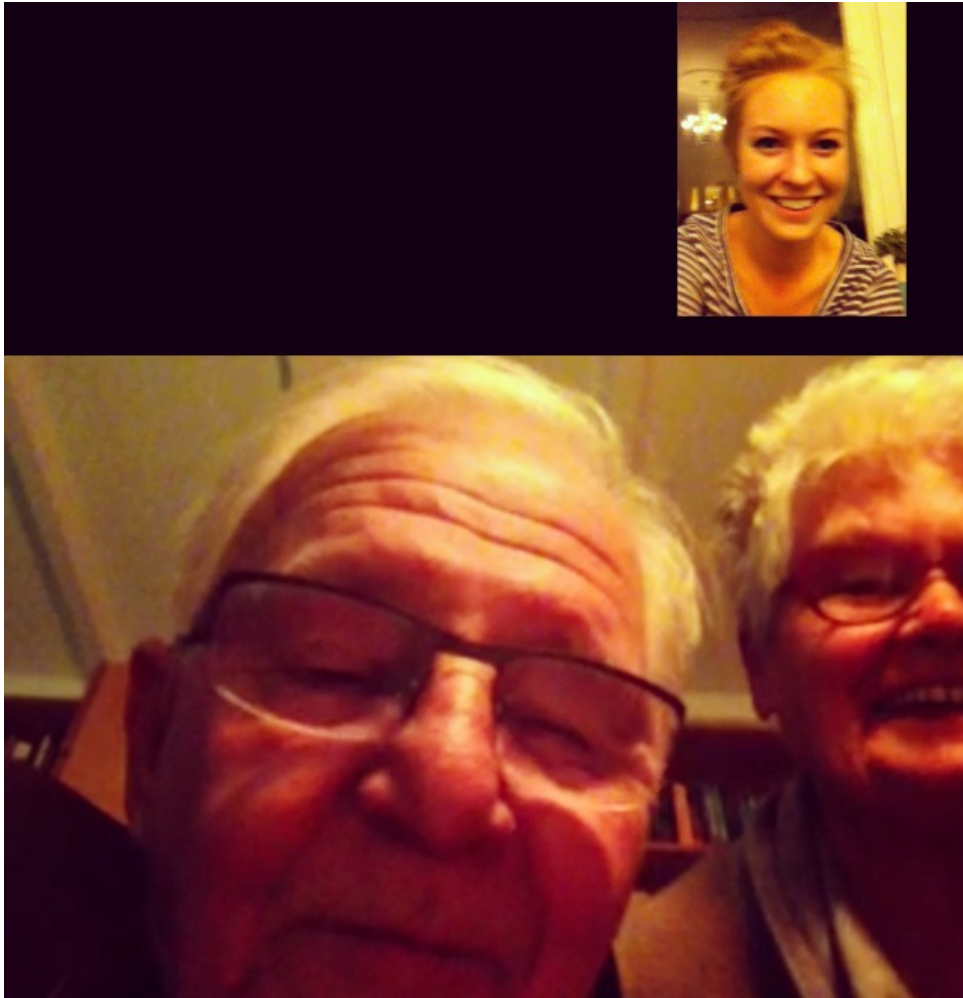


Oude mensen, nieuwe media

Een interdisciplinair onderzoek naar de motivaties van ouderen bij het gebruiken van social media en de gevolgen die dit heeft voor hun sociale leven.



Universiteit van Amsterdam

Bachelorscriptie Algemene Sociale Wetenschappen

Afstudeerrichting: Communicatiewetenschappen & Conflictstudies

Naam: Janne van der Klok

Studentnummer: 10243704

E-mail: janne_klok@hotmail.com

Begeleiders: Hylke de Vries & Debby Gerritsen

Datum: 24 januari 2015

(Voorpagina: Eigen collectie Janne van der Klok, 2014)

Voorwoord

Er zijn een aantal mensen die hebben meegewerkt aan de totstandkoming van deze bachelorscriptie. Om te beginnen wil ik graag mijn begeleiders, Hylke de Vries en Debby Gerritsen, bedanken voor hun steun en feedback tijdens het scriptieproces. Daarnaast bedank ik ook Annet van Betuw, schrijfster van het boek *Social media voor senioren (2013)*. Mede door haar hulp kwam ik in contact met ouderen die gebruik maken van social media. Ook Herman van Busse, waarmee ik in contact kwam via de Senioren Welzijn Organisatie, ben ik zeer erkentelijk voor zijn hulp bij de respondentenwerving. Erg dankbaar ben ik mijn oma, ouders en vriend, die me tijdens het scriptieproces ontzettend gesteund hebben: mijn oma die mij op het idee bracht voor deze scriptie door haar gebruik van de iPad en het plezier dat zij daarvan heeft; mijn moeder die altijd probeerde mij te helpen als ik vast liep; allebei mijn ouders voor het doorlezen van mijn uiteindelijke scriptie en mijn vriend die mijn stukken voorzag van feedback en altijd zijn uiterste best deed te helpen wanneer ik even niet verder kwam. Tot slot bedank ik alle respondenten die met enthousiasme en plezier hun verhalen met mij gedeeld hebben en hoop ik ten eerste dat ik hun ervaringen in deze scriptie goed tot recht laat komen.

Amsterdam, 20-01-2015

Samenvatting

Dit onderzoek richt zich op het gebruik van social media door zelfstandige 75-plus ouderen in Nederland. Hoewel er in de wetenschap veel onderzoek is gedaan naar de omgang van ouderen met het opkomende internet en de daaraan gekoppelde functies, zoals bijvoorbeeld email, wordt het aspect social media nog onderbelicht. Dit geldt met name voor de groep 75-plussers, die zich pas op latere leeftijd hebben moeten leren aanpassen aan deze ontwikkeling. Door middel van een kwalitatieve werkwijze en semigestructureerde interviews wordt getracht een compleet beeld te schetsen van de motivaties die 75-plussers hebben bij het gebruik van social media en de gevolgen hiervan voor hen. De nadruk ligt hierbij op hun gevoelens van in-en uitsluiting in de samenleving en de invloed die het gebruik van social media heeft op hun sociale netwerk. Kortom, de invloed die het gebruik van social media heeft op hun sociale leven. Uit de interviews bleek dat ouderen met name gemotiveerd worden door hun leefomgeving. In contact blijven met familie die ver weg woont is de belangrijkste reden voor hun gebruik van social media. Daarnaast zegt het merendeel van de 75-plussers nog een druk sociaal leven te hebben. Social media zullen volgens hen voornamelijk andere ouderen kunnen helpen die eenzaam zijn. Zij hebben niet het gevoel uitgesloten te zijn van de samenleving maar ongeveer de helft is wel begonnen om 'mee te kunnen blijven gaan'. Gebruik van social media resulteert er dus wel in dat de ouderen zich in meerdere mate 'ingesloten' voelen of het gevoel hebben dat zij 'erbij horen'. Met betrekking tot hun sociale netwerk lijken ouderen het onderhouden van netwerken het belangrijkste te vinden, hierna volgt het herstellen van oude relaties en tot slot het maken van nieuwe contacten. Er is getracht tot een uitbreiding van bestaande theorieën te komen en zo voor meer diepgang te zorgen, wat ook wordt versterkt door het interdisciplinaire karakter van dit onderzoek.

Inhoudsopgave

1. Inleiding	4
2. Theoretisch kader	6
2.1 Individualisering & de netwerkmaatschappij	6
2.2 Social media in de netwerksamenleving	9
2.3 Adoptie van internet door ouderen	13
2.4 Motivaties voor social media gebruik	14
2.5 Cybersenioren en hun sociale netwerk	17
3. Probleemstelling	19
3.1 Maatschappelijke relevantie	21
3.2 Wetenschappelijke relevantie	22
4. Methode	23
4.1 Onderzoekstrategie	23
4.2 Onderzoeksdesign	23
4.3 Onderzoeksmethode	24
4.4 Populatie en sampling	24
4.5 Data-analyse	25
4.6 Operationalisering	26
4.7 Ethische verantwoording	26
5. Resultaten	27
5.1 Motivaties	27
5.2 Gevoelens van in-en uitsluiting	33
5.3 Ouderen en hun sociale netwerk	36
6. Conclusie	39
7. Discussie	43
8. Reflectie	45
9. Literatuurlijst	46

1. Inleiding

‘De mens is een sociaal dier, hij is niet gemaakt om alleen te leven’ (Aristoteles, 367-322 v. Chr.). Al sinds het begin der tijden hebben mensen samengeleefd in groepen en zijn zij op elkaar aangewezen. Dit was al zo in de tijd van de jagers en verzamelaars en dit geldt nog steeds voor de hedendaagse samenleving. Groepen dienen altijd al voor overleving, het vormen van identiteit en zelfvertrouwen (Larsen et al., 2009). Van Prehistorie tot Oudheid, van de Middeleeuwen tot de Renaissance en van Nieuwste tijd tot Eigentijdse tijd, de onderlinge afhankelijkheid, oftewel sociale interdependentie, heeft zich door de jaren heen steeds weer opnieuw vorm gegeven. Een relatief recente verandering die heeft plaatsgevonden in de westerse samenleving is de transformatie van de massamaatschappij naar de netwerkmaatschappij (Castells, 1996). De massamaatschappij wordt verbonden door collectiviteiten, zoals gemeenschappen, families en organisaties (Van Dijk, 2011). Vanaf de jaren '60 zorgden processen als ontzuiling en secularisering voor het wegvallen van de groepsbinding tussen deze collectiviteiten. Zware verbanden verplaatsten zich zo naar de achtergrond en er kwam meer aandacht voor het individu zelf, dit proces wordt ook wel individualisering genoemd. Het zelfstandige individu gedijt het beste in de netwerkmaatschappij, waarbinnen het zelf kan kiezen met welke andere individuen gecommuniceerd wordt. Deze communicatie vindt onder andere plaats door middel van interactieve medianetwerken, ook wel social media genoemd.

Een groep die de verandering van de massamaatschappij naar de netwerkmaatschappij in de Nederlandse samenleving op de voet heeft kunnen volgen zijn de ouderen. Hoewel deze groep de daarbij behorende ontwikkelingen heeft kunnen volgen, zijn zij momenteel de bevolkingsgroep die de laagste bezettingsgraad op het internet kent binnen de netwerkmaatschappij (CBS, 2013). Door de sterke vergrijzing die plaatsvindt in de Nederlandse samenleving wordt deze groep steeds groter. Volgens de bevolkingsprognose van het CBS (2014) zal de groep 65-plussers van 2,7 miljoen in 2012 stijgen tot een groep van 4,7 miljoen in 2041. Ook zal volgens het CBS (2014) de groep van 80-plussers sterk toenemen.

De groep 75-plussers verliest volgens het CBS (2012) de meeste sociale contacten als gevolg van individualisering en het opkomende gebruik van ICT-

toepassingen. Dit terwijl social media zouden kunnen zorgen voor een uitbreiding en versterking van het sociale netwerk (McKenna et al., 2002). Social media lijken dus de perfecte oplossing voor de vereenzaming van 75-plussers. Twee derde van de 75-plussers heeft zich echter nog nooit op het internet begeven. Een derde heeft zich wel eens op het internet gewaagd (CBS, 2013). De motivaties van deze ouderen en de gevolgen die het gebruik van social media heeft op hun sociale netwerk zullen in dit onderzoek naar voren komen. Hierna kan bepaald worden of social media echt voordelen hebben voor de generatie van 75-plussers en wat dit betekent voor hun sociale relaties.

2. Theoretisch kader

In de inleiding zijn de concepten individualisering, netwerksamenleving en vergrijzing aan bod gekomen. In dit theoretisch kader zal dieper op deze concepten in worden gegaan en zullen deze gekoppeld worden aan concepten als sociaal netwerk, social media en motivaties.

2.1 Individualisering en de netwerkmaatschappij

Individualisering wordt door verschillende sociaalwetenschappers gezien als een invloedrijk proces binnen de Nederlandse samenleving, welke hierdoor ook wel wordt beschouwd als een individualistische samenleving. Kenmerkend aan een individualistische samenleving is het idee dat de mens vrij is om zijn of haar eigen keuzes te maken (Beck, 1992; Giddens, 1991). Beck (1992) beschrijft de geïndividualiseerde samenleving als volgt: 'In the individualized society the individual must learn, on pain of permanent disadvantage, to conceive of himself or herself as the center of action, as the planning office with respect to his/her biography, abilities, relationships and so on (Beck, 1992:135).' Binnen de individualiseringstheorie van Beck (1992) staat de zogenaamde bevrijding van het individu centraal. De verbintenis aan verschillende sociale structuren, zoals de buurt, familie of kerk, brokkelt af en de focus komt te liggen op het individu zelf. Hierdoor neemt de keuzevrijheid in het leven van het individu toe op het gebied van handelingen, waarden en overtuigingen. Beck (1992) beargumenteert dat het individu door deze individualisering van de leefomgeving ook gedwongen wordt om keuzes te maken.

Giddens (1991) stelt dat individuen zich in de hedendaagse samenleving continu in een reflectief project bevinden. In tegenstelling tot Beck (1992) is de mens volgens Giddens (1991) geen slachtoffer van het proces individualisering, er is juist sprake van een hoge verantwoordelijkheid. Het individu kan actief zijn of haar positie in het leven bepalen en invloed uitoefenen op zijn of haar omstandigheden, ongeacht afkomst. De mens is niet zozeer wat hij is, maar wat hij van zichzelf maakt. Het continue reflexieve proces waarin het individu zich bevindt brengt vragen met zich mee als: 'Wie ben ik?' 'Waarom handel ik op een bepaalde manier?' en 'Wat zijn mijn gevoelens daarbij?'. Op deze manier worden de activiteiten van het individu keer op

keer in zijn eigen 'verhaal' geïntegreerd en schrijft ieder zijn eigen autobiografie (Giddens, 1991).

Uit empirisch onderzoek van de sociologen Duyvendak en Hurenkamp (2004) in '*Kiezen voor de kudde*' blijkt echter dat groepen nog steeds de sturende factor zijn voor het keuzegedrag van de mens. Individualisering resulteert niet in het verdwijnen van sociale structuren, maar slechts in een verandering van hun aard. Menselijk gedrag is nog altijd voorspelbaar en men verenigt zich nog vaak in groepen, ook al is de aard hiervan anders dan vroeger. Er kan worden gesproken van *lichte gemeenschappen*: de zware, beklemmende sociale verbanden zijn vervangen door gemakkelijk inwisselbare en tijdelijke verbanden. Wat Duyvendak en Hurenkamp (2004) in Nederland zien is modern kuddegedrag. Het individu kan in toenemende mate kiezen uit verschillende opties, maar heeft ook behoefte aan de veiligheid van een groep (Duyvendak & Hurenkamp, 2004).

Ook Paul de Beer (2004) concludeert dat het individualiseringsverschijnsel, in de vorm van toegenomen individuele keuzevrijheid, op een mythe berust. Het concept individualisering is niet een non-existent verschijnsel maar moet een andere betekenis krijgen. Er wordt volgens De Beer (2004) teveel focus gelegd op de uitkomst van individualisering: in de Nederlandse samenleving zou het proces leiden tot een toegenomen verscheidenheid aan opvattingen en daarnaast tot een losser verband tussen de persoonlijke opvattingen van het individu enerzijds, en de sociale structuren die diens achtergrond vormen anderzijds. Echter, volgens de Beer (2004) betekent individualisering dat 'de vrijheid van mensen om eigen keuzes te maken groter wordt, maar ze hoeft niet per se te impliceren dat zij daardoor ook andere keuzes maken (De Beer, 2004:34).' Mommaas (2004) beargumenteert dat individuen zich steeds vaker als een kudde gaan gedragen. Volgens hem kan er niet gesproken worden van toegenomen diversiteit of individualiteit, maar van een aaneenschakeling van collectiviteiten. 'De kudde is een keuzeobject geworden (Mommaas, 2004:153).'

Er kunnen dus verschillende conclusies worden getrokken wanneer er gesproken wordt over wat het proces individualisering uiteindelijk betekent voor de samenleving. Duyvendak & Hurenkamp (2004) vragen zich zelfs af of dit proces überhaupt bestaat. De omschrijving van individualisering in dit onderzoek ligt het dichtst bij dat van De Beer (2004). Er wordt niet geïmpliceerd dat individualisering

een non-existent proces is, maar: Individualisering is een proces waarbij, door een toename van de autonomie, de keuzevrijheid van het individu is toegenomen. Echter, dat deze keuzevrijheid zich heeft uitgebreid hoeft niet te betekenen dat het individu ook uitsluitend individuele keuzes maakt. Oude sociale structuren zijn vervangen door *lichte gemeenschappen*. Hierdoor is de mens geen losstaand individu maar blijft hij afhankelijk van collectiviteiten. In dit onderzoek zal het vooral draaien om de rol die individualisering speelt in de omgang binnen sociale netwerken. Voor elk van de theorieën blijft de sociale actie via deze sociale netwerken belangrijk, deze zijn immers het bindmiddel van de individuen.

Volgens communicatiewetenschapper Van Dijk (2011) is dit kenmerkend voor de netwerkmaatschappij die in Nederland is ontstaan vanuit de massamaatschappij. Zoals hierboven ook beschreven zijn oude sociale structuren, welke kenmerkend zijn voor de massamaatschappij, vervallen. Van Dijk (2011) stelt dat de massamaatschappij werd gevormd door homogene groepen, terwijl de netwerkmaatschappij wordt vormgegeven door heterogene individuen. Dit beargumenteert hij naar aanleiding van de sociologische perspectieven van Beck en Giddens, waarbij de toegenomen keuzevrijheid van het individu centraal staat. Echter, vanuit de theorie van de *lichte gemeenschappen* beargumenteren Duyvendak en Hurenkamp (2004) dat de samenleving, ondanks het vervallen van zware sociale structuren, nog steeds homogene trekken heeft. Desalniettemin, wordt door de verschillende theorieën wel gesteld dat de keuzevrijheid van individuen is toegenomen, zo ook de keuzevrijheid om sociale contacten te kiezen.

Homogeen of heterogeen, men is steeds meer verbonden door sociale- en medianetwerken, grotendeels mogelijk gemaakt door de opkomst van het internet (Van Dijk, 2011; Castells, 1996). Moderne informatie- en communicatie technologie speelt een centrale rol in het laten functioneren van talloze netwerken (Castells, 1996). De interactieve media die worden gebruikt voor het onderhouden van de sociale netwerken worden ook wel social media genoemd. Dit begrip zal centraal staan in de volgende paragraaf.

2.2 Social media in de netwerksamenleving

De mate van individualisering op het internet kent verschillende theorieën, welke in deze paragraaf aan bod zullen komen. Eerst zal een aantal relevante begrippen worden gedefinieerd om een beeld te creëren van het begrip social media en de daaraan gekoppelde concepten.

De opkomst van het internet heeft gezorgd voor het ontstaan van social media (Van Dijk, 2011). Social media is een allesomvattende term voor alle online platformen waarop gebruikers de inhoud verzorgen. Dit zonder tussenkomst van een professionele organisatie (Lietsala & Sirkkunen, 2008). Door middel van social media ligt het vertrekpunt bij het individu zelf, maar leidt hij toch een sociaal leven (Van Dijk, 2011). Kaplan en Haenlein (2010) beschrijven social media als volgt: 'In our view – and as used herein- Social Media is a group of internet-based applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0, and that allow the creation and exchange of User Generated Content (Kaplan & Haenlein, 2010:61).' De term Web 2.0 beschrijft de nieuwe manier waarop software ontwikkelaars en gebruikers het internet zijn gaan gebruiken. Het is niet langer een platform waarop de inhoud en toepassingen gecreëerd en gepubliceerd worden door individuen, maar de inhoud kan nu voortdurend gewijzigd worden door alle gebruikers in een samenwerkend verband (Kaplan & Haenlein, 2010).

User generated content is inhoud die wordt geproduceerd door individuen, er is geen sprake van tussenkomst van een professionele organisatie. Individuen voegen vrijwillig gegevens, informatie en media toe aan het internet. Deze publicaties zijn zichtbaar voor anderen op een gemakkelijke of nuttige manier (Krumm et al, 2008). Het concept *user generated content* bestaat al langere tijd, men kon bijvoorbeeld een review voor een product schrijven. Echter, door opkomst van het internet vindt er momenteel een snellere groei *van user generated content* plaats dan ooit tevoren, mede door de relatief goedkope manier waarop er van het internet gebruik kan worden gemaakt. Onder andere op social media kan iedereen zijn of haar eigen inhoud produceren (Lietsala & Sirkkunen, 2008). Social media kunnen worden verdeeld in verschillende categorieën. Kaplan en Haenlein (2010) verdelen social media in 6 categorieën. Deze zijn: *collaborative projects*; welke de gelegenheid geven tot het gezamenlijk en gelijktijdig creëren van inhoud, *blogs*, *content*

communities; waarbinnen het delen van media-inhoud centraal staat, *social networking sites*; welke het voor gebruikers mogelijk maken zichzelf online te verbinden met bijvoorbeeld familie en vrienden, *virtual game worlds*; welke een driedimensionale omgeving creëren waarin gebruikers, in de vorm van een gepersonaliseerde avatar, kunnen spelen en interacteren en tot slot *virtual social worlds*; hier zijn mensen niet gebonden aan een avatar en hebben zij meer keuzevrijheid met betrekking tot hun gedrag. Het verschil zit dus in de interactie die de gebruikers met elkaar hebben, verscheidene bekende social media vallen zo onder andere categorieën. Zo schaaft Wikipedia zich onder de categorie *collaborative projects*, YouTube onder *content communities* en Facebook onder *social networking sites* (Kaplan & Haenlein, 2010).

De gevolgen van met name *social networking sites* oftewel sociaalnetwerksites zijn vooral onderzocht bij jongeren. Dit aangezien het de grootste gebruikersgroep van social media is (Kaplan & Haenlein, 2010 & Pfeil et al. 2009). Van de 12-tot 18 jarigen bevindt 93% zich op sociale media en van de 18- tot 25-jarigen is dit zelfs 98% (CBS, 2013). Daarnaast zijn sociaalnetwerksites als Facebook en Twitter het populairst bij deze gebruikersgroep (Kaplan & Haenlein, 2010; CBS, 2013).

Volgens Van Dijk (2011) moet er rekening worden gehouden met het bestaan van *strong ties* en *weak ties*. Men kan spreken van *strong ties* wanneer er minstens een keer per week contact is tussen de individuen en zij elkaar ook met deze regelmaat spreken buiten het online platform. Dit in tegenstelling tot *weak ties*, waarbij de individuen een minder sterke relatie met elkaar hebben en elkaar minder regelmatig zien (Van Dijk, 2011). Uit onderzoek van communicatiewetenschapper Parks (2010) blijkt dat de contacten van een gemiddelde Amerikaanse student voor 10% bestaan uit *strong ties* en voor 90% uit *weak ties* (Parks, 2010).

Sociaalwetenschappers uit zowel de psychologie, sociologie als communicatiewetenschap zijn het erover eens dat het internet de mogelijkheid geeft tot sociale interactie en het vormen van sociale relaties. De aard van deze relaties, *weak ties* of *strong ties*, varieert echter wel. Vanuit de communicatiewetenschap beargumenteren Donath en Boyd (2004) en Van Dijk (2011) dat het aantal *strong ties* zich niet zeer zal uitbreiden door deze vorm van communicatie technologie. Donath

en Boyd (2004) stellen dat het internet als type communicatie technologie goedkope en makkelijke mogelijkheden biedt en daarom met name geschikt is voor het vormen van *weak ties*. Dit wordt ook bevestigd Van Dijk (2011), vooral het onderhouden van relaties met bestaande contacten en het nieuw leven in blazen van relaties met oude contacten is belangrijk.

McKenna et al. (2002) beargumenteren vanuit psychologisch perspectief dat deze relatievorming van *strong-* dan wel *weak ties*, met name afhangt van iemands persoonlijkheid. In hoeverre een persoon een sterke of zwakke band ontwikkelt op het internet hangt af van zijn of haar zelfonthulling. Wanneer een individu zijn ware persoonlijkheid beter kan uitdrukken, is het waarschijnlijker dat er op het internet intieme en belangrijke relaties worden gevormd. Er is daarbij ook een grote kans dat deze relaties zich voortzetten buiten het internet, voornamelijk wanneer deze onderdeel gaan uitmaken van iemands identiteit. Het is dan aannemelijk dat de internetrelaties zich face-to-face zullen voortzetten. Dit zorgt ervoor dat men online krachtige en langdurige relaties kan vormen, welke het sociale netwerk van een individu met zowel *weak ties* als *strong ties* kunnen uitbreiden (McKenna et al., 2002).

Sociologen houden zich met name bezig met de invloed die het internet heeft op de sociale omstandigheden van individuen. Ook vanuit dit discipline wordt beargumenteerd dat gebruik van het internet kan zorgen voor een nieuwe sociale kring. Er kan gemakkelijk contact gelegd worden met vreemden en dit contact kan ook eenvoudig onderhouden worden (Kraut et al., 2002). Er zijn zowel negatieve als positieve resultaten te vinden met betrekking tot het internetgebruik en de sociale omstandigheden. Nie et al. (2002) beargumenteren dat sociaalnetwerksites ervoor zorgen dat er minder tijd wordt gependend met familie en vrienden en dat sociale evenementen in mindere mate worden bijgewoond. De tijd die men spendeert achter het internet gaat ten koste van de sociale activiteiten (Nie et al., 2002).

Echter, Van den Boomen (2004) stelt dat het internet niet perse een individualiserend effect heeft. Offline activiteiten worden niet vervangen door online activiteiten en contacten, het internet kan juist zorgen voor meer sociaal contact. Dit zou verklaard kunnen worden vanuit de *lichte gemeenschappen* van Duyvendak en Hurenkamp (2004), waarbij zware beklemmende verbanden vervangen worden door

gemakkelijk inwisselbare en tijdelijke verbanden. Mede door de opkomst van het internet en sociaalnetwerksites is de drempel om contact te leggen lager en het aantal *weak ties* hoger (Parks, 2010). Door een verandering van de sociale structuren is contact leggen in de *lichte gemeenschap* makkelijker en vrijblijvend, wat kan resulteren in een toename van het sociaal contact.

Uit onderzoek van Katz et al. (2001) blijkt dat het participatieniveau van internetters even hoog of hoger is dan dat van mensen die geen internet gebruiken (Katz et al., 2001). Tijd die gespendeerd wordt op het internet gaat vooral ten koste van ander mediagebruik, zoals tv kijken, en niet van de sociale activiteiten. Tot slot is de deelname aan internetactiviteiten sterk verbonden aan al bestaande sociale netwerken in het dagelijks leven. Dit zorgt ervoor dat sociale contacten zich versterken (Van den Boomen, 2004). Een sociaalnetwerksite als Facebook maakt dit bijvoorbeeld mogelijk.

Vanuit de verschillende disciplines komen theorieën omtrent het gebruik van internet en de gevolgen voor de sociale relaties voor. Vanuit de sociologie wordt zowel beargumenteerd dat het gebruik van social media kan zorgen voor sociale isolatie (Nie et al., 2002) als voor een uitbreiding van het sociaal netwerk (Kraut et al., 2002 & Van den Boomen, 2004). Psychologen McKenna et al. (2002) stellen dat het gebruik van internet ook kan zorgen voor een versterking van het sociale netwerk. Daarnaast wordt beargumenteerd dat, door de gemakkelijke manier van contact leggen, de menselijke verbondenheid in de samenleving groter wordt (McKenna et al, 2002). Terwijl ook wordt gesteld dat er door de aard van de communicatie technologie in de huidige netwerksamenleving, voornamelijk gesproken kan worden van zogenaamde *weak ties* (Van Dijk 2011 & Parks, 2010). Onderzoek focust zich vooral op jongeren, welke zijn meegegroeid met deze ontwikkelingen. Dit terwijl ouderen zich in verloop van tijd hebben moeten aanpassen. Het is dus interessant om te onderzoeken hoe zij met de interactieve netwerken omgaan. Er zal eerst een breed beeld gegeven worden van de acceptatie van techniek door ouderen, zodat hier vervolgens dieper op in kan worden gegaan.

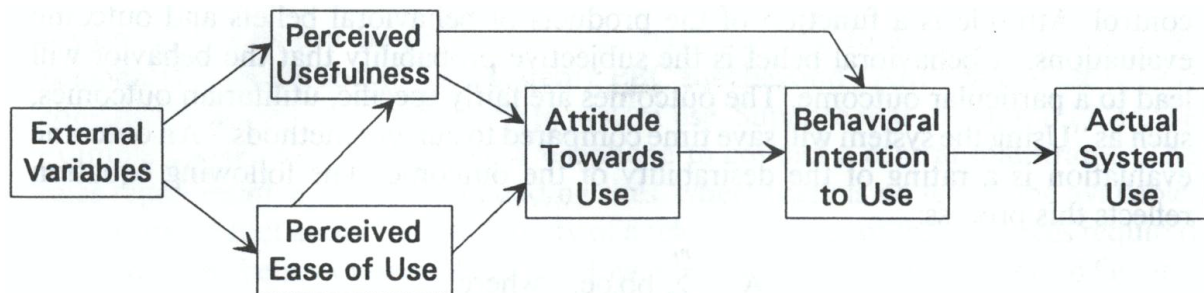
2.3 Acceptatie van techniek door ouderen

Verschillende studies stellen dat de acceptatie van techniek een belangrijk aspect is binnen de interactie tussen ouderen en digitale techniek (Marcellini et al., 2000; Chaumon et al, 2014). Chen & Chan (2011) analyseren *the technology acceptance model* (TAM), geïntroduceerd door Davis et al. (1989), welke volgens verschillende wetenschappelijke studies een goede verklaring geeft voor de perceptie en het gebruik van technologie door ouderen. *Technology acceptance* kan men als volgt beschrijven: ‘the approval, favorable reception and ongoing use of newly introduced devices and systems (Arning & Ziefle, 2007:2905). De acceptatie van techniek houdt dus een positief ontvangst en een voortdurend gebruik van onlangs geïntroduceerde apparaten en systemen in. Ouderen lijken volgens Chen & Chan (2011) vooral waarde te hechten aan technologie die hun het leven gemakkelijker maakt, zij tonen geen interesse in andere hightech producten.

Volgens Davis et al. (1989) zijn in het TAM *perceived usefulness* (PU) en *perceived ease of use* (PEOU) de twee belangrijkste factoren die attitude kunnen voorspellen in verband met acceptatie. *Perceived usefulness* kan worden gedefinieerd als: ‘the prospective user’s subjective probability that using a specific application system will increase his or her job performance within an organizational context (Davis et al., 1989:985)’. De *perceived usefulness* oftewel de waargenomen bruikbaarheid die men verwacht van een technologische toepassing hangt dus af van de vermoedens die een potentiële gebruiker heeft. Wanneer de gebruiker denkt dat een specifiek systeem zijn of haar werkprestaties kan verbeteren zal de waargenomen bruikbaarheid hoger zijn. Wanneer men ouderen onderzoekt, kan de focus op ‘job performance’ vervangen worden door de perceptie die ouderen hebben op nieuwe technologieën in hun leven (Chen & Chan, 2011). Naast *de perceived usefulness* is er ook nog een andere factor die acceptatie van techniek beïnvloed: de *perceived ease of use*.

Perceived ease of use kan men omschrijven als: ‘the degree to which the prospective user expects the target system to be free of effort (Davis et al., 1989:985)’. De gebruiksvriendelijkheid die een potentiële gebruiker verwacht bij een bepaald systeem bepaalt het waargenomen gebruiksgemak. Zowel de waargenomen bruikbaarheid als het waargenomen gebruiksgemak bepalen de *attitude towards use*

oftewel de houding ten opzichte van het gebruik en de *behavioral intention to use* oftewel de intentie om een toepassing te gaan gebruiken. Hierdoor wordt uiteindelijk het daadwerkelijke gebruik bepaald, de *actual use* (Chen & Chan, 2011).



Figuur 1. *Technology Acceptance Model (TAM) for the prediction of information technology acceptance and usage behavior. Bron: A review of technology acceptance by older adults, Chen & Chan, 2011*

Het *technology acceptance model* geeft dus een algemeen beeld van de factoren die de acceptatie van techniek onder ouderen kunnen beïnvloeden. Binnen dit onderzoek zal gekeken worden welke factoren daadwerkelijk invloed hebben op het social media gebruik van ouderen. Chen en Chan (2011) verklaren het model vanuit de gerontechnologie, een interdisciplinair domein dat gerontologie en technologie combineert. Volgens hen zijn de *perceived usefulness* en de *perceived ease of use* de belangrijkste factoren wanneer het draait om de acceptatie van techniek. De externe factoren, zoals persoonlijke en omgevings-gerelateerde factoren zijn echter ook van belang wanneer het draait om de acceptatie van social media en zullen aangehaald worden aan de hand van theorieën uit de communicatiewetenschap, sociologie en psychologie. Dit staat in de volgende paragraaf centraal.

2.4 Motivaties voor social media gebruik

Zoals al eerder vermeld heeft het internet gezorgd voor een van de grootste veranderingen in de afgelopen eeuw, zo ook voor ouderen die deze verandering hebben meegemaakt. Uit onderzoek van het CBS (2013) blijkt dat het internetgebruik door ouderen tussen de 65 en 75 jaar zich vanaf 2005 heeft verdubbeld. Echter, het internetgebruik van 75-plussers ligt fors lager. Waar het percentage van de 65- tot 75

jarigen ligt op 32%, ligt dit bij de 75-plussers op 18%. Slechts 8% maakt hierbij gebruik van sociaalnetwerksites. Het is daarbij niet duidelijk of er sprake is van een ontwikkeling aangezien het CBS pas vanaf 2012 onderzoek heeft gedaan naar deze laatstgenoemde leeftijdsgroep (CBS, 2013).

Wanneer gekeken wordt naar onderzoeken rondom de relatie tussen ouderen en internet zijn er verschillende resultaten te vinden. Modahl (2000) stelt dat Amerikaanse ouderen een pessimistische attitude hebben richting het internet en dit daarom niet zullen gebruiken. Van de ouderen die niet online zijn zegt 54% te geloven dat het internet gevaarlijk is, 51% denkt niets te missen, 39% vindt het internet te duur en 36% vindt de online wereld verwarrend (Modahl, 2000).

Volgens communicatiewetenschappers Gibson et al. (2010) zijn zorgen om privacy en een gebrek aan vertrouwen in de online wereld hoofdredenen voor het beperkte social media gebruik onder ouderen. Met name onwetendheid zorgt ervoor dat ouderen het lastig vinden om het nut van social media voor hun eigen gebruik in te zien (Gibson et al., 2010). Het gebrek aan privacy, onwetendheid en de mogelijkheid om ongepaste inhoud tegen te komen op deze sociaalnetwerksites maakt ouderen angstig ten opzichte van het internet (Erickson, 2011).

Wanneer ouderen gebruik maken van Facebook wordt dit volgens Erickson (2011) vooral gedaan om het leven van jongere familieleden te volgen. Dit wordt ook bevestigd door Gibson et al. (2010). Zij stellen dat in contact blijven met kleinkinderen die op afstand wonen een belangrijke motivatie is voor ouderen om gebruik te maken van social media. Dit komt overeen met wat wordt gesteld door sociologen Kraut et al. (2002), *strong ties* worden met name onderhouden op het internet maar niet zozeer snel gecreëerd. Vanuit de gerontechnologie beargumenteren Nef et al. (2013) dat ouderen die social media zijn gaan gebruiken vooral beïnvloed zijn door the perceived ease of use, oftewel het waargenomen gebruiksgemak, en normatieve overtuigingen.

Slegers et al. (2008) beschrijven vanuit psychologisch perspectief de voordelen die internet ouderen kan brengen en verdelen deze in 5 categorieën. Ten eerste kan het internet sociale communicatie en interactie vergemakkelijken. Ten tweede kan het internet zorgen voor meer vermaak en leermogelijkheden thuis. Ten derde kan het de autonomie ondersteunen doordat men toegang krijgt tot

informatiediensten en versnelt het routine taken, zoals bankieren en winkelen. Ten vierde kunnen er ook gezondheidsgerelateerde voordelen ontstaan door een verbeterde toegang tot gezondheidszorg en zorgverleners. Tot slot kan het internet het welzijn en de levenskwaliteit van ouderen verbeteren door het verstrekken van mentale stimulatie en uitdagingen. Op deze manier kan het internet gevoelens als uitsluiting in de moderne samenleving verminderen (Slegers et al., 2008).

Het gebruik van social media heeft betrekking op drie van de vijf punten. Ten eerste kan social media de sociale communicatie en interactie vergemakkelijken. Dit wordt gevonden in het onderzoek van Pfeil et al. (2004): communicatie wordt volgens ouderen vergemakkelijkt doordat men handelt in een schriftelijke vorm. Dit geeft hen meer tijd om hun tekst te construeren en grondig na te denken over wat zij willen zeggen. Ten tweede kan het gebruik van social media zorgen voor meer vermaak en leermogelijkheden. Social media kunnen daarnaast ook zorgen voor mentale stimulatie en uitdagingen aangezien ouderen nieuwe vaardigheden aangeleerd krijgen (Slegers et al., 2008). Onderzoek van Fokkema en Stayaert (2005) wijst uit dat ouderen inderdaad mentaal werden gestimuleerd door gebruik van het internet. De toename van vaardigheden maakte hen trots op zichzelf.

Ten derde kunnen ouderen zich, wanneer zij gebruik maken van social media, in grotere mate voelen opgenomen in de netwerkmaatschappij. Dit kan gevoelens van uitsluiting verminderen. Sociale uitsluiting kan al snel leiden tot gevoelens van eenzaamheid. Bij eenzaamheid ontstaat er discrepantie tussen het behaalde sociale netwerk van een individu en het gewenste sociale netwerk van een individu (Weiss, 1973). Een uitbreiding van het sociale netwerk lijkt dus een oplossing voor het probleem van eenzaamheid. Communicatiewetenschappers Eggermont en Vandebosch (2009) stellen dat ouderen graag zouden zien dat sociaalnetwerksites hen helpen om eenzaamheid te overkomen. Daarnaast hechten zij zeer veel belang aan het behouden van face-to-face contacten. Eggermont en Vandebosch (2009) zien dit als wisselende resultaten. Echter McKenna et al. (2002) beargumenteren dat het vormen van *strong ties* online en dus ook relaties offline, voornamelijk een uitkomst biedt voor eenzame personen. Doordat zij hun persoonlijkheid in een anonieme omgeving bloot kunnen geven kan op deze manier gemakkelijk contact gezocht worden, wat dus ook kan leiden tot meer face-to-face contact (McKenna et

al., 2002). Zo vonden Fokkema en Sayaert (2005) in hun onderzoek dat, wanneer ouderen beter met internet leerden omgaan, gevoelens van eenzaamheid daalden. Dit gold met name voor de hoogopgeleiden ouderen, doordat zij de vaardigheden sneller onder de knie hadden.

Social media lijken ouderen dus allerlei voordelen op te kunnen leveren. Eerder werd echter al gesteld dat het internetgebruik, van 75-plussers relatief zeer laag is (CBS, 2013). Daarnaast stelt het CBS (2012) dat processen van individualisering en informatisering tot gevolg hebben dat sociale contacten afnemen, vooral bij 75-plussers. Uit paragraaf 2.2 bleek al dat er verschillende theorieën zijn over de invloed die social media hebben op het sociale netwerk van jongeren. Deze theorieën zullen in onderstaande paragraaf aangevuld worden met theorieën die gericht zijn op het sociale netwerk van ouderen en hoe hun gebruik van sociaalnetwerksites hierdoor beïnvloed kan worden.

2.5 Cybersenioren en hun sociale netwerk

Carstensen et al. (2003) beschrijven de *socioemotional selective theory*, deze psychologische theorie is gebaseerd op de veranderende motivaties van mensen tijdens hun levensduur. Deze theorie kan als volgt gedefinieerd worden: 'socioemotional selective theory maintains that perceived limitations on time lead to motivational shifts that direct attention to emotionally meaningful goals (Carstensen et al., 2003:104). De *socioemotional selective theory* stelt dat dit ervoor zorgt dat ouderen selectief worden in hun keuzes en grote waarde hechten aan hun emotionele bevrediging. Jongeren gaan op zoek naar nieuwe uitdagingen en vaardigheden terwijl ouderen zich focussen op hun familie en vrienden (Carstensen, 2003). Kortom: volgens de *socioemotional selective theory* kan leeftijd het sociaal netwerk van ouderen beïnvloeden. Voor jongeren blijft het interessant om nieuwe contacten te leggen, terwijl dit voor ouderen in mindere mate van belang is.

Onderzoek van Morris et al. (2004) wijst uit dat ouderen diversiteit een belangrijk aspect vinden van hun sociaal netwerk. Zowel een variatie binnen leeftijd, woonplaats en cultuur is waardevol. Daarnaast focussen ouderen zich op het belang van wederdienst, een relatie moet van twee kanten komen. Tot slot vinden zij het, in tegenstelling tot de theorie van Carstensen et al. (2003), belangrijk om naast het

versterken van bestaande relaties, nieuw contact te leggen (Morris et al., 2004). Uit de studie van Pfeil et al. (2009), welke het social media gebruik tussen jongeren van 13 tot en met 19 jaar en ouderen boven de 60 jaar vergelijkt, blijkt dat ouderen op sociaalnetwerksites een minder hoog vriendenaantal hebben dan jongeren. Dit wordt echter niet gewijd aan *de socioemotional selective theory* maar aan het feit dat het vriendenaantal onder jongeren een statussymbool is en dit voor ouderen niet geldt. Omdat dit voor ouderen niet geldt kunnen zij zich ook selectiever opstellen met betrekking tot de keuze van hun vrienden (Pfeil et al., 2009).

3. Probleemstelling

Het doel van dit onderzoek is om meer inzicht te krijgen in het social media gebruik van 75-plussers en de daaraan gekoppelde gevolgen voor hun sociale netwerk. Zoals in het theoretisch kader werd gesteld heeft individualisering gezorgd voor de transformatie van massamaatschappij naar netwerkmaatschappij. Ouderen, en dus 75-plussers, hebben deze verandering meegemaakt. Het is dus interessant om te onderzoeken hoe zij hiermee omgaan. Deze transformatie heeft gevolgen gehad voor alle individuen in de samenleving, hier zijn dan ook verschillende onderzoeken naar gedaan. Er lijkt echter discrepantie te bestaan tussen de resultaten die voortkomen uit onderzoek onder de 'jongere' laag van de bevolking, en de theorieën die social media gebruik van ouderen voorspellen. Zo wordt gesteld dat er een grotere verbondenheid plaatsvindt in de samenleving door opkomst van sociaalnetwerksites (Van Dijk, 2011) en dat er zowel *strong ties* als *weak ties* gevormd kunnen worden die zorgen voor een uitbreiding van het sociaal netwerk (Donath & Boyd, 2004; Van den Boomen, 2004 en McKenna et al., 2002). Naar aanleiding van de *socioemotional selective theory* zou men echter verwachten dat deze netwerkuitbreiding in mindere mate voor ouderen geldt, aangezien zij zich vooral willen focussen op familie en vrienden (Carstensen, 2003). Daarnaast is er nog weinig onderzoek gedaan naar ouderen en social media (Erickson, 2011; Chen & Chan, 2011 en Kaplan & Haenlein, 2010). Dit terwijl er wel degelijk 75-plussers zijn die gebruik maken van social media (CBS, 2013). Wat betekent dit dan voor hen?

De hoofdvraag die centraal zal staan in dit onderzoek is als volgt:

'In hoeverre beïnvloedt het gebruik van social media het sociale leven van 75-plussers?'

De deelvragen die deze hoofdvraag ondersteunen en beantwoorden zijn:

Wat zijn de motivaties van 75-plussers om gebruik te maken van social media en de daaraan gekoppelde technologieën?

Deze deelvraag zal ingaan op de motivaties van ouderen om gebruik te maken van social media. Zoals uit het theoretisch kader al naar voren kwam lijkt het overgrote deel van de Nederlandse 75-plussers achter te blijven wanneer het draait om

internetgebruik. Een derde van de 75-plussers heeft zich echter wel eens aan het internet gewaagd. Wat zijn hun motivaties hiervoor? Nef et al. (2013) stellen dat het waargenomen gebruiksgemak en de invloed van de omgeving belangrijk zijn voor de adoptie van social media. Ouderen gebruiken dit vooral om contact te houden met hun jongere familieleden (Erickson, 2011). Daarnaast geeft social media hen de mogelijkheid gemakkelijk te communiceren en interacteren (Pfeil et al, 2004), kan het zorgen voor mentale stimulatie en daalt het gevoel van eenzaamheid (Fokkema & Stayaert, 2005; Slegers et al., 2008). Echter, ouderen hechten ook veel belang aan het behouden van face-to-face contacten (Erickson, 2011), kunnen zich terughoudend opstellen vanwege hun privacy (Gibson et al., 2011) en omdat zij bang zijn ongepaste inhoud tegen te komen (Erickson, 2011). Er zal zowel gevraagd worden naar zowel persoonlijke motivaties, zoals vermaak en mentale stimulatie, als motivaties die voortkomen vanuit de omgeving, bijvoorbeeld door aanmoediging van familie.

In hoeverre heeft het gebruik van social media effect op gevoelens van in- of uitsluiting van ouderen in de netwerkmaatschappij?

De opkomst van de netwerkmaatschappij heeft gevolgen gehad voor elk individu in de samenleving. In plaats van collectiviteiten zijn interactieve sociale netwerken nu het bindmiddel van de samenleving. Zoals ook al in onder bovenstaande deelvraag werd gesteld is er een grote groep 75-plussers achtergebleven op het gebied van internet en dus interactieve sociale netwerken. Echter, er wordt steeds meer stimulatie geboden voor ouderen om hiermee om te gaan. Men zou zich kunnen afvragen of de gevoelens van in- en uitsluiting die ouderen hebben bij de netwerkmaatschappij, veranderen als zij met social media hebben leren omgaan. Volgens Slegers (2008) zou deze omgang ervoor kunnen zorgen dat ouderen zich in toenemende mate betrokken voelen binnen de samenleving. Daarnaast kan volgens McKenna (2002) eenzaamheid worden tegengegaan, doordat social media ook kunnen zorgen voor meer face-to-face contact. Echter, er zou ook sprake kunnen zijn van uitsluiting doordat sociale evenementen in mindere mate bijgewoond worden (Nie et al., 2013). De in- of uitsluiting van de samenleving heeft uiteraard ook effect

op het sociale leven en daarmee het sociale netwerk van de 75-plussers. Daarnaast is het interessant op te kijken naar de waarde die wordt gehecht aan deze gevoelens.

In hoeverre kan social media zorgen voor een verandering van het sociaal netwerk van 75-plussers?

De laatste deelvraag behandelt op welke manier het sociale netwerk van ouderen kan veranderen door gebruik van social media. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen *strong ties* en *weak ties* (Parks, 2010 en Van Dijk, 2011). Veelal wordt beargumenteerd dat er bij internetrelaties slechts een uitbreiding plaats vindt van *weak ties* (Donath & Boyd, 2004; Kraut et al., 2002 en Van den Boomen, 2004). McKenna et al. (2002) stellen echter dat ook het vormen van *strong ties* plaatsvindt en kan zorgen voor meer face-to-face contact. Er kan dus sprake zijn van een uitbreiding van de sociale contacten (McKenna et al., 2002), een versterking van de sociale netwerken doordat men deze via social media gemakkelijker kan onderhouden (Kraut et al., 2002) en tot slot het herstellen van oude relaties (Van Dijk, 2011). Vanuit de *socioemotional theory* zou verwacht kunnen worden dat er bij de 75-plussers meer sprake is van *strong ties* dan van *weak ties*. Dit zou echter ook veranderd kunnen zijn doordat ouderen in meerdere mate leren om te gaan met social media.

3.1 Maatschappelijke relevantie

Ouderen en het gebruik van social media wordt in Nederland steeds meer een *trending topic*. Dit blijkt uit de toenemende interesse van zowel (zorg)organisaties (Sensire, de Senioren Welzijn Organisatie) als bedrijven (Apple) om de toegankelijkheid van technologische apparaten, zoals de Ipad, en de daaraan gekoppelde functies te verbeteren. Het vergrijzingsproces zorgt ervoor dat de groep ouderen in de samenleving steeds groter wordt (CBS, 2013). Doordat deze groep een steeds groter percentage van de totale bevolking beslaat moet er ook gekeken worden naar hun plaats in de samenleving. Een grote groep ouderen betekent immers ook dat de vraag naar zorg zal toenemen en daar moet een oplossing voor gevonden worden (Goudswaard, 2009). Zorginstellingen houden zich steeds meer bezig met de vraag: 'Hoe kunnen we ouderen langer zelfstandig thuis houden?'. De

opkomst van allerlei technologische hulpmiddelen hebben al gezorgd voor een vooruitgang, maar er moet nu ook aandacht worden geschonken aan het sociale aspect van het langere zelfstandig zijn. Met bijvoorbeeld social media kan ervoor gezorgd worden dat ouderen ook van huis uit hun sociale contacten kunnen onderhouden en niet vereenzamen. Er zijn dan ook steeds meer cursussen te vinden die ouderen leren omgaan met computers of social media. Zo verzorgt *Apple* bijvoorbeeld de gratis workshop 'Senioren aan de slag met de iPad' (2014). Dit onderzoek zou kunnen uitwijzen of het leren gebruiken van social media ook daadwerkelijk effect heeft op het sociale leven van de ouderen.

3.2 Wetenschappelijke relevantie

Tot nu toe is er nog weinig tot geen onderzoek uitgevoerd naar het effect dat social media hebben op de sociale netwerken van ouderen. Onderzoeken die draaien om social media richten zich met name op jongeren, onderzoek naar ouderen wordt echter verwaarloosd (Erickson, 2011; Chen & Chan, 2011 en Kaplan & Haenlein, 2010). Daarnaast zijn er met name kwantitatieve onderzoeken te vinden over de motivaties van ouderen rondom de acceptatie van techniek. Echter, met kwantitatief onderzoek kan men niet de diepte ingaan wanneer het draait om de ervaringen en gevoelens die ouderen hebben. Ook is er nog niet veel bekend over de omgang van de groep van 75-plussers met social media. Er wordt meer focus gelegd op de groep van 65 tot 75 jaar. Dit terwijl de sociale contacten onder 75-plussers het meest afnemen door processen als individualisering en informatisering (CBS, 2012). Theorieën lijken elkaar tegen te spreken wanneer het draait om de manier waarop ouderen omgaan met social media en het effect dat het heeft om het sociale leven. Daarnaast zijn veel theorieën gecreëerd van bovenaf, waarbij het daadwerkelijke oogpunt van de ouderen niet aan bod komt. Om toch meer duidelijkheid te scheppen rondom de motivaties van 75-plussers voor het gebruik van social media, en de gevoelens hierbij, is het van belang het oogpunt van de participant centraal te stellen. Kwalitatief onderzoek is hiervoor zeer geschikt (Bryman, 2008).

4. Methode

4.1 Onderzoekstrategie

Om de hoofdvraag zo nauwkeurig mogelijk te beantwoorden zal binnen dit onderzoek gebruik worden gemaakt van een kwalitatieve onderzoeksstrategie. Kwalitatief onderzoek is de beste manier om het oogpunt van de participant aan het licht te laten komen (Bryman, 2008). Omdat binnen dit onderzoek zal worden ingegaan op de ervaringen die ouderen hebben met social media en de invloed die dit voor hen heeft op hun sociale leven is voor deze onderzoeksstrategie gekozen. Kwalitatief onderzoek kenmerkt zich meestal door een inductieve theorievorming. Theorie is niet het beginpunt, maar de uitkomst van het onderzoek. Het doel is dus om theorieën uit te breiden en wellicht nieuwe theorieën te genereren (Bryman, 2008). Aangezien er in Nederland nog niet veel bekend is over de omgang van 75-plussers met social media, is het interessant om aanvullende of wellicht nieuwe interdisciplinaire theorieën te creëren. Daarnaast is het door de geringe kennis interessant om het onderzoek met een open blik te benaderen en zo concepten als motivatie, in- en uitsluiting en sociaal netwerk vorm te geven. Vandaar dat in dit onderzoek voor een inductieve theorievorming is gekozen.

Er is sprake van een interpretatieve epistemologie, aangezien op een subjectieve wijze betekenis wordt gegeven aan sociale actie. De interpretatie van zowel de respondenten als de onderzoeker zijn van belang. Daarnaast volgt het onderzoek een constructivistische ontologie, aangezien de focus ligt op sociale interactie en ervan uit wordt gegaan dat sociale fenomenen constant gereconstrueerd worden (Bryman, 2008). De sociale wereld zal met name bekeken worden door de ogen van de participanten.

4.2 Onderzoeksdesign

In dit onderzoek zal gebruik worden gemaakt van een cross-sectioneel onderzoeksdesign. Het onderzoeksdesign vormt het kader voor de dataverzameling en data-analyse in een onderzoek (Bryman, 2008). Bij een cross-sectioneel design interesseert de onderzoeker zich in variaties, zoals bijvoorbeeld tussen mensen. De mogelijke relatie tussen minimaal twee variabelen wordt onderzocht. Daarnaast vindt de verzameling van data plaats op een bepaald moment in de tijd (Bryman, 2008). In

dit onderzoek zijn bij verschillende 75-plussers semigestructureerde interviews afgenomen. Daarnaast worden bepaalde concepten zoals social media, motivaties, sociaal netwerk en in-en uitsluiting onderzocht op eenzelfde moment in de tijd.

4.3 Onderzoeksmethode

Middels verschillende semigestructureerde interviews is getracht een nauwkeurig beeld te vormen van de ervaringen van ouderen met social media, wat hun gevoelens hierbij zijn en wat voor een invloed dit volgens hen heeft op hun sociale netwerk. Bij een semigestructureerd interview ligt het gespreksonderwerp vast. De onderzoeker heeft een aantal specifieke onderwerpen die hij wil behandelen, maar de geïnterviewde behoudt veel speelruimte in zijn of haar respons (Bryman, 2008). Omdat in dit onderzoek bepaalde onderwerpen aan bod zullen komen en er dus wel sprake moet zijn van een bepaalde leidraad is er gekozen voor semigestructureerde interviews. De respondenten hadden hierbij echter wel genoeg ruimte om hun eigen ervaringen te delen. Interviews zijn voornamelijk afgenomen bij de mensen thuis. Daarnaast zijn er interviews afgenomen bij bibliotheek Nieuw-Waldeck in Den Haag en in de huiskamers van de Senioren Welzijn Organisatie (SWO) in Ede.

4.4 Populatie en sampling

De populatie die in dit onderzoek centraal staat is die van zelfstandige Nederlandse 75-plussers. Met zelfstandig wordt bedoeld dat zij fysiek en mentaal nog in staat zijn om op zichzelf te wonen. Er zijn diepte-interviews afgenomen bij 15 ouderen die gebruik maken van social media. Deze interviews betreffen 3 mannen en 12 vrouwen, in leeftijd variërend van 75 tot 96 jaar. De respondentenwerving heeft met name plaatsgevonden door middel van *snowball sampling*. Omdat de onderzoekspopulatie een relatief kleine groep betreft was deze samplingmethode het meest geschikt (Bryman, 2008). Daarnaast is in dit onderzoek gebruik gemaakt van een *gatekeeper*, namelijk Annet van Betuw, schrijfster van het boek 'Social media voor senioren (2013)'. Via haar kon contact worden gemaakt met een aantal 75-plussers die gebruik maken van social media. Ook kon een van haar workshops en een bijeenkomst bijgewoond worden, waar ook ouderen werden geworven. Tot slot is er contact gelegd met de Senioren Welzijn Organisatie (SWO) in Ede. Dit is een

neutrale organisatie die eigentijdse activiteiten aanbiedt voor zelfstandig wonende ouderen in de gemeente Ede. De organisatie wordt volledig gesubsidieerd door de gemeente en richt zich specifiek op burgers van 70 jaar en ouder. Hierdoor was het aannemelijk dat er zich binnen de SWO ouderen bevonden die pasten binnen de doelgroep van het onderzoek. Nadat ik toestemming had gekregen om interviews af te nemen werden ook hier respondenten gevonden.

4.5 Data-analyse

De semigestructureerde interviews zijn, met toestemming van de respondent, opgenomen. Dit zodat zij daarna getranscribeerd en gecodeerd konden worden. De data is op een thematische wijze geanalyseerd, wat betekent dat gezocht is naar bepaalde thema's die terugkomen in de hoofd- en deelvragen (Bryman, 2008). Op deze manier zijn de data effectief geselecteerd en geanalyseerd.

4.6 Operationalisering

De centrale concepten binnen dit onderzoek zullen aan de hand van het theoretisch kader worden geoperationaliseerd. Dit is gedaan in onderstaande tabel:

Concept	Dimensie	Indicator
Motivaties rondom social media gebruik	Extern	Familie op afstand
		Aanmoediging van de omgeving
	Mentaal	Angst
		Vermaak
		Gebruiksvriendelijkheid
		Waargenomen bruikbaarheid
	Sociaal	Onderhouden sociale relaties
In- en uitsluiting	Mentaal	Bij willen blijven
		Eenzaamheid
	Sociaal	Face-to-face contact
		Relaties met jongeren en/of ouderen
		Sociale activiteiten
Invloed social media op sociaal netwerk	Sociaal	Uitbreiden sociale contacten
		Versterking sociaal netwerk
		Herstellen oude contacten

4.7 Ethische verantwoording

Alle respondenten hebben vrijwillig meegewerkt aan dit onderzoek en toestemming gegeven voor het analyseren en verwerken van hun persoonlijke informatie in deze scriptie. De anonimiteit van de respondenten wordt in deze scriptie gewaarborgd, onder andere omdat ook gevoelige onderwerpen als eenzaamheid aan bod zijn gekomen. Daarom zullen in deze scriptie fictieve namen worden vermeld. De persoonlijke informatie is met zorgvuldigheid behandeld en de respondenten krijgen daarnaast, wanneer zij hier interesse voor toonden, inzage in de scriptie.

5. Resultaten

5.1 Motivaties

In de interviews is eerst gevraagd waarom de 75-plussers zijn begonnen met het gebruiken van de computer, laptop of iPad. Dit omdat men, naar aanleiding van de omschrijving van het begrip *technology acceptance* door Arning en Ziefle (2007) zou verwachten dat de 75-plussers die gebruik maken van social media al langere tijd open staan voor het gebruik van nieuwe technieken. Het merendeel van de respondenten bleek al 10 jaar of langer gebruik van de computer te maken. Dit was voor sommigen zo omdat zij de computer moesten gebruiken voor hun werk, zij hadden bijvoorbeeld een technisch beroep, wat ook wordt bevestigd door Willem: *'Nou, ik heb min of meer ook een technisch beroep gehad dus dat scheelt natuurlijk. Want toen waren er nog geen computers in die tijd. Want ik weet wel toen de eerste computer van het kantoor waar ik werkte, dat was een apparaat en dat besloeg de hele kamer.'* Truus vertelt: *'Dat is er zo ingegroeid. Waarschijnlijk ook omdat ik lang op kantoor gezeten heb en daar ook met de computer gewerkt heb. Ja dat was in het begin van het computertijdperk. Dus eh, dan moest je eerst op cursus in het bedrijf. En dan gaat het vanzelf he.'* Op deze manier zijn deze ouderen als het ware de ICT-techniek ingegroeid en was het een minder grote stap om nieuwe dingen, zoals social media, te proberen. Het overige deel van de ouderen schafte zelf een computer aan thuis.

Door meerdere 75-plussers worden de kosten van de computer, laptop of iPad aangedragen als een drempel om deze middelen aan te schaffen. Ongeveer de helft van de ouderen heeft hun laptop of iPad gekregen van de kinderen of konden dit goedkoop van hen overkopen. Een enkeling stelt dat zij deze middelen anders waarschijnlijk nooit in het bezit zouden hebben. Elisabeth kreeg van haar kinderen een iPad op haar verjaardag. Ze geeft als volgt antwoord op de vraag of het gebruiken van de iPad voor haar een grote stap was: *'Ja, een hele grote. Het is dat de kinderen erop aangedrongen hebben dat ik het moest doen en ook de reden waarom. Daarom vond ik dus dat ik het toch wel moest doen ja, want anders had ik het niet gedaan.'* Annie wil nu wel betalen voor haar 'geleende' iPad. Maar had dit niet gedaan als zij hem nooit gebruikt zou hebben:

A: *'Nou, die heb ik eerst geleend gekregen van mijn dochter. Die moet ik nog wel betalen hoor, maar die mocht ik eerst even uitproberen. Maar ik neem hem wel hoor want ik heb er wel schik mee.'*

I: *'Had u er ook voor betaald als u hem niet van tevoren had kunnen uitproberen?'*

A: *'Nee, want ik had net een computer gekocht en dan denk ik nou ik vind het welletjes hoor. Want ik vind die dingen nog wel prijzig. En niet iedereen kan zomaar zo'n ding kopen, zo'n iPad kopen.'*

Verder worden door de ouderen verschillende redenen aangedragen voor het starten met social media, met name Facebook, Skype en Facetime. Het zijn vooral externe motivaties die ervoor gezorgd hebben dat ouderen hier gebruik van zijn gaan maken. Voornamelijk doordat hun familie in Nederland of het buitenland hier gebruik van maakt. Willem vertelt over Facebook: *'Daar ben ik ook op begonnen, dat zal ongeveer anderhalf jaar geleden zijn, nou eigenlijk vrij kort nadat Facebook begonnen is. En omdat dus, ja, mijn familie ook bij Facebook zat toen dacht ik 'nou dat moet ik ook maar doen.'* Wanneer de familie ver weg woont vinden de 75-plussers het leuk om hen te volgen op bijvoorbeeld Facebook zodat zij op de hoogte blijven van wat er gebeurt. Dit wordt ook bevestigd door Johanna:

'Maar toen zaten de kinderen allemaal op Facebook toen dacht ik, nou ik ga maar naar Facebook. Het leuke vind ik eraan dat ik mijn kinderen kan volgen. En de kleinkinderen dan he. Zonder dat ik, en dan nichten en neven, als ze van school komen, examen doen en dat soort dingen zonder dat ze het hoeven te weten.'

Daarnaast begon voor ongeveer de helft van de ouderen het social media gebruik door het spelen van spelletjes, zoals Wordfeud, Candy Crush en Farm Heroes. Bij deze spellen kan gecommuniceerd worden met andere spelers, deze spelers zijn meestal bekenden van de ouderen. Margriet verteld dat zij wel veel nieuw contact heeft gelegd door het spel OGame. Zij werd uitgenodigd voor een alliantie, een groep mensen die samen het spel speelt. Met deze mensen praat zij dan ook over de computer. Naar verloop van tijd kon ze zich aansluiten bij steeds meer allianties. Het spel is voor haar dan ook een leuke manier van tijdverdrijf, waarin ze toch veel contact met anderen heeft. Margriet verteld hierover: *'Meteen als*

ik opsta zet ik hem aan! En ik sluit hem pas af als ik naar bed ga. Het gebeurt me regelmatig dat ik me 's middags om 12 uur of 1 uur nog aan moet kleden omdat ik achter de computer al die tijd heb gezeten.' Het spelen van spelletjes zorgt ook bij de andere ouderen die hier gebruik van maken voor vermaak, als zij een rustige avond hebben maken ze er graag gebruik van. Er zijn ook een aantal ouderen die het eng vinden om met anderen te communiceren via spelletjes. Redenen die hiervoor worden aangedragen zijn 'ik moet goed oppassen dat ik niet op betaald terechtkom' of 'ik snap dat niet'. In de meeste gevallen is het bij de 75-plussers de onbekendheid die hen tegenhoudt.

Dit geldt niet alleen voor het spelen van spelletjes maar ook voor andere aspecten van social media. De ouderen willen zich hier wel in verdiepen, maar vinden dit lastig. Zo vertelt Marjan:

Ik wou dat ik meer vaardigheden daarin zou kunnen opbouwen. De moeilijkheid is je begint aan een computer, er wordt jou verteld wat die computer kan en die kan van alles he, die kan bij wijze van spreken met je naar de maan hè. Maar je krijgt niet de gegevens waar staat hoe je het moet doen om eruit te halen wat voor jou van belang is. Hoe werk ik met die computer? Hoe kan ik beter werken? Ik vind daar een goede handleiding bij.' Dit wordt ook bevestigd door Annie: 'Om het gewoon te doen, maar omdat wij geen Engels gehad hebben wordt je een beetje onzeker. Dan denk je 'wat staat er nou weer?' of 'wat bedoelen ze nou weer?' Ook die computertaal vind ik erg moeilijk.

Deze onwetendheid zorgt ervoor dat een aantal ouderen angst hebben om fouten te maken op social media. Het maken van deze fouten is echter niet een reden die de 75-plussers tegen zou kunnen houden om hier gebruik van te blijven maken. Allemaal geven zij aan dat het moet kunnen om een fout te maken. Een enkeling zegt zich wel eens geschaamd te hebben nadat er een fout werd gemaakt op social media, zoals bijvoorbeeld een privé-bericht op Facebook openbaar plaatsen. Dit is meerdere mensen wel eens overkomen, zo ook Corry:

Nee, maar dat zeg ik, ik heb wel een privé bericht gestuurd en dan vroeg iemand

mij iets over iemand. De man was pas overleden. En dan heb ik dus heel voorzichtig geantwoord omdat ik heel bewust dacht, het zou wel eens kunnen dat anderen het ook kunnen lezen. Dus heel bewust heb ik dat gedaan en er stond ook niet heel veel gek in. Maar ik vond het niet leuk, want het is heel persoonlijk, dat het erop kwam. Dus ik heb het toen meteen eraf gehaald. Of mijn nichtje heeft het eigenlijk eraf gehaald, die zei: zal ik het eraf halen? Ik zei graag, dezelfde dag nog! Het was niet heel gênant ofzo, maar hij zag er dus heel slecht uit dus zoiets had ik gezegd en dat hoor je niet graag natuurlijk.

Echter, zij zetten zich hier overheen en gingen gewoon door met hun activiteiten. Alleen bij Betsy had de fout die zij maakte effect op haar verdere gebruik van Skype. Zij beschrijft dit als volgende:

Ja, omdat Skype mij een vervelende streek geleverd heeft. Ik was een keer het wachtwoord kwijt en toen moest ik een nieuwe editie van Skype downloaden. Ik kon het wachtwoord met geen mogelijkheid bedenken en heb een nieuw wachtwoord aangevraagd, maar door die nieuwe versie waren alle Skype adressen natuurlijk verloren gegaan. En toen was er een functie bij dat Skype programma, importeren uit Microsoft Outlook of zoiets. Daar heb ik voor gekozen en voordat ik er erg in had hadden mijn 450 e-mailcontacten bericht dat ik graag contact met ze zocht via Skype. Nou, ik geneerde me dood want ik had aanvankelijk niet in de gaten wat er gebeurd was. Maar binnen de kortste keren kreeg ik van goede vrienden allemaal telefoontjes en verontruste e-mailtjes in Frankrijk. 'Is er wat aan de hand want we moeten contact met je zoeken.' Toen heb ik dus een huiver voor Skype gekregen.

Hoewel een aantal ouderen angstig zijn wanneer het draait om de omgang met de computer of social media, vinden zij de gebruiksvriendelijkheid van met name de iPad zeer goed. Meerdere ouderen benadrukken het nadeel van de iPhone, die te klein is om alles goed te lezen. Op een iPad is het volgens hen beter leesbaar, het is makkelijker om op te werken en de icoontjes zijn duidelijk. Het merendeel van de 75-plussers was hier dan ook zeer positief over en had een iPad in het bezit.

Binnen het onderzoek bleek ongeveer de helft van de ouderen zich wel zorgen te maken om hun privacy en de andere helft dit niet te doen. Er was sprake van zeer tegengestelde reacties waaruit afgeleid kan worden dat het vooral aan de persoonlijkheid van de respondent ligt, maakt deze zich wel dan niet zorgen om zijn of haar privacy. Zo zegt Marjan:

Helemaal niet. Ik ben zo ik ben. Iedereen moet me maar nemen zo ik ben. En wat heb ik te verliezen? Ik heb toch niks te verliezen? Kom nou. Moet je ook niet zo krampachtig over doen. So what dat er iemand in China mijn codenummer of mijn huisnummer weet of weet ik veel wat. Nou wat wil hij ermee doen? Hij mag me bellen alleen ik ben niet thuis in het Chinees dat is het probleem.

Echter, Corry maakt zich hier wel zorgen over: *'Ja, iedereen kan alles volgen natuurlijk he, en ik ben wel heel voorzichtig met wat ik erop zet. Want ik heb gelezen dat Facebook alles kan volgen he. Alles van het begin tot het einde. Dus ik ben heel voorzichtig. Ik zet er eigenlijk geen echte intieme privé dingen op. Dat doe ik niet.'*

De ouderen die zich zorgen maken om hun privacy zijn vooral bezorgd over persoonlijke informatie die openbaar komt. Zij stellen extra voorzichtig te zijn wanneer het draait om deze informatie. Daarnaast maken zij zich ook zorgen om wat de jeugd erop zet en hebben zij het idee dat jongeren niet weten welke gevolgen dit voor hen kan hebben. Een enkeling noemt de omgang van jongeren met social media beangstigend of gevaarlijk. Het openbaar stellen van persoonlijke gegevens kan echter ook een andere kant op werken. Dit viel op toen er contact werd gezocht met Margriet over haar interesse in een interview. Ze was een totale vreemde, maar toen ik binnenkwam ontving ze mij met: *'Oh wat leuk, kom binnen! Ik herkende je al aan je blonde haar.'* Ik moest eerst even nadenken, hoe wist ze ook alweer dat ik blond haar had? En ze vervolgde: *'Ik heb al gezien dat je aan de Universiteit van Amsterdam studeert. En je bent net terug in Nederland hè? Hoe heb je het gehad? Ja, ik zag dat allemaal op je Facebook-profiel. Ik heb wel even gekeken hoor. Normaal laat ik mensen ook niet zo snel binnen maar nu heb je al een gezicht gezien he. Dan is het je al een beetje bekend en weet ik wat je doet, dus vandaar! Daarna*

vertelde ze mij dat als zij gewoon een mailtje van mij had gekregen, ze mij waarschijnlijk niet had binnengelaten. Doordat deze vrouw mijn persoonlijke informatie had gezien kreeg zij het gevoel dat het een betrouwbaar persoon was die bij haar naar binnen stapte.

Daarnaast gaf Truus aan dat zij het juist prettig vindt om een beetje in de gaten gehouden te worden. Het is voor haar een soort sociale controle, wat zij als volgt verduidelijkt:

Maar ik vind het ook een soort sociale controle. Want ik ging een keer een weekendje weg en meestal doe ik dat 's avonds dan ga ik eh, overdag doe ik het haast nooit maar 's avonds dan wel. Dan ga ik al die spelletjes doen. Dan had ik een poosje, een paar dagen, niet geantwoord want toen was ik weggeweest. En toen belden ze mijn schoondochter op eh 'wat is er met je schoonmoeder want ik heb helemaal geen contact meer met d'r.' Toen zei ze: 'nee ze is even een paar dagen eruit. Nou dat vind ik heel goed. Want toevallig de volgende dag kreeg ik een nichtje en die zei; 'he je hebt helemaal niet gereageerd wat is er aan de hand.' Nou dat vind ik heel goed. Want je bent per slot hier alleen, ja er kan van alles gebeuren.'

Kortom: Er zijn een aantal hoofdredenen voor het gebruik van social media door de 75-plussers. De aanmoediging van familie speelt hierin een grote rol. Daarnaast vinden ouderen het leuk om gebruik te maken van Facebook, Skype of Facetime wanneer zij familie op afstand hebben, zowel in Nederland als in het buitenland. Het spelen van spelletjes zorgt voor bij ongeveer de helft van de ouderen voor vermaak, niet alleen door het spelletje zelf maar ook doordat zij zo met anderen kunnen communiceren. Dit geldt overigens niet voor alle ouderen die spelletjes spelen. Een aantal van hen is angstig om contact te leggen met anderen omdat zij dan niet weten wat er gebeurt. De onwetendheid is vaker een reden voor ouderen om angstig tegenover bepaalde aspecten van social media te staan. Echter, het overgrote deel van de 75-plussers vindt dat het niet erg is als zij een fout maken en dat dit zeker niet hun gebruik van social media moet beïnvloeden. Tot slot zijn er wisselende resultaten wanneer het draait om privacy. Ongeveer de helft van de ouderen maakt

zich hier niet druk om, zij 'hebben niets te verbergen'. De andere helft kan zich hier wel erg druk om maken en houdt goed in de gaten wat online komt te staan en wat niet.

5.2 Gevoelens van in- en uitsluiting

Het merendeel van de respondenten heeft nog een druk sociaal leven. Zij hebben veel contacten om zich heen en houden zich bezig met allerlei sociale activiteiten. Zo doet Annie nog wekelijks aan yoga, Willem aan jeu de boule en bevindt Margriet zich 2 a 3 keer per week op de kaartclub. Een enkeling gaf zelfs aan eerst geen gebruik van social media te willen maken omdat zij het daar te druk voor hebben. Ook ouderen die niet dagelijks gebruik maken van social media geven als reden aan dat zij een druk sociaal leven hebben en dat dit er hierdoor wel eens bij inschiet.

Gevoelens van insluiting werden door ouderen vooral geassocieerd met het idee 'bij te blijven'. Het merendeel van de ouderen geven aan het belangrijk te vinden om bij te blijven en daarom gebruik te maken van social media. Zij weten zo waar jongeren het over hebben en hebben het idee met de ontwikkelingen in de samenleving mee te kunnen gaan. Ria zegt hierover: *'Ja, ik wil gewoon graag blijven. Ja kijk, als je altijd gewerkt hebt dan mis je dat in het begin heel erg en dan moet je gewoon weer nieuwe manieren zoeken om natuurlijk een beetje in de maatschappij te staan.'* Een gevoel van 'bij blijven' zorgt er dan ook voor dat de ouderen zich meer opgenomen voelen in de maatschappij. Elisabeth benadrukt vooral haar toegenomen zelfstandigheid door het gebruik van Skype: *'Ik vind dat ik wat zelfverzekerder word erdoor. Ja, ik weet het niet dat is misschien gek om te zeggen als je 81 bent, maar het is eh ik voel me wat zelfstandiger geworden dan.'*

Gevoelens van uitsluiting werden door de ouderen vooral geassocieerd met een gevoel van eenzaamheid. Echter, aangezien het merendeel nog een druk sociaal leven had, voelden zij zich niet zozeer uitgesloten van de samenleving. Een enkeling gaf aan zich wel eens eenzaam te voelen, maar dit dan ook zelf weer op te lossen door bijvoorbeeld met iemand een praatje te gaan maken. Marjan zegt hierover: *'Nee, maar daar moet je zelf ook aan werken. Het is makkelijk zat. En je kunt makkelijk zeggen: 'Ik ben zo eenzaam en ik voel me zo zielig.' Nee, dat ben je niet. Er zijn andere mensen om je heen. En, je bent nooit alleen.'* Daarnaast gaf het

merendeel van de ouderen aan dat zij dachten dat social media voor andere ouderen wel eenzaamheid zou kunnen verminderen. Truus ziet spelletjes als een goed hulpmiddel voor andere ouderen:

Ga spelletjes doen. Ten eerste is het leuk en ten tweede heb je sociaal contact, je kan eventjes wat dingetjes tegen elkaar zeggen. Het vermindert denk ik de eenzaamheid. Ik ben nooit eenzaam hoor, want ik heb zat te doen. En als ik eens een keer hier eenzaam ben, dan ga ik even naar een van de burens toe. En dan praat je eventjes en dan is het weer over. Maar ik heb dat dus haast nooit. Maar er zijn, ja, ze zeggen dat er veel ouderen eenzaam zijn. En ik vind dat dit daar wel door, kan doorbreken.

Piet denkt dat social media eenzame ouderen vooral kan helpen doordat het contact leggen makkelijker is:

Nou, omdat ouderen dus heel makkelijk contact kunnen leggen met iemand en op andere manieren is dat misschien wel moeilijker. Want op het ogenblik is het zo ja die ouderen, die willen graag contact. Maar jongeren zijn overal mee bezig, die zijn met werk bezig, met kinderen bezig, met andere contacten bezig. En eh, ja dat lukt niet altijd ook al willen ze wel.

Wanneer aan de 75-plussers gevraagd werd wat zij ervan zouden vinden wanneer social media en de computer niet meer beschikbaar voor hen zou zijn reageerde het merendeel hier negatief op. Zij zouden het niet leuk vinden als deze middelen van hen afgenomen zouden worden. Echter, uiteindelijk zouden zij er wel weer mee leren leven. Dat hadden ze immers altijd al gedaan. Margriet gaf aan dat dit voor haar echt geen optie zou zijn: *'Een telefoon en een pc, ik zou er niet meer buiten kunnen. Ik eet liever een boterham minder dan dat ik dat moet laten staan'*. Zij dacht wel eenzaam te zijn in de weekenden wanneer zij hier geen gebruik meer van zou kunnen maken. Het face-to-face contact zou echter volgens alle ouderen niet vervangen kunnen worden door social media en blijft de belangrijkste vorm van contact. Het merendeel van de 75-plussers geeft dan ook aan dat social media voor hen een ondersteunend

middel is. *'Het menselijk contact moet je niet verwaarlozen, nee. Ik vind dit allemaal prachtige hulpmiddelen, maar het moet niet zo zijn dat je straks alleen maar achter je laptop zit.'* (Marjan).

De meeste 75-plussers hebben het idee dat de betrokkenheid onder mensen is veranderd, dit baseren voornamelijk op een vergelijking tussen de jongeren van nu en van vroeger. Marjan stelt: *De maatschappij is veranderd. Het is killer, zakelijker. Men kan ook niet anders omdat je vanbuiten af, dat dat zich van buiten af ook zo ontwikkelt. Of dat goed is weet ik niet, mijns inziens niet.'* Betsy denkt dat social media in sommige gevallen voor een enorme intensivering van contact zal zorgen, maar dat het voornamelijk een intensivering is van contact over allerlei onbenullige dingen. Deze mening wordt door meerdere ouderen gedeeld waaronder Corry:

Ik denk het wel zeker. Maar wij zijn natuurlijk anders. Jongeren zijn toch veel individueler he. Helemaal, die hebben er dus helemaal niet zo'n behoefte aan. Die vinden dat gewoon leuk. En wij denken dan 'joh he, kan je niet eens een normaal praatje maken?' Want dan is het 'waar zit je nou?' en 'wat ben je aan het doen' weetje? Dan denken wij nou wat een kul allemaal. Dat vinden jullie leuk

Het is echter wel gemakkelijker geworden om contact met elkaar te zoeken, wat ouderen zien als een aspect dat de betrokkenheid onder personen kan verhogen.

De 75-plussers geven aan allemaal nog een druk sociaal leven te hebben en daarom niet eenzaam te zijn. Als zij af en toe gevoelens van eenzaamheid hebben dan vinden ze dat je dat moet zien op te lossen. Echter, ze zien om zich heen wel ouderen die eenzaam zijn en denken dat social media hier wel een oplossing voor zouden kunnen bieden, onder andere door de gemakkelijke manier van contact leggen en het spelen van spelletjes. De meerderheid van de ouderen geeft aan gebruik van social media te maken zodat zij 'bij kunnen blijven'. De betrokkenheid in de maatschappij is volgens hen zowel positief als negatief verandert. Aan de ene kant praten jongeren over veel 'kul', maar aan de andere kant wordt er wel gemakkelijker contact gezocht. Het overgrote deel van de 75-plussers geeft aan wel weer zonder social media en de computer te kunnen leven, maar dit liever niet te willen omdat het hen veel plezier brengt.

5.3 Ouderen en hun sociale netwerk

Met name de respondenten die gebruik maakten van Facebook, ongeveer twee derde, vonden dat het internet kan zorgen voor meer sociaal contact. Het onderhouden van bestaande relaties is voor ouderen een hoofdreden om gebruik te maken van social media. Vooral het contact met familie is voor het merendeel van de ouderen belangrijk. Daarnaast hebben ouderen ook contact met verre familie of vrienden. Zonder social media, met name Facebook, zou dit contact volgens de 75-plussers niet voortgezet hebben. Met verre familie of kinderen van oude vrienden wordt zo een sterkere band verkregen. Wederom wordt de lage drempel om contact te leggen via social media benadrukt, zo ook door Ada: *'Dus eh, dan hoor ik af en toe wat weetje, van de familie. Ik vind het voor verre familie wel leuk. Want anders, ja ik ga haar niet zo bellen. En dan zie je bijvoorbeeld dat zij wat post en dan denk ik 'goh wat leuk!' anders heb je geen contact.'* Ria heeft familie in het buitenland en denkt dat dit contact zonder de 'familiegroep' op Facebook verwaarloosd zou zijn: *'En mijn nichtje in Amerika en California die weet dat ook, die kijkt daar ook wel op en dan reageert ze soms wel eens ook. Dus dat is gewoon wel leuk. Ja dat is toch wel wat makkelijker dan schrijven ofzo. Eh, anders verwaterd dat contact erg gauw. Ook die jongens, die neven dan in Californië, die zien we dan op internet.'*

Daarnaast waren de 75-plussers positief over het herstellen van oude contacten. Ongeveer de helft van de respondenten had dit weleens gedaan, zowel via de e-mail als via social media. Volgens hen was de drempel lager bij het sturen van een bericht dan bij een belletje. Bij een enkeling had dit gezorgd voor blijvend contact:

Ja, en Canada dat is een oude buurjongen van mij. Wij waren 8/6/10 jaar toen wij veel met elkaar optrokken. Toen ging hij emigreren naar Canada met zijn ouders. En na jaren heb ik hem weer ontdekt, via internet. Nou dat was ontzettend leuk natuurlijk en lachen. En dan herinneringen ophalen, dat is boeiend. Dat is zo leuk, ja. En we zijn tot heden nog steeds in contact gebleven. (Marjan)

Ook spraken sommige ouderen weer af met de 'oude contacten' die zij hersteld hadden. Johanna gaf aan dat zij oude klasgenoten op had gezocht om te kijken,

maar hier verder niks mee wilde. Ook haar nichten zou zij niet toevoegen op Facebook. Niet uit angst om afgewezen te worden maar omdat zij denkt dat diegenen nog een erg druk leven hebben en daar niet op zaten te wachten. Een enkele oudere vindt het ook gewoon leuk om in de gaten te houden waar oude bekenden mee bezig zijn, maar heeft geen behoefte aan intensief contact.

Er wordt door slechts een enkele 75-plusser nieuw contact gelegd via social media, bij de meeste ouderen gebeurt dit nog steeds face-to-face. Marjan vindt het wel erg belangrijk dat ouderen sociaal contact blijven leggen: *'Je bent bezig met allerlei dingen. Ook met het ontmoeten van mensen, met contacten, je breidt je netwerk uit. En dat vind ik voor je oude dag even zo belangrijk.'* Margriet heeft meerdere contacten gemaakt doordat zij het spel OGame speelt. Dit is een online spel waarbij de spelers met elkaar kunnen communiceren. Door het communiceren met andere spelers in de allianties had ze aan dit spel 6 contacten overgehouden op Facebook, waarvan ze met twee echt een vriendschap had opgebouwd. Deze twee mensen zag zij ook eens in de paar maanden in het echt. Daarnaast legt zij hierdoor ook contact met jongeren, een van die jongens is haar eenmalig komen opzoeken. Het spelen van online spelletjes zorgt er bij Margriet dus onder andere voor dat ze sociale activiteiten onderneemt.

En een jongen van 18 die is zelfs hier een keer uitgestapt in Ede, hebben we bij het station even wat gedronken. Ja, oh dat was zo'n aardige, nette jongen! Eerlijk waar. Kwam met een mooie bos bloemen voor me eh, ja die heeft een beetje problemen thuis enzo dus die neemt mij nog wel eens in vertrouwen. En werkt zelf in Nijmegen en woont dan in Heemskerk. Dus het was begrijpelijk dat hij even uit kon stappen. Hij had geen tijd om mee te gaan naar mijn huis, maar het was wel heel erg leuk, ja.

Het merendeel van de 75-plussers geeft aan dat zij hun netwerk online selectief willen houden. Wanneer dit te groot wordt is het volgens hen niet meer te overzien. Mensen die zij amper kennen hoeven zij niet als 'vriend' op Facebook. Slechts een aantal mensen waarvan zij het leuk vinden op de hoogte gehouden te worden. En daartussen staat volgens een enkeling al veel onzin. Een tweetal

ouderen heeft zich wel eens verplicht gevoeld iemand te accepteren omdat er anders iets van gezegd zou worden. Truus vertelt dit als volgt:

Dan zeggen ze 'he je hebt helemaal niet gereageerd! Toen ik heb gevraagd of je vriend wilt worden'. Dan zeg ik 'oh dat heb ik helemaal niet gezien!' Ik heb het wel gezien maar ik denk wat moet ik ermee. En ik dacht nou goed dan zal ik nog wel eens even kijken en toen heb ik dat toch maar gedaan. Maar in wezen dan krijg je op een gegeven moment zoveel. Dan denk ik dan draait dat gewoon door.

Een meerderheid van de ouderen zegt niet voornamelijk contact te hebben met jongeren op social media, maar juist ook veel contact te onderhouden met 'oudere' mensen, onder andere door het lid zijn van bepaalde groepen. Zo is Henk lid van de afgesloten groep Vereniging Nederland-Bulgarije, Margriet van de groep Oud-Ede en Willem van de afgesloten groep de Vereniging van Tuindorpers.

De resultaten uit de bovenstaande paragraaf proberen inzicht te geven in de invloed van social media op het sociale netwerk van 75-plussers. Social media worden door de ouderen met name gebruikt voor het onderhouden van contacten. Dit doordat de drempel om contact te leggen, met bijvoorbeeld verre vrienden en familie, lager is. Een aantal van de ouderen denkt dat dit contact anders verwaterd zou zijn. Het herstellen van oude contacten komt bij ongeveer de helft van de ouderen voor, bij sommigen heeft dit zelfs weer geleid tot face-to-face contact. Er zijn ook ouderen die het wel leuk vinden om oude contacten in de gaten te houden, maar hier verder niets mee willen. Het maken van nieuwe contacten wordt in mindere mate geprobeerd door de ouderen. Meestal gebeurt dit nog face-to-face en niet over social media, al kan het contact daarna wel door middel van social media onderhouden worden. Tot slot willen ouderen hun netwerk selectief houden. Een te groot vriendenaantal maakt het voor de 75-plussers onoverzichtelijk en zij vinden dit ook onzin.

6. Conclusie

Dit onderzoek richt zich op het gebruik van social media door 75-plussers en de gevolgen die zij hiervan ondervinden. De hoofdvraag in dit onderzoek is als volgt: *In hoeverre beïnvloedt het gebruik van social media het sociale leven van 75-plussers?* In deze conclusie zal achtereenvolgend antwoord worden gegeven op de drie deelvragen en tot slot op de hoofdvraag die centraal stond binnen deze scriptie.

Wat zijn de motivaties van 75-plussers om gebruik te maken van social media en de daaraan gekoppelde technologieën?

De 75-plussers die gebruik maken van social media focussen zich met name op de categorie *social networking sites*. Op deze manier kunnen zij zich verbinden met (verre) familie en vrienden (Kaplan & Haenlein, 2010). Uit het model van Davis et al. (1989) blijken vooral externe factoren, afkomstig uit de omgeving, bepalend te zijn voor het accepteren en omgaan met social media. Zo wordt door familieleden bepaalde apparatuur, zoals een iPad of laptop, uitgeleend of gegeven aan de 75-plussers. Voor deze 75-plussers was de kostendrempel van deze apparatuur hoog. Daarnaast proberen kinderen en kleinkinderen hun opa's of oma's over te halen om gebruik te maken van voornamelijk Facebook en Skype of Facetime. Wanneer ouderen dit hadden gezien bij hun kinderen of kleinkinderen voelden ook zij zich gemotiveerd om hiermee aan de slag te gaan.

Een tweede belangrijke motivatie was het onderhouden van contact met familie op afstand, zowel in Nederland als in het buitenland. Het merendeel van de ouderen gaf aan dat dit de reden is dat zij in eerste instantie gebruik zijn gaan maken van social media. Op deze manier blijven zij beter op de hoogte van wat er gebeurt en hebben zij het gevoel bij te kunnen blijven. Dit 'bij blijven' was voor ongeveer de helft van de ouderen een motivatie om gebruik te maken van social media. Het idee dat ze weten waar jongeren over praten en dat zij de ontwikkelingen in de maatschappij kunnen volgen geeft hen het idee mee te kunnen blijven gaan.

Tot slot is ook vermaak, het spelen van spelletjes, een belangrijke reden voor ouderen om gebruik van social media te maken. Door ongeveer de helft van de ouderen worden spelletjes gespeeld, waarbij een aantal van hen ook doet aan *social gaming*, zij communiceren met andere mensen tijdens het spelen van de spelletjes.

Dit zijn in de meeste gevallen familie of vrienden, maar in enkele gevallen ook vreemden. Een aantal ouderen vertelt dat zij in het begin wel angstig waren om social media te gaan gebruiken, wat vooral werd veroorzaakt door onwetendheid en zorgen over privacy (Gibson et al., 2010). Dit werd echter minder nadat zij daadwerkelijk van deze middelen gebruik gingen maken. *‘Je moet het gewoon doen’* is wat een merendeel van de 75-plussers zegt. Dit zien zij als de manier om zelf en ook andere ouderen over hun angsten heen laten te stappen.

In hoeverre heeft het gebruik van social media effect op gevoelens van in- of uitsluiting van ouderen in de netwerkmaatschappij?

Het merendeel van de respondenten binnen dit onderzoek had nog een druk sociaal leven. Vandaar dat zij niet echt het idee hadden buitengesloten te zijn van de samenleving. Een enkeling gaf aan zich wel eens eenzaam te voelen, maar dit dan ook zelf weer op te lossen door bijvoorbeeld met iemand een praatje te gaan maken. Eggermont en Vandebosch (2009) zien het gebruik maken van social media sites om eenzaamheid te overkomen en het behouden van face-to-face contact als tegenstrijdig. Echter, een aantal 75-plussers heeft wel degelijk contact gelegd op internet, wat uitmondde in face-to-face afspraken. Het merendeel van de 75-plussers denkt dan ook dat eenzaamheid bij andere ouderen wel voorkomen kan worden met behulp van social media (McKenna, 2002).

Gevoelens van insluiting werden vooral geassocieerd met het idee van ouderen om ‘bij te blijven’. Dit kwam ook al in bovenstaande deelconclusie naar voren als een belangrijke motivatie voor het gebruik van social media. Ouderen gaven aan een goed gevoel te hebben wanneer zij ‘mee konden komen’ en nog wisten wat er te koop was in de maatschappij. Het gebruik van social media zorgt er dus wel voor dat zij zich in meerdere mate ingesloten voelen in de samenleving. Face-to-face contact blijft, wat ook werd gesteld door Eggermont en Vandebosch (2009) het belangrijkste voor ouderen. De computer is voor de meerderheid een ondersteunend middel.

De respondenten realiseren zich allemaal dat de maatschappij veranderd is en zien daar positieve en negatieve kanten aan. De positieve kanten hebben vooral betrekking op hun eigen gebruik. Door de opkomst van interactieve netwerken

kunnen zij gemakkelijk communiceren met anderen en ook contacten ver weg onderhouden, die anders verwaterd zouden kunnen zijn. Terwijl de negatieve kanten zich met name focussen op jongeren. Er zou wel een intensivering van contact hebben plaatsgevonden, maar er wordt veel gepraat over flauwekul. De 75-plussers hebben het idee dat het gebruik van social media en de daaraan gekoppelde technologieën bij jongeren nog wel eens kan doorslaan en kan zich daar ook aan irriteren.

In hoeverre kan social media zorgen voor een verandering van het sociaal netwerk van 75-plussers?

Social media worden door de 75-plussers voornamelijk gebruikt om contacten te onderhouden. Er is sprake van zowel *strong ties*, familie of vrienden die zij regelmatig spreken en zien, als *weak ties*, verre familie of vrienden waar zij eens in de zoveel tijd contact mee hebben (Parks, 2010 & Van Dijk, 2011). Het merendeel van de ouderen vindt het erg makkelijk om via social media contacten te onderhouden, vooral wanneer het draait om de *weak ties* ervaren zij dit als iets zeer handigs. Dit kwam ook naar voren uit het onderzoek van Donath en Boyd (2004), echter zij stellen dat social media slechts geschikt zijn voor het vormen van *weak ties* wat niet overeenkomt met de resultaten. Sommige ouderen denken wel dat, wanneer zij geen social media zouden hebben, deze *weak ties* zouden wegvallen.

Daarnaast vindt ongeveer de helft van de ouderen het leuk om oude contacten te herstellen. Soms zorgt dit voor blijvend contact, zowel online als face-to-face. Een andere keer is het gewoon kort bijkletsen wat als gemakkelijk wordt gezien. Ook hier zeggen de 75-plussers dat de drempel lager is wanneer via social media contact wordt gezocht dan wanneer er bijvoorbeeld gebeld zou moeten worden. Slechts een enkeling maakt nieuwe contacten via social media en wanneer dit gebeurd is het eerder toevallig, bijvoorbeeld via een spel. Op een persoon na, willen alle 75-plussers dan ook een selectief netwerk houden, anders wordt het voor hen onoverzichtelijk. Zij willen zich focussen op hun nabije kring, wat overeenkomt met de *socioemotional selective theory* van Carstensen (2003). Van Dijk (2011) beargumenteert dat op social media voornamelijk bestaande contacten worden onderhouden en oude contacten worden hersteld, dit lijkt ook zo te zijn voor 75-

plussers. De respondenten die gebruik maken van Facebook, ongeveer twee derde, vinden dat social media zorgen voor meer sociaal contact.

In hoeverre beïnvloedt het gebruik van social media het sociale leven van 75-plussers?

Omdat het overgrote deel van de 75-plussers nog aangaf een druk sociaal leven te hebben en dat daarnaast face-to-face contact het belangrijkste voor hen blijven, lijkt de invloed van social media op het sociale leven van ouderen in eerste instantie niet erg groot. Wanneer echter wordt gevraagd naar de sociale relaties die zij via Facebook, Skype en Facetime onderhouden blijkt dit toch wel een plezierige toevoeging aan het sociale leven van de 75-plussers te zijn. De helft van hen geeft dan ook aan dat zij meer sociaal contact hebben door het gebruik van social media.

De 75-plussers hebben intensiever contact met zowel *strong ties* als *weak ties* in hun sociale netwerk. Wanneer het draait om *strong ties*, zoals familie of vrienden, zorgt social media met name voor een versterking van het contact. *Weak ties*, zoals kinderen van vrienden of verre familie, houden met name stand door social media.

Ook is bij de helft van de 75-plussers sprake van het doen herleven van oude contacten, waarmee ook face-to-face afgesproken wordt. Hiermee wordt niet direct geïnsinueerd dat ouderen zo meer sociaal contact hebben, zij hebben immers ook andere sociale contacten waarmee zij kunnen afspreken. Maar het zorgt wel voor meer diversiteit en een groter sociaal netwerk.

Alle ouderen zijn positief over de social media die zij gebruiken zodra ze snappen hoe het werkt. Social media blijven volgens alle ouderen echter een ondersteunend middel en face-to-face contacten blijven het belangrijkste. Er kan daarom gesteld worden dat het sociale leven van 75-plussers wel positief beïnvloed wordt door het gebruik van social media, maar dat het hun leven zeker niet beheerst.

7. Discussie

Hoewel er in dit onderzoek is getracht een compleet beeld te schetsen van de ervaringen die 75-plussers hebben met social media en de daaraan gekoppelde gevolgen, zijn er ook een aantal kanttekeningen te plaatsen. Dit heeft ten eerste betrekking op de onderzoeksmethode, namelijk semigestructureerde interviews. Door het kiezen voor interviews is het mogelijk dat er data verloren is gegaan, de ouderen zouden sociaal wenselijke antwoorden kunnen geven. Dit geldt met name voor het concept eenzaamheid, wat toch wel een pijnlijk onderwerp kan zijn waar men niet graag over verteld. Dit idee werd versterkt doordat het merendeel van de ouderen aangaf zelf amper eenzaam te zijn, maar wel andere eenzame ouderen te kennen waarvoor dit wel geldt. Ook dachten zij dat deze ouderen wel baat zouden hebben bij het gebruik van social media, maar dat zij zelf wel zonder zouden kunnen. Echter, het kan ook toevallig zijn dat het merendeel van de respondenten die hebben meegewerkt aan dit onderzoek nog wel een druk sociaal leven heeft. Met behulp van een anonieme vragenlijst zou over dit verband wellicht meer inzicht geboden kunnen worden.

Ook waren er binnen het onderzoek grote verschillen wanneer het ging om de tijd dat ouderen zich al bezig hielden met social media. Dit wisselde van een paar maanden tot een aantal jaar. Doordat er gebruik is gemaakt van een cross-sectioneel onderzoeksdesign is er sprake van een momentopname en kwamen deze verschillen duidelijk naar voren. De ene oudere leek op deze manier veel beter met bijvoorbeeld Facebook om te kunnen gaan dan de ander, terwijl dit misschien niet zou verschillen als zij hier dezelfde tijd aan besteed zouden hebben. De focus lag in dit onderzoek op de ervaringen die ouderen hadden met social media en ging het dus niet perse om de duur van het gebruik, maar dit zorgde wel voor een aantal erg wisselende resultaten.

Daarnaast bleek het voor de ouderen moeilijk om de bepaalde gevolgen van het gebruik aan te geven, dit gold met name voor het aspect in- en uitsluiting. Vaak konden zij zich niet meer herinneren wat hun ervaringen waren voordat zij met social media begonnen en vonden zij het moeilijk dit te verwoorden. Om meer inzicht te creëren over de invloed die het gebruik van social media kan hebben op deze gevoelens, zou eventueel longitudinaal vervolgonderzoek van pas komen. Door de

gevoelens van in-en uitsluiting voor het gebruik van social media en de gevoelens van in-en uitsluiting na het gebruik van social media te onderzoeken zou dit mogelijke effect duidelijker naar voren kunnen komen. Ook zou door middel van longitudinaal onderzoek aan de hand van een effectmeting bestudeerd kunnen worden of het gebruik van social media leidt tot een vermindering van eenzaamheid bij 75-plussers. De mens is immers een sociaal dier en niet gemaakt om alleen te leven.

8. Reflectie

Aanvankelijk verwachtte ik dat het werven van respondenten redelijk makkelijk zou gaan. Niet stilstaand bij het feit dat de groep van ouderen die gebruik maakt van social media zeer klein is, en dat het vinden van deze personen daarmee ook een opgave zou zijn. Daarnaast was de insteek van mijn onderzoek om zelfstandige ouderen te interviewen, welke dus niet gevonden kunnen worden bij een bepaalde zorginstelling. Ook verwachtte ik dat mijn 15 interviews afgenomen zouden kunnen worden bij de Senioren Welzijn Organisatie (SWO). Echter, de goedkeuring die ik van de SWO nodig had om mijn interviews te beginnen kreeg ik pas in een laat stadium van de periode die ons was toegewezen voor dataverzameling.

Hierdoor moest ik op een andere manier respondenten gaan werven en liep ik wat vertraging op in het onderzoeksproces. Door middel van *snowball sampling* ging uiteindelijk het balletje rollen en kwam ik aan voldoende respondenten. Daarnaast kwam ik in contact met Annet van Betuw, welke het boek *Social media voor Senioren* (2013) schreef en mij hierdoor ook in contact kon brengen met 75-plussers die zij had leren kennen.

De interviews heb ik met veel plezier uitgevoerd. Van tevoren had ik gedacht dat ik hier tamelijk nerveus voor zou zijn, maar naarmate de interviews vorderden werd dit gevoel steeds minder. Daarnaast merkte ik ook dat de ouderen het leuk vonden om met mij in gesprek te gaan. Ik kreeg regelmatig reacties als: 'Nou ik vond het eigenlijk best gezellig' en 'Ik vond het hartstikke leuk om te doen!' Hierdoor stond ik met een positieve instelling in het onderzoek en beschouw ik het als iets waardevols om op zo'n manier mijn bachelor Algemene Sociale Wetenschappen af te kunnen sluiten.

9. Literatuurlijst

Arning, K. & Ziefle, M. (2007). Understanding age differences in PDA acceptance and performance. *Computers and Human Behavior*, 23(6), 2904-2927.

Beck, U. (1992). *Risk Society: towards a new modernity*. London: Sage.

De Beer, P. (2004). Individualisering zit tussen de oren. *Kiezen voor de kudde: Lichte gemeenschappen en de nieuwe meerderheid*. Duyvendak, J.W. & Hurenkamp, M., Amsterdam: Van Genneep, 18-36.

Van den Boomen, M.V.T. (2004). Virtuele bindingen en netwerkeffecten. *Kiezen voor de kudde: Lichte gemeenschappen en de nieuwe meerderheid*. Duyvendak, J.W. & Hurenkamp, M., Amsterdam: Van Genneep, 137-152.

Bryman, A. (2008). *Social Research Methods*. New York: Oxford University Press.

Castells, M. (1996). *The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society and Culture Vol. I*, Oxford: Blackwell Publishers.

Carstensen, L.L., Fung, H.H. & Charles, S.T. (2003). Socioemotional Selective Theory and the Regulation of Emotion in the Second Half of Life. *Motivation and Emotion*, 27(2), 103-123.

Chaumon, M.E.B., Michel, C., Bernard, F.T. & Croisile, B., (2014). Can ICT improve the quality of life of elderly adults living in residential home care units? From actual impacts to hidden artefacts. *Behaviour & Information Technology*, 33(6), 574-590.

Chen, K. & Chan, A.H.S. (2011). A review of technology acceptance by older adults. *Gerontechnology*, 10(1), 1-12.

Davis, F.D., Bagozzi, R.P. & Warshaw, P.R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.

Van Dijk, J. (2011). Social media in de netwerkmaatschappij. *Basisboek social media*, 15-43.

Donath, J. & Boyd, D. (2004). Public displays of connection. *BT Technology Journal*, 22(4), 71-82.

Duyvendak, J.W. & Hurenkamp, M. (2004). *Kiezen voor de kudde. Lichte gemeenschappen en de nieuwe meerderheid*. Amsterdam: Van Genneep.

Eggermont, S. & Vandebosch, H. (2010). Towards the desired future of elderly and ICT: policy recommendations based on dialogue with senior citizens. Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Sheraton New York, New York City, NY.

Elchardus, M. (2009). Self-control as a social control: The emergence of symbolic society. *Poetics*, 37, 146-161.

Erickson, L.B. (2011). Social media, social capital, and seniors: the impact of Facebook on bonding and bridging social capital of individuals over 65. *AMCIS 2011- Proceedings-All Submissions*, Paper 85.

Fokkema, C.M. & Steyaert, J. (2005). Achter de geraniums of achter het computerscherm? ICT als middel ter bestrijding van eenzaamheid bij ouderen. *Sociale interventie*, 2, 19-29.

Gibson, L., Arnott, J., Moncur, W., Martin, C., Forbes, P. & Bhachu, A.S. (2010). Designing social networking sites for older adults. Proceeding BCS'10 of the 24th

BCS Interaction Specialist Group Conference, British Computer Society, Swinton, UK, 186-194.

Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity*. Cambridge: Polity Press.

Goudswaard, K. (2009). Inspelen op de vergrijzing. *AE Consultancy*, 1-8

Kaplan, A.M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53, 59-68.

Katz, J.E., Rice, R.E., & Aspden, P. (2001). The Internet 1995-2000: Access, civic involvement, and social interaction. *American Behavioral Scientist*, 45(3), 404-419.

Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V. & Crawford, A. (2002). Internet paradox revisited. *Journal of social issues*, 58, 49-74.

Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukopadhyay, T. & Scherlis, W. (1998). Internet Paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist*, 53(9), 1071-1031.

Krumm, J. Davies, N. & Narayanaswami, C. (2008). *User-Generated content*. IEEE Pervasive computing.

Larsen, K., Ommundsen, R. & van der Veer, K. (2009). Being Human: Relationships and You. A psychological Analysis. *Europe's Journal of Psychology*, 2, 135-138.

Lietsala, K. & Sirkkunen, E. (2008). *Social media. Introduction to the tools and processes of participatory economy*. Tampere: Tampere University Press.

Marcellini, F., Mollenkopf, H., Spazzafumo, L. & Ruoppila, I. (2000). Acceptance and use of technological solutions by the elderly in the outdoor environment: findings from a European survey. *Zeitschrift fur Gerontologie und Geriatrie*, 33(3), 169-177.

McKenna, K.Y., Green, A.S. & Gleason, M.E. (2002). Relationship formation on the Internet: what's the big attraction? *Journal of social issues*, 58, 9-31.

Modahl, M. (2000). *Now or Never: How Companies Must Change Today to Win the Battle for Internet Consumers*. New York: Harper Collins Books.

Mommaas, H. (2004). De kudde is dood, lang leve de kuddes. *Kiezen voor de kudde: Lichte gemeenschappen en de nieuwe meerderheid*, Duyvendak, J.W. & Hurenkamp, M. Amsterdam: Van Gennep, 152-167.

Morris, M., Lundell, J. & Dishman, E. (2004). Catalyzing social interaction with ubiquitous computing: a needs assessment of elders coping with cognitive decline. *Proceeds of ACM CHI*, 2, 1151-1154.

Nef, T., Ganea, R.L., Müri, R.M. & Mosimann, U.P. (2013). Social networking sites and older users- a systematic review. *International Psychogeriatrics*, 1-13.

Nie, N.H., Hillygus, D.S. & Erbing, L. (2002). Internet use, interpersonal relations, and sociability. *The Internet in Everyday Life*, 213-243.

Parks, M. (2010). Who are Facebook Friends? Exploring the Composition of Facebook Friend Networks. Paper presented at the 60th Annual Conference of the International Communication Association, Singapore, June.

Pfeil, U., Arjan, R. & Zaphiris, P. (2009). Age differences in online social networking – A study of user profiles and the social capital divide among teenagers and older users in MySpace. *Computers in Human Behavior*, 25, 643-654.

Schiffman, L.G. & Sherman, E. (1991). Value Orientations of New-Age Elderly: The Coming of an Ageless Market. *Journal of Business Research*, 22, 187-194.

Slegers, K., Van Boxtel, M.P. & Jolles, J. (2008). Effects of computer training and Internet usage on the well-being and quality of life of older adults: a randomized,

controlled study. *Journal of Gerontology*, 63(3), 176–184.

Weiss, R.S. (1973). *The Loneliness of Social Isolation*, Cambridge, MA: MIT Press.

Een derde van de 75-plussers gebruikt internet. Centraal Bureau voor de Statistiek, 24 mei 2013, via: <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/vrije-tijd-cultuur/publicaties/artikelen/archief/2013/2013-3834-wm.htm>

Internet ouderen fors toegenomen. Centraal Bureau van de Statistiek, 13 december 2013, via: <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/vrije-tijd-cultuur/publicaties/artikelen/archief/2013/2013-4005-wm.htm>

Ouderen beginnen pas op latere leeftijd te vereenzamen. Centraal Bureau van de Statistiek, 30 mei 2012, via: <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/dossiers/vergrijzing/publicaties/artikelen/archief/2012/2012-ouderen-vereenzaming-dns-pub.htm>

Vergrijzing: Wat zijn de belangrijkste verwachtingen voor de toekomst? Centraal Bureau voor de Statistiek, 23 juni 2014, via:
<http://www.nationaalkompas.nl/bevolking/vergrijzing/toekomst/>

Zeven op de tien gebruiken sociale media. Centraal Bureau van de Statistiek, 3 oktober 2013, via: <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/vrije-tijd-cultuur/publicaties/artikelen/archief/2013/2013-3907-wm.htm>

Apple: Senioren op de Ipad, via: <http://conciierge.apple.com/workshops/R408>