

Universiteit Antwerpen
Faculteit Sociale Wetenschappen
Academiejaar 2015 - 2016

MASTERPROEF

KWALITATIEF ONDERZOEK: HET GEBRUIK VAN SOCIALE MEDIA BINNEN ROMANTISCHE RELATIES

Melissa Van Dam

Master in de Communicatiewetenschappen – afstudeerrichting Strategische Communicatie

Promotor: Prof. Dr. M. Walrave

Copromotor: J. Van Ouytsel

Medebeoordelaar: L. Hallam



Abstract

The goal of this study was to get a more profound understanding on how older adolescents (15-18 years) experience and use social media in their romantic relationships. Many research has been done in the field of social media and romantic relationships, but this research mainly focusses on adults and young adults. Given the unique living world of adolescents, it was needed to conduct a research in this age group as well. A qualitative study by means of focus groups was conducted. In a first part the study looked at the motives adolescent have to use social media in their relationship. Secondly relationship visibility and private communication were studied. It was found that there would be no relationship between relationship visibility and relationship satisfaction. Private communication was really important in romantic relationships. Both partners need to communicate as much. In the third part there would be looked at the norms adolescents have about the negative influences of the use of social media in a romantic relationship. There was found that control behavior and sexting were 'not done'. Furthermore, there was a high level of consciousness among the adolescents about the negative impact of social media. In conclusion there has been added a model in which is stated that a *need for privacy* and *uncertainty about the relationship* would influence other factors that had to do with the norms that adolescents have about the use of social media in romantic relationships.

Wordcount: 11 975 (exclusief: quotes in resultatensectie, titelblad, bibliografie, en bijlagen)

Keywords: Romantic relationships – Adolescents – Social media – Norms – Motives - Relationship visibility – Negative influences

Inhoudsopgave

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | Inleiding | 4 |
| 1.1 | <i>De adolescentie</i> | 5 |
| 1.2 | <i>Romantische relaties in de adolescentie</i> | 5 |
| 1.3 | <i>Adolescenten en sociale media</i> | 5 |
| 1.4 | <i>Motieven om bepaalde sociale media te gebruiken binnen een romantische relatie</i> | 6 |
| 1.4.1 | Facebook (Messenger) | 6 |
| 1.4.2 | Snapchat | 7 |
| 1.4.3 | Instagram | 8 |
| 1.5 | <i>Normen over relatiezichtbaarheid en private communicatie</i> | 9 |
| 1.5.1 | Relatiezichtbaarheid | 9 |
| 1.5.2 | Evenveel of niet evenveel posten | 10 |
| 1.5.3 | Evenveel of niet evenveel communiceren | 10 |
| 1.5.4 | Normen omtrent (hoeveelheid) sturen | 11 |
| 1.6 | <i>Negatieve invloeden van sociale media op romantische relaties</i> | 12 |
| 1.6.1 | Cyber-relatieve geweld | 12 |
| 1.6.2 | Conflict | 13 |
| 1.6.3 | Sexting | 13 |
| 2 | Methode | 15 |
| 2.1 | <i>Deelnemers</i> | 15 |
| 2.2 | <i>Procedure</i> | 16 |
| 2.3 | <i>Opbouw van de vragenlijst</i> | 16 |
| 2.4 | <i>Data-analyse</i> | 17 |
| 2.5 | <i>Ethische procedures</i> | 18 |
| 3 | Resultaten | 19 |
| 3.1 | <i>Profiel respondenten</i> | 19 |
| 3.2 | <i>OV 1: Manier waarop jongeren communiceren in een relatie</i> | 19 |
| 3.3 | <i>OV 2: Normen omtrent relatiezichtbaarheid en relatietevredenheid</i> | 21 |
| 3.4 | <i>OV 3: Normen omtrent de negatieve invloed van sociale media</i> | 25 |
| 4 | Discussie | 37 |
| 4.1 | <i>Bevindingen terugkoppelen naar literatuur</i> | 37 |
| 4.2 | <i>Beperkingen en suggesties voor toekomstig onderzoek</i> | 39 |
| 4.3 | <i>Maatschappelijke relevantie en beleidsrelevantie</i> | 41 |

| | | |
|----------|--|-----------|
| 5 | Conclusie | 42 |
| 5.1 | <i>Algemeen</i> | 42 |
| 5.2 | <i>Centrale concepten en verbanden</i> | 42 |
| 6 | Bijlagen | 44 |
| 6.1 | <i>Bijlage 1: Vragenlijst</i> | 44 |
| 6.2 | <i>Bijlage 2 : Codeerschema</i> | 47 |
| 7 | Referenties | 50 |

1 Inleiding

Sociale media zijn niet meer weg te denken uit het leven van adolescenten. Hierdoor komen er allerlei vragen naar boven naar hoe adolescenten deze media gebruiken. Het onderzoek dat is uitgevoerd bij volwassenen en jongvolwassenen is veelal kwantitatief. Dergelijke kwantitatieve onderzoeken leveren weinig diepgaande en genuanceerde informatie op over hoe jongeren of adolescenten hun relaties digitaal ervaren. Adolescenten bevinden zich in een specifieke levensfase, die fundamenteel verschilt met die van volwassenen (Fox, Osborn, & Warber, 2014; Fox, Warber, & Makstaller, 2013; Saslow, Muise, Impett, & Dubin, 2012), en van jongvolwassenen (Fox & Warber, 2014; Lehmler, 2009; Lomanowska & Guitton, 2016). De romantische relaties bij jongeren zijn van een heel andere aard. Dit komt door het feit dat relaties bij jongeren meestal kortstondig zijn (Shulman & Kipnis, 2001). Adolescenten zijn ook digital natives (Mediaraven & Linc, 2016). Ze zijn opgegroeid met sociale media en internet, waardoor de mogelijkheid bestaat dat ze dit op een heel andere manier beleven dan voorgaande generaties.

Door het beperkte onderzoek bij adolescenten, is er nog maar weinig onderzoek gedaan naar hun motieven om om Facebook, Instagram en Snapchat te gebruiken binnen een romantische relatie bij adolescenten. De studies die wel bestaan, bekeken in het algemeen de motieven om sociale media te gebruiken bij volwassenen of jongvolwassenen (Bayer, Ellison, Schoenebeck, & Falk, 2016; Hancock, Toma, & Fenner, 2008; Karapanos, Teixeira, & Gouveia, 2016; Lee, Lee, Moon, & Sung, 2015; Pittman & Reich, 2016; Piwek & Joinson, 2016; Ridgway & Clayton, 2016; Sheldon & Bryant, 2016; Storey & McDonald, 2013; Vaterlaus, Barnett, Roche, & Young, 2016; Yang, Brown, & Braun, 2014). In het onderzoek wordt er nagegaan aan welke media adolescenten een voorkeur geven om te communiceren binnen een romantische relatie, en waarom ze hier een voorkeur aan geven.

Voorts zal er nagegaan worden wat de normen zijn van jongeren over relatiezichtbaarheid en het uiten van relatietevredenheid. In voorgaand onderzoek is bevestigd dat relatietevredenheid een invloed heeft op het gebruik van sociale media (Coyne, Stockdale, Busby, Iverson, & Grant, 2011a).

In het derde luik van het onderzoek wordt er nagegaan wat de normen zijn van adolescenten omtrent negatieve aspecten van sociale media. Er zijn heel wat studies uitgevoerd die het uitgebreid hebben over controlegedrag en andere vormen van cyber-relatieve geweld (Draucker & Martsof, 2010; Fox & Warber, 2013; Fox & Warber, 2014; Stewart, Dainton, & Goodboy, 2014; Tokunaga, 2011; Van Ouytsel, Van Gool, Walrave, Ponnet, & Peeters, 2016). In dit onderzoek wordt er voor adolescenten in een romantische relatie nagegaan wat de normen hieromtrent zijn en hoe ze die negatieve aspecten ervaren in een relatie. Ook wordt er op zoek gegaan naar andere vormen van controleren, buiten de vormen die gevonden zijn in bestaand onderzoek (zie 1.6.1.1 *Controlegedrag*).

1.1 De adolescentie

In deze studie zal er gekeken worden naar een oudere groep van adolescenten tussen 15 en 18 jaar. De adolescentie wordt in de literatuur beschreven als de overgang van de kindertijd naar volwassenheid en is volgens sommige ontwikkelingspsychologen een laatste stap in de psychosociale ontwikkeling van de mens (Donnelly, 2015). De veranderingen zijn cognitief van aard, maar ook biologisch. In de eerste jaren van de adolescentie (in de puberteit) vinden er grote lichamelijke veranderingen plaats en ontwikkelen jongeren zich op seksueel vlak (Crone, 2011; Donnelly, 2015).

In deze levensfase zal de adolescent ook op zoek gaan naar een eigen identiteit. Er worden bepaalde waarden en normen ontwikkeld die mee vorm geven aan de persoonlijkheid. De peergroup of de vrienden spelen hier een belangrijke rol in en staan ook centraal in het leven van de adolescent. Hiertegenover staat dat de adolescent in deze leeftijdsfase meer afstand neemt van de ouders (Donnelly, 2015; Kohnstamm, 2002; La Greca & Harrison, 2005).

1.2 Romantische relaties in de adolescentie

Het is ook in deze periode dat tieners hun eerste romantische relaties aangaan (Kohnstamm, 2002). Deze romantische relaties kunnen gedefinieerd worden als vrijwillige interacties die wederzijds verlopen tussen twee partners (Brown, Feiring, & Furman, 1999). Hoewel relaties bij adolescenten meestal kortstondig zijn, hebben ze wel een duidelijke functie in de adolescentie (Shulman & Kipnis, 2001). Het hebben van een romantische relatie en de kwaliteit hiervan wordt positief gerelateerd aan gevoelens van eigenwaarde. Ook zijn deze relaties een voorbereiding op de romantische relaties die een persoon zal aangaan in een later volwassen leven (Collins, 2003; Kohnstamm, 2002).

Relaties en seksualiteit spelen een belangrijke rol in het leven van de adolescent (Furman & Shaffer, 2003). Ze bieden gespreksstof tussen vrienden of leeftijdsgenoten, en liggen aan de oorzaak van het ervaren van extreme positieve en negatieve emoties (Furman & Shaffer, 2003).

1.3 Adolescenten en sociale media

Sociale media staan centraal in het alledaagse leven van de adolescent (Mediaraven & Linc, 2016). Iedere website of app die sociale interactie toelaat, kan beschreven worden als een sociaal medium (O'Keeffe & Clarke-Pearson, 2011). Hieronder worden media verstaan, zoals: Facebook, Snapchat, Instagram, en Twitter. Deze media en de daarbij horende technologieën zijn op een korte tijd snel ontwikkeld, en hebben de mogelijkheid om de relatie tussen peers, familie en geliefden te veranderen (Baym, Zhang, Kunkel, Ledbetter, & Lin, 2007; O'Keeffe & Clarke-Pearson, 2011). Ze zijn voor adolescenten dan ook een belangrijk middel om te communiceren binnen interpersoonlijke relaties (Fox & Anderegg, 2014). Uit onderzoek bij Vlaamse jongeren tussen 12 en 18 jaar is gebleken dat 92,3% onder hen een eigen smartphone heeft. Het aantal jongeren met een data-abonnement (3G/4G) is de afgelopen jaren sterk toegenomen. Toen in 2014 36,7% van de jongeren een data-abonnement had, is dit nu gestegen naar 63% (Mediaraven & Linc, 2016). Het mobiele internet geeft

jongeren de mogelijkheid om altijd en overal sociale media te gebruiken. Dit is te zien aan de apps waaraan Vlaamse jongeren een voorkeur geven: Facebook (86%), Snapchat (70%), en Instagram (60%) horen bij de meest gebruikte apps bij jongeren (Mediaraven & Linc, 2016).

Ondanks de grote populariteit van sociale media, primeren sms-diensten nog steeds: 90% van de Vlaamse jongeren verstuurt sms-berichten. Dit percentage ligt aanzienlijk hoger dan het gebruik van sociale media (Mediaraven & Linc, 2016). Dit uit zich ook in romantische relaties. Bij Amerikaanse jongeren die in een relatie zijn, zal sms'en, bellen, en face-to-face communicatie steeds primeren op communicatie via sociale media (Lenhart, Smith, & Anderson, 2015). Uit ander onderzoek blijkt dan weer dat volwassenen in een romantische relatie eerder zullen kiezen voor sms'en en bellen, en dat jongeren alle media gaan gebruiken om te communiceren met hun partner (Coyne, Stockdale, Busby, Iverson, & Grant, 2011b). Dit komt volgens onderzoekers doordat jongeren met allerlei nieuwe technologieën zijn opgegroeid (Kamibeppu & Sugiura, 2005).

Deze technologieën en de daar bijhorende sociale media kunnen voor jongeren heel wat voordelen bieden binnen een romantische relatie. Het vergemakkelijkt alsook verrijkt de communicatie tussen partners (Fox & Warber, 2014; Lomanowska & Guitton, 2016). Zo is het mogelijk om privéberichten te sturen naar elkaar, en de relatie kenbaar te maken naar de buitenwereld toe (Fox & Warber, 2014). Ook bieden sociale media de mogelijkheid om gemakkelijk informatie op te zoeken over de partner (Fox & Warber, 2013). Toch zijn hier ook heel wat nadelen aan verbonden (zie 1.6. *Negatieve invloeden van sociale media op romantische relaties*).

1.4 Motieven om bepaalde sociale media te gebruiken binnen een romantische relatie

In wat volgt wordt er nagegaan wat de motieven zijn om bepaalde sociale media te gebruiken binnen een romantische relatie. Er is gekozen om specifiek te kijken naar Facebook (Messenger), Snapchat en Instagram, omdat dit de meest gebruikte sociale media zijn bij Vlaamse jongeren (Mediaraven & Linc, 2016).

1.4.1 Facebook (Messenger)

Facebook bestaat sinds 2004 en is het meest gebruikte sociale medium ter wereld (Skemp, 2016). Deze populariteit is niet anders bij de Vlaamse jongeren: 86% onder hen heeft een Facebook-account (Mediaraven & Linc, 2016). Op het sociale medium kunnen gebruikers zich verbinden met elkaar en worden er tekst, video's, en foto's gedeeld (Skemp, 2016).

Uit de literatuur kan er worden afgeleid dat Facebook verschillende functies vervult bij haar gebruikers. Een eerste is iemands profiel bekijken op Facebook. Dit is een populaire activiteit bij universiteitsstudenten (Subrahmanyam & Greenfield, 2008). Wanneer er informatie wordt gewonnen uit het bekijken van het profiel, kan het – door het opdoen van gespreksstof - latere conversaties met een kennis vergemakkelijken (Yang et al., 2014). Ook zal een persoon automatisch iemand meer

mogen, als hij of zij meer over de persoon weet (Hancock et al., 2008). Dit kunnen in het begin van een romantische relatie mogelijke motieven zijn om Facebook te gebruiken.

Een tweede functie is dat Facebook een medium is ter zelfexpressie. Zelfexpressie vindt plaats als een persoon zijn of haar overtuigingen, acties, verwezenlijkingen, en vaardigheden deelt via sociale media. De feedback van vrienden is hier belangrijk. Er wordt verlangd naar sociale acceptatie en populariteit (Karapanos et al., 2016).

Een andere belangrijk motief om Facebook te gebruiken, is sociale controle. Sociale controle wil zeggen dat iemand de acties, overtuigingen en interesses van zijn/haar kennissen opzoekt. Het dient als een middel om: veranderingen in een vriend zijn/haar leven te volgen, nieuwe informatie te verkrijgen via gedeelde posts, mensen te stalken, of om hun eigen leven te vergelijken met dat van hun kennissen (Karapanos et al., 2016).

Facebook Messenger is een mobiele app voor private communicatie van waaruit er kan gechat worden met Facebookvrienden. Het is een vorm van Instant messaging. Instant messaging is een systeem waarmee boodschappen met een hoge snelheid worden verspreid via het internet, gebruik makend van een gedeelde software op de computer of mobiele telefoon (Verheijen, 2013). Uit onderzoek blijkt dat Facebook Messenger wordt gebruikt op een eenzelfde manier als sms'en, en dat het ook gelijkaardig aanvoelt met sms'en (Storey & McDonald, 2013).

1.4.2 Snapchat

In september 2011 werd Snapchat opgestart. Snapchat is een sociale media-applicatie waarmee gebruikers via een smartphone foto's en video's kunnen verzenden. Snapchatgebruikers, ook wel *Snapchatters* genoemd, noemen de foto's en video's die ze verzenden en ontvangen *snaps*. Wat de applicatie uniek maakt, is dat de snaps maar voor enkele seconden zichtbaar zijn vooraleer ze verdwijnen. Ook is er een mogelijkheid om te chatten via Snapchat en kunnen er foto's geplaatst worden in een verhaal (Mazzei, 2016). Onder de Vlaamse jongeren is Snapchat na Facebook de meest gebruikte app. In 2014 had 49% van de Vlaamse jongeren een actief account op Snapchat, nu is dit gestegen naar 70% (Mediaraven & Linc, 2016).

Een recent onderzoek ging bij jongeren (18 tot 23 jaar) na hoe Snapchat interpersoonlijke relaties kon beïnvloeden. Interpersoonlijke relaties zijn relaties die worden aangegaan met familie en vrienden, maar ook romantische relaties behoren tot interpersoonlijke relaties. De jongeren gaven aan dat de invloed tweezijdig was. Enerzijds kan Snapchat leiden tot relationele moeilijkheden. Anderzijds kan het de communicatie vergemakkelijken tussen jongeren (Vaterlaus et al., 2016).

Snapchat is een medium voor kortstondige interacties. Toch zal het sociale medium interacties meer aangenaam maken. In het onderzoek van Bayer et al. (2016) wordt er vastgesteld dat Snapchat zorgt voor positieve gevoelens, meer dan bij andere communicatietechnologieën. Snapchat wordt bekeken als een 'licht' medium om spontane ervaring te delen met vertrouwde contacten (Bayer et al., 2016).

Uit ander onderzoek blijkt dat gebruikers van Snapchat het medium bekijken als een 'gemakkelijker en grappiger' alternatief in vergelijking met andere diensten van instant messaging. Adolescenten zouden Snapchat meer gebruiken voor het hechten van sociale contacten, dan het opbouwen ervan. Meestal wordt het thuis gebruikt en communiceert de gebruiker met dichte vrienden en familie. Deze intieme communicatie kan verder worden gezet in romantische relaties. Een koppel kan intiem communiceren met elkaar en over zichzelf als koppel communiceren naar dichte vrienden en familie (Piwek & Joinson, 2016).

1.4.3 Instagram

Een derde medium waarvoor de gebruiksmotieven worden nagegaan is Instagram. Instagram is een sociaal medium dat te gebruiken is in de vorm van een app. Het idee achter dit medium is om foto's en video's te posten door hashtags (#) te gebruiken. Dit wordt gedaan opdat andere gebruikers foto's kunnen terugvinden per onderwerp of thema. Instagram verschilt met Facebook omdat het de mogelijkheid voorziet om foto's te bewerken via speciale filters vooraleer ze gepost worden. Instagram voorziet ook de mogelijkheid om foto's of video's op het medium opnieuw te delen via andere sociale media, zoals Facebook en Twitter. Instagram bestaat sinds oktober 2010 (Cooper, 2016; Sheldon & Bryant, 2016). Net zoals Snapchat is Instagram een medium dat aan een opmars bezig is. In 2014 had 30% van de Vlaamse jongeren een account op Instagram, in 2016 is dit gestegen naar 60% (Mediaraven & Linc, 2016).

Uit een onderzoek van Lee et al. (2015) blijkt dat er vijf sociale en psychologische motieven zijn om het sociale medium te gebruiken. Een eerste zou zijn om de behoefte aan sociale interactie te vervullen. Een tweede om foto's te archiveren. Hier wordt mee bedoeld dat mensen foto's zouden posten om ze te bewaren, en er nadien naar terug te kijken. Een derde motief zou zelfexpressie zijn. Escapisme is een vierde motief. Door te kijken naar foto's van andere mensen of door in sommige gevallen een eigen ego te creëren, ontsnapt de gebruiker even aan de dagdagelijkse realiteit. Een vijfde en laatste motief om Instagram te gebruiken, zou zijn om te gluren naar foto's van andere gebruikers.

Sheldon and Bryant (2016) vullen dit aan door te zeggen dat er ook nog twee andere motieven zijn waardoor individuen Instagram gebruiken: omdat het 'cool' is, en om creatief te zijn. Verder worden de bevindingen van Lee et al. (2015) bevestigd in het onderzoek van Sheldon and Bryant (2016): Instagram wordt gebruikt om andere personen te controleren en om foto's te archiveren.

In de voorgaande alinea's is literatuur aangehaald waarin wordt beschreven hoe en waarom jongeren en volwassenen sociale media gebruiken (binnen een romantische relatie) (Bayer et al., 2016; Hancock et al., 2008; Karapanos et al., 2016; Lee et al., 2015; Pittman & Reich, 2016; Piwek & Joinson, 2016; Ridgway & Clayton, 2016; Sheldon & Bryant, 2016; Storey & McDonald, 2013; Vaterlaus et al., 2016; Yang et al., 2014). Er is echter nog geen onderzoek gedaan dat per sociaal

medium nagaat wat de motieven zijn om ze te gebruiken binnen een romantische relaties bij adolescenten. Hieruit volgt de eerste onderzoeksvraag:

OV1: Hoe communiceren jonge koppels (15 tot 18 jaar) met elkaar via sociale media binnen een romantische relatie?

1.5 Normen over relatiezichtbaarheid en private communicatie

In het tweede luik van het onderzoek wordt er nagegaan wat de normen zijn van adolescenten over relatiezichtbaarheid en private communicatie. In wat volgt worden de bevindingen uit bestaande studies beschreven.

1.5.1 Relatiezichtbaarheid

Wat het onderzoek van Emery, Muise, Dix, and Le (2014) nagaat, is de zichtbaarheid van relaties, en hoe relaties centraal staan in de beelden die mensen verspreiden over zichzelf. Ze vonden dat hechtingsstijlen een invloed hebben op de zichtbaarheid van romantische relaties op Facebook. Vermijdende individuen vertoonden een mindere behoefte aan relatiezichtbaarheid op sociale media, terwijl mensen die eerder toenaderingsgedrag vertoonden ten opzichte van hun relatie een grotere behoefte toonden. Vermijdende individuen gaan intimiteit en binding uit de weg. Personen die toenaderingsgedrag vertonen helemaal niet. In dit onderzoek zal er niet dieper ingegaan worden op de invloed van hechtingsstijlen, omdat hier een kwantitatief onderzoek voor handen is. Toch is de invloed hiervan belangrijk om in het achterhoofd te houden bij het lezen van de resultaten en de discussie (Hazan & Shaver, 1987; Morey, Gentzler, Creasy, Oberhauser, & Westerman, 2013; Waters, Crowell, Elliott, Corcoran, & Treboux, 2002).

1.5.1.1 Uiten van relatietevredenheid

Relationele tevredenheid is samen met relationele hechtheid een onderdeel van relationele kwaliteit (Ledbetter, 2014). Het is aangetoond dat tevredenheid over de relatie een effect heeft op het gebruik van sociale media. Individuen die tevreden zijn in hun relatie gebruiken media meer frequent om hun affectie te uiten naar hun partner toe (Coyne et al., 2011a). Een onderzoek van Hand, Thomas, Buboltz, Deemer, and Buyanjargal (2013) spreekt dit tegen. Hun onderzoek toont aan dat de tevredenheid die romantische partners hebben over hun relatie niet rechtstreeks te maken heeft met het gebruik van sociale media. Een belangrijke mediërende factor is de intimiteit tussen de partners. Een zekere mate van intimiteit in een romantische relatie zal een buffer vormen die het effect doet afzwakken. Toch zijn er naast Coyne et al. (2011a) ook nog andere studies die het hebben over rechtstreekse effecten. Sociale media zouden de romantische relatie versterken (Subrahmanyam & Greenfield, 2008). Bepaalde acties zoals het taggen van elkaar in statusupdates of samen verschijnen op foto's zouden een positief effect kunnen hebben op de relatie (Carpenter & Spottswood, 2013). Zo zou een gezamenlijke profielfoto ervoor zorgen dat de partners zich meer tevreden en hechter voelen in hun relatie (Saslow et al., 2012). Ander onderzoek geeft aan dat chatten positief geassocieerd wordt met de kwaliteit van de relatie (Morey et al., 2013).

1.5.1.2 *Facebook Official*

Een manier om een relatie zichtbaar te maken, is de relatiestatus op Facebook aanpassen naar 'in een relatie'. Dit staat ook bekend als het Facebook Official maken van een romantische relatie. Op deze manier wordt er aan de buitenwereld bekendgemaakt met wie de persoon een relatie heeft. Dit wordt bekeken als een verdere stap in de relatie. Door de status te liken of door erop te reageren, kunnen kennissen, vrienden en familie hun goedkeuring uiten over de relatie (Bryant & Marmo, 2009; Fox et al., 2013).

Volgens een onderzoek van Lane, Piercy, and Carr (2016) bij universiteitsstudenten is er een verband tussen het al dan niet Facebook Official zijn van een relatie en de relatie offline. Ze ontdekten dat individuen die hun relatie toonden via een relatiestatus meer tevreden waren met hun relatie, meer toegewijd waren aan hun partner en meer investeerden in hun relatie. Toch is er ook een ander onderzoek bij adolescenten dat stelt dat de relatiestatus aanpassen een niet zo belangrijke stap is in een romantische relatie (Van Ouytsel et al., 2016). Van Ouytsel et al. (2016) vonden dit verschil in hun onderzoek en dachten dat adolescenten minder belang hechten aan een relatiestatus, omdat romantische relaties in de adolescentie van voorbijgaande aard zijn. Hierdoor zullen adolescenten meer aarzelen om hun relatie aan te kondigen op Facebook. Wat adolescenten ook tegenhoudt om hun relatie Facebook Official te maken, is de vrees dat het Facebook Official zijn van de relatie niet goedgekeurd wordt door peers en familie (Van Ouytsel et al., 2016).

Verschillen in gender zijn niet steeds op te merken. Partners tonen vaak hun relatie op Facebook op gelijkaardige manieren (Papp, Danielewicz, & Cayemberg, 2012). In het onderzoek van Fox and Warber (2013) kwam men wel tot de conclusie dat er verschillen zijn naargelang gender in de verschillende percepties bij het Facebook Official maken van een relatie. Vrouwen zijn van mening dat het veranderen van de relatiestatus getuigt van toewijding en intensiteit in een relatie. Mannen gaan hier in mindere mate mee akkoord.

1.5.2 *Evenveel of niet evenveel posten*

Wanneer koppels sociale media niet op dezelfde manier gebruiken, kan dit leiden tot conflict (zie 1.6.2 *Conflict*) (Fox & Moreland, 2015). De mogelijkheid bestaat dat partners andere ideeën hebben over het uiten van de relatie naar de buitenwereld toe, wat kan leiden tot spanningen (Lucero, Weisz, Smith-Darden, & Lucero, 2014). Deze verschillende ideeën kunnen gendergerelateerd zijn. Ledbetter (2014) maakte deze conclusie in zijn onderzoek, waarin hij vond dat de koppels geen gelijke attitudes hebben ten opzichte van publiekelijk posten over de relatie op sociale media.

1.5.3 *Evenveel of niet evenveel communiceren*

Er wordt ook bekeken of adolescenten het belangrijk vinden dat koppels evenveel met elkaar communiceren via sociale media. Onderzoek van Baym et al. (2007) en Ledbetter (2014) toonde reeds aan dat er geen verschillen zijn tussen mannen en vrouwen in de private communicatie. Dit spreekt resultaten tegen van andere onderzoeken die ervan uitgaan dat vrouwen meer dan mannen geneigd zijn om internet te gebruiken voor relationele communicatie (Boneva & Kraut, 2002).

1.5.4 Normen omtrent (hoeveelheid) sturen

Ruimer gezien zal er ook gekeken worden naar de normen die adolescenten hebben omtrent de hoeveelheid sturen via sociale media. Wat er gevonden werd in de literatuur was dat vele tieners op een dagelijkse basis met hun partner willen communiceren. Sommigen zouden ieder uur iets willen horen van hun partner. Dit komt doordat adolescenten (maar ook andere leeftijdsgroepen) via de mobiele telefoon altijd en overal bereikbaar zijn (Lenhart et al., 2015). Een onderzoek van Forgays, Hyman, and Schreiber (2014) vond ongeveer dezelfde resultaten dan het onderzoek van Lenhart et al. (2015). Forgays et al. (2014) ontdekten dat sms'en centraal staat in relaties ten opzichte van anderen bij jongeren. Ook verwachten jongeren dat hun interactiepartner snel antwoordt.

De twee bovenstaande studies tonen aan dat de hoeveelheid sturen in een relatie belangrijk is. Onderzoek van Park, Lee, and Chung (2016) bevestigt dit. Zij vonden dat partners een minder gevoel van eenzaamheid hebben en een hogere relatietevredenheid als hun partner hen meer zou sturen. De oorzaak hiervoor is de intimiteit tussen de partners. Deze zou verhoogd worden als er meer wordt gestuurd (Park et al., 2016).

Hoewel meer sturen leidt tot een hogere relatietevredenheid, kan te veel sturen een negatief effect hebben op een persoon of een relatie. Redenen hiervoor zijn dat het te snel iets kan onthullen over de partner, of dat het beklemmend kan overkomen (Storey & McDonald, 2013). Ook te weinig sturen kan een negatieve invloed hebben. Volgens sommigen kan dit overkomen als een gebrek aan interesse (Storey & McDonald, 2013).

Niet enkel de hoeveelheid sturen is belangrijk. Het sturen of ontvangen van positieve berichten zou de relatietevredenheid verhogen. Ook zal de relatietevredenheid stijgen als de partner initiatief zou nemen om te sturen (Luo & Tuney, 2015). De lengte van berichtjes zou geen enkele invloed uitoefenen op gehechtheid of relatietevredenheid (Luo, 2014).

In deze studie zullen we nagaan of adolescenten vinden dat de bovengenoemde factoren (relatiezichtbaarheid, evenveel of niet evenveel posten/communiceren, normen omtrent (hoeveelheid) sturen) samenhangen met relatietevredenheid en hoe de meningen hierin verschillen met die van volwassenen. Hieruit volgt de tweede onderzoeksvraag:

OV2:

- A. Hangt volgens adolescenten relatiezichtbaarheid samen met relatietevredenheid? Wat zijn volgens hen de normen om relatietevredenheid uit te drukken?**
- B. Hoe kan men – volgens adolescenten – uit de private communicatie in een romantische relatie afleiden of koppels al dan niet tevreden zijn met hun relatie? Wat zijn de normen hierover?**

1.6 Negatieve invloeden van sociale media op romantische relaties

Hier zal er gekeken worden naar de normen die adolescenten hebben bij de negatieve invloeden van sociale media op romantische relaties en in welke mate adolescenten zich bewust zijn van deze negatieve invloeden.

1.6.1 *Cyber-relatieve geweld*

Cyber-relatieve geweld houdt in dat een persoon elektronische communicatiemiddelen gebruikt om de partner te behandelen met geweld, misbruik te maken van de partner, of het gedrag van de partner te beheersen (Draucker & Martsof, 2010). Volgens Draucker and Martsof (2010) zijn er zes manieren waarop elektronische technologieën gebruikt worden in cyber-relatieve geweld: ruzie maken via digitale media, controleren van de partner, digitaal emotionele of verbale agressie uiten, hulp zoeken bij partnergeweld via digitale media, de partner negeren, en het contact met de partner herstellen na een relatiebreuk of een gewelddadig voorval.

1.6.1.1 *Controlegedrag*

Een persoon kan zijn partner controleren door informatie op te zoeken (Tokunaga, 2011). Uit onderzoek van Bryant and Marmo (2009) blijkt dat sociale media worden gemonitord om een gevoel van connectie te hebben en om de levensgebeurtenissen te volgen van personen. In romantische relaties kan dit ver gaan en kunnen sociale media een middel zijn om de betrouwbaarheid van de partner te controleren (Bryant & Marmo, 2009). Dit kan dan gedaan worden door te kijken naar foto's, posts, en door de profielen te controleren van potentiële concurrenten of ex-partners (Fox & Warber, 2013). Verder worden er ook wachtwoorden uitgewisseld om de partner te controleren (Van Ouytsel et al., 2016). 11% van de Amerikaanse jongeren geeft aan dit laatste te doen in een relatie (Lenhart et al., 2015).

Wanneer er onzekerheid heerst over de relatie zullen de partners meer toezicht houden op Facebook (Stewart et al., 2014). Verdere factoren die controle beïnvloeden, zijn: leeftijd, de tijd die mensen besteden op het profiel van de partner, en de integratie van sociale media in de dagelijkse routine. Ook zullen mensen met een angstige bindingsstijl hun partner meer controleren via Facebook dan mensen met een andere bindingsstijl (Fox & Warber, 2014; Tokunaga, 2011).

1.6.1.2 *Jaloezie*

Wanneer de ene partner de andere partner controleert, kan dit zorgen voor gevoelens van onzekerheid en jaloezie. Toegenomen jaloezie is te wijten aan een gebrek aan context op sociale media. De informatie op het profiel van de partner wordt verkeerd geïnterpreteerd, en de jaloezie en controle die de controlerende partner voelt, worden groter (Muisse, Christofides, & Desmarais, 2009). Ook mensen met een lager zelfbeeld ervaren meer jaloezie (Utz & Beukeboom, 2011). Verder zouden vrouwen - volgens onderzoek - meer geneigd zijn tot jaloezie op Facebook, dan mannen (McAndrew & Shah, 2013).

Er is al gezegd dat jaloezie wordt opgewekt door controlerend gedrag. Redenen waardoor de partner jaloers kan worden, uiten zich op verschillende manieren. Wanneer bijvoorbeeld iemand foto's ziet

van de partner op een feestje, kunnen er jaloezige gevoelens ontstaan. Ook het lezen van flirterige commentaren en zien met wie de partner bevriend is geraakt, kunnen zorgen voor jaloezie (Fox et al., 2014).

Gevoelens van jaloezie kunnen afhankelijk zijn van het medium dat gebruikt wordt. Zo zou Snapchat meer jaloezie opwekken dan Facebook. Dit komt omdat er via Snapchat intiemer gecommuniceerd wordt (Piwek & Joinson, 2016; Utz, Muscanell, & Khalid, 2015). Een onderzoek uitgevoerd bij oudere adolescenten geeft aan dat adolescenten zich bewust zijn van het feit dat sociale media jaloezie kunnen opwekken (Van Ouytsel et al., 2016).

1.6.2 *Conflict*

Sociale media kunnen zorgen voor conflict in romantische relaties. Dit is niet steeds te wijten aan de aard van het medium, maar ook aan de persoonlijkheid van iemand of problemen die opduiken in een relatie. Zo zullen individuen met een angstige hechtingsstijl meer in conflict gaan met hun partner (Campbell, Simpson, Boldry, & Kashy, 2005).

Soms kan de aard van het medium ook voor conflict zorgen. Onderzoek stelt bijvoorbeeld vast dat de inhoud die op Facebook wordt geplaatst aan de bron kan liggen van conflict in romantische relaties. Dit kan in een zodanige mate optreden dat partners hierdoor een relatie beëindigen. Verder kunnen de factoren die jaloezie opwekken, leiden tot conflict in een relatie (Fox et al., 2014). In hetzelfde onderzoek van Fox et al. (2014) wordt er ook gezegd dat er conflict kan ontstaan omdat men de partner opzettelijk jaloezige wil maken of wil manipuleren.

In het onderzoek van Fox et al. (2014) wordt er ook door de respondenten aangegeven dat er minder spanningen zouden zijn in hun relatie als ze de gedragingen van de partner niet meer zouden kunnen volgen op Facebook. Hoewel mensen zich hiervan bewust zijn, gaan ze toch het profiel van de partner en van potentiële bedreigingen controleren (Fox et al., 2014).

1.6.3 *Sexting*

Volgens onderzoek van Lenhart (2009) kan sexting bekeken worden als het maken, delen en doorsturen van seksueel suggestieve afbeeldingen of naaktfoto's onder minderjarige tieners. Adolescenten zullen hier geen pornografische inhoud uitwisselen, maar zullen zelf het onderwerp zijn van de seksueel suggestieve afbeelding(en) (Vanden Abeele, Campbell, Eggermont, & Roe, 2014).

In deze studie zal er uitgegaan worden van de negatieve invloed die sexting kan hebben voor individuen binnen een romantische relatie, zonder uit te sluiten dat dit ook een positieve of neutrale zijde kan hebben. Sociale media maken het gemakkelijk om seksuele inhoud te verspreiden of openbaar te maken. Hierdoor kan het slachtoffer gepest worden, of kan de reputatie ernstig worden geschaad. Soms wordt sexting beschreven als gedrag dat afwijkt van de norm, maar het kan ook als normaal worden beschouwd als het vergeleken wordt met seks (Renfrow & Rollo, 2014).

Meisjes verzenden meer sextingberichten dan jongens (Temple et al., 2012). Onderzoek bij universiteitsstudenten toont aan dat meisjes een druk voelen om seksuele inhoud te versturen. Zeker wanneer de vraag komt van de partner binnen een romantische relatie (Renfrow & Rollo, 2014). De normen hierover zijn contradictorisch. Enerzijds worden vrouwen in de hedendaagse mediacultuur aangemoedigd om 'sexy' te zijn en dit ook te tonen. Anderzijds dragen ze negatieve gevolgen door bekeken te worden als 'sletterig' of worden moreel veroordeeld door leeftijdsgenoten (Ringrose, Harvey, Gill, & Livingstone, 2013). Zo zal men bijvoorbeeld zeggen over een meisje dat het 'haar eigen schuld is' wanneer er een naaktfoto van haar uitlekt (Lippman & Campbell, 2014).

In het onderzoek wordt er nagegaan hoe adolescenten denken over de negatieve aspecten van sociale media in een relatie. De derde onderzoeksvraag luidt als volgt:

OV3: Hoe ervaren jongeren de negatieve aspecten van sociale media? En wat zijn de normen hierover?

2 Methode

2.1 Deelnemers

De respondenten werden gezocht binnen het Sint-Jozef-Klein-Seminarie. In totaal namen 27 respondenten deel aan het onderzoek ($n = 14$ meisjes; 51.90%). Alle respondenten waren tussen de 15 en de 18 jaar oud, en kwamen uit het vierde, vijfde of zesde middelbaar. De gemiddelde leeftijd in de steekproef is 16,33 jaar met een standaardafwijking van 1,33 jaar.

Bij de focusgroepen werden de respondenten geworven door een secretariaatsmedewerker binnen de middelbare school zelf, omdat de directeur van de school hier een voorkeur aan gaf. Deze medewerker kreeg richtlijnen mee van de onderzoekster. Er werd door de onderzoekster een wervingsbrief opgesteld die de secretariaatsmedewerker zou verspreiden onder de leerlingen, maar er werd door de onderzoekster niet bepaald welke informatie er aan de leerlingen werd gegeven (zie 4.2 *Beperkingen en suggesties voor toekomstig onderzoek*).

De focusgroepen werden zo veel mogelijk homogeen gehouden. De personen die in één focusgroep werden ingedeeld, hadden telkens dezelfde leeftijd, hetzelfde geslacht hadden, en kwamen allemaal uit een eenzelfde richting in het ASO. De keuze om de groepen in te delen naargelang geslacht, kwam voort uit het feit dat de onderzoekster een gevoelig onderwerp behandelde (Krueger & Casey, 2014). Mannen en vrouwen konden over het onderwerp verschillende meningen hebben. De leerlingen kwamen uit de richtingen Humane Wetenschappen, Latijn, en Grieks-Wiskunde. Zowel de focusgroepen als de interviews hadden een gelijke man-vrouw verdeling.

Als bedanking kregen de deelnemers aan de focusgroepen tijdens het gesprek koffiekoeken en frisdrank. De deelnemers aan het diepte-interview kregen een zakje chocolade na afloop. De keuze voor koffiekoeken en frisdrank kwam voort uit het feit dat de focusgroepen plaatsvonden tijdens de middagpauze. Dit was ook meegedeeld in de wervende brief, in de hoop dat er meer scholieren zich aangetrokken zouden voelen om deel te nemen aan het onderzoek. De twee interviews vonden plaats op woensdagmiddag na de lessen.

Aanvankelijk zouden er meerdere interviews zijn uitgevoerd ter aanvulling van de focusgroepen. Deze zouden een meerwaarde geboden hebben naast de focusgroepen, omdat interviews minder onderhevig zijn aan sociaal-wenselijkheid (Mortelmans, 2013). Aan de onderzoekster werd er door de middelbare school een lijst van e-mailadressen gegeven met geïnteresseerde leerlingen. Er werd een mail verstuurd, waar er maar twee van de geadresseerden antwoordden. In de veronderstelling dat er nog respons zou volgen, begon de onderzoekster de interviews af te nemen, maar er kwam geen antwoord op de mails. De onderzoekster wilde de interviews mee opnemen in het onderzoek, omdat het mogelijk interessant materiaal kon bevatten, maar gaat er niet van uit dat ze een meerwaarde kunnen bieden naast de focusgroepen. (zie 4.2 *Beperkingen en suggesties voor toekomstig onderzoek*)

2.2 Procedure

Omdat er op zoek werd gegaan naar ervaringen en normen die adolescenten hebben hierover, werd er gekozen voor focusgroepen en interviews als onderzoeksmethode. In totaal werden er zes focusgroepen afgenomen en twee diepte-interviews. De focusgroepen telden steeds minimum vier of maximum vijf deelnemers en werden afgenomen in de laatste twee weken van februari 2016. De focusgroepen duurden steeds minimum 44 minuten en maximum 58 minuten. De onderzoekster modereerde het gesprek zelf. De interviews vonden plaats in maart 2016 en duurden steeds ongeveer 42 minuten. Ook de interviews werden afgenomen door de onderzoekster.

In de transcripten wordt de moderator aangeduid door de letter M. Alle focusgroepen en interviews werden opgenomen en verbatim uitgeschreven. De namen van de respondenten werden uit de transcripten gehouden en werden vervangen door een code (e.g.: R5) om de privacy en de anonimiteit van de deelnemers te verzekeren.

Aan de respondenten werd er gezegd dat het onderzoek ging over romantische relaties en sociale media. Ook werd er bij aanvang aan de respondenten gevraagd wat ze verwachtten van het gesprek. Als de respondenten op een verkeerd spoor zaten, zette de moderator hen op de goede weg. Ook kregen de respondenten een brief met meer uitleg over het onderzoek dat ze voor aanvang van het gesprek mochten lezen.

De focusgroepen werden ruimtelijk zodanig ingedeeld dat de moderator centraal zat, en een overzicht had over alle respondenten. Omdat de gesprekken plaatsvonden in een klaslokaal werden de tafels in een vierkant geplaatst. In de interviews zaten interviewer en geïnterviewde schuin tegenover elkaar aan een tafel. Op deze manier werd aan de geïnterviewde persoonlijke ruimte gegeven en kwam de onderzoekster niet intimiderend over (Mortelmans, 2013).

2.3 Opbouw van de vragenlijst

Voor de focusgroepen en de interviews is er gebruik gemaakt van een semigestructureerde vragenlijst. Dit wil zeggen dat er vragen werden opgesteld in dat deze vragen in een bepaalde volgorde werden gesteld. Hoewel de gesprekken gestructureerd waren, bleef er voor de respondenten wel plaats om het gesprek zelf in te vullen. Omdat de vraagstelling gelijkaardig is in ieder gesprek, kunnen de antwoorden van de adolescenten vergeleken worden (Mortelmans, 2013).

De vragen werden opgesteld door de onderzoekster zelf, in samenwerking met de copromotor. De belangrijkste bron voor het opstellen van de vragenlijst was het onderzoek van Van Ouytsel et al. (2016). Hier stond er informatie over het belang van het Facebook Official zijn van een relatie, controlegedrag, en jaloezie. Ook de studies van Fox werden gebruikt bij het creëren van de vragenlijst (Fox & Anderegg, 2014; Fox & Moreland, 2015; Fox et al., 2014; Fox & Warber, 2013; Fox & Warber, 2014; Fox et al., 2013).

Het interview startte met een openingsvraag waarin er gevraagd werd bij welke sociale media de respondenten een profiel hadden. Ook werd er gevraagd wie er al eens een relatie had gehad. De bedoeling hiervan was om een overzicht te krijgen over de respondenten in de focusgroep (of een inzicht te verwerven in de respondent bij de interviews) en om iedereen aan het praten te krijgen. Een derde vraag zorgde ervoor dat de respondenten vertrouwd geraakten met het onderwerp. Hier werd er gevraagd wat het eerste is waaraan de respondenten denken bij relaties en sociale media. Afhankelijk van de antwoorden van de deelnemers werden er bijkomende vragen gesteld om dieper te graven in bepaalde materie die de respondenten zelf aanbrachten.

De vragenlijst werd opgesteld in de volgorde van de onderzoeksvragen. Bij de eerste onderzoeksvraag zou er nagegaan worden hoe bepaalde media gebruikt zouden worden in een romantische relatie. Een eerste vraag was: “Als je denkt over sociale media en relaties, zijn er dan typische sociale media die je zou gebruiken om met je lief in contact te blijven?”. Hier wilde de onderzoekster nagaan wat de typische media zijn waarmee men zou communiceren in een romantische relatie. Nadien werd er bij ieder medium dat ze zeiden, nagegaan waarom ze dit dan specifiek zouden gebruiken in een romantische relatie.

Om na te gaan hoe respondenten dachten over het uiten van relatietevredenheid, werden er vragen gesteld, zoals: “Is het belangrijk dat koppels iets online posten over hun relatie?” of “Vinden jullie het belangrijk dat beide partners evenveel posten over hun relatie?”.

In het derde onderdeel van de vragenlijst zou de onderzoekster kijken naar de ervaringen en normen die adolescenten hebben over de negatieve invloed van sociale media. Er werd gepeild naar de invloed van te veel sturen, jaloezie, controle, en ruzie. Dit werd gedaan door vragen te stellen, zoals: “Zijn er bepaalde dingen die je niet meer kan doen via Snapchat of Instagram of Facebook eens je een lief hebt?” of “Wanneer je denkt aan relaties en het internet en de mobiele telefoon, zijn er dan momenten dat er ruzie kan ontstaan tussen partners door iets wat ze gedaan hebben online?”.

Om nog grondig te peilen naar de normen die adolescenten hebben, werd er besloten om af te sluiten met de vraag: “Kan je een voorbeeld geven van iets wat gebeurde tussen een koppel dat je kent, en waar je van dacht: dit kan echt niet/dit is ongezond?”.

De volledige vragenlijst kan teruggevonden worden in bijlage (zie *6.1 Bijlage 1: Vragenlijst*).

2.4 Data-analyse

De descriptieve analyse gaat na wat het profiel is van de respondenten en hoe hun activiteit eruitziet op sociale media. Hiervoor werd het softwareprogramma SPSS (versie 23.0.0.0) gebruikt. Voor de data-analyse van de gesprekken gebruikte de onderzoekster NVivo (versie 10.2.2 en een voorgaande versie). Voor de analyse werden de transcripten nog eens grondig nagelezen om vertrouwd te raken

met de gesprekken. Door open te coderen, werd er aan ieder antwoord een bepaalde code toegewezen. Dit werd gedaan voor de transcripten van twee focusgroepgesprekken. Daarna zou de onderzoekster de verschillende codes van het open coderen, axiaal coderen; indelen per thema. De verschillende codes zouden ondergebracht worden onder een code die meer omvattend was. Er doken verschillende thema's op die antwoord gaven op de verschillende onderzoeksvragen. Overlappende codes werden ingevoegd in bestaande codes. De codes werden gestructureerd naargelang de verschillende thematische categorieën die een antwoord konden bieden op de onderzoeksvragen. De transcripten van de vier andere focusgroepen en de interviews, werden ingedeeld op basis van deze boomstructuur. Nadien werden alle transcripten van iedere focusgroep nagelezen om er zeker van te zijn dat ieder antwoord op een juiste manier was gecodeerd. Uiteindelijk werden de resultaten gestructureerd en ondergebracht per onderzoeksvraag.

Het codeerschema kan gevonden worden in bijlage (zie 6.2. *Bijlage 2 : Codeerschema*)

2.5 Ethische procedures

Voor de gesprekken werd er toestemming gevraagd aan de directeur van het Sint-Jozef-Klein-Seminarie. Net voor het gesprek, kregen de respondenten een brief met meer informatie over het doel en de procedures van het onderzoek. De toestemming van de ouders werd gevraagd door een *passive parental consent procedure*. Er werd een formulier toegevoegd die de ouders konden invullen en doorsturen indien ze bezwaar zouden hebben dat hun zoon of dochter had deelgenomen aan het onderzoek. Vanaf de ouder bewaar zou hebben, zouden de gegevens van de persoon in kwestie verwijderd worden in het onderzoek. In deze brief en voor de aanvang van het gesprek, werd er aan de respondenten verteld dat hun anonimiteit verzekerd was. In de analyses zelf zou er gewerkt worden met codes in plaats van namen. De gegevens van de respondenten werden niet gedeeld met externen. Als de respondenten vragen of opmerkingen hadden over de aard van de gegevens, werd de mogelijkheid voorzien om de copromotor of de universiteit te contacteren.

De onderzoekster legde er - bij aanvang van het gesprek - de nadruk op dat de deelname vrijwillig was, dat er geen verplichting was om alle vragen te beantwoorden, en dat de respondenten zich ten alle tijden konden terugtrekken uit het gesprek. Ook werd er in de begeleidende brief verwezen naar contactinformatie van organisaties die meer informatie konden aanbieden over interpersoonlijke relaties en een veiliger internetgebruik. Deze sites waren: www.clicksafe.be/jongeren en <http://www.awel.be>. Na deze procedures werd er schriftelijk en formeel toestemming gevraagd aan de jongere om deel te nemen aan het onderzoek.

3 Resultaten

3.1 Profiel respondentent

Van de respondentent in de steekproef hadden 26 van de 27 respondentent een smartphone in hun bezit. 85,2% van deze respondentent had een gsm-abonnement met mobiele data inbegrepen.

26 van de 27 personen hadden een Facebook-account. Snapchat was het tweede meest gebruikte medium bij de adolescentent: 85,2% van de respondentent had een account op Snapchat. 70,4% van de respondentent heeft een account op Instagram.

17 van de respondentent, zo'n 68%, gaf aan ooit al eens een relatie te zijn geweest of een relatie te hebben op het moment dat de gesprekken werden afgenomen.

3.2 OV 1: Manier waarop jongeren communiceren in een relatie

In vier verschillende focusgroepen gaven de respondentent een voorkeur aan face-to-face communicatie of communicatie via klassieke media, boven communicatie via sociale media. In het algemeen zouden ze hier een voorkeur aan geven, maar zeker ook op momentent wanneer er problemen zouden zijn in de relatie, of als het koppel het moet hebben over dringende kwesties.

[R11, focusgroep 3, vrouw]: *Oh my god. Ma nee, maar da's echt... Da's echt... Da's echt afhankelijk, ma 'k vin ook, ge moet er nie in overdrijve, wa gade dan zegge als ge die jongen in 't echt ziet? Komaan eh, ik vin een relatie da hebde in 't echt, en nie via sms...*

[R14, focusgroep 4, man]: *Als 't echt iets dringend is, gaat ge sowieso belle. [...] Dan kunt ge zo ook veel zegge in één keer. Of als ge echt zo ies een verhaal wilt zegge, da op u lever ligt... Dan kan die zo in één keer luistere...*

Facebook Messenger werd in iedere focusgroep en in één interview aangegeven als een typisch sociaal medium waarmee adolescentent zouden communiceren binnen een relatie. Snapchat was het tweede typische medium. Dit werd aangehaald in vier van de zes focusgroepen.

Wanneer de onderzoekster aan de respondentent vroeg waarom ze eerder Messenger zouden gebruiken in een relatie gebruiken, werd er in twee focusgroepen aangehaald dat dit was om foto's te sturen naar elkaar, en omdat het gratis is. In één focusgroep en in één interview, wordt er gezegd dat het handig is en dat het is zoals sms'en.

Snapchat wordt het meest gebruikt om naaktfoto's door te sturen (twee focusgroepen), en om gebeurtenissen te delen op het moment zelf (1 focusgroep, en 1 interview). In de privécommunicatie wordt het gebruikt om persoonlijker te communiceren. Hiermee bedoelen ze dat ze via het medium intieme inhouden kunnen delen met elkaar.

[M]: *Euhm... En waarom, euh... Denkt ge ineens aan Snapchat? En nie aan iets anders?*

[R3, focusgroep 1, vrouw]: *Omdat da echt persoonlijk is tussen die twee... mensen. En. Instagram of Twitter ofzo da's dan direct voor al u vrienden. En u volgers enzo. Dus...*

[M]: *En, euh... Als ge... Allez, we hebben 't dan over Snapchat... Naast naaktfoto's, wa denkte da koppels nog naar elkaar kunne sture?*

[R14, focusgroep 4, man]: *Dan zo 'gekke bekken' ofzo. Ja, lachende gezichtjes...*

[R13, focusgroep 4, man]: *Ja, zo gewoon foto's wa doe ge aan 't doen zijt ofzo.*

[M]: *Ja.*

[M]: *En denkte dat da kan verschillen van de foto's die ge stuurt naar u vriende?*

[R15, focusgroep 4, man]: *Ja.*

[R13, focusgroep 4, man]: *Ja, soms iets persoonlijker.*

Wanneer een persoon op Snapchat iets deelt in zijn of haar Verhaal of iets specifiek naar vrienden of familie stuurt, is dit volgens de respondenten om 'aandacht te krijgen' of om 'mensen de indruk te geven dat men een goede relatie heeft'.

Sociale media die personen weinig tot niet gebruiken om te communiceren in een relatie, zijn: Instagram en WhatsApp. Bij Instagram waren vele mensen niet op de hoogte van de functie voor privécommunicatie. WhatsApp werd niet spontaan genoemd als een medium om te communiceren met de partner. Ook als de onderzoekster hiernaar vroeg, gaven de respondenten aan het niet te zullen gebruiken binnen een relatie. In één focusgroep en één interview, werd Skype vermeld als medium dat afstand kan overbruggen als het koppel elkaar even niet kan zien.

De jongeren gaven aan sneller iets op Instagram te zullen posten over hun relatie, dan op Facebook. Sommige respondenten gaven aan dat het iets 'nieuwer' is, anderen zeiden dat het gewoon normaler overkomt. Dit laatste wil zeggen dat het voor de respondenten natuurlijker aanvoelt om iets op Instagram, zonder dat ze hiervoor een specifieke of bewuste reden hebben.

[M]: *Uhm. En denkte dat er een verschil, euh, da ge ne foto van u twee op Facebook zet of op Instagram? Dat daar een verschil tussen is? In de reden waarom da ge da doe?*

[R6, focusgroep 2, man]: *Uhm. Op Instagram zette veel meer, dan op Facebook. Da komt zo normaler over eigenlijk.*

[M]: *Ja.*

[R6, focusgroep 2, man]: *Omda Facebook zo...echt veel mensen foto's op zetten, da is nie zo. Da's minder...*

[M]: *Ja. Dus op Instagram gade rapper ne foto plaatsen van u en u lief dan op Facebook...*

[R7, focusgroep 2, man]: *Ja.*

[R5, focusgroep 2, man]: *Volgens mij is da ook... Ja, omda Facebook de laatste tijd terug een beetje meer passé is. Da nu zo meer Instagram is geworden.*

Wanneer er aan de respondenten wordt gevraagd waarom mensen in het algemeen iets zouden posten over hun relatie op sociale media, wordt er gezegd dat dit is om aandacht te krijgen.

[M]: *Euhm... Ja. Euh. Soms delen ze ook informatie over... Allez, sommige koppels delen ook, euh, informatie over hun relatie, euh, via de verhalen op Snapchat. Euhm... Waarom zoude ze da doen denkte?*

[R3, focusgroep 1, vrouw]: *Aandacht.*

[M]: *Aandacht?*

[R3, focusgroep 1, vrouw]: *Ze hebben te weinig aandacht en ze willen opvallen als koppel. En...*

[R2, focusgroep 1, vrouw]: *Ja.*

(gelach)

[M]: *Ja. Oké. En dan zo aandacht...Euhm... Waarom denkte da een koppel iets zoude zette over hun relatie op Facebook?*

[R2, focusgroep 1, vrouw]: *Denk zo. Om zo, oh sorry... (lacht) Om zo een reactie uit te lokke van anderen dat die dan zegge van 'oh zo schattig da jullie zijn' ofzo.*

[M]: *Ja.*

[R2, focusgroep 1, vrouw]: *Da's zoals een een profielfoto zo same me u lief en dan, allez, het is zo gedaan om aandacht te zoeken denk ik.*

[R3, focusgroep 1, vrouw]: *Ja da's waar.*

3.3 OV 2: Normen omtrent relatiezichtbaarheid en relatietevredenheid

Evenveel communiceren wordt door de jongeren belangrijk geacht. Dit kwam in bijna iedere focusgroep naar boven. Wanneer bijgevolg één partner minder stuurt dan de andere, wordt dit in verband gebracht met het hebben van een slechte relatie. Kenmerken van een slechte relatie waren: 'afstand nemen', 'geen interesse hebben', en 'verdacht gedrag'.

[M]: *Euhm. Vinden jullie het belangrijk da beide partners evenveel communiceren binnen een relatie, via WhatsApp, of Facebook Messenger? Zoud het... Allez. Euhm. Zou het storend zijn, denkte in een relatie da bijvoorbeeld, ja, gij heel veel stuurt, en da ge van u vriend bijna niks hoort? Of u vriendin, eh...*

[R1, focusgroep 1, vrouw]: *Uhum. Ja, ik zou toch wel, misschien, toch een beetje het gevoel hebben van ja 'interesseert u da wel nog wa ik stuur'.*

[M]: *En hebt ge, euh, vrienden of vriendinnen waardat da al voorgekomen is? Dat die één partner echt heel veel stuurt via sociale media en de andere minder?*

[R3, focusgroep 1, vrouw]: *Ja, da kan... Da kan ook zijn dat de andere, bijvoorbeeld, zo, nie echt niemeer geïnteresseerd is, of dat hij da nie echt wil laten blijken dat die afstand wil*

nemen, om gewoon de ruimte te hebben om iets te denken wat hij eigenlijk echt wel wilt. Ma, 't kan ook zijn dat die jongen zo is ingesteld van 'gewoon, kort antwoorden'.

Hoewel evenveel communiceren belangrijk is, hechten adolescenten niet zoveel belang aan relatiezichtbaarheid op sociale media. Dit wordt gezegd in vier focusgroepen.

[R6, focusgroep 2, man]: *Voor mij moet nie iedereen da te wete, allez, ik bedoel... Kan da wel zegge, maar ik ga niks... Me heel de wereld gaan delen ofzo.*

[R13, focusgroep 4, man]: *Ja, da maakte mij eigenlijk echt gewoon nie uit of dat der iemand da weet of nie... 's Gewoon van... Volgens mij is da gewoon van: Ge zijt gelukkig me elkaar, en dan wat de rest... Of dat die da nu wete of nie, da maakt echt nie uit...*

Daaruit volgt ook dat het Facebook Official maken van een relatie niet zozeer nodig of belangrijk is.

[R10, focusgroep 3, vrouw]: *Ma da's zo in 't eerste en 't tweede doede da direct van 'ouh, ik heb een relatie met...'. 'Kijk ik heb een relatie'. Ma kweet da nie, als ge ouder wordt... Da ge daar minder belang aan hecht.*

Ook geven de jongeren aan dat ze het Facebook Official maken van een relatie niet volledig afkeuren, maar dat ze er wel mee zouden wachten tot de relatie iets serieuzer is. Deels ook voor het oordeel dat andere mensen over hen kunnen hebben.

[R22, focusgroep 6, man]: *Ik zou daar eerst ook eens mee wachte om dan te zien hoe serieus de relatie is, ma... als ge da... Pakt da we straks naar 't plein gaan, en we scharrelen daar iemand op... Ge zet da daar direct op en volgende week is 't terug gedaan, dan komt da zo wel verkeerd over, dus ik zou eerst wel wa wachte.*

Als reden waarom ze vonden dat een relatie eerder niet zichtbaar moet zijn, gaven de respondenten aan dat een relatie iets privé is, en dat het niet op sociale media hoeft te komen. In twee focusgroepen werd er ook gezegd dat het posten over een relatie iets is dat de adolescent moet bespreken en overeenkomen met de partner. Als de partner niet zou willen dat er gepost wordt over de relatie, dan zou de andere partner dit moeten respecteren.

[R2, focusgroep 1, vrouw]: *Ja, ik vind ook wel as bijvoorbeeld het meisje tegen de jongen zegt van 'ja, ik vind... Allez. Ik wil nie da ge zoveel post', dat die dan ook wel nie moet doen.*

In twee interviews en één focusgroep werd er door de adolescenten gezegd dat ze het raar zouden vinden als er niet evenveel of helemaal niet zou gepost worden over de relatie. Dit zou blijk geven van het feit dat er iets mis is in de relatie. De partner zou ongeïnteresseerd kunnen zijn ten opzichte van

de relatie of het zou lijken alsof de relatie een geheim is. Dit is een kleiner aantal dan de groepen die relatiezichtbaarheid niet belangrijk vonden.

[M]: *En, euh... We hebben 't gehad over koppels die op sociale media, zoals Facebook, Snapchat, en Instagram, euh, berichten en foto's poste over hun relatie. Is da belangrijjk volges u? Da's ze iets online zette over hun relatie?*

[R26, interview 1, vrouw]: *Ik vind... Ja, langs de ene kant wel. Ma langs de and... Ik vind et soms zo raar als ge der niks van zegt of van toont, want dan is het zo precies alsof ze et geheim wille houde.*

Wanneer er werd gevraagd naar wat geschikt zou zijn om te delen als koppel in een relatie, antwoordden velen: 'een foto samen', van bijvoorbeeld een activiteit die het koppel samen had gedaan. De adolescenten in de steekproef zouden een gezamenlijke omslagfoto bekijken als iets normaal. Wat absoluut niet geschikt zou zijn volgens de jongeren, was om private informatie over de relatie te delen. Wat hier duidelijk naar boven kwam, was dat het zeker niet gangbaar is om dramatische informatie te delen, zoals bedrog in een relatie. Ook informatie over het seksleven, zoals 'after-sex-pictures' werd heel erg afgekeurd. Met after-sex-pictures bedoelen jongeren foto's die koppels van zichzelf nemen na dat ze gemeenschap hebben gehad, en die vervolgens op sociale media worden geplaatst door beide partners, of door één van de partners. Meestal hebben de personen op foto geen kleren aan, en zijn de naakte delen bedekt met een laken. Als er aan de respondenten werd gevraagd waarom koppels after-sex-pictures zouden plaatsen, gaven de respondenten aan dit ze dit zouden doen om op te scheppen met hun partner of om aandacht te krijgen. In de focusgroepen werd er gezegd dat dit heel vaak roddelgedrag teweegbracht, wat de posters van after-sex-pictures eigenlijk niet op doelen.

[M]: *Want, euh... In andere groepe, allez, in de focusgroepe, kwam der aan bod, euhm, zo after-sex-foto's?*

[R26, interview 1, vrouw]: *Aja.*

[M]: *Denkte dat da zo, allez, stoorde u daaraan als ge da zie? Op Facebook, of op Snapchat? Of hebt ge zoiets van 'ja se...'?*

[R26, interview 1, vrouw]: *'t Is nie da ik et echt heb gezien.*

[M]: *Ja.*

[R26, interview 1, vrouw]: *Euh, nee.... Één keer, ma, ja, dan was da ook zo een goeie vriendin van mij, dus dan was da zo 'oké, oké', maar ik von et wel een beetje raar.*

[M]: *Ja.*

[R26, interview 1, vrouw]: *Da zo... op social media zette.*

[M]: *Ja.*

[R26, interview 1, vrouw]: *Want daar kwam dan ook zo kei veel reacties op. Ik zal et zelf nooit doen.*

[M]: *Ja. En wa voor een reacties kwamen er dan op?*

[R26, interview 1, vrouw]: *Aja. Dan... Van 'aja, is da een after-sex-selfie ofzo?', en dan zo... Ja, sommige mense wiste dan ook nog nie dat die da had gedaan, en dan kwam der ook zo... Ge hoorde gewoon da iedereen derover aan et roddele was op da moment.*

[M]: *Ja. Kwam der op de foto zelf negatieve reacties? Of eerder positieve? Want 't was op Facebook dan eh...*

[R26, interview 1, vrouw]: *Ja. Euhm... Eigelijk... Geen reacties, echt zo niemand reageerde er... Echt ook zo normaal bij een foto van hen staat er 'schattig' ofzo, ma op die foto reageerde er echt niemand.*

[M]: *Ma daar werd wel veel achter de rug om over gepraat...*

[R26, interview 1, vrouw]: *Ja, wel achter de rug, ma...*

[M]: *In de negatieve zin dan...*

[R26, interview 1, vrouw]: *Op de foto zelf nie echt. (lacht)*

Verder zou het niet gepast zijn als mensen die in een relatie zijn, een relatiestatus van 'vrijgezel' op hun profiel hebben staan.

[M]: *En, euhm... Moet er... Want da is juist ook al effe aan bod gekome. Vinde dat da uit u profiel moet blijke da ge een relatie hebt me iemand?*

[R18, focusgroep 5, vrouw]: *Ja, als ge derop zet bijvoorbeeld 'single' en ge zijt een koppel me iemand, da vinnek al echt raar, want... Ik heb een vriendin en die heeft da ook echt, en dan was ik aan 't discussiëren me mijn, ja, beste vriendin, en die zei van 'ja, hebt ge da nu gezien? Ik denk dan 't uit is'. Ma, dan zei ze de week daarachter van 'nee, nee, nee, ik ben net iets leuk gaan doen me mijn lief', en dan creëert die wel verwarring.*

Bij jongeren zou het irritatie opwekken als iemand té veel zou posten over zijn of haar relatie. Af en toe zou het voor hen wel leuk zijn om iets te zien verschijnen over een relatie.

[R26, interview 1, vrouw]: *En... Ik vin da altijd wel leuk om te zien zo 'ouh, schattig, die zijn same'. (lacht) 'k Weet da nie, ja...*

[M]: *Zijn der ook momente da ge et nie schattig niemeer vindt?*

[R26, interview 1, vrouw]: *Als et elke dag opnieuw is ofzo. Of elke week, of veel, ma... dan is et zo 'pff, nog ne foto'. 'Oké, 'k weet et nu wel'.*

[M]: *Ma anders vindt ge et wel schattig...*

[R26, interview 1, vrouw]: *Ja, als er zo soms ies ne foto opkomt, maar nie zo te vaak, ma dan vinnek et altijd wel leuk om te zien.*

Wat er in sommige interviews en focusgroepen naar boven kwam, is dat het meisje meer actief zou sturen via sociale media en zou posten over de relatie. Vaak zeiden ze dit niet expliciet, maar werd er gewoon vanuit gegaan dat meisjes dit doorgaans meer doen dan jongens. Volgens de respondenten kwam dit door het feit dat meisjes meer belang hechten aan hun volgers op sociale media, en ook

meer willen concurreren met andere meisjes. Jongens zouden hier volgens de respondenten minder belang aan hechten.

[M]: *En, euhm... Denke jullie dat er iets is mis dat de ene partner meer post dan de andere?*

[R23, focusgroep 6, man] en [R25, focusgroep 6, man]: *Nee.*

[R23, focusgroep 6, man]: *Nee. Nie echt mis. Want ja, meisjes die poste vaker iets, denk ik, op sociale media dan jongens.*

[...]

[R23, focusgroep 6, man]: *Dus... Ja.*

[M]: *Uhum. Ja. Waarom denkte da meisjes da meer zoude doen dan jongens?*

[R23, focusgroep 6, man]: *'k Wee nie, gewoon. Misschien omda meisjes daar meer bij betrokken zijn.*

[M]: *Ja.*

[R23, focusgroep 6, man]: *Qua volgers enzo, jonges die vinde da nie echt belangrijk.*

[M]: *Ja.*

[R23, focusgroep 6, man]: *Dus...*

[R22, focusgroep 6, man]: *Tege elkaar op ofzo van 'ik doe dit me mijn vriendje' ofzo.*

[M]: *Ja.*

[R22, focusgroep 6, man]: *Dat de andere da nie doet.*

[M]: *Ja.*

[M]: *En jonges zijn daar minder mee bezig volges jullie...*

[R22, focusgroep 6, man], [R23, focusgroep 6, man], [R25, focusgroep 6, man]: *Ja.*

3.4 OV 3: Normen omtrent de negatieve invloed van sociale media

In iedere focusgroep en interview, werd er gezegd dat sociale media jaloezie konden opwekken. Dit gebeurde op verschillende manieren, maar meestal kwam het altijd terug naar het feit dat de partner interageerde met personen van het andere geslacht. Enkele respondenten gaven ook aan dat wanneer ze gevoelens van jaloezie zouden ervaren, dat ze hierover zouden praten met hun partner.

[M]: *En, euhm, zie ge da dan als normaal da bijvoorbeeld da meisje zou zeggen tegen hare vriend van 'ik heb da nie zo graag da ge zo'n dingen post'?*

[R3, focusgroep 1, vrouw]: *Ja. Ik zou da ook zeggen, dan weet die wel wat er is. Want sommige mensen lopen der wel heel ambetant over.*

[M]: *Ja.*

[R3, focusgroep 1, vrouw]: *Da's wel altijd tof als die zeggen van 'het ligt daaraan', en als die jongen zegt van 'oei ja, da wist ik nie', dan kan die misschien veranderen. Maar het kan ook zijn dat die jongen zegt 'ik kies me wie da ik omga' (gekuch) en... Dus da kan verschillende kanten opgaan. 't Is ook te zien welk karakter dat die jongen heeft.*

[M]: *Euhm... Ja... Da's ook iets interessant... Vroeger op Snapchat, 'k weet nie of da jullie da nog wete, kon de een top drie zien van de mensen waar da ge 't meest mee stuurde...*

[R18, focusgroep 5, vrouw] en [R20, focusgroep 5, vrouw]: *Ja.*

(lachen)

[R21, focusgroep 5, vrouw]: *Neeeeee!*

(lachen)

[M]: *En, euh... Stel, euhm, da ge, allez, ne vriend zou hebbe, en op nummer één sta nie une naam, maar de naam van een ander meisje...*

[R17, focusgroep 5, vrouw]: *Da zou 'k echt nie leuk vinde...*

[M]: *Ja.*

[R20, focusgroep 5, vrouw]: *Ja, nee, ik vond da ook wel... Toen dat da zo verdween, dan dacht ik zo 'ow shit'.*

[R18, focusgroep 5, vrouw]: *Ja, ik... (onverstaanbaar)... als ik niemeer kan controlere.*

[M]: *Ja.*

[R21, focusgroep 5, vrouw]: *Ja, 'k wee nie, ja... Ik zit zelf nie zo heel veel op Snapchat, en da was, ja... Da was echt zo wa raar een systeem von ik... Soms is er iemand van mijn beste vriend, die da ik eigenlijk nie zo veel... Allez, ja... Da is eigenlijk echt een vertekend beeld, zo...*

[M]: *Ja.*

[R20, focusgroep 5, vrouw]: *Ja, en eigenlijk... Ik zeg... Allez, ik zeg zo van 'da's spijtig da ik da weet, maar anderzijds... misschien wel goe voor een relatie'. Want... Da moet misschien wel meer gebaseerd zijn op vertrouwe dan gewoon zo ne top drie van Snapchat, dus, ja...*

[R21, focusgroep 5, vrouw]: *Oké, ja.*

[M]: *Stelt u voor dat da zou 't geval was da ge een relatie had, en op nummer één stond een ander meisje, zou ge u lief daarop aanspreke? Of zou ge da gewoon late... late doen?*

[R18, focusgroep 5, vrouw]: *Ja.*

[R21, focusgroep 5, vrouw]: *Nee, ma zo nie op een kwaade manier eh.*

[R17, focusgroep 5, vrouw]: *Ah, nee! Ik zou gewoon zegge 'wie is da?'.*

[R20, focusgroep 5, vrouw]: *Ja, en ook zo ies vrage wie da is, maar... uit nieuwsgierigheid, nie uit jaloezie dan.*

[M]: *Ja. Oké.*

Hoewel sociale media de mogelijkheid bezitten om jaloezie op te wekken, zal de ene partner de andere partner eerder niet opzettelijk jaloers maken.

[R26, interview 1, vrouw]: *Da gebeurt meestal in films. Ik denk... Ik denk nie dat da echt in 't echt gebeurt. Want waarom zou ge die jaloers wille make? In films is da zo om te kijke of die om u geeft, ma... Vraag da dan toch gewoon?*

Als de respondenten dit wel zouden doen, zou dit zijn door een foto te posten met iemand van het andere geslacht.

[M]: *Bijvoorbeeld... Allez, ik denk nu efkes een voorbeeldsituatie uit... Euhm... Une... Gij... Wacht, want ik moet da in jullie dinge zette... Euhm, bijvoorbeeld, u vriendin die heeft ne foto gepost van haar en ne jonge, en ge zij zo kwaad da ge om die ook jaloers te make ook ne foto post van u en een meisje...*

[R25, focusgroep 6, man]: *'t Is nog nie gebeurd, ma ik zou da wel doen.*

[R22, focusgroep 6, man]: *Ja.*

[R24, focusgroep 6, man]: *Ja. Da zou ik ook nog wel doen.*

De meest voorkomende redenen waarom partners ruzie zouden maken, was door een bericht verkeerd te interpreteren en door jaloezie. Jaloezie zou opgewekt worden door een foto te liken van iemand van het andere geslacht of door erop te reageren. Of door getagd te worden in een foto met iemand van het andere geslacht waarmee de partner te 'close' zou opstaan. Ook de partner negeren of droog antwoorden op berichten van de partner, kunnen ook een bron van conflict zijn.

[M]: *Euhm... Wanneer da ge denkt aan relaties en... het internet, zijn er dan momenten dat er ruzie kan ontstaan... Als de partners... Allez, als ze iets online hebbe gezet ofzo.*

[R11, focusgroep 3, vrouw]: *Ja, dus via sms bij ons, gebeuren er voortdurend miscommunicatie via sms. Ma dan is da zo van 'waarom stuurt gij zo bot?' – 'oh, sorry'. En dan... is da om zeep eh, dus... Dus probere zo min mogelijk te sture, want er komen altijd problemen van. Allez, da's bij ons kei veel.*

[R12, focusgroep 3, vrouw]: *Ik stuurde zoiets vriendelijk bedoeld, maar ge kon da ook echt bot leze... En hij had da... Echt... Hij dacht da ik echt pissed tegenover hem was, maar ik had zo just ietske lief gestuurd, allez... Ge kon da op twee verschillende maniere interpretere... Dan was da echt zo 'gewoon belle'. (lacht)*

[M]: *Denkte dan dat da is omda da non-verbale weg valt dan, dat da alleen tekst is...*

[R11, focusgroep 3, vrouw]: *Ja, ma emoticons verandere da wel, da ergens wel...*

[R9, focusgroep 3, vrouw]: *Ja! Wij sture altijd zo ne smiley en een hartje daarachter, en als ik zo ineens die smiley weglaat, dan gaat die direct sture 'wa is er?' – 'waarom?' – 'ge zijt u smiley vergete' – 'oké, ik zal er een smiley bij zette' – 'oké, da's beter, dan weet ik hoe da ge u voelt'.*

[M]: *Dat er toch wa emotie in zit...*

[R9, focusgroep 3, vrouw]: *Ja! Voilà. Ik vin da ook zo... Da ziet er zo kaal uit, zo zonder smileys. Da drukt zo beter uit hoe da ge u voelt.*

Naast conflict kwam controleren ook aan bod op verschillende manieren als het ging over negatieve invloeden. Verschillende vormen van controleren die door de respondenten werden aangehaald, waren: controleren via andere personen, het toestel van de partner controleren, kijken of een bericht

gelezen is op Facebook Messenger, het profiel controleren van de partner, activiteiten op sociale media controleren, en wachtwoorden uitwisselen. Een algemene consensus was dat er iets negatiefs heerste rond controleren. Controleren is niet iets dat men mag doen in een relatie. De respondenten konden goed de verschillende manieren van controleren aanduiden.

Als de adolescent zijn of haar partner controleren zonder diens toestemming, zoals bijvoorbeeld de sociale media controleren of het toestel van de partner bekijken, zou dit bekeken worden als iets dat buiten het normale ligt. Het zou voor conflict kunnen zorgen, en het zou blijken geven van het feit dat er geen vertrouwen heerst in de relatie. Verder zouden de respondenten ook teleurgesteld zijn in zijn of haar partner en het gevoel hebben dat de privacy geschonden is. Toch zouden de personen in de steekproef het in sommige situaties accepteren als er gecontroleerd wordt. Dit zou het geval zijn bij verdacht gedrag of na bedrog.

[R20, focusgroep 5, vrouw]: *Echt nen... Ma, als ge zo, ja... Da's eigenlijk wel verkeerd, ma als ge zo... een vermoeden hebt dat er echt iets nie pluis is ofzo. Ik heb da soms echt, allez... Soms kunt ge da zo toch echt hebben eh. Da ge zo een gevoel hebt... Da ge... Dat er echt iets nie klopt, euhm... Dan zou ik da wel doen.*

Een tweede vorm van controleren was het uitwisselen van wachtwoorden. Dit zou gebeuren met wederzijdse toestemming. Ook hier was de meerderheid van de respondenten het met elkaar eens dat het niet juist is om wachtwoorden uit te wisselen in een relatie. Dit werd overeengekomen in vijf focusgroepen en in één interview. Dit omwille van verschillende redenen. Een eerste reden zou zijn omdat er toch nog nood is aan een privéleven. Sommige aangelegenheden zou de respondent liever voor zichzelf houden. Verder zouden de respondenten het ook riskant vinden om wachtwoorden uit te wisselen. Door het wachtwoord te geven aan de partner, stelt een persoon zich kwetsbaar op. Als de relatie gedaan zou zijn, en als de partner slechte bedoelingen heeft, kan hij of zij veel slechts doen met het profiel van de ex-partner. Sommige respondenten gaven aan dat het hierdoor niet zo slim was om wachtwoorden uit te wisselen.

[M]: *Euhm... Sommige jongeren, euh, vragen het wachtwoord van hun lief voor Facebook of andere sociale media... Wat denken jullie daarvan?*

[R8, focusgroep 2, man]: *Ja, dat da wel nie slim is eh.*

[R6, focusgroep 2, man]: *Nee, da's echt nie slim volgens mij. (lacht)*

[M]: *En waarom?*

[R6, focusgroep 2, man]: *Als ge dat dan zo toevallig uitmaakt... (onverstaanbaar)... die persoon zijn leven ruineren, ma...*

[M]: *Ja.*

[R7, focusgroep 2, man]: *Da's gewoon... Da's, euh... Ik vind zelfs... Als ge getrouwd zijt ofzo, moet ge toch ook nie e-mailadressen, en... Ge moet toch altijd privé...*

[R6, focusgroep 2, man]: *Bijvoorbeeld, allez, mijn vriendin nu die kan wel op mijn gsm enzo, dus die kan eigenlijk op mijn Facebook gewoon, ma... Het is nie da...*

[R7, focusgroep 2, man]: *(onverstaanbaar)*

[R6, focusgroep 2, man]: *Ja. Ma 't is nie da 'k da zou doen of... Allez, ja.*

[R5, focusgroep 2, man]: *Ja.*

[R6, focusgroep 2, man]: *Het is nie da 'k die nie vertrouwt, maar 't is ook nie "k weet et dat die daar niks op gaat doen'.*

[M]: *Denkte as ge elkaar vertrouwt, da ge da sowieso nie doe?*

[R6, focusgroep 2, man]: *Ma, da's echt geen misvatting... Da's echt geen... Da's echt nie iets da ge moet doen.*

[M]: *Euhm... Sommige jongere vrage et wachtwoord van hun lief voor Facebook of andere sociale media... Wa denkte daarvan?*

[R27, interview 2, man]: *Da vinnek eigenlijk wel vrij stom. Allez, 'k zou da eigenlijk nie inzien waarom... waarom da ge da zou doen... Want, ja. Ik vin... Ge hebt gewoon u eige profiel, en...*

[M]: *Uhum.*

[R27, interview 2, man]: *Misschien zijn er ook nog dinge da ge echt gewoon liever voor uzelf houdt.*

Sommige respondenten gaven ook aan dat wachtwoorden uitwisselen ook iets positiefs kan zijn. Hoewel een deel respondenten aangaf dat wachtwoorden uitwisselen, wijst op een gebrek aan vertrouwen in elkaar in de relatie, zeiden andere respondenten dat het juist wel een teken is van het feit dat partners elkaar wel kunnen vertrouwen. Een belangrijke opmerking hierbij is dat zo goed als niemand van de respondenten aangaf hun wachtwoord te zullen geven aan de partner. De respondenten kenden wel mensen die dit deden. Als de moderator vroeg naar waarom andere mensen dit zouden doen, gaven de respondenten aan dat dit was om te tonen dat ze te vertrouwen zijn.

[M]: *Denkte da, als ge, euh, in het begin van een relatie bijvoorbeeld u wachtwoord deelt da ge u daar dan... Da mensen er zich van bewust zijn dat da ook negatieve gevolgen kan hebben? Of zit ge op da moment in de... Zijde zo verliefd da ge daar nie over nadenkt?*

[R2, focusgroep 1, vrouw]: *Der zijn veel mensen dat da gewoon doen om zo te kunnen zeggen van 'we hebben elkaars wachtwoord gedeeld, want we weten da we elkaar kunnen vertrouwen', en da's dan als extra...*

[M]: *Ja.*

[R2, focusgroep 1, vrouw]: *Allez, ook zo om zo een beetje te kunne zegge van 'ziedies wa da wij hebbe gedaan'.*

[M]: *En, euhm... Sommige jongere vragen 't wachtwoord van hun lief voor Facebook of andere sociale media... Wa denkte daarvan?*

[R26, interview 1, vrouw]: *Da vinnek echt belachelijk. (lacht) Ja. Da vinnek écht nie tof.*

[...]

[M]: *En waarom denkte da koppels da zoude doen?*

[R26, interview 1, vrouw]: *Om gewoon te zegge van 'kijk, ge hebt mijn vertrouwe, hier is mijn wachtwoord'.*

Een derde vorm van controleren was kijken of je partner je bericht gelezen had op Messenger. Sommigen zouden kiezen voor Messenger als communicatiemedium in plaats van sms, omdat er bij Messenger een mogelijkheid is om te zien of een bericht al dan niet gelezen wordt. Afhankelijk van de context of van de persoon waarmee er gestuurd wordt, zou een respondent al dan niet een bericht beantwoorden op Messenger. De berichten van de partner zouden vrijwel altijd beantwoord worden, maar in sommige contexten zou het niet erg zijn als het bericht gelezen is en er geen antwoord komt.

[R4, focusgroep 1, vrouw]: *Da hangt er ook van af wa dat er in da bericht staat eh. Als da zoiets is om af te spreken ofzo. En dan negeert die u, is da zo precies van 'ah die wilt nie afspreke'. Ma als da gewoon 'oké' is ofzo een smiley ofzo.*

Als er wel echt een antwoord verwacht wordt, en er komt geen antwoord, dan ervaren de respondenten negatieve gevoelens. Vaak voelt de respondent zich dan geïrriteerd voelen of kwaad.

[R9, focusgroep 3, vrouw]: *Ma bijvoorbeeld als die da... Ge weet dat die da opent, en dan antwoordt die zo twee uur nie. Da's zo van 'ge hebt da nie geopend, da duurt gelijk twee seconden om te antwoorde'. Antwoordt gewoon.*

[M]: *Wordt ge daar kwaad van dan?*

[R9, focusgroep 3, vrouw]: *Geambeteerd.*

[R12, focusgroep 3, vrouw]: *Ja, pissed. (lacht)*

[R11, focusgroep 3, vrouw]: *Ja. Wa ik ook al ies gehad heb is... Da von ik irritant eh. Ik stuur iets, die bekijkt da, die antwoordt, die ga offline. Dan stuur ik, die bekijkt da, die antwoordt, en die gaat... Zo heel de tijd. Da was zo'n conversatie echt om 't kwartier was da zoiets. En ik dacht 'ofwel komde op Facebook, en ge blijft efkes op Facebook, ofwel komde nie, en dan stuurde als ge tijd hebt'.*

[M]: *Ja.*

[R11, focusgroep 3, vrouw]: *Ma dan heb ik hem ook gezegd van 'ja, als ge geen tijd hebt, dan hebde geen tijd'. Da vinnek dan nie erg, ma zo, allez, wa was da voor conversatie, da trekt op niks.*

In drie focusgroepen gaven respondenten aan dat de partner ook gecontroleerd kan worden via andere personen. Dit zou een vierde vorm van controleren zijn.

[M]: *Euhm... Op welke maniere zoude u lief nog kunne controlere via sociale media en de gsm? Buite wachtwoorden uitwisselen?*

[R11, focusgroep 3, vrouw]: *Via andere persone...*

[R9, focusgroep 3, vrouw]: *Ik doe da ook via Lucas... [...] En als die dan nie reageert ofzo, of ik maak mij dan zorgen, dan is da zo 'goh, Lucas, praat me Brecht'. Dan is da zo 'oké, hij antwoordt ook nie naar mij'. Dan is 't zo 'oké, dan ben ik gerustgesteld, 't is nie alleen naar mij'.*

Een laatste vorm van controleren zou zijn om het Facebookprofiel van de partner te controleren. Hier wordt er gekeken naar foto's of berichten op het profiel, maar ook naar de aanwezigheid op evenementen en berichten op de startpagina over de partner.

[M]: *Euhm... Op welke manieren denkte da ge u lief zou kunne controlere via sociale media?*

[R18, vrouw, focusgroep 5]: *Volges mij is da ook zo... Als ge zo... De mense die da ge veel opzoekt, ziet ge ook heel veel van, zo bijvoorbeeld 'die vindt da leuk', 'die vindt da leuk'. Ik heb da bij een paar mense in mijn vriendegroep op Facebook. Zo... Dat die zo... Al die berichte dat die leuk vinde, kome op mijn startpagina.*

[R20, vrouw, focusgroep 5] en [R21, vrouw, focusgroep 5]: *Aja.*

[R18, vrouw, focusgroep 5]: *En da komt volges mij... Mense die da ge veel opzoekt... Volges mij, als ge die veel gaat opzoeken, gaat ge alles zien wat die liked. Of zo meisjes waarvan da ge weet... Allez, ja... Da's een goeie vriend ofzo. Kijk ik altijd naar die foto's waar die op staat. Omda, ja...*

[R19, vrouw, focusgroep 5]: *(onverstaanbaar)... naar een evenement en dan kunt ge zien wie er op aanwezig is. En da ge zo ies kijkt van 'wie komt er allemaal?'. Ma, nog... Ik heb da nog nie gedaan met de bedoeling van 'ah, we gaan da ies controlere'.*

Het sturen van berichten via sociale media, kan ook een negatieve invloed hebben op de relatie. In het onderzoek werd er nagegaan wat de opinies zijn over (te) veel sturen en (te) weinig sturen. Er waren respondenten die aangaven dat veel sturen normaal is in een romantische relatie. Zeker in het geval wanneer de partners elkaar niet veel zien. Over weinig sturen waren er geen meningen die wezen op een negatieve invloed hiervan op de relatie. De meeste respondenten gaven aan dat ze minder zouden sturen als ze de partner veel in het echt zagen. In de situatie van de jongeren zou dit bijvoorbeeld zijn als de partners elkaar iedere dag zouden zien op school. De reden waarom ze dan minder zouden sturen, is omdat de partners dan uitgepraat zouden zijn in het echt. Zowel bij (te) veel als bij (te) weinig sturen, werden er geen verschillen gevonden tussen mannen en vrouwen.

[M]: *Euhm... Ja, we hebbe 't gehad dan over 't sture van berichtjes, ja, via Messenger, maar ook via... Allez, da kan ook evegoe via sms zijn. Ma, euh, wa lijkt u een normale hoeveelheid van berichte om te sture binne een relatie? En dan... Pakt dan bijvoorbeeld op nen dag ofzo... Via de sociale media, en via sms...*

[R27, interview 1, man]: *Ja, da's wel een moeilijke vraag vind ik, want da hangt ook af van, ja, in welke situatie ge zijt, me wie ge zijt, me...*

[M]: *Ja.*

[R27, interview 1, man]: *Ik denk da ik wel nog vrij veel zou sture... Me mijn vriendin... Ma ik denk 'hoeveel berichte', ja... Euh, ik weet nie, honderd? Nee, nee, da's veel te veel... Ja, vijftig ofzo? Nee. Kan da, 't vijftig?*

[M]: *Joa, da kan.*

[R27, interview 1, man]: *Toch wel... Ik zou wel vrij veel sture...*

[M]: *Ja. Vrij veel.*

[M]: *En, euhm... In, allez, de focusgroepe had ik gehoord dat er wel nog... Want ge zeit ook 'da's afhankelijk van de relatie'...*

[R27, interview 1, man]: *Uhum.*

[M]: *In sommige focusgroepe waren der mense die bijvoorbeeld een, een, een vriend of een vriendin hadde op school hierzelf, en der ware ook mense die dan buite school een, euh, lief hadde...*

[R27, interview 1, man]: *Ja.*

[M]: *En denkte dat er dan ook een verschil is in de hoeveelheid da ge stuurt?*

[R27, interview 1, man]: *Hmm... Ja, ik denk et wel. Nee. Ik denk da ge der sowieso meer me zou sture als ge der nie bij op school zit.*

[M]: *Euhm... We hebben 't gehad over sture van berichtjes via sociale media... Euhm, wa lijkt voor jul... Allez, wa lijkt jullie een normale hoeveelheid berichte om te sture?*

[R13, focusgroep 4, man]: *In een relatie kan da echt veel zijn.*

[R14, focusgroep 4, man]: *Ja.*

[R13, focusgroep 4, man]: *Ma echt superveel eh... Ja...*

[R14, focusgroep 4, man]: *Kan echt constant zijn.*

[R13, focusgroep 4, man]: *Kan daar wel geen getal opplakke, ma da's wel superveel.*

[...]

[R13, focusgroep 4, man]: *'s Ochtends kan ik echt zo... Ge hebt geen tijd, en eigenlijk zijt ge echt nie geïnteresseerd 's ochtends, want dan denkte 'k zie die toch straks de ganse dag op school, dan moet ik er al genoeg op kijke', en dan...*

(lachen)

[R13, focusgroep 4, man]: *Nee, nee, maar da is echt natuurlijk wel zo, als ge zo elkaar... Als ge elkaar zo opvreet, dan wordt ge elkaar echt wel beu volgens mij.*

[R11, focusgroep 3, vrouw]: *Ge kunt wel zegge 'ik ga die sture omda 'k u mis' ofzo, of omda ge overeen afspreekt. Ma over wa zit ge dan te sture? Ik snap nie da mensen constant me hun lief kunne sture...*

[M]: *Ja.*

[R11, focusgroep 3, vrouw]: *Over wa zitte die dan bezig?*

[...]

[R9, focusgroep 3, vrouw]: *Wij sture nie zo heel veel 's avonds. Da's zo soms ies over iets da gebeur is, of over iets da we aan 't planne zijn, of gewoon zo ies babbelen om te babbelen ofzo. Ma ik zie jullie alle twee tussen elke leswisseling zijn jullie aan 't sture me jullie lief, en dan is da echt zo van 'komaan, wa hebt ge elkaar te melden? Ge hebt mekaar een uur gelede gesproke. Komaan!'*

Om na te gaan of de hoeveelheid sturen een negatief effect kan hebben op de relatie, en om na te gaan vanaf wanneer de respondent iets als controlerend ervaart, werd er aan de respondenten een voorbeeldsituatie voorgeschoteld: De respondent zou naar een fuif gaan en zijn of haar gsm vergeten thuis. Als hij of zij later thuiskomt en kijkt naar de gsm, zou de respondent zien dat hij of zij zes berichtjes en twee gemiste oproepen heeft ontvangen van de partner. De moderator vroeg hen hoe ze zich hierbij zouden voelen en hoe ze het gedrag van hun partner zouden bestempelen. De meeste respondenten gaven aan dat ze de reactie van hun partner zouden begrijpen, en dat ze het gedrag vooral zouden bestempelen als bezorgdheid. Ook gaven ze aan dat ze altijd zouden sturen wanneer ze naar een fuif zouden gaan. Op deze manier zou de partner altijd weten waar ze zijn en zou de partner ook minder bezorgd zijn.

[M]: *Euhm... En dan heb ik eigenlijk ook een voorbeeldsituatie om te zien wa... Allez... Wa jullie mening daarover is, of wa da jullie zouden doen... Euhm. Stelde da ge, euh, een avondje uit zij – een fuif ofzo – en ge zijt u gsm vergete, en, euh, als ge terug thuiskomt zie ge da u lief, euhm, zes berichtjes heeft gestuurd, en twee keer heeft gebeld om te vragen waar da ge waart en wa ge aan 't doen waart... Hoe zou ge u daarbij voelen?*

[...]

[R6, focusgroep 2, man]: *Ik zou wel zeggen da ik naar een fuif was, en da 'k mijn gsm was vergete, ik zou da zeggen.*

[M]: *Ja.*

[R7, focusgroep 2, man]: *Mja, oké, ja. Da voelt precies wel wa alsof die u wil controlere ofzo, maar langs ne kant moet ge elkaar wel...*

(geklop op de deur)

[...]

[R7, focusgroep 2, man]: *Ik snap wel dat die u ineens nie kan bereike...*

[...]

[M]: *Dus ge denkt dat da meer uit bezorgdheid zou zijn a 't die zou sturen dan...*

[R7, focusgroep 2, man]: *Ja, ma ja, misschien begint te sturen ofzo, om effe iets te vragen en ge antwoordt nie, dan denkt die 'oei, wa is er', 'waar zijt ge', ja...*

[R5, focusgroep 2, man]: *Ja.*

[R7, focusgroep 2, man]: *'k Wee nie. En dan denkt die van 'oei, ik ga ies bellen', en 'die neemt nie op'...*

[...]

- [R8, focusgroep 2, man]: *Ja, misschien als ge naar de bakker zijt, dan gaat ge da nie zegge tegen u lief, ma als ge zo ies ga feesten ofzo...*
- [R5, focusgroep 2, man]: *Ma ik denk ook dat die zoveel belt, da's nie erg, maar als ge daarna uitlegt da ge uitlegt da ge naar die fuif zij geweest, en ze is dan kwaad. Ja nee, allez... (lacht) Ge moogt nie té... Als de andere naar een fuif ga...*
- [R7, focusgroep 2, man]: *Ge moogt toch wel naar een fuif gaan...*
- [R5, focusgroep 2, man]: *Dan gaat ge gewoon...*
- [M]: *Dan zou ze te veel controlerend zijn...*
- [R7, focusgroep 2, man] en [R5, focusgroep 2, man]: *Ja.*
- [M, focusgroep 2, man]: *Oké.*
- [R5, focusgroep 2, man]: *Ja. Als ge da nu vergete zegge zij.*
- [R8, focusgroep 2, man]: *Ja, da kan eh.*
- [M]: *Dus ge zou sowieso misschien wel een berichtje sture, vooraf van 'kijk, ik ga vanavond naar die fuif'...*
- [R8, focusgroep 2, man]: *Ja.*
- [R5, focusgroep 2, man]: *Ja. Ma zo nie van echt toelating vragen van 'mag ik gaan?', maar gewoon 'ik ga daar naartoe'.*

Als reactie op het gedrag van de partner zou zouden de adolescenten de situatie uitleggen en zijn of haar excuses aanbieden. Hiervoor zou er meteen teruggebeld of teruggestuurd worden. De voorkeur zou uitgaan naar bellen.

[M]: *Ik ga efkes een voorbeeldsituatie geve, eh. Euhm... Stelt u voor da ge naar een fuif zijt, en ge zijt u gsm vergete, en als ge terugkomt ziede da u lief zes berichtjes heeft gestuurd en twee keer heeft gebeld... Om te vrage waar da ge zijt, en wa da ge aan 't doen waart... Hoe zou ge u daarbij voele?*

[...]

[R14, focusgroep 4, man]: *Ik zou die gewoon ies belle, allez zo ies belle om da uit te legge...*

[M]: *En, euhm... Stelt u voor da ge... Ik ga een voorbeeldsituatie geve eh... Stelt u voor da ge naar een fuif zij, en ge zijt u gsm vergete... En als ge terugkomt ziede da u lief, euh... Zes berichtjes heeft gestuurd en twee keer heeft gebeld om te vrage waar ge zijt, en wa da ge aan 't doen waart... Hoe zou ge u daarbij voele?*

[R26, interview 1, vrouw]: *Ik zou gewoon terugbelle. (lacht) En da uitlegge. (lacht) Da ik mijn gsm vergete was, en da ik naar een fuif was.*

Het versturen van naaktfoto's is iets dat veel aan bod kwam in de focusgroepen. Hier werd soms naar gevraagd door de moderator zelf, maar het werd ook spontaan als antwoord gegeven als de moderator vroeg naar wat echt niet kan in een relatie. De voornaamste redenen waarom personen het niet zouden doen, waren omdat het riskant is en dat een persoon er zich kwetsbaar mee opstelt. Dit

waren dezelfde motieven als degene waarom geen wachtwoorden zou uitwisselen. Het zou de zender zijn of haar eigen schuld zijn als de naaktfoto's publiekelijk wordt gemaakt.

[M]: [...] *Euhm. Kunde een voorbeeld geven van iets da gebeurd is tussen koppel da ge kent, en waar ge van dacht van 'da is echt nie oké' of 'da's echt nie gezond'? [...]*

[R1, focusgroep 1, vrouw]: *Ja, dan zo eerder terug die foto's, allez ja, die naaktfoto's... Allez, mijn vriendin was daar eigenlijk ook zo een beetje op ingegaan, en die zei nooit... Allez ja... Niemand heeft da echt gezien, ma die zijn er wel nog, en dit... En soms ben ik wel een beetje bang voor haar, van ja, ge weet nooit... Ook toen da de ruzie er was, had ik zoiets van 'oh my god, hopelijk blijven die foto's gewoon tussen hun twee'.*

[R11, focusgroep 3, vrouw]: *En ook geen naaktfoto's sture...*

[R9, focusgroep 3, vrouw]: *Nee!*

[M]: *Want daar hadde we 't dan daarjuist ook over gehad, zo van, euhm... Da's ze zo juist seks hebbe gehad, en da ze da dan ne foto poste da 't laken over hun ligt...*

[R9, focusgroep 3, vrouw] en [R11, focusgroep 3, vrouw]: *Ja...*

[R9, focusgroep 3, vrouw]: *Da's echt nie oké...*

[R11, focusgroep 3, vrouw]: *Ma echt gewoon naakt-naakt-foto's, eh! Van zo 'ja, als ik nu ne naaktfoto stuur, zijn we dan een koppel?'*

[...]

[R9, focusgroep 3, vrouw]: *Da's stom! (praten door elkaar) (onverstaanbaar)*

[M]: *In een vorige focusgroep werd er gezegd dat er op een school, euhm, naaktfoto's rondginge van een meisje...*

[R11, focusgroep 3, vrouw]: *Da was in 't College...*

[M]: *En die ware in een relatie verstuurd, en, euhm...*

[R9, focusgroep 3, vrouw]: *Die heeft da gestuurd toen da ze die gast zag zitte, en ze dacht van 'als ik da stuur...'. Maar die gast dacht gewoon 'ik ga da vrage, en ik zal wel zien of ik da krijg, want die ziet mij toch zitte'...*

[M]: *Ja.*

[R9, focusgroep 3, vrouw]: *En zij heeft da dan gedaan, en die heeft da gewoon naar iedereen doorgestuurd, da was echt een ramp...*

[M]: *Denkte da ge u kwetsbaar opstelt... Als 't dan vooral... Want da was dan... In da geval, nog geen relatie, maar dan wel als bedoeling om een relatie te hebbe, ma denkte da ge binnen een relatie naaktfoto's zou doorsture, da ge u dan kwetsbaar opstelt? Van ja, als 't verkeerd loopt, die heeft die, en die kan er mee doen wat die wilt...*

[R10, focusgroep 3, vrouw]: *Maar waarom zout ge da doen? 'k Wee nie... Ja. Dat hij gewoon wacht tot da de moment er is... (onverstaanbaar)*

[R12, focusgroep 3, vrouw]: *En als hij da echt per se, wilt doen, doen 't dan slim, en doe het via Snapchat.*

[R9, focusgroep 3, vrouw]: *Ouh, pas op! Screenshots, Snapsave! Der is zoveel prull!*

[M]: *Ja.*

[R9, focusgroep 3, vrouw]: *Nie normaal. Maar ik vind gewoon, als ge dan toch in een relatie zijt, da komt wel, ge moet nie per se ne naakfoto sture. Ooit zal die jonge u waarschijnlijk wel ies naakt zien, die heeft daar gene foto voor nodig.*

[M]: *Ja.*

[R11, focusgroep 3, vrouw]: *Ja, voilà. Ge moet genoeg hebbe aan 't geen wa ge ziet eh.*

[R9, focusgroep 3, vrouw]: *Voilà.*

[M]: *Dus jullie zoude da sowieso nie doen. (respondenten schudden het hoofd)*

[R9, focusgroep 3, vrouw]: *Nee.*

4 Discussie

4.1 Bevindingen terugkoppelen naar literatuur

In voorgaand onderzoek is aangehaald dat jongeren alle media zouden gebruiken om te communiceren binnen een romantische relatie en dat volwassenen eerder zouden kiezen voor 'klassieke' media (Coyne et al., 2011b). Bij de adolescenten in dit onderzoek is dit niet het geval. De adolescenten gebruiken sociale media om te communiceren binnen een romantische relatie, maar zullen eerder een voorkeur geven aan de klassieke media, zoals sms'en, en in sommige situaties ook aan bellen. Dit komt dan weer overeen met onderzoek van Lenhart et al. (2015) dat vond dat Amerikaanse jongeren steeds sms'en, bellen, en face-to-face communicatie zouden verkiezen.

De jongeren geven aan Facebook Messenger en Snapchat te zullen gebruiken om te communiceren binnen een romantische relatie. De onderzoekster concludeert dat dit komt doordat het in de steekproef de meest gebruikte sociale media zijn. Zelf geven de respondenten aan dat ze Facebook Messenger gebruiken in een relatie om foto's door te sturen en omdat het gratis is. Ook zouden ze het gebruiken omdat het lijkt op sms'en. Dit laatste komt overeen met bevindingen uit voorgaand onderzoek waaruit bleek dat Facebook Messenger in een grotere groep van respondenten ook op een eenzelfde manier gebruikt wordt als sms'en en dat het ook gelijkaardig aanvoelt met sms'en (Storey & McDonald, 2013).

De motieven om Facebook te gebruiken kwamen overeen met de motieven die werden voorgesteld in eerdere studies. De respondenten gaven aan dat koppels op Facebook posten om 'aandacht te krijgen'. Dit komt overeen met de bevindingen uit het onderzoek van Karapanos et al. (2016) waarin werd gezegd dat er wordt gepost uit een verlangen naar sociale acceptatie en populariteit.

In de literatuur werd er vastgesteld dat Snapchat een medium is om intiem te communiceren met dichte vrienden of familie (Piwek & Joinson, 2016). Dit werd bevestigd in het eigen onderzoek. De mogelijkheid bestaat dat er na Facebook een voorkeur wordt gegeven aan Snapchat, omdat het zich leent tot die intieme communicatie in een romantische relatie.

Als de respondenten willen communiceren over de relatie naar derden, dan zouden ze een voorkeur geven aan Instagram boven Facebook. Als motief halen ze zelf aan 'omdat het nieuwer' is. Dit ligt in de lijn met het onderzoek uitgevoerd bij Vlaamse jongeren waaruit blijkt dat het aantal actieve gebruikers op Instagram gestegen is de afgelopen twee jaar (Mediaraven & Linc, 2016). Het motief is hier niet gerelateerd aan het gebruik van het medium in een romantische relatie, maar aan het medium zelf.

Wat in dit onderzoek haaks stond op vele andere studies, was dat de respondenten in de steekproef vinden dat er helemaal geen verband is tussen relatiezichtbaarheid en relatietevredenheid (Lane et al., 2016). In de focusgroepen en interviews gaven de respondenten aan dat de relatie niet zichtbaar

moet zijn om gelukkig te zijn als koppel. De norm is zelfs dat men dit niet hoeft te doen. Ook is er hier geen verschil naargelang gender, wat in andere onderzoek wel wordt gesuggereerd (Fox & Moreland, 2015; Fox & Warber, 2013; Ledbetter, 2014; Lucero et al., 2014). Een reden waarom respondenten vinden dat een relatie niet zichtbaar moet zijn, is omdat de relatie ervaren wordt als onzeker (Shulman & Kipnis, 2001). De adolescenten willen het moment na een relatiebreuk vermijden, waarin ze alles over de relatie moet verwijderen, of de relatiestatus terug moeten aanpassen. De respondenten zouden hier tegenop zien omwille van het oordeel dat andere mensen over hen kunnen hebben. Dit motief werd ook teruggevonden in voorgaand onderzoek (Van Ouytsel et al., 2016).

Toch was het volgens de adolescenten in de steekproef 'geschikt' om 'een foto samen' te delen. Private informatie delen was dan weer helemaal niet geschikt. Dit hield in dat de adolescent geen dramatische informatie mag delen met vrienden of volgers of after-sex-pictures. Wat ook niet geschikt zou zijn, is om een relatiestatus in te stellen die niet strookt met de werkelijke relatiestatus. Respondenten zouden geïrriteerd zijn als iemand te veel post over zijn of haar relatie. Dit zijn nieuwe bevindingen omtrent de normen bij het uiten van relatietevredenheid die nog niet werden vastgesteld in voorgaand onderzoek.

Wat zowel mannen als vrouwen wel belangrijk vonden, was dat er evenveel wordt gecommuniceerd in een relatie. Dit is in de lijn met bevindingen uit andere studies (Baym et al., 2007; Ledbetter, 2014). Als de ene partner minder zou sturen dan de andere, zouden de respondenten dit associëren met een slechte relatie. Evenveel communiceren vormt voor de jongeren in deze steekproef een heel belangrijk onderdeel in de herkenning van relatietevredenheid: koppels die evenveel communiceren, zijn tevreden over hun relatie. Dit sluit bij het onderzoek van (Morey et al., 2013) dat vond dat chatten positief gerelateerd wordt met de kwaliteit van de relatie.

Wat gebleken is in onderzoek is dat te weinig sturen een negatief effect kan hebben op de relatie. Dat zou een blijk geven van een gebrek aan interesse. Dit komt overeen met bevindingen uit de literatuur (Storey & McDonald, 2013). In het algemeen vonden de respondenten niet dat weinig sturen een negatief effect heeft op de relatie.

Voorgaande studies toonden aan dat niet evenveel posten leidt tot conflict (Fox & Moreland, 2015; Lucero et al., 2014). De adolescenten in het onderzoek gaven niet aan dat het kon leiden tot conflict, maar vertelden wel dat ze het raar zouden vinden als de ene partner minder post dan de andere, of helemaal niet zou posten. Dit zou tonen dat er iets mis zou zijn in de relatie. De partner zou ongeïnteresseerd kunnen zijn ten opzichte van de relatie, of het zou lijken alsof de relatie een geheim is.

Wat zowel in de doorgenomen literatuur als in het eigen onderzoek naar boven kwam, was dat foto's een belangrijke bron van informatie zijn, en dat ze dikwijls leiden tot jaloezie (Fox et al., 2014; Fox & Warber, 2013). Jaloezie vormde door middel van controleren de grootste negatieve invloed voor het

gebruik van sociale media binnen romantische relaties (Bryant & Marmo, 2009; Fox & Warber, 2013). Controleren kan een bijkomend motief zijn om sociale media te gebruiken binnen een romantische relatie (Karapanos et al., 2016; Stewart et al., 2014). Opvallend bij het eigen onderzoek was dat de respondenten een negatieve houding hadden ten opzichte van controleren, maar dat ze wel duidelijk alle vormen van controleren konden aangeven. De onderzoekster gaat ervan uit dat deze ietwat contradictorische stelling, wijst op het feit dat jongeren wel degelijk hun partner zullen controleren in een relatie, maar dat dit niet sociaal aanvaard is.

Wanneer er aan de respondenten werd gevraagd naar wat echt niet kan in een relatie, kwam vaak het antwoord 'naaktfoto's' verzenden. De verantwoordelijkheid voor eventuele negatieve gevolgen werd bij de verzender van de naaktfoto's gelegd en niet bij de persoon die foto's lekt. Dit komt overeen met bevindingen uit voorgaand onderzoek (Lippman & Campbell, 2014; Ringrose et al., 2013).

Een aanvulling op voorgaand onderzoek is dat de onderzoekster, buiten wachtwoorden uitwisselen en het profiel bekijken, een derde vorm van controleren vond: controleren via andere personen. Soms zouden er andere personen ingeschakeld worden om de partner te controleren. Controlegedrag wordt als iets negatiefs beschouwd en kan een negatieve invloed hebben op een relatie. Er wordt getracht deze invloed te vermijden door andere personen te laten controleren.

4.2 Beperkingen en suggesties voor toekomstig onderzoek

De steekproef is te klein en te beperkt om te veralgemenen naar een grotere populatie van adolescenten. Een manier waarop er in vervolgonderzoek een betere steekproef kan genomen worden, zou zijn om de studierichtingen uit te breiden naar KSO, TSO en BSO. Het is mogelijk dat over de verschillende studierichtingen heen, de opinies anders zijn. Om nog beter te kunnen veralgemenen, is het aangewezen om het onderzoek te doen bij adolescenten over heel Vlaanderen. In een verder onderzoek wordt er aangeraden om de resultaten te testen in een grootschalig kwantitatief onderzoek, of het kwalitatieve onderzoek uit te breiden.

De onderzoekster heeft de eigen vroegere middelbare school uitgekozen en gekozen voor de richting ASO. Dit kwam door een beperking in middelen en tijd. De eigen middelbare school zou meer geneigd zijn om toestemming te geven. De richting ASO is de enige onderwijsstroom die wordt aangeboden op de school. Het gevaar schuilt hier in het feit dat de onderzoekster te veel in de eigen leefwereld is gebleven.

Een bijzondere zwakheid in het onderzoek is dat de focusgroepen werden samengesteld door een secretariaatsmedewerker binnen de middelbare school. Deze persoon kreeg richtlijnen mee van de onderzoekster. Ondanks deze richtlijnen had de onderzoekster in slechts een beperkte mate controle over de selectiecriteria (zie *4.2 Beperkingen en suggesties voor toekomstig onderzoek*)

Ook kan het zijn dat er een vorm van zelfselectie aanwezig is in de steekproef. Het is mogelijk dat de interne persoon personen vroeg om deel te nemen, en dat er enkel degenen zich opgaven die geïnteresseerd waren in het onderwerp.

Ook is er een gevaar voor sociaal-wenselijke antwoorden van respondenten. Misschien wilden de deelnemers in de focusgroepen een niet te extreem standpunt verdedigen omdat ze schrik hadden voor de reactie van de groep of van de moderator.

Een nadeel aan een focusgroep als onderzoeksmethode is dat de individuele mening niet gehoord wordt en dat het gesprek meer wordt gestuurd door groepsnormen en groepsgedrag. In deze studie wordt dit niet beschouwd als een nadeel, omdat de onderzoekster meer te wil komen over de groepsnormen. Verdere nadelen kunnen zijn dat de onderzoeksresultaten afhankelijk zijn van de capaciteiten van de moderator, en dat de vragen soms anders geformuleerd werden. Een beperking aan het diepte-interview als onderzoeksmethode, is dat de interviewer de geïnterviewde in een bepaalde mate kan beïnvloeden.

Ook de keuze voor focusgroepen als onderzoeksmethode zou de veralgemeenbaarheid beperken. Vervolgonderzoek kan alternatieve onderzoeksmethoden gebruiken om de bevindingen te toetsen bij een grotere groep van adolescenten.

Een grote bijkomende beperking is dat er twee interviews zijn gebruikt in het onderzoek. Twee interviews uitvoeren is te beperkt om een meerwaarde te bieden naast de focusgroepen. De reden waarom er is gekozen om deze interviews toch te behouden, is omdat het interessant materiaal bevatte voor de onderzoekster (zie 2.1 *Deelnemers*)

Een invalshoek bij dit onderzoek was om na te gaan waarom adolescenten bepaalde sociale media gebruiken binnen een romantische relatie. Dit is niet uitgebreid onderzocht in dit onderzoek omdat er weinig respons kwam van de respondenten in de steekproef. Mogelijk kan dit met een betere vraagstelling en een meer uitgebreid onderzoek verder onderzocht worden in een kwalitatief of kwantitatief vervolgonderzoek. Wat er wel werd gevonden was dat de motieven om Facebook te gebruiken overlappen met de motieven om Instagram te gebruiken. Vervolgonderzoek kan nagaan waarom de motieven overlappen.

In het onderzoek werd er aangehaald dat wanneer personen gevoelens van jaloezie zou ervaren, dat ze hierover zouden praten met hun partner. In vervolgonderzoek kan er nagegaan worden of dit voor alle adolescenten geldt.

In 5.2 *Centrale concepten en verbanden* wordt er vastgesteld dat de concepten **privacy** en **onzekerheid** samen voorkomen en ook een invloed uitoefenen op elkaar. In een toekomstig

kwantitatief (longitudinaal) onderzoek kan nagegaan worden of de behoefte aan privacy en onzekerheid over de relatie wel degelijk een invloed uitoefenen bij elkaar bij adolescenten.

4.3 Maatschappelijke relevantie en beleidsrelevantie

De resultaten uit dit onderzoek kunnen relevant zijn voor ambtenaren die de informatie uit het onderzoek willen integreren in campagnes gericht naar adolescenten. De focus kan hier gelegd worden op het respecteren van de privacy van de partner en dat controleren een vorm is van cyber-relatieve geweld. Het soort van campagne zou een bewustmakingscampagne zijn. De resultaten uit deze studie zijn bruikbaar, maar er moet wel in het achterhoofd gehouden worden dat de resultaten niet veralgemeend zijn naar een grotere groep van adolescenten.

Verder kan dit onderzoek interessant zijn voor mensen die in een dagelijkse werksituatie met adolescenten omgaan en voor ouders. De ouders van de hedendaagse adolescenten zijn niet opgegroeid met sociale media. Kennis hierover kan hen helpen om meer inzicht te verwerven in de leefwereld van hun kinderen. Voor ouders die wel een hoge mate van digitale geletterdheid hebben en die het gedrag van de jongere al reeds monitoren, kan dit onderzoek ook nieuwe inzichten bieden (Anderson, 2016). Ouders kunnen bijvoorbeeld rekening houden met het feit dat adolescenten zich bewust zijn van de gevaren van sociale media en dat dit niet iets is waar de ouder op moet hameren. Wat ouders wel moeten weten is dat controlegedrag in een relatief grote mate aanwezig is bij adolescenten. Ouders of andere opvoeders kunnen hun best doen om de adolescent hierin op te voeden en bij hen het besef te creëren dat controlegedrag - als een vorm van cyber-relatieve geweld - een negatieve invloed kan uitoefenen op een romantische relatie en op een individu.

Ook scholen hebben baat bij een grotere kennis over het thema. Voor mensen die dagelijks met jongeren omgaan is het handig om te weten hoe jongeren met elkaar omgaan in een romantische relatie. Op deze manier is er een mogelijkheid om inzicht te verwerven in de gedachten van adolescenten en is de kans er dat er beter wordt ingegrepen in bepaalde situaties.

In de gesprekken gaven adolescenten zelf niet aan dat ze naaktfoto's delen maar er werd over een situatie verteld waarbij er naaktfoto's werden verspreid over de gehele school. Scholen kunnen adolescenten sensibiliseren om op een betere manier om te gaan met het verspreiden van naaktfoto's. Wat voor scholen ook nuttig is, is dat bevindingen uit het onderzoek kunnen gebruikt worden voor educatiedoeleinden gericht naar tieners op het gebied van relaties en seksualiteit. De studie biedt de mogelijkheid om jongeren bewust maken over de heersende normen op sociale media. Op deze manier is de studie ook nuttig voor adolescenten zelf.

Verder is deze studie nuttig voor toekomstig onderzoek. Bepaalde punten in het onderzoek kunnen verder kwantitatief onderzocht worden. Het kan ook dienen als startpunt of als inspiratie voor verder onderzoek (zie 4.2 *Beperkingen en suggesties voor toekomstig onderzoek*).

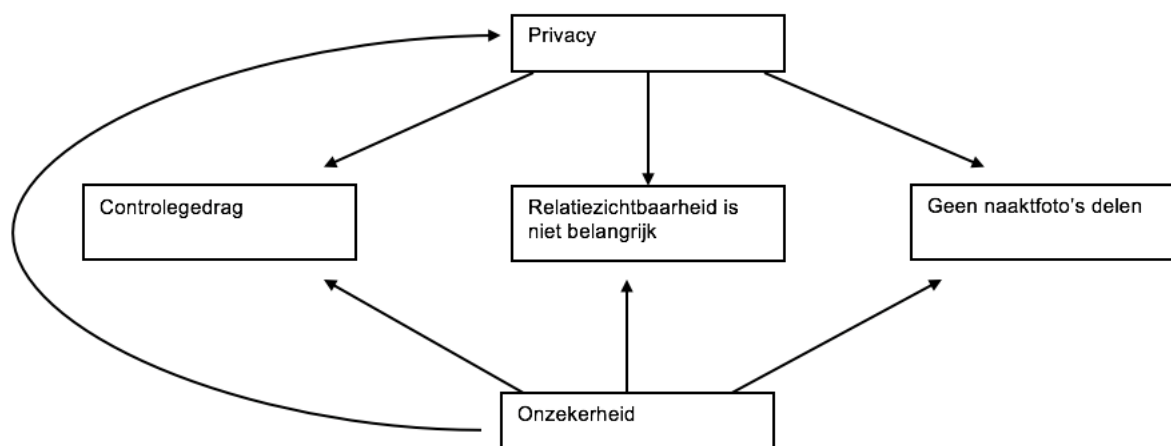
5 Conclusie

5.1 Algemeen

In het eerste deel van de studie kwam er naar boven dat Facebook Messenger en Snapchat de meest typische media zijn om te gebruiken binnen een romantische relatie. Dit kwam door het feit dat het de twee meest gebruikte media zijn bij adolescenten. Facebook Messenger zou gebruikt worden omdat het gelijkaardig voelt als sms'en, en omdat het koppel foto's naar elkaar kan sturen via het medium. De adolescenten zouden gebruik maken van Snapchat omdat het zich leent tot meer intieme communicatie. De respondenten gaven in het tweede deel van het onderzoek aan dat relatiezichtbaarheid niet gerelateerd is aan relatietevredenheid en dat relaties niet zichtbaar hoeven te zijn op Facebook of op andere media. Private communicatie was dan weer heel belangrijk binnen relaties, dit voor zowel mannen als vrouwen. In het derde luik werd er gevonden dat het niet geschikt is om private aangelegenheden zoals ruzies, drama of zogenaamde "after-sex-pictures" te delen. Ook zouden de adolescenten zich goed bewust zijn van de negatieve invloeden die sociale media hebben.

5.2 Centrale concepten en verbanden

In deze studie kwamen alle meningen en veronderstellingen terug naar twee centrale concepten: *behoefte aan privacy* en *onzekerheid van de relatie*. Deze zouden beide een invloed uitoefenen op hoe adolescenten sociale media gebruiken in een romantische relatie.



Figuur 1: Centrale concepten en verbanden

Omwille van **privacy**-redenen zouden de respondenten minder plaatsen op sociale media over de relatie. De adolescent zou ook minder plaatsen omdat relaties in de adolescentie meestal kortstondig zijn (Shulman & Kipnis, 2001). Hierdoor heeft de adolescent geen zin om de relatiestatus aan te passen of foto's te verwijderen.

Ook zouden de respondenten geen naaktfoto's delen. Dit was riskant. Als de relatie gedaan zou zijn, kon de ex-partner allerlei dingen doen waarmee de privacy van een persoon geschonden wordt.

Controlegedrag is tweezijdig. Uit de manier waarop de respondenten vertellen over controlegedrag, is af te leiden dat ze hier een negatieve houding tegenover hebben. Controleren is iets wat niet gepast is, en wat een persoon niet moet doen. Toch weten ze precies wat de verschillende vormen zijn van controleren, wat wil zeggen dat het iets is dat toch veel voorkomt. Ook geven ze aan dat controleren in sommige situaties sociaal aanvaard is. Meer bepaald als de partner zich verdacht gedraagt, of als men al eens bedrogen is geweest door de partner.

In deze steekproef opereren de concepten privacy en onzekerheid niet apart, maar komen ze samen voor en oefenen ze een invloed uit op elkaar. Omdat de adolescenten in het algemeen onzeker gaan zijn over hun relatie (Shulman & Kipnis, 2001), gaan ze heel precies te werk gaan in wat ze online zetten over de relatie, of in wat ze delen met hun partner. Wat ook voortkomt uit de **relatieonzekerheid** is dat de privacy van de partner geschonden wordt door hem of haar actief te controleren (Stewart et al., 2014).

De behoefte aan privacy zegt iets over de hoge mate van bewustzijn die jongeren hebben over de invloed die sociale media kunnen hebben op het individu en op een romantische relatie. De respondenten zijn zich bewust van de gevaren die de privacy mogelijk kunnen bedreigen, omdat ze deze bedreigingen allemaal kunnen aanduiden. Afgaande op de concepten en de onderzoeksresultaten, wordt er gesteld dat het bewustzijn over de invloed van sociale media in deze steekproef vrij hoog ligt.

6 Bijlagen

6.1 Bijlage 1: Vragenlijst

Introductie

Ik ga met jullie het komende uur praten over Facebook en andere sociale media, en hoe deze media gebruikt worden wanneer je een relatie hebt met iemand. Ik ga starten met enkele inleidende vragen.

Openingsvragen

- Welke sociale media gebruiken jullie zoal? Op welke sociale media hebben jullie een account of een profiel? (deelnemers specifiek laten opsommen)
- Wie van jullie heeft er al eens een relatie gehad? En hoe lang dan?
- Wat is het eerste waar je aan denkt als je denkt over relaties en sociale media? Is er een voorbeeld van iets dat jij of een vriend/vriendin ooit heeft meegemaakt? Dit mag zowel iets positief of negatief zijn.

OV1: Manier van communiceren binnen een relatie

- Als je denkt over sociale media en relaties, zijn er dan typische sociale media die je zou gebruiken om met je lief in contact te blijven?
[Op basis van antwoorden doorgaan naar de vragen van het specifieke medium]

WhatsApp

- Waarvoor gebruiken koppels WhatsApp in een relatie? Wat wordt er via WhatsApp allemaal gedeeld?
 - Vertellen koppels op WhatsApp andere dingen aan elkaar dan op andere sociale media?
 - Waarom specifiek WhatsApp en geen ander medium?

Facebook/Facebook Messenger

- Wat delen koppels met elkaar via Facebook?
 - Delen koppels op Facebook andere dingen aan elkaar dan op andere sociale media?
 - Waarom specifiek Facebook en geen ander medium?
- Soms posten koppels ook dingen (statusupdates, foto's en dergelijke) over hun relatie op hun profiel. Zo is het voor iedereen zichtbaar. Waarom doen ze dat, denk je?

Instagram

- Wat wordt er via Instagram iets gedeeld via privéberichten?
 - Delen koppels andere dingen met elkaar op Instagram dan andere sociale media? Waarom specifiek Instagram en geen ander medium?
- Soms posten koppels ook foto's over hun relatie op hun profiel. Waarom doen ze dat, denk je?

Snapchat

- Wat wordt er via Snapchat naar elkaar gestuurd?
 - Delen koppels andere dingen met elkaar op Snapchat dan andere sociale media?
 - Waarom specifiek Snapchat en geen ander medium?
 - Zouden koppels dit Snapchat gebruiken om Snaps enkel naar hun lief te sturen of zouden ze dan gewoon een snap naar meerdere mensen sturen?
- Sommigen delen ook informatie over hun relatie via Snapstories. Waarom doen ze dat, denk je?
 - Zijn er bepaalde zaken die je als koppel wel zou delen via een Snapstory maar niet via bijvoorbeeld Facebook?

OV2: Relatiezichtbaarheid en relatietevredenheid

- We hebben het daarnet al gehad over koppels die op sociale media (Facebook, Snapchat, Instagram...) berichten en foto's posten over hun relatie. Is het belangrijk dat koppels iets online posten over hun relatie?
- Wat is informatie die jullie wel geschikt vinden om te delen als koppel? Welke informatie helemaal niet? (Denk aan alle sociale media zoals Facebook, Snapchat en Instagram)
- Moet er vinden jullie uit een profiel blijken dat je een relatie hebt met iemand? Aan de hand van wat dan?
- Vinden jullie het belangrijk dat beide partners evenveel posten over hun relatie? Bijvoorbeeld de jongen evenveel als het meisje?
 - Zegt het iets wanneer één van beiden niks op zijn profiel heeft staan over de relatie?
- Vinden jullie het ook belangrijk dat beide partner evenveel communiceren met elkaar binnen hun relatie bijvoorbeeld via WhatsApp of Facebook Messenger?

OV3: Negatieve invloed sociale media

Te veel sturen

- We hebben het ook gehad over het sturen van berichtjes via de GSM, WhatsApp, Messenger om met elkaar te communiceren? Wat lijkt een normale hoeveelheid berichten om te sturen binnen een relatie?
 - Bestaat er ook zoiets als te veel met elkaar sturen? Hebben jullie een voorbeeld van wanneer elkaar berichten sturen teveel wordt?
 - Indien ja: wat doe je dan in zo'n situatie? Zou je aan je lief vertellen dat hij/zij minder moet sturen? Wat zou je een vriend/vriendin aanraden indien ze daar last van heeft?
 - Stel je voor: je bent een avondje uit en je bent je GSM vergeten. Als je terugkomt, zie je dat je lief, laat ons zeggen, 6 berichtjes heeft gestuurd en 2 keer heeft gebeld om te vragen waar je bent en wat je aan het doen was. Hoe zou je je daarbij voelen? Waarom?
 - Bij Facebook Messenger en WhatsApp kan je zien wanneer een bericht "gelezen" is, wordt daar soms op gelet?
 - Voel je je soms verplicht om te reageren op zulke berichten?

Jaloezie

- Zijn er bepaalde dingen die je niet meer kan doen via Snapchat of Instagram of Facebook eens je een lief hebt? Heb je een voorbeeld? Waarom?
 - Zijn er bepaalde soorten berichten of foto's die je niet meer online kunt plaatsen als je een lief hebt?
 - In vorige gesprekken werd ons verteld dat sommige personen de foto's van hun lief controleren en met wie hij/zij vrienden wordt op sociaalnetwerksites. Is dit jullie ook al opgevallen?
- Kunnen sociale media, zoals Facebook, Snapchat en Instagram, ook soms voor jaloezie zorgen? Op welke manieren kan dit gebeuren?

[indien weinig respons: Hoe zouden jullie je voelen indien je lief zijn/haar ex-vriend(in) toevoegt tot de vriendenlijst? Vroeger dat je de top3 kon zien, of nu als je op je lief zijn profiel zit kan je wel een "smiley" zien bij de meest gesnapte mensen. Hoe zouden jullie je voelen indien je lief foto's van andere meisjes/jongens zou liken op Facebook/Instagram?]

 - Wordt hier tussen koppeltjes over gepraat?
 - Laten degenen die jaloers zijn dat merken of niet?
- Gebeurt het ook wel eens dat men opzettelijk de andere jaloers maakt?

Controle

- Sommige jongeren vragen het wachtwoord van hun lief voor Facebook of andere sociale media. Wat denken jullie hierover?
 - Waarom zouden sommigen elkaars wachtwoorden delen?

- [voor degene die een lief hebben : vragen of ze het wachtwoord kennen van de mobiele telefoon van hun lief en of ze dit gewoon weten door het te observeren of dat ze er echt specifiek om gevraagd hebben]
- Heb je al eens gehoord dat iemand zonder de toestemming van zijn/haar lief heeft gekeken naar diens e-mailberichten, berichten op de GSM of berichten op sociaalnetwerksites?
 - Waarom?
 - Is dit uit interesse of is men actief op zoek naar informatie om hun lief te controleren?
 - Hoe gebeurde dat dan? [gsm nemen wanneer hij/zij weg was; inloggen op account...]
- Op welke manieren zou je je lief nog kunnen controleren via sociale media en de gsm?

Ruzie

- Wanneer je denkt aan relaties en het internet en de mobiele telefoon, zijn er dan ook momenten dat er ruzie kan ontstaan tussen partners door iets wat ze gedaan hebben online?
 - Specifiek doorvragen op communicatie tussen de partners
 - Specifiek doorvragen op publieke gebeurtenissen zoals statusupdates, foto's...

Algemeen

- Kan je een voorbeeld geven van iets wat gebeurde tussen een koppel dat je kent, waar je van dacht: dit kan echt niet/dit is ongezond?

6.2 Bijlage 2 : Codeerschema

- Onderzoeksvraag 1: Manier van communiceren binnen een relatie
 - Algemeen
 - Aandacht als motivatie om te posten
 - Typische sociale media
 - Messenger
 - Snapchat
 - Instagram mindere rol in communicatie
 - Voorkeur Instagram om te posten
 - Voorkeur face-to-face en klassieke media
- Onderzoeksvraag 2: Normen omtrent relatiezichtbaarheid en relatietevredenheid
 - Belangrijkheid tonen relatie
 - Niet belangrijk tonen relatie
 - Facebook Official
 - Niet nodig
 - Wachten
 - Niet evenveel communiceren
 - Slechte relatie
 - Evenveel communiceren
 - Belangrijk
 - Evenveel posten
 - Niet belangrijk
 - Belangrijk
 - Niet evenveel posten
 - Iets mis met de relatie
 - Meisjes posten meer dan jongens
 - Niks mis
 - Privé
 - Wens partner respecteren
 - Geschiktheid van informatie
 - Geschikt
 - Communicatie naar anderen toe
 - Een foto samen
 - Communicatie tussen koppel
 - Afspreken
 - Normale dingen
 - Zoals naar vrienden
 - Niet geschikt
 - Privézaken
 - Dramatische zaken
 - Bedrog
 - Seksleven
 - After-sex foto's
 - Status 'vrijgezel'
 - Niet té veel posten
 - Posts over relatie zijn leuk
- Onderzoeksvraag 3: Ervaringen en normen omtrent negatieve invloed sociale media
 - Controleren
 - Kijken 'bericht gelezen' op Facebook Messenger
 - Op letten
 - Verplicht antwoorden?
 - Afhankelijk context
 - Afhankelijk persoon
 - Verplicht voelen tot antwoorden
 - Niet verplicht voelen tot antwoorden
 - Niet leuk wanneer geen antwoord
 - Opzettelijk sturen via Facebook Messenger
 - Niet doen

- Profiel controleren van partner
- Toestel partner controleren
- Via andere personen
- Wachtwoorden uitwisselen
 - Niet doen
 - Altijd nog privé
 - Geen vertrouwen
 - Riskant
 - Al gedaan
 - Belachelijk
 - Controleren
 - Kwetsbaar
 - Niet slim
 - Tonen te vertrouwen
- Zonder toestemming
 - Erg
 - Kan niet
 - Normaal bij verdacht gedrag
 - Vervelend
- Normaal na bedrog
- Jaloezie
 - Praten over jaloezie met partner
 - Andere geslacht
 - Interactie met andere geslacht
 - Posten over andere geslacht
 - Niet meer doen op sociale media wanneer in een romantische relatie?
 - Niet interageren met andere geslacht
 - Niet meer posten over andere geslacht
 - Geen verandering
 - Partner opzettelijk jaloers maken
 - Foto met andere geslacht
 - Komt niet (zoveel) voor
 - Komt voor
 - Geen jaloezie
 - Communiceren andere geslacht mag als men persoon kent
- Naaktfoto's
 - Kan niet
 - Meer iets voor meisjes
 - Riskant
 - Zelf niet sturen
 - Gebeurt veel
 - Gevaarlijk
 - Kwetsbaar opstellen
 - Raar
- Ruzie
 - Door misinterpretatie
 - Door jaloezie
 - Door partner te negeren
 - Door droog te sturen naar de partner
 - Door controlegedrag
- Sturen
 - Veel sturen
 - Als men partner niet veel ziet
 - Normaal in een relatie
 - Ook nog een privéleven hebben
 - Weinig sturen
 - Als men partner vaak ziet
 - Té veel
 - Niet begrijpelijk

- Té wenig

7 Referenties

- Anderson, M. (2016). Parents, Teens and Digital Monitoring: Pew Research Center.
- Bayer, J. B., Ellison, N. B., Schoenebeck, S. Y., & Falk, E. B. (2016). Sharing the small moments: ephemeral social interaction on Snapchat. *Information, Communication & Society, 19*(7), 956-977.
- Baym, N. K., Zhang, Y. B., Kunkel, A., Ledbetter, A., & Lin, M. C. (2007). Relational quality and media use in interpersonal relationships. - *9*(- 5), - 752.
- Boneva, B., & Kraut, R. (2002). Email, gender, and personal relationships. *The Internet in everyday life, 372*, 403.
- Brown, B., Feiring, C., & Furman, W. (1999). Missing the Love Boat: Why Researchers Have Shied Away from Adolescent Romance.
- Bryant, E. M., & Marmo, J. (2009). Relational Maintenance Strategies on Facebook. *Kentucky Journal of Communication, 28*(2), 129-150.
- Campbell, L., Simpson, J. A., Boldry, J., & Kashy, D. A. (2005). Perceptions of conflict and support in romantic relationships: the role of attachment anxiety. *Journal of personality and social psychology, 88*(3), 510.
- Carpenter, C. J., & Spottswood, E. L. (2013). Exploring romantic relationships on social networking sites using the self-expansion model. *Computers in Human Behavior, 29*, 1531-1537. doi: 10.1016/j.chb.2013.01.021
- Collins, A. W. (2003). More than Myth: The Developmental Significance of Romantic Relationships During Adolescence. *Journal of Research on Adolescence*.
- Cooper, P. G. (2016). Instagram: Salem Press.
- Coyne, S. M., Stockdale, L., Busby, D., Iverson, B., & Grant, D. M. (2011a). - "I luv u :)!": A Descriptive Study of the Media Use of Individuals in Romantic Relationships. - *60*(- 2), - 162.
- Coyne, S. M., Stockdale, L., Busby, D., Iverson, B., & Grant, D. M. (2011b). "I luv u :)!": A Descriptive Study of the Media Use of Individuals in Romantic Relationships. - *60*(- 2), - 162.
- Crone, E. (2011). *Het puberende brein: over de ontwikkeling van de hersenen in de unieke periode van de adolescentie*: Prometheus.
- Donnelly, M. (2015). Adolescent Development: Salem Press.
- Draucker, C. B., & Martsof, D. S. (2010). The role of electronic communication technology in adolescent dating violence. *Journal of Child And Adolescent Psychiatric Nursing: Official Publication Of The Association Of Child And Adolescent Psychiatric Nurses, Inc, 23*(3), 133-142. doi: 10.1111/j.1744-6171.2010.00235.x
- Emery, L. F., Muise, A., Dix, E. L., & Le, B. (2014). Can you tell that I'm in a relationship? Attachment and relationship visibility on Facebook. *Pers Soc Psychol Bull, 40*(11), 1466-1479. doi: 10.1177/0146167214549944
- Forgays, D. K., Hyman, I., & Schreiber, J. (2014). Texting everywhere for everything: Gender and age differences in cell phone etiquette and use. *Computers in Human Behavior, 31*, 314-321.
- Fox, J., & Anderegg, C. (2014). Romantic relationship stages and social networking sites: uncertainty reduction strategies and perceived relational norms on facebook. *Cyberpsychol Behav Soc Netw, 17*(11), 685-691. doi: 10.1089/cyber.2014.0232
- Fox, J., & Moreland, J. J. (2015). The dark side of social networking sites: An exploration of the relational and psychological stressors associated with Facebook use and affordances. *Computers in Human Behavior, 45*, 168-176. doi: 10.1016/j.chb.2014.11.083
- Fox, J., Osborn, J. L., & Warber, K. M. (2014). Relational dialectics and social networking sites: The role of Facebook in romantic relationship escalation, maintenance, conflict, and dissolution. *Computers in Human Behavior, 35*, 527-534. doi: 10.1016/j.chb.2014.02.031
- Fox, J., & Warber, K. M. (2013). Romantic relationship development in the age of Facebook: an exploratory study of emerging adults' perceptions, motives, and behaviors. *Cyberpsychol Behav Soc Netw, 16*(1), 3-7. doi: 10.1089/cyber.2012.0288
- Fox, J., & Warber, K. M. (2014). Social Networking Sites in Romantic Relationships: Attachment, Uncertainty, and Partner Surveillance on Facebook. *CyberPsychology, Behavior & Social Networking, 17*(1), 3-7. doi: 10.1089/cyber.2012.0667
- Fox, J., Warber, K. M., & Makstaller, D. C. (2013). The role of Facebook in romantic relationship development: An exploration of Knapp's relational stage model. *Journal of Social and Personal Relationships, 30*(6), 771-794. doi: 10.1177/0265407512468370

- Furman, W., & Shaffer, L. (2003). The role of romantic relationships in adolescent development. *Adolescent romantic relations and sexual behavior: Theory, research, and practical implications*, 3-22.
- Hancock, J. T., Toma, C. L., & Fenner, K. (2008). *I know something you don't: the use of asymmetric personal information for interpersonal advantage*. Paper presented at the Proceedings of the 2008 ACM conference on Computer supported cooperative work.
- Hand, M. M., Thomas, D., Buboltz, W. C., Deemer, E. D., & Buyanjargal, M. (2013). Facebook and romantic relationships: intimacy and couple satisfaction associated with online social network use. *Cyberpsychol Behav Soc Netw*, 16(1), 8-13. doi: 10.1089/cyber.2012.0038
- Hazan, C., & Shaver, P. (1987). Romantic love conceptualized as an attachment process. *Journal of personality and social psychology*, 52(3), 511.
- Kamibepu, K., & Sugiura, H. (2005). Impact of the Mobile Phone on Junior High-School Students' Friendships in the Tokyo Metropolitan Area. *CyberPsychology & Behavior*, 8(2), 121-130.
- Karapanos, E., Teixeira, P., & Gouveia, R. (2016). Need fulfillment and experiences on social media: A case on Facebook and WhatsApp. *Computers in Human Behavior*, 55, 888-897. doi: 10.1016/j.chb.2015.10.015
- Kohnstamm, R. (2002). *Kleine ontwikkelingspsychologie III. de adolescentie*: Houten, Bohn Stafleu Van Loghum.
- Krueger, R. A., & Casey, M. A. (2014). *Focus groups: A practical guide for applied research*: Sage publications.
- La Greca, A. M., & Harrison, H. M. (2005). Adolescent Peer Relations, Friendships, and Romantic Relationships: Do They Predict Social Anxiety and Depression? *Journal of Clinical Child and Adolescent Psychology*, 34(1), 49-61.
- Lane, B. L., Piercy, C. W., & Carr, C. T. (2016). Full length article: Making it Facebook official: The warranting value of online relationship status disclosures on relational characteristics. *Computers in Human Behavior*, 56, 1-8. doi: 10.1016/j.chb.2015.11.016
- Ledbetter, A. M. (2014). Online Communication Attitude Similarity in Romantic Dyads: Predicting Couples' Frequency of E-Mail, Instant Messaging, and Social Networking Site Communication. *Communication Quarterly*, 62(2), 233-252. doi: 10.1080/01463373.2014.890120
- Lee, E., Lee, J. A., Moon, J. H., & Sung, Y. (2015). Pictures Speak Louder than Words: Motivations for Using Instagram. *Cyberpsychol Behav Soc Netw*, 18(9), 552-556. doi: 10.1089/cyber.2015.0157
- Lehmiller, J. J. (2009). Secret romantic relationships: consequences for personal and relational well-being. *Pers Soc Psychol Bull*, 35(11), 1452-1466. doi: 10.1177/0146167209342594
- Lenhart, A. (2009). Teens and sexting. *A Pew Internet & American Life Project Report*, Retrieved July, 4, 2010.
- Lenhart, A., Smith, A., & Anderson, M. (2015). Teens, Technology and Romantic Relationships.
- Lippman, J. R., & Campbell, S. W. (2014). Damned if you do, damned if you don't... if you're a girl: Relational and normative contexts of adolescent sexting in the united states. *Journal of Children and Media*, 8(4), 371-386.
- Lomanowska, A. M., & Guitton, M. J. (2016). Online intimacy and well-being in the digital age. *Internet Interventions*. doi: 10.1016/j.invent.2016.06.005
- Lucero, J. L., Weisz, A. N., Smith-Darden, J., & Lucero, S. M. (2014). Exploring Gender Differences: Socially Interactive Technology Use/Abuse Among Dating Teens. - 29(- 4), - 491.
- Luo, S. (2014). Effects of texting on satisfaction in romantic relationships: The role of attachment. *Computers in Human Behavior*, 33, 145-152.
- Luo, S., & Tuney, S. (2015). Can texting be used to improve romantic relationships?—The effects of sending positive text messages on relationship satisfaction. *Computers in Human Behavior*, 49, 670-678.
- Mazzei, M. (2016). Snapchat: Salem Press.
- McAndrew, F. T., & Shah, S. S. (2013). Sex differences in jealousy over Facebook activity. - 29(- 6), - 2606.
- Mediaraven, & Linc. (2016). Onderzoeksrapport Apestaartjaren 6. Gent.
- Morey, J. N., Gentzler, A. L., Creasy, B., Oberhauser, A. M., & Westerman, D. (2013). Young adults' use of communication technology within their romantic relationships and associations with attachment style. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1771-1778. doi: 10.1016/j.chb.2013.02.019
- Mortelmans, D. (2013). *Handboek kwalitatieve onderzoeksmethoden*: Acco Leuven.

- Muise, A., Christofides, E., & Desmarais, S. (2009). More Information than You Ever Wanted: Does Facebook Bring Out the Green-Eyed Monster of Jealousy?
- O'Keeffe, G. S., & Clarke-Pearson, K. (2011). Clinical Report-The Impact of Social Media on Children, Adolescents, and Families. - 127(- 4), - 804.
- Papp, L. M., Danielewicz, J., & Cayemberg, C. (2012). "Are we Facebook official?" Implications of dating partners' Facebook use and profiles for intimate relationship satisfaction. *Cyberpsychol Behav Soc Netw*, 15(2), 85-90. doi: 10.1089/cyber.2011.0291
- Park, N., Lee, S., & Chung, J. E. (2016). Uses of cellphone texting: An integration of motivations, usage patterns, and psychological outcomes. *Computers in Human Behavior*, 62, 712-719.
- Pittman, M., & Reich, B. (2016). Social media and loneliness: Why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words. *Computers in Human Behavior*, 62, 155-167.
- Piwek, L., & Joinson, A. (2016). Full length article: "What do they snapchat about?" Patterns of use in time-limited instant messaging service. *Computers in Human Behavior*, 54, 358-367. doi: 10.1016/j.chb.2015.08.026
- Renfrow, D. G., & Rollo, E. A. (2014). Sexting on campus: Minimizing perceived risks and neutralizing behaviors. *Deviant Behavior*, 35(11), 903-920.
- Ridgway, J. L., & Clayton, R. B. (2016). Instagram Unfiltered: Exploring Associations of Body Image Satisfaction, Instagram# Selfie Posting, and Negative Romantic Relationship Outcomes. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(1), 2-7.
- Ringrose, J., Harvey, L., Gill, R., & Livingstone, S. (2013). Teen girls, sexual double standards and 'sexting': Gendered value in digital image exchange. *Feminist Theory*, 14(3), 305-323.
- Saslow, L. R., Muise, A., Impett, E. A., & Dubin, M. (2012). Can You See How Happy We Are? Facebook Images and Relationship Satisfaction. *Social Psychological and Personality Science*, 4(4), 411-418. doi: 10.1177/1948550612460059
- Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, 58, 89-97.
- Shulman, S., & Kipnis, O. (2001). Regular Article: Adolescent romantic relationships: a look from the future. *Journal of Adolescence*, 24, 337-351. doi: 10.1006/jado.2001.0409
- Skemp, K. M. A. (2016). Facebook: Salem Press.
- Stewart, M. C., Dainton, M., & Goodboy, A. K. (2014). Maintaining Relationships on Facebook: Associations with Uncertainty, Jealousy, and Satisfaction. *Communication Reports*, 27(1), 13-26. doi: 10.1080/08934215.2013.845675
- Storey, J., & McDonald, K. (2013). Love's best habit: The uses of media in romantic relationships. *International Journal of Cultural Studies*, 17(2), 113-125. doi: 10.1177/1367877912467274
- Subrahmanyam, K., & Greenfield, P. M. (2008). Online Communication and Adolescent Relationships. *The Future of Children*(1), 119.
- Temple, J. R., Paul, J. A., van den Berg, P., Le, V., McElhany, A., & Temple, B. W. (2012). Teen sexting and its association with sexual behaviors. *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine*, 166(9), 828-833. doi: 10.1001/archpediatrics.2012.835
- Tokunaga, R. S. (2011). Social networking site or social surveillance site? Understanding the use of interpersonal electronic surveillance in romantic relationships. *Computers in Human Behavior*, 27(2), 705-713. doi: 10.1016/j.chb.2010.08.014
- Utz, S., & Beukeboom, C. J. (2011). The Role of Social Network Sites in Romantic Relationships: Effects on Jealousy and Relationship Happiness. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 16(4), 511-527. doi: 10.1111/j.1083-6101.2011.01552.x
- Utz, S., Muscanell, N., & Khalid, C. (2015). Snapchat Elicits More Jealousy than Facebook: A Comparison of Snapchat and Facebook Use. *CyberPsychology, Behavior & Social Networking*, 18(3), 141-146. doi: 10.1089/cyber.2014.0479
- Van Ouytsel, J., Van Gool, E., Walrave, M., Ponnet, K., & Peeters, E. (2016). Exploring the role of social networking sites within adolescent romantic relationships and dating experiences. *Computers in Human Behavior*, 55, 76-86. doi: 10.1016/j.chb.2015.08.042
- Vanden Abeele, M., Campbell, S. W., Eggermont, S., & Roe, K. (2014). Sexting, Mobile Porn Use, and Peer Group Dynamics: Boys' and Girls' Self-Perceived Popularity, Need for Popularity, and Perceived Peer Pressure. *Media Psychology*, 17(1), 6-33. doi: 10.1080/15213269.2013.801725
- Vaterlaus, J. M., Barnett, K., Roche, C., & Young, J. A. (2016). "Snapchat is more personal": An exploratory study on Snapchat behaviors and young adult interpersonal relationships. *Computers in Human Behavior*, 62, 594-601.
- Verheijen, L. (2013). The effects of text messaging and instant messaging on literacy. *English studies*, 94(5), 582-602.

- Waters, E., Crowell, J., Elliott, M., Corcoran, D., & Treboux, D. (2002). Bowlby's secure base theory and the social/personality psychology of attachment styles: Work (s) in progress. *Attachment & Human Development, 4*(2), 230-242.
- Yang, C.-c., Brown, B. B., & Braun, M. T. (2014). From Facebook to cell calls: Layers of electronic intimacy in college students' interpersonal relationships. *New Media & Society, 16*(1), 5.