijkheden van sociale netwerksites (dus op een andere manier dan offline) bieden mogelijkheid om activiteiten te ondernemen die (pogingen tot een) weergave van de eigen sociale identiteit vormen of versterken (Delfos, 2003). In- en exclusie praktijken zijn hierbij van belang.

Middels dit onderzoek zijn er interessante bevindingen aan het licht gebracht over hoe meisjes sociale netwerken online onderhouden en uitbreiden op basis van positieve en negatieve identiteitspraktijken. Er zijn een aantal relevante aandachtspunten voor de wetenschap en de praktijk naar boven zijn gekomen, waar verder onderzoek op gebaseerd kan worden. Verdergaand inzicht in positieve en negatieve identiteitspraktijken kan leiden tot meer belangrijk inzicht met betrekking tot sociale identiteitsvorming, waarbij de nieuwe informatie en communicatietechnologieën een cruciale rol spelen (JenQuin, 2010). Aanvullend onderzoek is gewenst in de richting van jongens. Uit beschrijvende resultaten van de survey (De Haan et al., 2009) blijkt dat de “oppervlakkige” activiteiten alleen al gendergerelateerd zijn. Hiernaast blijkt dat er verschillen zijn met betrekking tot de doeleinden van het gebruik van sociale netwerksites (Lenhart & Madden, 2007).

Ook blijkt dat leeftijd een rol speelt. Uit onderzoek blijkt dat er op sites van oudere tieners andere vergelijkingen zijn te maken dan op sites van jongere tieners. Opvattingen en praktijken veranderen in de adolescentie (Weber & Mitchell, 2008). Bovendien hebben jongere en oudere tieners verschillende opvattingen over hun eigen identiteit en sociale rollen (Buckingham, 2008).

Verder onderzoek naar veranderende identiteitspraktijken is eveneens gewenst. Uit onderzoek blijkt dat reacties (feedback) die adolescenten krijgen op hun ‘praktijken’ een belangrijke rol spelen bij de ontwikkeling van zowel identiteit als gedrag. Vanuit dit perspectief is identiteit geen individuele eigenschap, maar een maatschappelijk product, gemaakt door niet alleen wat je deelt, maar ook door wat anderen delen en over je zeggen

(Buchtoltz, 1999). De invloed van reacties van anderen op positieve en negatieve identiteitspraktijken zou nader onderzocht kunnen worden.

Ten aanzien van dit onderzoek kunnen enkele methodische kanttekeningen worden geplaatst. Ten eerste is er gebruik gemaakt van een kleine, selecte onderzoeksgroep. Hierdoor zijn de gevonden resultaten niet zonder meer generaliseerbaar naar alle meisjes tussen de 13 en 16 jaar die participeren in online sociale netwerken. Ten tweede is er gebruikt gemaakt van een sneeuwbal steekproef waardoor participanten uit het netwerk van deelnemende participanten zijn benaderd. Dit heeft mogelijk invloed gehad op de uniformiteit van de antwoorden. Ten derde kan de kwaliteit van de bevraging niet gemeten worden, waardoor de betrouwbaarheid niet gewaarborgd kan worden. Tenslotte kan men zich afvragen of tijdens het onderzoek externe factoren, zoals sociale wenselijkheid, van invloed zijn geweest op de antwoorden van de respondenten.

Ondanks de imitaties heeft dit onderzoek bijgedragen aan kennis over de manier waarop meisjes hun online netwerken onderhouden op basis van positieve en negatieve identiteitspraktijken. De beschreven in- en exclusie praktijken zijn van belang voor sociale identiteitsvorming. In- en exclusie praktijken spelen een rol bij het vormen, versterken of weergegeven van de sociale identiteit. Inzicht in deze praktijken heeft bijgedragen aan kennis over sociale identiteitsvorming via de unieke mogelijkheden van sociale netwerkapplicaties.

Literatuur

- Akkerman, M., Blokland, G., Hagens, H., & Kleverlaan, N. (2006). *Wat nou... pubers?* Amsterdam: Uitgeverij SWP.
- Baarda, B. D. (2009). *Dit is onderzoek. Handleiding voor kwalitatief en kwantitatief onderzoek.* Groningen/Houten: Noordhoff Uitgevers.
- Baarda, B. D., De Goede, M. P. M., & Teunissen, J. (2001). *Basisboek Kwalitatief Onderzoek.* Groningen/Houten: Wolters-Noordhoff.
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, *117*, 497-529.
- Boeije, H. (2006). *Analyseren in kwalitatief onderzoek.* Hoofddorp: Boomonderwijs.
- Boyd, D. (2007). Why youth (heart) social network sites: the role of networked publics in teenage social life. In *MacArthur Foundation Series on Digital Learning: Youth, Identity and Digital Media Volume*. Cambridge: The MIT Press, pp. 119-142.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *13*, 210–230.
- Bucholtz, M. (1999). "Why be normal?": Language and identity practices in a community of nerd girls. *Language in Society*, *28*, 203–22.
- Buckingham, D. (2008). "Introducing Identity." In *Youth, Identity, and Digital Media*. Edited by David Buckingham. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Cambridge: The MIT Press, pp. 1–24.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2011, januari 10). *Nederlandse jongeren zeer actief op sociale netwerken*. Retrieved januari 28, 2011, from <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/vrije-tijd-cultuur/publicaties/artikelen/archief/2011/2011-3296-wm.htm>.
- Correa, T., Hinsley, A. W., & Gil de Zúniga, H. (2010). Who interacts on the Web?: The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior*, *26*(2), 247-253.
- Côte, J. E. (1996). Sociological perspectives on identity formation: the culture-identity link and identity capital. *Journal of Adolescence*, *19*, 417–428.
- De Haan, M., Leander, K. M., Ponzanesi, S., Leurs, K., & Unlusoy, A. (2009). *Survey Instrument Wired Up project*. Utrecht: Utrecht University.
- De Haan, M., Leander, K. M., Prinsen, F. R., & Unlusoy, A. (2010). *Social Network Interview*. Utrecht: Utrecht University.

- Delfos, M. F. (2003). *Ontwikkeling in vogelvlucht*. Lisse: Swets & Zeitlinger.
- Delfos, M. F. (2007). *De schoonheid van het verschil (3rd ed.)*. Amersfoort: Drukkerij Wilco.
- De Mul, J. (2002). Under Construction. Identiteit in het tijdperk van de homepage. *Cyberspace Odyssee*, 9, 191-218.
- Dewalt, K. M., & Dewalt, B. R. (2002). *Participant Observation: a guide for fieldworkers*. Walnut Creek: AltaMira Press.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143–1168.
- Erikson, E. (1963). *Childhood and society*. New York: Norton. In vertaling: *Het Kind en de Samenleving*. Utrecht: Spectrum.
- Fearon, J. D. (1999). *What is Identity (as now use the word)?* Stanford: Stanford University.
- Giddens, A., (1991.) *Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity.
- Gross, E. F. (2004). Adolescent Internet use: What we expect, what teens report. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 25(6), 633–649.
- JenQuin, (april,2010). *Perception of identity in social networking controlling your online presence*. Retrieved mei 12, 2011, from <http://networkconference.netstudies.org/2010/04/perceptions-of-identity-in-social-networking-controlling-your-online-presence/>.
- 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* (New York: ACM Press, 2006), pp. 167–70.
- Lenhart, A., Madden, M., Macgill, A.R., & Smith, A. (2007). Teens and social media. *PEW Internet American Life Project*. Washington, DC: Pew Charitable Trusts.
- Lehdonvirta, V., & Räsänen, P. (2010). How do Young people identify with online and offline peer groups? A comparison between UK, Spain and Japan. *Journal of Youth Studies*, 14(1), 91-108.
- Ma, M., & Agarwal, R. (2007). Through a Glass Darkly: Information Technology Design, Identity Verification, and Knowledge Contribution in Online Communities. *Information Systems Research*, 18(1), 42-67.

- McKenna, K. Y. A., & Bargh, J. A. (2000). Plan 9 from cyberspace: The implications of the Internet for personality and social psychology. *Personality and Social Psychology Review*, 4, 57–75.
- Melucci, A. (1995) The process of collective identity. In Johnston, H. & Klandermans, B. (Eds.) *Social movements and culture*. Minneapolis: University of Minnesota Press, pp. 41-63.
- Moreno, M. M. (2010). Social Networking Sites and Adolescents. *Pediatr Ann*, 39(3), 565-568.
- Newman, B. M., & Newman, P. R. (2001). Group Identity and Alienation: Giving The We Its Due. *Journal of Youth and Adolescence*, 30(5), 515-538.
- Raacke, J., & Bonds-Raacke, J. (2008). MySpace and Facebook: Applying the uses and gratifications theory to exploring friend-networking sites. *Cyberpsychology & Behavior*, 11(2), 169-174.
- Soensens, B., & Luyckx, K. (2003). Nieuwe ontwikkelingen in onderzoek naar Identiteitsvorming. *Kind en Adolescent*, 24, 188-199.
- Steinberg, L., & Sheffield Morris, A. (2001). Adolescent Development. *Annual Review of Psychology*, 83-111.
- Stokking, K. M. (1998). *Bouwstenen voor onderzoek in onderwijs en opleiding*. Utrecht: ISOR.
- Subrahmanyam, K., & Greenfield, P. (2008). Online Communication and Adolescent Relationships. *The Future of Children*, 18(1), 119-146.
- Subrahmanyam, K., Reich, S. M., Waechter, N., & Espinoza, G. (2008) Online and offline social networks: Use of social networking sites by emerging adults. *Journal of applied developmental psychology*, 29, 420-433.
- 'T Hart, H., Van Dijk, J., De Goede, M., Jansen, W. & Teunissen, J. (1996) *Onderzoeksmethoden*. Amsterdam: Boom.
- Tomesen, R. (2011, Mei 3). Meer complimenten op Hyves dan in het echt. *Dagblad De Pers*, pp. 6.
- Tufekci, Z. (2008). Can You See Me Now? Audience and Disclosure Regulation in Online Social Network Sites. *Bulletin of Science Technology Society*, 28, 20-36.
- Walrave, M., Lenaerts, S. & De Moor, S. (2009). Cyberteens @ Risk? *Journal of Psychology*, 217(4), 234-235.
- Weber, S., & Mitchell, S. (2008). "Imagining, Keyboarding, and Posting Identities: Young

- People and New Media Technologies. In, "*Youth, Identity, and Digital Media*. Edited by David Buckingham. Cambridge: The MIT Press, pp. 25–48.
- Wellman, B., Salaff, J., Dimitrova, D., Garton, L., Gulia, M., & Haythornthwaite, C. (1996). Computer networks as social networks: Collaborative work, telework, and virtual community. *Annual Review of Sociology*, 22, 213–238.
- Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24, 816–36.