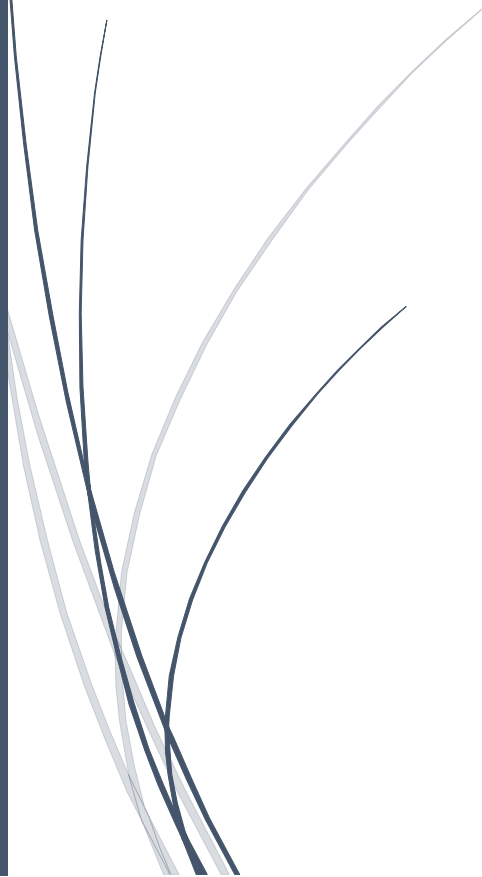


A dark blue vertical bar on the left side of the page, with a blue arrow pointing right from its center, containing the date.

25-6-2018

# Sociale media verslaving: Het effect van geslacht, met de behoefte aan sociale steun als mediërende rol

Several thin, curved lines in dark blue and light grey, resembling stylized grass or reeds, extending from the bottom left towards the center of the page.

S. Murugesan

1<sup>ste</sup> begeleider(s): M. Radstaak & I. Zweers

2<sup>de</sup> begeleider: M.L. Noordzij

Universiteit van Twente, Enschede, Nederland

## Samenvatting

In dit onderzoek werd er gekeken in welke mate de behoefte aan sociale steun gerelateerd is aan een hogere mate van sociale media verslaving onder vrouwen dan onder mannen. Om dit te onderzoeken werden twee vragenlijsten afgenomen, namelijk de “*Social media disorder scale*”, welke de mate van sociale media verslaving meet en de “*Berliner social support scales*”, welke de behoefte aan sociale support meet. De vragenlijsten werden afgenomen onder de vrienden- en kennissenkringen, alsook onder de studenten van Universiteit Twente. In totaal waren er 208 participanten, waaronder 154 vrouwen en 54 mannen. De leeftijd varieerde van 16 tot 59 jaar. Uit de resultaten bleek dat vrouwen een hogere mate aan sociale media verslaving hadden dan mannen. Ook bleek dat vrouwen een hogere mate aan de behoefte aan sociale steun hadden dan mannen. Echter, er was geen relatie gevonden tussen de behoefte aan sociale steun en sociale media verslaving. Uit deze resultaten werd geconcludeerd dat de behoefte aan sociale steun niet gerelateerd is aan een hogere mate van sociale media verslaving onder vrouwen dan onder mannen

Trefwoorden: Sociale media verslaving, geslacht, sociale steun

## Inleiding

Sociale media is een belangrijk platform wat onmisbaar is in het dagelijks leven. Het wordt gedefinieerd als: “Websites waarmee mensen een netwerk van contactpersonen kunnen opbouwen” (Social media, z.d.). Sociale media wordt vooral gebruikt om in contact te blijven met dierbaren, maar ook als vrijetijdsbesteding, zoals het bekijken van video’s op YouTube. In 2017 werd gemiddeld 135 minuten per dag aan sociale media besteed (Statista, z.d.). Echter, te veel gebruik van sociale media kan leiden tot een dwangmatig gebruik ervan (Van den Eijnden, Lemmens, & Valkenburg, 2016). Het dwangmatig gebruik staat ook wel bekend als verslaving aan sociale media (Van den Eijnden et al., 2016). In dit onderzoek zal gekeken worden naar sociale media verslaving, waarbij gericht wordt op het verschil tussen mannen en vrouwen. De reden hiervoor is dat in eerder onderzoek het geslacht als de meest significante demografische factor naar voren kwam omtrent de verslaving aan sociale media (Spilková, Chomnynová, & Csémy, 2017). Om te kijken of er sprake is van een mediërende factor bij het ontwikkelen van

een sociale media verslaving, wordt in dit onderzoek ook gekeken in welke mate de behoefte aan sociale steun een mediërende rol heeft bij sociale media verslaving. De reden hiervoor is dat bij de behoefte aan sociale steun ook een verschil in geslacht bestaat (Hum & Falci, 2016).

Sociale media verslaving kan worden beschreven als een bepaald dwang in een persoon, zoals veel tijd willen doorbrengen op sociale media en onmiddellijk van alles op de hoogte willen worden gesteld (Sahin, 2018). De ontwikkeling van deze verslaving kan door verschillende theoretische modellen verklaard worden. Turel en Serenk (2012) beschreven drie modellen met verschillende perspectieven die de ontwikkeling van een sociale media verslaving verklaren. Het eerste model is de “*cognitive-behavioral model*”. Dit model benadrukt dat “abnormaal” gebruik van sociale media komt door onaangepaste cognities, wat versterkt wordt door verschillende omgevingsfactoren. Voorbeelden van omgevingsfactoren zijn sociale isolatie en het tekort aan steun van leeftijdsgenoten (Turel & Serenk, 2012). Dit kan uiteindelijk leiden tot verslaving aan sociale media. Het tweede model is de “*Social skill model*”. Dit model verklaart dat “abnormaal” gebruik van sociale media ontstaat doordat mensen de skills missen om zichzelf bloot te stellen naar anderen toe en geven dus de voorkeur aan virtuele communicatie in plaats van face-to-face, wat tot verslaving kan leiden. Het derde en laatste model is de “*socio-cognitive model*”. Volgens dit model ontstaat “abnormaal” gebruik van sociale media door verwachting van positieve uitkomsten, gecombineerd met internet zelfeffectiviteit en gebrekkig internet zelfregulatie, wat uiteindelijk leidt tot verslaving (Turel & Serenk, 2012).

Geslacht speelt een belangrijke rol bij het ontwikkelen van een verslaving aan sociale media. De verslaving begint hierbij door een overmatig gebruik van sociale media (Andreassen, Pallesen, & Griffiths, 2017). Uit onderzoek blijkt dat jarenlang een overmatig gebruik van sociale media meer voorkwam bij vrouwen dan bij mannen (Perrin, 2015). Uit een ander onderzoek blijkt dat een verslavend gebruik van sociale media vaker voorkomt bij vrouwen dan bij mannen (Andreassen et al., 2017). Dit doordat vrouwen eerder vatbaar zijn voor sociale media dan mannen en doordat ze er meerdere uren per dag aan besteden (Misra, Dangi, & Patel, 2015). Ze proberen hierbij de bestaande relaties te onderhouden. Dit wordt ook bevestigd door een ander onderzoek, waaruit blijkt dat vrouwen meer interesse hadden in aspecten die te maken hebben met relatie (Barker, 2009). Hierbij kan gedacht worden aan het praten over diepe gevoelens en geheimen. Mannen blijken eerder sociale media te gebruiken voor professionele doeleinden en entertainment (Misra et al., 2015).

## Sociale steun

Een aspect dat een verklaring kan geven voor het willen onderhouden van bestaande relaties, is de behoefte aan sociale steun. Dit verwijst naar de verschillende typen van steun die mensen krijgen van anderen. Sociale steun wordt daarbij meestal onderverdeeld in twee, soms drie, categorieën: emotionele, instrumentele en soms informatieve steun (Seeman, 2008). Emotionele steun verwijst naar de dingen die personen doen waarbij men het gevoel krijgt dat diegene geliefd wordt en welke het gevoel van zelf-waarde stimuleert. Voorbeelden hiervan zijn het aanmoedigen van een persoon, het geven van positieve feedback en het praten over een probleem. Deze type steun komt meestal niet voor in de vorm van materiële hulp (Seeman, 2008). Daarentegen komt instrumentele steun wel voor in de vorm van materiële hulp. Deze type steun verwijst naar de verschillende soorten materiële hulp die anderen aanbieden. Hierbij kan gedacht worden aan het aanbieden van vervoer, aanbieden van geld en hulp bieden voor het huishouden. De derde type steun is informatieve steun, welke verwijst naar de hulp die anderen bieden door het geven van informatie. Deze type steun valt soms onder de instrumentele steun (Seeman, 2008).

Studies die gaan over sociale steun, hebben ook verschillen in geslacht ontdekt. Uit onderzoek blijkt dat vrouwen een grotere behoefte hebben aan sociale steun dan mannen (Hum & Falci, 2016). Wanneer er gekeken wordt naar de verschillende vormen van sociale steun, hebben vrouwen vooral meer emotionele steun van anderen dan mannen. Dit komt doordat ze zichzelf meer blootstellen op emotioneel gebied naar anderen toe dan mannen (Knoll & Schwarzer, 2002). Vrouwen die sociale steun nodig hebben, hebben de neiging om dit eerder te zoeken bij hun vriendinnen en familie. Mannen daarentegen, noemen hun partner als een bron van sociale steun (Oliveira et al., 2014). Mannen maken eerder gebruik van instrumentele steun die gebaseerd is op gedeelde activiteiten. Hierbij kan men denken aan het delen van ritten naar werk (Liebler & Sandefur, 2012).

Naast het krijgen van persoonlijke steun, kan men ook steun krijgen en bieden via sociale media. Voorbeelden van platformen zijn Facebook en WhatsApp. Deze vorm van sociale steun is ideaal voor mensen die niet dichtbij elkaar wonen, maar toch nog steun van elkaar kunnen krijgen (Rozzell et al., 2014). Uit onderzoek blijkt dat vrouwen meer behoefte hebben aan deze vorm van sociale steun dan mannen (Misra et al., 2015). Dit doordat ze, zoals eerder benoemd, het belangrijk vinden om relaties te onderhouden en willen praten over hun gevoelens.

## Onderzoeksvraag en hypotheses

Doordat het blijkt dat vrouwen meer een verslavend gebruik van sociale media tonen dan mannen (Andreassen et al., 2017), kan ervan worden uitgegaan dat vrouwen eerder een kans hebben om sociale media verslaving te ontwikkelen dan mannen. Ook blijkt het dat vrouwen eerder de behoefte hebben aan sociale steun dan mannen (Hum & Falci, 2016). Uit onderzoek blijkt ook dat vrouwen eerder geneigd zijn om een verslaving te ontwikkelen omtrent activiteiten die te maken hebben met sociale interacties dan mannen (Andreassen et al., 2017). Voorbeelden van activiteiten zijn het communiceren met vrienden en familie via de hiervoor genoemde sociale media platformen. Echter, er is weinig tot geen nadere informatie bekend of de behoefte aan sociale steun een bijdrage levert aan het verslaafd raken aan sociale media bij vrouwen dan bij mannen. Het is wel essentieel om het voorgenoemde te onderzoeken, doordat er weinig bekend is waardoor sociale media verslaving ontstaat (Kuss & Griffiths, 2017). Hierdoor is de volgende onderzoeksvraag opgesteld: “In welke mate is de behoefte aan sociale steun gerelateerd aan de hogere mate van sociale media verslaving onder vrouwen?”

Wanneer er een vergelijking wordt gemaakt met de drie eerdergenoemde theoretische modellen van Turel en Serenk (2012) en het model van dit onderzoek, past het model van dit onderzoek het meest bij het eerste model, namelijk “cognitive behavioral model”. De reden dat de twee modellen met elkaar overeenstemmen is doordat volgens het “cognitive behavioral model”, zoals eerder benoemd, sociale media verslaving wordt veroorzaakt door maladaptieve cognities welke versterkt worden door omgevingsfactoren zoals een tekort aan sociale steun (Turel & Serenk, 2012). In dit onderzoek is dit echter geformuleerd als de behoefte aan sociale steun. Consistent met de bevindingen die besproken zijn, zijn de volgende hypotheses opgesteld:

Hypothese 1: Er is een samenhang tussen geslacht en sociale media verslaving (d.w.z. vrouwen hebben een hoger niveau van sociale media verslaving dan mannen).

Hypothese 2: Er is een samenhang tussen geslacht en de behoefte aan sociale steun (d.w.z. vrouwen hebben een hoger niveau aan de behoefte aan sociale steun dan mannen).

Hypothese 3: Er is een samenhang tussen de behoefte aan sociale steun en sociale media verslaving.

Hypothese 4: De samenhang tussen geslacht en sociale media verslaving wordt gemedieerd door de behoefte aan sociale steun.

## Methoden

### Design

Dit onderzoek was een beschrijvende, transversale kwantitatief onderzoek. Er werd ook gebruik gemaakt van convenience sampling. Via deze methode worden participanten geselecteerd op basis van hun toegankelijkheid en/of nabijheid van het onderzoek (Bornstein, Jager, & Putnick, 2013). De reden voor het gebruik van deze methode is doordat het een aantal voordelen heeft. Ten eerste is het gemakkelijk om het uit te voeren, ten tweede kost het weinig om te implementeren en ten derde neemt het weinig tijd in beslag om het uit te voeren (Bornstein et al., 2013). De onafhankelijke factor was hierbij het geslacht. De afhankelijke factor was sociale media verslaving. De verwachte mediërende factor was hierbij de behoefte aan sociale steun.

### Participanten

Een overzicht van de belangrijkste kenmerken van de participanten zijn weergegeven in tabel 1. In totaal deden er 208 participanten mee aan het onderzoek. De leeftijd varieerde van minimaal 16 tot maximaal 59 jaar. Wat opvalt aan de dataset is dat er voornamelijk vrouwen, Duitsers en studenten deelnamen. Uit de verkregen data, werden de participanten die de informed consent niet hadden ingevuld, de vragenlijst niet volledig hebben afgemaakt en bij de antwoordkeuze bij het geslacht als optie “anders” hadden aangevinkt niet meegenomen.

Tabel 1 Beschrijvende statistieken (%) van de participanten

| N= 208                       |                    |
|------------------------------|--------------------|
| Geslacht                     |                    |
| • Vrouwen                    | 74%                |
| • Mannen                     | 36%                |
| Leeftijd                     | M= 21.66, SD= 3.52 |
| Nationaliteit                |                    |
| • Nederlands                 | 30.8 %             |
| • Duits                      | 64.4 %             |
| • Anders                     | 4.8 %              |
| Huidige werkstatus           |                    |
| • School                     | 27.9 %             |
| • Beroepsopleiding           | 3.8 %              |
| • HBO/Universiteit studenten | 57.2 %             |
| • Werknemer                  | 10.6 %             |
| • Werkloos                   | 0.5 %              |

## Procedure

Het hele onderzoek was goedgekeurd door de ethische commissie van de faculteit Gedragswetenschappen van de Universiteit van Twente. De participanten werden verworven op vrijwillige basis vanuit de vrienden- en kennissenkring alsook binnen de campus van de universiteit van Twente. De vragenlijsten werden gepubliceerd op het internet. Hierdoor was het noodzakelijk dat de participanten beschikten over internetverbinding. De vragenlijsten konden zowel via de laptop als via de smartphone gemaakt worden. De vragenlijst voor vrienden- en kennissenkringen werd gepubliceerd op “Qualtrics”. De link naar de vragenlijst werd vervolgens gedeeld met de participanten. De participanten binnen de campus konden gebruik maken van de vragenlijst op de “SONA-systeem”, welke ook op vrijwillige basis was.

Wanneer de participanten begonnen met het onderzoek, kregen ze allereerst de informed consent te zien. Hierin werd vermeld waar het onderzoek over ging, de duur van het onderzoek en hoe er werd omgegaan met de informatie die uit het onderzoek werd verkregen. Na het lezen konden de participanten ermee instemmen of niet. Vervolgens konden de participanten de vragenlijst van dit onderzoek en de vragenlijsten van de overige onderzoeken invullen. Aan het eind kregen de participanten een nawoord, waarbij het mailadres van de onderzoeker stond,

indien de participant contact wilde opnemen voor nadere vragen. De participanten die de vragenlijst via SONA hadden ingevuld, kregen een beloning van 0.5 creditpunten. Het onderzoek duurde gemiddeld 20 tot 30 minuten.

## Materialen

### *Demografische gegevens*

Om de demografische variabelen te vragen, werd er gebruik gemaakt van meerkeuze vragen. Zo werden vragen als het geslacht, leeftijd, hoogst genoten opleiding en huidige werksituatie gevraagd. Betreft sociale media werd er gevraagd hoeveel uur per dag de participant besteed aan sociale media. Een voorbeeld vraag over de huidige werksituatie was het volgende: *“Wat is je huidige werksituatie? Denk alsjeblieft aan je hoofdberoep in plaats van aan bijbaantjes”*. De antwoordopties hierbij waren: *“Student (school), beroepsopleiding, universiteit studenten (ook hbo), werknemer en werkloos”*.

### *Social media disorder scale*

De eerste vragenlijst die werd gebruikt is de *“social media disorder scale”* (Van den Eijnden et al., 2016). Deze werd gebruikt om te onderzoeken of de participanten tekenen van een sociale media verslaving vertoonden. De vragenlijst bestond uit 27 items, welke werden onderverdeeld in 9 categorieën. De 9 categorieën zijn *“preoccupatie, tolerantie, terugtrekken, persistentie, verplaatsing, probleem, misleiding, ontsnapping en conflict”* (Van den Eijnden et al., 2016). Deze categorieën zijn gebaseerd op de DSM-5 criteria voor *“internet gaming disorder”*. Een voorbeeld item bij *“preoccupatie”* is het volgende: *“Heb je het afgelopen jaar het vaak moeilijk gevonden om niet naar berichten op sociale media te kijken als je iets anders deed (bijvoorbeeld schoolwerk)?”* Er werd gebruik gemaakt van een 5-punten Likert schaal, met als antwoordcategorieën *“nooit, zelden, soms, vaak en bijna altijd”*. Deze vragenlijst heeft een goed interne consistentie met een Cronbach's alpha van 0,92 (Van den Eijnden et al., 2016). De validiteit is ook goed (Van den Eijnden et al., 2016). In dit onderzoek was de Cronbach's alpha 0,94.

### *Berlin Social Support Scales*

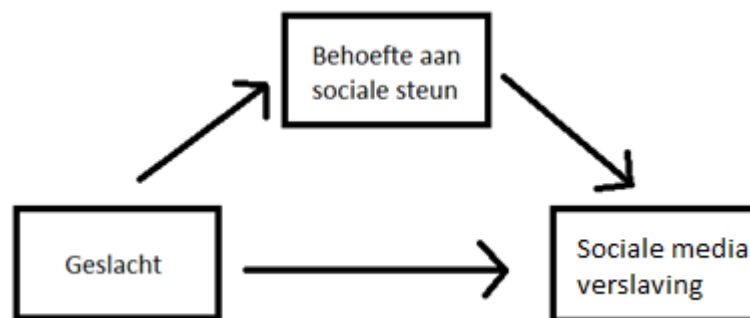
De tweede vragenlijst die werd gebruikt is de *“Berlin Social Support Scales (BSSS)”* (Schwarzer & Schulz, 2013). Deze vragenlijst meet de verschillende concepten omtrent sociale steun. De schalen uit deze vragenlijst zijn *“waargenomen emotionele steun, waargenomen instrumentele*



*steun, behoefte aan steun en het zoeken naar steun*". In dit onderzoek werden echter twee schalen ervan gebruikt, namelijk "*de behoefte aan steun*" en "*het zoeken naar steun*". De reden voor het gebruiken van deze schalen is doordat de overige schalen van de BSSS niet relevant waren voor dit onderzoek. Bij deze vragenlijst werd er gebruik gemaakt van een 4-punten Likert schaal, met als antwoordcategorieën "*zeer mee oneens, mee oneens, mee eens en zeer mee eens*". De behoefte aan sociale steun schaal heeft 4 items, met een Cronbach's alpha van 0.63 (MIDSS, z.d.). Een voorbeeld item is het volgende: "*Wanneer ik verdrietig ben, heb ik iemand nodig die mij geestelijk een boost geeft.*" Het zoeken naar sociale steun schaal heeft 5 items, met een Cronbach's alpha van 0.82 (MIDSS, z.d.). Een voorbeeld item hierbij is het volgende: "*Als ik me zorgen maak, zoek ik iemand om erover te praten*". Verschillende onderzoeken hebben ook vertoond dat de validiteit goed is (MIDSS, z.d.). In dit onderzoek was de Cronbach's alpha van de behoefte aan sociale steun schaal 0.29 en het zoeken naar sociale steun schaal 0.77.

### Data-analyse

Voor dit onderzoek werd er een mediatie analyse uitgevoerd, bestaande uit drie variabelen. Zoals eerder benoemd was de onafhankelijke variabele het geslacht. De afhankelijke variabele was sociale media verslaving en de mediator was de behoefte aan sociale steun. Een overzicht van de relaties tussen de variabelen is te zien in figuur 1.



Figuur 1 mediatie model van de drie belangrijkste variabelen

De mediatie analyse werd uitgevoerd met behulp van het programma "SPSS", waarbij gebruik werd gemaakt van de tool "Process" (Hayes, 2012). Allereerst werd er gekeken naar de regressie van geslacht op sociale media verslaving. Ten tweede werd er gekeken naar de regressie van geslacht op de behoefte aan sociale steun. Ten derde werd er gekeken naar de regressie van de behoefte aan sociale steun op sociale media disorder, in de aanwezigheid van de

onafhankelijke factor, namelijk het geslacht. Wanneer er sprake was van een significante samenhang tussen de variabelen bij alle drie de stappen, betekende het dat er een mediator effect kon bestaan. Als laatste werd er gekeken naar het effect van geslacht op sociale media verslaving, waarbij de behoefte aan sociale steun een mediator was. Indien bij de resultaten de mediator, namelijk de behoefte aan sociale steun, significant was en de overige twee variabelen niet, dan was er sprake van een volledige mediatie.

## Resultaten

De correlaties van de drie variabelen zijn gegeven in tabel 2. Het geslacht heeft significant een lage negatieve correlatie met sociale media verslaving. Geslacht heeft ook een significant lage negatieve correlatie met de behoefte aan sociale steun. Sociale media verslaving en de behoefte aan sociale steun zijn daarentegen niet gecorreleerd met elkaar.

*Tabel 2 Correlaties tussen de belangrijkste variabelen*

|                            | Geslacht | Sociale media verslaving | Behoefte aan sociale steun |
|----------------------------|----------|--------------------------|----------------------------|
| Geslacht                   | x        |                          |                            |
| Sociale media verslaving   | - 0.274* | x                        |                            |
| Behoefte aan sociale steun | - 0.400* | 0.185*                   | x                          |

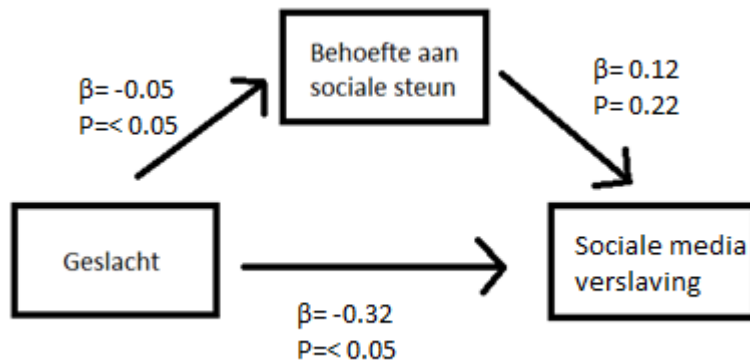
*Notitie. \*P < 0.01*

De gemiddeldes en standaarddeviaties van de verschillende variabelen zijn gegeven in tabel 3. Bij sociale media verslaving is te zien dat vrouwen gemiddeld hoger scoren dan mannen. Ook bij de vragenlijst over de behoefte aan sociale steun hebben vrouwen gemiddeld hoger gescoord dan mannen.

Tabel 3 Beschrijvende statistiek (gemiddeldes en standaarddeviaties) voor de belangrijkste variabelen

|                                   | Vrouwen (N= 154) |      | Mannen (N= 54) |      |
|-----------------------------------|------------------|------|----------------|------|
|                                   | M                | SD   | M              | SD   |
| Sociale media verslaving (1-5)    | 2.14             | 0.59 | 1.77           | 0.53 |
| Behoeftte aan sociale steun (1-4) | 3.06             | 0.39 | 2.66           | 0.46 |

Allereerst werd er gekeken naar de regressie van geslacht op sociale media verslaving. De hypothese die hierbij opgesteld is: “Er is een samenhang tussen geslacht en sociale media verslaving.” Er bleek hierbij een significante samenhang te zijn, met  $b = -0.37$ ,  $t(206) = -4.09$ ,  $p < 0.05$ . Dit betekent dat vrouwen significant een hoger niveau van sociale media verslaving laten zien dan mannen. Ten tweede werd er gekeken naar de regressie van geslacht met sociale media verslaving. De bijbehorende hypothese is: “Er is een samenhang tussen geslacht en de behoefte aan sociale steun.” Ook hierbij bleek een significante samenhang te zijn, met  $b = -0.40$ ,  $t(206) = -6.26$ ,  $p < 0.05$ . Dit betekent dat vrouwen significant een hogere mate aan de behoefte aan sociale steun hebben dan mannen. Ten derde werd er gekeken naar de regressie van de behoefte aan sociale steun met sociale media verslaving. De hypothese hierbij is: “Er is een samenhang tussen de behoefte aan sociale steun en sociale media verslaving.” Dit bleek niet significant te zijn, met  $b = 0.12$ ,  $t(205) = 1.22$ ,  $p = 0.22$ . Dit betekent dat er geen significante samenhang is tussen de behoefte aan sociale steun en sociale media verslaving. Hieruit kan er al afgeleid worden dat er geen mediatie effect ter sprake is. Als laatste werd er gekeken naar de regressie van het geslacht met sociale media verslaving, mediërend door de behoefte aan sociale steun. De bijbehorende hypothese is: “De samenhang tussen geslacht en sociale media verslaving wordt gemedieerd door de behoefte aan sociale steun”. Dit bleek significant te zijn, met  $b = -0.32$ ,  $t(205) = -3.26$ ,  $p < 0.05$ . Dit betekent dat het totale model wel significant is. Wanneer er gekeken wordt naar het indirecte effect van het geslacht op de verslaving aan sociale media, blijkt de effectgrootte  $-0.05$  te zijn met een 95% interval, waarbij de nul inbegrepen is. Dit betekent dat het effect significant kleiner was dan de nul bij  $\alpha = 0.05$ . Een overzicht van de resultaten van het totale model is te vinden in figuur 2.



*Figuur 2 Overzicht van de regressies tussen de drie belangrijkste variabelen van het totale model*

## Discussie

Het doel van deze studie was om antwoord te geven op de vraag in welke mate de behoefte aan sociale steun gerelateerd is aan een hogere mate van sociale media verslaving bij vrouwen. Uit de resultaten blijkt er een samenhang te bestaan tussen het geslacht en sociale media verslaving, waarbij er specifiek een positieve samenhang is tussen vrouwen en een hogere mate aan sociale media verslaving. Dit wordt bevestigd door eerder onderzoek. Het blijkt namelijk dat vrouwen een hogere kans hebben voor het ontwikkelen van sociale media verslaving (Kuss & Griffiths, 2017). Dit doordat ze een verslavend gebruik van sociale media vertonen (Andreassen et al., 2017). Dit betekent dat vrouwen een hogere mate aan sociale media verslaving hebben dan mannen. Ook blijkt er een samenhang te bestaan tussen het geslacht en de behoefte aan sociale steun, waarbij er specifiek een positieve samenhang is tussen vrouwen en een hogere mate aan de behoefte aan sociale steun. Dit wordt ook bevestigd door eerder onderzoek. Zo blijkt het dat vrouwen eerder de behoefte hebben aan sociale steun dan mannen (Hum & Falci, 2016). Dit betekent dat vrouwen een hogere mate aan de behoefte aan sociale steun hebben dan mannen.

Echter, er is in deze studie geen samenhang gevonden tussen de behoefte aan sociale steun en sociale media verslaving. In tegenstelling tot dit resultaat, is er in voorgaande studie wel een samenhang gevonden tussen online sociale steun en sociale media verslaving (Wang & Wang, 2013). Als reden werd er benoemd dat mensen sterke banden vormen met mensen die ze online hebben ontmoet. Hierdoor krijgen ze het gevoel dat ze op iemand kunnen rekenen wanneer ze behoefte hebben aan steun. Als gevolg hiervan wordt het internetgebruik verhoogd, alleen vinden ze het vervolgens lastig om het gebruik onder bedwang te houden.

Een inconsistent bevinding kan komen door het verschil in doelgroep. In het voorgaande onderzoek, welke de vragenlijst over de behoefte aan sociale steun gebruikte, was de doelgroep kankerpatiënten. Uit onderzoek blijkt dat kankerpatiënten grote behoefte hebben aan sociale steun dan de gemiddelde mens (Usta, 2012). Ze ervaren het hebben van de ziekte als zwaar en zoeken op deze manier een uitweg om niet met hun ziekte bezig te zijn. Online sociale steun is een manier hierbij om te achterhalen hoe andere kankerpatiënten omgaan met de ziekte en op die manier kunnen ze elkaar steunen (Yli-Uotila, Rantanen, & Suominen, 2014). In dit onderzoek was er echter geen sprake van een specifieke doelgroep en ging het om de normale populatie. Consistent met de bevindingen van dit onderzoek, kan er gezegd worden dat de behoefte aan sociale steun niet gerelateerd is aan sociale media verslaving.

### Sterke punten, beperkingen en aanbevelingen

Dit onderzoek heeft een aantal sterke kanten. Een eerste sterke punt van dit onderzoek is dat er in voorgaande studies de afzonderlijke relaties tussen de variabelen wel is onderzocht, maar niet dat de drie variabelen werden samengenomen. Dit is het eerste onderzoek welke onderzocht heeft in welke mate de behoefte aan sociale steun gerelateerd is aan een hogere mate van sociale media verslaving onder vrouwen dan mannen.

Een tweede sterke punt is dat dit het eerste onderzoek is die de volledige vragenlijst over sociale media verslaving met 27 items in praktijk heeft gebracht, door te kijken naar het verschil in geslacht. De vragenlijst is vrij nieuw en het is hiervoor alleen gebruikt om de validiteit en betrouwbaarheid te meten (Van den Eijnden et al., 2016). Er is echter wel een onderzoek geweest die de verkorte versie met 9 items heeft gebruikt, maar dat onderzoek had een andere doelstelling (Savci & Aysan, 2017).

Naast de sterke kanten van dit onderzoek, zijn er ook een aantal beperkingen. Doordat het een vragenlijst van 5 onderzoekers was, duurde het gemiddeld 20 tot 30 minuten om de vragenlijst volledig te beantwoorden. Dit doordat er meer dan 100 items waren. Het effect hiervan was dat er erg veel participanten uit de data zijn gehaald, doordat ze de vragenlijst van dit onderzoek niet volledig hebben ingevuld. Uit onderzoek blijkt dat hoe langer de vragenlijst is, hoe minder participanten de vragenlijst afmaken (Galesic & Bosnjak, 2009). Indien het belangrijk is om zo veel mogelijk participanten te verwerven, is het belangrijk dat in een volgend onderzoek de vragenlijst minder lang duurt. Uit onderzoek blijkt dat de ideale gemiddelde tijd van een

vragenlijst 10 minuten is en dat de maximale lengte van een vragenlijst 20 minuten is om de participanten gemotiveerd te laten blijven om de vragenlijst in te vullen (Revilla & Ochoa, 2017).

Een ander beperking is de Cronbach's alpha van de vragenlijst over de behoefte aan sociale steun in dit onderzoek. Er was te zien dat de Cronbach's alpha van de schaal over de behoefte aan sociale steun laag was, namelijk 0.29. Dit zou betekenen dat de interne consistentie erg slecht is. Echter, uit onderzoek blijkt dat de Cronbach's alpha beïnvloed kan worden door de lengte van de vragenlijst. Het blijkt dat wanneer de vragenlijst kort is, dat de Cronbach's alpha verminderd wordt (Tavakol & Dennick, 2011). De schaal over de behoefte aan sociale steun had immers maar 4 items. Ook het eerdergenoemde verschil in doelgroepen kan een verschil geven in de Cronbach's alpha vergeleken met het voorgaande onderzoek.

Doordat er in dit onderzoek niet is aangetoond dat de behoefte aan sociale steun een mediërende rol heeft bij een hogere mate aan sociale media verslaving onder vrouwen, zou er ook verder gekeken moeten worden naar mogelijke alternatieve mediërende factoren. Er is namelijk tot op heden weinig tot niets bekend waardoor sociale media verslaving ontstaat (Kuss & Griffiths, 2017).

## Conclusie

Deze studie biedt inzicht in welke mate de behoefte aan sociale steun gerelateerd is aan een hogere mate van sociale media verslaving onder vrouwen dan mannen. Hoewel de afzonderlijke relaties tussen geslacht en sociale media verslaving en tussen geslacht en de behoefte aan sociale steun ter sprake zijn, is de relatie tussen de behoefte aan sociale steun en sociale media verslaving niet ter sprake. Al met al kan er hierdoor geconcludeerd worden dat de behoefte aan sociale steun niet gerelateerd is aan een hogere mate van sociale media verslaving bij vrouwen dan bij mannen.

## Referentielijst

- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*, 64, 287-293. doi: <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.03.006>
- Barker, V. (2009). Older adolescents' motivations for social network site use: The influence of gender, group identity, and Collective Self-Esteem, *CyberPsychology & Behavior*, 12(2), 209-213. doi: 10.1089/cpb.2008.0228
- Bornstein, M. H., Jager, J., & Putnick, D. L. (2013). Sampling in developmental science: Situations, shortcomings, solutions, and standards. *Developmental Review*, 33(4), 357-370. doi: 10.1016/j.dr.2013.08.003
- van den Eijnden, R. J. J. M., Lemmens J. S., & Valkenburg, P. M. (2016). Social media disorder scale. *Computers in human behavior*, 61, 478-487. doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.038>
- Galesic, M., & Bosnjak, M. (2009). Effects of questionnaire length on participation and indicators of response quality in a web survey. *Public Opinion Quarterly*, 73(2), 349-360. doi: 10.1093/poq/nfp031
- Hayes, A. F. (2012). PROCESS: A versatile computational tool for observed variable mediation, moderation, and conditional process modeling [White paper]. Verkregen van <http://www.afhayes.com/public/process2012.pdf>
- Hum, E., & Falci, C. (2016). *Gender differences in social support, self-salience and mental health*. (posterpresentatie). University of Nebraska, Lincoln. Verkregen van <https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1137&context=ucareresearch>
- Knoll, N., & Schwarzer, R. (2002). "Gender and age differences in social support: a study of East German refugees.". *NATO Science Series 1: Life and behavioural sciences*, 327, 198-210.

- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2017). Social networking sites and addiction: ten lessons learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(3), 1-17. doi: 10.3390/ijerph14030311
- Liebler, C. A., & Sandefur, G. D. (2012). Gender differences in the exchange of social support with friends, neighbors, and co-workers at midlife. *Social Science Research*, 31(3), 364-391. doi: 10.1016/S0049-089X(02)00006-6
- MIDSS (z.d.). Berlin Social Support Scales (BSSS). Verkregen op 21 april, van <http://www.midss.org/content/berlin-social-support-scales-bsss>
- Misra, N., Dangi, S., & Patel, S. (2015). Gender Differences in Usage of Social Networking Sites and Perceived Online Social Support on Psychological Well Being of Youth. *The International Journal of Indian Psychology*, 3(1), 63-74
- Oliveira, A. J., Lopes, C. S., Rostila, M., Werneck, G. L., Griep, R. H., De Leon, A. C. M. P., & Faerstein, E. (2014). Gender differences in social support and leisure-time physical activity. *Rev Saude Pública*, 48(4), 602–612. doi: 10.1590/S0034-8910.2014048005183
- Perrin, A. (2015). Social media usage: 2005-2015. Pew Research Center. Verkregen van <http://www.pewinternet.org/2015/10/08/social-networking-usage-2005-2015/>
- Revilla, M., & Ochoa, C. (2017). Ideal and maximum length for a web survey. *International Journal of Market Research*, 59(5), 557-565. doi: <https://doi.org/10.2501%2FIJMR-2017039>
- Rozzell, B., Piercy, C. W., Carr, C. T., King, S., Lane, B. L., Tornes, M., Johnson, A. J., & Wright, K. B. (2014). Notification pending: Online social support from close and nonclose relational ties via Facebook. *Computers in Human Behavior*, 38, 272-280. doi:10.1016/j.chb.2014.06.006
- Sahin, C. (2018). Social media addiction scale - student form: The reliability and validity study. *TOJET*, 17(1), 169-182.
- Savci, M., & Aysan, F. (2017). Technological addictions and social connectedness: Predictor effect of internet addiction, social media addiction, digital game addiction and smartphone



addiction on social connectedness. *Dusunen Adam The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences*, 30, 202-216. doi: 10.5350/DAJPN2017300304

Schwarzer, R., & Schulz, U. (2013). *Social support in coping with illness: The Berlin Social Support Scales (BSSS)*. Verkregen van [http://www.midss.org/sites/default/files/berlin\\_social\\_support\\_scales\\_english\\_items\\_by\\_cale.pdp](http://www.midss.org/sites/default/files/berlin_social_support_scales_english_items_by_cale.pdp)

Seeman, T. (2008). *Support & social conflict: section one - social support*. Verkregen van <http://www.macses.ucsf.edu/research/psychosocial/socsupp.php#top>

Social media. (2018). In *Van Dale Uitgevers*. Verkregen op 13 juni 2018, van <https://www.vandale.nl/gratiswoordenboek/nederlands/betekenis/social%20media#.WylkEiFPIU>

Spilková, J., Chomnynová, P., & Csémy, L. (2017). Predictors of excessive use of social media and excessive online gaming in Czech teenagers. *Journal of Behavioral Addictions*, 6(4), 611-619. doi: 10.1556/2006.6.2017.064

Statista. (z.d.). Daily time spent on social networking by internet users worldwide from 2012 to 2017 (in minutes). Verkregen op 10 maart 2018, van <https://www-statista.com.ezproxy2.utwente.nl/statistics/433871/daily-social-media-usage-worldwide/>

Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education*, 2, 53-55. doi: 10.5116/ijme.4dfb.8dfd

Turel, O., & Serenko, A. (2012). The benefits and dangers of enjoyment with social networking websites. *European Journal of Information Systems*, 21(5), 512-528. doi: 10.1057/ejis.2012.1

Usta, Y. Y. (2012). Importance of social support in cancer patients, *Asian Pacific journal of cancer prevention*, 13(8), 3569-3572. doi: 10.7314/APJCP.2012.13.8.3569

Wang, E. S., & Wang, M. C. (2013). Social support and social interaction ties on internet addiction: integrating online and offline contexts. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(1), 843-849. doi: 10.1089/cyber.2012.0557

Yli-Uotila, T., Rantanen A., & Suominen, T. (2014). Online social support received by patients with cancer. *CIN: Computers, Informatics, Nursing*, 32(3), 118-126. doi:  
<https://doi.org/10.1097/CIN.0000000000000028>