

# Sociale media: effecten op identiteit en intimiteit

Angelien Steen (a.steen@ggzcentraal.nl) is psychiater en groepstherapeut  
NVGP in Expertisecentrum voor persoonlijkheidsstoornissen Zwaluw & Enk,  
GGZ Centraal, Amersfoort.

*Dit artikel is een bewerking van een lezing gehouden tijdens het elfde middagsymposium van het centrum op 17 mei 2011, getiteld 'Patiënten online: effecten van de digitale wereld'. Met dank aan Christina Millet, beeldend therapeute en verhalenvertelster, voor de Jiddische anekdote.*

## Inleiding

Sociale media, zoals Facebook en Twitter zijn in onze huidige communicatiecultuur niet meer weg te denken. De mogelijkheden van contact maken zijn hiermee uitgebreid en minder afhankelijk van tijd en ruimte. Sociale media hebben invloed op onze kijk op de begrippen echt en virtueel, intimiteit en privacy, vriendschap en verbondenheid, identiteit en de beleving van tijd en ruimte. Na een eerste, meer beschouwend deel over sociale media, volgen in dit artikel empirische onderzoeksresultaten naar de effecten ervan, met name op de kwaliteit van vriendschappen.

Omdat de sociale media een steeds vanzelfsprekender onderdeel vormen van het leven van miljoenen mensen is het bij patiënten in de anamnese navragen van online vriendschappen en profielen van belang, evenals de tijd die ze kwijt zijn aan online

contact. Dit vanwege het feit dat een groot deel van hun leven zich in een virtuele wereld kan afspelen.

Als gevolg van de opkomst van sociale media hebben behandelaars baat bij digitale ethiek in de vorm van een aanvulling op de beroepscode, of gedragsregels, waarin de speciale aspecten van sociale media vervat zijn.

## Handel in intiem kapitaal

Sociale media zijn online platformen waarvan de gebruikers met geen of weinig tussenkomst van een professionele redactie de inhoud verzorgen. Het doel daarvan is interactie en dialoog (Wikipedia). Sociale media zijn dan vooral weblogs, fora en sociale netwerksites die gericht zijn op het met elkaar in contact staan en meer persoonlijke informatieuitwisseling.

Bekende voorbeelden daarvan zijn

Facebook, Hyves, LinkedIn en Twitter. Bij Facebook gaat het om een vriendennetwerk, evenals bij Hyves, bij LinkedIn gaat het meer om uitwisselen van beroepsmatige informatie en bij Twitter om korte regels met informatie.

Omdat Facebook wereldwijd het grootste sociale netwerk is, wordt dit als voorbeeld genomen om te onderzoeken hoe de genoemde begrippen echt en virtueel, intimiteit en privacy, vriendschap en verbondenheid, identiteit en beleving van tijd en ruimte daarin aan de orde zijn. Over intimiteit, verbondenheid en privacy gesproken: Facebook heeft als slogan: 'Met Facebook ben je verbonden en deel je alles met iedereen in het leven.'

Stine Jensen (2011) noemt de waardevolle persoonlijke informatie op sociale media zoals Facebook 'intiem kapitaal' waarmee je macht en invloed kunt uitoefenen. Ze schetst dat er meerdere redenen kunnen zijn om waardevolle persoonlijke informatie publiek te maken.

Sociologisch gezien is het van belang bij een groep te horen en er niet buiten te raken; als iedereen het doet, ga je meedoen, al was het maar om niet geïsoleerd te raken. Psychologische redenen zijn ijdelheid en aandacht. Voer voor narcisme. Daarnaast getuigt het van zelfliefde die afhankelijk is van het oordeel van anderen. De bevestiging van jezelf wordt dan verward met liefde. Het gaat uiteindelijk om bevestiging en erkenning. De derde reden is een emancipatoire. Het vragen om bevestiging kan een emancipatoire functie hebben.

Bevestiging vragen – en krijgen – is een

stap verder zetten naar zekerheid en autonomie. En de laatste reden is recreatie. Het is gewoon vertier, afleiding. De handel in intiem kapitaal is tijdverdrijf. Het actief zijn op Facebook gaat volgens Jensen vooral over jezelf verkopen, jezelf als merk zien. Laten we niet vergeten dat Facebook ook commerciële doelen kent en in het construeren van je online profiel allerlei restricties oplegt. Met de beursgang van Facebook is des te duidelijker geworden dat het zogenaamde intieme kapitaal ook commercieel interessant is en gebruikt wordt voor op de gebruiker toegespitste reclame.

### **Ik deel, dus ik besta**

Professor Sherry Turkle, psychoanalytica, verbonden aan het Massachusetts Institute of Technology in de Verenigde Staten met als opdracht sociologie van wetenschap en technologie, schreef in 2011 *Alone Together; why we expect more from technology and less from each other*. Turkle bestudeert hoe technologie relaties en de constructie van het innerlijke zelf verandert. Ze nam honderden interviews af met vooral jongeren om daar meer over te weten te komen. Turkle ziet het alleen zijn met een mobiel of computer als voorwaarde voor samen zijn. Ze zag het experimenteren met je identiteit vooral in het begin als groot voordeel. Nu heeft ze meer overwegingen en bedenkingen over identiteit en verbondenheid. Ze stelt dat het experimenteren met je identiteit op internet ook stressvol is vanwege de sociale controle en dat de verleiding groter is je identiteit te

gaan bewerken en construeren. Zo kan het op een performance gaan lijken.

Maar Facebook gaat ook over de anderen, over verbondenheid als diepe menselijke behoefte, die vorm krijgt in een vluchtige online intimiteit waarbij vriendschap niet meer exclusief is, aldus Jensen. Ze vindt Facebook-vriendschappen vooral handige nutsvriendschappen, geen echte. Het delen van intiem kapitaal wordt betekenisloos gemaakt door ermee rond te strooien en je privacy wordt op het spel gezet. Dat is misschien ook de reden dat dit soort vriendschappelijke contacten makkelijker kunnen worden verbroken, vooral door jongeren. Ontvrienden was in 2009 het woord van het jaar bij de internetverkiezing van Van Dale en dagblad *De Pers*. Het betekent het schrappen van online vrienden uit vriendenlijstjes op sociale netwerken zoals Facebook.

De verbondenheid is er vooral met de mobiel of de computer, als een soort verlengstuk van de mens. Turkle ziet de mobiele computer met een soort navelstreng aan de jongere verbonden. Een robotachtig aanhangsel, met antropomorfe trekjes. We zijn altijd verbonden en de mobiele telefoon is vaak letterlijk in de hand of op ons lijf.

We ontwikkelen ons niet door alleen te zijn, maar in relatie. Door altijd verbonden te zijn is echt alleen zijn als voorwaarde om grenzen en autonomie te ontwikkelen niet meer aan de orde. Turkle vindt dat we vaker snelle communicatie verwachten, niet direct echt contact. Het contact is meer gericht op het delen van gevoelens, maar

vooral op het pas ervaren van gevoelens op het moment dat ze gedeeld worden met anderen, tot ze gecommuniceerd zijn. Met andere woorden: Eerst delen en dan ontdekken. Ze ontwaart een nieuwe houding: ik deel, dus ik besta. Een gedachte is pas iets waard, als je Facebook-vrienden ermee instemmen. Gedachten worden volgens haar gevormd door bij anderen om commentaar te vragen. Ze stelt dat verbonden zijn of je verbonden voelen de enige manier is geworden om jezelf te voelen. Turkle spreekt in dit verband van een *collaborative self*.

Turkle ontdekte in interviews ook dat er voor jongeren geen reden meer is om te bellen. Sms'en en sociale netwerken kunnen daardoor leiden tot vermijding van direct contact, waarbij de anonimiteit openheid geeft, een illusie van privacy en controle. Het leidt tot vriendschap zonder intimiteit, tot communicatie zonder emotionele risico's. Het is inderdaad opvallend hoezeer jongeren het telefonisch contact niet meer van deze tijd vinden. Telefonisch contact houdt teveel directe confrontatie in en te weinig controle over hetgeen je wilt zeggen. Het is makkelijker afstandelijk een paar regels te schrijven, je kunt makkelijker veinzen, ontwijken of je anders voor doen. Turkle ziet heel duidelijk het robotmoment in de geschiedenis, onze afhankelijkheid van technologie, in de vorm van de mobiele telefoon met internet. Ze signaleert dat mensen in paniek raken als ze zonder mobiel zijn. In een interview met Margriet Oostveen in *NRC Handelsblad* (19 februari 2011) vertelt ze dat ze in 1995 al beschreef

hoe de grens tussen alledaagse en virtuele werelden begon te vervagen en dat zij dat als een bevrijding zag: online zouden mensen kunnen zijn wie ze willen zijn, onbelast door omstandigheden. Maar wat ze niet voorzag was wat het zou betekenen dat we die virtuele wereld al snel overal met ons mee naartoe zouden kunnen nemen. Zij noemt dat de ‘draagbare revolutie’. En dat 9/11 van grote invloed is geweest op de bereidheid van ouders om mobiele telefoons voor jonge kinderen te kopen. Ouders noch kinderen wilden na die dag nog onbereikbaar zijn voor elkaar. De dreiging en angst tijdens 9/11 is dus van grote invloed geweest op die ‘draagbare revolutie’.

### Massa-individualisme

De iPhone van Apple markeert in 2007 het begin van de mobiele internetrevolutie.

Na de dood van Steve Jobs schreef Marc Hijink op 7 oktober 2011 in *nrc.next* over de Apple-paradox, waaruit de grote invloed van Apple af te leiden is. ‘Alle producten van Apple dragen de naam I, alsof ze ‘speciaal voor mij’ gemaakt zijn.’ Jobs slaagde erin om van elektronica iets begeerenswaardigs, persoonlijks te maken. Tegelijkertijd, stelt Hijink, verkocht hij er honderden miljoenen exemplaren van – aan de massa dus: ‘De Apple-lifestyle is nu overal.’ Jobs wordt die dag op de voorpagina van dezelfde krant de god van het massa-individualisme genoemd.

Jensen concludeert dat Facebook het beste gezien kan worden als een doelbewuste constructie zoals Second Life ooit bedoeld

was, waarin we alter ego’s met intieme levens ontwerpen die onze ideale voorstelling van het goede leven benaderen. (Second Life is een virtuele wereld die lijkt op de echte, waarin je met een avatar, een zelfgemaakt digitaal figuur, kan deelnemen). Sociale media als middel om onszelf te kunnen zijn kan dan leiden tot een ander leven. Jensen vindt dat je, eenmaal beland in de gedigitaliseerde wereld, beter het verschil tussen het echte en het onechte leven kunt laten varen. Facebook-vrienden vallen volgens haar in de categorie van robo-pets, technisch gefabriceerde huisdieren, echt en niet-echt tegelijk.

Turkle ziet ook duidelijk dat de grenzen tussen realiteit en de virtuele wereld vervagen. Door mobiel internet zijn ‘echt’ en ‘virtueel’ door elkaar gaan lopen. Het leven wordt een *life-mix*, simultaan leven, *multi-living*. In een interview in *de Volkskrant* (Giesen 2011) zegt Turkle: ‘We zijn fysiek op een plaats, maar in gedachten ergens anders. Zelfs op de meest indringende momenten wordt onze aandacht afgeleid door een onophoudelijke stroom van veelal uitermate vluchtige mailtjes, sms’jes, tweets en Facebook-berichten. Er is veel communicatie, maar weinig contact.’ Ook zegt ze dat de aandacht steeds meer gedeeld wordt doordat we bezig zijn met mobiel bellen en internet. Ze spreekt van latente aanwezigheid, *ambient awareness*.

Hiermee bedoelt ze dat anderen altijd op de achtergrond aanwezig zijn, via online contact. Jensen en Turkle schrijven dus duidelijk over de niet altijd als positief te duiden invloed van de sociale media.

## Mixed-mode vriendschappen

Er zijn ook andere conclusies getrokken. Onderzoek onder grote aantallen Facebook-gebruikers (Ellison e.a. 2007) wijst uit dat de meeste jongeren de virtuele sociale netwerken voornamelijk gebruiken om hun offline relaties te versterken en niet om ze te vervangen. Facebook vergroot het psychisch welbevinden vooral bij degenen die lijden onder een laag zelfbeeld. In Nederland werd onderzoek gedaan bij bijna duizend adolescenten met een Hyves-profiel (Valkenburg e.a. 2006). Zij vonden dat positieve feedback op het online profiel het sociale zelfvertrouwen en welzijn vergrootte en dat het bij negatieve feedback omgekeerd was. Antheunis (2009) promoveerde op de effecten van online communicatie, vriendschapsvorming en de kwaliteit van vriendschappen. Zij vond dat interpersoonlijke aantrekkingskracht, ofwel iemand aardig vinden, een belangrijke determinant is voor vriendschapsvorming en dat sociale netwerksites daardoor een positief effect hebben op vriendschapsvorming; elkaar leren kennen via sociale media is een nieuwe vorm van online vriendschapsvorming omdat mensen meer strategieën gebruiken om elkaar beter te leren kennen. Op sociale netwerksites kunnen mensen iemand observeren en zelfs aan vrienden van de betreffende persoon om informatie vragen. Haar proefschrift toont aan dat online communicatie juist positieve effecten heeft. Het elkaar leren kennen via internet leidt tot het onthullen van meer persoonlijke informatie, wat vervolgens de

sociale aantrekkingskracht stimuleert. Het kan dus helpen bij vriendschapsvorming. Als die online vriendschap zich vervolgens verplaatst naar een offline situatie, wordt de kwaliteit van die vriendschappen zelfs gelijk aan de vriendschappen die offline ontstaan zijn. Zodoende geven haar conclusies geen reden om te denken dat het internet een antisociaal medium is, in tegendeel. Verder laat het proefschrift zien dat de kwaliteit van *mixed-mode* vriendschappen, die online ontstaan zijn en vervolgens ook als offline contact blijven bestaan, vergelijkbaar zijn in kwaliteit met offline vriendschappen.

## Andere dimensie

Social media kunnen het leven van mensen behoorlijk in beslag nemen en het risico van verslaving is aanwezig. In de diagnostiek en behandeling is het navragen van frequentie van gebruik van sociale media, inhoud en vorm van het online profiel, maar ook het deelnemen aan virtuele spellen en werelden, zoals World of Warcraft, Second Life en de Sims steeds meer van belang omdat zoals eerder in dit artikel besproken, de virtuele wereld voor veel mensen onlosmakelijk onderdeel van hun leven is geworden.

Daarbij geldt volgens mij dat, indien het offline leven nauwelijks meer bestaat, er sprake is van probleemgedrag. Niettemin kan het exploreren van het online gedrag en de aard van het virtuele profiel unieke informatie verschaffen. Is iemand inderdaad een totaal ander leven gaan leiden, of

is het een geïdealiseerde versie van de eigen identiteit?

Veel ervaringen in de virtuele werelden zijn, zoals Turkle en Jensen ook beschrijven, voor velen een andere, maar niet minder ware dimensie, waarin allerlei heftige gevoelens en relaties aan de orde kunnen zijn.

### **Digitale ethiek**

Een ander boeiend veld is de vraag naar digitale ethiek. Zijn er aparte regels nodig voor het eventuele gebruik van sociale media door therapeuten en tussen therapeuten en patiënten? De beroepscode voor psychotherapeuten (2007) kent aparte bepalingen die betrekking hebben op digitale communicatie, variërend van e-mail-contacten tot volledig gestructureerde behandeling via een website. Digitale communicatie vergt wegens de specificiteit van de techniek bijzondere waarborgen op de terreinen van de veiligheid, identificatie en authenticatie. De psychotherapeut moet online zijn kwalificaties aangeven en de cliënt moet kunnen controleren of de psychotherapeut is wie hij voorgeeft te zijn. De genomen maatregelen voor veilige communicatie moeten helder zijn. In de beroepscode van de NVvP staat niets expliciet over sociale media.

De KNMG heeft in *Artsen en Social Media, handreiking voor het gebruik van Social Media door artsen* (2011) een aantal aanbevelingen gedaan. Deze gaan uit van het benutten van de kansen en mogelijkheden van de sociale media om zo de kwa-

liteit van de zorgverlening te verhogen. Daarbij wijzen ze op de regels van het beroepsgeheim en de privacy, moet de anonimiteit van de patiënt gegarandeerd zijn en mag er geen tot patiënten herleidbare informatie gepubliceerd worden. De scheiding tussen persoonlijk en professioneel gebruik van sociale media en zorg dient duidelijk tot uitdrukking te komen en online is het niet verstandig persoonlijke relaties met patiënten aan te gaan.

Het blijft belangrijk een goed onderscheid te maken tussen openbaar en privé, de reikwijdte van berichten te beseffen en respect te tonen. Het is goed collega's privé aan te spreken indien grenzen op dit gebied worden overschreden. Ook gelden de gedragsregels van de werkgever. Veel van bovenstaande aanbevelingen vallen onder de medische ethiek. Gezien het soms wat behoudende karakter van de medische beroepsgroep is de aanmoediging sociale media vooral te gebruiken en aan te wenden voor communicatie, toename van kennis en behandelmogelijkheden opvallend.

Ter illustratie van het feit dat alles altijd op internet blijft een Jiddische anekdote:

*Er was eens een vrouw in een Jiddisch stadje ergens in Rusland. Ze was een vreselijke roddeltante. De mensen hadden last van alle lasterlijke informatie die ze verspreidde.*

*Op een dag sleepten ze haar voor de rabbijn en klaagden haar aan. Onderweg naar de rabbijn bleef de vrouw alsmaar roepen dat ze niets verkeerd had gedaan. 'Ik vertel toch alleen mijn mening? Wat heb ik ermee*

*te maken dat anderen het weer doorvertellen?’ Maar toen ze eenmaal in de aanwezigheid van de respectabele rabbijn was, kreeg ze weke knieën. ‘Het spijt me rabbi, ik zal het nooit meer doen!’ zei ze. Hij was even stil en streek over zijn baard. ‘Goed’, zei hij toen, ‘maar je moet wel boete doen.’ ‘Ja, rabbi’, zei de vrouw, ‘wat moet ik doen?’*

*‘Ga naar huis, haal een veren kussen, ga ermee door de straten en schud alle veren uit het kussen.’ De vrouw vond het een vreemd verzoek, maar haalde haar kussen op en liep al schuddend door de straten. Toen ze klaar was, ging ze terug naar de rabbijn met de lege hoes. ‘Heb ik nu genoeg boete gedaan, rabbi?’*

*‘Zo makkelijk gaat dat niet, hoor’, zei deze. ‘Nu moet je alle veren weer inzamelen.’ Mopperend liep de vrouw de straat weer op. Ze deed haar best, maar kwam tegen de avond maar met een handjevol veren terug, de rest was onvindbaar, weggewaaid door de wind. ‘Zo is het ook met de verhalen die je rondstrooit’, zei de Rabbijn. ‘Je spreekt ze zo gemakkelijk uit, maar hoezeer je het ook probeert, terughalen kun je ze niet.’*

### **Tot slot**

Als technologische ontwikkeling zijn de sociale media uniek in de mogelijkheid waardevolle persoonlijke informatie met talloze anderen te delen. Die wereld wordt ook beheerst door instrumentalisering, technologisering van intieme relaties.

Identiteitsconstructie is per definitie aan de orde en voor adolescenten biedt het een

mogelijkheid hiermee te experimenteren en zo verder te ontwikkelen. Sociale media dragen bij aan identiteitsontwikkeling, waarbij identiteit, meer dan voorheen, gaat over meervoudigheid en het in ontwikkeling zijn en waarbij we ons bewuster worden van de constructie ervan. Teveel zelfonthulling moet daarbij vermeden worden. Alles blijft altijd op het internet.

Echte vriendschappen vinden niet alleen online plaats. Volgens mij blijft hierbij het onderscheid echt en niet-echt bestaan. Online vriendschappen zijn veelal ook offline beschikbaar. Als dat niet zo is en er geen offline vriendschappen zijn, is dat een bron van zorg. We bevinden ons meer dan voorheen in een wereld waarin anderen dichtbij zijn en verbondenheid nodig blijkt te zijn om alleen en jezelf te zijn.

Door sociale media leren we niet alleen onszelf, maar ook de ander beter kennen. Sociale media kunnen verslavend zijn en leiden tot een overwegend online leven, waarin jezelf zijn kan leiden tot een totaal ander leven.

Voor jongeren zijn sociale media als communicatiemiddel bijkans vanzelfsprekend. Zoals met alles is relativering verstandig indien er teveel druk en waardering vanuit gaat.

Digitale ethiek gaat, als aanvulling op de beroepsethiek, vooral over de scheiding tussen professioneel en persoonlijk, tussen openbaar en privégebruik.

## Literatuur

Antheunis, M. C. (2009). *Online Communication, Interpersonal attraction and Friendship Formation*. Amsterdam: The Amsterdam school of communication research (academisch proefschrift).

Ellison, N.B., Steinfield, C. & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends". Social Capital and college students use of online sociale networksites. *Journal of computer-mediated communication*, 12 (4), article 1.  
<http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>.

Giesen, P. (27 augustus 2011). 'Robots houden mensen rustig, dat staat buiten kijf'. Interview met Sherry Turkle, *de Volkskrant* (pp. 14-15).

Hijink, M. (7 oktober 2011). 'Jobs maakte elektronica persoonlijk voor iedereen'. *nrc.next* (p. 4).

Jensen, S. (2011). *Echte vrienden: Intimiteit in tijden van Facebook, GeenStijl en Wikileaks*. Rotterdam: Lemniscaat.

Koninklijke Maatschappij voor de bevordering van de Geneeskunde. (2011). *Artsen en social media. Handreiking voor het gebruik van Social Media door artsen*. ([www.knmg.artsennet.nl/Home.htm](http://www.knmg.artsennet.nl/Home.htm)).

Nederlandse Vereniging voor Psychotherapie. (2007). *Beroepscode voor psychotherapeuten*. Utrecht: NVP.

Oostveen, M. (19 februari 2011). 'De draagbare revolutie'. Interview met Sherry Turkle. *NRC Handelsblad* (p. 10).

Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why we expect more from technology and less from each other*. New York: Basic Books.

Valkenburg, P.M., Jochen, P. & Schouten, A.P. (2006). Friend networking sites and their relationship to adolescent's well-being and social self-esteem. *Cyberpsychology and behaviour*, 9 (5), pp. 584-590.

Wikipedia geraadpleegd op term 'social media', mei en november 2011.