

Running head: RELATIE TUSSEN SOCIALE MEDIA EN ZELFBEELD

De Relatie tussen Sociale Media en Sociaal en Fysiek Zelfbeeld onder Adolescenten

Kim J. L. Otte en Caby C. E. M. H. Rutjens

Universiteit Utrecht

## RELATIE TUSSEN SOCIALE MEDIA EN ZELFBEELD

### Abstract

Adolescents' spent a large part of their time on social media, such as Facebook and Instagram. Very little research has been done to investigate the link between social media and social self-concept and social media and physical self-concept. But there is little to no research about the two kinds of self-concept next to each other. The present study investigates the link between social media and both kinds of self-concept. Adolescents' (N=1032, 50,2% male) from different families in The Netherlands were surveyed. The results showed that the more frequent social media is used, the higher the social self-concept, but the lower the physical self-concept. The present study highlights the relationship between social media and the two kinds of self-concept.

*Keywords:* social media, self-concept, social self-concept, physical self concept, youth

## RELATIE TUSSEN SOCIALE MEDIA EN ZELFBEELD

### De Relatie tussen Sociale Media en Sociaal en Fysiek Zelfbeeld onder Adolescenten

Het zelfbeeld wordt opgevat als de waarde die een persoon aan zichzelf toekent en ontwikkelt zich door afstemming tussen hoe een persoon op dit moment is en hoe deze persoon graag zou willen zijn (Maltesea, Alesia, & Alùb, 2012). Een gezond zelfbeeld hangt af van de mate waarin onze opvattingen over onze identiteit duidelijk en stabiel zijn (Valkenburg & Piotrowski, 2017). Het ontwikkelen van een gezond zelfbeeld is voor adolescenten een belangrijke ontwikkelingstaak voor het bereiken van psychosociale autonomie (Valkenburg & Peter, 2011). Wanneer adolescenten een laag zelfbeeld ontwikkelen, kan dit diverse risico's met zich meebrengen. Zo is aangetoond dat het hebben van een laag zelfbeeld een risicofactor vormt voor het ontwikkelen van een depressie bij adolescenten (Robins, Widaman & Conger, 2014). Daarnaast laat een onderzoek van Iannaccone, D'Olimpio, Cella en Cotrufo (2016) zien dat het hebben van een laag zelfbeeld kan leiden tot schaamte voor je lichaam, wat het ontwikkelen van een eetstoornis tot gevolg kan hebben. Het onderzoek van Mahmoudia (2012) toont aan dat het hebben van een laag zelfbeeld ook de oorzaak kan zijn van lage schoolprestaties.

Het begrip zelfbeeld is onder te verdelen in twee verschillende soorten. Zo wordt in dit onderzoek specifiek ingegaan op sociaal en fysiek zelfbeeld. In het onderzoek van Valkenburg, Koutamanis en Vossen (2017) wordt sociaal zelfbeeld gezien als de mate waarin een persoon zich geaccepteerd en leuk bevonden voelt door vrienden en leeftijdgenoten. Ook het succesvol sluiten en onderhouden van vriendschappen speelt hierin een belangrijke rol. Daarnaast wordt sociaal zelfbeeld gezien als de belangrijkste voorspeller voor het algehele zelfbeeld (Harter, 2012b).

Het fysieke zelfbeeld beschrijft de perceptie die een individu heeft met betrekking tot zijn of haar eigen lichaam (Shoraka, Amirkafi & Garrusi, 2019). De mate waarin een persoon hier tevreden over is, hangt af van het vermogen om goed te kunnen bewegen, deel te nemen aan een sport, de gezondheidstoestand, het uiterlijk en de mate van aantrekkelijkheid (Mahmoudia, 2012). Daarnaast hebben leeftijdgenoten, familieleden, de omgeving en de media ook invloed op het fysieke zelfbeeld van een individu (Shoraka et al., 2019). Uit het onderzoek van Chakraborty

## RELATIE TUSSEN SOCIALE MEDIA EN ZELFBEELD

en De (2014) blijkt dat het fysieke zelfbeeld negatief beïnvloed wordt door de feedback die een individu hierover via sociale media ontvangt. Deze negatieve invloed draagt bij aan het toenemen van de lichaamsontevredenheid onder jongeren (Burnette, Kwitowski & Mazzeo, 2017).

Zowel het sociale als het fysieke zelfbeeld wordt ontwikkeld door het hebben van sociaal contact met, en feedback krijgen van leeftijdgenoten (Harter, 2012a). Tegenwoordig vindt veel van dit contact online plaats en vooral op sociale media. Uit het onderzoek van Woods en Scott (2016) blijkt dat jongeren dagelijks 54% van hun tijd aan het gebruik van sociale media besteden. Hierbij kan gedacht worden aan profielsites, zoals Facebook, Instagram, Twitter en Snapchat. 71% van de jongeren gebruikt meer dan één van deze sociale media applicaties en 24% geeft aan gedurende de hele dag online te zijn (Burnette et al., 2017).

Beide soorten zelfbeeld worden, naast het ontvangen van sociale feedback, mede bepaald door de mate waarin we onszelf vergelijken met anderen. De sociale vergelijkingstheorie geeft een verklaring voor de wijze waarop individuen zichzelf evalueren op zowel sociaal als fysiek vlak. Jongeren vergelijken zichzelf op basis van het aantal vriendschappen die zij hebben, de mate van populariteit en hun uiterlijk. Dit doen zij door personen van dezelfde leeftijd of hetzelfde geslacht te beoordelen (Burnette et al., 2017). Het plaatsen en bekijken van foto's op sociale media, maakt dat dit vergelijken op ieder moment van de dag kan plaatsvinden. De zichtbaarheid van de sociale feedback die iemand naar aanleiding van een foto ontvangt, in de vorm van commentaar en likes, bemoedigt deze sociale vergelijking (Fox & Vendemia, 2016). Individuen vergelijken zich over het algemeen met iemand die op een bepaald vlak beter is dan zichzelf (Hobza, Walker, Yakushko, & Peugh, 2007). Hierdoor leidt deze sociale vergelijking bij veel jongeren tot het ontwikkelen van een laag zelfbeeld (Vogel, Rose, Roberts, & Eckles, 2014).

Naast de sociale vergelijkingstheorie, verklaart ook de objectiveringstheorie de ontwikkeling van het zelfbeeld. Deze theorie heeft als uitgangspunt dat een individu het perspectief van een ander op zichzelf betreft en op deze wijze zichzelf evalueert aan de hand van de maatschappelijke normen. Omdat kenmerken van iemands persoonlijkheid hierbij buiten beschouwing worden gelaten, is het waardeoordeel dat iemand over zichzelf heeft alleen gebaseerd op het uiterlijk (Daniel & Bridges, 2010). Dit vormt het verschil met de sociale vergelijkingstheorie waarbij een individu zichzelf ook op sociaal vlak vergelijkt met anderen. Zodoende heeft de objectiveringstheorie alleen betrekking op het fysieke zelfbeeld. Op sociale

## RELATIE TUSSEN SOCIALE MEDIA EN ZELFBEELD

media komt de werking van de objectiveringstheorie vooral tot uiting in de hoeveelheid foto's en het type foto's die door meisjes worden geplaatst. Zij voelen meer druk om op basis van hun fysieke verschijning te voldoen aan maatschappelijke schoonheidsidealen en plaatsen vooral selfies (Fox & Vendemia, 2016). Toch is de bezorgdheid over het uiterlijk ook bij jongens de laatste jaren toegenomen. Ook zij ervaren ontevredenheid over hun lichaam, wat invloed heeft op de wijze waarop zij zichzelf aan anderen presenteren op de sociale media (Daniel & Bridges, 2010; Fox & Vendemia, 2016; Hobza et al., 2007).

Aan de hand van verschillende onderzoeken kan geconcludeerd worden dat er inconsistente bevindingen zijn als het gaat om de relatie tussen sociale media en het zelfbeeld. Zo vonden Blomfield, Neira en Barber (2014) en Valkenburg, Peter en Schouten (2006) een negatieve relatie tussen het gebruik van sociale media en sociaal zelfbeeld. In een ander onderzoek werd echter een positieve relatie gevonden tussen het gebruik van sociale media en sociaal zelfbeeld (Jackson, Zhao, Witt, Fitzgerald, von Eye & Harold, 2010). In het onderzoek van Apaolaza et al. (2013) werd alleen een positieve relatie gevonden tussen het gebruik van sociale media en het globale zelfbeeld. Als we kijken naar deze vier onderzoeken, kunnen we concluderen dat de resultaten inconsistent zijn en dus meer onderzoek behoeven. In de onderzoeken die zijn uitgevoerd naar het gebruik van sociale media in relatie tot het fysieke zelfbeeld komt wel een eenduidig beeld naar voren, namelijk dat er sprake is van een negatieve relatie tussen deze twee variabelen (Burnette et al., 2017; Chakraborty & De, 2014).

Uit de literatuur blijkt dat het sociale- en fysieke zelfbeeld in relatie tot sociale media vaak gescheiden van elkaar worden onderzocht. Het zou zinvol zijn om beide vormen van zelfbeeld in één onderzoek te bekijken, zodat er eventuele verschillen en verbanden gezocht kunnen worden binnen het construct 'zelfbeeld'. Tevens leidt dit tot uitspraken die geldig zijn voor dezelfde doelgroep.

De inconsistente bevindingen in de literatuur en het feit dat beide vormen van zelfbeeld zelden tegelijkertijd zijn onderzocht, hebben de aanleiding gevormd voor dit onderzoek. Om voor beide vormen van zelfbeeld te onderzoeken of er een relatie is met sociale media, is de volgende centrale onderzoeksvraag opgesteld: In hoeverre is er sprake van een relatie tussen het gebruik van sociale media en het zelfbeeld van jongeren in de leeftijd van tien tot vijftien jaar? Hiervoor zijn de volgende deelvragen opgesteld:

1. Op welke wijze draagt het gebruik van sociale media bij aan een sociaal zelfbeeld?

## RELATIE TUSSEN SOCIALE MEDIA EN ZELFBEELD

### 2. Op welke wijze draagt het gebruik van sociale media bij aan een fysiek zelfbeeld?

Kijkend naar de sociale vergelijkingstheorie en het onderzoek van Harter (2012a) blijkt dat het aantal vriendschappen online belangrijk zijn voor de ontwikkeling van het sociale zelfbeeld. Tegenwoordig hebben adolescenten steeds meer online vriendschappen en is het hierdoor ook makkelijker om vriendschappen te sluiten (Harter, 2012b). Naar aanleiding van de bevinding van Harter (2012b) en voorgaande onderzoeken wordt er verwacht dat er een positieve relatie is tussen het gebruik van sociale media en het sociale zelfbeeld (H1).

Uit het onderzoek van Chakraborty en De (2014) blijkt dat het fysieke zelfbeeld negatief wordt beïnvloed door de feedback die jongeren via sociale media krijgen. Het onderzoek van Hobza et al. (2007) wijst uit dat zowel meisjes als jongens ontevredenheid ervaren over hun eigen lichaam en door het gebruik van sociale media veel druk voelen om aan een bepaald schoonheidsideaal te voldoen. Op basis van deze twee onderzoeken wordt verwacht dat er een negatieve relatie is tussen het gebruik van sociale media en het fysieke zelfbeeld (H2).

Dit onderzoek draagt bij aan het creëren van bewustwording ten aanzien van het gebruik en de risico's van sociale media in relatie tot het ontwikkelen van het zelfbeeld bij jongeren. Het vergroten van het inzicht hierover, kan bijdragen aan het voorkomen en verminderen van het aantal jongeren met een laag zelfbeeld. De resultaten uit dit onderzoek kunnen als input dienen voor het ontwikkelen van maatschappelijke campagnes, voorlichtingen en lesmethoden voor het basis- en voortgezet onderwijs. Hierdoor wordt op een preventieve wijze bewustwording gecreëerd over de invloed die het gebruik van sociale media kan hebben op zowel het sociale als fysieke zelfbeeld van adolescenten.

## Methode

### Design, Steekproef en Procedure

Voor dit onderzoek is toestemming verkregen van de ethische commissie van de sponsorinstelling. Voor het werven van de respondenten is er gebruik gemaakt van een bestaand online panel met daarin data van ongeveer 60.000 huishoudens in Nederland. Vanuit dit databestand zijn er 516 families met minimaal twee kinderen, tussen de tien en de veertien jaar oud, geselecteerd.

In totaal hebben er 1032 jongeren (49,8% meisjes en 50,2% jongens;  $M_{leeftijd} = 11.76$ ,  $SD = 1.41$ ) deelgenomen aan dit onderzoek. De jongeren waren, op het moment dat de dataverzameling plaatsvond tussen de tien en vijftien jaar oud.

## RELATIE TUSSEN SOCIALE MEDIA EN ZELFBEELD

Voor dit onderzoek is er gebruik gemaakt van vragenlijstonderzoek. Bij vragenlijstonderzoek wordt een groep mensen ondervraagd door middel van een schriftelijke of digitale vragenlijst. De resultaten worden verzameld en omgezet in numerieke gegevens. Een vragenlijst geeft een duidelijk en uitgebreid beeld van wat iemand denkt of doet (Neuman, 2014).

### **Meetinstrumenten**

**Social media gebruik.** Het gebruik van sociale media is gemeten met behulp van de directe schattingen van de frequentie van het gebruik van sociale media en ‘instant messaging’. Deze directe schattingen worden regelmatig gebruikt in onderzoek naar sociale media (Valkenburg & Peter, 2007, 2008). De directe schattingen bestaan uit twee vragen per categorie (in totaal vier vragen): (1) Hoeveel dagen van de week gebruik je sociale media [instant messaging]? en (2) Op de dagen dat je sociale media [instant messaging] gebruikt, hoeveel tijd spendeer je hieraan per dag? De antwoordmogelijkheden voor de eerste vraag zijn van 0 (nooit) tot 7 (zeven dagen per week). De tweede vraag is een open vraag, die beantwoord wordt door middel van het invullen van uren en minuten. De twee vragen per categorie worden vermenigvuldigd om de directe schattingen van het aantal gependeerde minuten per week op sociale media of ‘instant messaging’ te bepalen. Vervolgens worden de directe schattingen voor sociale media en ‘instant messaging’ toegevoegd om een maat te creëren voor het sociale media gebruik per week. De betrouwbaarheid van deze variabele is gemeten aan de hand van de Cronbach’s alfa. De Cronbach’s alfa van het gemiddelde sociale media is .86. Zie tabel 1 voor de descriptieve statistieken.

**Zelfbeeld.** Voor het meten van dit concept is gebruik gemaakt van één domein, namelijk Social Self-Esteem. Het domein Social Self-Esteem bestaat uit acht items die weer onder te verdelen zijn in sociaal zelfbeeld en fysiek zelfbeeld. De items zijn gebaseerd op de sociale acceptatie schaal van het Zelfbeeld Profiel voor Volwassenen van Harter (1988) (Valkenburg et al., 2017). Een voorbeeld van een gebruikt item is “Ik maak gemakkelijk vrienden”. De respondenten konden de vragen beantwoorden door middel van een vijf likertschaal: (1) erg moeilijk, (2) moeilijk, (3) niet moeilijk/niet gemakkelijk, (4) gemakkelijk, en (5) erg gemakkelijk. De acht items zijn onderverdeeld in twee nieuwe variabelen, namelijk gemiddeld sociaal zelfbeeld en gemiddeld fysiek zelfbeeld. Beide variabelen bestaan uit vier items. De vier items zijn per variabele samengevoegd tot een gemiddelde score, tussen de één en de vijf. De betrouwbaarheid van deze variabelen is gemeten aan de hand van de Cronbach’s alfa. De

## RELATIE TUSSEN SOCIALE MEDIA EN ZELFBEELD

Cronbach's alfa van de variabele gemiddelde sociaal zelfbeeld is .82. De Cronbach's alfa van het gemiddelde fysiek zelfbeeld is .90. Zie tabel 1 voor de descriptieve statistieken.

### Data analyse

Om de relatie tussen het gebruik van sociale media en het sociale en fysieke zelfbeeld te onderzoeken, worden er een twee hiërarchische regressies uitgevoerd. Eén voor de relatie tussen sociale media en sociaal zelfbeeld en één voor de relatie tussen sociale media en fysiek zelfbeeld. De hiërarchische regressie wordt uitgevoerd in twee stappen, namelijk (1) Sekse en (2) Sekse en Gemiddelde sociale media. Binnen de hiërarchische regressie is een covariaat opgenomen, namelijk sekse. Deze covariaat wordt in de regressie opgenomen, omdat deze van invloed is op de afhankelijke variabele. Deze keuze wordt bevestigd door het onderzoek van Valkenburg et al. (2017) die ook geslacht als covariaat gebruiken.

Voorafgaand aan het uitvoeren van de hiërarchische regressie zijn de multicollineariteit, lineariteit en outliers gecontroleerd. De multicollineariteit is getoetst aan de hand van de VIF en Tolerance statistieken. Voor beide afhankelijk variabelen, sociaal en fysiek zelfbeeld, is de VIF 1.01. De Tolerance is bij beiden .990. De VIF statistieken zijn redelijk hoog, maar de Tolerance statistieken zijn goed. De lineariteit en outliers zijn getoetst door middel van plots. In de gemaakte plots is sprake van lineariteit en zijn er geen extreme outliers te zien.

## Resultaten

### Beschrijvende Statistiek

Tabel 1 betreft een overzicht van de gemiddelden, standaarddeviaties en correlaties tussen de variabelen in de analyses. De tabel geeft weer dat er een positieve correlatie bestaat tussen sociaal zelfbeeld en het gebruik van sociale media. Hoe frequenter sociale media wordt gebruikt, hoe hoger het sociale zelfbeeld. Daarnaast is er een negatieve correlatie te zien tussen fysiek zelfbeeld en sociale media. Hoe frequenter sociale media wordt gebruikt, hoe lager het fysieke zelfbeeld. Fysiek zelfbeeld correleert daarnaast ook met de variabelen sekse en hoogst gevolgde opleiding. Tot slot is er een positieve correlatie te zien tussen het gebruik van sociale media met sekse. Dit betekent dat het gebruik van sociale media bij meisjes hoger ligt dan bij jongens.

Tabel 1

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

<i>M</i>	<i>SD</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
----------	-----------	----------	----------	----------	----------

## RELATIE TUSSEN SOCIALE MEDIA EN ZELFBEELD

1. Sociaal zelfbeeld	3.40	0.82	-			
2. Fysiek zelfbeeld	3.66	0.83	0.38*	-		
			*			
3. Gemiddelde sociale media	6.45	13.44	0.16*	-	-	
			*	0.12**		
4. Sekse	0.50	0.50	-0.04	0.10**	0.10*	-
					*	

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

**Relatie tussen Sociale Media en Sociaal Zelfbeeld**

Hypothese 1 veronderstelt dat er sprake is van een positieve relatie tussen het gebruik van sociale media en sociaal zelfbeeld. Deze hypothese is getoetst met behulp van een hiërarchische regressie met sociaal zelfbeeld als afhankelijke variabele en gemiddelde sociale media en sekse als onafhankelijke variabelen. Stap 1 blijkt niet significant. Deze stap is dus niet bruikbaar om de mate van sociaal zelfbeeld te voorspellen. Stap 2 blijkt wel significant en is dus wel bruikbaar om de mate van sociaal zelfbeeld te voorspellen. Alle onafhankelijke variabelen samen verklaren in totaal 28% van de totale verklaarde variantie van sociaal zelfbeeld. Van deze 28% wordt 26% van de variantie verklaard door het gemiddelde sociale media. Dit komt overeen met een klein effect (Field, 2017). De resultaten laten zien dat de frequentie van het gebruik van sociale media positief gerelateerd is aan sociaal zelfbeeld. Naar aanleiding van de resultaten wordt hypothese 1 aangenomen. Sekse was niet gerelateerd aan sociaal zelfbeeld.

Tabel 2

*Hiërarchische Regressie Resultaten voor de Voorspelling van de Mate van Sociaal Zelfbeeld*

Variabele	$\beta$	t	p	R <sup>2</sup>	$\Delta R^2$
Stap 1		95.35	.000	.002	.002
Sekse	-.04	-1,26	.207		
Stap 2		91.8	.000	.03**	.03**
Sekse	-.06	-1.82	.000		
Gemiddelde sociale media	.17**	5.22	.072		

Noot. N=1027. \* $p < .01$ . \*\* $p \leq .001$

## RELATIE TUSSEN SOCIALE MEDIA EN ZELFBEELD

**Relatie tussen Sociale Media en Fysiek Zelfbeeld**

Hypothese 2 veronderstelt dat er sprake is van een negatieve relatie tussen het gebruik van sociale media en het fysiek zelfbeeld. Deze hypothese is getoetst met behulp van een hiërarchische regressie met fysiek zelfbeeld als afhankelijke variabele en sociale media en sekse als onafhankelijke variabelen. De twee eerdergenoemde stappen zijn getoetst en bleken alle twee significant. Dit betekent dat alle twee de regressiemodellen bruikbaar zijn om de mate van fysiek zelfbeeld te voorspellen. Er wordt gekeken naar de resultaten van stap 2, omdat hierin de variabele is opgenomen waar de primaire interesse ligt, namelijk het gemiddelde gebruik van sociale media. De onafhankelijke variabelen van stap 2 verklaren samen 26% van de totale verklaarde variantie van fysiek zelfbeeld. Daarvan verklaart het gebruik van sociale media 12% en sekse verklaart 10% van de totale verklaarde variantie. De totale verklaarde variantie van het gebruik van sociale media ten opzichte van fysiek zelfbeeld komt overeen met een klein effect (Field, 2017). De resultaten laten zien dat de frequentie van het gebruik van sociale media negatief gerelateerd is aan fysiek zelfbeeld ( $t = -3.17, p = .002, 95\% \text{ CI } [-.010, -.002]$ ). In de resultaten is een verschil waarneembaar tussen mannen en vrouwen ten aanzien van het fysieke zelfbeeld. Bij een gelijk gebruik van sociale media bij jongens en meisjes is te zien dat meisjes een lager fysiek zelfbeeld hebben ten opzichte van mannen. Naar aanleiding van de resultaten wordt hypothese 2 aangenomen.

Tabel 3

*Hiërarchische Regressie Resultaten voor de Voorspelling van de Mate van Fysiek Zelfbeeld*

Variabele	$\beta$	t	p	R <sup>2</sup>	$\Delta R^2$
		102.63	.000	.01*	.01*
Stap 1					
Sekse	-.10*	-3.15	.002		
		100.52	.000	.02*	.01*
Stap 2					
Sekse	-.09*	-2.80	.005		
Gemiddelde sociale media	-.10*	-3.49	.001		

*Noot.* N=1027. \* $p < .01$ . \*\* $p < .001$

**Discussie**

## RELATIE TUSSEN SOCIALE MEDIA EN ZELFBEELD

Het doel van dit onderzoek was om vast te kunnen stellen in hoeverre er sprake is van een relatie tussen het gebruik van sociale media en het zelfbeeld van jongeren in de leeftijd van tien tot vijftien jaar.

Uit dit onderzoek is gebleken dat er een positieve correlatie bestaat tussen het gebruik van sociale media en het sociaal zelfbeeld. Dit houdt in dat het sociale zelfbeeld van jongeren hoger wordt, naarmate zij vaker gebruik maken van social media. Deze bevinding komt overeen met de vooraf opgestelde hypothese die veronderstelt dat er sprake zou zijn van een positieve correlatie tussen het gebruik van sociale media en sociaal zelfbeeld. Ook Jackson et al. (2010) kwamen in hun onderzoek tot deze conclusie. Opvallend is dat de onderzoeken van Blomfield et al. (2014) en Valkenburg et al. (2006) deze bevindingen tegenspreken doordat zij een negatieve relatie hebben gevonden. Toch blijkt ook uit het artikel van Harter (2012a) dat het sociale zelfbeeld ontwikkeld wordt door het hebben van sociaal contact met leeftijdsgenoten. Omdat jongeren dagelijks in contact staan met hun sociale netwerk via de sociale media waar zij meer dan de helft van hun tijd aan besteden, ondersteunt dit de bevinding dat er sprake is van een relatie tussen het gebruik van sociale media en sociaal zelfbeeld (Woods & Scott, 2016).

De resultaten met betrekking tot de relatie tussen fysiek zelfbeeld en het gebruik van sociale media laten een negatieve relatie zien. Dit houdt in dat het fysieke zelfbeeld van jongeren vermindert, naarmate zij vaker gebruik maken van social media. Dit is zowel in overeenstemming met de hypothese als met het onderzoek van Burnette et al. (2017) en Chakraborty en De (2014) waarin deze conclusie ook naar voren kwam.

Voor dit onderzoek is gebruik gemaakt van een steekproef van 1032 respondenten. De grootte van deze steekproef verhoogt de betrouwbaarheid van dit onderzoek en kan gezien worden als een sterk punt van deze studie. Echter is de vragenlijst maar op één moment afgenomen. Hierdoor kunnen er geen uitspraken gedaan worden over eventuele causale relaties tussen de gemeten variabelen. Dit zorgt voor een lage interne validiteit. Om de interne validiteit te verhogen zou er een longitudinaal onderzoek uitgevoerd kunnen worden, waarin de vragenlijst op meerdere momenten bij de jongeren wordt afgenomen. Kijkend naar de externe validiteit, en dus de generaliseerbaarheid, kan gesteld worden dat de resultaten van dit onderzoek alleen gegeneraliseerd kunnen worden naar Nederlandse jongeren in de leeftijdsgroep tien tot vijftien jaar. Om de externe validiteit te verhogen zou het onderzoek onder verschillende

## RELATIE TUSSEN SOCIALE MEDIA EN ZELFBEELD

leeftijdsgroepen of in andere landen kunnen worden afgenomen, zodat er ook een uitspraak gedaan kan worden over andere doelgroepen (Landsheer, 't Hart, De Goede & Van Dijk, 2003).

Dit onderzoek onderscheidt zich van andere onderzoeken die gedaan zijn naar het gebruik van sociale media en de relatie tot zelfbeeld, omdat zowel het sociale als het fysieke zelfbeeld naast elkaar worden onderzocht. Dit is een sterk punt van deze studie.

Hoewel er naar aanleiding van dit onderzoek vastgesteld kan worden dat er sprake is van een relatie tussen het gebruik van sociale media en het sociaal en fysiek zelfbeeld, kunnen er geen uitspraken gedaan worden over de causaliteit van deze relatie. Dit kan gezien worden als een limitatie van dit onderzoek en vormt de aanleiding voor vervolgonderzoek naar dit onderwerp. Een andere reden voor vervolgonderzoek is het feit dat er nieuwe sociale media apps ontwikkeld worden. Hierbij kan onderzocht worden wat voor gevolgen dit zal hebben op de frequentie van het gebruik van sociale media en het effect hiervan op beide soorten zelfbeeld. Door deze snelle ontwikkelingen zullen onderzoeken hiernaar snel verjaren. Daarom is het belangrijk om met een kritische blik te blijven kijken naar voorgaande en toekomstige onderzoeken.

In voorgaande onderzoeken wordt vooral gekeken naar de invloed die sociale media hebben op jongens. In dit onderzoek wordt gekeken naar zowel jongens als meisjes. Echter blijkt uit het onderzoek van Fox en Vendemia (2016) dat er de laatste jaren een toename zichtbaar is in de mate waarin jongens ontevreden zijn over hun uiterlijk. Om deze reden wordt aanbevolen om tevens vervolgonderzoek uit te voeren naar effecten die jongens ervaren.

Uit dit onderzoek is gebleken dat er sprake is van een relatie tussen het gebruik van sociale media en zowel het sociale- als fysieke zelfbeeld. Vanwege het vinden van verschillende relaties, namelijk een positieve relatie ten aanzien van het sociale zelfbeeld en een negatieve relatie bij het fysieke zelfbeeld, kunnen er geen uitspraken gedaan worden over de relatie tussen sociale media en het algehele zelfbeeld. Tevens kunnen er geen uitspraken gedaan worden over causaliteit en de richting hiervan. Vervolgonderzoek wordt aanbevolen om hier antwoord op te kunnen geven. Op basis van de resultaten van dit onderzoek kan wel gesteld worden dat het van belang is om bewustwording te creëren bij de gebruikers van sociale media.

## RELATIE TUSSEN SOCIALE MEDIA EN ZELFBEELD

## Referenties

- Apaolaza, V., Hartmann, P., Medina, E., Barrutia, J. M., & Echebarria, C. (2013). The relationship between socializing on the Spanish online networking site Tuenti and teenagers' subjective wellbeing: The roles of self-esteem and loneliness. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1282-1289. doi:10.1016/j.chb.2013.01.002
- Blomfield Neira, C. J., & Barber, B. L. (2014). Social networking site use: Linked to adolescents' social self-concept, self-esteem, and depressed mood. *Australian Journal of psychology*, 66(1), 56-64. doi:10.1111/ajpy.12034
- Burnette, C. B., Kwitowski, M. A., & Mazzeo, S. E. (2017). "I don't need people to tell me I'm pretty on social media: "A qualitative study of social media and body image in early adolescent girls. *Body Image*, 23, 114-125. doi:10.1016/j.bodyim.2017.09.001
- Chakraborty, R. & De, S. (2014) Body Image and its Relation with the Concept of Physical Self Among Adolescents and Young Adults. *Psychol Stud*, 59, 419–426. doi:10.1007/s12646-014-0268-4
- Daniel, S., & Bridges, S. K. (2010). The drive for muscularity in men: Media influences and objectification theory. *Body Image*, 7, 32-38. doi: 10.1016/j.bodyim.2009.08.003
- Field, A. (2017). *Discovering Statistics Using IBM SPSS*. Californië: Sage Publications Ltd.
- Fox, J. & Vendemia, M. A. (2016). Selective Self-Presentation and Social Comparison Trough Photographs on Social Networking Sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(10), 593-600. doi:10.1089/cyber.2016.0248
- Harter, S. (1988). *Manual for the self-perception profile for adolescents*. Denver, CO: University of Denver.
- Harter, S. (2012a). *The construction of the self: A developmental perspective* (2nd ed.). New York, NY: Guilford Press.
- Harter, S. (2012b). *Manual for the self-perception profile for adolescents*. Denver, CO: University of Denver.
- Hobza, C. L., Walker, K. E., Yakushko, O., & Peugh, J. L. (2007). What About Men? Social Comparison and the Effects of Media Images on Body and Self-Esteem. *Psychology of Men & Masculinity*, 3, 161–172. doi:10.1037/1524-9220.8.3.16
- Iannaccone, M., D'Olimpio, F., Cella, S., & Cotrufo, P. (2016). Self-esteem, body shame and eating disorder risk in obese and normal weight adolescents: A mediation model. *Eating*

## RELATIE TUSSEN SOCIALE MEDIA EN ZELFBEELD

- Behaviors*, 21, 80-83. doi:10.1016/j.eatbeh.2015.12.010
- Jackson, L. A., Zhao, Y., Witt, E. A., Fitzgerald, H. E., von Eye, A., & Harold, R. (2010). Self-concept, self-esteem, gender, race, and information technology use. *CyberPsychology & Behavior*, 12(4), 437-440. doi:10.1016/j.chb.2009.11.001
- Landsheer, H., 't Hart, H., De Goede, M., & Van Dijk, J. (2003). *Praktijkgestuurd Onderzoek: Methoden van Praktijkonderzoek*. Groningen: Stenfert Kroese.
- Mahmoudia, A. (2012). Effect of self-esteem and self-efficacy in family dynamics. *Social and Behavioral Sciences*, 46, 53–56. doi:10.1016/j.sbspro.2012.05.066
- Maltesea, A., Alesia, M., & Alùb, A. G. M. (2012). Self-esteem, defensive strategies and social intelligence in the adolescence. *Social and Behavioral Sciences*, 69, 2054 – 2060. doi:10.1016/j.sbspro.2012.12.164
- Neuman, W. L. (2014). *Understanding research*. Harlow, United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Robins, R. W., Widaman, K. F., & Conger, R. D. (2014). Is Low Self-Esteem a Risk Factor for Depression? Findings From a Longitudinal Study of Mexican-Origin Youth. *Developmental Psychology*, 50(2), 622-633. doi:10.1037/a0033817
- Shoraka, H., Amirkafi, A., & Garrusi, B. (2019). Review of Body Image and some of Contributing Factors in Iranian Population. *International Journal of Preventive Medicine*, 10(19). doi:10.4103/ijpvm.IJPVM\_293\_18
- Valkenburg P. M., Koutamanis, M., & Vossen, H. G. M. (2017). The concurrent and longitudinal relationships between adolescents' use of social network sites and their social self-esteem. *Computers in human behavior*, 76, 35-41. doi:10.1016/j.chb.2017.07.008
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2007). Preadolescents' and adolescents' online communication and their closeness to. *Developmental Psychology*. Verkregen van: <http://psycnet.apa.org/journals/dev/43/2/267/>.
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2008). Adolescents' identity experiments on the internet: consequences for social competence and self-concept unity. *Communication Research*, 35, 208-231. doi:10.1177/0093650207313164
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2011). Online Communication Among Adolescents: An Integrated Model of Its Attraction, Opportunities, and Risks. *Journal of Adolescent Health*, 48(2), 121-127. doi:10.1016/j.jadohealth.2010.08.020

## RELATIE TUSSEN SOCIALE MEDIA EN ZELFBEELD

- Valkenburg, P. M., Peter, J., & Schouten, A. P. (2006). Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. *Cyberpsychology & Behavior*, 9(5), 584-590. doi:10.1089/cpb.2006.9.584
- Valkenburg, P. M., & Piotrowski, J. T. (2017). *Plugged in: How media attract and affect youth*. New Haven, NJ: Yale University Press.
- Vossen, H. G. M., Koutamanis, M., & Walther, J. B. (2017). An experimental test of the effects of online and face-to-face feedback on self-esteem. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 11(4), article 1. doi:10.5817/CP2017-4-1
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social Comparison, Social Media, and Self-Esteem. *American Psychological Association* 4, 206–22. doi:10.1037/ppm0000047
- Woods, H. C. & Scott, H. (2016) #Sleepyteens: social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self-esteem. *Journal of Adolescence*, 51, 41-49. doi:10.1016/j.adolescence.2016.05.008