

Tegenwoordig staat iedereen continu in verbinding met de rest van de wereld. Dit stelt ons in staat om op de hoogte te blijven van vrijwel alle ontwikkelingen in de wereld, van groot tot klein. Ook geldt vice versa, dat iedere persoon of organisatie in korte tijd vele personen en groepen kan bereiken. Het was nog nooit zo gemakkelijk om een uitnodiging te sturen, een rekening te betalen of om naamsbekendheid te werven. Het lijkt evident dat het bedrijfsleven baat heeft bij deze ontwikkelingen. Deze medaille heeft echter ook een keerzijde. De focus op de virtuele wereld leidt af van de echte fysieke wereld. De ontwikkelingen in de wereld op een scherm volgen is niet gelijk aan het zelf ontdekken hiervan. Een online profiel bekijken is niet hetzelfde als iemand vragen wie hij is. En online contact is niet vergelijkbaar met fysiek contact. Verliest men hier niet de realiteit?

Waar hebben we het over? Social media of social networking.

Sociale media (de Engelse term **social media** is ook in het Nederlands gangbaar) is een verzamelbegrip voor online platformen op het Internet waar de gebruikers, zonder of met minimale tussenkomst van een professionele redactie, inhoud verzorgen. Hoofdkenmerken zijn interactie en dialoog tussen de gebruikers.

Eigenlijk is de drager WorldWideWeb na de start 1991 al snel een sociaal netwerk geworden.

Het is onduidelijk wie de Engelse term *social media* voor het eerst heeft gebruikt. Omdat er nog altijd onenigheid is over de exacte definitie is het moeilijk een overzicht te geven van de ontwikkeling van sociale media. Dit overzicht is sterk afhankelijk van de gebruikte definitie. De meest bekende vorm van sociale media zijn de sociale netwerksites. Het eerste commerciële sociale netwerk (1997) was Six Degrees. Facebook startte in 2004.

Kaplan en Haenlein definiëren sociale media als "een groep internetapplicaties die gebruik maken van de ideologie en de technologie van Web 2.0 en de creatieve uitwisseling van User Generated Content". Andreas M. Kaplan, Michael Haenlein (2010) Uitdagingen en kansen rond social media, *Management Executive*, 8(3), 18-19.

Onder die sociale media definitie worden onder andere weblogs, fora, op samenwerking gebaseerde projecten als Wikipedia, en sociale netwerksites ingedeeld. Via deze media delen mensen verhalen, kennis en ervaringen. Dit doen zij door berichten te publiceren of door gebruik te maken van ingebouwde reactiemogelijkheden.

- *Fotosites*: Flickr, Picasa, Instagram, Pinterest, Photobucket, 500px, Snapchat
- *Microblogs*: Twitter, Tumblr
- *Social Bookmarking*: Delicious
- *Social Networking* (communitysites): Facebook, VKontakte, Google+, Netlog
- *Social Networking* voor zakelijk gebruik: LinkedIn, Xing
- *Social Newssites*: Digg, Indymedia
- *Weblogs*: Blogger.com, Wordpress, Blogspot
- *Videosites*: YouTube, Dailymotion, Vimeo, Vine
- *Datingsites*: Badoo, Twoo
- *Muzieksites*: SoundCloud

Blendle.nl vergelijkt zichzelf met de iTunes store, en is m.i. geen sociaal medium/netwerk.

Social Media vs Networking Site (SNS)

Social networking websites worden vaak verward met sociale media sites.

Een social networking (of zgn. sociale) website is een online platform dat gebruikers in staat stelt om een openbaar profiel te maken en communiceren met andere gebruikers op de website. Gebruikers van social networking websites hebben een lijst van mensen met wie zij een aansluiting delen en laat de mensen op de lijst wederzijds de mogelijkheid om die verbinding te bevestigen of te ontkennen. Als een verbinding wederzijds wordt vastgesteld, kan de nieuwe gebruiker zoeken in de netwerken van zijn connecties om meer verbindingen te maken.

Social networking sites hebben verschillende regels voor het leggen van verbanden , maar vaak stellen ze gebruikers in staat om de aansluitingen van een bevestigde verbinding te bekijken en suggereren verdere verbindingen op basis van het netwerk van de andere personen. Social networking websites zijn profiel-, thema- of cultuurgericht. Vele netwerken zijn gebouwd voor een specifieke gebruikersgroep, zoals culturele of politieke groepen binnen een bepaald gebied of zelfs handelaren in de financiële markten.

Een social networking site is een site waar deelnemers een (semi)publiek profiel hebben, met inbegrip van dating-sites, fansites en ga zo maar door . Primair doel is het verbinden.

Een social media site heeft profielen en verbindingen, gecombineerd met de middelen om allerlei soorten online content eenvoudig te delen. Primair doel is het content delen.

Sociale media vs Web 2.0

Omdat Web 2.0 functionaliteiten in sociale media verweven zit, is het lastig een hard onderscheid tussen Web 2.0 en sociale media te maken. Wanneer je het over Web 2.0 hebt, dan spreek je over dezelfde platformen als de sociale media platformen. Toch zijn dit twee wezenlijk verschillende fenomenen.

Web 2.0 betekende hernieuwde aandacht voor de *bruikbaarheid* en anderzijds de *onderliggende techniek* van webdiensten. Sociale media bestonden al voor deze ontwikkeling.

Web 2.0 is vooral een ontwikkeling geweest die het gebruik en de groei van sociale media op het internet faciliteert. Hoewel het makkelijker is geworden om sociale media te gebruiken, is het internet altijd een sociale omgeving geweest.

Op de de hoogte blijven kan óók verslavend zijn. Wat zien jongeren als de voor- en nadelen van internet? RTL Nieuws 1-10-2013

<http://www.rtlnieuws.nl/nieuws/binnenland/de-voor-en-nadelen-van-internet-volgens-jongeren>

Voordelen:

- Op de hoogte blijven
- Kijken wat anderen aan het doen zijn, ook van beroemdheden en BN'ers
- Contact onderhouden met vrienden en nieuwe vrienden maken
- Een bron van informatie en advies
- Je kunt laten zien wie je bent of wie je zou willen zijn
- Het is gratis en eenvoudig
- Het helpt tegen verveling en geeft je een houding als je bijvoorbeeld wacht

Nadelen:

- Het gebrek aan privacy. Ze vinden dat mensen te veel zaken op sociale media zetten die niemand iets aangaan
 - Iedereen is altijd zichtbaar. Alle vrienden kunnen zien wanneer je online bent
 - Te veel informatie krijgen door sociale media
 - Het leidt af
 - Het is verslavend en soms vermoeiend
 - Het veroorzaakt 'studie ontwijkend gedrag'
 - Je buitengesloten voelen als je geen sociale media hebt. Dan weet je niet waar anderen het over hebben. Soms ook gebruikt als middel om iemand mee te pesten
 - Sociale media geven een ander beeld van de werkelijkheid. Mensen zetten er alleen leuke dingen op
 - Minder persoonlijk contact doordat je alles al via WhatsApp vertelt
 - Minder bezig zijn met je omgeving, alleen met je telefoon
 - Druk om meteen te reageren, ook 's nachts. Omdat je bij WhatsApp kunt zien wanneer iemand voor het laatst online was. Leidt ook tot conflicten. 'Is er wat, dat je niet reageert?'
-

J van Kokswijk: keynote 'de keerzijde van sociale media' 21 mei 2014 Eindhoven ESS

Niet de zegen maar de zonde... vooral zonde van je tijd en identiteit. En ook van je privacy.

o.a. wetenschappelijk onderbouwde stellingen over (negatieve gevolgen van) sociale media:

1. Always Controlled

Je digitale status of actie is 24x7 bekend, met name op sociale netwerken, en wordt gemeld aan 'vrienden' maar is ook zichtbaar/opvraagbaar voor onbekenden (stalkers, overheid, bedrijven, criminelen). Gevolg is dat je je gedrag aanpast: je gaat leven naar de 'bewaking'. Technology is developed to support human but is used to report about human Quote: TMA Bemelmans

'The Internet of Things and the boundaries of humanity' 29-10-13 Cambridge University
'Do we control technology or does technology control us?' Hoe kunnen we ervoor zorgen dat in een tijdperk van ongekende technologische vooruitgang en vertrouwen, de kenmerken die ons mens maken niet verloren raken?

<http://www.cam.ac.uk/festival-of-ideas/events-and-booking/fully-booked-the-internet-of-things-and-the-boundaries-of-humanity>

<https://www.flickr.com/photos/cambridgeuniversity/10980597536/>

<http://broadlyrisks.firetrench.com/2013/10/cambridge-festival-of-ideas-do-we-control-technology-or-does-technology-control-us/>

2. Sociale media richten zich op uitzenden in plaats van luisteren, en wissen de cultuur.

Andrew Keen, schrijver van "The Cult of the Amateur" waarin hij waarschuwt voor de schadelijke gevolgen van de Web 2.0 cultuur, schrijft in zijn nieuwe boek: "Digital Vertigo: How Today's Online Social Revolution How Today's Online Social Revolution Is Dividing, Diminishing, and Disorienting Us" dat de meeste gebruikers genieten van het gemak en het plezier dat sociale media sites te brengen en niet nadenken over mogelijke gevolgen.

"Als we onttrekken uit echte sociale dingen, en als we ons terugtrekken in consumeren van andermans ideeën, muziek, films en boeken, om ze snel door te zenden aan anderen, lijken we meer en meer bezig zijn met onszelf uitzenden. En dat is diep narcistisch en uiteindelijk niet goed nadenken over onszelf als individu of collectief als soort." vindt Keen. Hij stelt dat we cultuurloos raken.

Zijn betoog is mede gebaseerd op onderzoek rond de invloed van sociale netwerken op onze omgeving en gezondheid (Genes, Behavior, and the Social Environment: Moving Beyond the Nature; Nurture Debate, Institute of Medicine (US) Committee on Assessing Interactions Among Social, Behavioral, and Genetic Factors in Health; Hernandez LM, Blazer DG, eds, National Academies Press, Washington, 2006). De invloed van sociale en culturele variabelen op de gezondheid betreft afmetingen van zowel tijd (kritieke fasen in de levensloop en de effecten van cumulatieve blootstelling) en plaats (meerdere niveaus van blootstelling). De contexten waarin sociale en culturele variabelen bijdragen aan het beïnvloeden van de gezondheidsresultaten worden de sociale en culturele omgeving genoemd.

Juist het ontbreken van begrip van tijd en plaats op het internet, en met name in sociale netwerken (ref: Facebook bepaalt je tijdlijn, en 'waar ik inlog is mijn vaderland' [uit: Architectuur van een cybercultuur (JvKokswijk, Kirjaboek, 2003) en 'Bouwstenen Voor Betrokken Jeugdbeleid' PAH van Lieshout (red), WRR, Amsterdam University Press, 2007], heeft een negatieve invloed op onze sociale omgeving, op onze cultuur, en (aantoonbaar) op onze gezondheid.

3. Sociale media leiden tot alle remmen los, en ‘verhuftering van de maatschappij’.

De rol van internet, en vooral van de snelgroeiende sociale netwerken en media bij de ‘verhuftering van de maatschappij’ (quote: IVO, Instituut voor VerslavingsOnderzoek), ligt in het bieden van een online-identiteit, waarmee ze zich maskeren. Mensen menen te verkeren in subjectieve anonimiteit (zoals gemaskerde feestjes), en daarmee gaan alle morele remmen los: Suler, J. (2004). The online disinhibition effect. *Cyberpsychology & Behavior* 7. Sociale Media vormen laagdrempelige platformen voor online pesten, gedwongen sex, afpersing en het uiten van dreigementen. Er is in meerdere onderzoeken *) een correlatie gevonden van cyberpesten en algemeen gebruik van internet met een verhoogd risico van zelfbeschadiging, zelfmoordgedachten en depressie. Incidenteel heeft het geleid tot suïcide. De (vermeende) anonimiteit van internet resp. sociale netwerken verleidt gebruikers tot veel boutere uitspraken dan dat zij irl (in real life) zouden doen, zie bv de reaguursels op GeenStijl of denk aan het fenomeen cyberbullying (online zwartmaken e.d) en cybergeilen op chatsites.

4. Sociale Netwerken maken je dom. Ze zorgen voor vervroegde dementie.

Professor Manfred Spitzer schreef na jaren onderzoek het boek ‘Digitale dementie’ (2012) dat wekenlang bovenaan de bestsellerlijst stond. De bekendste Duitse hersenonderzoeker ziet dat de hersenen bij jonge generaties onvoldoende worden uitgedaagd, en daardoor zich niet zo vergaand ontwikkelen. Hij voorspelt dat onze kinderen - verslaafd aan internet en sociale media, en teveel vertrouwend op wat ze via het internet aan informatie ontvangen – zullen worden geconfronteerd met vroegtijdige dementie, omdat ze tot hun 18^e jaar hun hersenen te weinig hebben uitgedaagd met complexe kennis en vaardigheden. Continue gebruik van digitale sociale media brengt zichtbaar schade toe aan de hersenen. Sterker nog: het zorgt ervoor dat een belangrijke deel van het geheugen (de synergie tussen motorische, cognitieve en sociale vaardigheden) ongetraind blijft en daardoor letterlijk verschrompelt. Wetenschapsjournalist Nicholas Carr, schrijver van ‘*The Shallow*’, “Het ondiepe - hoe onze hersenen omgaan met het internet” kwam in 2008 al tot die conclusie toen hij verslaafd aan het internet zijn zgn. werkgeheugen achteruit voelde gaan.

5. ‘Sociale media maken je dik’ #Socialbesitas

Kinderen die tot ’s avonds laat nog met sociale media bezig zijn, lopen meer kans op obesitas, is de conclusie van het wetenschappelijke mondiale obesitascongres in Kuala Lumpur. Daar wordt een alarmerende groei van het aantal dikke kinderen gesignaleerd.

„Dat probleem zit niet in de obesitas, maar in de slaap. Kinderen krijgen te weinig slaap, zitten tot ’s avonds laat op de sociale media en dat verstoort de stofwisseling. Tot het twaalfde jaar hebben ze zeker twaalf uur slaap nodig en als ze 13 of 14 zijn is 8,5 uur echt niet genoeg, want tot het 25ste levensjaar is 9 tot 10 uur slaap nodig” zegt de neuroloog en slaapexpert dr. Hans Hamburger in een reactie op dit congres.

<http://www.worldobesity.org/what-we-do/events/ico/ico-2014/>

6. Sociale media verstoren relaties door onzekerheid, verlatingsangst en surveillance.

Social Networking Sites in Romantic Relationships: Attachment, Uncertainty, and Partner Surveillance on Facebook. Jesse Fox en Katie Warber, *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. January 2014.

Social networking sites dienen als zowel een bron van informatie en een bron van spanning tussen romantische partners. Vorige studies hebben het gebruik van Facebook voor bewaking van vroegere en huidige partner-relatie wel aangestipt, maar waarom bepaalde individuen deelnemen aan dit probleem niet volledig toegelicht. Studenten (N = 328) namen deel aan een online enquête die twee potentiële verklarende variabelen voor interpersoonlijke elektronisch toezicht (IES) van romantische partners onderzocht: hechtingsstijl en relationele onzekerheid. De hechtingsstijl voorspelde zowel onzekerheid en IES, met vooringenomenheid en angst rapportage op het hoogste niveau. Onzekerheid voorspelde echter geen IES. Toekomstige richtingen voor onderzoek naar romantische relaties en online surveillance worden verkend.

7. Online contact via sociale media verhoogt de drempel naar real life contact

Sociale angst en prikkelbaarheid bij fysieke ontmoeting na blootstelling aan Facebook. Face to Face Versus Facebook: Does Exposure to Social Networking Web Sites Augment or Attenuate Physiological Arousal Among the Socially Anxious? Shannon Rauch, Cara Strobel, Megan Bella, Zachary Odachowski, Christopher Bloom. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. March 2014.

De studie testte twee concurrerende hypothesen over het effect van blootstelling aan Facebook op de fysiologische geprikkeldheid van de deelnemers die vervolgens in aanraking kwamen met dezelfde persoon in een face-to-face situatie. Facebook-blootstelling kan latere opwinding verzwakken door het verstrekken van meer comfort en vertrouwen, maar het is ook mogelijk dat Facebook-blootstelling de opwinding zal vergroten, vooral onder de sociaal angstigen. Deelnemers vulden een maatregel van sociale angst en werden blootgesteld aan een stimulus persoon via Facebook, face-to-face, of beide. Galvanische huidreactie werd opgenomen tijdens de blootstelling aan de stimulus persoon. De resultaten waren in overeenstemming met de vergroting hypothese: een eerdere blootstelling op Facebook zal naar verhoogde prikkelbaarheid leiden tijdens een face-to-face ontmoeting, in het bijzonder voor mensen met hoge sociale angst. De fabel dat online contact de drempel naar real life contact verlaagd lijkt daarmee ontkracht.

8. Hoe meer gebruik van Facebook, hoe ongelukkiger de gebruikers zich voelen.

Hoe meer jongeren Facebook gebruiken, hoe ongelukkiger ze worden. Het gebruik van het sociale netwerk heeft direct effect op hoe jongeren zich voelen en hoe tevreden ze zijn met hun leven. Dat blijkt uit onderzoek van de University of Michigan dat gepubliceerd is in het wetenschappelijke tijdschrift PLOS ONE: "Facebook Use Predicts Declines in Subjective Well-Being in Young Adults, van Ethan Kross, Philippe Verduyn, Emre Demiralp, Jiyoung Park, David Seungjae Lee, Natalie Lin, Holly Shablack, John Jonides, Oscar Ybarra 14August2013.

De onderzoekers volgden 82 jongeren over een periode van twee weken. Elke dag kregen zij vijf sms'jes op willekeurige tijdstippen met een enquête over hoe gelukkig, eenzaam of bezorgd ze op dat moment waren. Vervolgens werd ook gevraagd of ze vlak daarvoor veel op Facebook hadden gezeten en of ze veel 'echt' sociaal contact hadden gehad.

Uit de resultaten blijkt dat jongeren ongelukkig worden als ze veel op Facebook zitten. Naast een direct effect op hoe de jongeren zich voelden, bleek meer activiteit op Facebook later op de dag te zorgen voor een lagere tevredenheid met hun leven over het algemeen. Je vergelijkt je te gemakkelijk met mensen die meer succesvol lijken online. Je gaat leven voor de 'likes'.

De wetenschappers sluiten uit dat Facebook een negatief gevoel alleen versterkt omdat mensen bijvoorbeeld uit verveling op Facebook gaan en daardoor ongelukkig worden. Volgens het onderzoek heeft de huidige staat van welzijn geen invloed op de activiteit op het grootste sociale netwerk ter wereld. Ook is het niet zo dat jongeren in het algemeen ongelukkig worden van sociaal contact. Door te vragen naar de mate van 'echt' contact (face-to-face en telefoongesprekken) bleek dat jongeren daar zelfs gelukkiger van worden. Sociale media leiden wel af in sociaal contact.

De onderzoekers willen in de toekomst ook kijken naar het effect op andere leeftijdsgroepen. Ook de invloed van andere sociale media moet nader worden onderzocht. In een parallel onderzoek werd ook aangetoond dat facebook gebruikers de stemming kopiëren.

9. 'Mensen verspreiden humeur via Facebook #humeurverspreider

Het goede of slechte humeur van mensen wordt verspreid via sociale netwerken als Facebook. Wie een positieve statusupdate op het netwerk plaatst, veroorzaakt gemiddeld nog eens 1,75 extra positieve posts van vrienden. Detecting Emotional Contagion in Massive Social Networks, Lorenzo Coviello, Yunkyu Sohn, Adam D. I. Kramer, Cameron Marlow, Massimo Franceschetti, Nicholas A. Christakis, James H. Fowler, Plos One. March 12, 2014.

De wetenschappers van de University of California gebruikten het weer om de stemming van Facebook-gebruikers te meten. Als het in een stad regent, zorgt dat voor 1,19 procent minder positieve berichten en 1,16 procent meer negatieve berichten. Vervolgens keken de onderzoekers naar het effect van die berichten op hun vrienden, ook diegenen die in steden waar het niet regent wonen. Positieve posts bleken gemiddeld tot nog eens 1,75 extra positieve statusupdates te leiden, terwijl negatieve posts werden gevolgd door gemiddeld 1,29 nieuwe negatieve berichten. "Het totale effect van regen op emotionele uitdrukking is ongeveer 150 procent groter dan we zouden verwachten als we alleen het directe effect op gebruikers zouden meten en niet het indirecte effect op hun vrienden", schrijven de onderzoekers. "Intrigerend genoeg lijken positieve berichten aanstekelijker te zijn dan negatieve berichten, ook al is regen de aanleiding voor deze aansteking."

Als het een dag regent in de stad New York leidt dat tot ongeveer 1500 extra negatieve posts door inwoners van de stad en nog eens zo'n 700 negatieve posts van hun vrienden op andere plaatsen. De onderzoekers merkten ook dat weekenden en feestdagen zorgen voor meer positieve berichten. Dat effect werd eerder ook al waargenomen op Twitter.

Voor hun onderzoek gebruikten de wetenschappers geanonimiseerde statusupdates van miljoenen Amerikaanse Facebook-gebruikers in de jaren 2009 tot 2012.

10. Foto's bekijken op sociale media verlaagt je zelfbeeld en tevredenheid over jezelf.

Facebook Photo Activity Associated with Body Image Disturbance in Adolescent Girls.
Evelyn Meier, James Gray. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. April 2014

De studie onderzocht de relatie van het lichaamsbeeld en de activiteit adolescente meisjes ' tussen op de sociale netwerksite (SNS) Facebook (FB) . Onderzoek heeft aangetoond dat verhoogde Internet “verschijningsuitstraling” positief is gecorreleerd met een verhoogde body image verstoring bij adolescente meisjes , en er is een bijzonder sterke associatie met Facebook-gebruik. Men vergelijkt zich met mensen die online mooier/meer succesvol lijken. Deze studie breidt deze bevindingen uit door het identificeren van de specifieke FB functies die samenhangen met het lichaamsbeeld verstoring van adolescente meisjes .103 vrouwen in de leeftijd 10-16 jaar vulden een vragenlijst in met het totale FB gebruik, specifieke FB functie gebruik , (on)tevredenheid over gewicht, gerichtheid op slankheid , internalisatie van het dunne ideaalbeeld, uiterlijk vergelijking, en gebrek aan zelf-objectivering . Een score van blootstelling aan verschijningsuitstraling” werd berekend op basis van het gebruik van FB foto applicaties in verhouding tot het totale FB gebruik van de proefpersonen . Verhoogde blootstelling aan foto's, maar niet het totale gebruik van FB, was significant gecorreleerd met de ontevredenheid over gewicht, afvallen voor slankheid, ideaal om dun te zijn, en verlaagde zelf-objectivering.

11. Soort zoekt soort op sociale netwerken leidt tot copycat suicide.

Bij onderzoek naar zelfmoord gedachten van een gebruiker van sociale netwerken vonden we dat het aantal gemeenschappen waartoe een gebruiker behoort , de intransitiviteit (dwz gebrek aan driehoeken, waaronder de gebruiker) en de breuk met suïcidale burens in het sociale netwerk (in deze volgorde) het meest bijdragen tot suïcidale gedachten,. Andere kenmerken, zoals leeftijd en geslacht hebben weinig bijgedragen aan zelfmoord gedachten . We vonden ook kwalitatief dezelfde resultaten voor depressieve symptomen . Publicaties: Suicide Ideation of Individuals in Online Social Networks; Naoki Masuda, Issei Kurahashi, Hiroko Onari; *PlosOne* 26 Apr 2013, corr 16 Jan 2014.

The Power of the Web: A Systematic Review of Studies of the Influence of the Internet on Self-Harm and Suicide in Young People, Kate Daine, Keith Hawton, Vinod Singaravelu, Anne Stewart, Sue Simkin, Paul Montgomery; *PlusOne* October 30, 2013

12. Veelvoudig, bijna dwangmatig op sociale media bij 18+ is indicatie voor psycholoog

Compulsive Use of Social Networking Sites in Belgium: Prevalence, Profile, and the Role of Attitude Toward Work and School; Rozane De Coc , Jolien Vangeel, Annabelle Klein, Pascal Minotte, Omar Rosas, Gert Meerkerk; *Cyberpsychology, Behavior en Social Networking*. March 2014.

Een representatieve steekproef (n = 1000) van de Belgische bevolking van 18 jaar en ouder vulde een online vragenlijst in over hun gebruik van internet in het algemeen en het gebruik van social networking sites (SNS) in het bijzonder. We meten de totale tijd besteed aan het internet, tijd besteed aan SNS, aantal SNS profielen, geslacht, leeftijd, opleidingsniveau, inkomen, beroep baan, en recreatieve activiteiten, en integreerden diverse psychologische schalen, zoals de Quick Big Five *) en de Mastery schaal. Na hiërarchische meervoudige regressie modellering blijkt dat geslacht en leeftijd een belangrijk deel van de dwangmatige SNS score (5 %) als psychologische schalen (20 %) verklaren, maar houding tegenover de

school (extra 3 %) en inkomen (2,5%) voegen ook toe aan de variantie in voorspellende modellen van dwangmatig SNS gebruik. Leeftijd, geslacht, opleiding/beroep, inkomen en vrijetijdsbesteding spelen minimale rol.

13. Wat je post, is wat je bent. Werkgevers destilleren je persoonlijkheidskenmerken

Big Five Personality Traits Reflected in Job Applicants' Social Media Postings; J. William Stoughton, Lori Foster Thompson, and Adam W. Meade. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. November 2013.

Werknemers en sollicitanten die vaak gebruik maken van sociale media voor persoonlijke communicatie bieden een "ongefilterde" beeld voor directe waarneming van hun sociale communicatie door de (a.s.) werkgever. Als zodanig bieden deze gegevens een glimp van de werknemers zonder de druk van werkevaluaties of kandidaat-screening. De studie onderzocht of bij sollicitanten (N = 175) de persoonlijkheidskenmerken worden weerspiegeld in de inhoud van hun social media postings. De door de deelnemer zelf-gerapporteerde sociale media inhoud met betrekking tot (a) foto's en tekst gebaseerde verwijzingen naar alcohol-en drugsgebruik en (b) kritiek van superieuren en collega's (zogenaamde " kwaadspreken " gedrag) werden vergeleken met traditionele persoonlijkheid assessments . Resultaten gaven aan dat extraverte kandidaten gevoelig zijn voor alcohol en drugs . Deelname aan online badmouthing (kwaadsprekend) gedrag maakte altruïsme bijzonder waarschijnlijk.

*) Personality as a predictor of Internet and social media use. As the pool of research on Internet use grew, several scholars examined the influence of the roles played by personality traits on Internet uses by utilizing the Five-Factor Model (McCrae & Costa, 1997). The Big-Five framework is a model of personality that contains five factors representing personality traits at a broad level: extraversion, neuroticism, openness to experiences, agreeableness, and conscientiousness (Ehrenberg et al., 2008; John & Srivastava, 1999). Each factor is bipolar (e.g., extraversion vs. introversion) and summarizes various specific aspects (e.g. sociability), which in turn contain more specific traits (e.g., talkative, outgoing). This model suggests that the majority of individual differences in personality can be classified into these five broad domains (Gosling, Rentfrow, & Swann, 2003).

14. Wie je veel linkt, is wie je nkt. Facebook houdt bij wie de liefde bedrijven.**

Romantic Partnerships and the Dispersion of Social Ties: A Network Analysis of Relationship Status on Facebook. Lars Backstrom, Jon Kleinberg, Proc. 17th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work and Social Computing (CSCW), 2014

Voor het onderzoek werd niet gekeken naar de directe connectie tussen twee gebruikers, maar naar indirecte links die de twee personen met elkaar verbinden. De onderzoekers keken bijvoorbeeld naar de connecties in verschillende levensfasen. Ook blijkt dat partners vaak tegelijkertijd aan nieuwe sociale groepen worden toegevoegd of andere overeenkomende activiteiten hebben. Ook de connecties met gemeenschappelijke vrienden blijken belangrijk. Als persoon a en b veel gemeenschappelijke vrienden hebben uit verschillende onderdelen van hun leven, maar deze gemeenschappelijke vrienden zelf niet uitgebreid met elkaar verbonden zijn, is de kans groot dat de eerste twee personen een liefdesrelatie hebben.

Door diverse indirecte connecties tussen gebruikers te analyseren, kan Facebook veel beter inschatten wie een liefdesrelatie of andere belangrijke band hebben. Die informatie kan worden gebruikt om bepaalde berichten prominenter weer te geven.

De nieuwe analyse zou ook inzicht geven in andere banden tussen personen zoals bijv. familiebanden. "Als we beter weten welke mensen belangrijk zijn in jouw leven, is dat een grote kans om Facebook beter te maken", stelt Facebook tegenover *Technology Review*. Facebook vraagt gebruikers veel directe informatie op te geven. Zo kan worden aangegeven met wie een gebruiker een relatie heeft of welke vrienden familieleden zijn. Overigens maakt Facebook niet bekend in hoeveel van de gevallen de relatie juist werd geschat.

15. Sociale media leiden vaker tot digitale zelfmoord, dan bij andere online media.

Who Commits Virtual Identity Suicide? Differences in Privacy Concerns, Internet Addiction, and Personality Between Facebook Users and Quitters. Stefan Stieger, Christoph Burger, Manuel Bohn, and Martin Voracek. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. September 2013.

Social networking sites zoals Facebook trekken miljoenen gebruikers door het aanbieden van zeer interactieve sociale communicatie. Er heeft zich een tegenbeweging van de gebruikers gevormd die beslissen om sociale netwerken te verlaten door te stoppen hun account te beëindigen (zelfmoord van virtuele identiteit). Om te onderzoeken of Facebook softies (n = 310) verschillen van de die-hard Facebook-gebruikers (n = 321) onderzocht men de persoonlijke levenssfeer, Internet verslaving scores, en persoonlijkheid. Ze vonden Facebook stoppers aanzienlijk voorzichtiger over hun privacy, met hogere Internet verslaving scores, en meer gewetensvol dan de die-hard Facebook-gebruikers. De belangrijkste zelf-verklaarde reden voor het plegen van virtuele identiteit zelfmoord waren privacy-aspecten (48 procent). Hoewel de toereikendheid van de persoonlijke levenssfeer in online communicatie in twijfel is getrokken, blijkt privacy nog steeds belangrijke kwestie bij online sociale communicatie.

en ook 6 argumenten op basis van cases die niet aan een universiteit zijn onderzocht:

16. Sociale media dragen bij aan verminderd ethisch handelen op het werk

Ethisch gedrag op de werkplek is op het laagste niveau sinds 2000. Uit een nieuwe studie van Ethics Resource Center (ERC®1981 www.ethics.org) via enquêtes onder 4800 Amerikaanse werknemers blijkt dat 42% van de Amerikaanse bedrijven een zwakke ethische cultuur hebben, en dat in 2010-2011 45 procent van de werknemers in de VS een overtreding van de wet of de ethiek op het werk zagen. Vergelding tegen zgn. klokkenluiders en de druk op de werknemers om compromissen te sluiten rond hun ethische normen zijn nog niet eerder zo hoog gemeten. Het gebruik van sociale media lijkt bij te dragen aan het probleem. Actieve gebruikers van sociale netwerken worden vaker betrapt op het maken van kopieën van vertrouwelijke werkdocumenten voor gebruik in een toekomstige baan, op het persoonlijk gebruik van de creditcard van het bedrijf en op mee naar huis nemen bedrijfssoftware. Het blijkt dat als mensen meer gewend raken aan het delen over sociale netwerken van informatie die ooit werd beschouwd als 'prive', het tolerantieniveau voor twijfelachtige gedrag op het werk is toegenomen. De studie ontdekte ook werknemers minder vertrouwen in hun eigen vermogen om ethische situaties om te gaan.

17. Sociale Media Verslaving ... Iets duurs kopen om te pronken op Facebook

Net als internet en (elektronische) games is verslaving een nieuw nadeel van social media. Steeds meer mensen kunnen niet meer zonder sociale media en verliezen de grip op hun leven. Net als bij gameverslaving krijgen mensen met een sociale media verslaving grote

sociale problemen en heftige ontwenningverschijnselen als zij geen gebruik meer maken van die media. Uit recent onderzoek van het Instituut voor verslavingsonderzoek IVO is gebleken dat mensen met een sociale media verslaving vaak dure spullen aanschaffen en dat met foto's tonen op Facebook e.d. om 'erbij te horen'. Verslaafden lopen daarmee risico op koopziekte.

18. Wat je post, ben je kwijt.

Al jouw content op sociale media wordt publiek eigendom en wordt misbruikt door de commercie door verkoop aan anderen, die daarmee met ad's jouw gedrag weer beïnvloeden.

Facebook, Twitter, LinkedIn, en veel andere sociale media blijken gebruikers te misleiden. Bijv. Snapchat geeft toe gebruikers te hebben misleid door te beweren dat verstuurd foto's en video's na enkele seconden altijd weer verdwijnen. Ze blijken met persoonlijke informatie te zijn opgeslagen. Dat blijkt uit de schikking van Snapchat met de Amerikaanse consumentenwaakhond FTC inzake misleidende claims over de privacy van zijn gebruikers.

Snapchat beweerde dat foto's en video's, verstuurd met Snapchat, na het bekijken worden gewist. De FTC wijst er echter op dat er verschillende manieren zijn om Snapchat-media op te slaan, waaronder het maken van een schermafdruk. Ook werd ontvangen media onversleuteld opgeslagen waardoor apps toegang konden krijgen tot de tijdelijk zichtbare bestanden. Daarnaast verstuurd de app ongevraagd de locatie en contactenlijst van gebruikers naar de servers van Snapchat. Verder lekte de berichtendienst telefoonnummers en gebruikersnamen van 4,6 miljoen gebruikers.

Snapchat is voornamelijk populair bij jongeren en werd bekend door het fenomeen sexting, waarbij gebruikers pikante foto's naar elkaar sturen. Snapchat werd als een ideale app voor sexting beschouwd, omdat de app foto's na enkele seconden weer liet verdwijnen.

19. Sociale media suck: leiden tot hogere datarekeningen dan je zelf aan data gebruikt

De Facebook-app jaagt gebruiker op kosten allerlei bandbreedte-vretende reclame toe te voegen aan je profielpagina, en door stiekem informatie te versturen over de dataverbinding, o.a. om te achterhalen wat je surft en klikt.

Het aantal klachten over rekeningen voor mobiele data is de laatste maanden hand over hand toegenomen. Bij de klantenservice en winkels van veel netwerkaanbieders komen aanzienlijk meer vragen binnen over een onverwacht hoger dataverbruik. Opmerkelijk daarbij is dat klanten die voorheen netjes binnen hun databundel bleven, de afgelopen maanden telkens de limiet overschreden, met alle gevolgen van dien.

De grootste boosdoener blijkt de veel gebruikte app van Facebook te zijn. Sinds begin dit jaar speelt dit sociale netwerk dataverslindende video's in de zogenoemde tijdlijn vanzelf af, zonder dat de gebruiker daar opdracht toe heeft gegeven. Facebook heeft het automatisch afspelen namelijk standaard aanstaan, wat veel data kost. Veel gebruikers weten echter niet dat ze de keuze hebben deze optie alleen bij een wifiverbinding aan te zetten.. Facebook bevestigt in een reactie dat het inderdaad nuttig is om de instelling te veranderen in 'alleen automatisch afspelen bij wifi'.

Uit een onderzoek van AlcatelLucent dat recent werd gepubliceerd blijkt dat het dataverbruik omhoog vliegt als gebruikers foto's en video's posten op Facebook of Instagram. Het verzamelen van interessante spullen op Pinterest vreet data. Ook iTunes-apps downloaden en alle streamingdiensten (zoals films op Netflix kijken) kosten veel data.

20. Alles is geregistreerd. Sociale media kennen geen recht om vergeten te worden

Een van de meest voorkomende nadelen van sociale media is dat verkeerd gebruik tot enorme reputatieschade kan leiden. Alle uitingen op sociale media liggen vast. Verkeerde uitingen zijn zichtbaar voor anderen en eindeloos traceerbaar op internet. Doe je iets verkeerd, dan heb je kans dat dat ook breeduit wordt besproken door anderen op internet.

Een ander nadeel van sociale media is het delen van content waarvan je nu geen kwaad ziet, later wel eens tegen je gebruikt zou kunnen worden. Bijvoorbeeld bij een sollicitatie.

21. Sociale media parasiteren op u en mij.

Het traditionele terugverdienmodel klopt niet. Sociale media hebben geen ROI voor de exploitanten. Ze klaplopen op de goedgelovigheid van gebruikers en adverteerders, en hun enige bron van inkomsten is het verkopen van andermans gegevens, gedrag en gedachtegoed.

Persoonlijke informatie is het nieuwe goud. Ten koste van jullie, van mij, van ons allemaal.

Reden waarom Facebook de app Whatsapp heeft gekocht: nog meer gebruikers(gegevens):

