

Sociale media: participatie voor iedereen

De invloed van sociale media op participatie in de 'horende maatschappij' van doven en ernstig slechthorende mensen

Anne van Mil - Ilse Verboogen - Jennifer Wijnands
Docentbegeleidster: Aimée van Loo

10-6-2014



Een onderzoek naar de invloed van sociale media, met name met betrekking tot de participatie van dove en ernstig slechthorende mensen vanaf 16 jaar, in de 'horende maatschappij'.

© Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand en/of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de auteurs; Anne van Mil, Ilse Verboogen en Jennifer Wijnands.

Voorwoord

Voor u ligt de bachelorthesis waarin onderzoek wordt gedaan naar de invloed van sociale media met betrekking tot de participatie van dove en ernstig slechthorende mensen in de ‘horende maatschappij’. Het vierde collegejaar van de opleiding logopedie was een druk jaar, mede door de tijdelijke overlap van de laatste stageperiode en het verder uitdiepen van het stappenplan voor de bachelorthesis. Echter hebben wij elkaar te allen tijde gesteund en is de samenwerking tussen de onderzoekers zeer goed verlopen.

Wij willen Aimée van Loo persoonlijk bedanken voor haar begeleiding en waardevolle feedback gedurende de twee jaar die wij aan deze bachelorthesis gewerkt hebben. Ook willen wij onze medestudenten uit de thesiskring ‘gehoor’ bedanken voor de waardevolle feedback, hun betrokkenheid bij ons onderzoek en de motiverende woorden. Ten laatste nog een woord van dank aan onze familie, vrienden en medestudenten die ons de afgelopen tijd ook gesteund hebben.

Voor de realisering van het onderzoek was de medewerking van de verschillende organisaties van belang. Wij willen hen dan ook danken voor het verspreiden van de enquête en het geven van tips en feedback. Ook waren de meningen van de participanten erg waardevol. Wij willen daarom alle participanten heel hartelijk danken voor het deelnemen aan het onderzoek. Wij stellen het zeer op prijs dat jullie tijd hebben vrijgemaakt om onze enquête in te vullen. Beide partijen hebben bijgedragen aan het tot stand komen van het eindproduct.

Wij hebben gedurende de studiejaren drie en vier met volledige inzet en enthousiasme aan dit onderzoek gewerkt en zijn dan ook enorm trots op het eindresultaat.

Anne van Mil, Ilse Verboogen en Jennifer Wijnands

Inhoudsopgave

Samenvatting	
1. Inleiding	1
1.1 Aanleiding en beroepsmatige relevantie	1
1.2 Probleem- en vraagstelling.....	3
1.3 Verwachtingen	3
2. Theoretische achtergrond	5
2.1 Wat zijn sociale media?.....	5
2.2 Communicatieve functies van sociale media	6
2.3 Voor- en nadelen van sociale media	7
2.4 Doven/slechthorenden en sociale media	10
3. Methodologie	14
3.1 Needs assessment: literatuurstudie	14
3.2 Needs assessment: inventarisatie onderzoeksvraag	14
3.3 Procedure.....	16
4. Resultaten	18
4.1 Respondentenaantal.....	18
4.2 Indeling respondenten	19
4.3 Reacties op enquête dodor doelgroep via sociale media.....	19
4.4 Resultaten enquête.....	21
5. Discussie	41
5.1 Samenvatting van de resultaten.....	41
5.2 Link naar de literatuur uit de theoretische achtergrond.....	46
5.3 Sterktes en beperkingen van het onderzoek	48
5.4 Relevantie voor het logopedisch werkveld	50

5.5	Aanbevelingen.....	52
6.	Conclusie	53
7.	Literatuurlijst	54

Bijlagen

1. De enquêtevragen
2. Resultaten pilot
3. E-mail naar organisaties
4. Contactlijst enquête

Samenvatting

Sociale media zijn niet meer weg te denken uit de huidige maatschappij. Ze zorgen er onder andere voor dat er gemakkelijk en snel contact kan worden gelegd met personen (wereldwijd). Doven/ernstig slechthorenden en horenden kunnen in het dagelijks leven slechts beperkt met elkaar communiceren, omdat horenden vaak niet bekend zijn met gebarentaal. Via sociale media wordt er voornamelijk via geschreven taal gecommuniceerd. De onderzoekers stelden zichzelf de vraag of doven en ernstig slechthorenden hierdoor beter kunnen participeren in de ‘horende maatschappij’. Daarnaast wilden ze weten of de voor- en nadelen die beide groepen ervaren, overeenkomen of van elkaar verschillen.

Aan de hand van een enquêteonderzoek hebben de onderzoekers antwoorden geformuleerd op deze vragen. Doordat deze enquête door zowel horenden als doven en ernstig slechthorenden is ingevuld, kunnen de antwoorden van deze groepen met elkaar vergeleken worden.

Uit het onderzoek is gebleken dat het merendeel van de dove en ernstig slechthorende respondenten makkelijker contact legt en meer contact heeft met horenden via sociale media. Online zijn D/ES dus meer betrokken in de ‘horende maatschappij’. Of dit offline ook van toepassing is, is niet gebleken uit dit onderzoek. Zowel de D/ES als de H ondervinden ongeveer dezelfde voor- en nadelen. Er zijn slecht enkele verschillen waarneembaar; zo geven D/ES vaker aan dat ze door sociale media meer zelfvertrouwen krijgen en zich minder beperkt voelen. Als nadeel geven ze aan dat het contact via sociale media vaak erg onpersoonlijk is. Een nadeel dat voornamelijk door H genoemd wordt, is dat ze veel miscommunicatie ervaren bij het gebruik van sociale media.

1. Inleiding

‘Sociale media’, een term die behoort tot de dagelijkse woordenschat van veel mensen en die op dit moment bijna niet meer uit onze maatschappij weg te denken is.

Het is voornamelijk de jongere generatie die gebruik maakt van sociale media, omdat zij zijn opgegroeid met deze steeds verder ontwikkelende media. Ook andere generaties maken steeds intensiever gebruik van sociale media. Meer en meer worden handelingen gedigitaliseerd, waardoor ook bijv. ouderen (65+-ers) zich “moeten” verdiepen in het gebruik van internet. Een voorbeeld hiervan is het internetbankieren. Voorheen betaalde men een factuur van de bank met een acceptgiro, maar tegenwoordig kan men online betalen en kan men alle persoonlijke rekeningen online inzien.

Het is vandaag de dag voor velen geheel vanzelfsprekend om een bericht op Facebook te plaatsen of even kort te chatten met iemand via het internet. Geldt dit ook voor mensen die doof zijn? Gebruiken zij sociale media op dezelfde manier en in dezelfde mate als dat horenden dit doen? Of doen zij dit anders? De literatuur kan ons hier tot op heden weinig over vertellen. De onderzoekers willen daarom graag antwoord op de volgende onderzoeksvragen: In welke mate zorgen sociale media ervoor dat doven kunnen participeren in de ‘horende maatschappij’? en: Welke voor- en nadelen ondervinden doven en ernstig slechthorenden van sociale media vergeleken met de voor- en nadelen die horenden ervan ondervinden?

In onderstaande teksten van deze bachelorthesis zullen ‘doven’ afgekort worden met D, ‘ernstig slechthorenden’ met ES en ‘horenden’ met H.

1.1 Aanleiding en beroepsmatige relevantie

Communiceren is één van de belangrijkste dingen in het leven. Communicatie stelt ons in staat onze basisbehoeften kenbaar te maken. Mensen hebben contact met elkaar en willen elkaar begrijpen; ze willen communiceren. Een deel van die communicatie is gesproken taal, maar een groot deel ook niet. Denk maar aan o.a. gezichtsuitdrukkingen, houding en intonatie, ofwel non-verbale communicatie. Voor de meeste mensen, is gesproken taal een vanzelfsprekend middel om informatie uit te wisselen. Maar dat geldt niet voor iedereen. Zo kan een D of ES persoon bijna niets met gesproken taal. Hij of zij kan hooguit proberen om spraak af te zien. Ook bij mensen met een verstandelijke

bepierking gaat het onder woorden brengen van gedachten, gevoelens en wensen vaak niet zo gemakkelijk (Ceulemans, 2012).

De komst van sociale media heeft communiceren een stuk gemakkelijker gemaakt. In de huidige maatschappij, en dan met name onder de jongeren, zijn sociale media bijna niet meer weg te denken uit het dagelijks leven. Het zorgt ervoor dat we te allen tijde en waar ook ter wereld contact kunnen leggen met anderen. Informatie wordt gemakkelijk en snel overgedragen aan een groot publiek.

Ook binnen de logopedische therapie wordt er steeds meer gebruik gemaakt van dit handige medium. Door middel van het gebruik van het internet en verschillende programma's en apps (denk aan o.a. Skype) vindt er tegenwoordig telelogopedie plaats. Hierbij wordt de therapie gegeven via een webcam of een beeldtelefoon. Cliënten die ver van de praktijk wonen of moeilijk ter been zijn, kunnen zo toch behandeld worden (Snijders, 2010). Daarnaast worden er aan de lopende band nieuwe apps ontwikkeld die gebruikt kunnen worden tijdens de therapie of die door de logopedist als huiswerk meegegeven kunnen worden aan een cliënt. Ook worden er apps ontwikkeld om de moeilijkheden in de communicatie te compenseren en/of ondersteunen, bijv. bij mensen met afasie. Deze apps stellen de cliënt in staat om eigen beslissingen te nemen en hiernaar te handelen. Dit zorgt voor zelfstandigheid, zelfvertrouwen, zelfbewustzijn en vergroot het positief zelfbeeld. Uit onderzoek (Noordzij, 2012) blijkt dat 14% van de logopedisten in vrijgevestigde praktijken gebruik maakt van een iPad binnen de behandeling. Tot slot zorgen sociale media ervoor dat logopedisten gemakkelijk contact kunnen houden en onderling informatie uit kunnen wisselen. Ook kunnen zij gemakkelijk en snel berichten over nieuwe behandelingen en evidentie, waardoor de kwaliteit van de begeleiding van cliënten gewaarborgd wordt.

Met dit onderzoek willen de onderzoekers inzicht geven in de manier waarop D/ES sociale media gebruiken en wat sociale media betekenen voor deze doelgroep. Hiermee zouden de onderzoekers logopedisten aanknopingspunten kunnen geven voor het gebruik van sociale media binnen de eigen praktijk.

1.2 Probleem- en vraagstelling

Met behulp van deze bachelorthesis hopen de onderzoekers erachter te komen of sociale media ervoor hebben gezorgd, of ervoor kunnen zorgen, dat D/ES kunnen participeren in de ‘horende maatschappij’. Daarnaast willen de onderzoekers inzicht krijgen in de voor- en nadelen die D/ES ondervinden bij het gebruik van sociale media en of deze overeen komen met de voor- en nadelen die H hierbij ondervinden. Bovenstaande probleemstellingen zijn omgezet in vragen. Dit is gedaan aan de hand van het PICO-systeem (Offringa, Assendelft, & Scholten, 2008).

Vraag 1

- P: doven en ernstig slechthorenden
- I: sociale media
- C: -
- O: participatie in de ‘horende maatschappij’

In welke mate zorgen sociale media ervoor dat doven/ernstig slechthorenden kunnen participeren in de ‘horende maatschappij’?

Vraag 2

- P: doven en ernstig slechthorenden
- I: sociale media
- C: horenden
- O: voor- en nadelen van dit medium

Welke voor- en nadelen ondervinden doven/ernstig slechthorenden van sociale media vergeleken met de voor- en nadelen die horenden ervan ondervinden? .

1.3 Verwachtingen

De onderzoekers denken dat sociale media D/ES een kans geven om beter te kunnen participeren in de ‘horende maatschappij’. Dit is echter wel vaak onbewust. Internet en sociale media zijn zo geïntegreerd in het dagelijkse leven dat je haast wel moet deelnemen. D/ES hebben meer mogelijkheden gekregen en zijn minder beperkt door sociale media. Zo denken de onderzoekers dat D/ES zelfstandiger zijn doordat ze schriftelijk met anderen (ook H) kunnen communiceren. Hiervoor hebben ze geen tussenpersoon, zoals een tolk, nodig. De communicatie tussen D/ES en H wordt vaak bemoeilijkt door de taalbarrière. Sociale media doorbreken deze barrière en maken het

voor beide groepen mogelijk contact met elkaar te zoeken. Daarnaast maken sociale media het voor D/ES onderling ook gemakkelijker om in contact te komen en contact te houden. De onderzoekers denken daarom dat sociale media de participatie van D/ES in de ‘horende maatschappij’ vergroot. D/ES zijn hierdoor veel zelfstandiger; ze kunnen zelf een berichtje sturen in plaats van dat iemand anders voor hen een telefoongesprek moet voeren. Wel vragen de onderzoekers zich af of D/ES wel behoefte hebben aan meer contact met H. Een van de onderzoekers heeft namelijk tijdens een minor Taal en Cultuur Nederlandse Gebarentaal het tegendeel ervaren. D/ES vormen vaak hun eigen gemeenschap en velen vinden het wel prima zo. Daar hoeven ze zich immers niet constant aan te passen en kunnen ze helemaal zichzelf zijn.

D/ES kunnen elkaar nu over de hele wereld opzoeken via het internet en sociale media. Eindelijk kunnen ze andere personen bereiken die in dezelfde situatie zitten als zij. Onderling begrip, problemen waar ze tegen aan lopen en tips kunnen op deze manier uitgewisseld worden (lotgenotencontact). Ook een telefoongesprek voeren van een gesprek via Skype zou voor D en ES mogelijk zijn, aangezien ze met een webcam kunnen communiceren aan de hand van gebarentaal. De onderzoekers verwachten dat bovengenoemde antwoorden uit het onderzoek naar voren komen. Daarnaast verwachten de onderzoekers dat de voor- en nadelen van sociale media die door beide groepen worden ondervonden, niet veel van elkaar zullen verschillen.

2. Theoretische achtergrond

In dit hoofdstuk beschrijven de onderzoekers de theoretische achtergrond behorende bij het onderzoek.

2.1 Wat zijn sociale media?

Wie via het internet op zoek gaat naar een duidelijke definitie van wat sociale media eigenlijk zijn, vindt hier verschillende antwoorden op. Wikipedia beschrijft, in de ogen van de onderzoekers, een van de meest duidelijke en volledige definities van het begrip, namelijk:

“Sociale media zijn platformen waar gebruikers, zonder of met minimale tussenkomst van een professionele redactie, de inhoud verzorgen. Het informeren en het delen en/of ontwikkelen van kennis staat hier centraal.”

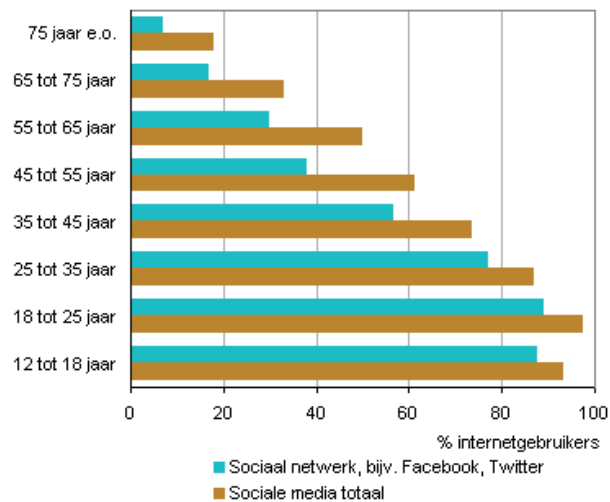
Volgens Moekotte (2012) lijkt deze definitie echter in het geding te komen door de snelheid waarmee sociale media zich ontwikkelen. Anderzijds richten sociale media zich op sociale interactie. Bij deze platformen, ofwel ‘sociale netwerken’, staat het onderhouden van vriendschappen, het ontwikkelen van een identiteit of het aangaan van nieuwe relaties centraal (Moekotte, 2012).

De laatste jaren is er een enorme opkomst van sociale netwerksites zoals Facebook, LinkedIn en Twitter.

“De invloed van sociale media neemt in razend tempo toe. Dit is op verschillende aspecten merkbaar: de wijze waarop men communiceert, samenwerkt, kennis deelt, relaties onderhoudt en gemeenschappen vormt.” (Moekotte, 2012).

Sociale media spelen een belangrijke rol in de huidige maatschappij. Mensen zijn en voelen zich erdoor empowered en betrokken. Hun mening in de huidige conversatiemaatschappij maakt iets uit: er wordt ook naar hen geluisterd (Bloem, J., Doorn, van, M., Duivestijn, S. en Sjöström, A., 2012). Eind 2010 zijn er al zo'n 10 miljoen Nederlanders op die verschillende netwerksites ingeschreven (Osch, van & Dijk, van, 2011). Dit geldt zowel voor de jonge – als oudere generaties en dit aantal is de afgelopen jaren alleen maar toegenomen.

Afbeelding 1 (Bighelaar & Akkermans, 2013) schetst een beeld van het gebruik van internet en sociale media in de leeftijdscategorieën van 12 tot 75 jaar en ouder in 2012:



Afbeelding 1. (Bighelaar & Akkermans, 2013)

Afbeelding 2 geeft het gebruik van sociale media onder de verschillende leeftijdsgroepen in Nederland weer. Deze gegevens zijn van eind januari 2014. Bijna 9 op de 10 Nederlanders maken gebruik van sociale media. Het Nederlands gemiddelde staat op 86%. Sociale media zijn de belangrijkste kracht achter de popularisering van het internet (Oosterveer, 2014).

Leeftijds-categorie	Leeftijdsverdeling gebruikers social media	Penetratie gebruik social media	Gemiddeld aantal social media platformen onder gebruikers
15 – 19 jaar	8%	99%	4
20 – 39 jaar	35%	97%	3
40 – 64 jaar	42%	84%	2
65 – 79 jaar	11%	68%	1
80+	3%	63%	1

Afbeelding 2.

2.2 Communicatieve functies van sociale media

Sociale media hebben vier verschillende communicatieve functies, namelijk: informeren, organiseren, presenteren en communiceren. In het volgende stuk zullen de onderzoekers deze functies verder toelichten en uitdiepen.

Ten eerste hebben sociale media de functie van informeren. Mensen zoeken via sociale media naar informatie. Het internet is inmiddels de ultieme database en staat los van plaats en tijd (Osch, van & Dijk, van, 2011). Daarnaast hebben sociale media de functie van organiseren.

“Met zelforganisatie doelen we op een systeem, dat zichzelf organiseert tot een structuur via reeksen interacties tussen mensen waarin zij afstemmen, imiteren en doorgeven. Dat leidt tot eenzelfde soort gedrag, ook wel massagedrag genoemd. Het is een proces waarin uit chaos orde wordt gecreëerd zonder dat er sprake is van centrale aansturing. Zelforganisatie verloopt via verbindingen tussen mensen, en die zijn weer resultaat van interacties.” (Aarts, 2012).

De volgende functie, is de functie van presenteren. Mensen presenteren zich op sociale netwerksites. Volgens van Osch & van Dijk (2011) voelt men zich uitgenodigd om via sociale media een gewenst imago van zichzelf te creëren. Men noemt dit zelfpresentatie; zelf bepalen hoe men wil overkomen op anderen. Als laatste hebben sociale media de functie van communiceren. Individuen, groepen, organisaties en bedrijven communiceren in toenemende mate via sociale media. Zo voert men onder andere gesprekken met elkaar via Facebook of Skype. Ook bedrijven zijn in toenemende mate actief op sociale media en vanuit verschillende doelstellingen: marketing, pr, klantenservice en klantenparticipatie. Ze gaan het gesprek aan met klanten en andere belanghebbenden voor een meer interactieve productieontwikkeling (Osch, van & Dijk, van, 2011).

2.3 Voor- en nadelen van sociale media

Sociale media hebben de wereld in korte tijd veroverd. Tegenwoordig zijn ze niet meer weg te denken uit het leven van de meeste mensen. Het is daarom duidelijk dat het gebruik ervan verschillende voordelen met zich meebrengt. Maar naast de voordelen kleven er ook verschillende nadelen aan sociale media. In deze paragraaf zullen de onderzoekers de voor- en nadelen van sociale media aan de orde brengen.

Ten eerste willen de onderzoekers de voordelen van het gebruik van sociale media bespreken. Want laten we eerlijk zijn, als die er niet waren, dan zouden sociale media nu niet zo'n grote plaats in ons dagelijks leven innemen. Sociale media zorgen ervoor dat er gemakkelijk, wereldwijd, (nieuwe) contacten kunnen worden gelegd en onderhouden. Een uitkomst die de wereld voor iedereen ineens stukken groter maakt.

Door de snelheid en het bereik van het medium, kan binnen enkele seconden iets gepost worden dat over de hele wereld te lezen is. Denk hierbij aan de dood van Michael Jackson; binnen enkele minuten verspreidde dit nieuws zich over de hele wereld. Op sociale media sites kan iedereen eenvoudig, in zijn eigen tijd de actualiteiten volgen (Kok, 2011). Een ander, uit onderzoek gebleken, voordeel is dat jongeren volgens Hekman (2010) meer zelfvertrouwen krijgen, wanneer zij positieve reacties ontvangen op hun profiel. Daarnaast kunnen jongeren op sociale media gemakkelijk hun gevoelens uiten en krijgen zij een gevoel van verbondenheid. Ook bedrijven profiteren van sociale media. Zij kunnen gemakkelijk en snel contacten leggen met klanten en reclame verspreiden. Op deze manier kunnen zij nieuwe doelgroepen bereiken. Tot slot kan er via sociale media snel en gemakkelijk informatie worden ingewonnen met een objectieve zoekactie. Politie maakt op deze manier bijvoorbeeld gebruik van sociale media om getuigen of verdachten op te sporen (Hekman, 2010).

Echter bestaan er ook nadelen aan het gebruik van sociale media. Volgens Kok (2011) kan een persoon of bedrijf op sociale media sites een bepaald imago neerzetten, dit imago hoeft niet overeen te komen met de werkelijkheid. Hierdoor kan de bezoeker van de pagina, van de persoon of het bedrijf, misleid worden. Daarnaast is er door alle persoonlijke informatie die door iedereen op het web in te zien is, nog nauwelijks sprake van privacy. Hierdoor kan een bedrijf bijvoorbeeld gebruik maken van informatie, die verkregen is via sociale media, tijdens een sollicitatieprocedure. De kandidaat wordt op deze manier niet meer neutraal benaderd. Daar komt bij dat het niet gemakkelijk is iets definitief te verwijderen van het internet. Hierdoor kan een verkeerd imago uit het verleden, een persoon of bedrijf altijd blijven achtervolgen. Er moet dus bedachtzaam om worden gegaan met welke informatie er op een profiel gepost wordt. Een ander negatief effect dat voorkomt wanneer er via internet gecommuniceerd wordt is, dat men elkaars gezichtsuitdrukkingen of intonatie niet kan zien en/of horen. Hierdoor kunnen misverstanden in de communicatie ontstaan en wordt communicatie minder persoonlijk. Omdat contact via sociale media minder persoonlijk is, durven veel mensen ook meer naar elkaar te uiten, dan wanneer ze ‘face-to-face’ met elkaar zouden communiceren. Online pesten is een gevolg van het gemakkelijker kunnen en durven uiten via sociale media. Ook is er met de komst van sociale media een hoge verwachting gecreëerd op een snelle respons, hierdoor ontstaat het effect dat personen te veel actief

zijn op de sociale media sites en dat daarmee hetgeen waar ze eigenlijk mee bezig zouden moeten zijn, zoals hun werk, niet naar behoren wordt uitgevoerd (Kok, 2011). Tot slot kunnen sociale media een verslavende werking hebben op personen die hier gevoelig voor zijn. Dit kan eveneens ernstige gevolgen hebben voor school- en werkprestaties die komen te lijden onder de vele uren die besteed worden aan het medium.

Sociale media hebben eveneens een aantal effecten die zowel positief als negatief uitgelegd kunnen worden. Zo hebben traditionele reclames, marketingcampagnes en overheidsvoorlichtingen het volgens van Osch en van Dijk (2011) een stuk lastiger in de huidige netwerkmaatschappij, doordat mensen meer en makkelijker toegang hebben tot informatie en dus breder geïnformeerd zijn. Enerzijds is dit goed, omdat men zo minder gemakkelijk bedonderd wordt, maar anderzijds is de informatie op internet lang niet altijd volledig en/of betrouwbaar. Hierdoor worden autoriteiten met kennis van zaken niet meer vanzelfsprekend geloofd. Daarnaast vervagen door sociale media traditionele scheidslijnen. Sociale media laten het onderscheid tussen interpersoonlijke communicatie en massacommunicatie (zowel zender als ontvanger is publiek) vervagen (Osch, van & Dijk, van, 2011).

“Onder interpersoonlijke communicatie wordt verstaan: een gesprek tussen twee of meer personen; een lezing voor een kleine groep mensen; een toespraak voor een kleine groep mensen. Bij massacommunicatie is er geen uitwisseling, maar slechts het aanbieden van informatie aan een groot en verspreid gebied, die onderling geen of nauwelijks contacten hebben.” (Veen, van, 2004).

Men kan als individu zijn eigen mening of visie in de openbaarheid brengen om zo na te gaan of deze steun krijgt van anderen. Men kan een eigen identiteit ontwikkelen door deze af te tasten bij anderen (Moekotte, 2012); men is geneigd een ideaalbeeld te creëren dat vooral in de smaak valt bij anderen. Maar ook deze ontwikkeling heeft een keerzijde. Als gebruiker van sociale media heeft men vaak niet door in welke omgeving men verkeert: in hoeverre is deze publiekelijk of privé? Wie heb ik nou daadwerkelijk tegenover me? Daardoor ziet men soms het verschil niet meer goed tussen informatie, voorlichting, propaganda en reclame. Ook in de politiek zetten de sociale media instituties onder druk. Begin 2011 werd er gesproken van de Facebook-revolutie in Egypte of de Twitter-revolutie in Tunesië. Dit zijn misschien ietwat overdreven

uitdrukkingen, omdat deze instrumenten niet in staat zijn een regering omver te werpen. Maar een krachtig mobilisatiemiddel is het wel (Osch, van & Dijk, van, 2011).

2.4 Doven/ernstig slechthorenden en sociale media

Ondanks de bovenstaand beschreven gunstige en minder gunstige ontwikkelingen die het gebruik van sociale media met zich meebrengt, zijn sociale media inmiddels volledig geïntegreerd in het dagelijks leven van de meeste mensen (Osch, van & Dijk, van, 2011). Internet wordt veel gebruikt in communicatie met anderen mensen. Instant Messaging en sociale media netwerk sites zijn in het leven gekomen als een alternatief sociaal milieu voor mensen. Voor veel D en ES kan online communicatie gemakkelijker zijn dan ‘face-to-face’ communicatie, aangezien de gesproken taal, die vaak een barrière is, uitblijft (Blom, 2013).

Ondanks dat de onderzoekers in deze bachelorthesis zich voornamelijk richten op sociale media, bevat de informatie uit de volgende artikelen met name onderzoeksresultaten met betrekking tot het internet in bredere zin.

Het internet is een medium dat het grootste deel van technische mogelijkheden voor communicatie bevordert (Kossyvaki & Varlamis, 2007). Er is volgens Valentine & Skelton (2008) veel literatuur beschikbaar over het internet en nieuwe media, maar waar minder aandacht aan besteed wordt is complexere relaties van sommige offline gemeenschappen.

Veel dagelijkse activiteiten van D waarbij communicatie en toegang tot, en het delen van, informatie betrokken is, is afhankelijk van de beschikbaarheid van gebarentaal (Valentine, Skelton & Levy, 2006). Communicatietechnologieën bieden D mogelijkheden voor grotere participatie in de sociale en zakelijke aspecten van hun leven (Power & Power, 2010). Zo is Skype een ideaal medium voor D, omdat dit ervoor heeft gezorgd dat er, op afstand, ‘face-to-face’ interacties kunnen plaatsvinden middels gebarentaal. Dit stimuleert tevens virtuele communicatie middels tekst, bijvoorbeeld e-mailen. Volgens Valentine & Skelton (2009) zijn D zo in staat om zowel met elkaar als met H te communiceren, zonder dat zij zich in dezelfde ruimte bevinden. Het internet kan D helpen “ontsnappen” aan sommige grenzen waar ze in de offline gemeenschap tegenaan lopen (Valentine & Skelton, 2008). Een Australisch onderzoek demonstreerde

dat D die gebarentaal gebruiken, ook mensen zijn die allerlei typen van elektronische communicatie gebruiken, namelijk email, instant messaging, fax en Short Message Service (SMS) op mobiele telefoons (Power & Power, 2010).

D/ES kunnen, net als alle andere internetgebruikers, online vriendschappen sluiten; de website van “Deaf UK” zorgt voor online vriendschappen door heel het Verenigd Koninkrijk. Tevens maakt het internet het mogelijk om hulpgroepen op te richten, voor bijvoorbeeld D met het syndroom van Usher, homo’s en lesbiennes, maar ook voor (ernstig) slechthorenden en mensen die niet doof geboren zijn (Valentine & Skelton, 2008). Zowel voor H als ook voor D geldt dat het internet niet alleen nationale, maar ook internationale contacten mogelijk maakt (Valentine & Skelton, 2008).

De onderzoekers citeerde een proefpersoon uit het onderzoek van Valentine & Skelton (2008):

“Mijn mening is dat het internet een briljante uitvinding is voor doven. Mijn meeste familieleden wonen in Amerika en India en voorheen kon er alleen gecommuniceerd worden via de telefoon, maar dat was voor mij dus niet mogelijk. Tegenwoordig kan ik gewoon met hen e-mailen (instant messaging). Mijn leven is hierdoor een stuk gemakkelijker geworden.”.

Het grootste deel van D (ongeveer 95%) is geboren in H gezinnen. Voorheen deden er zich problemen voor om, op afstand, met hun directe familie te communiceren. Het internet geeft hen de mogelijkheid om het communiceren te vergemakkelijken via e-mail of live chat. Dit versterkt hun band. Er is nog geen bewijs of het internet een significante rol speelt in het mogelijk ontwikkelen van vriendschappen voor D met H buiten hun directe familie om (Valentine et al., 2006).

Het internet zorgt ervoor dat D onderling kunnen afspreken waar ze heengaan; naar de pub of naar de sportschool. Het afspreken via internet stimuleert nog steeds het ‘face-to-face’ contact in de dovensamenleving (Valentine & Skelton, 2008). Behalve de verminderde belangstelling voor dovenclubs, zegt 85% van de internet gebruikende respondenten dat het internet de dovensamenleving juist aanmoedigt (Valentine & Skelton, 2008). Het internet maakt het voor dovenclubs namelijk mogelijk om informatie te delen; mensen zijn meer op de hoogte van wat er gaande is in de dovenclubs, zoals evenementen. In Nederland gebruikt men o.a. de Nederlandse Doven Agenda: hier vindt men een actueel programma van wekelijkse en maandelijkse

activiteiten en bijeenkomsten (www.dovenagenda.nl). Tevens zorgt het internet ervoor dat als er geen evenementen zijn, de dovengemeenschap alsnog contact heeft met elkaar (sociale media, chatrooms etc.) (Valentine & Skelton, 2008).

Wanneer mensen in staat willen zijn om optimaal te participeren in het dagelijks leven en toegang willen hebben tot zoveel mogelijk informatie, is internet tegenwoordig noodzakelijk (Valentine et al., 2006).

“We hoeven nergens meer naartoe: niet naar de winkel, niet naar het werk en al zeker niet naar vrienden en collega’s; die heb je online veel sneller bij de hand. Maar komt dan de kwaliteit van de communicatie en het overleg wel ten goede?” (Bloem et al., 2012).

De onderzoekers citeerde een ander proefpersoon uit het onderzoek van Valentine & Skelton (2008):

“Het internet maakt communiceren gemakkelijker. Ik hoef niet meer naar de winkel te gaan, ik kan het online bestellen. Door middel van het internet kan ik beter met (horende) mensen communiceren. Ik hoef hen in een e-mail niet te vertellen dat ik doof ben. Misschien behandelen ze me daardoor dan als een normaal persoon.”

D geven aan dat ze het internet niet gebruiken om vriendschappen te sluiten met H. Dit geeft aan dat D door internet niet meer sociaal geïntegreerd raken in de ‘horende maatschappij’ (Valentine et al., 2006). Het in staat zijn om met H te communiceren via internet, geeft D een groter gevoel van zelfverzekerdheid en gelijkheid ten opzichte van H. 45% van de respondenten van het onderzoek geeft aan online minder discriminatie van H te ervaren dan in het dagelijks leven. 70% van de respondenten geeft aan dat het gebruik van het internet hun kwaliteit van leven heeft vergroot (Valentine et al., 2006).

De onderzoekers citeerde nogmaals een ander proefpersoon uit het onderzoek van Valentine & Skelton (2008):

“Ik denk niet dat het internet me dichterbij de horende wereld gebracht heeft, maar het stelt me wel in staat om het beter aan te kunnen in de horende wereld.”

Uit het onderzoek van Blom (2013) blijkt dat D en ES meer moeite hebben met het ontwikkelen en onderhouden van vriendschappen dan H. Ook is de kwaliteit van vriendschap van D en ES lager, wanneer dit vergeleken wordt met H. Vriendschap van hoge kwaliteit leidt tot een hoger sociaal-emotioneel niveau en welzijn, positieve sociale ontwikkeling en betere aanpassingsmogelijkheden op school (Blom, 2013).

In het onderzoek van Blom (2013) suggereert men dat bij D en ES het creëren van vriendschappen bemoeilijkt wordt door de geografische afstand tussen andere D/ES, waardoor ze moeilijker met elkaar om kunnen gaan. Daarnaast hebben D/ES, ten opzichte van H, het probleem dat de communicatie een barrière kan zijn in het ontwikkelen van een vriendschap. De computer kan voor D/ES adolescenten een uitkomst zijn voor het onderhouden en ontwikkelen van hun sociale leven. Het internet geeft hun de mogelijkheid om te communiceren met andere D/ES maar ook H mensen. Daarnaast is het internet redelijk anoniem, waardoor de D/ES persoon zijn of haar handicap niet hoeft prijs te geven.

Helen Blom (2013) heeft voor haar master of science thesis, onderzoek gedaan naar de waarde van online activiteiten voor de kwaliteit van vriendschap en welzijn van D en ES adolescenten. Uit het onderzoek is gebleken dat de kwaliteit van vriendschap van D en ES adolescenten niet lager is dan de kwaliteit van vriendschap van H adolescenten. Dit blijkt wel het geval te zijn bij jongere D en ES. De D/ES die door middel van computer gebruik, online en offline vrienden hebben, blijken een hogere kwaliteit van vriendschap te hebben dan de D/ES die de computer niet gebruiken.

3. Methodologie

In dit hoofdstuk beschrijven de onderzoekers de methodologie behorende bij het literatuuronderzoek, het enquêteonderzoek en de inventarisatie van de onderzoeksvraag van deze thesis.

3.1 Needs assessment: literatuurstudie

Ter verdieping van de theoretische kennis omtrent het onderwerp en ter onderbouwing van de betrouwbaarheid van de bevindingen vanuit de onderzoeksvraag is er een gerichte literatuurstudie gedaan naar sociale media in de breedste zin van het woord; de voor- en nadelen die sociale media met zich meebrengen en aanverwante begrippen. Hierbij werd er, vanwege de relevantie, beoogd om zoveel mogelijk gebruik te maken van de meest recente literatuur, d.w.z. literatuur vanaf het jaar 2003. Deze keuze hebben de onderzoekers gemaakt door het zoveel mogelijk op zoek te gaan naar nieuwe inzichten met betrekking tot sociale media en de invloed ervan op het dagelijks leven van zowel D/ES als H. Middels een review (Baarda, 2009) heeft deze literatuurstudie gediend ter oriëntatie van de probleemsituatie en ter theoretische onderbouwing van de onderzoeksopzet.

3.2 Needs assessment: inventarisatie onderzoeksvraag

3.2.1 Onderzoeksdesign

Met behulp van open onderzoeksvragen wilden de onderzoekers graag zicht krijgen op o.a. opinies, standpunten, gebruik en ervaringen die D en ES hebben met betrekking tot sociale media. Dit werd gerealiseerd door een enquêteonderzoek onder deze doelgroep. In dat geval was er sprake van een kwalitatief, retrospectief onderzoek (Baarda, 2009). Tevens was er sprake van een transversale meting: elke participant heeft slechts één maal de betreffende enquête ingevuld. Echter behoorde de analyse van een aantal vragen uit de enquêtes tot een kwantitatieve verwerking van de resultaten; de verschillende variabelen werden gekoppeld aan cijfers om de kwaliteit van het onderzoek te waarborgen.

3.2.2 Onderzoekspopulatie

De volgende inclusiecriteria werden tijdens dit onderzoek gehanteerd:

Doven/ernstig slechthorenden	Horenden
Minimaal 30 personen tussen de 16 en 80 jaar die geletterd zijn, een gehoorverlies van 60 dB of meer hebben en die gebruik maken van sociale media.	Minimaal 30 personen tussen de 16 en 80 jaar die geletterd zijn, een gehoorverlies van 0 tot maximaal 30 dB hebben en die gebruik maken van sociale media.

Uitgesloten (exclusiecriteria) werden: personen die buiten de bovenstaande leeftijdscategorie vallen, analfabeten en mensen die geen gebruik maken van sociale media. Tevens werden licht tot matig slechthorende mensen (gehoorverlies tussen de 30 en 60 dB) van dit onderzoek uitgesloten.

3.2.3 Meetinstrument

Aan de hand van de bevindingen uit het literatuuronderzoek werden de enquêtevragen opgesteld. Het meetinstrument waarmee de onderzoekers de data hebben verkregen, is een semigestructureerde enquête (Baarda, De Goede en Meer & van der-Middelburg, 2007): de participanten kregen vaste vragen waarbij zij hun antwoord categoriseerden in een van de antwoordmogelijkheden. Er kwamen ook (gedeeltelijk) open vragen in de enquête aan bod, waarbij de participanten dus een open antwoordmogelijkheid hadden, maar ook deze vragen waren voor alle participanten identiek. De enquête was hoofdzakelijk bedoeld voor D en ES, maar ook H hebben deze ingevuld, omdat de onderzoekers het gebruik van sociale media van deze twee groepen wilden vergelijken. Dit leidde ertoe dat alle vragen uit de enquête beantwoord werden door D en ES en dat voor de H enkele vragen uitgesloten werden omdat deze niet van toepassing waren op hun situatie.

De betreffende enquête werd door de onderzoekers zelf opgesteld, welke in dit onderzoeksverslag in bijlage 1 gedetailleerd staat weergegeven. Deze is voorzien van feedback en aangepast na aanleiding van een pilot.

De domeinen die onder andere centraal stonden in de enquête waren: of D/ES d.m.v. sociale media beter kunnen participeren in de ‘horende maatschappij’ en welke voor- en

nadelen zowel D/ES als H van sociale media ervaren. De betrouwbaarheid van het gehanteerde instrument kon, vanwege het kwalitatieve onderzoeksdesign, in mindere mate getoetst worden in vergelijking met een kwantitatief onderzoek. Het ging immers voornamelijk om een inventarisatie van subjectieve gegevens.

3.3 Procedure

3.3.1 *Participanten*

Na het opstellen van de in- en exclusiecriteria werd een start gemaakt met het werven van participanten. Deze steekproef is gerealiseerd middels het verspreiden van de enquête via e-mail. De onderzoekers hebben een selectie gemaakt van organisaties die relevant leken om de doelgroep van het onderzoek te kunnen benaderen (selecte steekproef). De daadwerkelijke participanten van het onderzoek behoorden tot een aselechte steekproef, ofwel een willekeurig deel van de benaderde doelgroep participeerde in het onderzoek. Ook werd de enquête via sociale media verder verspreid, zodat er een groter deel van de doelgroep benaderd kon worden (sneeuwbaaleffect). De onderzoekers hebben gekozen voor deze werkwijze, omdat het wegens praktische en tijdsgebonden redenen niet haalbaar was om de gehele populatie te onderzoeken.

3.3.2 *Dataverzameling*

Om het aantal participanten en de respons zo veel mogelijk positief te beïnvloeden, zijn de onderzoekers als volgt te werk gegaan: na het opstellen van de enquête hebben de onderzoekers een pilot uitgevoerd. De deelnemers van deze pilot waren logopediestudenten uit jaar 3 en 4 van Zuyd Hogeschool te Heerlen. Aan de hand van de feedback op deze enquête, hebben de onderzoekers nog een aantal aanpassingen gedaan, met name met betrekking tot de vraagstellingen van de enquête (bijlage 2).

Vooraf hebben de onderzoekers een lijst opgesteld met organisaties via wie zij dachten de doelgroep; D en ES, te kunnen bereiken. Dit zijn voornamelijk organisaties opgericht voor en door D en ES. Deze lijst is terug te vinden in bijlage 4: contactlijst enquête. Hierin zijn ook de manier en de data van contactopname terug te vinden. Deze organisaties zijn via e-mail of via sociale media benaderd. Het bericht dat naar de organisaties is uitgegaan kan men teruglezen in bijlage 3. Via de organisaties kon de enquête verspreid worden door de link van de enquête naar de doelgroep te sturen of

deze online te zetten. Organisaties waarvan binnen één week geen reactie werd vernomen, werden nogmaals benaderd. Vervolgens werd er na één maand nogmaals contact opgenomen, wanneer er geen reactie vernomen was. Twee maanden lang stond de enquête voor deze doelgroep online. Binnen deze periode hebben 112 personen deelgenomen aan de enquête. Deze groep van 112 personen bestaat uit zowel D/ES als H personen.

Om de uitkomsten van D en ES te vergelijken met de uitkomsten van H, hebben de onderzoekers de enquête via hun persoonlijke Facebookpagina onder de aandacht van H vrienden en familieleden gebracht. Deze enquête heeft één maand online gestaan; binnen deze periode hebben 44 personen de enquête ingevuld.

3.3.3 Data-analyse en rapportage

De onderzoekers hebben de resultaten die uit de enquêtes naar voren zijn gekomen, in kaart gebracht door de open en gesloten vragen van elkaar te scheiden. De gesloten vragen zijn kwantitatief weergegeven op basis van reeds bestaande antwoordcategorieën. De ruwe data werden overzichtelijk gemaakt en werden uitgedrukt in percentages. Indien bij een vraag om een motivatie werd gevraagd, werd deze motivatie onder de grafiek, in een beschrijvende tekst, weergegeven. Bij de vragen 18, 19, 20 en 21 was er sprake van dichotomie; de vraag kende dan slechts twee mogelijke meetwaarden (te weten ja/nee). Alle gesloten vragen worden in hoofdstuk vier weergegeven middels grafieken/diagrammen, welke tot stand zijn gekomen middels het invoeren van de resultaten in Excel. Naast grafieken en diagrammen werden deze resultaten ook beschrijvend toegelicht en staan de open vragen (vraag 13, 15, 17, 22, 23, 24) beschrijvend weergegeven in hoofdstuk vier.

Meetwaarden voortkomend uit open vragen werden operationeel gemaakt op basis van nominale antwoordcategorieën (categorieschalen), welke waren ingedeeld op basis van de onderwerpen die in de betreffende open vragen aan bod kwamen. Bij de open vragen hebben de onderzoekers de exacte woorden van de respondenten gebruikt, om zo de objectiviteit van de gegevens te waarborgen. De onderzoekers hebben aan de betreffende vragen percentages gekoppeld, om zo het vergelijken van de gegevens te vergemakkelijken. Hoofdstuk vier bevat een objectieve weergave van deze resultaten.

4. Resultaten

In dit hoofdstuk beschrijven de onderzoekers de resultaten die zijn voortgekomen uit het onderzoek.

4.1 Respondentenaantal

De enquête heeft twee maanden online gestaan voor de doelgroep D en ES in de leeftijd van 16 tot 80 jaar. Binnen deze periode hebben 112 personen deelgenomen aan de enquête. Ook hebben de onderzoekers, via hun persoonlijke Facebookpagina, de enquête onder de aandacht van H (voornamelijk vrienden, familieleden en kennissen van de onderzoekers) gebracht. Deze enquête heeft één maand online gestaan. Binnen deze periode hebben 44 personen deelgenomen. In totaal is de enquête dus door 156 personen ingevuld.

Respondenten die op de vraag ‘Maakt u gebruik van sociale media?’ met ‘nee’ antwoordden, vielen buiten de doelgroep en werden uitgesloten bij het verwerken van de resultaten. Dit was het geval bij 11 respondenten. Daarnaast viel er één persoon buiten de vooraf gestelde leeftijdsgrens. Ook de resultaten van deze persoon werden uitgesloten.

Tot slot hebben de onderzoekers besloten om de licht tot matig slechthorenden (gehoorverlies van 30-60 dB), die aan de enquête deelgenomen hebben, uit te sluiten. Bij het opstellen van de onderzoeksvragen, hebben de onderzoekers zich namelijk gericht op twee doelgroepen, de D en ES, en de H. Voor deze twee groepen zijn exclusiecriteria opgesteld. Dit zorgde ervoor dat de licht tot matig slechthorenden in geen van beide groepen opgenomen konden worden. Er was een mogelijkheid om deze groep als een derde, aparte groep op te nemen, maar vanwege het beperkte aantal geënquêteerden in deze groep, slechts 15 personen en het beperkte tijdsbestek, hebben de onderzoekers dit niet doorgevoerd. In totaal beschikten de onderzoekers dus over 129 enquêtes die voldeden aan de vooraf gestelde criteria. In onderstaande resultaten wordt er alsnog meerdere malen gesproken over slechthorenden; dit woord is afgekort, namelijk met SH. Dit betreft informatie uit citaten van de respondenten. Wanneer zij in hun antwoorden spraken over SH, hebben de onderzoekers dit ook overgenomen in de uitgewerkte resultaten.

Omdat de participanten op de meeste vragen meerdere antwoorden mochten geven, zijn de totaal percentages, per groep, hoger dan 100%.

In tabel 1 is zichtbaar hoeveel mannen en vrouwen per groep, D/ES en H, de enquête hebben ingevuld. In tabel 2 staat aangegeven in welke leeftijdscategorieën de respondenten zich bevinden (per groep).

D/ES		H	
31 vrouwen	17 mannen	63 vrouwen	18 mannen

Tabel 1

Leeftijd	Aantal D/ES	Percentage D/ES	Aantal H	Percentage H
16 -25	9	18,75%	53	65,43%
26-35	7	14,58%	15	18,52%
36-45	7	14,58%	7	8,64%
46-55	7	14,58%	7	8,64%
56-65	7	14,58%	5	6,17%
66-75	4	8,33%	0	
76-85	1	2,98%	0	

Tabel 2

4.2 Indeling respondenten

De respondenten zijn door de onderzoekers opgedeeld in groepen op basis van hun gehoor.

- Doof (> 90 dB gehoorverlies) 28 personen
- Ernstig slechthorend (60-90 dB gehoorverlies) 20 personen
- Geen bijzonderheden 81 personen
- Totaal 129 personen

4.3 Reacties op enquête door doelgroep via sociale media

De enquête is op verschillende doelgroepgerichte Facebook pagina's geplaatst. Zoals eerder in deze thesis beschreven wordt zijn sociale media een middel om met elkaar in contact te komen. "Zonder, of met minimale tussenkomst van een professionele redactie, wordt de inhoud door de gebruikers verzorgd. Het informeren en het delen

en/of ontwikkelen van kennis staat hier centraal. (Wikipedia, 2010).”. In dit geval waren de onderzoekers en de participanten de gebruikers van sociale media. De onderzoekers wilden informeren naar de ervaring van D/ES met sociale media. De participanten wilden op hun beurt deze kennis delen door de enquête in te vullen. Daarnaast hebben verschillende participanten een reactie op de enquête gegeven. Zo is er door verschillende participanten feedback gegeven op verschillende vragen in de enquête. Deze feedback wordt meegenomen in de discussie van het onderzoek. Op een sociaal netwerk pagina is onder de participanten een kleine discussie ontstaan over de uitkomst van dit onderzoek. De meningen, ervaringen en hypothesen die in deze discussie uitgesproken worden zijn erg interessant aangezien deze van de participanten/doelgroep zelf komen. Hieronder is de discussie terug te lezen. Doordat (schrijf)taalontwikkeling vaak moeilijker verloopt bij D en ES personen komen er mogelijk spelfouten voor in onderstaande discussie. Deze zijn niet verbeterd aangezien de onderzoekers de discussie letterlijk over wilden nemen.

Facebookgebruiker 1: *“Ingevuld. Volgens mij zijn er gewoon geen verschillen tussen doven en horenden in het gebruik van social media. Het ligt meer aan de opleidingsniveau over welke onderwerpen je het bespreekt op social media. En doven zijn ook eenmaal mensen net als horenden...”*

Facebookgebruiker 2: *“En volgens mij juist wel verschillen @ Facebookgebruiker 1 als je beseft dat de social media voor de doven de spraak en radio hebben vervangen cq overgenomen waar ze anders toch vrijwel niets aan hadden. Het is maar net onder welke invalshoek je het bekijkt.”*

Facebookgebruiker 3: *“Aansluitend op Facebookgebruiker 2 zijn motivatie is het social media voor mij een soort openbaring wat communicatie betreft. Want voorheen was ik voor communicatie via telefoon veelal afhankelijk van mijn horende ouders wat soms voor mij frustraties opleverde (onbegrip naar doven toe). Door social media kan ik zelfstandig problemen oplossen. Een voorbeeld: Kortgeleden had ik problemen met UPC Horizon. Normaliter correspondeer ik via e-mail met UPC maar communicatie via e-mail gaat niet snel. Ik alternatief gezocht .. via FB via persoonlijke berichten prima service van UPC gekregen. Probleem naar mijn idee/gevoel vrij snel opgelost. Kortom voor doven lijkt social media een prima alternatief t.o.v. een telefoon!”*

Facebookgebruiker 1: *“Facebookgebruiker 2 en Facebookgebruiker 3 klopt, maar geldt dat ook niet voor horenden? Per persoon, doof of horend, hebben verschillende behoeftes aan social media. En hieruit blijkt dat ze een onderzoek doen hoeveel invloed social media heeft op het dagelijkse leven van doven en slechthorenden, en ik vind dat er gewoon hetzelfde is als die van horenden. En natuurlijk is communicatie via social*

media heerlijk voor doven, maar dat is niet de onderzoeksvraag hier.. dan kan je beter andere onderzoeksvraag instellen, iets met elektronische communicatie per mail, whatsapp, persoonlijke berichten etc.”.

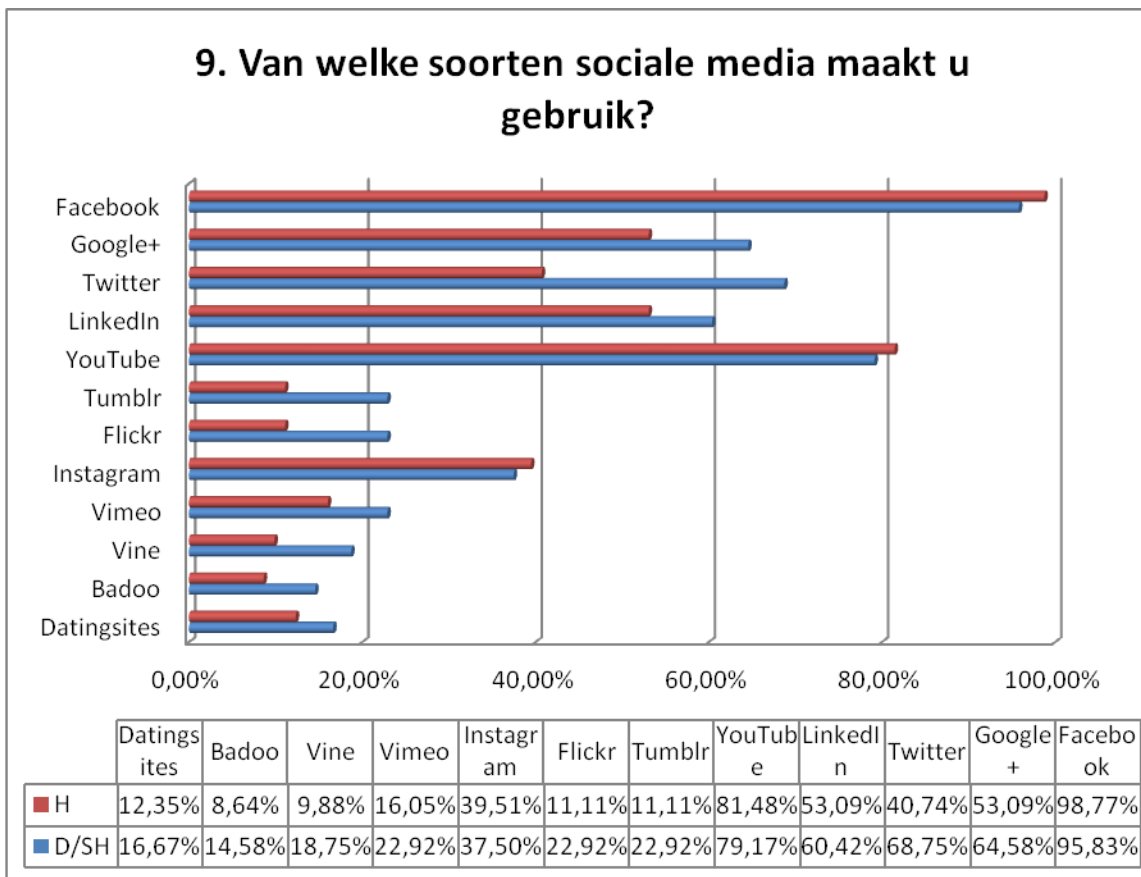
Facebookgebruiker 4: *“Wat Facebookgebruiker 3 zegt, is dat heel juist. Mijn compliment! En de verschillen tussen de horenden en doven in mijn leeftijdscategorie is er wel juist, bij de horende ietsje minder. Want de horenden bellen juist meer en de doven bijna helemaal niets. Daaruit gebruiken de doven social media juist meer....”.*

Onder deze vier D gebruikers van sociale media zijn de meningen verdeeld. Eén persoon denkt dat er geen verschil is in het gebruik van sociale media tussen D en H. De anderen geven aan dat ze meer voordeel van sociale media ervaren ten opzichte van H. Allemaal sluiten ze zich aan bij het feit dat sociale media er bij D voor zorgen dat communicatie met anderen vergemakkelijkt, daar waar H ook op andere manieren met elkaar kunnen communiceren. Dit laatste bevestigt de resultaten van het enquêteonderzoek en van de vooraf gestelde verwachtingen van de onderzoekers.

4.4 Resultaten enquête

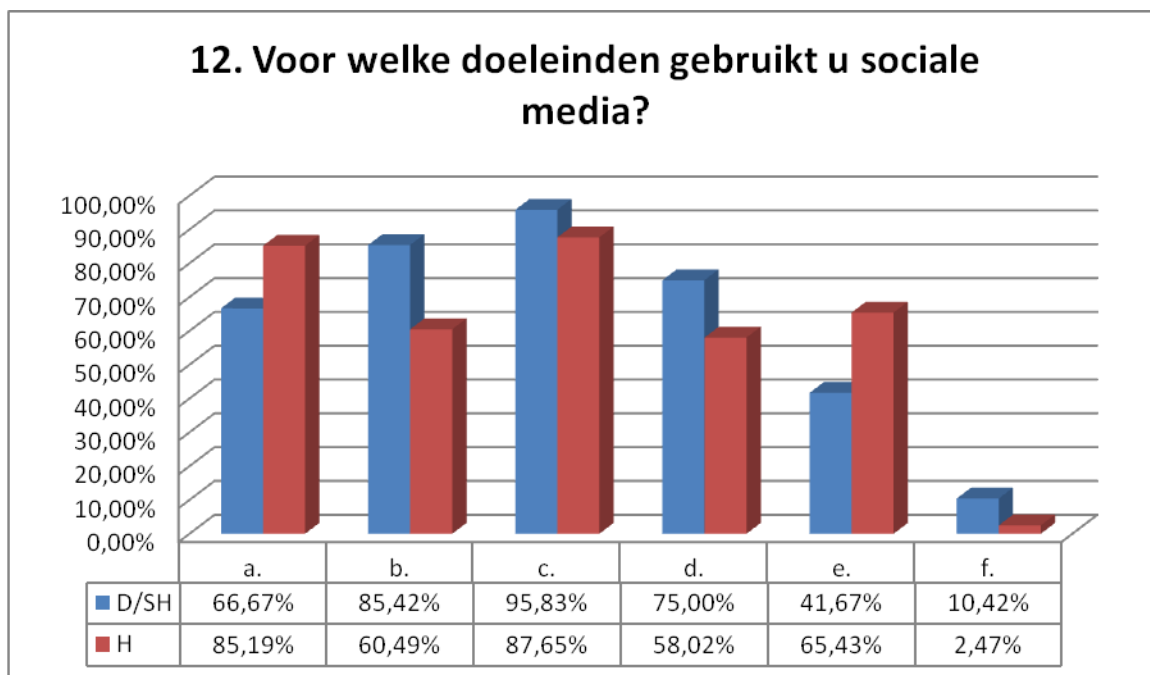
Hieronder vindt u de resultaten van de enquête die de onderzoekers opgesteld hebben. De resultaten van de D en ES respondenten zijn steeds afgezet tegen die van de H respondenten, om zo een beeld te krijgen van verschillen en overeenkomsten in antwoorden. Bij de open vragen die door zowel H als D/ES zijn ingevuld, kon iedere participant meerdere antwoorden geven. Om een overzicht te krijgen van de verschillende antwoorden op deze open vragen, hebben de onderzoekers besloten de antwoorden te categoriseren. Gelijksortige antwoorden zijn onder een bepaalde noemer geplaatst waardoor er percentages berekend konden worden. Tijdens het beschrijven van de resultaten hebben de onderzoekers er voor gekozen om verschillende citaten van participanten weer te geven. Deze zijn letterlijk overgenomen uit de enquête en kunnen mogelijk spelfouten bevatten.

Om te achterhalen of er verschillen zijn in het gebruik van de verschillende vormen van sociale media tussen de beide groepen, is de vraag ‘Van welke soorten sociale media maakt u gebruik?’ (vraag 9) opgesteld. De uitkomsten van deze vraag zijn weergegeven in grafiek 1.



Grafiek 1

Ook wilden de onderzoekers graag weten of de doeleinden waarvoor sociale media gebruikt worden, bij beide groepen overeen komen of juist verschillen? Dit werd onderzocht met de vraag ‘Voor welke doeleinden gebruikt u sociale media?’ (vraag 12), waarvan de resultaten terug te vinden zijn in grafiek 2. De onderzoekers hebben de respondenten bij deze vraag een aantal antwoordmogelijkheden gegeven. De verschillende antwoordmogelijkheden en de antwoorden die gegeven zijn door de respondenten, zijn terug te vinden onder grafiek 2.



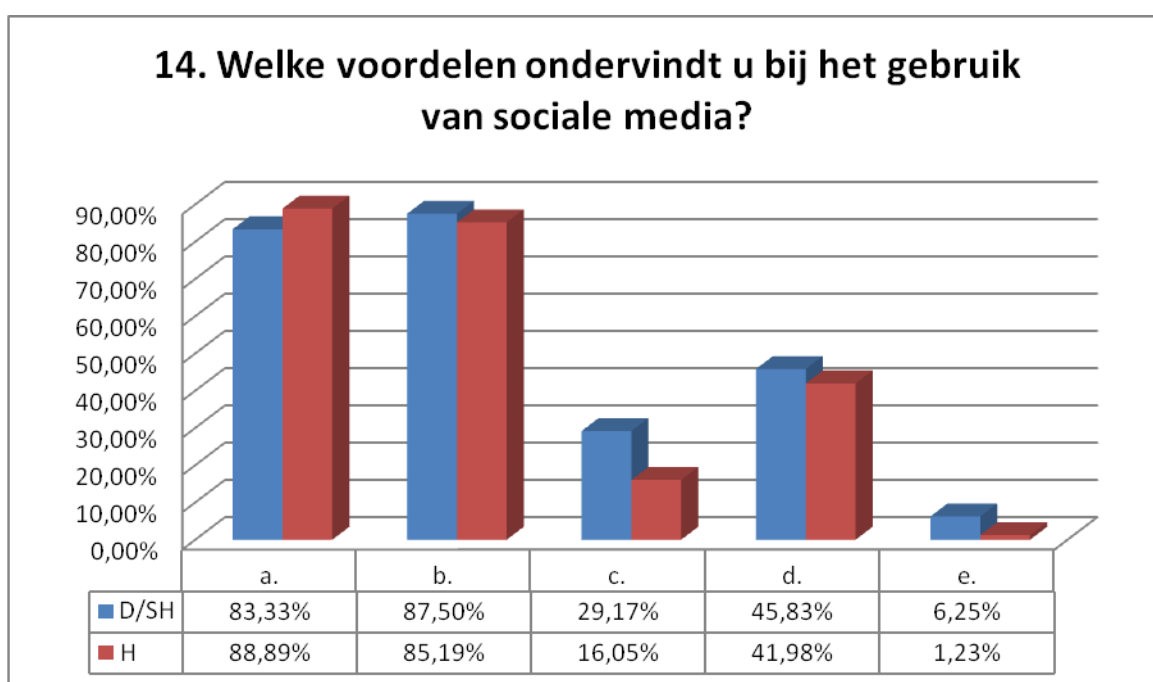
Grafiek 2

a. Tijdverdrijf/amusement, b. Op de hoogte blijven van nieuws, c. Op de hoogte blijven van bezigheden van familie/vrienden/kennissen, d. Onderhouden van nieuwe/bestaande contacten, e. Onderhouden van zakelijke contacten (school, werk) en f. Anders, namelijk.

Antwoordmogelijkheid f. ‘anders, namelijk’ is door zes D/ES en door twee H ingevuld. Bij de D/ES werden hier de antwoorden: *“PR”, “mijn wijsheid wordt groter”, “informatie/routeplanner/etc.”, “herzien Statenbijbel”* en *“doorgeefluik van Greenpeace/Amnesty/e.d”* gegeven. De H gaven hier als antwoord: *“Facebook gezamenlijke groepen om af te spreken”* en *“muziek luisteren op YouTube”*.

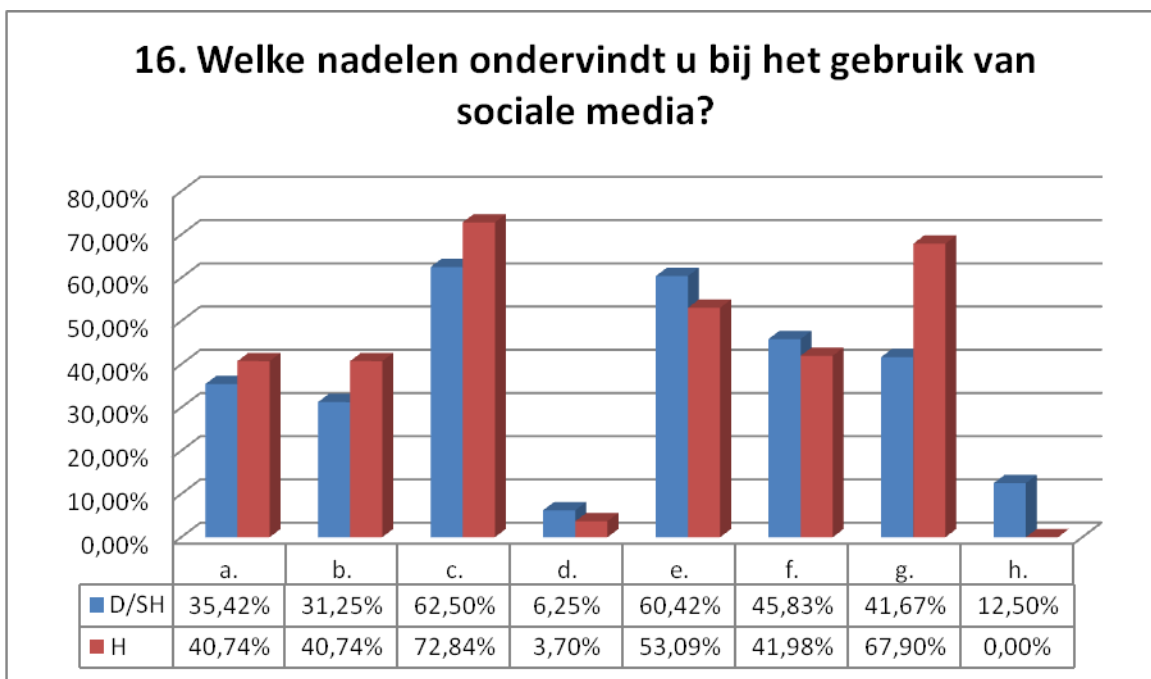
Om te onderzoeken of de D/ES en H dezelfde of andere voordelen en nadelen ondervinden bij het gebruik van sociale media, zijn de vragen ‘Welke voordelen ondervindt u bij het gebruik van sociale media?’ (vraag 14, grafiek 3) en ‘Welke nadelen ondervindt u bij het gebruik van sociale media?’ (vraag 16, grafiek 4) opgesteld. Ook hier hebben de onderzoekers de respondenten een aantal antwoordmogelijkheden gegeven. Deze zijn steeds terug te vinden onder de grafiek van de desbetreffende vraag. De respondenten hadden ook hier weer de mogelijkheid om voor ‘anders, namelijk’ te kiezen. Bij de vraag naar de voordelen, waren er drie D/ES en één H respondent die hier iets ingevuld hadden. De D/ES kwamen met de antwoorden: *“eigenlijk geen”, “makkelijker contact met lotgenoten”* en *“woordkennis en ervaringen*

delen” en de H respondent kwam met het antwoord: “*entertainment zelf uitkiezen i.t.t. wat op tv is*”. Bij de vraag naar de nadelen waren er zes D/ES die hier iets ingevuld hadden. Zij kwamen met de volgende antwoorden: “*weet niet wat er daar wordt afgespeeld*”, “*niet goed gauw reageren van elke dove dan horende!*”, “*nadeel: snel gemaakte (woord)grappen komen vaak niet goed over, net zo min dat sarcasme gezien wordt. In real life kun je nog vriendelijk lachen en gebaren dat het een grapje was*”, “*mis het non-verbale*”, “*minder contact in maatschappij/thuis*” en “*gebrek aan echte openheid, echt contact en oogcontact*”.



Grafiek 3

a. Sneller op de hoogte (wat betreft nieuws, informatie, etc.), b. Makkelijk contact leggen et anderen (hoever zij ook bij u vandaan zijn), c. Meer zelfvertrouwen, door bijv. positieve reacties op uw online profiel, d. Het onderhouden/uitbreiden van zakelijke contacten, e. Anders, namelijk.



Grafiek 4

a. U (of iemand anders) kan een bepaald imago creëren, dat niet hoeft te kloppen, b. Hoge verwachtingen wat betreft snelle respons, c. Alles dat geplaatst wordt is voor eeuwig op internet terug te vinden, d. Verminderd zelfvertrouwen, door bijv. negatieve reacties op uw profiel, e. Minder privacy, f. Verslavingsgevoelig, g. Miscommunicatie, h. Anders, namelijk.

Vraag 15 luidde ‘Welke voordelen ondervindt u bij sociale media ten opzichte van ‘face-to-face’ contact?’. Deze open vraag is door zowel de H als de D/ES ingevuld.

- **Voordelen t.o.v. ‘face-to-face’ contact D/ES**

Verschillende participanten, ongeveer 8%, geven aan dat ze geen voordelen ervaren, bij het gebruik van sociale media ten opzichte van ‘face-to-face’ contact. Als we kijken naar het meest gegeven antwoord, dan valt dat onder de noemer ‘geen beperkingen doordat de communicatie gemakkelijker verloopt’. Ruim 37 % heeft een antwoord onder deze noemer gegeven. Veertien participanten zeggen dat de communicatie gemakkelijker verloopt en dat ze geen beperkingen in de communicatie ervaren doordat sociale media geen beroep doen op het gehoor. “*Je hoeft niet te luisteren*”, “*Geen beperkingen in de communicatie*” en “*Geen kloof van doofheid*” zijn voorbeelden van antwoorden. Zeven personen geven aan dat de communicatie via sociale media minder vermoeiend verloopt dan ‘face-to-face’ contact. Zes keer wordt er aangegeven dat er via sociale media minder misverstanden ontstaan, één persoon geeft hierbij aan dat hij zich

via sociale media beter uit kan drukken, omdat hij tijdens ‘face-to-face’ contact vaak niet op de juiste woorden kan komen. Antwoorden als *“Je kan precies zien wat mensen zeggen, dus geen risico dat je ‘t verkeerd verstaat.”* en *“Weinig misverstanden”* worden ook genoemd. Drie personen geven aan dat ze informatie sneller begrijpen of kunnen overbrengen aan anderen. Daarnaast zijn er nog vier personen die aangeven dat ze zich gelijkwaardig voelen in de communicatie met anderen, waarbij één persoon zegt dat hij nu ‘mee kan doen met de rest’ omdat hij gesproken communicatie vaak niet kan volgen. *“Heel sociaal voor doven!”* en *“Kennismaking met horenden zonder communicatieproblemen”* worden hierbij als antwoord gegeven. Tot slot geeft één persoon aan dat hij via sociale media geen last heeft van zijn opgebouwde sociale fobie, zegt één persoon dat hij meer informatie krijgt via sociale media ten opzichte van ‘face-to-face’ contact en geven twee personen aan dat ze nu mogelijkheid hebben om contact te hebben met bekenden die ver weg wonen, aangezien telefoneren geen optie is.

31% van de D/ES geeft aan dat ze het een voordeel vinden dat er via sociale media gemakkelijker en sneller contact kan worden gelegd met anderen. Ze zeggen dat het contact via sociale media laagdrempelig is en dat je vanuit thuis snel en kort contact kunt hebben met anderen. Ruim 12% geeft aan dat ze het feit, dat je niet tijd- en plaatsgebonden bent in het contact met anderen, een voordeel vinden van sociale media ten opzichte van ‘face-to-face’ contact. Drie personen geven aan dat contact gemaakt kan worden wanneer het hen uitkomt en drie zeggen dat het overbruggen van afstanden niet nodig is. Ook vindt ruim 12% de grote bereikbaarheid van sociale media een voordeel ten opzichte van ‘face-to-face’ contact. Drie personen zeggen dat ze het een voordeel vinden dat er meerdere personen tegelijkertijd bereikt kunnen worden. Twee personen vinden de snelheid van sociale media een voordeel. Bijna 19% ervaart de snelheid van het op de hoogte zijn van anderen en het nieuws een voordeel van sociale media ten opzichte van ‘face-to-face’ contact.

Ten slotte is er 4% die het luchtige contact via sociale media een voordeel vindt, 4% die minder isolement ervaart door het gebruik van sociale media en dit als een voordeel ziet en is er 4% die het een voordeel vindt dat er geen reiskosten verbonden zijn aan het gebruik van sociale media ten opzichte van ‘face-to-face’ contact.

- **Voordelen t.o.v. ‘face-to-face’ contact H**

Ruim 13% van de H ondervindt geen voordelen van sociale media ten opzichte van ‘face-to-face’ contact. Bijna 10% vindt het een voordeel dat er sprake is van minder beperkingen doordat communicatie gemakkelijker verloopt. Zo zegt men bijvoorbeeld: *“Ik durf meer op een directe manier te zeggen. Ik kan praten met mensen die ik ‘face to face’ misschien niet zo snel zou aanspreken.”* en *“Betere woordkeuze, je hebt meer tijd om er over na te denken. (ik heb weleens last van woordvindingsproblemen)”*.

Het gemakkelijker en sneller contact kunnen leggen via sociale media ten opzichte van ‘face-to-face’ contact, ervaart ruim 44% van de H als voordeel. Negentien van deze personen geven aan dat ze de drempel om contact te leggen minder hoog vinden. Elf van deze negentien personen geeft aan meer te durven zeggen en vragen via sociale media. Ook vinden acht van deze negentien personen het gemakkelijker contact te maken met minder bekende personen. Twaalf personen vinden het een voordeel dat het contact en uitwisselen van informatie via sociale media zo snel kan verlopen.

Bijna 26% heeft een antwoord gegeven dat geplaatst kan worden onder de noemer ‘niet tijd- en plaatsgebonden.’ Zeven personen zeggen dat het fijn vinden dat ze kunnen reageren wanneer ze zin en tijd hebben. Elf personen ervaren het een voordeel dat ze grote afstanden kunnen overbruggen doordat ze toch contact kunnen hebben met personen die ver weg wonen of op reis zijn via sociale media: *“Je kunt makkelijk contact onderhouden met mensen die verder weg wonen of aan het reizen zijn. Blijft op de hoogte van iemands leven ondanks je deze persoon niet meer zo vaak ziet of elkaar uit het oog bent verloren.”*.

Daarnaast zijn er nog vijf personen die aangeven het als een voordeel te zien dat ze via sociale media tijd besparen ten opzichte van ‘face-to-face’ contact.

Ruim 13% vindt de bereikbaarheid met andere personen en groepen die mogelijk is via sociale media een voordeel ten opzichte van ‘face-to-face’ contact. Acht personen vinden het gemakkelijk dat het via sociale media mogelijk is een grotere groep mensen te kunnen bereiken. Het feit dat mensen via sociale media 24 uur per dag bereikbaar kunnen zijn vinden 3 personen een voordeel.

Iets meer dan 7% ervaart het snel op de hoogte zijn van anderen en van het nieuws en het kunnen delen van informatie als een voordeel van sociale media. Hierbij geven 4 personen aan dat ze het handig vinden dat ze toegang hebben tot informatie van personen waardoor ze meer over deze personen te weten kunnen komen. Slechts 1% vindt het een voordeel dat het contact via sociale media vaak luchtig is. Bijna 4% vindt het een voordeel contact te kunnen houden met oude bekenden via sociale media en bijna 4% vindt het kunnen maken van afspraken via sociale media een voordeel ten opzichte van 'face-to-face' contact.

Zowel de D/ES als de H participanten hebben antwoord gegeven op vraag 17: 'Welke nadelen ondervindt u bij sociale media ten opzichte van 'face-to-face' contact?'.

- **Nadelen t.o.v. 'face-to-face' contact D/ES**

Ongeveer 10% geeft aan geen nadelen van sociale media te ervaren ten opzichte van 'face-to-face' contact.

Van alle D en ES geeft 35% aan dat ze miscommunicatie een nadeel vinden. Tien personen geven aan dat er miscommunicatie kan ontstaan doordat men via sociale media elkaars gezichtsuitdrukking, lichaamstaal en intonatie niet kan zien en horen. Geschreven tekst kan hierdoor verkeerd geïnterpreteerd worden. Andere antwoorden die onder de noemer 'miscommunicatie' geplaatst zijn luiden: *"Kans op miscommunicatie door zwakker taalgebruik bij vele doven"*, *"Eenmaal conflict is moeilijk op te lossen door gebrekkig aan taalkennis tussen de doven"* en *"Snel gemaakte (woord)grappen komen vaak niet goed over, net zo min dat sarcasme gezien wordt. In real life kun je nog vriendelijk lachen en gebaren dat het een grapje was"*.

Ruim 19% vindt het een nadeel dat er door sociale media minder sprake is van privacy. Hierbij geven vier personen aan het een nadeel te vinden dat meerdere mensen je berichten kunnen lezen. Bijna 46% geeft aan dat ze het contact via sociale media onpersoonlijker vinden dan 'face-to-face' contact. Acht personen benoemen letterlijk dat het contact onpersoonlijk/minder persoonlijk is en twee personen zeggen dat het contact minder gezellig is. Acht personen missen het persoonlijke contact/de persoonlijke ontmoeting. Twee personen vinden dat via de sociale media het contact minder diepgaand is. Andere antwoorden zijn: *"Face to face contact kun je niet*

wegklikken” en *“Je bent alleen (en zit achter de computer) en niet zoals je leeftijdsgenoten in de kroeg etc.”*.

Er is 14% van de D/ES die het een nadeel vindt dat er door de sociale media minder ‘face-to-face’ contact ontstaat: *“Je ziet je familie, je vrienden en je kennissen veel minder”*.

Ruim 16% van de D en ES vinden het een nadeel dat men via sociale media misleidt kan worden. ‘Mensen kunnen zich via sociale media anders voordoen dan dat ze zijn’, wordt door vier personen gezegd. Ook wordt door twee personen aangegeven dat er gemakkelijk geroddeld kan worden via sociale media. Van alle D en ES geeft 4% aan dat ze het een nadeel vinden dat ze zich via sociale media verplicht voelen te reageren. Slechts 2% vindt de verslavingsgevoeligheid van sociale media een nadeel.

Zowel in de categorieën ‘individualisering’, ‘geen direct antwoord krijgen’, ‘tijdrovend’ en ‘veel zinloze informatie’ plaatst 6% een antwoord. Ook is er 6% die het minder sociale gedrag tijdens sociale bijeenkomsten een nadeel vindt: *“Soms weten mensen al dingen via Facebook en is het minder leuk om ze zelf te vertellen”*.

Tot slot geeft 2% aan dat ze de reclame die verspreid wordt via sociale media een nadeel vindt en is er 2% die het online pesten als nadeel ziet.

- **Nadelen t.o.v. ‘face-to-face’ contact H**

Bijna 10% geeft aan geen nadelen te ondervinden door gebruik van sociale media ten opzichte van ‘face-to-face’ contact. Onder de noemer ‘miscommunicatie’ geeft 37% een antwoord. Twintig personen vinden het een nadeel dat door het gemis van intonatie, gezichtsuitdrukking en lichaamstaal miscommunicatie kan ontstaan doordat informatie verkeerd geïnterpreteerd wordt.

Van alle H vindt 17% het een nadeel dat er door sociale media minder sprake is van privacy. Zes personen geven aan dat ze het een nadeel vinden dat online informatie voor (te) veel mensen zichtbaar is, drie personen vinden het een nadeel dat alle informatie op internet altijd zichtbaar blijft. Antwoorden zijn: *“Je bent snel te traceren met weinig informatie”*, *“Ik twijfel of ik überhaupt nog privacy heb, met alle ontwikkelingen”* en

“Je moet goed nadenken over wat je wel en niet plaatst, en wie het allemaal zouden kunnen zien”.

Iets meer dan 12% vindt sociale media minder persoonlijk dan ‘face-to-face’ contact. Vijf personen missen de emotie in de gesprekken waardoor het contact via sociale media minder persoonlijk is, één persoon mist de diepgang via sociale media. Iets meer dan 17% vindt het nadelig dat door de het gebruik van sociale media minder sprake is van ‘face-to-face’ contact. Voorbeelden van antwoorden zijn: *“Minder face to face contact omdat je ook op andere manieren elkaar kunt ‘spreken’”* en *“Niet zo snel meer gezellig samen een kop thee drinken en bijlakens”*.

Van alle H participanten vindt 11% de misleiding die via sociale media kan plaatsvinden een nadeel. Drie personen geven aan dat personen zich anders voor kunnen doen dan de werkelijkheid en twee personen geven aan dat via sociale media vaak alleen maar positieve berichten worden geplaatst waardoor geen realistisch beeld wordt neergezet. Ook zeggen twee personen dat je een vertekend beeld van een persoon kunt hebben door alleen maar af te gaan op iemands online profiel.

Ruim 6% vindt het voelen van een verplichting om sociale media te gebruiken een nadeel. De volgende antwoorden geven dit weer:

“Sociale druk om ook sociale media te gebruiken omdat je anders informatie etc. mist” en *“Iemand op facebook kan zien dat je een chatbericht hebt gelezen. Kunnen zo ongeduldig worden en afvragen waarom je nou niet hebt gereageerd etc.”* .

Bijna 4% vindt het een nadeel dat sociale media verslavingsgevoelig kan zijn. Ruim 2% vindt de individualisering door sociale media een nadeel: *“Nog meer individualisering van de maatschappij (mensen zitten continu op hun smartphone te kijken)”* en *“Je zit de hele dag op een schermje te koekeloeren. Je hebt elkaar in het echt niets meer te vertellen”*.

De categorieën: ‘geen direct antwoord krijgen’, ‘tijdrovend’, ‘veel onzinnige informatie’, ‘veel reclame’ en ‘ongezelligheid bij sociale bijeenkomsten’ omvatten allemaal ruim 2% van de antwoorden. Tot slot vindt iets meer dan 1% het een nadeel van sociale media ten opzichte van ‘face-to-face’ contact dat er online gepest kan worden.

De onderzoekers wilde ook weten of de geënquêteerden veranderingen waargenomen hebben in hun dagelijks leven, sinds ze gebruik maken van sociale media. Dit is onderzocht middels vraag 13 ‘Welke veranderingen heeft u waargenomen in uw dagelijks leven, sinds u gebruik maakt van sociale media?’ De resultaten hiervan zijn hieronder terug te vinden onder de kopjes ‘Waargenomen veranderingen D/ES’ en ‘Waargenomen veranderingen H’.

- **Waargenomen veranderingen D/ES**

Ruim 6% geeft aan geen veranderingen waar te hebben genomen. Eén van hen geeft daarbij aan dat dit mogelijk komt, omdat hij met sociale media opgegroeid is.

Er wordt door een kleine 44% aangegeven dat ze nu sneller op de hoogte zijn van nieuws, anderen, etc. en dat het ook makkelijker is om anderen op de hoogte te stellen van hun eigen situatie. Ze beschikken over meer kennis, doordat ze snel en makkelijk bij informatie kunnen, zijn op de hoogte van het nieuws en weten wat er speelt in het leven van hun familie, vrienden en kennissen.

Een kleine 23% van de D/ES geeft aan dat met de komst van sociale media contact leggen een stuk makkelijker gaat. Het contact verloopt snel en het maakt niet uit waar jij of de persoon waar je contact mee hebt zich bevinden. Ook durft men eerder contact te zoeken op sociale media, dan in het echte leven. Daar komt bij dat sociale media ervoor zorgen dat D/ES zich minder beperkt voelen. Sociale media zijn een goed alternatief voor telefoneren, iets dat voor D/ES moeilijk, zo niet onmogelijk, is, aldus 17%. Ook geeft ruim 19% aan dat ze meer, vaker en langer contact hebben via sociale media. Men zegt meer contact te hebben met familie, vrienden en lotgenoten. Hierbij geeft 2% aan dat zij, dankzij sociale media, meer contacten hebben met de ‘horende maatschappij’.

Ruim 10% zegt minder eenzaam te zijn sinds ze gebruik maken van sociale media. Ook wordt er aangegeven dat men sociaal actiever is geworden en dat sociale media een goed alternatief is voor telefoneren, iets wat voor D en ES, moeilijk, zo niet onmogelijk, is. Het gebruik van sociale media is volgens ruim 8% ook steeds meer een gewoonte geworden. Doordat iedereen zoveel met de computer en op zijn/haar telefoon bezig is, blijft er minder tijd over voor andere (belangrijkere) dingen.

Ook geeft ruim 16% aan dat zij en anderen beter bereikbaar zijn sinds de komst van sociale media.

- **Waargenomen veranderingen H**

Een kleine 5% zegt geen veranderingen waar te hebben genomen in hun dagelijks leven, sinds ze gebruik maken van sociale media.

De meesten, 47%, geven als antwoord dat zij als verandering merken, dat ze meer en sneller op de hoogte zijn van nieuws, anderen, etc. en dat ze ook makkelijker in staat zijn anderen op de hoogte te stellen van hun situatie. Nieuws bereikt hen sneller dan voorheen. Ze weten steeds beter wat er speelt in de levens van familie, vrienden en (vage) kennissen. Eén persoon geeft daarbij aan dat het contact hierdoor zelfs hechter is. Daarnaast geeft een kleine 10% aan dat ze merken dat zichzelf en anderen beter bereikbaar zijn, sinds de komst van sociale media.

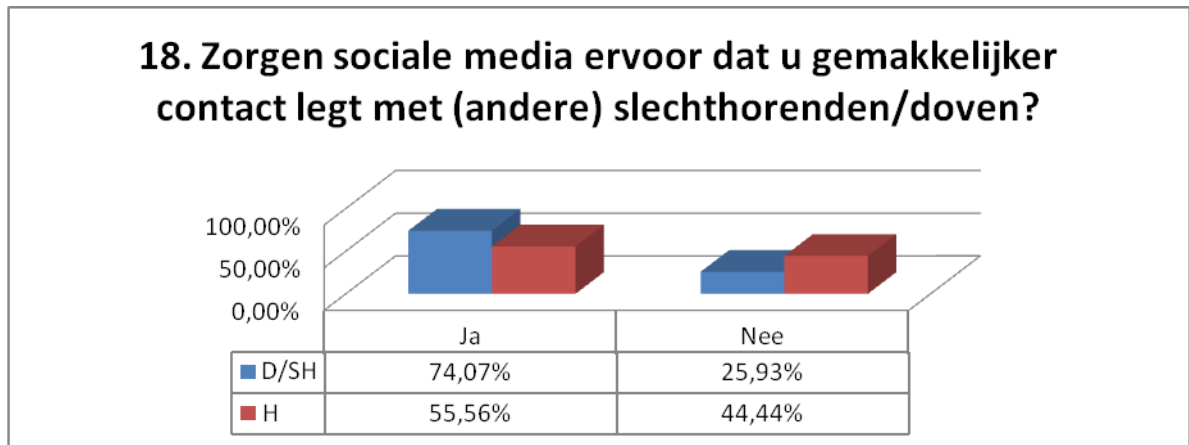
Ruim 12% zegt meer gebruik te maken van digitale apparaten, sinds ze gebruik maken van sociale media. Ze geven aan dat ze deze ook echt missen, wanneer ze even geen gebruik kunnen maken van digitale apparaten. Ook wordt er door ruim 11% gezegd dat het gebruik ervan veel tijd inneemt.

Bij deze vraag heeft ruim 30% aangegeven dat zij dankzij sociale media meer contacten hebben, deze contacten makkelijker leggen, ze beter kunnen onderhouden en daarnaast ook vaker en langer contact hebben. Ze geven aan dat hun vrienden- en kennissenkring hierdoor een stuk groter is geworden. Daarbij geeft ruim 8% aan dat zij via deze media oude contacten hebben weten te hernieuwen. Ook zegt ruim 7% dat, doordat tijd en plaats geen rol spelen bij het gebruik van sociale media, contact met verre familie, vrienden en/of kennissen mogelijk is. Wel zijn er drie personen die zeggen dat sociale media ervoor zorgen dat het ‘face-to-face’ contact aanzienlijk verminderd is.

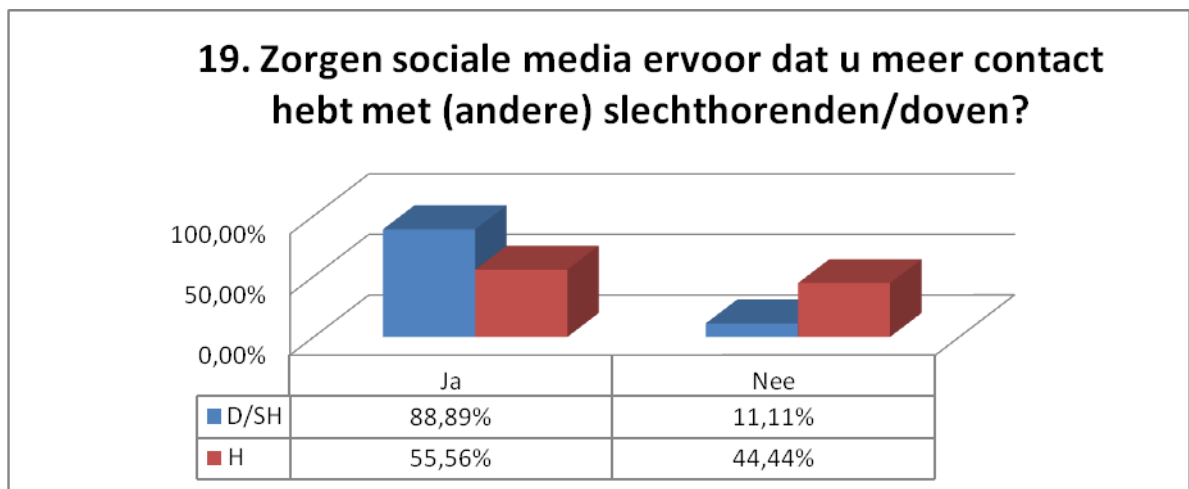
Tot slot wordt er door een kleine 5% gezegd dat sociale media vaak het onderwerp van gesprek in het dagelijks leven bepaalt. Men is goed op de hoogte van alles wat er om hen heen gebeurt.

Ook wilden de onderzoekers weten of sociale media ervoor zorgen dat D, ES en H die contact hebben met (andere) D/ES, gemakkelijker (vraag 18) contact leggen met

(andere) D/ES en of ze ook daadwerkelijk meer (vraag 19) contact hebben met deze groep. Hiervoor zijn de vragen ‘Zorgen sociale media ervoor dat u gemakkelijker contact legt met (andere) slechthorenden/doven?’ (grafiek 5) en ‘Zorgen sociale media ervoor dat u meer contact hebt met (andere) slechthorenden/doven?’ (grafiek 6) opgesteld.



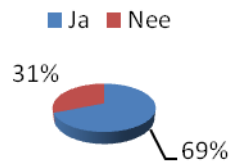
Grafiek 5



Grafiek 6

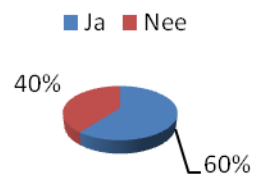
De onderzoekers wilden graag weten of sociale media er bij D en ES voor zorgen dat zij gemakkelijker (vraag 20) en meer (vraag 21) contact leggen met H? De antwoorden op deze vraag staan onderstaand in diagram 1 en 2 weergegeven.

20. Zorgen sociale media ervoor dat u gemakkelijker contact legt met horenden?



Figuur 1

21. Zorgen sociale media ervoor dat u meer contact hebt met horenden?



Figuur 2

In onderstaande tekst wordt er door D en ES antwoord gegeven op de volgende vraag (vraag 22): ‘Welke verschillen ervaart u in het contact tussen twee ernstig slechthorende/dove personen ten opzichte van het contact tussen één horend en één ernstig slechthorend/doof persoon tijdens ‘face-to-face’ contact?’ (Noem er minimaal twee).

In onderstaande tekst wordt er door D en ES antwoord gegeven op de volgende vraag (vraag 22): ‘Welke verschillen ervaart u in het contact tussen twee ernstig slechthorende/dove personen ten opzichte van het contact tussen één horend en één ernstig slechthorend/doof persoon tijdens ‘face-to-face’ contact?’ (Noem er minimaal twee).

Ruim 1% heeft de vraag niet begrepen. Ruim 3% ervaren weinig tot geen verschillen, ook omdat er drie van hen geen contact hebben met anderen D/ES en zich in het contact met H prima kunnen redden met hun hoortoestel.

Volgens ruim 1% van de respondenten is het afhankelijk van hoeveel rekening er gehouden wordt met elkaar. Sommige H “vergeten” snel dat je slecht hoort omdat je

wel “normaal” (met stem) praat. Het herhalen van zaken die er gezegd zijn gaat makkelijker bij lotgenoten; H zijn sneller geneigd om “laat maar” te zeggen. *“Ook het meerdere malen herhalen is niet grappig en zeer vervelend.”*

Behorend bij deze vraag volgt hier een opsomming m.b.t. een aantal antwoorden van de respondenten.

“Het begrip hiervoor blijft moeilijk bij H. De H zijn terughoudender dan D; D onderling maken eerder conflicten. Contact met H is moeizamer en vraagt meer energie, kost meer moeite om elkaar te kunnen volgen.”. Hierdoor voelen D zich wel eens niet op hun gemak (schaamte) en hierdoor ga je contact met H sneller uit de weg. Bij contact tussen D/ES onderling voelt men zich meer ontspannen en op zijn gemak.

“Tussen horenden en doven is dit heel wat minder: te praten voor mijn gevoel, alleen om belangrijke dingen. Als ik contact heb met doven, dus doven met doven, praten we in NGT, dan is contact makkelijker, gaat sneller dieper, voel ik me meer waarde, want ik kan mn kwaliteiten optimaal benutten.”

Vloeiendheid van de communicatie hangt af van de gebarenvaardigheid van de H en/of spraakafzien/spreekvaardigheid van de D, culturele overeenkomsten, gezamenlijke kennissen/vrienden enz. Communicatie met twee D is beter dan met H; men communiceert gelijkwaardig omdat men dezelfde taal spreekt (NGT). *“Horenden die ik wel ken daar kan ik veel goede gesprekken mee voeren. Doven en slechthorenden hebben meer praatstof, omdat ze makkelijker in hun eigen taal kunnen uiten. Met horenden die geen gebarentaal kunnen, moeten we liplezen en dan is het contact moeizamer.”*

D/ES onderling hebben minder woorden nodig, omdat er ook non-verbale uitingen zijn (oogcontact, duidelijke articulatie/spraakafzien, ondersteuning van gebaren). Het luisteren en kijken naar elkaar is hier geconcentreerder; H laten zich sneller afleiden door geluiden om hen heen tijdens een gesprek met D/ES. Bij ‘face-to-face’ contact is het gemakkelijker om met gebaren te communiceren. Je kunt niet gebaren via sociale media, hoewel hier verandering in lijkt te komen.

Bij een gesprek tussen een D/ES en een H kunnen er eerder situaties optreden waarin de D/ES de gesprekspartner niet goed kan volgen. Volgens ruim 3% is er dan veel meer

miscommunicatie. Ook is het taalniveau en de maatschappelijke kennis van D soms laag, waardoor er ook miscommunicatie kan ontstaan. Op Twitter is er veel sprake van ironie en beeldspraak; sommige D missen hierbij nuance. Misverstanden zouden voorkomen/opgelost kunnen worden door foto's/afbeeldingen te sturen; *“een foto zegt meer dan 1000 woorden.”*.

H zijn niet altijd goed te begrijpen. D hebben meer begrip als de communicatie moeilijk is; *“meer begrip bij gelijkgestemden. Geen communicatie barrière, gelijkwaardigheid in communicatie,”*.

Contact met sommige SH en D kost meer moeite, omdat zij veel slechter communiceren en men alle woorden dient uit te leggen. Het verschil is vooral dat je beiden je best moet doen om elkaar te verstaan. *“Je kunt als slechthorende begrijpen wat een ander meemaakt, maar dat maakt de communicatie niet altijd makkelijker. Ernstig slechthorenden onder elkaar begrijpen wat de ander doormaakt. Horenden kunnen zich er hooguit iets bij voorstellen, maar niet navoelen wat het betekent om minder goed te kunnen horen. In contact met horenden moet je als slechthorende altijd uitleggen wat er aan de hand is. Erg vermoeiend...!”*.

Ook zegt ruim 4% het contact met een H persoon juist makkelijker te vinden. *“Met een horend persoon heeft men beter contact door minder misverstanden en door meer bereidheid tot schrijven. Niet verstaan wordt meer geaccepteerd door een horende dan door een dove, evenals een vraag om langzamer/duidelijker te spreken of te schrijven. Ook is er bij contact met een horend persoon maar één iemand aan het woord. Qua begrip en daarbij wat ondersteunende gebaren is communiceren met een andere dove/slechthorende leuker, maar vaak lastiger qua verstaan. “Een hele dag met doven en slechthorenden optrekken is zeer vermoeiend.”*

Vraag 23 luidde: ‘Welke verschillen ervaart u in het contact tussen twee dove/ernstig slechthorende personen ten opzichte van het contact tussen één horend en één ernstig slechthorend/doof persoon bij het gebruik van sociale media?’. Deze open vraag is door D/ES ingevuld.

Ruim 5% van de respondenten heeft deze vraag niet (goed) begrepen. Ruim 45% van de respondenten geeft aan geen verschillen te ervaren in het contact tussen twee personen

ten opzichte van het contact tussen één horend en één ernstig slechthorend/doof persoon bij het gebruik van sociale media. Men baseert dit op verschillende redenen: men heeft er te weinig ervaring mee of heeft niet echt contact met een ES of D mensen, omdat men zich met een hoortoestel heel goed kan redden. Men communiceert met D/ES via sociale media hetzelfde als met H; via sociale media ervaar je de verschillen benoemd in vraag 22 niet, omdat je niet afhankelijk bent van je gehoor. Ruim 6% van de respondenten geeft dan ook aan dat je bij het gebruik van sociale media eigenlijk onafhankelijk bent van je beperking. Er is één iemand die aangeeft dat D en ES onderling snel contact leggen via sociale media, terwijl H hardnekkig blijven telefoneren.

Ruim 10% van de respondenten geeft aan dat contact met D/ES via sociale media vaker bemoeilijkt wordt door een lager opleidingsniveau en daardoor een slechtere taalvaardigheid van deze groep; dit is bij H niet het geval. Dit verschilt echter per persoon. Hierdoor treedt er volgens ruim 12% van de respondenten nog wel eens miscommunicatie op. Eén persoon geeft aan andere ES te leren kennen omdat je allebei ES bent, maar met H raak je eerder bevriend, bijv. op school. Dan heb je wel hetzelfde niveau qua taal en verloopt de communicatie prima. Ondanks dat je als D/ES een ander taalgebruik hebt (komt door NGT¹), ben je via sociale media niet afhankelijk van gebarentaal of stemgebruik; iedereen leest dezelfde informatie. *“Je hoeft niet te denken dat je misschien iets niet hoort. Je maakt daardoor makkelijker en sneller contact door even een persoonlijk berichtje of mail te sturen. Hiermee is het contact snel gelegd; mensen zien je beperking niet en je voelt je volwaardiger.”*

Het contact tussen D/ES en H verloopt meestal informatief en oppervlakkig. Met andere D/ES deelt men over het algemeen meer persoonlijke zaken in real-life en zijn de gesprekken diepgaander; sociale media is hun uitlaatklep.

D/ES reageren sneller op berichten op Facebook en Twitter. Dit gebeurt meer visueel door het sturen van foto's en video's (met gebarentaal); de reacties zijn korter. Ze hebben dan ook een hoge verwachting m.b.t. snel reageren op berichten; *“H zien dit alleen maar als een e-mail en voor doven en slechthorenden betekent dit veel meer.”*

¹ NGT: Nederlandse Gebarentaal

Ook hebben D onderling veel dezelfde vrienden. D/ES onderling reageren ook sneller en directer in kortere berichten. Hierdoor kunnen boodschappen soms ook bot overkomen, maar dit is een cultuurverschil. H hebben niet door dat wanneer zij iets gekst zeggen, dat al gauw als waar wordt aangenomen, omdat zij zonder smiley's typen; dit zorgt voor miscommunicatie. Vaak hebben H wel begrip voor krom taalgebruik, maar zijn ze geneigd af te haken als hun geduld opdraait en de communicatie niet zo vlot verloopt. Door de komst van sociale media zijn D/ES in staat meer contact te hebben met lotgenoten verspreid door Nederland; de afstand speelt geen rol meer. Dit geeft namelijk ruim 16% van de respondenten aan. Het contact verloopt ook makkelijker, gaat sneller en vindt vaker plaats. Via sociale media kan contact makkelijk worden onderhouden. Het internet kan zorgen voor een snellere ontwikkeling in vriendschap tussen personen; het is voor beiden de beste manier om te communiceren. Via sociale media is er vanuit H meer begrip en betrokkenheid, waardoor er minder kans is op miscommunicatie. Dit geldt voor zowel het contact met andere D/ES als het contact met H. Volgens één persoon hebben H buiten sociale media ook veel vriendschappen in real-life en gaan naar de kroeg etc. Volgens deze persoon hechten H daar meer waarde aan dan aan een eventuele online vriendschap met een doof persoon, want in real-life kunnen zij niet zo gemakkelijk met elkaar communiceren.

Via de Facebook-pagina Plotsdoven communiceren plotsdove personen eigenlijk gewoon als ze voorheen deden met H. Plotsdoven kunnen vaker conversaties in real-life niet volgen, omdat ze een enorme kennisachterstand hebben m.b.t. "het doof zijn". Men legt sneller contact met mensen die men al kent via school (bijzonder onderwijs); dit schept een band en herkenning.

Vraag 24 luidde: 'Heeft het gebruik van sociale media in het algemeen ook invloed op de bezigheden waar u geen direct gebruik maakt van deze sociale media? Indien ja, waarin uit zich dit?'. Deze open vraag is door zowel de H als de D/ES ingevuld.

- **Invloed gebruik sociale media op bezigheden waarbij geen sociale media wordt gebruik; antwoorden D/ES**

Ruim 39% van de respondenten heeft "nee" geantwoord op deze vraag. Voor ruim 18% was de vraag onduidelijk. Twee personen kwamen met de volgende opmerkingen: 1:

“Snap de zin niet. En ik ben niet dom. Deze enquête is voor veel D te moeilijk. Volgende keer eenvoudiger Nederlands en gebarenvideo’s.”. 2: “Trouwens dit is wel een heel onduidelijke vraag qua taal en Nederlands: ‘heeft het gebruik invloed als je geen gebruik maakt.’. “????????? wat bedoelt u eigenlijk?”.

Volgens één persoon heeft sociale media invloed bij het uitoefenen van haar hobby’s; ze gebruikt het namelijk voor het winnen van informatie en het bestellen van producten gebruik van sociale media. Ook geeft iemand aan dat door aankondiging van activiteiten op sites van stichtingen etc. je vaker naar evenementen toe gaat. Hierdoor is men sneller geïnformeerd en meer up to date van alles. Een andere persoon geeft aan via sociale media problemen te bespreken waar men tegenaan loopt als doof persoon. Hierdoor kan men tips krijgen en dit gaan uitvoeren in de ‘horende maatschappij’ om die problemen te voorkomen of op te lossen. Tevens is er een persoon die op basis van wat ze op sociale media leest, haar keuze op het kijken van een bepaalde film of serie baseert.

Ruim 6% van de respondenten geeft aan te veel bezig te zijn met sociale media. Het belemmert hen in het dagelijks doen, omdat men meer aandacht besteedt aan zijn mobiel dan aan real-life. Hierdoor heeft men dan ook minder tijd voor andere dingen; het werkt voor één iemand zelfs verslavend. Ook kennen mensen je via sociale media sneller; ze weten meer van je en je bent minder anoniem (privacy). Het komt ook voor dat men tijdens een gesprek in real-life meer gespreksonderwerpen heeft omdat men het heeft over wat iemand op Facebook heeft gepost; dit geldt voor zaken die gaan over bepaalde personen (roddels), maar ook nieuwsberichten, geeft 8% van de respondenten aan. Echter wordt er tegenwoordig van je verwacht dat je op de hoogte bent van alles dat zich op Facebook afspeelt! *“Je hebt toch gezien dat dat stel net getrouwd is? En een nieuwe auto heeft?”.*

- **Invloed gebruik sociale media op bezigheden waarbij geen sociale media wordt gebruikt; antwoorden H**

Ruim 58% van de respondenten heeft “nee” geantwoord op deze vraag. Voor ruim 20% was de vraag onduidelijk.

Ruim 12% geeft aan dat gesprekken in real-life vaak gaan over een gebeurtenis of ‘post’ op Facebook of dat men bij sociale bijeenkomsten af en toe iemand treft die op zijn

mobiel zijn sociale media checkt. Voornamelijk als je met vrienden uitgaat worden gesprekken regelmatig onderbroken om even op je smartphone te kijken. Dit kan als vervelend ervaren worden. Eigenlijk check je je account tijdens elke activiteit die niet gerelateerd is aan sociale media. 's Morgens je telefoon checken is voor velen ook een dagelijkse routine geworden.

Sociale media hebben invloed op bezigheden waar men geen direct gebruik maakt van sociale media. Als je geen Facebook zou hebben, lig je wat nieuwtjes betreft al snel achter op diegene die het wel hebben. Je kunt dan gewoon niet meepraten over onderwerpen. Dit doet zich ook school gerelateerd voor: als je iemand tegenkomt die je volgt, ben je al op de hoogte van wat iemand aan projecten heeft en deels de achtergrond daarvan. Dat scheelt je veel uitleg in een gesprek, waardoor je makkelijker de diepte in kan. Ruim 4% van de respondenten geeft ook aan dat er sprake is van een verminderde concentratie; je nijgt vaak te snel om je sociale media te checken als je bijv. huiswerk aan het maken bent. Soms ben je nieuwsgierig naar berichten op Facebook, terwijl je eigenlijk iets anders moet doen. Men brengt soms veel tijd door op sociale media, waardoor je minder tijd hebt voor andere bezigheden (2%). Één persoon geeft aan het idee te hebben dat hij meer gesloten lijkt voor andere mensen, omdat hij bij verveling (in de trein bijvoorbeeld) zijn telefoon erbij pakt om Facebook te checken etc. Nieuwsberichten en reclame zijn volgens 4% van de respondenten tegenwoordig ook gerelateerd aan sociale media. Doordat er veel reclame de revue passeert, is men toch geneigd om prioriteiten te verleggen.

Tot slot waren er nog enkele personen die overige opmerkingen hadden m.b.t. de enquête: *“Noot: deze vraag is moeilijk te begrijpen voor D mensen!!!!”*.

Opmerking: *“Deze vraag is vreemd: ik weet eigenlijk niet wat ik hierop moet antwoorden. Hee, er staat in dien ja, dat betekent als er geen indien ja is, er niet geantwoord hoeft te worden, maar neen, ik krijg een foutmelding van ‘het systeem’. Misschien moeten jullie nog even kijken naar deze vraag.”*

5. Discussie

In dit hoofdstuk beschrijven de onderzoekers een samenvatting van de resultaten, de link naar de theoretische achtergrond, de sterktes en beperkingen van het onderzoek, de relevantie voor het logopedisch werkveld en de aanbevelingen die uit het onderzoek zijn voortgekomen.

5.1 Samenvatting van de resultaten

Met behulp van deze bachelorthesis wilden de onderzoekers erachter komen of sociale media ervoor hebben gezorgd, of ervoor kunnen zorgen, dat D/ES beter kunnen participeren in de ‘horende maatschappij’. Als we kijken naar vraag 21 ‘Zorgen sociale media ervoor dat u makkelijker contact legt met horenden?’ en vraag 22 ‘Zorgen sociale media ervoor dat u meer contact heeft met horenden?’, geeft het merendeel van de D/ES aan dat dit inderdaad het geval is. Bij de vraag of men makkelijker contact legt met H heeft 68,75% met ‘ja’ geantwoord en bij de vraag of ze meer contact hebben met H heeft 60,42% met ‘ja’ geantwoord. Dit is te onderbouwen met de antwoorden die de D/ES gegeven hebben bij vraag 13 ‘Welke veranderingen heeft u waargenomen in uw dagelijks leven, sinds u gebruik maakt van sociale media’ en vraag 15 ‘Welke voordelen ondervindt u bij het gebruik van sociale media, ten opzichte van ‘face-to-face’ contact?’. Hierbij werd namelijk door ruim 29% van de D/ES aangegeven dat de communicatie via sociale media makkelijker verloopt en dat ze geen/minder communicatieve beperkingen ervaren, doordat sociale media geen beroep doen op het gehoor. Er is geen sprake van een taalbarrière, zoals die er bij ‘face-to-face’ contact wel kan zijn. Ook geven D/ES aan dat contact via sociale media veel minder vermoeiend is en er veel minder misverstanden optreden. Op sociale media hoeft niemand zich aan te passen. Een H hoeft niet op te letten dat hij/zij niet afgeleid raakt door geluiden, duidelijk articuleert, voldoende oogcontact maakt en veel gebruik maakt van gezichtsexpressie en een D/ES persoon hoeft niet langzamer te gebaren en dingen te herhalen of op een andere manier duidelijk te maken. Het feit dat het contact via sociale media veel minder gecompliceerd is, kan ervoor zorgen dat de drempel om contact te zoeken met H minder hoog is en die stap dus sneller en vaker gemaakt wordt. Dit kan verklaren waarom 60,42% van de D/ES aangeeft ook daadwerkelijk meer contact te hebben met H. Het bovengenoemde ondersteunt de vooraf opgestelde verwachtingen

van de onderzoekers. Toch geeft nog 31,25% van de D/ES aan dat het contact leggen met H via sociale media niet makkelijker verloopt. Een reden hiervoor kan zijn dat D/ES (voornamelijk zij die sinds hun geboorte of vlak daarna D/ES geworden zijn) meer moeite hebben met de Nederlandse (geschreven) taal. Nederlandse Gebarentaal heeft namelijk een heel andere grammatica dan de Nederlandse taal. De beperking van het niet kunnen horen mag bij het gebruik van sociale media dan wel weggenomen zijn, wanneer je de geschreven taal niet (goed) beheerst, blijft het lastig om via sociale media te communiceren. Ook is er nog 39,58% van de D/ES die aangeeft dat zij niet méér contact hebben met H sinds zij gebruik maken van sociale media. Dit is o.a. te verklaren aan de hand van voorgaande uitleg. Daarnaast is het zo dat ondanks dat de communicatie via sociale media makkelijker kan zijn, dit de communicatie in het echte leven nog niet makkelijker maakt. Het gehoorprobleem van D/ES blijft gewoon bestaan en wanneer een H de Nederlandse Gebarentaal niet (goed) beheerst, blijft communiceren buiten sociale media om lastig. Het kan zijn dat D/ES deze situaties willen voorkomen en besluiten om geen contact met H te zoeken via sociale media. Ook heeft één van de onderzoekers tijdens haar minor Taal en Cultuur Nederlandse Gebarentaal ervaren dat er heel veel D/ES zijn die geen behoefte hebben aan contact met H. Ze vormen hun eigen gemeenschap met andere D of ES, hoeven zich in het contact met hen niet aan te passen en verkiezen dit daarom boven contact met H. Dit zou ook een verklaring kunnen zijn. De onderzoekers hebben dit laatste ook in hun verwachtingen beschreven, maar kunnen ook na het onderzoek niet met zekerheid vaststellen of dit een reden is voor het percentage dat met ‘nee’ geantwoord heeft. Deze hypothese wordt dus noch bevestigd, noch ontkracht.

Daarnaast wilden de onderzoekers inzicht krijgen in de voor- en nadelen die D/ES ondervinden bij het gebruik van sociale media en of deze overeen komen met de voor- en nadelen die H hierbij ondervinden. Er is gekeken naar de voor- en nadelen die ervaren worden met betrekking tot het gebruik van sociale media en naar de voor- en nadelen die men ondervindt bij het gebruik van sociale media ten opzichte van ‘face-to-face’ contact. Als men kijkt naar de voordelen die beide groepen ondervinden bij het gebruik van sociale media, komt naar voren dat beide groepen als voornaamste voordeel noemen dat men sneller op de hoogte is wat betreft nieuws, informatie, etc. (D/ES: 83,33%, H: 88,89%) en dat men makkelijker contact legt met anderen (ongeacht de

geografische afstand tussen personen) (D/ES: 87,5%, H: 85,19%). Een ander antwoord dat door beide groepen vaak ingevuld werd is dat ze zakelijke contacten onderhouden/uitbreiden via sociale media (D/ES: 45,83%, H: 41,98%). Een antwoord dat vaker door D/ES werd ingevuld is dat ze meer zelfvertrouwen krijgen door bijvoorbeeld positieve reacties op hun online profiel (D/ES: 29,17%, H: 16,05%). Een mogelijke verklaring hiervoor is dat op sociale media de beperking van een D/ES persoon niet of nauwelijks merkbaar is en ze deze ook niet kenbaar hoeven te maken. Dit kan zorgen voor meer zelfvertrouwen in het contact met H en andere personen.

Bij de nadelen die beide groepen ondervinden bij het gebruik van sociale media, is te zien dat het antwoord 'alles dat geplaatst wordt is voor eeuwig op internet terug te vinden' het meest gegeven wordt. Zowel de D/ES (62,5%) als de H (72,84%) geven dit antwoord het vaakst. Andere antwoorden die door beide groepen ongeveer even vaak gegeven werden zijn, 'minder privacy' (D/ES: 60,42%, H: 53,09%), 'verslavingsgevoeligheid' (D/ES: 45,83%, H: 41,98%), 'u (of iemand anders) kan een bepaald imago creëren, dat niet hoeft te kloppen' (D/ES: 35,42% , H: 40,74%) en 'hoge verwachtingen wat betreft snelle respons' (D/ES: 31,25%, H: 40,74%). Een antwoord waar wel een verschil in mening te zien was is het ervaren van de mate van miscommunicatie. H geven vaker aan dat er sprake is van miscommunicatie (67,9%), terwijl maar 41,67% van de D/ES dit antwoord geeft. Dit is mogelijk te verklaren vanwege het feit dat H op sociale media twee informatiebronnen missen, namelijk intonatie en gezichtsuitdrukkingen/lichaamstaal, waar D/ES het eerste in ieder geval niet kunnen gebruiken, omdat zij niet horen. Zij missen tijdens het gebruik van sociale media dus enkel de gezichtsuitdrukkingen/lichaamstaal van hun gesprekspartner. Hierdoor bestaat de kans op misverstanden bij beide groepen, maar is die kans bij H groter, omdat zij met een extra 'handicap' te maken hebben. Daarnaast hebben D/ES tijdens 'face-to-face' contact vaker misverstanden met H, aangezien H de gebarentaal vaak niet (goed) beheersen. Via sociale media zijn zowel H als D/ES gelijkwaardiger in de communicatie waardoor D/ES minder misverstanden met H ervaren. Bij H is er tijdens 'face-to-face' contact minder sprake van misverstanden aangezien zij geen taalbarrière ondervinden met andere H.

Wat betreft de voordelen die respondenten ondervonden bij het contact via sociale media ten opzichte van 'face-to-face' contact worden over het algemeen dezelfde antwoorden gegeven. Zo vinden beide groepen het een voordeel dat ze gemakkelijk en snel contact kunnen leggen (D/ES: 31%, H: 44%). Ze geven aan dat contact via sociale media laagdrempeliger is en daarnaast vinden ze het prettig dat het mogelijk is om snel en kort contact te hebben. Verder geven ze beide aan het als een voordeel te ervaren dat sociale media niet tijd- en plaatsgebonden zijn (D/ES: 13%, H: 26%). De onderzoekers hadden echter verwacht dat dit antwoord vaker door D/ES dan door H gegeven zou worden, omdat zij voor de komst van sociale media veel afhankelijker waren van plaats en tijd. Zij hebben geen verklaring voor deze uitkomst. Ook de snelheid waarmee ze op de hoogte gesteld worden van nieuws, hun omgeving, etc. wordt als voordeel genoemd (D/ES: 19%, H: 7%). De reden dat het percentage D/ES bij deze laatste groter is, heeft er waarschijnlijk mee te maken dat D/ES voor de komst van sociale media minder middelen tot hun beschikking hadden om hier kennis van te nemen. H konden telefoneren en hadden verhoudingsgewijs meer H om zich heen dan D/ES andere D/ES om zich heen hadden. Als we gaan kijken naar de verschillen in voordelen die D/ES en H ervaren, is een duidelijk verschil dat D/ES vaker aangeven dat zij geen of minder beperkingen ervaren, omdat de communicatie makkelijker verloopt. Dit wordt door 38% van de D/ES aangegeven ten opzichte van 10% van de H. Daarbij komt dat beide groepen een hele andere interpretatie geven aan 'beperkingen'. Zo wordt bij D/ES bedoeld op het niet beperkt worden door hun gehoorsprobleem en ervaren H minder of geen beperkingen op het gebied van het durven uiten van hun mening. Antwoorden die enkel door D/ES gegeven werden zijn, dat ze uit hun isolement zijn geraakt (4%) en dat ze minder kosten hoeven te maken wat betreft reizen (4%). D/ES zijn immers een minderheid en wonen in verhouding vaak verder uit elkaar dan twee H die bevriend zijn. Omdat D/ES in het verleden minder middelen tot hun beschikking hadden om contact te hebben en daarbij ook nog eens verder uit elkaar woonden, zorgde dit ervoor dat ze of minder sociale contacten hadden en meer geïsoleerd raakten, of dat ze lange afstanden af moesten leggen en daarmee veel kosten maakten. Met de komst van sociale media ervaren D/ES dus dat deze problemen (voor een groot deel) opgelost zijn.

Uit de nadelen die ondervonden worden bij het contact via sociale media ten opzichte van 'face-to-face' contact komt naar voren dat D/ES en H dezelfde nadelen noemen en

dat deze, als we naar de percentages kijken, ook ongeveer even vaak genoemd worden. De nadelen die genoemd worden zijn ‘miscommunicatie’ (D/ES: 35%, H: 37%), ‘minder privacy’ (D/ES: 19%, H: 17%), ‘minder ‘face-to-face’ contact’ (D/ES: 15%, H: 17%), ‘misleiding’ (D/ES: 17%, H: 11%), ‘verplichting’ (D/ES: 4%, H: 6%), ‘verslavingsgevoelig’ (D/ES: 2%, H: 4%), ‘individualisering’ (D/ES: 6%, H: 2%), ‘niet direct antwoord krijgen’ (D/ES: 6%, H: 2%), ‘online vrienden zijn niet altijd echte vrienden’ (D/ES: 2%, H: 5%), ‘tijdrovend’ (D/ES: 6%, H: 2%), ‘veel zinloze informatie’ (D/ES: 6%, H: 2%), ‘veel reclame’ (D/ES: 2%, H: 2%), ‘online pesten’ (D/ES: 2%, H: 1%) en ‘asociaal gedrag tijdens publieke bijeenkomsten’ (D/ES: 6%, H: 2%). Wat hier wel als opvallendheid opgemerkt moet worden is het percentage bij ‘miscommunicatie’ (D/ES: 35%, H: 37%). Bij de vraag naar welke nadelen men ondervindt bij het gebruik van sociale media, was hier namelijk een duidelijk verschil te zien (D/ES: 41,67%, H: 67,9%). De onderzoekers vermoeden dat dit verschil in uitkomst voortkomt uit het soort vraag. De vraag met de gelijke percentages is namelijk een open vraag en de andere vraag betreft een gesloten vraag. Bij een gesloten vraag krijgen de respondenten allemaal dezelfde antwoordmogelijkheden en kunnen ze de overweging maken of ze dit wel of niet als nadeel zien. Bij de open vraag hebben de onderzoekers dan wel gevraagd of men ten minste 2 voor-/nadelen wilde noemen, maar dit wil niet zeggen dat de respondenten alle nadelen die zij ondervinden benoemd hebben. Over het algemeen vullen mensen niet meer in dan er gevraagd wordt. In dit geval zou dat dus betekenen, dat ze slechts twee nadelen noemen. Als we kijken naar de antwoorden blijkt dit bij de meeste respondenten het geval. Dit heeft als gevolg dat de respondenten waarschijnlijk de twee, voor hen, meest voor de hand liggende nadelen hebben genoemd. De onderzoekers concluderen uit het voorgaande dat miscommunicatie wel degelijk een nadeel is dat meer door H ervaren wordt dan door D/ES, maar dat dit voor H niet het voornaamste nadeel is. Als we kijken naar de verschillen in antwoorden tussen beide groepen, is er alleen een groot verschil te zien bij het antwoord ‘onpersoonlijkheid’. Maar liefst 46% van de D/ES gaf dit antwoord, ten opzichte van 12% van de H. De onderzoekers vermoeden dat dit komt doordat D/ES altijd al meer ‘face-to-face’ contact hadden en het hen daardoor extra opvalt dat het contact minder persoonlijk is dan voorheen. De verwachtingen die de onderzoekers uitgesproken hebben m.b.t. de voor- en nadelen die D/ES en H ondervinden bij het

gebruik van sociale media worden bevestigd. Op enkele duidelijk te verantwoorden verschillen na, ervaren zowel D/ES als H dezelfde voor- en nadelen bij het gebruik van sociale media al dan niet ten opzichte van ‘face-to-face’ contact.

5.2 Link naar de literatuur uit het theoretisch kader

In de literatuur die de onderzoekers alvorens het onderzoek in deze bachelorthesis hebben bestudeerd, zijn er verschillende voor- en nadelen van sociale media benoemd. Een van deze voordelen is dat men makkelijker nieuwe contacten legt en deze makkelijker kan onderhouden. Dit geldt eveneens voor internationale contacten; de geografische afstand speelt geen rol meer. Ook beschrijft de literatuur dat sociale media ervoor zorgen dat men meer zelfvertrouwen krijgt als men positieve reacties ontvangt op hun profiel. De D/ES respondenten van deze bachelorthesis bevestigen bovenstaande voordelen allemaal. Wat betreft de H worden alle bovengenoemde voordelen bevestigd, behalve die van het krijgen van meer zelfvertrouwen dankzij sociale media. Verder wordt in de literatuur beschreven dat het internet D helpt ‘ontsnappen’ aan sommige grenzen waar ze in de offline gemeenschap tegenaan lopen (Valentine & Skelton, 2008). Het stelt D/ES in staat om middels virtuele communicatie (e-mail, Skype) te communiceren en zorgt ervoor dat het contact met H beter verloopt. Voor veel D en ES kan online communicatie gemakkelijker zijn dan ‘face-to-face’ communicatie, aangezien de gesproken taal, die vaak een barrière is, uitblijft (Blom, 2013). Deze bachelorthesis bevestigt dat D/ES bij het gebruik van sociale media minder miscommunicatie ervaren dan H en dat ze makkelijker en meer contact hebben met H. Het in staat zijn om met H te communiceren via internet, geeft D/ES een groter gevoel van zelfverzekerdheid en gelijkheid in communicatie.

Uit de literatuur kwamen ook een aantal belangrijke nadelen van sociale media naar voren, namelijk dat er via sociale media, sprake kan zijn van misleiding (mensen doen zich anders voor dan ze zijn), daarnaast is de privacy niet echt gewaarborgd en is men vaak ook te veel bezig met sociale media. Als we kijken naar de resultaten van deze bachelorthesis, is te zien dat het aspect ‘minder privacy’ veel genoemd wordt door D/ES. D/ES en H bevestigen hierbij tevens dat het uitblijven van non-verbale communicatie zorgt voor miscommunicatie; beide groepen zien geen

gezichtsuitdrukkingen of gebaren en D/ES kunnen geen spraakafzien. Hierbij moet wel vermeld worden dat dit vaker door H aangegeven wordt dan door D/ES.

Ondanks dat de onderzoekers van deze bachelorthesis zich voornamelijk richtten op sociale media, bevat de informatie uit het volgende artikel met name onderzoeksresultaten met betrekking tot het internet in bredere zin. Echter kwamen de resultaten uit deze bachelorthesis wel overeen met deze gegevens, vandaar dat ze in deze paragraaf ter sprake komen.

Het internet maakt het voor dovenclubs mogelijk om informatie te delen; mensen zijn meer op de hoogte van wat er gaande is in de dovenclubs, zoals welke evenementen er georganiseerd worden. Het internet zorgt ervoor dat D onderling kunnen afspreken waar ze heengaan; naar de pub of naar de sportschool. Het afspreken via internet stimuleert wel nog steeds het ‘face-to-face’ contact in de dovengemeenschap (Valentine & Skelton, 2008). De resultaten uit deze bachelorthesis bevestigen dan ook dat D/ES via sociale media lotgenotencontact hebben en men sneller op de hoogte is van evenementen en deze dan ook bezoekt.

Er is nog geen bewijs of het internet een significante rol speelt in het mogelijk ontwikkelen van vriendschappen voor D met H buiten hun directe familie om (Valentine et al., 2006). Over het mogelijk ontwikkelen van vriendschappen voor H met D/ES is vanuit dit artikel ook niets bekend. Aansluitend hierbij citeerden de onderzoekers een proefpersoon uit het onderzoek van Valentine & Skelton (2008): *“Ik denk niet dat het internet me dichterbij de horende wereld gebracht heeft, maar het stelt me wel in staat om het beter aan te kunnen in de horende wereld.”*. Deze bachelorthesis geeft hier echter geen duidelijk antwoord op. D/ES hebben wel meer en gemakkelijker contact met H, maar of er echt vriendschappen ontstaan is niet duidelijk. D geven aan dat ze het internet niet gebruiken om vriendschappen te sluiten met horende mensen (Valentine et al., 2006). Aansluitend op bovenstaand citaat gaf één respondent in de resultaten van deze bachelorthesis aan dat deze persoon, aan de hand van lotgenotencontact, tips krijgt om problemen waar men in de ‘horende maatschappij’ tegenaan loopt op te kunnen lossen of te voorkomen: *“soms als ik het heb over mijn problemen als doof slechthorende dan bespreek ik dit wel eens via de sociale media en heb ik weer meer mogelijkheden om dit te gaan uitvoeren in de horende wereld.”*.

5.3 Sterktes en beperkingen

Tijdens het onderzoek hebben de onderzoekers een aantal sterktes en beperkingen van het onderzoek ervaren. Als eerst worden de sterktes beschreven.

Tijdens het verspreiden van de enquête onder de verschillende organisaties, kregen de onderzoekers tips en adviezen van de desbetreffende organisaties. Zo hebben verschillende organisaties andere stichtingen/organisaties genoemd die wellicht aansloten bij de doelgroep. Ook heeft één organisatie een literatuurbron naar de onderzoekers gestuurd die aansloot bij het onderzoek en waar de onderzoekers veel relevante informatie uit hebben kunnen halen. Tot slot waren er organisaties en participanten die feedback hebben gegeven op de inhoud van de enquête. Ook is er op een Facebookpagina onder D/ES onverwachts een kleine discussie ontstaan over de uitkomst van het onderzoek. Deze bevindingen en gedachten hebben de onderzoekers mee kunnen nemen in de resultaten. Een ander sterk punt van het onderzoek is het grote aantal respondenten op de enquête. Doordat het onderzoek een aselechte steekproef betrof, hadden de onderzoekers na het versturen van de enquête aan de verschillende organisatie geen invloed meer op wie de enquête in zouden vullen. De respons is met 48 D/ES en 81 H zeer positief. De onderzoekers hadden immers een minimum gesteld van 30 respondenten per doelgroep. Met betrekking tot de geraadpleegde bronnen hebben de onderzoekers vanwege de relevantie beoogd om zoveel mogelijk gebruik te maken van de meest recente literatuur, d.w.z. literatuur vanaf het jaar 2003. De onderzoekers zijn er dan ook in geslaagd om recente literatuur te gebruiken; de oudste bron dateerde namelijk uit het jaar 2004 en de jongste uit 2014.

Naast de sterktes hebben de onderzoekers ook beperkingen ofwel verbeterpunten ervaren. Zo bleek tijdens het literatuuronderzoek dat er erg weinig literatuur beschikbaar was over D/ES en het gebruik van sociale media. De onderzoekers hebben veel tijd gestoken in het zoeken van geschikte literatuur met beperkte resultaten. Uiteindelijk is er voldoende literatuur geraadpleegd. Daarnaast is de bron 'Wikipedia' in het theoretisch kader gebruikt. Wikipedia is niet erg betrouwbaar, aangezien ieder willekeurig persoon er informatie op kan plaatsen. Toch hebben de onderzoekers gebruik gemaakt van deze bron, aangezien zij van mening waren deze bron het begrip 'sociale media' het duidelijkst en meest compleet omschreef. Daarnaast raadpleegden

de onderzoekers enkele andere bronnen, waarin deze definitie ook werd beschreven met Wikipedia als bron. Vervolgens waren er 48 D/ES respondenten en 81 H. De onderzoeksresultaten zouden nog betrouwbaarder zijn wanneer de groep D/ES even groot was geweest als de groep H. Daarnaast hebben bij beide groepen meer vrouwen dan mannen de enquête ingevuld en was de enquête bij de H voornamelijk ingevuld door mensen tussen de 20 en de 30 (gemiddelde leeftijd 28 jaar) en waren de leeftijden bij de D/ES beter verspreid (gemiddelde leeftijd 43,5 jaar). Alle onderzoeksresultaten waren betrouwbaarder geweest wanneer er evenveel vrouwen als mannen gereageerd hadden en wanneer de leeftijd bij de H enquête beter verspreid was zoals bij de D/ES enquête. Op het moment dat de onderzoekers de resultaten gingen verwerken liepen ze tegen het probleem aan dat antwoorden van de groep licht/matig slechthorenden niet bij de groep H kon worden meegenomen, maar ook niet bij de groep D/ES. Aangezien de groep licht/matig slechthorenden ook niet in de vraagstelling werd genoemd, hebben de onderzoekers besloten deze groep uit te sluiten. Dit staat tevens vermeld bij de exclusiecriteria van het onderzoek in het hoofdstuk methodologie. Deze participanten hebben zonder doel de enquête ingevuld. De onderzoekers zouden dan eigenlijk in de enquête aangegeven moeten hebben dat de enquête werd afgebroken wanneer een participant bij 'gehoor' aangaf slechthorend te zijn. Uit feedback van organisaties en deelnemers op de enquête bleek dat verschillende vragen erg moeilijk waren voor D/ES. D/ES hebben vaak een beperkte taalontwikkeling door hun gehoorbeperking. De onderzoekers hebben bij het opstellen van de enquête geen rekening gehouden met het feit dat de gesproken taal bij D/ES minder ontwikkeld is; hierbij hebben zij er geen rekening mee gehouden dat dit invloed kan hebben op de geschreven taal. Doordat de onderzoekers een pilot van de enquête hebben uitgevoerd op een groep H en niet op D/ES, hebben ze deze feedback niet ontvangen tijdens de pilot. Een volgende keer zou de pilot getest moeten worden op zowel een groep H als D/ES, zodat feedback van beide doelgroepen verwerkt kan worden. Bij het opstellen van de enquête wilden de onderzoekers zo veel mogelijk van de participanten weten om na te gaan of verschillende aspecten als; opleiding, duur van doofheid/slechthorendheid en het aantal uren dat er gebruik wordt gemaakt van sociale media, ook invloed konden hebben op de uitkomsten van het onderzoek. Dit is ook zeker mogelijk, maar gezien de vraagstelling en de tijdsduur van het onderzoek, waren deze gegevens niet van belang voor het

onderzoek. Dit geldt ook voor vragen die betrekking hadden op H met of zonder D/ES contacten; de onderzoekers wilden antwoord op de vraag of D/ES door sociale media beter konden participeren in de ‘horende maatschappij’, maar niet of de H door sociale media ook meer contact hadden met doven. De enquête had ingekort kunnen worden door deze vragen achterwege te laten, aangezien deze gegevens niet gebruikt zijn in het beantwoorden van de vraagstelling. Tot slot hebben de onderzoekers ervoor gekozen de open vragen te categoriseren om percentages te kunnen berekenen. Op deze manier konden antwoorden van de H en D/ES beter met elkaar vergeleken worden. Bij het indelen van de antwoorden onder de verschillende categorieën hebben de onderzoekers gedeeltelijk moeten interpreteren. De percentages die genoemd worden zijn hierdoor minder precies.

5.4 Relevantie voor het logopedisch werkveld

Deze bachelorthesis heeft aangetoond dat D/ES via sociale media gebruik maken van lotgenotencontact. Dit loopt uiteen van contact via een besloten Facebook groep tot mogelijk echte ontmoetingen in real-life. Wanneer de logopedist D/ES in behandeling heeft die erg op zichzelf zijn, kan lotgenotencontact een uitkomst zijn. Dit kan door D/ES contact via een liefelijke groep aan te bevelen, maar die stap zal voor mensen die erg op zichzelf zijn in veel gevallen te groot zijn. Via sociale media is de drempel om contact te zoeken met lotgenoten een stuk lager en dit zou dan ook een goede eerste stap kunnen zijn. Dit wordt door deze bachelorthesis bevestigd. Ook zou de logopedist lotgenotencontact via sociale media kunnen stimuleren, omdat uit deze bachelorthesis gebleken is dat D/ES onderling elkaar beter kunnen adviseren en tips kunnen geven, omdat zij dezelfde problemen ervaren. Een logopedist heeft (waarschijnlijk) zelf nooit ervaren hoe het is om doof te zijn, dus kan hier minder goed in adviseren dan een lotgenoot. Daarnaast kan het ook goed zijn voor de logopedist om via sociale media contact te zoeken met dergelijke groepen/personen om hen beter te begrijpen. De onderzoekers hebben namelijk zelf ervaren dat ze door het lezen van de berichten van de doven-facebookgroepen zich beter kunnen verplaatsen in de interesses en gedachtes van D/ES. Dit waren ze nooit te weten gekomen als ze zich niet hadden aangemeld bij deze groepen voor het delen van de enquête. Wanneer een logopedist zich hierin zou verdiepen, zou dit kunnen zorgen voor een betere band met de cliënt.

Er waren ook D/ES die in de resultaten aangaven meer zelfvertrouwen te krijgen door het gebruik van sociale media; je kunt gemakkelijker contact leggen en onderhouden met mensen, ongeacht of dit D, ES of H mensen zijn. Het internet kan D helpen ‘ontsnappen’ aan sommige grenzen waar ze in de offline gemeenschap tegenaan lopen (Valentine & Skelton, 2008). De taalbarrière die er tijdens ‘face-to-face’ contact met H is, valt namelijk bij het contact via sociale media voor het grootste deel weg (met uitzondering van een eventuele beperkte schrijftaalontwikkeling). Wanneer contact makkelijker gelegd wordt, maakt men het ook sneller; een gevolg hiervan kan zijn dat de zelfstandigheid en de participatie in het dagelijks leven vergroot wordt, want ze zijn in staat om onafhankelijk met anderen te communiceren.

Er zijn ook steeds meer logopedisten die tijdens de behandelingen gebruik maken van een iPad of tablet (Noordzij, 2012). In de resultaten van deze bachelorthesis is naar voren gekomen dat D/ES veel gebruik maken van o.a. Youtube (ruim 80% van de respondenten). Tijdens de behandeling van D/ES zou Youtube ook een handig medium kunnen zijn. Men kan in principe communiceren via video’s. Dit staat echter los van de hoofdvraag van deze bachelorthesis; Youtube zorgt er namelijk niet voor dat D/ES beter kunnen participeren in de ‘horende maatschappij’, maar dat D onderling contact zoeken en houden aan de hand van video’s. Ook is er op Youtube veel te vinden over NGT; voor plotsdoven kan dit een uitkomst zijn, omdat zij aan de hand van videobeelden NGT kunnen leren. Youtube is echter niet het enige middel om hier aan de hand van video’s mee aan de slag te gaan. Door middel van het gebruik van het internet en verschillende programma’s en apps (denk aan o.a. Skype) vindt er tegenwoordig telelogopedie plaats. Cliënten die ver van de praktijk wonen of moeilijk ter been zijn, kunnen zo toch behandeld worden (Snijders, 2010).

Een bijkomend voordeel van sociale media, is dat de logopedist in staat is om D/ES te benaderen via e-mail of sociale media; het contact via geschreven taal verloopt met deze middelen gemakkelijker dan een gesprek in real-life. Een nadeel hiervan, dat tevens terugkwam in de resultaten van het onderzoek, is dat bij contact via sociale media de privacy niet erg gewaarborgd blijft en dat het heel onpersoonlijk is. Daarnaast kan er miscommunicatie ontstaan, al geven D aan minder miscommunicatie te ondervinden bij contact via sociale media ten opzichte van ‘face-to-face’ contact.

5.5 Aanbevelingen

Aangezien een aantal vragen in de enquête te moeilijk geformuleerd was, hebben de onderzoekers geen antwoord gekregen op de vraag of D/ES door sociale media ook daadwerkelijk beter kunnen participeren in de ‘horende maatschappij’ buiten het gebruik van sociale media. De onderzoekers bevelen hiervoor vervolgonderzoek aan. Om het onderzoek nog betrouwbaarder te maken kan er een vervolgstudie plaatsvinden, waarbij gezorgd wordt dat zowel de groep D/ES als H specifiek is, dat wil zeggen: evenveel vrouwen als mannen in beide groepen en evenveel spreiding in leeftijd in beide groepen. Ook zou in een vervolgstudie factoren als leeftijd, geslacht, opleidingsniveau en niveau van gehoorverlies vergeleken kunnen worden met de resultaten. Hebben deze factoren invloed op de uitkomsten van het onderzoek? De onderzoekers hebben er bij deze bachelorthesis voor gekozen de groep ‘slechthorenden’ uit te sluiten, aangezien deze niet bij de groep D/ES en niet bij de groep H te plaatsen was. In een vervolgonderzoek zou deze groep ook nog met de andere groepen vergeleken kunnen worden. Door de vier verschillende groepen: ‘doven’, ‘ernstig slechthorenden’, ‘slechthorenden’ en ‘horenden’ allemaal apart te nemen, kunnen deze vier groepen, met hun eigen gehoordrempels met elkaar vergeleken worden om tot nog specifiekere en betrouwbaardere resultaten te komen.

6. Conclusie

Uit het onderzoek is gebleken dat het merendeel van de D/ES respondenten makkelijker contact legt en meer contact heeft met H via sociale media. Online zijn D/ES dus meer betrokken in de ‘horende maatschappij’. Of dit offline ook van toepassing is, is niet gebleken uit dit onderzoek. Zowel de D/ES als de H ondervinden ongeveer dezelfde voor- en nadelen. Er zijn slecht enkele verschillen waarneembaar; zo geven D/ES vaker aan dat ze door sociale media meer zelfvertrouwen krijgen en zich minder beperkt voelen. Als nadeel geven ze aan dat het contact via sociale media vaak erg onpersoonlijk is. Een nadeel dat voornamelijk door H genoemd wordt, is dat ze veel miscommunicatie ervaren bij het gebruik van sociale media.

7. Literatuurlijst

- Aarts, N. (2012). *Zelforganisatie in de netwerksamenleving*. Vakblad van Logeion, september 2012, 28-30
- Baarda, B. (2009). *Dit is onderzoek! Handleiding voor kwantitatief en kwalitatief onderzoek*. Groningen/Houten: Noordhoff Uitgevers.
- Baarda, D., Goede, de, M. & Meer & van der-Middelburg, A. (2007). *Basisboek interviewen: handleiding voor het voorbereiden en afnemen van interviews*. Groningen/Houten: Noordhoff Uitgevers (tweede herziene druk).
- Bighelaar, van den, S., Akkermans, M. (2013). *Bevolkingstrends 2013: gebruik en gebruikers van sociale media*. Den Haag: Centraal Bureau Statistiek (CBS)
- Bloem, J., Doorn, van, M., Duivestijn, S., Sjöström, A. (2012). *Het App-effect*. Vianen: Sogeti
- Ceulemans, R. (2012). De persoonlijke kaart. Opgeroepen op 2013, van <http://depersoonlijkekaart.com/belang-communicatie/>
- Helen Blom, M. (2013, 8 20). Finding friends online. *Finding friends online. Online activities by deaf adolescent and their influence on their well-being*. Nijmegen, Nederland: Radboud University Nijmegen.
- Hekman, G. (2010). Jongeren en social network sites. Twente: Universiteit Twente
- Kok, D. (2011). Alleen aanwezig zijn op social media is niet genoeg. Een onderzoek naar gebruik van social media door gemeenten in Nederland. Amsterdam: D.S.C.
- Kossyvaki, A. & Varlamis, I. (2007) *A virtual community for the Deaf and the Hearing*. Panteion: Panteion University
- Moekotte, P. (2012). *Sociale media en socialiteit*. Twente: Vakblad voor opleiders in het gezondheidszorgonderwijs: nummer 4, juni 2012.
- Noordzij, S. (2012). Gebruik iPad in de logopedische behandeling. Opgeroepen op 2013, van <http://www.logo-apps.nl/cms/wp-content/uploads/2012/02/Onderzoeksverslag-Saskia-Noordzij-DEFINITIEF.pdf>

- Offringa, M., Assendelft, W. J. J., & Scholten, R. J. P. M. (2008). Kritisch beoordelen van een artikel. In M. Offringa, W. J. J. Assendelft & R. J. P. M. Scholten (Eds.), *Inleiding in evidence-based medicine: klinisch handelen gebaseerd op bewijsmateriaal* (pp. 54-149). Houten: Bohn Stafleu Van Loghum.
- Oosterveer, D. (2014). Sociale media 2014: jongeren blijven Facebook trouw. <http://www.marketingfacts.nl/berichten/nationale-social-media-onderzoek-2014>
- Osch van, D., Zijl van, R. (2011). Basisboek social media. Den Haag: Boom Lemma uitgevers
- Power, M., Power, D. (2010). *Communicating with Australian Deaf People about Communication Technology*. Australia/Gold Coast: Griffith University
- Snijders, W.G.F. Logopedisch Centrum (2010). Telelogopedie. Opgeroepen op 2013, van <http://www.logopedie.nu/logopedie-internet-beeldtelefoon>
- Valentine, G., Skelton, T., Levy, P. (2006). *The Role of the Internet in D/deaf People's Inclusion in the Information Society*. School of Geography, University of Leeds/Department of Geography, Loughborough University/CICAS, University of Sheffield
- Valentine, G. & Skelton, T. (2008). *Changing spaces: the role of the internet in Deaf geographies*. Leeds/Singapore: Social & Cultural Geography, vol. 9, No. 5
- Veen, van, G. & Psychowerk. (2004). Communicatievormen. Verkregen via <http://www.psychowerk.com/Woordenboek/C/communicatievormen.htm>
- Wikipedia. Definitie sociale media, verkregen via http://nl.wikipedia.org/wiki/Sociale_media

Bijlagen

1. De enquête

Enquête - Effect van sociale media (2)

Deze tekst wordt alleen in het voorbeeld getoond. Respondenten zien deze tekst niet.

Deze acties zullen plaatsvinden bij de volgende antwoordalternatieven:

☐ Nee : Ga naar einde

¹ Sociale media is een verzamelterm voor online communicatievormen en – technieken/sociale netwerken waarbij samenwerking tussen gebruikers en het delen van informatie door gebruikers centraal staan (Frissen et al., 2008).

Onder sociale media wordt specifiek verstaan: platforms op internet waar gebruikers zich kunnen organiseren, samenwerken, vriendschappen onderhouden, delen, ruilen, handelen en/of creëren.

Een aantal voorbeelden van sociale media zijn: FaceBook, YouTube, LinkedIn en Twitter.

1) * Maakt u gebruik van sociale media¹?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

2) * Geslacht

- ☐ Man
- ☐ Vrouw

3) * Leeftijd

4) * Hoogst voltooide opleiding

- ☐ Geen onderwijs/basisonderwijs
- ☐ LBO/VBO/VMBO (kader- en beroepsgerichte leerweg)
- ☐ MAVO/eerste 3 jaar HAVO of VWO/VMBO (theoretische en gemengde leerweg)
- ☐ MBO
- ☐ HAVO of VWO/WO en HBO propedeuse
- ☐ HBO/WO-bachelor
- ☐ WO-doctoraal of master

¹ 30-60 dB gehoorverlies

² 60-90 dB gehoorverlies

³ Boven de 90 dB gehoorverlies

5) Hoe is uw gehoor?

- ☐ Geen bijzonderheden
- ☐ Slechthorend¹
- ☐ Ernstig slechthorend²
- ☐ Doof³

Deze tekst wordt alleen in het voorbeeld getoond. Respondenten zien deze tekst niet.

Deze vraag wordt alleen getoond als aan de volgende criteria is voldaan:

- ☐ Is Hoe is uw gehoor? *gelijk aan* Slechthorend¹
- ☐ of

- Als Hoe is uw gehoor? *gelijk aan* Doof³
- of
- Als Hoe is uw gehoor? *gelijk aan* Ernstig slechthorend²

6) * Hoe lang bent u al (ernstig) slechthorend/doof

¹ Iemand is ernstig slechthorend, als de slechthorendheid de communicatie in zoverre verstoort, dat het voeren van een mondelinge conversatie met deze persoon niet/nauwelijks mogelijk is.

7) * Heeft u familieleden/vrienden en/of kennissen die ernstig slechthorend¹/doof zijn?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

Deze tekst wordt alleen in het voorbeeld getoond. Respondenten zien deze tekst niet.

Deze vraag wordt alleen getoond als aan de volgende criteria is voldaan:

- Als Heeft u familieleden/vrienden en/of kennissen die ernstig slechthorend¹/doof zijn? *gelijk aan* Ja

8) * Hoeveel familieleden/vrienden en/of kennissen van u zijn ernstig slechthorend/doof?

9) Van welke soorten sociale media maakt u gebruik? (Meerdere antwoorden zijn mogelijk) Geef per aangekruist medium aan of u het dagelijks wekelijks of maandelijks gebruikt.

	Dagelijks	Wekelijks	Maandelijks	Ik heb een account, maar maak er nauwelijks gebruik van
Facebook	☐	☐	☐	☐
Google+	☐	☐	☐	☐
Twitter	☐	☐	☐	☐
LinkedIn	☐	☐	☐	☐
YouTube	☐	☐	☐	☐
Tumblr	☐	☐	☐	☐
Flickr	☐	☐	☐	☐
Instagram	☐	☐	☐	☐
Vimeo	☐	☐	☐	☐
Vine	☐	☐	☐	☐
Badoo	☐	☐	☐	☐
Lexa, E-darling of andere datingsites.	☐	☐	☐	☐

10) Bij de vorige vraag heeft u aangegeven gebruik te maken van één of meerdere soorten sociale media. Geef per medium aan hoe lang u er gemiddeld per keer gebruik van maakt.

[illegible]

11) Hoe lang maakt u al gebruik van de verschillende soorten sociale media?

	Minder dan 1 jaar	1 tot 2 jaar	2 tot 5 jaar	Meer dan 5 jaar
Facebook	☐	☐	☐	☐
Google+	☐	☐	☐	☐
Twitter	☐	☐	☐	☐
LinkedIn	☐	☐	☐	☐
YouTube	☐	☐	☐	☐
Tumblr	☐	☐	☐	☐
Flickr	☐	☐	☐	☐
Instagram	☐	☐	☐	☐
Vimeo	☐	☐	☐	☐
Vine	☐	☐	☐	☐
Badoo	☐	☐	☐	☐
Lexa, E-darling of andere datingsites.	☐	☐	☐	☐

12) * Voor welke doeleinden gebruikt u sociale media? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Tijdverdrijf/amusement
- ☐ Op de hoogte blijven van nieuws

- ☐ Op de hoogte blijven van bezigheden van familie/vrienden/kennissen
- ☐ Onderhouden van nieuwe/bestaande contacten
- ☐ Onderhouden van zakelijke contacten (school, werk)
- ☐ Anders, namelijk:

¹ Denk hierbij bijv. aan bereikbaarheid, contact met anderen, etc.

13) * Welke veranderingen¹ heeft u waargenomen in uw dagelijks leven, sinds u gebruik maakt van sociale media? (Noem er minimaal twee)

14) * Welke voordelen ondervindt u bij het gebruik van sociale media? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Sneller op de hoogte (wat betreft: nieuws, informatie, etc.)
- ☐ Makkelijk contact leggen met anderen (hoever zij ook bij u vandaan zijn)
- ☐ Meer zelfvertrouwen, door bijv. positieve reacties op uw online profiel
- ☐ Het onderhouden/uitbreiden van zakelijke contacten
- ☐ Anders, namelijk:

¹ Je mag onderscheid maken tussen de verschillende soorten sociale media, wanneer het verschilt per medium.

15) * Welke voordelen¹ ondervindt u bij het gebruik van sociale media ten opzichte van 'face to face' contact? (Noem er minimaal twee)

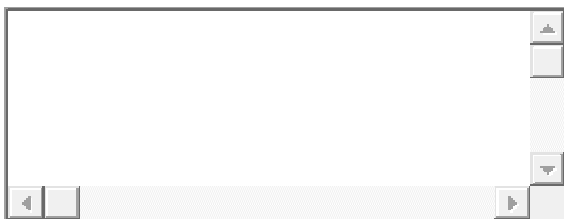
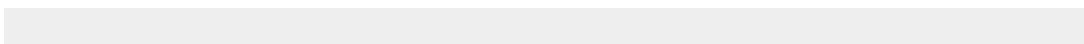
A rectangular text input field with a light gray border. It contains several small, faint icons in the corners, likely for text formatting or editing.

16) * Welke nadelen ondervindt u bij het gebruik van sociale media? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ U (of iemand anders) kan een bepaald imago creëren, dat niet hoeft te kloppen
- ☐ Hoge verwachtingen wat betreft snelle respons
- ☐ Alles dat geplaatst wordt is voor eeuwig op internet terug te vinden
- ☐ Verminderd zelfvertrouwen, door bijv. negatieve reacties op uw profiel
- ☐ Minder privacy
- ☐ Verslavingsgevoelig
- ☐ Miscommunicatie
- ☐ Anders, namelijk:

¹ Je mag onderscheid maken tussen de verschillende soorten sociale media, wanneer het verschilt per medium.

17) * Welke nadelen¹ ondervindt u bij het gebruik van sociale media ten opzichte van 'face to face' contact? (Noem er minimaal twee)

A rectangular text input field with a light gray border. It contains several small, faint icons in the corners, likely for text formatting or editing.A wide, shallow rectangular text input field with a light gray border.

Deze tekst wordt alleen in het voorbeeld getoond. Respondenten zien deze tekst niet.

Deze vraag wordt alleen getoond als aan de volgende criteria is voldaan:

- Als Heeft u familieleden/vrienden en/of kennissen die ernstig slechthorend¹/doof zijn? *gelijk aan Ja*

18) * Zorgen sociale media ervoor dat u GEMAKKELIJKER contact legt met andere slechthorenden/doven?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

Deze tekst wordt alleen in het voorbeeld getoond. Respondenten zien deze tekst niet.

Deze vraag wordt alleen getoond als aan de volgende criteria is voldaan:

- Als Heeft u familieleden/vrienden en/of kennissen die ernstig slechthorend¹/doof zijn? *gelijk aan Ja*

19) * Zorgen sociale media ervoor dat je MEER contact hebt met andere slechthorenden/doven?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

Deze tekst wordt alleen in het voorbeeld getoond. Respondenten zien deze tekst niet.

Deze vraag wordt alleen getoond als aan de volgende criteria is voldaan:

- Als Hoe is uw gehoor? *gelijk aan Doof*³
- of
- Als Hoe is uw gehoor? *gelijk aan Ernstig slechthorend*²

20) * Zorgen sociale media ervoor dat u GEMAKKELIJKER contact legt met horenden?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

Deze tekst wordt alleen in het voorbeeld getoond. Respondenten zien deze tekst niet.

Deze vraag wordt alleen getoond als aan de volgende criteria is voldaan:

- ☐ Als Hoe is uw gehoor? *gelijk aan* Doof³
- ☐ of
- ☐ Als Hoe is uw gehoor? *gelijk aan* Ernstig slechthorend²

21) * Zorgen sociale media ervoor dat u MEER contact hebt met horenden?

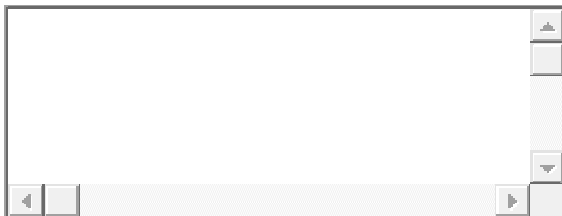
- ☐ Ja
- ☐ Nee

Deze tekst wordt alleen in het voorbeeld getoond. Respondenten zien deze tekst niet.

Deze vraag wordt alleen getoond als aan de volgende criteria is voldaan:

- ☐ Als Hoe is uw gehoor? *gelijk aan* Doof³
- ☐ of
- ☐ Als Hoe is uw gehoor? *gelijk aan* Ernstig slechthorend²

22) * Welke verschillen ervaart u in het contact tussen twee ernstig slechthorende/dove personen ten opzichte van het contact tussen één horend en één ernstig slechthorend/doof persoon tijdens 'face to face' contact? (Noem er minimaal twee)



Deze tekst wordt alleen in het voorbeeld getoond. Respondenten zien deze tekst niet.

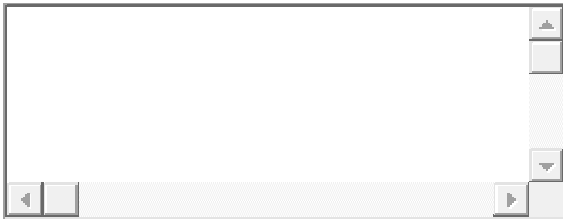
Deze vraag wordt alleen getoond als aan de volgende criteria is voldaan:

- Als Hoe is uw gehoor? *gelijk aan* Doof³
- of
- Als Hoe is uw gehoor? *gelijk aan* Ernstig slechthorend²

23) * Welke verschillen ervaart u in het contact tussen twee ernstig slechthorende/dove personen ten opzichte van het contact tussen één horend en één ernstig slechthorend/doof persoon bij het gebruik van sociale media? (Noem er minimaal twee)

A large, empty rectangular text box with a thin black border. On the right side, there are three small, vertically stacked square buttons with downward-pointing arrows. On the bottom left, there are two small square buttons with leftward-pointing arrows, and on the bottom right, there is one small square button with a rightward-pointing arrow.

24) * Heeft het gebruik van sociale media in het algemeen ook invloed op de bezigheden waar u geen direct gebruik maakt van deze sociale media? Indien ja, waarin uit zich dit?

A large, empty rectangular text box with a thin black border. On the right side, there are three small, vertically stacked square buttons with downward-pointing arrows. On the bottom left, there are two small square buttons with leftward-pointing arrows, and on the bottom right, there is one small square button with a rightward-pointing arrow.

2. Resultaten pilot

De eerste versie van de enquête is verstuurd naar 6 medestudenten uit de thesiskring en de docentbegeleidster. Op deze manier werd de werking en de formulering van de vragen getest. Ook werd er gekeken of de ingewonnen informatie, de juiste informatie was ten behoeve van het beantwoorden van de onderzoeksvraag.

Tijdens deze pilot bleek dat het invullen van de enquête niet volledig foutloos ging. Zo werkte vraag 9 niet, wanneer er niet bij ieder sociaal medium een mogelijk antwoord aangevinkt werd, terwijl dit niet altijd van toepassing hoefde te zijn. Daarom moest deze vraag ingesteld worden als 'niet verplicht'. Ook bleken de vragen 22, 23 en 24 niet duidelijk geformuleerd te zijn, waardoor deze moeilijk te beantwoorden waren. Door een kleine aanpassing te maken in de vraag, werden deze duidelijker.

De medestudenten gaven aan dat ze niets miste in de enquête. Wel ontstond er de vraag over of ieder horend persoon weet wanneer je spreekt van ernstig slechthorend of doof, aangezien je vaak niet weet wat de gehoorsdrempel van personen in de omgeving is. Daarom is er bij vraag 5 de volgende informatie toegevoegd 'Iemand is ernstig slechthorend, als de slechthorendheid de communicatie in zoverre verstoort, dat het voeren van een mondelinge conversatie met deze persoon niet/nauwelijks mogelijk is'.

Tot slot zijn vraag 18 tot en met 21 toegevoegd. Het bleek dat een vraag die antwoord gaf op de hoofdvraag 'participeren' in de 'horende maatschappij' nog niet concreet gesteld werd.

Na de bovengenoemde aanpassingen is de enquête nogmaals ingevuld door de onderzoekers zelf om te controleren of deze goed functioneerde. Hierna is de enquête verstuurd naar de verschillende organisaties om zo de desbetreffende doelgroep te bereiken (bijlage 4).

3. E-mail naar organisaties

Geachte meneer/mevrouw,

Wij zijn Ilse, Jennifer en Anne en studeren logopedie aan Zuyd Hogeschool te Heerlen. Wij zitten in het laatste jaar van deze opleiding en zijn bezig met onze afstudeerthesis. Tijdens dit project willen wij onderzoeken welke invloed sociale media hebben op het dagelijkse leven van dove en slechthorende mensen.

Om dit te onderzoeken, hebben wij een enquête opgesteld die online, geheel anoniem, kan worden ingevuld door op onderstaande link te klikken. Het invullen van de enquête zal 5 tot 10 minuten in beslag nemen.

Deze enquête richt zich op dove en slechthorende mensen vanaf 16 jaar die gebruik maken van sociale media en horende mensen, vanaf 16 jaar die gebruik maken van sociale media en veel/of regelmatig contact hebben met dove en slechthorende mensen.

U zou ons erg helpen wanneer u deze enquête verspreidt onder de bovengenoemde doelgroep. Dit kunt u doen door deze e-mail of uitsluitend de link in de mail door te sturen naar de doelgroep.

Link naar enquête:

<https://response.questback.com/hogeschoolzuydstudenten/bkxmfjy2zh/>

Bij voorbaat hartelijk dank, voor uw medewerking en de moeite.

Met vriendelijke groet,

Ilse Verboogen, Jennifer Wijnands en Anne van Mil
Studenten logopedie, jaar 4 Zuyd Hogeschool
1032038mil@zuyd.nl

Contact persoon Zuyd Hogeschool: Aimée van Loo

4. Contactlijst enquête

Naam	Democratisch doven forum (facebookpagina)
Over	Deze besloten facebookpagina is voor doven en voor personen die doven een warm hart toedragen. Op deze pagina kunnen leden onderwerpen posten en met elkaar in debat gaan over de geposte onderwerpen.
Contact gegevens	Website: - E-mailadres: - Facebookpagina: www.facebook.com/groups/323220601085272/?notif_t=group_r2j_approved
Hoe bereikt	18-2-2014 Enquête op facebookpagina geplaatst.
Reactie	Geen reactie
Belangstelling naar de uitkomst van het onderzoek	Nee

Naam	Doof en zo (facebookpagina)
Over	‘Doof en zo’ is een besloten facebookpagina voor jong en oud. Op deze pagina mogen leden berichten delen met elkaar. Deze berichten kunnen gaan over interesses en bezigheden (over de handicap ‘doof zijn’).
Contact gegevens	Website: - E-mailadres: - Facebookpagina: www.facebook.com/groups/Nieuw.DDF/?ref=notif&notif_t=group_r2j_approved
Hoe bereikt	18-2-2014 Enquête op facebookpagina geplaatst.
Reactie	18-2-2014 Facebookgebruiker 1: Gedaan Facebookgebruiker 2: Gedaan 23-2-2014 Facebookgebruiker 3: Leuk onderzoek, heb het ook ingevuld. Succes ermee. 24-2-2014 Facebookgebruiker 4: Ingevuld, ben benieuwd welk response hieruit volgt Facebookgebruiker 5: Ingevuld
Belangstelling naar de uitkomst van het onderzoek	Ja

Naam	Doof.nl
Over	Doof.nl bestaat sinds 1997 en is de best bezochte nieuwssite voor doven en slechthorenden van de Benelux. Doof.nl voorziet u dagelijks van nieuws en betrouwbare informatie over gehoorverlies en hoorproblemen in de ruimste zin van het woord.
Contact gegevens	Website: www.doof.nl E-mailadres: redactie@doof.nl Facebookpagina: www.facebook.com/doofnl?fref=ts
Hoe bereikt	14-1-2014 Bericht naar facebookpagina gestuurd. 17-1-2014 Contactformulier op de website ingevuld. 21-1-2014 Zelf de link van de enquête op de facebookpagina gepost. 18-2-2014 Bericht naar facebookpagina gestuurd. 18-2-2014 E-mail gestuurd.
Reactie	Geen reactie
Belangstelling naar de uitkomst van het onderzoek	Nee

Naam	Doof_nl (facebookpagina)
Over	Social community pagina voor iedereen met een gehoorbeperking, zoals doof en slechthorendheid.
Contact gegevens	Website: - E-mailadres: - Facebookpagina: www.facebook.com/pages/Doof_NL/144724755552091
Hoe bereikt	14-1-2014 Bericht naar facebookpagina gestuurd. 21-1-2014 Zelf de link van de enquête op de facebookpagina gepost.
Reactie	Geen reactie
Belangstelling naar de uitkomst van het onderzoek	Nee

Naam	Dovenagenda
Over	Een online agenda met daarin evenementen, activiteiten, lezingen, bijeenkomsten, etc. die de maken hebben met slechthorendheid/doofheid en interessant zijn voor dove en slechthorende mensen.

Contact gegevens	Website: www.dovenagenda.nl E-mailadres: dovenagenda@gmail.com Facebookpagina: www.facebook.com/dovenagenda
Hoe bereikt	17-1-2014 E-mail gestuurd. 21-1-2014 Bericht naar facebookpagina gestuurd. 18-2-2014 E-mail gestuurd. 18-2-2014 Bericht naar facebookpagina gestuurd.
Reactie	18-2-2014 Negatieve reactie
Belangstelling naar de uitkomst van het onderzoek	Nee

Naam	Doven & co (facebookpagina)
Over	‘Doven & co’ is een besloten facebookpagina. Op deze pagina mogen leden berichten delen met elkaar. Deze berichten kunnen gaan over interesses en bezigheden (over de handicap ‘doof zijn’). Het is als het waren een pagina voor lotgenotencontact.
Contact gegevens	Website: - E-mailadres: - Facebookpagina: www.facebook.com/groups/176496929053930/?notif_t=group_r2j_approved
Hoe bereikt	18-2-2014 Enquête op facebookpagina geplaatst.
Reactie	Geen reactie
Belangstelling naar de uitkomst van het onderzoek	Nee

Naam	Dovenschap
Over	Dovenschap is dé belangenorganisatie van dove mensen in Nederland. Dovenschap vindt het belangrijk dat dove mensen kunnen doen wat zij willen. Dove mensen moeten zonder problemen kunnen studeren, werken en leven in Nederland. Dat lukt nog niet altijd. Er zijn niet genoeg tolken. Wij hebben niet genoeg tolkuren per jaar om vrijuit te communiceren met horende mensen. De informatie van de overheid is niet altijd goed te begrijpen. Zo zijn er nog veel meer zaken die niet goed zijn geregeld voor dove mensen.

	Dovenschap werkt aan betere positie van dove mensen zodat zij kunnen leven zoals zij willen. Dovenschap doet dat door een kritische en onafhankelijke houding. Zij praat met overheid (ministeries) dienstverleners en zorg (Ziekenhuizen, GGZ voor doven, De Gelderhorst,) en bedrijven als KPN. In deze contacten komt Dovenschap altijd voor de belangen van dove mensen op. Op 1 januari 2011 had Dovenschap 579 individuele leden en 32 donateurs. Daarnaast zijn er 5 landelijke organisaties en 9 lokale of regionale welzijnsstichtingen lid van Dovenschap. Dovenschap vertegenwoordigt 15.000 volwassen dove mensen. Zij gebruiken bijna allemaal Nederlandse Gebarentaal.
Contact gegevens	Website: www.dovenschap.nl E-mailadres: info@dovenschap.nl Facebookpagina: www.facebook.com/Dovenschap
Hoe bereikt	14-1-2014 Contactformulier op de website ingevuld.
Reactie	14-1-2014 Positieve reactie
Belangstelling naar de uitkomst van het onderzoek	Ja

Naam	FODOK
Over	Nederlandse federatie van ouders van dove kinderen. De FODOK is er voor ouders van dove kinderen, of die kinderen nou jong zijn of al ouder, een cochleair implantaat hebben of niet, wel of niet een extra handicap hebben. Het maakt ook niet uit of een kind ernstig slechthorend wordt genoemd of doof: als een kind zonder hulpmiddelen zo weinig hoort dat het volgen van afgesproken taal een probleem is, is extra steun nodig. De FODOK behartigt de belangen van de kinderen en hun ouders, geeft informatie en biedt ouders gelegenheid elkaar te ontmoeten.
Contact gegevens	Website: www.fodok.nl E-mailadres: info@fodok.nl Facebookpagina: www.facebook.com/FODOK56?fref=ts
Hoe bereikt	14-1-2014 E-mail gestuurd.
Reactie	16-1-2014 Positieve reactie

Belangstelling naar de uitkomst van het onderzoek	Nee
--	-----

Naam	FOSS
Over	Het is dan goed te weten dat de FOSS actief opkomt voor ouders en kinderen. De FOSS behartigt de belangen van ouders en kinderen en maakt zich bij instanties en overheid sterk voor verbetering van regelingen en wetten. Het uitwisselen van ervaringen is voor veel ouders erg belangrijk. Naast belangenbehartiging en voorlichting over bijvoorbeeld de snel veranderende wet- en regelgeving, bestaat het werk van de FOSS uit het organiseren van lotgenotencontact. De FOSS zet zich ook in voor wie werkzaam is in de zorgverlening en het onderwijs. De FOSS is zeer actief in de strijd voor het behoud van de gespecialiseerde hulpverlening en het speciaal onderwijs.
Contact gegevens	Website: www.foss-info.nl E-mailadres: foss@hetnet.nl Facebookpagina: -
Hoe bereikt	14-1-2014 Contactformulier op de website ingevuld. 21-1-2014 E-mail gestuurd. 18-2-2014 E-mail gestuurd. 18-2-2014 Contactformulier op de website ingevuld.
Reactie	18-2-2014 Positieve reactie
Belangstelling naar de uitkomst van het onderzoek	Nee

Naam	Hogeschool Utrecht Instituut voor gebaren, taal & dovenstudies
Over	Binnen het Instituut voor Gebaren, Taal & Dovenstudies zijn de bacheloropleiding Leraar/Tolk Nederlandse Gebarentaal, de masteropleiding Dovenstudies/Leraar Nederlandse Gebarentaal, master SEN: auditief gehandicapten en master SEN: communicatief gehandicapten, de AssociateDegree Schrijftolk en het Centre of Excellence ondergebracht.
Contact gegevens	Website: www.hu.nl/los/igtd E-mailadres: secretariaat.igtd@hu.nl Facebookpagina: www.facebook.com/allerhandenfestival?fref=ts
Hoe bereikt	5-2-2014 E-mail gestuurd.

Reactie	6-2-2014 Positieve reactie
Belangstelling naar de uitkomst van het onderzoek	Nee

Naam	Hoor Friesland
Over	Hoor Friesland (voorheen het Fries Centrum voor Doven en Slechthorenden) is een belangenorganisatie. Wij willen dat het geluid van doven en slechthorenden in Friesland wordt gehoord. We zijn er voor iedereen met een hoorprobleem. In Friesland zijn er circa 200 doven en 60.000 slechthorenden (10% v.d. bevolking). Maar we zijn er natuurlijk ook voor hun familie, collega's, vrienden en kennissen. Daarnaast zijn we een kenniscentrum waar iedereen terecht kan met vragen over hoorbeperkingen.
Contact gegevens	Website: www.hoorfriesland.nl E-mailadres: info@hoorfriesland.nl Facebookpagina: -
Hoe bereikt	17-1-2014 E-mail gestuurd. 18-2-2014 E-mail gestuurd.
Reactie	Geen reactie
Belangstelling naar de uitkomst van het onderzoek	Nee

Naam	Koninklijke Kentalis
Over	Al meer dan 220 jaar is Kentalis dé specialist op het gebied van diagnostiek, zorg en onderwijs voor mensen met beperkingen in horen en communiceren doordat ze doofblind, doof of slechthorend zijn. Of omdat ze communicatieproblemen hebben door een taalontwikkelingsstoornis of autisme met problemen in spraak en taal. Sommige van deze mensen hebben ook nog een verstandelijke beperking of motorische of psychiatrische problemen.
Contact gegevens	Website: www.kentalis.nl E-mailadres: info@kentalis.nl Facebookpagina: www.facebook.com/Kentalis?ref=ts&fref=ts
Hoe bereikt	14-1-2014 E-mail gestuurd. 18-2-2014 E-mail gestuurd.

	18-2-2014 Bericht naar facebookpagina gestuurd.
Reactie	18-2-2014 Positieve reactie
Belangstelling naar de uitkomst van het onderzoek	Nee

Naam	NBTG
Over	De Nederlandse Beroepsvereniging Tolken Gebarentaal (NBTG) behartigt de belangen van tolken gebarentaal in Nederland. De voortdurende professionalisering van het beroep is een van de kerntaken van de NBTG. Zo richtte de NBTG onder meer een register voor tolken gebarentaal op. Het register bevordert en bewaakt de kwaliteit van tolken gebarentaal. En verschaft klanten, bemiddelingsbureaus en overheidsinstanties duidelijkheid over de kwalificaties van een tolk gebarentaal. Ook vertegenwoordigt de NBTG de tolken tijdens overleg met overheidsinstellingen en is de NBTG gesprekspartner van onder meer belangenorganisaties van doven en slechthorenden en bemiddelingsbureaus voor tolken. De NBTG is nauw betrokken bij diverse overlegorganen van en voor tolken, zoals het european forum of signlanguageinterpreters (efsli).
Contact gegevens	Website: www.nbtg.nl E-mailadres: info@nbtg.nl Facebookpagina: www.facebook.com/pages/Nederlandse-Beroepsvereniging-Tolken-Gebarentaal-NBTG/195778797113000?fref=pb&hc_location=profile_browser
Hoe bereikt	14-1-2014 E-mail gestuurd.
Reactie	Positieve reactie
Belangstelling naar de uitkomst van het onderzoek	Nee

Naam	NCBD
Over	Het doel van de Nederlandse Christelijke Bond van Doven is het behartigen van de belangen van Christelijke doven in Nederland.
Contact gegevens	Website: www.ncbd.nl E-mailadres: info@ncbd.nl Facebookpagina: -

Hoe bereikt	17-1-2014 E-mail gestuurd. 18-2-2014 E-mail gestuurd.
Reactie	Geen reactie
Belangstelling naar de uitkomst van het onderzoek	Nee

Naam	Nederlands Gebarencentrum
Over	Al sinds 1992 is het Nederlands Gebarencentrum hét landelijke onafhankelijk expertisecentrum op het gebied van Nederlandse Gebarentaal (NGT) en Nederlands met gebaren (NmG). Hun missie is het beheer en de bevordering van de Nederlandse Gebarentaal in al haar verschijnings- vormen.
Contact gegevens	Website: www.gebarencentrum.nl E-mailadres: info@gebarencentrum.nl Facebookpagina: www.facebook.com/pages/Nederlands-Gebarencentrum/119442974778239
Hoe bereikt	17-1-2014 E-mail gestuurd. 21-1-2014 Bericht naar facebookpagina gestuurd. 18-2-2014 E-mail gestuurd. 18-2-2014 Bericht naar facebookpagina gestuurd.
Reactie	18-2-2014 Positieve reactie
Belangstelling naar de uitkomst van het onderzoek	Nee

Naam	Nederlandse Schrijftolken vereniging
Over	In Nederland hebben doven, slechthorenden en doofblinden recht op ondersteuning bij de communicatie. Dat betekent dat iedereen met een auditieve beperking recht heeft op een tolk en gebruik kan maken van de tolkvoorziening. Met een tolkvoorziening hoef je dus niet te betalen voor het inzetten van een tolk. Hierbij kan gekozen worden uit verschillende tolksoorten, bijvoorbeeld: de tolk nederlandse gebarentaal, de NmG-tolk, en de schrijftolk. Door instanties worden deze verschillende tolksoorten over het algemeen benoemd met de term doventolken. De vergoeding van een doventolk is verdeeld over drie verschillende soorten situaties, namelijk werk-, onderwijs- en privésituaties.

Contact gegevens	Website: www.schrijftolk.org E-mailadres: - Facebookpagina: www.facebook.com/pages/Nederlandse-Schrijftolken-Vereniging/150044535063367
Hoe bereikt	17-1-2014 Contactformulier op website ingevuld. 18-2-2014 Contactformulier op website ingevuld.
Reactie	Geen reactie
Belangstelling naar de uitkomst van het onderzoek	Nee
Naam	NVVS
Over	NVVS (Nederlandse Vereniging voor Slechthorenden) is al meer dan 100 jaar dé vereniging voor iedereen met een hoorprobleem. De NVVS vraagt aandacht voor verschillende hoorproblemen en wil erkenning bevorderen, biedt onafhankelijke informatie, maakt lotgenotencontacten mogelijk en stimuleert deze en ze stelt zich op als krachtige, kritische en duidelijk zichtbare behartiger van de belangen voor mensen met hoorproblemen.
Contact gegevens	Website: www.nvvs.nl E-mailadres: info@nvvs.nl Facebookpagina: www.facebook.com/nvvs.nl?fref=ts
Hoe bereikt	17-1-2014 Contactformulier op de website ingevuld. 21-1-2014 Bericht naar facebookpagina gestuurd.
Reactie	23-1-2014 Positieve reactie
Belangstelling naar de uitkomst van het onderzoek	Ja

Naam	SBNDJ
Over	Stichting Belangen Nederlandse Doven Jongeren oftewel JongerenCommissie (JC) is opgezet, als werkgroep onder de toenmalige Dovenraad. Het idee voor het oprichten van JC is ontstaan tijdens een landelijke zeskamp van de regionale jongerenclubs. Vanaf 1983 kreeg de JC subsidie. Dat gaf ons financiële ruimte, zodat we meer activiteiten konden gaan doen. Vanaf 1986 kwam er een (betaalde) medewerker in dienst van de JC, waardoor we de mogelijkheid kregen om onze activiteiten verder uit te breiden. In 1993 werd de Dovenraad opgeheven. De JC heeft toen besloten om als

	zelfstandige stichting verder te gaan. De officiële naam werd Stichting Belangen Nederlandse Dove Jongeren (SBNDJ), maar iedereen is de bekende naam JongerenCommissie (JC) blijven gebruiken.
Contact gegevens	Website: www.jongerencommissie.nl E-mailadres: dovejongeren@gmail.com Facebookpagina: www.facebook.com/DoveJongeren?fref=ts
Hoe bereikt	14-1-2014 E-mail gestuurd. 21-1-2014 Bericht naar facebookpagina gestuurd. 18-2-2014 E-mail gestuurd. 18-2-2014 Bericht naar facebookpagina gestuurd.
Reactie	3-3-2014 Positieve reactie
Belangstelling naar de uitkomst van het onderzoek	Nee

Naam	SH-jong
Over	SH-Jong is een non-profit organisatie voor en door slechthorende jongeren, die mondeling met elkaar kunnen communiceren eventueel ondersteund door gebaren of een schrijftolk.
Contact gegevens	Website: www.shjong.nl E-mailadres: info@shjong.nl Facebookpagina: www.facebook.com/shjong?fref=pb&hc_location=profile_browser
Hoe bereikt	14-1-2014 E-mail gestuurd. 17-1-2014 Link van de enquête op facebookpagina geplaatst.
Reactie	17-1-2014 Positieve reactie
Belangstelling naar de uitkomst van het onderzoek	Ja

Naam	Stichting plotsdoven en laatdoven
Over	De Stichting Plotsdoven heeft zich de belangenbehartiging van plots- en laatdoven in ruimste zin ten doel gesteld. Reïntegratie en zelfredzaamheid van plots- en laatdoven in de horende maatschappij staan daarbij voorop. De Stichting Plotsdoven: • Informeert en adviseert plots- en laatdoven • Geeft voorlichting over plots- en laatdoofheid

	• Heeft contactpersonen voor opvang en hulpverlening en verwijst zo nodig door naar professionele hulpverlening • Bevordert onderzoek op het gebied van plots- en laatdoofheid • Organiseert landelijke en regionale activiteiten en themabijeenkomsten • Geeft een contactblad uit
Contact gegevens	Website: www.stichtingplotsdoven.nl E-mailadres: info@stichtingplotsdoven.nl Facebookpagina: www.facebook.com/groups/stichtingplotsdoven/?fref=ts
Hoe bereikt	14-1-2014 E-mail gestuurd.
Reactie	14-1-2014 Positieve reactie
Belangstelling naar de uitkomst van het onderzoek	Nee

Naam	SUDO
Over	De Stichting Samenwerkende Utrechtse Dovenorganisaties (Stichting SUDO) behartigt de belangen van dove en slechthorende mensen in de provincie Utrecht en in 't Gooi. Stichting SUDO doet dit door o.a. informatie-avonden te organiseren voor doven, door activiteiten te organiseren voor dove kinderen, en door voorlichting te geven aan iedereen die daar om vraagt. Dit kunnen zowel personen als organisaties zijn. Daarnaast is Stichting SUDO de koepel van dovenorganisaties in deze provincie.
Contact gegevens	Website: www.sudo-utrecht.nl E-mailadres: - Facebookpagina: www.facebook.com/pages/SUDO-Utrecht/130746010354334
Hoe bereikt	17-1-2014 Bericht naar facebookpagina gestuurd. 21-1-2014 Link van de enquête op facebookpagina gepost.
Reactie	Geen reactie
Belangstelling naar de uitkomst van het onderzoek	Nee

Naam	Stichting welzijn doven Drenthe
-------------	---------------------------------

Over	Stichting Welzijn Doven Drenthe (SWDD) is een provinciale instelling. Als zodanig wil de Stichting opkomen voor de belangenbehartiging en welzijnsbevordering van alle doven in de provincie Drenthe. De SWDD is ingeschreven bij de Kamer van Koophandel in Meppel onder nr. 41018157. De Stichting wil zich inzetten voor alle doven in Drenthe zonder onderscheid te maken over de mate van gehoorverlies, huidskleur of politieke/ geestelijke overtuiging. De inzet die de Stichting wil doen op het gebied van communicatie, welzijn, arbeid, voorzieningen, informatie, voorlichting, educatie en ontspanning is zowel voor doven zelf maar ook aan horende belangstellenden.
Contact gegevens	Website: www.swdd.nl/ E-mailadres: info@swdd.nl Facebookpagina: -
Hoe bereikt	17-1-2014 E-mail gestuurd. 18-2-2014 E-mail gestuurd.
Reactie	19-2-2014 Positieve reactie
Belangstelling naar de uitkomst van het onderzoek	Nee

Naam	Stichting welzijn doven Rotterdam
Over	Swedoro (Stichting Welzijn Doven Rotterdam) is in 1986 opgericht na de subsidietoekenning van de gemeente Rotterdams het clubgebouw (DOC) in 1989 feestelijk geopend zodat alle dovenorganisaties onder één dak konden komen.
Contact gegevens	Website: www.swedoro.nl/joomla10/ E-mailadres: info@swdd.nl Facebookpagina: www.facebook.com/swedoro.nieuws?fref=ts-
Hoe bereikt	17-1-2014 E-mail gestuurd. 27-1-2014 Bericht naar facebookpagina gestuurd. 18-2-2014 E-mail gestuurd. 18-2-2014 Bericht naar facebookpagina gestuurd.
Reactie	Geen reactie
Belangstelling naar de uitkomst van het onderzoek	Nee

Naam	Stichting welzijn & zorg doven
Over	Het bevorderen van de ontwikkelingen en activiteiten, die het welzijn van doven in Zuid-Holland, zowel materieel als immaterieel, raken alsmede het bevorderen van de integratie van doven in al hun gradaties in de horende maatschappij en het behoud van de dovencultuur.
Contact gegevens	Website: www.wezodo.nl E-mailadres: info@wezodo.nl Facebookpagina: www.facebook.com/wezodo?fref=ts
Hoe bereikt	17-1-2014 E-mail gestuurd. 27-1-2014 Link van de enquête op facebookpagina gepost. 18-2-2014 E-mail gestuurd.
Reactie	Geen reactie
Belangstelling naar de uitkomst van het onderzoek	Nee

Naam	Tolknet
Over	Tolknet treedt op in situaties waar communicatie tussen doven, slechthorenden en horenden niet lukt of verbeterd kan worden. Tolknet ambieert dé autoriteit te zijn op het gebied van communicatievraagstukken die betrekking hebben op doven, slechthorenden en horenden.
Contact gegevens	Website: www.tolknet.nl E-mailadres: info@tolknet.nl Facebookpagina: www.facebook.com/Tolknet?fref=ts
Hoe bereikt	17-1-2014 E-mail gestuurd.
Reactie	17-1-2014 Positieve reactie
Belangstelling naar de uitkomst van het onderzoek	Ja