

Facebook:

GOUDMIJN VOOR SOCIOLOGEN?

PROMOTIE

MILJOENEN GEBRUIKERS VAN SOCIALE MEDIA LATEN HUN GEGEVENS ACHTER OP HET WEB. ZIJN DEZE GEGEVENS INTERESSANT VOOR SOCIALE WETENSCHAPPERS? EN WELKE VRAGEN KUNNEN ZIJ ERMEE BEANTWOORDEN?

tekst TAKE SIPMA | beeld PIXABAY.COM

DE POPULARITEIT VAN sociale media als Facebook en Twitter is de afgelopen jaren exponentieel toegenomen. Dit levert niet alleen nieuwe sociologische vragen op, maar biedt ook mogelijkheden om aloude onderzoeksvragen te beantwoorden. Steeds meer gebruikers zetten hun gegevens online. Gegevens die sociologen doorgaans verzamelen aan de hand van tijdrovende en prijzige methoden als surveyonderzoek. Met name voor onderzoek naar sociale netwerken zijn deze data interessant. Waar vragenlijsten zich doorgaans beperken tot informatie over vijf tot tien sociale contacten, biedt Facebook inzicht in nagenoeg complete netwerken.

Bas Hofstra onderzocht de samenstelling van online sociale netwerken zoals Facebook om inzicht te krijgen in sociale netwerken in het algemeen. Zijn proefschrift is een belangrijk beginpunt voor onderzoekers die gebruik willen maken van sociale media als databron en hij beantwoordt substantiële vragen over netwerkformatie. Op 15 december verdedigt hij zijn proefschrift *Online Social Networks: Essays on Membership, Privacy, and Structure* aan de Universiteit Utrecht.

BRUIKBAARHEID VAN DATA

In vergelijking met surveydata is het bereik van sociale media vele malen

groter. Facebook telt ruim tien miljoen gebruikers in Nederland. Dat klinkt veelbelovend, maar Hofstra vraagt zich af hoe bruikbaar deze gegevens zijn in sociaalwetenschappelijk onderzoek. Wie gebruikt welke sociale media? En in hoeverre zorgen privacy-instellingen voor verschillen in wat we van mensen kunnen observeren? "Er lijkt een beweging binnen de sociale wetenschappen te zijn die meer en meer gebruikmaakt van netwerkdata van onlinebronnen", geeft Hofstra desgevraagd te kennen. "Als we niet meenemen in welke mate deze data selectief zijn in gebruik en privacy, zijn resultaten van dergelijk onderzoek niet representatief voor de gehele bevolking."

Als we kijken naar het gebruik van sociale media zijn het vooral jongeren die actief zijn. Maar ook binnen deze groep blijken grote verschillen te bestaan. Met name jongeren die sociaal actiever zijn, toegang hebben tot meer digitale hulpmiddelen, meisjes en leden van de etnische meerderheid zijn over het algemeen vaker lid van sociale media.

En als mensen lid zijn, wil dat nog niet zeggen dat we hun gegevens kunnen gebruiken. Hofstra: "Op Facebook, bijvoorbeeld, laat maar zo'n 70% van de adolescenten hun vriendennetwerken zien aan willekeurige andere gebruikers. Wie zijn de 30% die hun vriendennetwerken

op 'privé' hebben staan?" Volgens zijn resultaten zijn dit voornamelijk meisjes, leden van de etnische minderheid, lager opgeleiden en jongere adolescenten. Groepen die over het algemeen een lagere mate van sociaal vertrouwen rapporteren.

Daarnaast hebben mensen hun informatie beter afgeschermd als hun vrienden dat ook hebben. Gezien het feit dat de sociale samenstelling van netwerken op elkaar lijken, zou dit beïnvloedingsproces de selectiviteit van de gegevens kunnen vergroten. Een belangrijke bevinding voor onderzoekers die aan de slag willen met data uit sociale media. "Onderzoekers moeten zich ten eerste bewust zijn van deze selectiviteit, en ten tweede proberen dit op te lossen. Selectiemodellen in statistische analyses kunnen hierbij helpen."

INFORMATIEBUBBEL

Nadat hij inzicht had gekregen in de persoonlijke data die beschikbaar zijn op sociale media, ging Hofstra aan de slag om een belangrijke sociologische vraag te beantwoorden. Wat is de structuur van het brede netwerk, met zwakke en sterke banden, en hoe weerhoudt die zich tot het kleine netwerk bestaande uit sterke banden? Sociale media geven inzicht in grote sociale netwerken met zowel sterke als zwakke vriendschapsrelaties. Zogenoemde zwakke banden laten zich moeilijk



vangen in vragenlijsten, die doorgaans slechts sterke banden meten door te vragen naar de vijf beste vrienden. Door vragenlijsten te koppelen aan netwerken op Facebook, vergeleek Hofstra gender en etnische segregatie in sterke banden van het offlinenetwerk met de segregatie van zwakke banden in het online netwerk.

Zijn resultaten, gepubliceerd in het tijdschrift *American Sociological Review*, laten zien dat klassieke verklaringen van segregatie van sterke banden ook voor zwakke banden gelden. De sociale context waarin men zich beweegt (en die bepaalt welke kansen men heeft om bepaalde mensen te ontmoeten) voorspelt de mate van segregatie van zowel sterke als zwakke banden.

De mate van segregatie is echter groter onder sterke banden dan onder zwakke banden, omdat mensen beter bevriend raken met de mensen die het meest op hen lijken. Deze eigenschap van *homophily* (men kiest vrienden die op hen lijken) was voorheen wel eens geopperd, maar tot dusver niet theoretisch gespecificeerd noch empirisch getoetst. Hofstra's combinatie van survey- en Facebookdata

stelde hem in staat om dit theoretisch uit te werken en ook empirisch te toetsen. Alleen voor leden van de etnische meerderheid zijn beide netwerken even homogeen, omdat ze überhaupt nauwelijks kansen hebben op banden met leden uit de etnische minderheid.

Dit is interessant in de bredere discussie dat sociale media als Facebook een *filter bubble* zouden creëren. Hierin wordt gesteld dat de informatie die we onder meer via Facebook tot ons krijgen steeds eenzijdiger is, waardoor we in een informatiebubbel terecht komen. Volgens Hofstra's onderzoek is dit niet per se te wijten aan sociale media: "Als het gaat om de segregatie van Facebook-netwerken vind ik dat de mate van offline segregatie in hoge mate overeenkomt met de segregatie op Facebook. Dit is vrij logisch; je moet iemand eerst in een bepaalde context ontmoet hebben voordat je een vriendschap aangaat. In die strekking zou je kunnen zeggen dat de offline *filter bubble* zorgt voor een online *filter bubble*. In de recente discussie wordt vaak vergeten dat het *homophily*-fenomeen iets is wat al decennia bekend is."

NIEUWE INZICHTEN

Voor de toekomst ziet Hofstra een grote rol weggelegd voor sociale media als databron voor sociale wetenschappers. Hoewel klassieke onderzoeksmethoden nodig blijven, kunnen online data geschikt zijn om een betere test uit te voeren in het kader van theorieën die normaliter lastig te toetsen zijn. Hofstra heeft de eerste stap gezet met zijn onderzoek naar zwakke banden in grote netwerken.

Een volgende stap is een cross-nationaal perspectief. "Het vergt wat fantasie van de onderzoeker om hier data over te verzamelen, maar ik denk dat het tot veel nieuwe inzichten zou kunnen leiden. Een paar vragen zouden kunnen zijn: hoe gaat men in verschillende landen met privacy om? Hoe wordt segregatie beïnvloed door de aanwezigheid van verschillende etnische groepen in verschillende landen?" En de rol van sociale media zal alleen maar toenemen. "Van elke vijf minuten online wordt er één minuut gependend aan Facebook. Onderzoek naar de rol van sociale media in het onderhouden van vriendschappen en effecten op gedrag wordt alleen maar groter." ✕