

*Voor de Faculteit Geesteswetenschappen aan de Universiteit van Tilburg is geschreven*

# **Masterthesis**

**‘Is er online leven na de dood?’**

*Een studie naar de wensen van adolescenten en jongvolwassenen ten aanzien van het eigen profiel op Facebook in relatie tot het overlijden.*

mei 2015

Max T.J. de Waal

478769

CIW: Bedrijfscommunicatie en Digitale Media

Faculteit Geesteswetenschappen

Tilburg University

Begeleider: Dr. M.L. Antheunis

Tweede lezer: Dr. A.R. Vermeer

*Als ik dood ga, huil maar niet  
ik ben niet echt dood moet je weten  
't is maar een lichaam dat ik achterliet,  
dood ben ik pas als jý me bent vergeten.*

*En als ik dood ga, treur maar niet  
ik ben niet echt weg moet je weten  
het is de heimwee die ik achterliet  
dood ben ik pas als jý dat bent vergeten.*

*En als ik dood ga, huil maar niet  
ik ben niet echt dood moet je weten  
't is het verlangen dat ik achterliet  
dood ben ik pas als jý dat bent vergeten  
dood ben ik pas als jý me bent vergeten<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> Songtekst Testament van Bram Vermeulen, 1991

## **Dankbetuiging**

The road ahead is empty... maar niet voor mij! Met deze masterthesis sluit ik een studieperiode van ruim tien jaar af. Ik ben begonnen op het Mbo, daarna heb ik de stap gemaakt naar het Hbo en nu sluit ik af op de universiteit.

Deze scriptie had hier niet kunnen liggen zonder de hulp van mijn scriptiebegeleidster dr. Marjolijn Antheunis. Ik wil haar voor meerdere dingen bedanken. Allereerst voor het feit dat ik mijn eigen onderwerp heb mogen kiezen. Sociale media combineren met het overlijden, niet iedereen zou hier voor openstaan. Daarnaast wil ik haar bedanken voor de duidelijke feedback, voor haar behulpzaamheid, voor haar interesse, maar vooral ook voor haar geduld met mij. Ik heb deze scriptie geschreven in een rommelige periode in mijn leven. In de looptijd van de scriptie ben ik verhuis, heb ik een onderneming gestart en heb ik een baan gevonden. Ik ben me er terdege van bewust dat ik hierdoor niet altijd de meest 'makkelijke' student ben geweest.

De keuze voor het onderzoeksonderwerp was snel gemaakt. Al ruim acht jaar ben ik werkzaam in de uitvaartbranche. Vanaf het laatste jaar Mbo - waar ik via een stage bij het crematorium van Bergen op Zoom terecht kwam - heb ik naast mijn Hbo en Universitaire studie gewerkt in de uitvaartbranche. In verschillende disciplines. Van algemeen medewerker bij het crematorium tot assistent marketingmanager bij de Zorg Diensten Groep. Het is bij dit bedrijf dat ik het uitvaartvakgebied en het marketing en communicatievakgebied ben gaan combineren.

De laatste loodjes wogen het zwaarst, maar gelukkig heb ik me erdoor kunnen worstelen. Nu de studie ten einde is, kan ik me verder focussen op m'n nieuwe baan. Maar eerst op een welverdiende reis!

Was getekend,

Max de Waal

## Samenvatting

Het massale gebruik van sociale netwerk sites (SNS's) zoals Facebook heeft ertoe geleid dat de dood ook online zichtbaar is geworden. Er bestaan inmiddels meer dan een miljoen profielen op Facebook van gebruikers die reeds zijn overleden (Brubaker, 2014). Onderzoek naar wat er met deze profielen gebeurt was tot op heden vooral gericht op; de nabestaanden, het digitale nalatenschap en rouw gerelateerde communicatie. Het doel van deze descriptieve studie was om inzicht te krijgen in de wensen die Facebook-gebruikers nu hebben ten aanzien van het wel of niet voortbestaan van hun profiel na hun overlijden. De focus lag hierbij op adolescente en jongvolwassen Facebook-gebruikers. Enerzijds omdat zij Facebook het meest gebruiken en anderzijds omdat deze leeftijdsgroepen vaak online rouw- of gedenkplekken maken van Facebookprofielen van overleden dierbaren. Er is gezocht naar de overeenkomsten en verschillen tussen deze leeftijdsgroepen in; 1) de rol die Facebook speelt in hun leven, 2) het bewustzijn met betrekking tot het voortbestaan van online profielen na overlijden en 3) de concrete wensen ten aanzien van hun profiel als zij overleden zouden zijn. De belangrijkste conclusies van deze studie zijn: 1. De rol van Facebook in het leven van adolescenten en jongvolwassenen loopt terug. 2. Adolescenten en jongvolwassenen staan niet stil bij het feit dat als zij zijn overleden, hun online profiel blijft bestaan. Tevens wordt duidelijk dat als het gaat om de troost die nabestaanden ervaren doordat het profiel van een dierbare online zichtbaar blijft na de dood, de meningen over het belang hiervan uiteenlopen. 3. Er is verdeeldheid onder adolescenten en jongvolwassenen ten aanzien van het behoud van het profiel indien zij zouden komen te overlijden. Er is geen significante meerderheid die kiest voor verwijdering van het profiel, het creëren van een 'In Memoriam' pagina of die de keuze aan de nabestaanden overlaat. Er mag worden gesteld dat men ook online op een geheel eigen manier omgaat met het levenseinde.

*Kernwoorden:* Facebook, digitaal nalatenschap, 'In Memoriam' pagina, overlijden, adolescenten, jongvolwassenen, postmortaal en premortaal.

## **Inhoud**

Dankbetuiging	p. 3
Abstract	p. 4
1. Inleiding	p. 6
2. Theoretisch kader	p. 9
2.1 SNS's en de aanwezigheid van jongeren	p. 9
2.2 De rol van Facebook in het leven adolescenten jongvolwassenen	p. 9
2.3 Leeftijdsgroepen in het onderzoek	p. 9
2.4 Motieven voor Facebook-gebruik	p. 10
2.5 Gedrag van adolescenten en jongvolwassenen op Facebook	p. 11
2.6 Jongeren en de dood	p. 12
2.7 'In Memoriam' pagina en het digitale nalatenschap	p. 14
3. Methode	p. 16
3.1 Steekproef	p. 16
3.2 Procedure	p. 16
3.3 Instrumentatie	p. 17
3.3.1 Persoonlijkheid	p. 17
3.3.2 Attitude ten opzichte van de dood	p. 18
4. Resultaten	p. 20
4.1 Facebook gebruik van adolescenten en jongvolwassenen	p. 20
4.2 Online profielen na overlijden	p. 23
4.3 'In Memoriam' op Facebook	p. 24
5. Conclusie en discussie	p. 28
5.1 Beperkingen en suggesties voor toekomstig onderzoek	p. 30
5.1.1 Meer vervolgonderzoek	p. 31
5.2 Implicaties	p. 32
5.2.1 Theoretische implicaties	p. 32
5.2.2 Praktische implicaties	p. 32
6. Bijlagen	p. 33
7. Referenties	p. 43

## 1. Inleiding

Er is in het leven één onbetwiste zekerheid en dat is dat het leven voor iedereen eindigt bij de dood. Er is door de jaren heen herhaaldelijk gesteld dat er een taboe op dit onderwerp rust (Ross, 2014; De Boeck, 2007; Hilhorst, 1983), maar het komt tegenwoordig steeds vaker voor dat men nadenkt over de uitvaart of de wensen hierover op papier laat vastleggen (De Baar, 2010). De belangrijkste oorzaak die ten grondslag ligt aan deze verandering, is de komst van nieuwe uitvaartrituelen (De Baar, 2010; Tongeren, 2007; Heessels, 2012). De uitvaartplechtigheden van bekende Nederlanders zoals Pim Fortuyn en Andre Hazes in combinatie met de massale (media) aandacht hiervoor, hebben bijgedragen aan een vernieuwing van onze uitvaartrituelen (De Baar, 2010; Tongeren, 2007).

Deze vernieuwing uit zich niet alleen offline, ook online ontstaan er steeds vaker uitvaartrituelen. Het massale gebruik van sociale netwerk sites (SNS's) versterkt deze ontwikkeling (Brubaker, 2014). Uit diverse onderzoeken blijkt dat SNS-profielen van overledenen door nabestaanden – vooral jongeren – worden gebruikt als online rouw- of herdenkingsplatformen (Brubaker, 2014; Brubaker & Hayes, 2011; Carroll & Landry, 2010; Pennington, 2013; DeGroot, 2009; Getty et al., 2012; Brubaker & Vertesi, 2010; Bouc, 2013). Dit kan worden verklaard doordat het gebruik van SNS's bijdraagt aan de online identiteitsontwikkeling van jongeren.

Uit onderzoek blijkt dat jongeren – met name adolescenten – sterk bezig zijn met de identiteitsontwikkeling (Harter, 1999). SNS's stellen de gebruikers in staat na te denken over zelfpresentatie, over het delen van informatie en het opbouwen en onderhouden van vriendschappen (Madden et al., 2013; Ong et al., 2011; Antheunis & Schouten, 2011; Oostewechel, 2011). Op SNS's wordt een online identiteit gecreëerd, die na het overlijden achterblijft (Paul-Choudhury, 2011).

De massale aanwezigheid van jongeren op SNS's speelt een rol bij het ontstaan van online uitvaartrituelen (Brubaker & Hayes, 2011). Ondanks de opkomst van andere SNS's zoals Instagram, is Facebook nog steeds de meest gebruikte SNS onder jongeren (Duggan & Brenner, 2013; Marketingfacts, 2015). Uit het onderzoek van Duggan en Brenner (2013) komt naar voren dat 86% van de jongvolwassenen Facebook gebruikt. Daarbij wordt verwacht dat deze leeftijdsgroep Facebook in de toekomst net zo actief zal blijven gebruiken als dat zij nu doet (Rainie, Smith & Duggan, 2013). Bij adolescenten is een andere trend zichtbaar (Marketingfacts, 2015). Uit dit consumentenonderzoek blijkt dat Facebook onder adolescenten nog altijd de meest gebruikte SNS is (90%), maar het aantal adolescente

gebruikers is de afgelopen jaren wel teruggelopen.

Ontwikkelaars van SNS's weten dat gebruikers overlijden en dat hun profielen postmortem blijven bestaan. De oplossingen die zij bieden variëren, zo bood Hyves de mogelijkheid tot het gebruik van een 'In Memoriam' pagina van overleden gebruikers (Dutch Cowboys, 2011). Deze pagina werd door Hyves gerealiseerd na het ontvangen van de akte van overlijden. Ook Facebook biedt nabestaanden de mogelijkheid een profiel te verwijderen of een herdenkingsstatus aan te vragen (Varis & Spotti, 2011). Het verwijderen van het profiel kan het rouwproces van nabestaanden verstoren, omdat zij zoals gezegd troost halen uit het postmortem profiel van hun overleden dierbare. Sinds begin 2015 biedt Facebook haar gebruikers ook de mogelijkheid om een contactpersoon aan te stellen die na het overlijden het profiel kan beheren (Facebook, 2015).

Het is niet ondenkbaar dat Facebook mede door de sociale ondersteuning die het biedt in de toekomst een nog belangrijkere rol gaat spelen in het rouwproces van adolescenten en jongvolwassenen doordat nabestaanden het verlies van een overleden dierbare met behulp van Facebook kunnen verwerken (Brubaker, Hayes & Dourish, 2013; Carroll & Landry, 2010; DeGroot, 2009; Bouc, 2013; Williams & Merten, 2009; Sarason & Sarason, 2009; Pennington, 2013). Het goed kunnen verwerken van het verdriet leidt tot een onverstoord rouwproces en hierdoor wordt de kans op psychische trauma's kleiner (Spuij, Stikkelbroek, Goudena & Boelen, 2008; Breukers, 2003).

Hoewel Facebook 'In Memoriam' diensten biedt, is niet duidelijk wat de wensen van de Facebook-gebruikers zijn ten aanzien van het profiel na overlijden. In eerdere onderzoeken lag de focus meestal op de beweegredenen, acties en handelingen van de nabestaanden, niet van de gebruiker zelf (Brubaker, Hayes & Dourish, 2013; Carroll & Landry, 2010; DeGroot, 2009; Bouc, 2013; Williams & Merten, 2009; Pennington, 2013). Nabestaanden willen het profiel van een overleden dierbare vaak behouden. Uit consumentenonderzoek blijkt echter dat de meerderheid van de gebruikers zelf wil dat het online profiel na overlijden wordt verwijderd (Nuvema, 2011). De wensen en handelingen van nabestaanden en overledenen (gebruikers) zijn dus in strijd met elkaar.

Er is geen wetenschappelijk onderzoek gevonden naar de wensen van Facebook-gebruikers ten aanzien van het profiel na overlijden en er is niet eerder op wetenschappelijke wijze informatie verkregen over het bewustzijn van Facebook-gebruikers in relatie tot het online blijven van hun profielen na overlijden. Deze studie tracht een gat in de literatuur te vullen door het bewustzijn en de wensen van de Facebook-gebruikers over het behoud van hun profiel na overlijden te onderzoeken. Hierbij wordt een vergelijking gemaakt tussen de

twee belangrijkste gebruikersgroepen van Facebook van dit moment; adolescenten en jongvolwassenen.



## **2. Theoretisch Kader**

De leeftijdsgroepen die het meest vertegenwoordigd zijn op sociale media zijn adolescenten en jongvolwassenen. Van beide groepen is 93% actief op sociale media (Lenhart, Purcell, Smith & Zickuhr, 2010). Er is in de literatuur geen eenduidige leeftijdsclassificering gevonden binnen de leeftijdsgroepen adolescenten en jongvolwassenen. In dit onderzoek wordt de volgende indeling aangehouden: adolescenten 14 tot en met 19 jaar en jongvolwassenen 20 tot en met 35 jaar. Deze indeling is gebaseerd op de onderzoeken van Duggan en Brenner (2013), Lenhart et al. (2010) en Marketingfacts (2015), omdat deze zijn gebruikt bij de onderbouwing van het theoretisch kader en de onderzoeksvragen.

Ondanks dat het gebruik van sociale media door de leeftijdsgroepen adolescenten en jongvolwassenen procentueel gelijk is, zijn er verschillen. De verschillen tussen adolescenten en jongvolwassenen met betrekking tot het gebruik van sociale media (Facebook), het omgaan met de dood en de digitale nalatenschap, worden in de volgende paragrafen beschreven.

### *SNS's en de aanwezigheid van jongeren*

SNS's zijn nog altijd de meest gebruikte en sterkst groeiende categorie binnen sociale media (Antheunis & Schouten, 2011; Curtis, Edwards, Fraser & Gudelsky, 2010; Lenhart et al., 2010). SNS's zijn geïntegreerd in en geaccepteerd door de huidige maatschappij en zijn voor de generaties die ermee opgroeien niet meer weg te denken. De meest gebruikte SNS onder adolescenten en jongvolwassenen is Facebook (Duggan & Brenner, 2013; Rainie et al., 2013; Marketingfacts, 2015). Sinds de introductie tien jaar geleden is de invloed van SNS's en dus ook Facebook in de levens van de gebruikers continu toegenomen (Asur & Huberman, 2010; Madge, Meek, Wellens & Hooley, 2009; Shirky, 2011; Correa, Hinsley & Gil de Zúniga, 2010; Kaplan & Haenlein, 2010).

### *De rol van Facebook in het leven van adolescenten en jongvolwassenen*

In diverse onderzoeken komt naar voren dat de invloed die Facebook heeft in de levens van de gebruikers is toegenomen. Om te beginnen, Facebook is van invloed op de identiteitsontwikkeling van jongeren (Ridout, Campbell & Ellis, 2012; Zhao, Grasmuck & Martin, 2008). Dit wordt verklaard doordat het identiteitsontwikkelingsproces van jongeren op Facebook kan plaatsvinden (Ridout et al., 2012). Facebook heeft een omgeving gecreëerd waarin het zelfconcept - een belangrijk onderdeel van de identiteitsontwikkeling dat wordt ontwikkeld door het uiten van gevoelens - kan worden ontplooid (Zhao et al., 2008). Tevens blijkt dat de sociale support die een SNS biedt een positieve invloed heeft op de

levenstevredenheid (Oh, Ozkaya & LaRose, 2014; Valenzuela, Park & Kee, 2009; Antheunis, Schouten & Kraemer, 2014). Deze laatste claim wordt in andere onderzoeken betwist. De invloed van SNS's is volgens deze onderzoeken niet van dermate betekenis dat dit significante impact heeft op de psychische toestand van de gebruiker (Jelenchick, Eickhoff & Moreno, 2013; Moreno et al., 2011).

Er zijn ook onderzoeken die aantonen dat de rol van Facebook gestaag afneemt. In 2014 is het Facebook-gebruik door adolescenten met 12% afgenomen (Marketingfacts, 2015). Een jaar eerder nam het gebruik onder adolescenten nog met 10% toe (Marketingfacts, 2014). De daling in het gebruik van Facebook is minder sterk onder jongvolwassenen. Uit onderzoek blijkt dat 38% van de jongvolwassenen het komende jaar minder tijd aan Facebook zal besteden, maar dat 61% van hen even veel tijd op Facebook actief blijft (Rainie et al., 2013).

Facebook speelt dus op verschillende manieren een rol in het leven van adolescenten en jongvolwassenen. Er mag worden gesteld dat dit - mede door de invloed op de identiteitsontwikkeling en levenstevredenheid - geen geringe rol is. Voor het eerst sinds de introductie van Facebook laten de cijfers zien dat vooral adolescente gebruikers het medium minder zijn gaan gebruiken. Eerder onderzoek is niet eenduidig over het gebruik van Facebook en de rol die dit medium speelt, hierdoor wordt de eerste onderzoeksvraag van deze studie opgesteld RQ1: *In hoeverre speelt Facebook een rol in het leven van adolescente en jongvolwassen gebruikers?*

### *Motieven voor Facebook-gebruik*

Ondanks dat er tientallen verschillende SNS's bestaan, kiest de meerderheid van de SNS-gebruikers voor Facebook. Dit geldt voor zowel adolescenten als voor jongvolwassenen. Er zijn veel overeenkomsten met betrekking tot de gebruiksmotieven van beide leeftijdsgroepen. Het meest voorkomende motief om te participeren op Facebook is het in contact komen en blijven met vrienden, familie en bekenden (Correa et al., 2010; Ellison, Lampe & Steinfield, 2007; Jones, 2009; Raacke & Bonds-Raacke, 2008; Subrahmanyam et al., 2008; Urista, Dong & Day, 2009). Andere veelgenoemde motieven zijn zelfpresentatie, informatie vinden en of delen, vormen van sociale groepen, anonieme identiteiten creëren, het spelen van spellen, het delen van evenementen en het bekijken van updates, afbeeldingen en video's (Madden et al., 2013; Ong et al., 2011; Antheunis & Schouten, 2011; Brandtzaeg & Heim, 2009; Joinson, 2008; Schau & Gilly, 2003; Kaplan & Haenlein, 2010; McKenna & Bargh, 2000). In de literatuur worden tegenstrijdige bevindingen beschreven ten aanzien van deze gebruiksmotieven tussen adolescenten en jongvolwassenen. Er is onderzoek dat claimt dat

jongvolwassenen dezelfde motieven hebben voor Facebook-gebruik als adolescenten (Lenhart et al., 2010). Echter, andere onderzoeken tonen aan dat er verschil is in de gebruiksmotieven tussen jongeren (Pempek, Yermolayeva & Calvert, 2009; Subrahmanyam & Greenfield, 2008; Joinson, 2008; Yang & Brown, 2013). Uit deze onderzoeken komt naar voren dat jongvolwassenen vaker contact gerelateerde motieven hebben en adolescenten vaker alleen profielen van anderen bekijken, het zogenoemde ‘lurking’ (Pempek et al., 2009).

Het soort motief dat een gebruiker heeft om te participeren op Facebook, kan worden beïnvloed door de persoonlijkheid van de gebruiker (Amichai-Hamburger & Vinitzky, 2010; Seidman, 2013; Ryan & Xenos, 2011; Wilson, Fornasier & White, 2010). Uit deze onderzoeken komt naar voren dat Facebook-gebruikers vaak hoger scoren op de persoonlijkheidskenmerken extraversie en neuroticisme. Deze claim wordt niet ondersteund door Ross et al. (2009). Zij claimen dat de factor persoonlijkheid niet van invloed is op het gebruik van Facebook.

Op basis van bovenstaande tegenstellingen is de volgende onderzoeksvraag opgesteld  
*RQ2: Welke verschillende motieven hebben adolescenten en jongvolwassenen om Facebook te gebruiken en speelt persoonlijkheid hierbij een rol?*

#### *Gedrag van adolescenten en jongvolwassenen op Facebook*

Het massale gebruik van Facebook onder jongeren en het gedrag dat zij op Facebook vertonen zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden, maar er kan wel worden gesteld dat het gedrag tussen de leeftijdsgroepen van elkaar verschilt. Zo geldt voor adolescenten dat online sociale groepen of netwerken net zo belangrijk zijn als offline sociale groepen (Lehdonvirta & Räsänen, 2010). Het online sociale netwerk is vaak een verlengde van het offline sociale netwerk (JenQuin, 2010). Voor jongvolwassenen is relatievorming belangrijk en zij focussen meer op anderen dan op zichzelf (Livingstone, 2008). Een mogelijke reden hiervoor is dat online netwerken door de gebruikers zelf worden samengesteld. Zodoende kunnen zij zich sterk met dit netwerk identificeren (Lampe, Ellison & Steinfield, 2006). Daarbij maken Facebook-gebruikers online meer contact met mensen met wie zij ook offline een relatie hebben (Lampe et al., 2006).

Voor jongvolwassenen geldt dat zij meer informatie delen via Facebook dan in het echte leven (Christofides, Muise & Desmarais, 2009). Jongvolwassenen kwalificeren privacy en ‘controle op informatie’ als belangrijke factoren bij SNS-gebruik (Wilson, Fornasier & White, 2010). Adolescenten schermen het profiel goed af, maar zij zijn niet bezorgd om toegang van derden tot het profiel (Madden et al., 2013). De aandacht die er is voor privacy

op het internet zorgt ervoor dat adolescenten zich meer bewust worden van hun eigen privacyinstellingen online (Hargittai, 2010). Wel blijkt dat adolescenten minder nadenken over de consequenties die het online gedrag kan veroorzaken dan jongvolwassenen (Marwick, Diaz & Palfrey, 2010). Dit kan worden verklaard doordat adolescenten hun gedrag op SNS's omschrijven als spelgedrag en zij voor hun plezier een anonieme of fictieve identiteit creëren. Hierdoor kunnen zij de gevolgen van hun gedrag onderschatten (Gross, 2004; Subrahmanyam, 2007; Livingstone, 2008). Op basis van deze onderzoeksresultaten wordt de derde onderzoeksvraag gesteld RQ3: *Wat zijn de verschillen in het gedrag op Facebook tussen adolescenten en jongvolwassenen?*

### *Jongeren en de dood*

Televisieprogramma's over de dood zoals 'Over mijn lijk' zijn onverwacht populair bij jongeren (De Baar, 2010). Dit is opvallend omdat de meeste jongeren zelden met de dood bezig zijn. Zij krijgen vanuit de opvoeding mee dat vroegtijdig overlijden normaliter niet voorkomt (Storms & Schuurmans, 2004). Op het moment dat adolescenten en jongvolwassenen met een overlijden te maken krijgen, gaat het meestal om het overlijden van een ouder iemand (Bernts, 2001). Meer dan driekwart van alle sterfgevallen vindt plaats in leeftijdsgroepen boven de 70 jaar (Bernts, 2001).

Uit onderzoek komt naar voren dat adolescenten pas realiseren wat de dood is, op het moment dat zij ermee geconfronteerd worden (Christ, Siegel & Christ, 2002). Deze claim wordt tegengesproken door onderzoek waaruit blijkt dat jongeren vanaf negenjarige leeftijd al besef hebben van de dood (Morin & Welsh, 1995), dat zij een definitie kunnen geven van het begrip dood (Wenestam & Wass, 1987), en dat zij nadenken over de kans op een vroegtijdig overlijden (Duke, Borowsky, Pettingell, Skay & McMorris, 2011). Tevens maakt bijna de helft van de adolescenten het overlijden van een leeftijdsgenoot mee (Ringler & Hayden, 2000).

Niet alleen offline media zorgen ervoor dat jongeren nadenken over de dood, ook online media dragen hieraan bij. Zo zijn het vooral jongeren die van online profielen online gedenkplekken maken (Brubaker, 2014; Brubaker & Hayes, 2011; Carroll & Landry, 2010; DeGroot, 2009; Bouc, 2013; Williams & Merten, 2009; Pennington, 2013; Wright, 2014). Het is dan ook aannemelijk dat zij realiseren dat wanneer zij zelf komen te overlijden, ook hun profiel door nabestaanden wordt ingericht als gedenkplek. Zoals eerder gesteld omschrijven adolescenten hun online gedrag als spelgedrag en creëren zij vaker anonieme of fictieve identiteiten (Gross, 2004; Subrahmanyam, 2007; Livingstone, 2008). Het kan dus worden

betwist of zij daadwerkelijk nadenken over het profiel na overlijden. Ondanks deze inzichten is er nog geen onderzoek beschikbaar dat focust op de vraag of adolescenten en jongvolwassenen zich realiseren dat als zij overlijden het online profiel op sociale media blijft bestaan. Vanuit deze kennis wordt de vierde onderzoeksvraag opgesteld: RQ4: *In hoeverre zijn adolescenten en jongvolwassenen zich bewust van het feit dat na overlijden hun Facebookprofiel blijft voortbestaan?*

Adolescenten zijn extra gevoelig voor emoties zoals verlies (Keirse, 2011). Het is te verwachten dat het verlies van een dierbare dus veel impact heeft op deze leeftijdsgroep. Uit onderzoek blijkt dat adolescenten significant minder angst hebben voor de eigen dood dan jongvolwassenen (Thorson & Powell, 1988; Koocher, O'Malley, Foster & Gogan, 1976). Angst voor de dood wordt gezien als belangrijkste factor voor gecompliceerde rouw (Ens & Bond, 2007; Tolstikova, Fleming & Chartier, 2005). Een verstoord of een gecompliceerd rouwproces kan leiden tot depressie of posttraumatische stress-stoornis (Spuij & Boelen, 2014; Spuij, Stikkelbroek, Goudena & Boelen, 2008; Breukers, 2003).

Sociale groepen, met name vrienden, leveren een positieve bijdrage aan het rouwproces van adolescenten (Ringler & Hayden, 2000). Niet alleen offline sociale groepen, maar ook online sociale groepen spelen een belangrijke rol als het gaat om het positieve verloop van het rouwproces van jongeren (Brubaker & Hayes, 2011; Carroll & Landry, 2010; DeGroot, 2009; Bouc, 2013; Williams & Merten, 2009; Pennington, 2013; Sarason & Sarason, 2009). Nabestaanden gebruiken het profiel van een overleden dierbare om het verlies te verwerken, herinneringen op te halen en voor houvast door symbolisch de relatie die er was te behouden (Bouc, 2013). Uit consumentenonderzoek blijkt dat maar acht procent van de SNS-gebruikers een online herdenk- of rouwplek wil (Nuvema, 2011). Dit is dus in strijd met de invulling die nabestaanden aan het profiel geven. Een derde van de SNS-gebruikers vindt dat de nabestaanden moeten bepalen wat er met het profiel wordt gedaan. Wetenschappelijke onderbouwing voor deze beweringen is er niet. Het is belangrijk dat dit wordt onderzocht. Als uit de resultaten naar voren komt dat SNS-gebruikers willen dat het profiel na overlijden wordt verwijderd, kan dit in de toekomst negatieve gevolgen hebben voor het rouwproces van nabestaanden. Hieruit is de volgende onderzoeksvraag opgesteld RQ5: *In welke mate vinden adolescenten en jongvolwassenen het belangrijk dat familie/vrienden online herinneringen kunnen ophalen na het overlijden?*

### *'In Memoriam' pagina en het digitale nalatenschap*

Het aantal profielen op Facebook is de afgelopen jaren flink toegenomen. Parallel aan deze ontwikkeling is de toename van het aantal profielen van gebruikers die niet meer in leven zijn (Brubaker, 2014). De profielen van deze gebruikers blijven achter en zijn onderdeel van de digitale nalatenschap (Maciel, 2011). Een dienst waarin vorm wordt gegeven aan de digitale nalatenschap is de 'In Memoriam' website of pagina. Sinds 1996 zijn er diverse toonaangevende online 'In Memoriam' websites (Roberts & Vidal, 2000). Het merendeel van deze websites biedt twee soorten diensten: *asset maintenance* en *posthumous scheduling* (Wright, 2014). Bij *asset maintenance* gaat het om diensten die gebruikers de gelegenheid geven om het digitale nalatenschap te regelen, bij *posthumous scheduling* wordt de gebruiker in de gelegenheid gesteld om communicatie klaar te zetten voor na het overlijden (Wright, 2014).

De 'In Memoriam' websites hebben gemeen dat de makers ze intentioneel en speciaal voor na het overlijden hebben ontwikkeld. Voor de 'In Memoriam' pagina van Facebook geldt dit niet, omdat Facebook een netwerksite voor levende gebruikers is. Facebook speelt met de 'In Memoriam' pagina in op de vraag van nabestaanden die nu vaak bij gelegenheid een herdenkingspagina op Facebook creëren. Ondanks dat Facebook inspeelt op de vraag van de nabestaanden, is er onderzoek gevonden dat aantoont dat veel Facebook-gebruikers niet weten dat deze 'In Memoriam' diensten er zijn (Buzzo, 2011; Carroll & Romano, 2010). Deze onderzoeken zijn vooral gefocust op het digitale nalatenschap in het algemeen. Vanuit deze bevindingen is de volgende onderzoeksvraag opgesteld RQ6: *In hoeverre zijn adolescenten en jongvolwassenen bekend met de speciale 'In Memoriam' diensten van Facebook voor gebruikers die zijn overleden?*

Redenen voor nabestaanden om van het profiel van een overleden dierbare een online rouw- of herinneringsplek te maken zijn: het verlies verwerken, herinneringen ophalen en de relatie behouden (Bouc, 2013). Dat nabestaanden de mogelijkheid hebben om hun overleden dierbare online te eren of gedenken, is een voorbeeld van *preservation* (Maciel, 2011). Binnen deze stroming is de mening dat het digitale nalatenschap toebehoort aan de nabestaanden. Echter, *deletionists* zijn van mening dat SNS's het account van een overleden gebruiker automatisch moeten verwijderen (Maciel, 2011). Consumentenonderzoek toont aan dat de meeste Nederlanders *deletionists* zijn (Nuvema Uitvaartverzekeringen, 2014). De meerderheid van de ondervraagden geeft aan dat na overlijden het online profiel verwijderd moet worden.

Er is geen onderzoek beschikbaar dat focust op de wensen van de gebruikers ten aanzien van het Facebookprofiel na overlijden. Indien jongeren het profiel willen behouden, dient onderzocht te worden in welke vorm zij willen dat het profiel behouden blijft en wie eigenaar wordt van het profiel. Dit onderzoek focust niet alleen op het behoud van het profiel, maar ook op de wensen ten aanzien van de functionaliteiten en het beheer van de pagina. Vanuit dit uitgangspunt is de laatste onderzoeksvraag van deze studie opgesteld RQ7: *Wat willen adolescenten en jongvolwassenen dat er met hun Facebookprofiel gebeurt als zij komen te overlijden?*

### 3. Methode

#### *Steekproef*

In de periode van 1 december 2014 tot en met 14 december 2014 zijn er enquêtes afgenomen bij de leeftijdsgroepen adolescenten (14 t/m 19 jaar) en jongvolwassenen (20 t/m 35 jaar). Er waren in totaal 200 respondenten. In totaal zijn er  $N = 112$  adolescenten ondervraagd (68% vrouw). De gemiddelde leeftijd in deze groep was 15 jaar ( $SD = 1.37$ ). Er zijn in totaal  $N = 88$  jongvolwassenen (68% vrouw) ondervraagd. De gemiddelde leeftijd in deze groep was 28 jaar ( $SD = 3.69$ ). De respondenten zijn online geworven via Facebook en LinkedIn en offline via middelbare scholen in Bergen op Zoom en Apeldoorn. Het opleidingsniveau van de respondenten was als volgt verdeeld: VMBO (44,5%), Havo (1,5%), VWO (9,5%), WO (24,5%), HBO (17%) en MBO (3%).

#### *Procedure*

De survey voor dit onderzoek is opgesteld in Qualtrics. De online survey is uitgezet op Facebook en LinkedIn. Er is een hard copy survey gebruikt voor de afname op de middelbare scholen. Deze was identiek aan de online survey. De vragenlijsten zijn door de adolescenten individueel afgenomen tijdens de les. Wegens de mogelijke impact van het onderwerp was er een voor- en nabespreking over het onderwerp en de gestelde vragen.

De survey is opgedeeld in zes blokken die elk een thema omvatten. Te weten; demografische gegevens, Facebook-gebruik, persoonlijkheid, attitude ten opzichte van de dood, online gedrag en het online voortbestaan na overlijden. De respondenten gaven bij de eerste vraag aan of zij een Facebook-account hadden. Gaven de respondenten aan deze niet te hebben, dan werden zij direct naar het eind van de vragenlijst geleid ( $N = 1$ ). Hadden zij wel een Facebook-account dan vervolgde de vragenlijst. De daaropvolgende vragen betroffen de tijdsduur op Facebook, buitengesloten voelen, privacy instellingen, gebruiksmotieven. Deze vragen zijn gesteld om inzicht te krijgen in de gebruiksmotieven van Facebook en om te meten welke rol Facebook speelt. Voor de volledigheid is ook gevraagd naar het gebruik van andere sociale media.

Er zijn in dit onderzoek twee controle variabelen gemeten; variabelen waarvan wordt verwacht dat deze van invloed zijn op de gegeven antwoorden. De eerste controle variabele is persoonlijkheid. Er werden tien vragen voorgelegd die betrekking hadden op de vijf belangrijkste persoonlijkheidskenmerken (openheid, aangenaamheid, extraversie, consciëntieusheid en neuroticisme). Aansluitend volgden er vragen met betrekking tot de



attitude ten opzichte van de dood. De respondenten kregen zes stellingen over de dood voorgelegd. Deze stellingen gingen over angst voor de dood, nadenken over de dood en de neutrale houding ten opzichte van de dood.

De daaropvolgende vijf vragen hadden betrekking op het online gedrag. De vragen hadden betrekking op online voordoen, online omgang, delen van informatie, online vrienden en gevolgen van online gedrag. Het doel van dit cluster vragen was om te meten hoe de leeftijdsgroepen zich online gedragen en of er verschillen zijn tussen de leeftijdsgroepen.

Aansluitend werden er vragen gesteld over de online identiteit na de dood. De vragen gingen over het voortbestaan van de online profielen na overlijden, het belang van online vindbaar zijn na overlijden, over het belang van online herinneringen delen door familie en vrienden en het bestaan van speciale diensten op Facebook voor na het overlijden. Hierbij werden ook twee open vragen gesteld. Het doel van dit cluster vragen was om te meten in hoeverre respondenten zich bewust zijn van de online identiteit na overlijden.

Tenslotte zijn vragen gesteld over het Facebookprofiel in combinatie met het overlijden. Deze vragen hadden het doel antwoord te krijgen op de onderzoeksvraag over de wensen van de respondenten ten aanzien van het Facebookprofiel. De meningen ten aanzien van de 'In Memoriam' pagina, de wensen ten aanzien van het behoud van het profiel, de wensen ten aanzien van de functies op Facebook en de wensen ten aanzien van het beheer van het profiel werden bevraagd. Ter afsluiting werden de respondenten in de gelegenheid gesteld om opmerkingen te geven of vragen te stellen. De vragenlijst is te vinden in bijlage 1.

### *Instrumentatie*

#### *Persoonlijkheid*

De controle variabele 'persoonlijkheid' is gebaseerd op de '*Big Five Inventory 10 (BFI-10)*' van Rammstedt en John (2007). De BFI-10 bestaat uit vijf factoren te weten openheid, aangenaamheid, extraversie, consciëntieusheid en neuroticisme. Er zijn per factor twee vragen gesteld. De items zijn vertaald van het Engels naar het Nederlands en werden beantwoord op een 5-punts Likertschaal, van (1) *zeer mee eens* tot (5) *zeer mee oneens*. De vragen 1, 3, 7 en 9 zijn omgepoold, omdat de vraagstelling bij deze vragen een negatieve richting had. In tabel 1 staan de correlaties tussen de items per persoonlijkheid.

**Tabel 1. Correlatie ( $r_p$ ) tussen de twee items per persoonlijkheidskenmerk en het gemiddelde en de standaarddeviatie hiervan.**

<b>Factor</b>	<b>R</b>	<b>M</b>	<b>SD</b>
<b>Consciëntieusheid</b>	.378**	2.49	1.02
<b>Extraversie</b>	.194**	2.26	0.86
<b>Neuroticisme</b>	.438**	2.89	1.02
<b>Aangenaamheid</b>	.061	2.80	0.93
<b>Openheid</b>	.106	2.94	0.99

\*\* Correlatie is significant bij 0.01 (2-tailed)

#### *Attitude ten opzichte van de dood*

De controle variabele ‘attitude ten opzichte van de dood’ is gebaseerd op het onderzoek van Paul, Reker en Gesser (1994). Dit onderzoek behelst vijf factoren die samen de ‘*Death Attitude Profile*’ (DAP-R) vormen. De DAP-R bestaat uit vijf factoren, iedere factor kent verschillende items. De factoren zijn; angst voor de dood (7 items), ontwijken van de dood (5 items), neutrale houding (5 items), suïcidale gedachten (10 items) en spirituele gedachten (5 items). Aangezien het huidige onderzoek geen suïcidale gedachte of spirituele/religieuze aspecten trachtte te meten, zijn deze factoren niet opgenomen in de survey. Vanwege de omvang van de vragenlijst, is ervoor gekozen om twee items per gekozen factor (drie) te gebruiken in de survey. De items zijn vertaald van het Engels naar het Nederlands. De antwoorden zijn gemeten op een 7-punts Likertschaal, van (1) *zeer mee eens* tot (7) *zeer mee oneens*. De items ‘bang voor de dood’, ‘de dood beangstigt mij’ en ‘de dood hoort bij het leven’ vormen samen de eendimensionale schaal ‘angst voor de dood’ (verklaarde variantie 16%) met een Cronbach’s alpha van  $\alpha = .73$  ( $M = 3.21$ ,  $SD = 1.34$ ). De items ‘nadenken over de dood en ‘onderwerp dood negeren’ vormen samen de eendimensionale schaal ‘Denken aan de dood’ (verklaarde variantie 10%) met een Cronbach’s alpha van  $\alpha = .78$  ( $M = 3.38$ ,  $SD = 1.63$ ).

De vijf vragen over het gedrag op Facebook zijn gemeten op een 5-punts Likertschaal waarin de richting liep van (1) *zeer mee eens* tot (5) *zeer mee oneens*. Vraag 1 is omgepoold omdat de vraagstelling bij deze vraag een negatieve richting had. De vragen met betrekking tot online gedrag zijn niet gebaseerd op eerder onderzoek. De verschillende items (online

voordoelen, online omgang, online informatie, online vrienden en gevolgen van online gedrag) mogen niet samengevoegd worden tot een schaal. De items worden individueel getoetst.

#### 4. Resultaten

In dit hoofdstuk worden in chronologische volgorde de zeven gestelde onderzoeksvragen behandeld. Er zijn diverse analyses uitgevoerd om tot de resultaten te komen. Waar nodig worden de resultaten verduidelijkt met behulp van tabellen.

##### *Facebook-gebruik onder adolescenten en jongvolwassenen*

Allereerst wordt beschreven welke rol Facebook speelt in het leven van de respondenten (RQ1). De data is geanalyseerd met behulp van onafhankelijke t-toetsen en chi-kwadraattoetsen. De resultaten laten zien dat alle respondenten ( $N = 200$ ) een profiel op Facebook hebben. Een t-toets wijst geen significant verschil uit tussen de leeftijdsgroepen en het aantal uur dat aan Facebook wordt besteed ( $t(198) = -.857, p = .393$ ). Een meerderheid van de respondenten (55%) is tot 30 minuten per dag actief op Facebook. Er is een verschil gevonden tussen de leeftijdsgroepen in het gevoel van buitengesloten zijn ( $t(198) = 2.970, p = .003$ ). Jongvolwassenen ( $M = 3.72, SD = 1.02$ ) voelen zich meer buitengesloten als zij een tijdje niet op Facebook hebben gezeten dan adolescenten ( $M = 4.14, SD = 1.00$ ). Een vijfde ( $N = 18$ ) van de jongvolwassenen voelt zich buitengesloten, tegen zeven procent ( $N = 8$ ) van de adolescenten. Verder blijkt dat adolescenten significant vaker ook op andere sociale media een profiel hebben ( $\chi^2(1) = 17.16, p = .000$ ). Bijna 95% van de adolescenten heeft ook andere sociale media profielen, terwijl maar 75% van de jongvolwassenen andere profielen heeft naast Facebook (zie tabel 2). Jongvolwassenen hebben voornamelijk profielen op LinkedIn (69%) en Twitter (43%). Instagram (82%) en Twitter (64%) worden vooral door adolescenten gebruikt.

**Tabel 2. Het gemiddelde en de standaarddeviatie per leeftijdsgroep in relatie tot de activiteit op sociale media**

Activiteiten	Adolescenten M (SD)	Jongvolwassenen M (SD)	P-waarde
Het aantal uur per dag actief op Facebook	2.46 (1.29)	2.60 (1.08)	.393
Gevoel buitengesloten te zijn vanwege afwezigheid op Facebook	4.14 (1.00)	3.72 (1.02)	.003*
Gebruik van andere sociale media (e.g. Twitter, Instagram)	1.05 (0.23)	1.26 (0.44)	.000**

\* Significant bij  $p = .05$ , \*\* Significant bij  $p = .000$

Om te achterhalen welke verschillende motieven de respondenten hebben voor het gebruik van Facebook (RQ2), zijn er chi-kwadraattoetsen uitgevoerd. De factor persoonlijkheid is meegenomen om te zien of dit van invloed is op het soort gebruiksmotieven. De resultaten tonen aan dat als het gaat om de gebruiksmotieven van Facebook er significante verschillen zijn tussen de leeftijdsgroepen (zie tabel 3).

**Tabel 3. Percentages behorend bij chi-kwadraattoetsen ten aanzien van de door adolescenten en jongvolwassenen gekozen gebruiksmotieven op Facebook**

<b>Gebruiksmotief</b>	<b>Adolescenten Aantal 'ja' (%)</b>	<b>Jongvolwassenen Aantal 'ja' (%)</b>	<b>P-waarde</b>
<b>Om in contact te blijven met vrienden/familie/bekenden</b>	74 (61)	71 (81)	.022*
<b>In contact brengen met mensen van vroeger</b>	34 (30)	47 (53)	.001*
<b>Zakelijke contacten</b>	0 (0)	5 (6)	.011*
<b>Spelen van spelletjes</b>	15 (13)	2 (2)	.005*
<b>Kijken naar filmpjes en foto's van anderen</b>	74 (66)	38 (43)	.001*

\* Significant bij  $p = .05$ , \*\* Significant bij  $p = .000$

Als het gaat om 'contact gerelateerde items' zoals: in contact blijven met vrienden/familie/bekenden ( $\chi^2(1) = 5.28, p = .022$ ), in contact brengen met mensen van vroeger ( $\chi^2(1) = 10.87, p = .001$ ), maar ook zakelijke contacten ( $\chi^2(1) = 6.53, p = .011$ ), vinden jongvolwassenen dit belangrijker dan adolescenten. Adolescenten vinden amusementsitems zoals: het spelen van spelletjes ( $\chi^2(1) = 7.84, p = .005$ ) en het bekijken van foto's en filmpjes van anderen ( $\chi^2(1) = 10.48, p = .001$ ) belangrijker dan jongvolwassenen. In tabel 4 is per leeftijdsgroep een top vijf opgesteld van de meest gekozen motieven.

**Tabel 4. Top 5 gebruiksmotieven voor Facebook per leeftijdsgroep**

<b>Motieven</b>	<b>Adolescenten Percentage 'ja'</b>
<b>In contact blijven met vrienden/familie</b>	66
<b>Kijken naar foto's en filmpjes van anderen</b>	66
<b>Leuke afleiding (van school-/huiswerk)</b>	46
<b>Informatie verkrijgen over andere mensen</b>	40
<b>Het voorziet me van nieuws</b>	36

  

<b>Motieven</b>	<b>Jongvolwassenen Percentage 'ja'</b>
<b>Zakelijke contacten</b>	94
<b>In contact blijven met vrienden/familie</b>	80
<b>Brengt me in contact met mensen van vroeger</b>	53
<b>Leuke afleiding (van school-/huiswerk)</b>	52
<b>Informatie verkrijgen over andere mensen</b>	43

Vanuit de theorie werd gesteld dat persoonlijkheid van invloed kan zijn op de motieven voor Facebook-gebruik. Dit is met behulp van onafhankelijke t-toetsen onderzocht. Enkel op het persoonlijkheidskernmerk ‘extraversie’ zijn verschillen gevonden (zie tabel 5). Respondenten die hoog scoren op extraversie ( $M = 2.00$ ,  $SD = 0.45$ ) hebben vaker de motieven ‘in contact blijven met vrienden/familie/bekenden’ ( $t(198) = 1.989$ ,  $p = .048$ ), ‘in contact brengen met mensen van vroeger’ ( $t(198) = -3.004$ ,  $p = .003$ ) en ‘het organiseren van feestjes’ ( $t(198) = 2.569$ ,  $p = .011$ ) dan respondenten die laag scoren op extraversie ( $M = 3.28$ ,  $SD = 0.37$ ).

**Tabel 5. Percentages behorend bij t-toetsen ten aanzien van de gebruiksmotieven voor Facebook in relatie tot de mate van extraversie (meer/minder)**

Motief	Meer Extravert Aantal ‘nee’ (%)	Minder Extravert Aantal ‘nee’ (%)	P-waarde
In contact blijven met vrienden/familie	16 (40)	39 (24)	.048*
Brengt me in contact met mensen van vroeger	32 (80)	87 (54)	.003*
Het organiseren van feestjes en bijeenkomsten	39 (98)	130 (81)	.011*

\* Significant bij  $p = .05$

Er werd onderzocht of er verschillen zijn tussen de leeftijdsgroepen in het gedrag op Facebook (RQ3). De resultaten zijn verkregen met behulp van een chi-kwadraattoets. Voor de ‘privacyinstellingen’ geldt dat adolescenten significant vaker toestaan dat derden berichten op de tijdlijn kunnen zien ( $\chi^2(4) = 11.18$ ,  $p = .025$ ). Bij de andere privacyinstellingen zoals: ‘informatie over de eigenaar’, ‘profielfoto’ en ‘foto’s op de tijdlijn’, zijn er geen significante verschillen gevonden. Wel moet worden benoemd dat de instelling ‘profielfoto’ door zowel adolescenten (47%) als jongvolwassenen (45%) vaak zichtbaar is voor ‘iedereen’. Dit verschilt ten opzichte van de andere instellingen waarvoor geldt dat beide leeftijdsgroepen vooral kiezen voor de optie ‘alleen vrienden’.

Vanuit de vragen die meer gericht waren op het online gedrag, is te zien dat jongvolwassenen zich in minder sterke mate anders voordoen dan adolescenten ( $t(196) = 2.232$ ,  $p = .027$ ). Tevens houden jongvolwassenen zich in sterkere mate bezig met de gevolgen van hun online gedrag dan adolescenten ( $t(196) = 4.606$ ,  $p = .000$ ) (zie tabel 6).

**Tabel 6. Het gemiddelde en de standaarddeviatie per leeftijdsgroep in relatie tot het gedrag op Facebook getoetst met t-toetsen**

Gedrag	Adolescenten M (SD)	Jongvolwassenen M (SD)	P-waarde
<b>Ik doe mij online anders voor dan in het echt</b>	1.65 (0.86)	1.91 (0.71)	.027*
<b>Ik ga online met mensen om met wie ik in het echt ook om zou gaan</b>	2.11 (0.87)	2.22 (0.86)	.361
<b>Ik deel informatie met anderen die ik in het echt ook zou delen</b>	2.43 (0.81)	2.22 (0.87)	.111
<b>Ik vind het hebben van veel online vrienden belangrijk</b>	3.76 (0.89)	3.99 (0.83)	.067
<b>Ik houd rekening met de mogelijke gevonden van mijn gedrag op internet</b>	2.21 (0.82)	1.71 (0.68)	.000**

\* Significant bij  $p = .05$ , \*\* Significant bij  $p = .000$

#### *Online profielen na overlijden*

Voor het beantwoorden van de vierde onderzoeksvraag is een onafhankelijke t-toets gebruikt. Er is onderzocht in hoeverre adolescenten en jongvolwassenen zich bewust zijn van het feit dat na overlijden hun online profielen blijven voortbestaan (RQ4). De resultaten laten zien dat 43% van de respondenten aangeeft ‘nooit’ stil te staan bij het feit dat het online profiel na overlijden blijft bestaan. Er is een verschil gevonden tussen de leeftijdsgroepen in dit bewustzijn ( $t(193) = 3.600$ ,  $p = .000$ ). Adolescenten ( $M = 4.22$ ,  $SD = 1.05$ ) staan significant minder vaak stil bij het feit dat het profiel na overlijden blijft bestaan dan jongvolwassenen ( $M = 3.67$ ,  $SD = 1.05$ ).

Tevens is er een onafhankelijke t-toets gebruikt om antwoord te krijgen op de vraag in welke mate adolescenten en jongvolwassenen het belangrijk vinden dat familie of vrienden online herinneringen kunnen ophalen na het overlijden (RQ5). Er zijn geen verschillen gevonden tussen de leeftijdsgroepen op de mate van belangrijkheid ten aanzien van online herinneringen door familie en vrienden ( $t(193) = 1.802$ ,  $p = .073$ ). Adolescenten ( $M = 2.60$ ,  $SD = 1.09$ ) en jongvolwassenen ( $M = 2.90$ ,  $SD = 1.28$ ) geven aan geen mening te hebben als het gaat om de herinneringen die nabestaanden kunnen ophalen. Deze ‘onverschilligheid’ geldt niet voor respondenten die vaak denken aan de dood ( $t(193) = 2.659$ ,  $p = .008$ ). Zij ( $M = 2.44$ ,  $SD = 1.04$ ) vinden het significant belangrijker dan respondenten die minder vaak nadenken over de dood ( $M = 2.90$ ,  $SD = 1.22$ ). Het percentage respondenten met een positieve houding ten aanzien van de herinneringen door nabestaanden (45%) is hoger dan het percentage respondenten met een negatieve houding (24%).

Er zijn geen verschillen tussen de leeftijdsgroepen met betrekking tot de vraag of zij zelf iemand kennen die is overleden en waarvan het profiel nog altijd online vindbaar is ( $\chi^2(1) = 1.16, p = .282$ ). Hierbij is te zien dat de jongvolwassenen ongeveer even vaak iemand kennen (47%) die is overleden als niet (53%). Bij de adolescenten geeft de meerderheid (60%) aan dat zij niemand kennen die is overleden en waarvan het profiel nog zichtbaar is. De respondenten die iemand kennen die is overleden en waarvan het profiel nog online is, zijn verdeeld over wat ze hiervan vinden. Een kleine meerderheid ( $N = 26$ ) vindt het prettig dat het online profiel nog zichtbaar is. Echter, ook veel respondenten vinden het niet prettig ( $N = 24$ ) of raar ( $N = 16$ ).

#### *'In Memoriam' op Facebook*

Er is onderzocht of de respondenten bekend zijn met de 'In Memoriam' diensten van Facebook (RQ6). Een chi-kwadraattoets toont geen significant verschil tussen de leeftijdsgroepen op de bekendheid met speciale diensten van Facebook voor na het overlijden ( $\chi^2(1) = 1.32, p = .250$ ). Voor adolescenten geldt dat 93% niet weet dat Facebook speciale diensten aanbiedt. Voor jongvolwassenen geldt dat 88% dit niet weet. Van de  $N = 18$  respondenten die wel wisten dat deze diensten er waren, gaf een meerderheid (33%) aan dat zij dit weten 'van horen zeggen' (zie tabel 7a).

De zevende en laatste onderzoeksvraag, die antwoord geeft op de vraag wat adolescenten en jongvolwassenen willen dat er met hun Facebookprofiel gebeurt als zij vroegtijdig komen te overlijden (RQ7), is onderzocht met behulp van chi-kwadraattoetsen. De resultaten tonen geen significante verschillen tussen de leeftijdsgroepen op het zichtbaar blijven van het online profiel na overlijden ( $\chi^2(1) = 1.68, p = .195$ ). De adolescenten zijn verdeeld: 49% van hen wil dat het online profiel zichtbaar blijft, 51% wil dat niet. Bij de jongvolwassenen geeft de meerderheid (60%) aan dat zij niet willen dat het profiel online vindbaar blijft (zie tabel 7a). Echter, bij een meer open vraag over dit onderwerp wordt wel een significant verschil gevonden. Adolescenten (38%) willen vaker dat het profiel moet blijven zoals het nu is ( $\chi^2(3) = 30.43, p = .000$ ) dan jongvolwassenen (11%). Er zijn geen verschillen gevonden tussen de leeftijdsgroepen en hun mening over de 'In Memoriam' pagina op Facebook. Adolescenten (37%) geven vaker aan dat zij een 'In Memoriam' leuk vinden voor anderen, maar niet voor henzelf. Jongvolwassenen (36%) geven vaker aan het enkel leuk te vinden om te weten (zie tabel 7b).



**Tabel 7a. Het gemiddelde en de standaarddeviatie per leeftijdsgroep in relatie tot de ‘In Memoriam’ pagina op Facebook getoetst met chi-kwadraattoetsen**

‘In Memoriam’ diensten	Adolescent M (SD)	Jongvolwassen M (SD)	P-waarde
<b>Bekendheid met speciale diensten op Facebook</b>	1.93 (0.26)	1.88 (0.33)	.250
<b>Moet het online profiel zichtbaar blijven na overlijden?</b>	1.51 (0.50)	1.60 (0.49)	.195

\* Significant bij  $p = .05$ , \*\* Significant bij  $p = .000$

**Tabel 7b. Top 5 positief ingevulde antwoorden ten aanzien van de ‘In Memoriam’ pagina op Facebook per leeftijdsgroep**

Motief	Adolescenten Percentage ‘ja’
<b>Misschien voor anderen, maar niet voor mij</b>	37
<b>Leuk om te weten</b>	26
<b>Geen mening</b>	18
<b>Vind ik helemaal niets</b>	15
<b>Dat zou ik willen</b>	10

  

Motief	Jongvolwassenen Percentage ‘ja’
<b>Leuk om te weten</b>	36
<b>Misschien voor anderen, maar niet voor mij</b>	30
<b>Dat zou ik willen</b>	18
<b>Geen mening</b>	10
<b>Vind ik helemaal niets</b>	7

Als het gaat om de functies op Facebook die de respondenten willen behouden als het profiel na overlijden zou blijven bestaan, dan is te zien dat er significante verschillen zijn. Adolescenten willen vaker dat de agendafunctie ( $\chi^2(1) = 7.41$ ,  $p = .007$ ), de verjaardagsmelding ( $\chi^2(1) = 13.10$ ,  $p = .000$ ) en de chatfunctie ( $\chi^2(1) = 7.44$ ,  $p = .006$ ) behouden dan jong volwassenen (zie tabel 8a). Op de andere functies werden geen verschillen gevonden (zie tabel 8b).

**Tabel 8a. Het gemiddelde en de standaarddeviatie per leeftijdsgroep in relatie tot de functies op Facebook die behouden moeten blijven als het profiel na de dood online blijft getoetst met chi-kwadraattoetsen**

Funtie op Facebook	Adolescent Aantal 'ja' (%)	Jongvolwassenen Aantal 'ja' (%)	P-waarde
Agendafunctie	9 (8)	0 (0)	.007*
Verjaardagsmelding	39 (35)	11 (13)	.000**
Chatfunctie	12 (11)	1 (1)	.006*

\* Significant bij  $p = .05$ , \*\* Significant bij  $p = .000$

**Tabel 8b. Top 5 positief ingevulde antwoorden ten aanzien van de functies op Facebook die de respondenten willen behouden als het profiel na overlijden blijft bestaan per leeftijdsgroep**

Beheer	Adolescenten Percentage 'ja'
Foto's plaatsen	39
Niets behouden	39
Verjaardag	35
Zichtbaarheid vriendenlijst	31
Taggen	27
Liken	26
Bericht plaatsen	27
Chatfunctie	10
Agenda	8

Beheer	Jongvolwassenen
Niets behouden	43
Bericht plaatsen	31
Foto's plaatsen	30
Taggen	21
Zichtbaarheid vriendenlijst	19
Verjaardag	13
Chatfunctie	1
Agenda	0

Tenslotte, ten aanzien van het beheer van het Facebookprofiel laten chi-kwadraattoetsen zien dat adolescenten vaker de ouders ( $\chi^2(1) = 18.16, p = .000$ ) aanstellen als beheerder, terwijl jongvolwassenen vaker kiezen voor hun relatie of partner ( $\chi^2(1) = 17.47, p = .000$ ). (zie tabel 9).

**Tabel 9. Percentages voor het beheer van het profiel na overlijden per leeftijdsgroep (meerdere antwoorden mogelijk).**

<b>Beheer</b>	<b>Adolescenten</b>
<b>Ouders</b>	60*
<b>Broers/zussen</b>	36
<b>Vrienden</b>	30
<b>Niemand</b>	27

\* Significant bij  $p = .000$

<b>Beheer</b>	<b>Jongvolwassenen</b>
<b>Niemand</b>	35
<b>Broers/zussen</b>	32
<b>Ouders</b>	30
<b>Vrienden</b>	30
<b>Relatie</b>	17*

\* Significant bij  $p = .000$

## 5. Conclusie en discussie

Het primaire doel van deze exploratieve studie was om inzicht te verkrijgen in het bewustzijn en de wensen van de adolescente en jongvolwassen Facebook-gebruikers ten aanzien van hun profiel na overlijden. Om dit inzicht te verkrijgen werd om te beginnen onderzocht welke rol Facebook speelt in het leven van adolescenten en jongvolwassenen (RQ1). De tweede onderzoeksvraag was gericht op de gebruiksmotieven voor Facebook (RQ2), de derde op het gedrag van de respondenten op Facebook (RQ3). Aansluitend werd onderzocht of deze leeftijdsgroepen zich bewust zijn van het feit dat online profielen (Facebook) na overlijden blijven bestaan (RQ4) en of de leeftijdsgroepen het belangrijk vinden dat familie en vrienden online herinneringen kunnen ophalen (RQ5). Ter verdieping werd onderzocht of de leeftijdsgroepen weten dat Facebook speciale 'In Memoriam' diensten biedt (RQ6) en wat de concrete wensen van de gebruikers zijn ten aanzien van het Facebookprofiel na overlijden (RQ7).

Allereerst lieten de resultaten zien dat de meerderheid van de respondenten, zowel adolescenten als jongvolwassenen, tot 30 minuten per dag actief is op Facebook. Dit komt overeen met resultaten uit eerdere onderzoeken (Pempek et al., 2009; Ellison et al., 2007). De meerderheid van de respondenten gaf aan zich niet buitengesloten te voelen als zij een tijdje niet op Facebook zijn geweest. Ook hier toonden de resultaten geen verschillen tussen de leeftijdsgroepen. Voor beide leeftijdsgroepen kan dit worden verklaard omdat zij steeds vaker bewust afstand nemen van Facebook, iets wat zij niet zouden doen als zij zich daardoor buitengesloten zouden voelen (Rainie et al., 2013; Marketingfacts, 2015).

De resultaten die betrekking hadden op de motieven voor Facebook-gebruik, komen grotendeels overeen met de resultaten uit eerdere onderzoeken naar de gebruiksmotieven. Uit de resultaten kwam naar voren dat 'het in contact zijn en blijven met familie en vrienden' het voornaamste motief is om Facebook te gebruiken. Er zijn wel verschillen gevonden tussen de leeftijdsgroepen ten aanzien van de gebruiksmotieven. Adolescenten gebruiken Facebook vaker voor amusementsdoeleinden en jongvolwassenen hebben vaker 'contact gerelateerde' motieven. Daarmee spreekt ook dit onderzoek de claim van Lenhart et al. (2010) – dat adolescenten en jongvolwassenen dezelfde gebruiksmotieven hebben – tegen. Tevens kwam uit de resultaten naar voren dat de persoonlijkheidsfactor 'extraversie' invloed heeft op de soort gebruiksmotieven die respondenten hebben voor Facebook, maar deze gebruiksmotieven werden in andere onderzoeken ook al belangrijk bevonden.

De resultaten die gevonden zijn bij het gedrag op Facebook, waren in lijn met eerdere

studies naar het gedrag van gebruikers van Facebook (e.g. Gross, 2004; Subrahmanyam, 2007; Marwick, Diaz & Palfrey, 2010). Uit de resultaten bleek dat zowel adolescenten als jongvolwassenen online bewust op hun gedrag letten. Dit kan betekenen dat zij beseffen dat Facebook het offline leven beïnvloedt. Wel is het zo dat jongvolwassenen sterker rekening houden met de gevolgen van het online gedrag dan adolescenten.

Bijna alle jongeren hebben een Facebookprofiel, maar veel van hen gaven aan er nooit bij stil te staan dat dit profiel na overlijden blijft bestaan. Dit gold voornamelijk voor adolescenten. Dit verklaart ook het feit dat bijna alle respondenten, zowel adolescenten als jongvolwassenen, aangaven niet te weten dat Facebook speciale ‘In Memoriam’ diensten biedt. Deze onwetendheid of desinteresse verklaart de verschillende meningen en opvattingen over het belang van online herinneringen voor de nabestaanden. Zowel de adolescenten als de jongvolwassenen zijn verdeeld over het nut van het online blijven van een profiel voor nabestaanden. Er mag worden gesteld dat respondenten die niet weten dat het online profiel na overlijden blijft bestaan, niet kunnen bepalen of zij het voor nabestaanden belangrijk vinden dat het profiel blijft bestaan. Het kan gevolgen hebben als Facebook-gebruikers op basis van een gebrek aan kennis het profiel na overlijden willen verwijderen, omdat uit de literatuur is gebleken dat het voor nabestaanden van grote waarde is als het profiel van een overleden dierbare online blijft (Brubaker & Hayes, 2011; Carroll & Landry, 2010; DeGroot, 2009; Bouc, 2013; Pennington, 2013).

Het is opvallend dat de respondenten zelden stilstaan bij het feit dat na het overlijden de online profielen niet verdwijnen. Zeker omdat de respondenten wel uitgesproken meningen hebben over wat er met het profiel moet gebeuren als zij zijn overleden en omdat uit de literatuur naar voren komt dat jongeren wel bezig zijn met de dood (e.g. Duke et al., 2011; Ringler & Hayden, 2000). De meningen zijn wederom sterk verdeeld. Er was geen meerderheid voor of tegen het behoud van het online profiel na overlijden, al zijn de jongvolwassenen percentueel wel vaker van mening dat het profiel moet worden verwijderd indien zij zijn overleden. Een mogelijke verklaring is dat iedereen op unieke wijze omgaat met de dood.

Indien het profiel na overlijden niet zou worden verwijderd, dan willen adolescenten dat de ouders de beheerdersrechten krijgen en jongvolwassenen willen dat hun partner de beheerdersrechten krijgt. Dit verschil is te verklaren door de verschillende leeftijdsfasen waarin de respondenten zich bevinden. Facebook biedt gebruikers sinds begin dit jaar de mogelijkheid om een nabestaande te machtigen die na overlijden van de gebruiker het beheer overneemt. De intentie van de gebruikers om van deze dienst gebruik te maken kan worden

betwist, omdat uit deze studie is gebleken dat de gebruikers niet op de hoogte zijn van speciale diensten op Facebook omtrent het overlijden.

Bij de resultaten met betrekking tot de functies die behouden moeten blijven als het Facebookprofiel na overlijden blijft bestaan, was te zien dat adolescenten functies willen bewaren die vooral worden gebruikt als iemand nog leeft namelijk de agendafunctie, de verjaardagsmelding en de chatfunctie. Er kan geprobeerd worden om dit - met behulp van de literatuur - te verklaren. Een van de motieven van adolescenten om van het profiel van een overleden dierbare een online rouwplek te maken, is om symbolisch de relatie die er was te behouden (Bouc, 2013). Door deze specifieke functies te willen behouden, ontkennen zij als het ware het overlijden van de dierbare. Met een overledene kan men bijvoorbeeld niet chatten.

Er kan worden geconcludeerd dat de meningen ten aanzien van het behoud van een profiel op Facebook na het overlijden sterk uiteen lopen. Er zijn geen verschillen gevonden tussen de meningen van adolescenten en jongvolwassenen. Het is mogelijk dat deze twee leeftijdsgroepen te dicht bij elkaar liggen om tot opzienbarende verschillen te komen. Met dit onderzoek is op wetenschappelijke manier informatie verkregen die tot dusver enkel via consumentenonderzoek was verkregen. De resultaten onderschrijven deels de onderzoeksresultaten uit deze consumentenonderzoeken, zoals dat van Nuvema uitvaartverzekeringen. Er zijn jongeren die willen dat na het overlijden het profiel wordt verwijderd, maar er zijn net zoveel jongeren die dat niet willen of die het niets uitmaakt.

#### *Beperkingen en suggesties voor toekomstig onderzoek*

Er is in dit onderzoek gebruik gemaakt van online en offline dataverzameling. De jongvolwassenen hebben de vragenlijst voornamelijk online ingevuld, de adolescenten voornamelijk in de klas op school. Ondanks dat er is gelet op het individueel beantwoorden van de vragenlijst door de adolescenten, kunnen zij alsnog sociaal wenselijke antwoorden hebben gegeven. Het beantwoorden van de vragen in de klas in combinatie met de mogelijkheid om bij klasgenoten op het papier te kijken, kan invloed hebben gehad op de resultaten. In toekomstig onderzoek moeten bij de respondentgroepen dezelfde afnamemethode worden gehanteerd. Tevens moet de mogelijkheid om sociaal wenselijke antwoorden te geven worden geminimaliseerd.

De focus op 'In Memoriam' pagina's kan ertoe geleid hebben dat de respondenten werden afgeleid van het doel van deze studie namelijk; inzicht verkrijgen in de wensen ten aanzien van het Facebookprofiel na het overlijden, ongeacht welke 'naam' er aan de pagina

gegeven wordt. Vaak krijgen profielen van overleden gebruikers geen ‘In Memoriam’ status, maar wordt de pagina door nabestaanden wel ingericht als rouw- of herdenkingsplek. Tevens was de bekendheid met de ‘In Memoriam’ pagina laag. Dit kan de antwoorden hebben beïnvloed. In vervolgonderzoek zou minder specifiek de term ‘In Memoriam’ pagina moeten worden uitgelicht. In plaats daarvan moeten de vragen algemener worden opgezet. Op deze manier kan nog beter inzicht verkregen worden in de wensen die gebruikers van Facebook hebben ten aanzien van het profiel als zij zouden komen te overlijden.

Tenslotte heeft dit onderzoek zich beperkt tot het gebruik van Facebook, terwijl er meer populaire sociale media zijn zoals Twitter, Instagram en LinkedIn. Er is voor Facebook gekozen omdat het nog altijd het meest prominente sociale medium is, maar sociale media zoals Instagram groeien snel en de interesse voor Facebook loopt terug. Toekomstig onderzoek zou zich kunnen richten op groeiende sociale media zoals Instagram. Het meer gesloten karakter van deze media kan van invloed zijn op de informatie die mensen delen.

#### *Meer vervolgonderzoek*

Er zijn weinig verschillen gevonden tussen adolescenten en jongvolwassenen. In vervolgonderzoek zou de leeftijdsgroep volwassenen meegenomen kunnen worden. Over het algemeen krijgen volwassenen vaker met een overlijden te maken dan jongeren. Tevens zijn volwassenen niet opgegroeid met sociale media. Het is dan ook aannemelijk dat zij andere meningen hebben dan jongeren als het gaat om het Facebookprofiel indien zij zijn overleden.

Tevens kan inhoudelijker worden onderzocht of adolescenten en jongvolwassenen zich realiseren dat hun profiel op het moment dat zij zijn overlijden belangrijk is voor de nabestaanden en of dit bijdraagt aan een attitude verandering ten opzichte van het online profiel na de dood. Als online herinneringen op dezelfde manier kunnen bijdragen aan rouw, als online daten bijdraagt aan relatievorming, dan kan dit maatschappelijke impact hebben.

Een laatste suggestie voor vervolgonderzoek is meer gericht op het bedrijfsleven. Als een gebruiker een bedrijf op Facebook liket, dan zien – mede door de algoritmen – de vrienden van deze persoon dat ook. Als iemand is overleden door bijvoorbeeld een auto-ongeluk en er wordt gesuggereerd dat deze persoon nog steeds BMW liket, dan kunnen nabestaanden hier aanstoot aan nemen. Met als gevolg dat een bedrijf imagoschade oploopt. Vervolgonderzoek kan focussen op de houding van nabestaanden ten opzichte van (on-)bewuste reclame op en met profielen van overleden gebruikers.

## *Implicaties*

### *Theoretische implicaties*

Zoals gezegd is met deze studie op een wetenschappelijke manier onderzocht wat de wensen zijn van Facebook-gebruikers ten aanzien van het profiel in het geval dat zij overlijden. Onderzoek naar deze wensen was tot dusver enkel door consumentenorganisaties zoals Nuvema uitvaartverzekeringen uitgevoerd. De toegevoegde waarde van dit onderzoek is dat er zonder commerciële belangen informatie is verkregen. De antwoorden komen overeen met de antwoorden die in de consumentenonderzoeken zijn gevonden, maar zij kunnen niet worden gegeneraliseerd. Het is interessant om te constateren dat de wensen van de gebruikers niet overeenkomen met de acties en handelingen van nabestaanden. Dit is een belangrijke constatering omdat eerder onderzoek aantoont dat nabestaanden veel waarde hechten aan een online profiel van een overleden dierbare. Dit onderzoek levert ook hier een bijdrage in.

De onderzoeksresultaten met betrekking tot het gebruik van Facebook komen overeen met eerdere onderzoeksresultaten. Dit maakt dat de uitkomsten van deze studie op dat punt betrouwbaar zijn. De rol van Facebook in het leven van de gebruikers neemt af. Hierdoor kan de mate waarin gebruikers willen dat het profiel blijft voortbestaan na de dood worden beïnvloed.

### *Praktische implicaties*

Uit deze studie komt naar voren dat de dood een onderwerp is dat niet zomaar kan worden. De resultaten toonden aan dat de respondenten veel verschillende meningen hadden ten aanzien van het profiel na overlijden. Belangrijk hierin is dat er geen verschillen zijn gevonden tussen de leeftijdsgroepen. Tevens waren de respondenten erg verdeeld over het belang van het voortbestaan van het eigen profiel voor de nabestaanden. De literatuur heeft aangetoond dat het online profiel een belangrijke rol speelt in het rouwproces van nabestaanden. Daar komt bij dat een verstoord of gecompliceerd rouwproces kan leiden tot psychische problemen. Het laten verwijderen van het profiel kan dus consequenties hebben voor het rouwproces van nabestaanden. Zoals omschreven bij het vervolgonderzoek; als dit meer ruchtbaarheid krijgt bij gebruikers van Facebook, dan is het mogelijk dat zij een andere mening vormen omtrent het eigen profiel op het moment dat zij zijn overleden. De mogelijkheid bestaat dat zij dan vaker willen dat het profiel zichtbaar blijft voor nabestaanden. Hiermee zouden zij tegemoet komen aan de wensen van de nabestaanden.

De resultaten uit dit onderzoek wijzen uit dat het taboe dat rust op de dood onder jongeren minder groot is dan van te voren werd gedacht. Uit de antwoorden die zij gaven



bleek namelijk niet dat ze niet over de dood willen praten of dat het ondenkbaar is dat er online over de dood wordt gesproken. Veel jongeren – zowel adolescenten als jongvolwassenen – willen dat hun profiel wordt verwijderd omdat zij het nut niet zien van een online profiel na overlijden. Er kan dus worden gesteld dat er met jongeren wel degelijk over de dood te praten valt. Dit is van belang omdat praten over dood belangrijk is bij de rouwverwerking. Nog voordat jongeren met de dood te maken krijgen, leren zij al wat de dood is en hoe zij met een overlijden om kunnen gaan. Op de lange termijn zal dit bijdragen aan een betere rouwverwerking, maar ook aan het persoonlijker worden van uitvaarten. Door dit alles zal de dood een bespreekbaar onderwerp worden en blijven, iets dat volgens eerdere onderzoeken belangrijk is.

## Referenties

- Amichai-Hamburger, Y., & Vinitzky, G. (2010). Social network use and personality. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1289-1295.
- Antheunis, M. L., & Schouten, A. P. (2011). The effects of other generated and system generated cues on adolescents' perceived attractiveness on social network sites. *Journal of Computer- Mediated Communication*, 16(3), 391-406.
- Antheunis, M. L., Schouten, A. P., & Kraemer, E. (2014). The Role of Social Networking Sites in Early Adolescents' Social Lives. *The Journal of Early Adolescence*. DOI: 10.1177/0272431614564060
- Asur, S., & Huberman, B. A. (2010). Predicting the future with social media. *Web Intelligence and Intelligent Agent Technology (WI-IAT)*, 1, 92-499.
- Bernts, T. (2001). Jongeren in rouw. *KASKI Onderzoek en Advies over Religie en Samenleving*, 484.
- Bouc, A. M. (2013). Grieving in the digital age: Using Facebook profile pages to maintain relationships with the deceased. Doctoral dissertation, Kansas State University.
- Brandtzæg, P. B., & Heim, J. (2009). Why people use social networking sites. *Online Communities and Social Computing*, 143-152.
- Breukers, T. (2003). Kinderen in rouw. *Huisarts en Wetenschap*, 46(9), 404-406.
- Brubaker, J. R. (2014). The afterlife of digital identity. *CHI'14 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems*, 343-346.
- Brubaker, J. R., & Vertesi, J. (2010). Death and the social network. *CHI Workshop on Death and the Digital*.
- Brubaker, J. R., & Hayes, G. R. (2011). We will never forget you [online]: An empirical investigation of post-mortem Myspace comments. *Proceedings of the ACM 2011 conference on Computer Supported Cooperative Work*, 123-132.

- Brubaker, J. R., Hayes, G. R., & Dourish, P. (2013). Beyond the grave: Facebook as a site for the expansion of death and mourning. *The Information Society*, 29(3), 152-163.
- Buzzo, D. (2011) Things to do in the digital afterlife when you're dead. *International Symposium on Electronic Art (ISEA) 2011*, Istanbul, Turkey, ISEA: Leonardo
- Carroll, B., & K. Landry (2010). Logging on and letting out: Using online social networks to grieve and to mourn. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(5), 341-349.
- Carroll, E., & Romano, J. (2010). Your digital afterlife: When Facebook, Flickr and Twitter are your estate, what's your legacy? Berkeley, CA: New Riders.
- Christ, G. H., Siegel, K., & Christ, A. E. (2002). Adolescent grief: It never really hit me... until it actually happened. *Jama*, 288(10), 1269-1278.
- Christofides, E., Muise, A., & Desmarais, S. (2009). Information disclosure and control on Facebook: Are they two sides of the same coin or two different processes? *CyberPsychology & Behavior*, 12(3), 341-345.
- Correa, T., Hinsley, A. W., & De Zuniga, H. G. (2010). Who interacts on the web?: The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior*, 26(2), 247-253.
- Curtis, L., Edwards, C., Fraser, K. L., Gudelsky, S., Holmquist, J., Thornton, K., & Sweetser, K. D. (2010). Adoption of social media for public relations by nonprofit organizations. *Public Relations Review*, 36(1), 90-92.
- De Baar, M. (2010). 'De dood is steeds minder een taboe'. Verkegen via [http://www.rug.nl/news/2010/10/opinie36\\_2010](http://www.rug.nl/news/2010/10/opinie36_2010)
- De Boeck, E. (2007). Rouwen op school. *Areopaag*, 7(1).

- DeGroot, J. M. (2009). *Reconnecting with the dead via Facebook: Examining transcorporeal communication as a way to maintain relationships*. Doctoral dissertation, Ohio University.
- Duggan, M., & Brenner, J. (2013). *The demographics of social media users*. Washington, DC: Pew Research Center's Internet & American Life Project.
- Duke, N. N., Borowsky, I. W., Pettingell, S. L., Skay, C. L., & McMorris, B. J. (2011). Adolescent early death perception: Links to behavioral and life outcomes in young adulthood. *Journal of Pediatric Health Care, 25*(4), 224-234.
- Dutch Cowboys (2011). Hyves introduceert In Memoriam status. Verkregen via: <http://www.dutchcowboys.nl/hyves/21912>
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer- Mediated Communication, 12*(4), 1143-1168.
- Ens, C., & Bond, J. B. (2007). Death anxiety in adolescents: The contributions of bereavement and religiosity. *OMEGA--Journal of Death and Dying, 55*(3), 169-184.
- Facebook (2015). Legacy contact. Verkregen via <https://www.facebook.com/help/1568013990080948>
- Getty, E., Cobb, J., Gabeler, M., Nelson, C., Weng, E., & Hancock, J. (2011). I said your name in an empty room: Grieving and continuing bonds on Facebook. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems, 997-1000*.
- Gross, E. F. (2004). Adolescent Internet use: What we expect, what teens report. *Journal of Applied Developmental Psychology, 25*(6), 633-649.
- Joinson, A. N. (2008). Looking at, looking up or keeping up with people?: Motives and use of Facebook. *Proceedings of the SIGCHI conference on Human Factors in Computing*

- Systems*, 1027-1036.
- Hargittai, E. (2010). Facebook privacy settings: Who cares? *First Monday*, 15(8).
- Harter, S. (1999). *The construction of the self: A developmental perspective*. New York, NY: Guilford Press.
- Heessels, M. (2012). Het thuisbrengen van de doden in Nederland. *Jaarboek voor liturgie-onderzoek*, 28.
- Hilhorst, H. W. (1983). Als de dood voor de dood: Een sociologische belichting van sterven en dood in de hedendaagse samenleving. *Mens en Maatschappij*, 58(3), 255-270.
- Jelenchick, L. A., Eickhoff, J. C., & Moreno, M. A. (2013). "Facebook depression?" Social networking site use and depression in older adolescents. *Journal of Adolescent Health*, 52(1), 128-130.
- JenQuin, (2010). Perception of identity in social networking controlling your online presence. Retrieved from <http://networkconference.netstudies.org/2010/04/perceptions-of-identity-in-socialnetworking-controlling-your-online-presence>.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
- Keirse, M. (2011). *Helpen bij verlies en verdriet*. Amsterdam: Meulenhoff.
- Koocher, G. P., O'Malley, J. E., Foster, D., & Gogan, J. L. (1976). Death anxiety in normal children and adolescents. *Psychopathology*, 9(3-4), 220-229.
- Lampe, C., Ellison, N., & Steinfield, C. (2006). A Face(book) in the crowd: Social searching vs. social browsing. *Proceedings of the 2006 20th Anniversary Conference on Computer Supported Cooperative Work*, 167-70.

- Lehdonvirta, V., & Räsänen, P. (2010). How do young people identify with online and offline peer groups? A comparison between UK, Spain and Japan. *Journal of Youth Studies, 14*(1), 91-108.
- Lenhart, A., Purcell, K., Smith, A., & Zickuhr, K. (2010). Social Media & Mobile Internet Use among Teens and Young Adults. Millennials. *Pew Internet & American Life Project*.
- Livingstone, S. (2008). Taking risky opportunities in youthful content creation: Teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New media & Society, 10*(3), 393-411.
- Maciel, C. (2011). Issues of the Social Web interaction project faced with afterlife digital legacy. *In Proceedings of the 10th Brazilian Symposium on on Human Factors in Computing Systems and the 5th Latin American Conference on Human-Computer Interaction, 3-12*.
- Madden, M., Lenhart, A., Cortesi, S., Gasser, U., Duggan, M., Smith, A., & Beaton, M. (2013). Teens, social media, and privacy. *Pew Internet & American Life Project*.
- Marketingfacts (2014). Social media in Nederland 2014: Jongeren blijven Facebook trouw. Verkregen via: <http://www.marketingfacts.nl/berichten/nationale-social-media-onderzoek-2014>
- Marketingfacts (2015). Sociale media in Nederland 2015: Jongeren haken af van Facebook en Twitter. Verkregen via: <http://www.marketingfacts.nl/berichten/social-media-in-nederland-2015-jongeren-haken-af-op-facebook>
- Madge, C., Meek, J., Wellens, J., & Hooley, T. (2009). Facebook, social integration and informal learning at university: 'It is more for socialising and talking to friends about work than for actually doing work'. *Learning, Media and Technology, 34*(2), 141-155.

- Marwick, A. E., Diaz, D. M., & Palfrey, J. (2010). Youth, privacy and reputation. *Harvard Law School Public Law & Legal Theory Working Paper Series*, 10-29.
- McKenna, K. Y. A., & Bargh, J. A. (2000). Plan 9 from cyberspace: The implications of the Internet for personality and social psychology. *Personality & Social Psychology Review*, 4(1), 57–75.
- Moreno, M. A., Jelenchick, L. A., Egan, K. G., Cox, E., Young, H., Gannon, K. E., & Becker, T. (2011). Feeling bad on Facebook: Depression disclosures by college students on a social networking site. *Depression and anxiety*, 28(6), 447-455.
- Nuvema (2011). Nederlanders willen geen eeuwig leven op social media. Verkregen via: <http://www.nuvema.nl/over-nuvema/nieuws/nederlanders-willen-geen-eeuwig-leven-op-social-media>
- Nuvema (2014). Social Media Testament. Verkregen via: <http://www.nuvema.nl/social-media-testament>
- Oh, H. J., Ozkaya, E., & LaRose, R. (2014). How does online social networking enhance life satisfaction? The relationships among online supportive interaction, affect, perceived social support, sense of community, and life satisfaction. *Computers in Human Behavior*, 30, 69-78.
- Ong, E. Y., Ang, R. P., Ho, J. C., Lim, J. C., Goh, D. H., Lee, C. S., & Chua, A. Y. (2011). Narcissism, extraversion and adolescents' self-presentation on Facebook. *Personality and Individual Differences*, 50(2), 180-185.
- Oostewechel, N.M.J. (2011). Hoe tieners hun sociale netwerken online onderhouden en uitbreiden. Masterscriptie.
- Paul-Choudhury, S. (2011). Digital legacy: the fate of your online soul. *New Scientist*, 210(2809), 41-43.

- Paul, T. W., Reker, G. T., & Gesser, G. (1994). Death Attitude Profile-Revised: A multidimensional measure of attitudes toward death. *Death Anxiety Handbook: Research, Instrumentation and Application*, 121.
- Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A., & Calvert, S. L. (2009). College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30(3), 227-238.
- Pennington, N. (2013). You Don't De-Friend the Dead: An Analysis of Grief Communication by College Students Through Facebook Profiles. *Death studies*, 37(7), 617-635.
- Raacke, J., & Bonds-Raacke, J. (2008). MySpace and Facebook: Applying the uses and gratifications theory to exploring friend-networking sites. *Cyberpsychology and Behavior*, 11(2), 169–174.
- Rainie, L., Smith, A., & Duggan, M. (2013). Coming and going on Facebook. *Pew Research Center's Internet and American Life Project*.
- Rammstedt, B., & John, O. P. (2007). Measuring personality in one minute or less: A 10-item short version of the Big Five Inventory in English and German. *Journal of research in Personality*, 41(1), 203-212.
- Ridout, B., Campbell, A., & Ellis, L. (2012). 'Off your Face (book)': alcohol in online social identity construction and its relation to problem drinking in university students. *Drug and Alcohol Review*, 31(1), 20-26.
- Ringler, L. L., & Hayden, D. C. (2000). Adolescent Bereavement and Social Support Peer Loss Compared to Other Losses. *Journal of Adolescent Research*, 15(2), 209-230.
- Roberts, P., & L. Vidal. 2000. Perpetual care in cyberspace: A portrait of Web memorials. *OMEGA—Journal of Death and Dying* 40(4): 521–45.



- Ross, C. (2014). Praat erover!. *Skipr*, 7(1), 7-7.
- Ross, C., Orr, E. S., Sasic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G., & Orr, R. R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 25(2), 578-586.
- Sarason, I. G., & Sarason, B. R. (2009). Social support: Mapping the construct. *Journal of Social and Personal Relationships*, 26 (1), 113–120.
- Schau, H. J., & Gilly, M. C. (2003). We are what we post? Self- presentation in personal web space. *Journal of consumer research*, 30(3), 385-404.
- Seidman, G. (2013). Self-presentation and belonging on Facebook: How personality influences social media use and motivations. *Personality and Individual Differences*, 54(3), 402-407.
- Shirky, C. (2011). Political Power of Social Media-Technology. *The Public Sphere Sphere, and Political Change, The Foreign Aff.*, 90, 28.
- Spuij, M., & Boelen, P. A. (2014). Gecomplieerde rouw bij kinderen en jongeren: meting en behandeling. *Psychopraktijk*, 6(5), 14-17.
- Spuij, M., Stikkelbroek, Y., Goudena, P., & Boelen, P. (2008). Rouw en verliesverwerking door jeugdigen. *Kind en Adolescent*, 29(2), 80-93.
- Storms, W., & Schuurmans, H. (2004). *Dood zijn, hoe lang duurt dat?*. Zoetermeer: NBD Biblion Publishers.
- Subrahmanyam, K. (2007). Adolescent online communication: old issues, new intensities. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on cyberspace*, 1(1), 1.
- Subrahmanyam, K., & Greenfield, P. (2008). Online communication and adolescent relationships. *The Future of Children*, 18(1), 119-146.

- Subrahmanyam, K., Reich, S. M., Waechter, N., & Espinoza, G. (2008). Online and offline social networks: Use of social networking sites by emerging adults. *Journal of Applied Developmental Psychology, 29*(6), 420-433.
- Tolstikova, K., Fleming, S., & Chartier, B. (2005). Grief, complicated grief, and trauma: The role of the search for meaning, impaired self-reference, and death anxiety. *Illness, Crisis, & Loss, 13*(4), 293-313.
- Tongeren, L. (2007). *Vaarwel: verschuivingen in vormgeving en duiding van uitvaartrituelen*. Utrecht: Uitgeverij Kok.
- Thorson, J. A., & Powell, F. C. (1988). Elements of death anxiety and meanings of death. *Journal of Clinical Psychology, 44*(5), 691-701.
- Urista, M. A., Dong, Q., & Day, K. D. (2009). Explaining why young adults use MySpace and Facebook through uses and gratifications theory. *Human Communication, 12*(2), 215-229.
- Varis, P., & Spotti, M. (2011). In beloved memory of: Facebook, death and subjectivity. *Tilburg Papers in Cultural Studies*.
- Valenzuela, S., Park, N., & Kee, K. F. (2009). Is there social capital in a social network site?: Facebook use and college students' life satisfaction, trust, and participation<sup>1</sup>. *Journal of Computer-Mediated Communication, 14*(4), 875-901.
- Wenestam, C. G., & Wass, H. (1987). Swedish and US children's thinking about death: A qualitative study and cross-cultural comparison. *Death studies, 11*(2), 99-121.
- Williams, A. L., & Merten, M. J. (2009). Adolescents' online social networking following the death of a peer. *Journal of Adolescent Research, 24*(1), 67-90.
- Wilson, K., Fornasier, S., & White, K. M. (2010). Psychological predictors of young adults' use of social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 13*(2), 173-177.

- Wright, N. (2014). Death and the Internet: The implications of the digital afterlife. *First Monday*, 19(6).
- Yang, C. C., & Brown, B. B. (2013). Motives for using Facebook, patterns of Facebook activities, and late adolescents' social adjustment to college. *Journal of Youth and Adolescence*, 42(3), 403-416.
- Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 1816-1836.

## **Bijlage 1: Vragenlijst**

**Welkom!**

**Bedankt dat je mij wilt helpen met mijn afstudeeronderzoek!**

**Dit onderzoek is bedoeld voor jongeren tussen de 14 en 19 jaar en jongvolwassenen tussen de 20 en 35 jaar. Dit onderzoek gaat over het gebruik van Facebook, maar er zitten ook vragen in over de dood. Ik wil namelijk heel graag te weten komen of je beseft dat als je er morgen niet meer zou zijn (waar we natuurlijk niet van uit gaan), dat bijvoorbeeld jouw Facebookprofiel dan nog steeds bestaat.**

**Sommige vragen in dit onderzoek kunnen emoties oproepen of vind je misschien lastig om te beantwoorden. De antwoorden die je geeft worden strikt vertrouwelijk en anoniem behandeld. Dit betekent dat de Universiteit van Tilburg alleen de antwoorden gebruikt en niet kan zien dat jij die hebt gegeven.**

**Het invullen van deze vragenlijst kost ongeveer 10 minuten. Lees de vragen goed door. Er zijn geen foute antwoorden. Het gaat om jouw mening of gevoel. Kies altijd het antwoord dat het beste bij je past.**

**Alvast veel dank voor het invullen.**

**We beginnen met enkele algemene vragen over jezelf.**

**1. Ik ben een**

man

vrouw

**2. Wat is je leeftijd?**

----- jaar

**3. Welk niveau onderwijs volg je of wat is je hoogst behaalde opleidingsniveau?**

VMBO

Havo

VWO

MBO

HBO

WO

anders namelijk .....

**Ik wil graag weten waarom je Facebook gebruikt. Daarom volgen er nu 7 vragen over jouw eigen Facebook gebruik. Kruis aan welke optie het beste bij je past.**

**1. Heb je een profiel op Facebook?**

ja  nee

**2. Hoeveel minuten per dag ben je ongeveer met Facebook bezig?**

10 minuten of minder  11 tot 30 min  31 tot 60 min  1 tot 2 uur  2 tot 3 uur  Meer dan 3 uur

**3. Ik voel me buitengesloten als ik een tijdje niet op Facebook ben geweest**

zeer mee eens  mee eens  geen mening  mee oneens  zeer mee oneens

**4. Wat op jouw Facebookprofiel is zichtbaar voor anderen? Kruisje in een vakje zetten.**

<b>Wat kunnen anderen zien?</b>	<b>Alleen vrienden</b>	<b>Vrienden van vrienden</b>	<b>Iedereen</b>	<b>Aangepast (zelf gekozen mensen)</b>	<b>Geen idee</b>
Informatie over jou (leeftijd, relatie etc.)					
Je profielfoto					
Berichten op je tijdlijn					
Foto's op je tijdlijn					

**5. Waarom gebruik je Facebook? (meerdere antwoorden mogelijk)**

- Om in contact te blijven met vrienden/familie/bekenden
- Het is leuke afleiding (van school- / huiswerk)
- Het brengt me in contact met mensen van vroeger
- Om nieuwe vrienden / vriendinnen te maken
- Om feestjes of bijeenkomsten te organiseren
- Om spelletjes te spelen
- Om anderen te laten weten waar ik mee bezig ben
- Ik kan makkelijk informatie verkrijgen van mensen in wie ik geïnteresseerd ben
- Het voorziet me van andere informatie zoals nieuws etc.
- Om te kijken naar filmpjes of foto's van anderen
- Anders namelijk; .....

**6. Heb je ook andere sociale media profielen?**

ja  nee

**7. Welke is/zijn dit (meerdere antwoorden mogelijk):**

- Twitter
- LinkedIn
- Pinterest
- Flickr
- Instagram
- Google+
- MySpace
- Foursquare

0 Anders namelijk; .....

Er volgen nu 10 stellingen over hoe jij jezelf ziet. Dus over jouw persoonlijkheid.  
Kruis aan wat het beste bij je past.

**1. Ik deel niet snel gevoelens met anderen**

0 zeer mee eens      0 mee eens      0 neutraal      0 mee oneens      0 zeer mee oneens

**2. Ik vertrouw anderen meestal**

0 zeer mee eens      0 mee eens      0 neutraal      0 mee oneens      0 zeer mee oneens

**3. Ik vind mezelf een lui persoon**

0 zeer mee eens      0 mee eens      0 neutraal      0 mee oneens      0 zeer mee oneens

**4. Ik ben niet snel gestrest**

0 zeer mee eens      0 mee eens      0 neutraal      0 mee oneens      0 zeer mee oneens

**5. Ik ben creatief**

0 zeer mee eens      0 mee eens      0 neutraal      0 mee oneens      0 zeer mee oneens

**6. Ik ben een sociaal persoon**

0 zeer mee eens      0 mee eens      0 neutraal      0 mee oneens      0 zeer mee oneens

**7. Ik heb vaak kritiek op anderen**

0 zeer mee eens      0 mee eens      0 neutraal      0 mee oneens      0 zeer mee oneens

**8. Ik werk nauwkeurig**

0 zeer mee eens      0 mee eens      0 neutraal      0 mee oneens      0 zeer mee oneens

**9. Ik ben snel nerveus**

0 zeer mee eens      0 mee eens      0 neutraal      0 mee oneens      0 zeer mee oneens

**10. Ik heb veel fantasie**

0 zeer mee eens      0 mee eens      0 neutraal      0 mee oneens      0 zeer mee oneens



De volgende 6 stellingen gaan over jouw mening met betrekking tot de dood. Nogmaals er zijn geen goede of foute antwoorden. Vink aan wat het beste bij je past.

**1. De gedachte aan mijn eigen dood, beangstig mij**

0 zeer mee eens 0 mee eens 0 matig mee eens 0 geen mening 0 matig mee oneens 0 mee oneens 0 zeer mee oneens

**2 Ik ben bang om dood te gaan**

0 zeer mee eens 0 mee eens 0 matig mee eens 0 geen mening 0 matig mee oneens 0 mee oneens 0 zeer mee oneens

**3 Ik probeer bewust niet over de dood na te denken**

0 zeer mee eens 0 mee eens 0 matig mee eens 0 geen mening 0 matig mee oneens 0 mee oneens 0 zeer mee oneens

**4 Ik probeer om het onderwerp 'dood' totaal te negeren**

0 zeer mee eens 0 mee eens 0 matig mee eens 0 geen mening 0 matig mee oneens 0 mee oneens 0 zeer mee oneens

**5 De dood hoort bij het leven**

0 zeer mee eens 0 mee eens 0 matig mee eens 0 geen mening 0 matig mee oneens 0 mee oneens 0 zeer mee oneens

**6 De dood is niet goed of slecht**

0 zeer mee eens 0 mee eens 0 matig mee eens 0 geen mening 0 matig mee oneens 0 mee oneens 0 zeer mee oneens

**Er volgen nu 5 stellingen over jouw online identiteit.**

**Wat bedoel ik met het woord 'online identiteit' ? Online identiteit is hoe jij bent, hoe jij je gedraagt of hoe jij je voordoet op het internet.**

**1. Ik doe mij online anders voor dan in het echt**

0 zeer mee eens      0 mee eens      0 neutraal      0 mee oneens      0 zeer mee oneens

**2. Ik ga online met mensen om met wie ik in het echt ook om zou gaan**

0 zeer mee eens      0 mee eens      0 neutraal      0 mee oneens      0 zeer mee oneens

**3. Ik deel online informatie met anderen die ik in het echt ook zou delen**

0 zeer mee eens      0 mee eens      0 neutraal      0 mee oneens      0 zeer mee oneens

**4. Ik vind het hebben van veel online vrienden belangrijk**

0 zeer mee eens      0 mee eens      0 neutraal      0 mee oneens      0 zeer mee oneens

**5. Ik houd rekening met de mogelijke gevolgen van mijn gedrag op internet**

0 zeer mee eens      0 mee eens      0 neutraal      0 mee oneens      0 zeer mee oneens

Er volgen nu 4 vragen over jouw online identiteit na de dood.

**1. Sta je er wel eens bij stil dat als jij komt te overlijden, jouw online profielen (zoals die op Facebook) gewoon blijven bestaan?**

0 altijd      0 vaak      0 soms      0 weinig      0 nooit

**2. In hoeverre vind je het belangrijk dat als jij er niet meer bent, jouw vrienden/familie op internet herinneringen aan je kunnen ophalen?**

0 belangrijk    0 redelijk belangrijk    0 maakt me niet uit    0 redelijk onbelangrijk    0 onbelangrijk

**3. Als je zou komen te overlijden, wil je dan dat anderen jouw profiel(en) daarna nog online kunnen zien of vinden?**

0 ja      0 nee

**3b. Waarom wel/niet?**

.....  
.....  
.....  
.....

**4. Ken je zelf iemand die is overleden en waarvan de profielen (zoals Facebook) nog steeds online te zien zijn?**

0 ja      0 nee

**4b. Indien ja, wat vind je hiervan? Vind je dat prettig of juist niet?**

.....  
.....  
.....  
.....

We zijn toegekomen aan het laatste deel van deze vragenlijst. Fijn dat je helpt! De laatste 5 vragen gaan specifiek over Facebook in combinatie met het overlijden.

**1. Weet je of Facebook speciale diensten aanbiedt voor gebruikers die zijn overleden?**

ja  nee

**1b. Zo ja, hoe komt het dat je dit weet?**

.....  
.....

**Lees onderstaande tekst even goed door!**

Toen Hyves nog bestond (het Nederlandse Facebook) boden zij aan nabestaanden de mogelijkheid om van het Hyvesprofiel van hun overleden dierbare een online gedenkplaats te maken. Dit heette een **In Memoriam pagina** en hiermee was direct duidelijk dat het om een Hyvesprofiel van een overleden Hyver ging. De In Memoriam pagina zorgde er onder andere voor dat de overlijdensdatum duidelijk op het profiel stond, dat de chatfunctie van het profiel op non-actief gezet werd, dat er geen privéberichten meer konden worden verstuurd en dat verjaardagsmeldingen niet meer zichtbaar waren.

**2. Wat vind je van zo'n In Memoriam pagina op Facebook? (meerdere antwoorden mogelijk)**

- Dat zou ik ook willen
- Leuk om te weten
- Misschien voor anderen, maar niet voor mij
- Vind ik helemaal niets
- Geen mening
- Anders namelijk;.....

**3. Stel dat je er morgen niet meer zou zijn, wat zou je dan willen dat er met jouw Facebookprofiel gebeurt?**

- Ik wil dat mijn profiel wordt verwijderd
- Ik wil dat mijn profiel een speciale 'ik ben overleden' ook wel In Memoriam status krijgt (zodat mensen kunnen zien dat ik overleden ben)
- Ik wil dat er niets met mijn profiel gebeurt, laat het maar zoals het is
- Ik wil iets anders namelijk .....

**4. Welke van onderstaande optie(s) zou je willen behouden als je Facebookprofiel na je overlijden zou blijven bestaan ? (meerdere antwoorden mogelijk)**

- |   |  |  |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> agenda             | <input type="checkbox"/> lidmaatschap van groepen    | <input type="checkbox"/> ik wil niet dat er iets behouden blijft |
| <input type="checkbox"/> berichten plaatsen | <input type="checkbox"/> zichtbaarheid vriendenlijst |  |
| <input type="checkbox"/> verjaardag         | <input type="checkbox"/> bedrijven / artiesten etc.  |  |
| <input type="checkbox"/> liken              | <input type="checkbox"/> reclame                     |  |
| <input type="checkbox"/> foto's plaatsen    | <input type="checkbox"/> privé berichten             |  |
| <input type="checkbox"/> taggen             | <input type="checkbox"/> chatfunctie                 |  |

**5. Wie zou je willen dat jouw In Memoriam pagina zou beheren? (Meerdere antwoorden mogelijk)**

- ouders       Facebook       niemand (profiel moet worden verwijderd)  
 vrienden       broer(s) of zus(sen)       Anders namelijk;.....

**Dit waren alle vragen. Heel erg bedankt voor je medewerking!!!!**

**Heb je nog opmerkingen?**

.....  
.....  
.....  
.....