

Zijn vleesetende mannen wel zo sexy?

Onderzoek naar het oordeel van vrouwen over mannelijkheid en aantrekkelijkheid bij mannen met een vegetarisch ofwel omnivoor eetpatroon

Senja Tee

Studentnummer: 6220851

E-mailadres: i.s.tee@students.uu.nl

In samenwerking met Mare Boon & Lisa Pap

Begeleidster: Dr. Lieke Heil

Bacheloronderzoek Psychologie

Studiepaden 'Sociale, Gezondheids- en Arbeids- en organisatiepsychologie'

Cursus 200500402

2020-2021 - Blok 3 en 4

Datum: 20 juni 2021

Aantal woorden: 4183

Samenvatting (Nederlands)

Uit verschillende onderzoeken bleek dat vleesconsumptie volgens de sociale normen onderdeel is van mannelijk stereotiep eetgedrag. Westelijke landen, waaronder Nederland, genieten een buitenproportionele vleesconsumptie. Echter, er wordt steeds meer bekend over desastreuze gevolgen hiervan voor mens, dier en milieu. Een relevante vraag was daarom wat deze vleesreductie tegenhoudt, en of recentelijke langzame normverschuivingen in eetpatroon en genderrollen verschil maken (namelijk een stijging in vegetarisme en vermindering van traditionele gendernormen). De verwachting was dat onder andere beoordeling door potentiële vrouwelijke partners, die beïnvloed worden door traditionele gendernormen, een rol spelen bij vleesconsumptie door mannen. In het huidige onderzoek werd daarom getoetst in hoeverre het eetpatroon van mannen, via een invloed op hun beoordeelde mannelijkheid, invloed heeft op hoe aantrekkelijk ze gevonden worden door vrouwen. De steekproef bestond uit vrouwelijke participanten die werden verdeeld onder twee condities: één met een vignet over een omnivoorman, de ander met een vignet over een vegetariër-man. Verder kregen participanten allen dezelfde online vragenlijst voorgeschoteld, waarin demografische gegevens en de concepten ‘mannelijkheid’, ‘aantrekkelijkheid’ en ‘gezondheidsbewustheid’ werden gemeten. De resultaten bevestigden beide hypothesen dat er ten eerste een effect was van eetpatroon op aantrekkelijkheid, en ten tweede dat dit effect via mannelijkheid verliep. Dit impliceert dat normverschuivingen tot op heden nog niet in onderzoeksresultaten zichtbaar zijn, hoewel dit in de komende jaren wel wordt verwacht. Wegens de consequenties van hoge vleesconsumptie voor natuur en mens, bevestigen de onderzoeksresultaten wederom de maatschappelijke vraag om interventies die gendernormen bijstellen en de positieve effecten van vegetarisme benadrukken.

Sleutelwoorden:

vleesconsumptie, vegetarisme, sociale normen, mannelijkheid, traditionele genderrollen

Abstract (English)

Several studies have shown that meat consumption is part of male stereotypical eating behavior according to social norms. Western countries, including the Netherlands, have a disproportionate meat consumption. However, more and more is becoming known about the disastrous consequences of this for humans, animals and the environment. Therefore, a relevant question was to discover what is holding back this meat reduction, and whether recent slow norm shifts in diet and gender roles make a difference (namely an increase in vegetarianism and declining traditional gender norms). It was expected that, among other things, rating by potential female partners, who are influenced by traditional gender norms, plays a role in meat consumption by men. The current study tested the extent to which men's eating patterns, through an influence of their perceived masculinity, influence how attractive they are found by women. The sample consisted of female participants who were divided under two conditions: one with a vignette about an omnivorous male, the other with a vignette about a vegetarian male. Furthermore, participants were all presented with the same online questionnaire, which measured demographic data and the concepts of "masculinity", "attractiveness" and "health awareness". The results confirmed both hypotheses that, first, there was an effect of diet on attractiveness, and second, that this effect was through masculinity. This implies that norm shifts have not yet been visible in research results, although this is expected in the coming years. Due to the consequences of high meat consumption for nature and people, the research results once again confirm the social demand for interventions that adjust gender norms and emphasize the positive effects of vegetarianism.

Keywords:

meat consumption, vegetarianism, social norms, masculinity, traditional gender roles

Inhoudsopgave

Samenvatting (Nederlands)	2
Abstract (English)	3
Introductie	5
Methoden.....	9
Resultaten	12
Discussie.....	15
Referentielijst	18
Bijlage A: Vragenlijst.....	23
Bijlage B: Syntax SPSS.....	30

Introductie

“Ik wil wel m'n vlees op m'n bord, anders heb ik niet gegeten”. Klinkt dit bekend? Zo ja, hoe frequent kwamen dergelijke opmerkingen vanuit een man, en hoe frequent vanuit een vrouw? Vleesconsumptie blijkt namelijk onderdeel van stereotiep mannelijk eetgedrag (Sobal, 2005; Rozin et al., 2012; Timeo & Suitner, 2018). Veel onderzoeken wezen op schadelijke tot levensbedreigende gevolgen voor de menselijke gezondheid (Bouvard et al., 2015; Nakagawa & Hart, 2019). Bovendien verhogen vleesindustrieën de CO₂-uitstoot, verzuring, grondexploitatie, en biodiversiteitschade op aarde (Schenk et al., 2018). Het Westen, voornamelijk Nederland, heeft een hoge vleesconsumptie (De Bakker & Dagevos, 2011). Dit kan de gezondheid van Nederlanders, zeker mannen, in de weg staan. Daartegenover wordt afgelopen decennia steeds meer bekend over alle positieve effecten van vleesreductie op de eigen menselijke gezondheid, maar ook op dier, natuur en milieu (Schenk et al., 2018; Tilman & Clark, 2014). Mede door lagere consumptie van verzadigde vetten en cholesterol, en hogere consumptie van antioxidanten vermindert het de kans op meerdere ziekten (Nakagawa & Hart, 2019). Een relevante vraag is daarom wat deze vleesreductie momenteel tegenhoudt.

Onderzoekresultaten ondersteunen de claim dat het onderhouden en bevestigen van mannelijkheidsstatus meespeelt in genderverschillen in vleesconsumptie (Nakagawa & Hart, 2019; Graça et al., 2015; Rogers, 2008; Rozin et al., 2012; Timeo & Suitner, 2018). Mogelijk eten heteroseksuele mannen vaker vlees om hun mannelijkheid te bevestigen tegenover potentiële vrouwelijke partners (waarbij bovendien de man-vrouw verhouding zich ook biologisch uit). Aan de hand van de *Theory of Planned Behavior* zijn eerdere voorspellingen gedaan over de motivaties of onthoudingen van vleesconsumptie (Berndsen & Van Der Pligt, 2005; Schenk et al., 2018). Deze theorie stelt dat vleesconsumptie waarschijnlijk wordt bepaald door de algemene evaluatie van dit gedrag (attitude), waargenomen sociale normen hierover (subjectieve normen) en de perceptie van faciliterende en limiterende condities (waargenomen gedragscontrole) (Ajzen, 1991; Carfora et al., 2017). Een limiterende conditie is angst voor romantische/sociale afwijzing, wat sommige mannen van vegetarisme weerhoudt (De Backer et al., 2019; Gallimore, 2016; MacInnis & Hodson, 2017; Modlinska et al., 2020). Onder de sociale normen vallen geslachtsnormen – deze beïnvloeden zowel mannen, als vrouwen die een oordeel over deze mannen hebben (Cheah et al., 2020; Zur & Klöckner, 2014). Algemeen heersende sociale normen zijn dat het mannelijk is om vlees te eten, waardoor mannen zich

daaraan eerder houden, en vrouwen mannen die vlees eten mannelijker vinden (Timeo & Suitner, 2018). Deze associatie ('vlees = mannelijk') geldt onder zowel mannen als vrouwen (Love & Sulikowski, 2018; Vartanian, 2015).

Vleesconsumptie als gedragsmatige expressie van mannelijkheid wordt ook wel 'hegemonische' mannelijkheid genoemd, d.w.z. de overwichtige vorm van mannelijkheid (Iacoviello et al., 2021; Sumpter, 2015). Dit staat volgens Sumpter tegenover 'inferieure mannelijkheid', waar vegetariër-mannen subjectief gezien onder vallen (2015). Zij worden als minder mannelijk of zelfs vrouwelijker gezien, en vallen onder de zogeheten 'alternatieve -' ofwel 'hybride masculiniteit' doordat ze niet voldoen aan traditionele gendernormen (Greenebaum & Dexter, 2017; Rothgerber, 2013; Sumpter, 2015; De Backer et al., 2020; Vartanian, 2015). Dit subjectieve verlies in mannelijkheid veroorzaakt vooroordelen tegenover mannelijke vegetariërs (De Backer et al., 2019; MacInnis & Hodson, 2017; Modlinska et al., 2020). Bij sommige mannen steekt daardoor het aandeel van de precaire zelfidentificatie als 'man' de kop op, die constante bevestiging bevraagt – bijvoorbeeld in de vorm van gedragingen als vleesconsumptie (Hogg, 2020; Nakagawa & Hart, 2019; Vandello et al., 2008). Hoe vegetariërs vlees vermijden vanuit hun zelfidentificatie, lijken sommige omnivoren vegetarisch eten bijna angstvallig te mijden (De Boer et al., 2017; Schenk et al., 2018). Deze vermijding wordt *vegaphobia* genoemd en komt wellicht voort uit angst voor mannelijk identiteitsverlies.

Voorname rijk rood vlees wordt vaker verkozen door mannen (Kubberød et al., 2002). Dit 'rauwe' zou namelijk stoer zijn en dus voldoen aan het mannelijke ideaalplaatje. Rood vlees wordt, als een hoog energieleverend voedseltype, gezien als toepasselijk bij mannen en symboliseert kracht, macht, en typische waarden gerelateerd aan de mannelijke identiteit. Ondertussen wijken vrouwen om hetzelfde rauwe aspect (bijvoorbeeld bloederigheid) juist vaker af van rood vlees. Dit roept de vraag op of zij mannen die dit eten onaantrekkelijk vinden, of juist aantrekkelijk doordat het mogelijk mannelijkheid bevestigt.

Bovendien is eetpatroon deels cultureel bepaald (De Backer et al., 2020; Mahalik et al., 2006; Leroy & Praet, 2015; Schösler et al., 2015). Zo speelt aanwezigheid van machocultuur mee, aangezien hierbij bevestiging van mannelijkheid belangrijk is. Zo speelt in Italië machocultuur een relatief grote rol (Cannito, 2020), wat wellicht de vleesconsumptie beïnvloedt als vleesconsumptie ook daar als mannelijk gezien wordt. Italiaans onderzoek van Timeo en Suitner toonde inderdaad dat vrouwen omnivoor-mannen prefereerden, aantrekkelijker vonden, en positiever beoordeelden, omdat zij vegetariërs minder mannelijk vonden (2018). Echter, Nederlanders hebben vergeleken met andere etniciteiten het kleinste mannelijkheid-vlees

verband, wat mogelijk betekent dat hier minder machocultuur heerst dan in Italië (Schösler et al., 2015). De titel van dit onderzoek verwijst dan ook tevens naar het onderzoek “*Eating meat makes you sexy*” van Timeo en Suitner (2018).

Ook tegenstrijdig onderzoek is bekend: systematisch reviewonderzoek van Ruby en Heine (2011), toonde dat mensen die gezond eten als moreler, intelligenter, en aantrekkelijker worden gezien, in tegenstelling tot consumenten van ongezond eten. Echter, voor sommigen is vlees gezond en voor anderen juist vegetarisch. Ook vonden zij dat zowel omnivoor- als vegetariërparticipanten, een fictieve vegetariër als minder mannelijk beoordeelden dan een fictieve omnivoor. Een andere studie (Thomas, 2016) vond juist gelijke beoordelingen van vegetariër- en omnivoortargets.

Tenslotte is het uitermate essentieel de normverschuivingen van afgelopen jaren te benoemen, oftewel *dynamic norms*: vegetarisme groeit, evenals vegetarisch voedselaanbod (Dagevos, 2014; Dagevos et al. 2012; De Backer et al., 2019; Dibb & Fitzpatrick, 2014; Leahy et al., 2010; Rosenfeld, 2018; Ruby, 2012; Sparkman & Walton, 2017; Tziva et al., 2020). Dit komt mede door sociaaleconomische groei en toenemende bekendheid over gezondheids-/milieugevolgen en dierenmishandeling door vleesconsumptie (Darmon & Drewnowski, 2008; Pluhar, 2009). Doordat vegetarisme steeds normaler is, wordt de vegetariër-man anno 2021 wellicht aantrekkelijker beoordeeld dan voorheen. De *mere exposure*-theorie van Zajonc (1968) stelt namelijk dat wat algemeen bekend is, als positiever wordt beschouwd hoe vaker men ermee in aanraking komt. Waar voorheen enkel vleesconsumptie bekend was, wordt nu vegetarisme steeds normaler, dus eerder ‘goed’. Ook hoeven mannen tegenwoordig minder te voldoen aan traditionele mannelijkheidsidealen, waardoor stereotype ‘mannelijk’ zijn van belang is (Iacoviello et al., 2021). Hierdoor wordt beoordeling op aantrekkelijkheid mogelijk minder bepaald door beoordeling op mannelijkheid.

Kortom, dit onderzoek toetst of er in Nederland, vandaag de dag, nog wel een verschil in mannelijkheid- of aantrekkelijkheidsbeoordeling vindbaar is, evenals of beoordeling op mannelijkheid ook invloed heeft op de beoordeling van aantrekkelijkheid bij zowel een vegetariër- als omnivoor-man. De vragenlijst is deels gebaseerd op onderzoek van Timeo en Suitner (2018). Huidig onderzoek focust echter enkel op Nederlandse vrouwen die (ook) op mannen vallen. Hopelijk worden hiermee meer inzichten verkregen over de invloed van traditionele genderrollen (mannelijkheid) bij de beoordeling van omnivoren door vrouwen.

Naast dat het een vernieuwend licht schijnt op wat vrouwelijke aantrekkingskracht tot een man bepaalt, kan met de uitkomst mogelijk een gezondere levensstijl worden aangemoedigd.

De doelstelling voor deze studie is het onderzoeken van de volgende vraag: “In hoeverre heeft het eetpatroon van mannen, via een invloed op hun beoordeelde mannelijkheid, invloed op hoe aantrekkelijk ze gevonden worden door vrouwen?” Dit leidt tot de volgende hypotheses:

H1: Mannen die vlees eten worden beoordeeld als aantrekkelijker dan mannen die geen vlees eten.

H2: Mannen die vlees eten worden beoordeeld als mannelijker dan mannen die geen vlees eten, en als gevolg daarvan ook aantrekkelijker dan mannen die geen vlees eten.

Middels een online experiment werd de mening van Nederlandse vrouwen onderzocht, over zowel mannelijkheid als aantrekkelijkheid van een man met vegetarisch dan wel omnivoor eetpatroon.

Methoden

Participanten

Uit de poweranalyse die is uitgevoerd voorafgaand aan het onderzoek, bleek dat het minimum aantal participanten voor dit onderzoek $N = 80$ zou moeten bedragen om een power van 0.80 te kunnen realiseren. De participanten uit het huidige onderzoek werden benaderd middels een gemakssteekproef via verschillende online kanalen zoals WhatsApp, e-mail, Facebook, LinkedIn, enzovoorts. Tevens is gebruik gemaakt van een sneeuwbalsteekproef door participanten te vragen de vragenlijst door te sturen naar andere mogelijke participanten. In de wervingstekst werd de beoogde doelgroep van het onderzoek beschreven. Om te voorkomen dat het doel van het onderzoek werd herkend door participanten is in de wervingstekst gesproken over 'een vragenlijst over de perceptie van een fictief persoon'. Voorafgaand aan de data inspectie telde de steekproef 158 participanten. Hiervan zijn in totaal dertien participanten verwijderd; twee mannelijke participanten, één participant vanwege het ontbreken van haar leeftijd, één participant vanwege het ontbreken van antwoorden en negen participanten omdat zij niet op mannen vallen. Hierdoor telde de uiteindelijke steekproef 145 vrouwelijke participanten van 18 jaar en ouder, die de Nederlandse taal beheersen. De participanten zijn tussen de 18 en 69 jaar oud ($M = 24.56$, $SD = 8.80$). Er bleken 71 participanten omnivoor, 15 participanten flexitariër, 16 participanten pescotariër, 2 participanten vegetariër, 2 participanten veganistisch en 39 participanten gaven aan een ander dieet te volgen, maar uit de opmerkingen van participanten bleek dit vaak vergelijkbaar met flexitarisme. Het merendeel van de participanten gaf aan een ander opleidingsniveau te volgen dan de gegeven opties of zeiden hier geen uitspraak over te willen doen. Daarom is verondersteld dat de formulering van de opleidingsvraag onduidelijk was.

Design en procedure

De vragenlijst die is gebruikt voor het huidige onderzoek werd ingediend en goedgekeurd door de Facultaire Ethische Toetsingscommissie (FETC). De vragenlijst is vervolgens overgezet in het programma 'Qualtrics' (zie bijlage A). Het onderzoek bestond uit een *between-subjects design*. De participanten werden verdeeld over twee condities, waarbij iedere participant eenmaal in één conditie werd getest.

Voordat de participant kon starten met de vragenlijst moest hij/zij allereerst toestemming geven voor het anoniem gebruik van diens gegevens. Indien de participant hier geen toestemming voor gaf, werd hij/zij doorgestuurd naar een afsluitend scherm. Indien de

participant wél toestemming gaf, volgden vier vragen naar demografische gegevens. Allereerst werd een open vraag gesteld betreffende de leeftijd van de participant. Vervolgens werd gevraagd naar het geslacht, het opleidingsniveau en de seksuele geaardheid, waarbij een anonieme optie mogelijk was.

Na het invullen van de demografische gegevens werd de participant willekeurig aan een conditie toegewezen. De ene conditie bestond uit een vignet waarin een omnivoor-man werd beschreven en de andere conditie bestond uit een vignet waarin een vegetariër-man werd beschreven. De omnivoor conditie telde 74 participanten en de vegetariër conditie bestond uit 71 participanten. De vignetten werden ontworpen op basis van het onderzoek van Thomas (2016). De vignetten luiden als volgt:

Vignet man vegetariër: Tom is een 24-jarige universitaire student. Naast zijn studie spendeert hij veel tijd met vrienden, gaat graag naar de bioscoop en naar concerten van veel verschillende muziekgenres. Hij beschrijft zichzelf als actief en fysiek fit, en zegt dat hij regelmatig naar de sportschool gaat. Ook wandelt hij graag in zijn vrije tijd. Tom is van gemiddelde lengte en gewicht. Hij volgt een gevarieerd vegetarisch dieet en eet een breed scala aan fruit, groenten, volkoren granen, zuivelproducten, eieren, noten en bonen - maar geen vlees of vis. Tevens kookt Tom meestal voor zichzelf.

Het vignet waarin de omnivoor werd beschreven is aangepast door slechts de zin waarin het dieet wordt beschreven te vervangen door: *‘Hij volgt een gevarieerd omnivoor dieet en eet een breed scala aan fruit, groenten, volkoren granen, zuivelproducten, eieren, vlees en vis.’*

Na het lezen van het vignet volgden drie vragen over de aantrekkelijkheid van de beschreven man. Deze vragen zijn gekozen op basis van de vragenlijst over aantrekkelijkheid uit de studie van Timeo en Suitner (2018). Deze vragenlijst bestond aanvankelijk uit vier vragen, echter is de vraag “Ik vind deze man sexy” in de huidige vragenlijst verwijderd. Aangezien geen beeldmateriaal werd gebruikt bij de vignetten en deze vraag erg afhankelijk lijkt van uiterlijk, werd verondersteld dat dit lastig te beantwoorden was voor participanten. De eerste vraag luidde “Ik zou de man in de tekst omschrijven als aantrekkelijk”, de tweede vraag luidde “Ik zou de man in de tekst omschrijven als een ideale partner” en de derde vraag luidde “Ik zou een afspraakje willen met een man zoals in bovenstaande tekst”. De antwoordopties zijn gebaseerd op een 5-punts Likertschaal die varieerde van optie 1 = “geheel mee eens”, tot optie 5 = “geheel mee oneens”.

Om de percepties van mannelijkheid van de beschreven man te meten werden twee eigenschappen meegenomen, namelijk ‘mannelijkheid’ en ‘vrouwelijkheid’. Hierbij werd verwacht dat tussen deze twee geslacht concepten een sterke negatieve correlatie bestaat (Monge-Rojas, Fernández & Smith-Castro, 2020; Thomas, 2016). Allereerst werd gevraagd: “Ik zou de man in de bovenstaande tekst omschrijven als mannelijk”, waarbij geantwoord kon worden op basis van een 5-punts Likertschaal, van optie 1 = “geheel mee eens” tot optie 5 = “geheel mee oneens”. Dit werd vervolgd door de vraag “Ik zou de man in de bovenstaande tekst omschrijven als vrouwelijk”, van optie 1 = “geheel mee eens” tot optie 5 = “geheel mee oneens”. Tot slot werd een verhullingsvraag gesteld over de mate waarin de beschreven man gezondheidsbewust lijkt te zijn in de ogen van de participant. Hierbij waren de antwoordopties tevens in een 5-punts Likertschaal met als opties 1 = “zeer gezondheidsbewust” tot 5 = “helemaal niet gezondheidsbewust”.

Na het beantwoorden van de vragen over de beschreven man werd gevraagd naar het eetpatroon van de participant met de opties “omnivoor”, “flexitariër”, “pescotariër”, “vegetariër”, “veganistisch” of “anders, vul in: ...”. Tot slot werd gevraagd naar de motivatie voor het huidige eetpatroon, waarbij keuze was tussen “gewoonte”, “eigen gezondheid (hieronder valt bijvoorbeeld ook allergie/dieet)”, “religie”, “milieu”, “dierenleed” of de optie “anders, vul in: ...”. Participanten konden bij deze laatste vraag meerdere opties aanvinken. Daarna werd het onderzoek afgesloten en werd de participant bedankt voor de deelname.

Data-analyse

De resultaten werden overgezet van het programma *Qualtrics* naar het statistiekprogramma SPSS. In SPSS werd de data opgeschoond en zijn de beschrijvende statistieken opgevraagd over de demografische gegevens van participanten. Om de betrouwbaarheid van de meetschalen te toetsen werd een Cronbach’s alfa analyse uitgevoerd voor de vragen over aantrekkelijkheid en een correlatieanalyse voor de vragen betreffende mannelijkheid. Hierna konden de mediatie analyse en overige analyses worden uitgevoerd.

Resultaten

Betrouwbaarheid van de meetschalen

Om de betrouwbaarheid te onderzoeken van de vragen die het concept aantrekkelijkheid behoren te meten werd een klassieke betrouwbaarheidsanalyse uitgevoerd. Hierbij wordt een Cronbach's alfa van minimaal .70 gezien als betrouwbaar en indien nodig konden vragen worden verwijderd om deze score te verhogen (Nunnally, 1978). Het onderzoek van Timeo en Suitner (2018) rapporteerde een algehele betrouwbaarheid van deze vragenlijst van $\alpha = .87$. De Cronbach's alfa analyse in het huidige onderzoek bleek een goede interne consistentie te hebben, namelijk $\alpha = .716$. De Cronbach's alfa kon niet worden verhoogd door een vraag te verwijderen. Opvallend is dat de betrouwbaarheid in de huidige studie een stuk lager is dan in de studie van Timeo en Suitner (2018). Een mogelijke verklaring hiervoor kan zijn dat in de huidige studie slechts drie, in plaats van de oorspronkelijke vier vragen zijn gebruikt om het concept aantrekkelijkheid te meten. De uitsluiting van de vierde vraag heeft mogelijk geleid tot een lagere Cronbach's alfa. Na het uitvoeren van de betrouwbaarheidsanalyse zijn de drie vragen over aantrekkelijkheid samengevoegd tot één aantrekkelijkheidsscore.

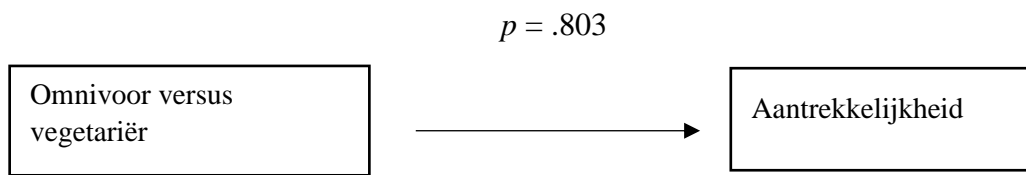
De mannelijkheids- en vrouwelijkheidsvraag werden in het onderzoek opgenomen om de percepties van geslacht te onderzoeken, waarbij een hoge negatieve correlatie werd verwacht. Dit is onderzocht aan de hand van de *Pearson* correlatie analyse. Hieruit bleek sprake van een significante ($p < .001$), negatieve correlatie van $r = -.454$. Dit wordt beoordeeld als een middelmatige correlatie (Aarts & De Koning, 2018). Dit is niet conform de verwachting dat de concepten mannelijkheid en vrouwelijkheid sterk negatief correleren. Als gevolg van deze middelmatige negatieve correlatie is enkel de mannelijkheidsscore meegenomen om het concept mannelijkheid te meten.

Mediatie analyse

Na het uitvoeren van de voorafgaande analyses, kon de mediatie analyse worden uitgevoerd. Dit is gedaan middels de optie PROCESS in SPSS. Hiervoor werd *Hayes*-model vier voor mediatie gebruikt (Preacher & Hayes, 2004). Dit model testte een (eventueel) mediatie effect voor een onafhankelijke variabele X, een afhankelijke variabele Y en een eventuele mediator M. 'X' was in dit geval de conditie van een man met een omnivoor dan wel vegetarisch eetpatroon, 'Y' was de aantrekkelijkheid van de man en 'M' was de mannelijkheid van de man. Het directe effect van X op Y bleek niet significant te zijn ($\beta = .30, t = 1,97, p = .803$)(zie Figuur 1).

Figuur 1

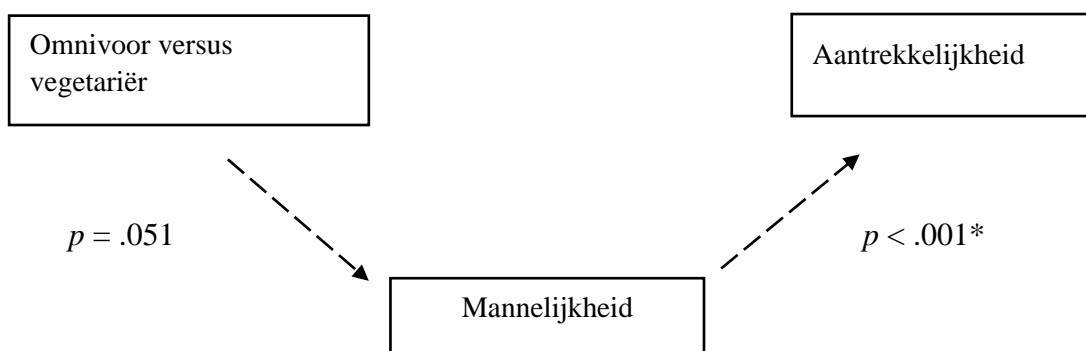
Direct effect van eetpatroon op aantrekkelijkheid



Het totale indirecte effect, oftewel het effect van X op Y via M, bleek daarentegen wél significant (zie Figuur 2). Het 95%-BI is .0013 tot .2023. Dit impliceert dat er sprake is van volledige mediatie. Echter is het relevant te benoemen dat het effect van X op M, met een zeer minimale overschrijding, niet significant is ($p = .051$). Het is daarom van belang voorzichtig te zijn met de interpretatie van dit volledige mediatie effect. Het effect van M op Y bleek daarentegen wél significant ($\beta = .29, t = 4,99, p < .001$, (zie Figuur 1)). Concluderend betekent dit een volledig mediatie effect van mannelijkheid op de relatie tussen eetpatroon (omnivoor versus vegetarisch) en aantrekkelijkheid.

Figuur 2

Indirect effect van eetpatroon op aantrekkelijkheid, gemedieerd door mannelijkheid



Noot 1. * $p < .05$

Noot 2. 95%-BI indirect effect .0013 tot .2023

Overige analyses

Er is een 2x2 ANOVA uitgevoerd om te onderzoeken of vrouwen die regelmatig vlees eten, mannen die vlees eten of vegetariër zijn anders beoordelen dan vrouwen die minder of geen vlees eten. Hiervoor werd een conditie ‘dieet’ geconstrueerd, bestaande uit twee groepen:

omnivoor participanten versus niet-omnivoor participanten (antwoordopties: “flexitariër”, “pescotariër”, “vegetariër”, “veganist” en “anders”). De reden voor dit onderscheid was dat de groepen participanten die niet omnivoor zijn afzonderlijk te klein waren om omnivoor participanten hiertegen af te zetten. De omnivore groep telde 71 participanten en de niet-omnivore groep telde 74 participanten.

Uit de 2x2 ANOVA bleek het interactie-effect van Dieet * Conditie significant ($p = .039$) voor de mannelijkheidsscore en voor de aantrekkelijkheidsscore ($p = .001$). Hieruit kon geconcludeerd worden dat het effect van het eetpatroon van participanten (omnivoor of niet-omnivoor) en diens effect op zowel het mannelijkheids- als aantrekkelijkheidsoordeel, werd beïnvloed door de conditie waarin de participant werd geplaatst.

Met als afhankelijke variabele mannelijkheid bleek in de omnivoor-conditie geen significant *between-group* effect ($p = .093$). Echter bleek wél een significant *between-group* effect in de vegetariër-conditie. Dit betekent dat er een verschil in beoordeling van de mannelijkheidsscore van de vegetariër bleek te zijn tussen omnivore ($M = 1.45$, $SD = 1.646$) en niet-omnivore participanten ($M = 1,23$, $SD = 1,390$) met een $F(5,65) = 2,661$, $p = .030$. Niet-omnivoor participanten beoordelen de vegetariër dus als mannelijker dan omnivoor-participanten, aangezien zij dichterbij “geheel mee eens” scoren op de Likertschaal die mannelijkheid bevroegt.

Een vergelijkbare analyse werd uitgevoerd met als afhankelijke variabele aantrekkelijkheid. Hieruit bleek in de omnivoor conditie geen significant *between-group* effect ($p = .171$). Wél bleek een significant *between-group* effect in de vegetariër conditie. Dit betekent dat er een verschil in beoordeling van de aantrekkelijkheidsscore van de vegetariër bleek te zijn tussen omnivore ($M = 1,32$, $SD = 1,36$) en niet-omnivore participanten ($M = 1,27$, $SD = 1,35$), met een $F(5,65) = 4,704$, $p = .001$. Niet-omnivoor participanten beoordelen de vegetariër dus als aantrekkelijker dan omnivoor-participanten, aangezien zij dichterbij “geheel mee eens” scoren op de Likertschaal die aantrekkelijkheid bevroegt.

Discussie

Deze studie onderzocht in hoeverre het eetpatroon van een man zijn beoordeling door vrouwen op zowel mannelijkheid- als aantrekkelijkheid beïnvloedt. Dit onderzoek was deels gebaseerd op het onderzoek van Timeo en Suitner (2018); waaraan kleine aanpassingen zijn gedaan. Ook is de context in huidig onderzoek anders: het wordt in 2021 binnen Nederland onderzocht, in plaats van in Italië in 2018. Hierbij werd een vergelijkbare uitkomst verwacht (namelijk dat omnivoor-mannen als mannelijker en aantrekkelijker worden geacht dan vegetariër-mannen), hoewel er gezien de context rekening gehouden werd met de verschillen.

Als antwoord op de onderzoeksvraag kan gesteld worden dat eetpatroon van mannen, via invloed op hun beoordeelde mannelijkheid, invloed heeft op hoe aantrekkelijk ze gevonden worden door vrouwen. Met deze onderzoeksresultaten zijn zowel H1 als H2 bevestigd. Er is geen direct effect gevonden van eetpatroon op aantrekkelijkheid, dit maakte echter geen verschil aangezien het bij H1 erom draait dat er een überhaupt een effect is – ongeacht of deze direct of indirect was. Dit betekent dat omnivoor-mannen binnen deze steekproef aantrekkelijker werden beoordeeld dan vegetariër-mannen. Het effect van conditie op aantrekkelijkheidsscore verliep dus volledig via de mediator mannelijkheid. Een vermoedelijke aanwijzing dat het verband tussen vlees eten en aantrekkelijkheid (via mannelijkheid) met machocultuur te maken heeft is niet gevonden. Machocultuur is echter mogelijk geen voorwaarde voor dit ‘vlees = mannelijk’-verband.

Opvallend was dat omnivore participanten over het algemeen hogere scores gaven op mannelijkheid en aantrekkelijkheid dan niet-omnivore participanten, óók wanneer zij het vegetarische vignet voorgeschoteld kregen. Dit effect is alleen significant in de vegetariër-conditie, bij zowel de mannelijkheid- als aantrekkelijkheidsmeting. Mogelijk is het, als omnivoor zijnde, hoger beoordelen van een vegetariër uit een soort ‘opkijken naar’ gezondheidsbewuste mensen. Wellicht kan gesteld worden dat vegetariërs die op morele basis geen vlees eten (bijvoorbeeld voor dierenwelzijn) maatschappelijk bewuster zijn door het nadenken over hun eetpatroon, en daardoor algemeen kritischer (ook qua aantrekkelijkheidsbeoordeling). Dit laatste vereist dan ook vervolgonderzoek.

Ondanks dynamic norms in genderrollen en toenemend vegetarisme (De Backer et al., 2019; Dibb & Fitzpatrick, 2014; Leahy et al., 2010; Rosenfeld, 2018; Ruby, 2012; Sparkman

& Walton, 2017; Tziva et al., 2020) komt dit nog niet altijd naar voren in onderzoeksresultaten (Dagevos et al., 2012) – zo ook in de huidige studie. Hegemonische mannelijkheid (waaronder omnivoor-mannen vallen) lijkt naar aanleiding hiervan nog steeds overwichtig te zijn vergeleken met ‘inferieure masculiniteit’ (vegetariër-mannen)(Greenebaum & Dexter, 2017; Sumpter, 2015).

De onderzoeksresultaten impliceren dat sociale normen vanuit de Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) in de huidige steekproef ook golden. Hiermee kunnen oplossingen worden bedacht om, op basis van deze theorie, limiterende condities zoals vooroordelen te elimineren. Een voorbeeld gebaseerd op suggesties van Stoll-Kleemann en Schmidt om barrières bij vleesreductie te verminderen (2016), is een reclame uitbrengen die vegetariër-mannen met aantrekkelijke, traditionele mannelijke eigenschappen bevat (zoals een gespierd lichaam). Dit verandert de associatie tussen mannelijkheid en vleesconsumptie, en stelt zo gendernormen bij. Een tweede suggestie is het aantonen dat vegetarisch eten méér is dan een salade: ook vegetarisch voedsel is energieleverend, en geeft dus fysieke kracht – niet zoals sommigen verwachten alleen vlees (De Boer et al., 2017; Kubberød et al., 2002). Hiermee kunnen eveneens positieve effecten van een vegetarisch eetpatroon voor mens en milieu gepromoot worden. Bovendien kunnen faciliterende condities worden gerealiseerd, zoals meer vleesvervangers aanbieden die aansluiten bij verschillende consumenttypes (Arora et al., 2017). Toepasselijk hierbij is de mere exposure-theorie (Zajonc, 1968), die mogelijk pas effectief wordt na meer blootstelling aan vegetarisch voedsel en vegetariërs. Deze suggesties bevorderen vegetarisme als sociale norm, in plaats van als antimainstream eetpatroon (Eker et al., 2019; Farrow et al., 2017; Romo & Donovan-Kicken, 2012).

Een welbekend maar lastig te voorkomen beperking is dat dit een zelfrapportage-onderzoek betrof: mensen konden *bias* over hun eetpatroon hebben, of dit eetpatroon mogelijk niet volledig inschatten. Bij inschatting van vleesconsumptie kan bijvoorbeeld een broodje filet americain worden vergeten. Daarnaast kan men bij vragenlijsten sociaalwenselijke antwoorden geven. Hoewel dit zoveel mogelijk voorkomen wordt, is een bepaald verwachtingspatroon van sociale wenselijkheid waaraan participanten zich aanpassen mogelijk. Zo wordt in sommige sociale milieus een omnivoor eetpatroon als positief gezien, in andere juist vegetarisch (Horgan et al., 2019). Afhangend van sociale normen die participanten (er)kenden, beïnvloedde dit mogelijk uitkomsten op tegengestelde manieren.

Bij vervolgonderzoek kunnen factoren die mogelijk meespelen bij het verband tussen eetpatroon, mannelijkheid en aantrekkelijkheid, verder onderzocht worden middels een aangepaste versie van de Likert-vragenlijst van Berndsen en Pligt (2004). Dit is één instrument dat vele factoren meet, waaronder aanwezigheid van traditionele gendernormen. De verwachting is dat mensen met traditionele gendernormen aantrekkelijkheidsoordelen meer baseren op mannelijkheidsoordelen, doordat zij bij mannen een hoge mate van ‘mannelijkheid’ verlangen. Hiernaast bevat deze vragenlijst stellingen over ‘eetpatroon’, ‘gezondheid’, ‘milieu’, ‘hedonische aspecten’, ‘moralen’ en ‘affectieve reacties’. Mogelijke toevoegingen zijn: “Echte mannen eten vlees” of “Vegetariërs kunnen niet krachtig worden vanwege hun eetpatroon” of “Ik voel me een echte man/vrouw”. Eventueel kan de *Gender Based Food Intake Scale* bijgevoegd worden, die aanvullend invloeden van geslacht-gerelateerde stereotypes op voedselconsumptie meet (‘hegemonische mannelijkheid’ wordt meegenomen)(Monge-Rojas et al., 2020). Een gezondheidsbewustheidsvraag kan bij dit vervolgonderzoek beter worden geïntegreerd onder bijvoorbeeld ‘gezondheid’, zodat de doelstelling om effecten te onderzoeken van eetpatroon op aantrekkelijkheid wordt verhuld, en bias meer voorkomen wordt.

De ‘moralen-’ en ‘affectieve reacties-’vragen kunnen eveneens eventuele invloeden van de concepten vegaphobia (angstvallige vermijding van vegetarisch eten) of *do-gooder* stigma toetsen (Rosenfeld et al., 2020; Vandermoere et al., 2019). Het *do-gooder* stigma is stigmatisering van vegetariërs, omdat ze een bedreiging voor andermans moraliteit kunnen zijn (Minson & Monin, 2011). De negatieve affecties jegens vegetariërs als gevolg van deze concepten, zijn mogelijk tot op heden onopgemerkt gebleven factoren die leiden tot lagere aantrekkelijkheidsbeoordelingen.

Al met al bevorderde dit onderzoek de kennis over het verband tussen eetpatroon, mannelijkheid en aantrekkelijkheid binnen Nederland. Zowel bestaande literatuur als beide hypothesen werden met deze resultaten bevestigd, wat gezien de consequenties van hoge vleesconsumptie des te meer vraagt om maatschappelijk interventies.

Referentielijst

- Aarts, S., & de Koning, A. (2018). Correlatie. *Podosophia*, 26(4), 173-175.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Arora, A. S., Bradford, S., Arora, A., & Gavino, R. (2017). Promoting Vegetarianism through Moralization and Knowledge Calibration. *Journal of Promotion Management*, 23(6), 889–912. <https://doi.org/10.1080/10496491.2017.1323263>
- Berndsen, M., & Pligt, J. (2004). Ambivalence towards meat. *Appetite*, 42(1), 71–78. [https://doi.org/10.1016/s0195-6663\(03\)00119-3](https://doi.org/10.1016/s0195-6663(03)00119-3)
- Berndsen, M., & van der Pligt, J. (2005). Risks of meat: the relative impact of cognitive, affective and moral concerns. *Appetite*, 44(2), 195–205. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2004.10.003>
- Bouvard, V., Loomis, D., Guyton, K.Z. et al. (2015). Carcinogenicity of consumption of red and processed meat. *The Lancet Oncology*, 16(16), 1599-1600.
- Cannito, M. (2020). The influence of partners on fathers' decision-making about parental leave in Italy: Rethinking maternal gatekeeping. *Current Sociology*, 68(6), 832-849.
- Carfora, V.; Caso, D.; Conner, M. Correlational study and randomised controlled trial for understanding and changing red meat consumption: The role of eating identities. *Soc. Sci. Med.* 2017, 175, 244–252.
- Cheah, I., Sadat Shimul, A., Liang, J., & Phau, I. (2020). Drivers and barriers toward reducing meat consumption. *Appetite*, 149, 104636. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2020.104636>
- Dagevos, H. (2014). Flexibility in the Frequency of Meat Consumption - Empirical Evidence from The Netherlands. *EuroChoices*, 13(2), 40–45. <https://doi.org/10.1111/1746-692x.12062>
- Dagevos, H., Voordouw, J., Van Hoeven, L., Van Der Weele, C., & De Bakker, E. (2012). *Vlees vooralsnog vanzelfsprekend*. LEI Wageningen UR.
- Darmon, N., & Drewnowski, A. (2008). Does social class predict diet quality? *The American Journal of Clinical Nutrition*, 87(5), 1107–1117. <https://doi.org/10.1093/ajcn/87.5.1107>
- De Backer, C., Dare, J., & Costello, L. (Eds.). (2019). *To Eat Or Not to Eat Meat: How Vegetarian Dietary Choices Influence Our Social Lives*. Rowman & Littlefield.
- De Backer, C., Erreygers, S., De Cort, C., Vandermoere, F., Dhoest, A., Vrinten, J., & Van Bauwel, S. (2020). Meat and masculinities. Can differences in masculinity predict meat

- consumption, intentions to reduce meat and attitudes towards vegetarians? *Appetite*, 147, 104559. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2019.104559>
- De Bakker, E., & Dagevos, H. (2011). Reducing Meat Consumption in Today's Consumer Society: Questioning the Citizen-Consumer Gap. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 25(6), 877–894. <https://doi.org/10.1007/s10806-011-9345-z>
- De Boer, J., Schösler, H., & Aiking, H. (2017). Towards a reduced meat diet: Mindset and motivation of young vegetarians, low, medium and high meat-eaters. *Appetite*, 113, 387–397. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2017.03.007>
- Dibb, S., & Fitzpatrick, I. (2014). Let's talk about meat: changing dietary behaviour for the 21st century. *Eating Better*. <https://www.eating-better.org/uploads/Documents/LetsTalkAboutMeat.pdf>
- Eker, S., Reese, G., & Obersteiner, M. (2019). Modelling the drivers of a widespread shift to sustainable diets. *Nature Sustainability*, 2(8), 725–735. <https://doi.org/10.1038/s41893-019-0331-1>
- Farrow, K., Grolleau, G., & Ibanez, L. (2017). Social Norms and Pro-environmental Behavior: A Review of the Evidence. *Ecological Economics*, 140, 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2017.04.017>
- Gallimore, T. E. (2016). *Understanding the reasons for and barriers to becoming vegetarian in prospective vegetarians and vegans*. McGill University (Canada).
- Graça, J., Calheiros, M. M., & Oliveira, A. (2015). Attached to meat? (Un)Willingness and intentions to adopt a more plant-based diet. *Appetite*, 95, 113–125. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.06.024>
- Greenebaum, J., & Dexter, B. (2017). Vegan men and hybrid masculinity. *Journal of Gender Studies*, 27(6), 637–648. <https://doi.org/10.1080/09589236.2017.1287064>
- Hogg, M. A. (2020). *Social identity theory* (pp. 112-138). Stanford University Press.
- Horgan, G. W., Scalco, A., Craig, T., Whybrow, S., & Macdiarmid, J. I. (2019). Social, temporal and situational influences on meat consumption in the UK population. *Appetite*, 138, 1–9.
- Iacoviello, V., Valsecchi, G., Berent, J., Borinca, I., & Falomir-Pichastor, J. M. (2021). Is Traditional Masculinity Still Valued? Men's Perceptions of How Different Reference Groups Value Traditional Masculinity Norms. *The Journal of Men's Studies*, 106082652110188. <https://doi.org/10.1177/10608265211018803>

- Kubberød, E., Ueland, Y., Rødbotten, M., Westad, F., & Risvik, E. (2002). Gender specific preferences and attitudes towards meat. *Food Quality and Preference*, *13*(5), 285–294. [https://doi.org/10.1016/s0950-3293\(02\)00041-1](https://doi.org/10.1016/s0950-3293(02)00041-1)
- Leahy, E., Lyons, S., & Tol, R. S. (2010). *An estimate of the number of vegetarians in the world* (No. 340). ESRI working paper.
- Leroy, F., & Praet, I. (2015). Meat traditions. The co-evolution of humans and meat. *Appetite*, *90*, 200–211. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.03.014>
- Love, H. J., & Sulikowski, D. (2018). Of meat and men: Sex differences in implicit and explicit attitudes toward meat. *Frontiers in psychology*, *9*, 559.
- MacInnis, C.C. & Hodson, G. (2017). It ain't easy eating greens: Evidence of bias toward vegetarians and vegans from both source and target. *Group Processes & Intergroup Relations*, *20*(6), 1-24.
- Mahalik, J.R., Lagan, H.D. & Morrison, J.A. (2006). Health behaviors and masculinity in Kenyan and US male college students. *Psychology of Men & Masculinity*, *7*, 191-202.
- Minson, J. A., & Monin, B. (2011). Do-Gooder Derogation. *Social Psychological and Personality Science*, *3*(2), 200–207. <https://doi.org/10.1177/1948550611415695>
- Modlinska, K., Adamczyk, D., Maison, D., & Pisula, W. (2020). Gender Differences in Attitudes to Vegans/Vegetarians and Their Food Preferences, and Their Implications for Promoting Sustainable Dietary Patterns—A Systematic Review. *Sustainability*, *12*(16), 6292.
- Monge-Rojas, R., Reyes Fernández, B., & Smith-Castro, V. (2020). Gender-based food intake stereotype scale (GBFISS) for adolescents: development and psychometric evaluation. *Health Psychology and Behavioral Medicine*, *8*(1), 292–313. <https://doi.org/10.1080/21642850.2020.1797507>
- Nakagawa, S., & Hart, C. (2019). Where's the beef? How masculinity exacerbates gender disparities in health behaviors. *Socius*, *5*, 2378023119831801.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Pluhar, E. B. (2009). Meat and Morality: Alternatives to Factory Farming. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, *23*(5), 455–468. <https://doi.org/10.1007/s10806-009-9226-x>
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2004). SPSS and SAS procedures for estimating indirect effects in simple mediation models. *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers*, *36*(4), 717–731. <https://doi.org/10.3758/bf03206553>

- Rogers, R. A. (2008). Beasts, Burgers, and Hummers: Meat and the Crisis of Masculinity in Contemporary Television Advertisements. *Environmental Communication*, 2(3), 281–301. <https://doi.org/10.1080/17524030802390250>
- Romo, L. K., & Donovan-Kicken, E. (2012). “Actually, I Don’t Eat Meat”: A Multiple-Goals Perspective of Communication About Vegetarianism. *Communication Studies*, 63(4), 405–420. <https://doi.org/10.1080/10510974.2011.623752>
- Rosenfeld, D. L., Rothgerber, H., & Janet Tomiyama, A. (2020). From mostly vegetarian to fully vegetarian: Meat avoidance and the expression of social identity. *Food Quality and Preference*, 85, 103963. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2020.103963>
- Rosenfeld, D.L. (2018). The psychology of vegetarianism: Recent advances and future directions. *Appetite*, 131, 125-138.
- Rothgerber, H. (2013). Real men don’t eat (vegetable) quiche: Masculinity and the justification of meat consumption. *Psychology of Men & Masculinity*, 14(4), 363–375. <https://doi.org/10.1037/a0030379>
- Rozin, P., Hormes, J., Faith, M., & Wansink, B. (2011). Is Meat Male? A Quantitative Multi-Method Framework to Establish Metaphoric Relationships. *Journal of Consumer Research*, Vol. 39, October 2012, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2473793>
- Ruby, M.B. & Heine, S.J. (2011). Meat, morals, and masculinity. *Appetite*, 56, 447-450.
- Ruby, M.B. (2012). Vegetarianism. A blossoming field of study. *Appetite*, 58, 141-150. SAGE: Los Angeles, CA, USA, 2012; pp. 438–460.
- Schenk, P., Rössel, J., & Scholz, M. (2018). Motivations and Constraints of Meat Avoidance. *Sustainability*, 10(11), 3858. <https://doi.org/10.3390/su10113858>
- Schösler, H., de Boer, J., Boersema, J. J., & Aiking, H. (2015). Meat and masculinity among young Chinese, Turkish and Dutch adults in the Netherlands. *Appetite*, 89, 152–159. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.02.013>
- Sobal, J. (2005). MEN, MEAT, AND MARRIAGE: MODELS OF MASCULINITY. *Food and Foodways*, 13(1–2), 135–158. <https://doi.org/10.1080/07409710590915409>
- Sparkman, G., & Walton, G. M. (2017). Dynamic Norms Promote Sustainable Behavior, Even if It Is Counternormative. *Psychological Science*, 28(11), 1663–1674. <https://doi.org/10.1177/0956797617719950>
- Stoll-Kleemann, S., & Schmidt, U. J. (2016). Reducing meat consumption in developed and transition countries to counter climate change and biodiversity loss: a review of

- influence factors. *Regional Environmental Change*, 17(5), 1261–1277.
<https://doi.org/10.1007/s10113-016-1057-5>
- Sumpter, K. C. (2015). Masculinity and Meat Consumption: An Analysis Through the Theoretical Lens of Hegemonic Masculinity and Alternative Masculinity Theories. *Sociology Compass*, 9(2), 104–114. <https://doi.org/10.1111/soc4.12241>
- Thomas, M. A. (2016). Are vegans the same as vegetarians? The effect of diet on perceptions of masculinity. *Appetite*, 97, 79–86.
- Tilman, D., & Clark, M. (2014). Global diets link environmental sustainability and human health. *Nature*, 515(7528), 518–522. <https://doi.org/10.1038/nature13959>
- Timeo, S., & Suitner, C. (2018). Eating meat makes you sexy: Conformity to dietary gender norms and attractiveness. *Psychology of Men & Masculinity*, 19(3), 418–429.
<https://doi-org.proxy.library.uu.nl/10.1037/men0000119>
- Tziva, M., Negro, S., Kalfagianni, A., & Hekkert, M. (2020). Understanding the protein transition: The rise of plant-based meat substitutes. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 35, 217–231. <https://doi.org/10.1016/j.eist.2019.09.004>
- Vandello, J.A., Bosson, J.K., Cohen, D. et al. (2008). Precarious manhood. *Journal of Personality and Social Psychology*, 95(6), 1325–1339.
- Vandermoere, F., Geerts, R., De Backer, C., Erreygers, S., & Van Doorslaer, E. (2019). Meat Consumption and Vegaphobia: An Exploration of the Characteristics of Meat Eaters, Vegaphobes, and Their Social Environment. *Sustainability*, 11(14), 3936.
<https://doi.org/10.3390/su11143936>
- Vartanian, L. R. (2015). Impression management and food intake. Current directions in research. *Appetite*, 86, 74–80. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2014.08.021>
- Zajonc, R. B. (1968). Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of personality and social psychology*, 9(2p2), 1.
- Zur, I.; Klöckner, C.A. Individual motivations for limiting meat consumption. *Br. Food J.* 2014, 116, 629–642.

Bijlage A Vragenlijst

Bijlage A1

Informed consent

Beste deelnemer,

Voordat u verder gaat met dit onderzoek, leest u alstublieft onderstaande informatie goed door.

Allereerst bedankt voor uw deelname aan dit onderzoek!

Wij zijn drie studenten aan de Universiteit Utrecht. Dit onderzoek is opgesteld voor onze bachelorthesis 'Sociale, Gezondheids- en Organisationspsychologie'. Het betreft een onderzoek naar de perceptie van een fictief persoon. Hiervoor zijn we op zoek naar vrouwelijke participanten van 18 jaar en ouder.

Uw deelname aan deze vragenlijst helpt ons enorm bij het voltooien van ons onderzoek. (Indien u participeert via Sona-Systems ontvangt u 0.25 PPU bij deelname aan dit onderzoek.)

De vragenlijst is dus alleen gericht op vrouwen van 18 jaar en ouder.

Hoe wordt dit onderzoek uitgevoerd?

U krijgt hierna een online vragenlijst voorgelegd met 12 vragen. Het invullen van deze vragenlijst zal ongeveer 8 minuten duren.

Deelname aan dit onderzoek is geheel vrijwillig. U kunt op elk moment beslissen om de deelname aan het onderzoek te beëindigen.

Persoonsgegevens & privacy

De resultaten van dit onderzoek worden volledig vertrouwelijk behandeld, d.w.z. anoniem opgeslagen volgens de hoogste beveiligingsnormen en alleen toegankelijk voor de betrokken onderzoekers. De gegevens verkregen uit deze vragenlijst zijn niet naar u als persoon te herleiden, en worden enkel gebruikt voor onderzoeksdoeleinden. Uw gegevens zullen voor maximaal 10 jaar bewaard worden. Dit alles wordt gehanteerd volgens de daartoe bestemde richtlijnen van de Vereniging van Universiteiten (www.vsnu.nl).

Meer informatie over privacy kunt u lezen op de website van de Autoriteit Persoonsgegevens
<https://autoriteitpersoonsgegevens.nl/nl/onderwerpen/avg-europese-privacywetgeving>

Contact

Bij eventuele vragen en/of opmerkingen kunt u te allen tijde mailen naar: i.s.tee@students.uu.nl
Voor formele klachten over het onderzoek, kunt u contact opnemen met een onafhankelijke klachtenfunctionaris: klachtenfunctionaris-fetscowet@uu.nl

Om verder te gaan, dient u hieronder toestemming te geven voor anonieme verwerking van uw gegevens.

Veel succes en plezier bij het invullen van de vragenlijst!

Met vriendelijke groet,
Senja Tee, Mare Boon en Lisa Pap

Toestemming

Hierbij verklaar ik bovenstaande informatie gelezen te hebben en volledig begrepen te hebben. Ook verklaar ik vrijwillig deel te nemen aan dit onderzoek en geef ik toestemming met anonieme verwerking van mijn gegevens.

- Ja, ik geef toestemming. Ga verder naar de vragenlijst.
- Nee, ik geef geen toestemming. Sluit dit onderzoek af.

Bijlage A2

Vragenlijst beide condities (omnivoor en vegetariër)

Wat is uw leeftijd (in cijfers)?**Wat is uw geslacht?**

- Vrouw
- Man
- Non-binair
- Anders
- Zeg ik liever niet

Wat is uw hoogst gevolgde opleiding (diploma hoeft hierbij niet per se behaald te zijn)?

- Geen
- Basisonderwijs
- Voorbereidend middelbaar beroepsonderwijs (VMBO)
- Hoger algemeen voortgezet onderwijs (HAVO)
- Voorbereidend wetenschappelijk onderwijs (VWO)
- Middelbaar beroepsonderwijs (MBO)
- Hoger beroepsonderwijs (HBO) - bachelor
- Hoger beroepsonderwijs (HBO) - master
- Wetenschappelijk onderwijs (WO) - bachelor
- Wetenschappelijk onderwijs (WO) - master
- Weet ik niet/Zeg ik liever niet
- Anders, vul in:

Ik val op ... (kruis aan, meerdere antwoorden mogelijk)

- Mannen
- Vrouwen
- Anders
- Zeg ik liever niet

U krijgt nu een beschrijvende tekst te lezen. Beantwoord de komende vragen aan de hand van deze tekst. Bij de komende vragen zal steeds dezelfde tekst bovenaan staan.

< Bij conditie omnivoor: >

Tom is een 24-jarige universitaire student. Naast zijn studie spendeert hij veel tijd met vrienden, gaat graag naar de bioscoop en naar concerten van veel verschillende muziekgenres. Hij beschrijft zichzelf als actief en fysiek fit, en zegt dat hij regelmatig naar de sportschool gaat. Ook wandelt hij graag in zijn vrije tijd. Tom is van gemiddelde lengte en gewicht. Hij volgt een gevarieerd omnivoor dieet en eet een breed scala aan fruit, groenten, volkoren granen, zuivelproducten, eieren, vlees en vis. Tevens kookt Tom meestal voor zichzelf.

< Bij conditie vegetariër: >

Tom is een 24-jarige universitaire student. Naast zijn studie spendeert hij veel tijd met vrienden, gaat graag naar de bioscoop en naar concerten van veel verschillende muziekgenres. Hij beschrijft zichzelf als actief en fysiek fit, en zegt dat hij regelmatig naar de sportschool gaat. Ook wandelt hij graag in zijn vrije tijd. Tom is van gemiddelde lengte en gewicht. Hij volgt een gevarieerd vegetarisch dieet en eet een breed scala aan fruit, groenten, volkoren granen, zuivelproducten, eieren, noten en bonen - maar geen vlees of vis. Tevens kookt Tom meestal voor zichzelf.

In hoeverre bent u het eens met onderstaande stelling (vanuit het oogpunt dat u géén relatie heeft of zou hebben)?

"Ik zou deze man omschrijven als aantrekkelijk"

- Geheel mee eens
- Eens
- Neutraal
- Oneens
- Geheel mee oneens

In hoeverre bent u het eens met onderstaande stelling (vanuit het oogpunt dat u géén relatie heeft of zou hebben)?

"Ik zou deze man omschrijven als een ideale partner"

- Geheel mee eens
- Eens

- Neutraal
- Oneens
- Geheel mee oneens

In hoeverre bent u het eens met onderstaande stelling (vanuit het oogpunt dat u géén relatie heeft of zou hebben)?

"Ik zou een afspraakje willen met een man zoals in bovenstaande tekst"

- Geheel mee eens
- Eens
- Neutraal
- Oneens
- Geheel mee oneens

In hoeverre bent u het eens met onderstaande stelling?

"Ik zou deze man omschrijven als mannelijk"

- Geheel mee eens
- Eens
- Neutraal
- Oneens
- Geheel mee oneens

In hoeverre bent u het eens met onderstaande stelling?

"Ik zou deze man omschrijven als vrouwelijk"

- Geheel mee eens
- Eens
- Neutraal
- Oneens
- Geheel mee oneens

Hoe gezondheidsbewust is de beschreven persoon in uw optiek?

- Zeer gezondheidsbewust
- Gezondheidsbewust
- Neutraal
- Niet gezondheidsbewust
- Helemaal niet gezondheidsbewust

Hoe omschrijft u uw eetpatroon?

- Omnivoor (vlees en vis)
- Flexitariër (minstens 3 dagen per week géén enkele vorm van vlees en/of vis)
- Pescotariër (geen vlees, maar wel vis en andere dierlijke producten)
- Vegetariër (geen vlees of vis, maar wel andere dierlijke producten)
- Veganistisch (geen enkele vorm van dierlijke producten)
- Anders, vul in:

Wat is de motivatie achter uw huidige eetpatroon? Meerdere antwoorden zijn mogelijk.

- Gewoonte
- Eigen gezondheid (hieronder valt bijvoorbeeld ook allergie/dieet)
- Religie
- Milieu
- Dierenleed
- Anders, vul in:

Wilt u nog iets kwijt met betrekking tot dit onderzoek?

Als u de opleiding Psychologie aan de UU volgt en via Sona-Systems PPU's wilt verdienen met dit onderzoek, vul dan uw studentnummer in. Indien dit niet geldt, kan de vraag leeg gelaten worden.

Beste participant,

Het onderzoek is bij deze afgerond. Uw antwoorden zijn succesvol opgeslagen.

Wij willen u hartelijk bedanken voor uw tijd en moeite bij het meedoen aan dit onderzoek.

Bij eventuele vragen en/of opmerkingen kunt u ons te allen tijde bereiken op het volgende e-mailadres: i.s.tee@students.uu.nl

Met vriendelijke groet,

Senja Tee, Mare Boon en Lisa Pap

Universiteit Utrecht

2021

Bijlage B
Syntax SPSS

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q22	5,28	1,905	,457	,564
Q23	4,80	2,191	,442	,591
Q24	5,14	1,598	,507	,499

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
7,61	3,639	1,908	3

Frequencies

Statistics		
Leeftijdsamen		
N	Valid	145
	Missing	0
Mean		24,5586
Median		22,0000
Std. Deviation		8,80331
Range		51,00
Minimum		18,00
Maximum		69,00

Frequencies

Statistics		
Q34		
N	Valid	145
	Missing	0
Mode		0
Range		6
Minimum		0
Maximum		6

Q34					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	71	49,0	49,0	49,0
	1	37	25,5	25,5	74,5
	2	9	6,2	6,2	80,7
	3	11	7,6	7,6	88,3
	6	17	11,7	11,7	100,0
	Total	145	100,0	100,0	

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	145	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	145	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,716	3

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
aantrek1	5,3103	2,091	,557	,599
aantrek2	4,8690	2,434	,475	,696
aantrek3	5,2138	1,933	,580	,570

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
7,6966	4,241	2,05927	3

Correlations

Correlations			
		Mannelijkheidtotaal	vrouwelijkheidsamen
Mannelijkheidtotaal	Pearson Correlation	1	-,454*
	Sig. (2-tailed)		,000
vrouwelijkheidsamen	Pearson Correlation	-,454*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
		N	N
		145	145

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Matrix

Model : 4
 Y : Aantrekk
 X : Conditie
 M : Mannelij

Sample

Size: 145

OUTCOME VARIABLE:

Mannelij

Model Summary

sq	R	R-	F	df1	df2	p
	MSE					
07	,1626	,0264	,8397	3,8826	1,0000	143,0000
						,05

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	2,4324	,1065	22,8346	,0000	2,2219	2,6430
Conditie	,3000	,1522	1,9704	,0507	-,0010	,6009

OUTCOME VARIABLE:

Aantrekk

Model Summary

sq	R	R-	F	df1	df2	p
	MSE					
00	,3885	,1509	,4057	12,6219	2,0000	142,0000
						,00

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	1,8302	,1596	11,4675	,0000	1,5147	2,1457
Conditie	-,0268	,1072	-,2502	,8028	-,2388	,1852
Mannelij	,2902	,0581	4,9920	,0000	,1753	,4051

***** DIRECT AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y *****

Direct effect of X on Y

Effect	se	t	p	LLCI	ULCI
-,0268	,1072	-,2502	,8028	-,2388	,1852

Indirect effect(s) of X on Y:

	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
Mannelij	,0870	,0516	,0013	,2023

***** ANALYSIS NOTES AND ERRORS *****

Level of confidence for all confidence intervals in output:

95,0000

Number of bootstrap samples for percentile bootstrap confidence intervals:

5000

NOTE: Variables names longer than eight characters can produce incorrect output.

Shorter variable names are recommended.

----- END MATRIX -----

Test of Homogeneity of Variances					
0= vlees 1=vega			Levene Statistic	df1	df2
,00	Mannelijkheidtotaal	Based on Mean	1,467	3	70
		Based on Median	,811	3	70
		Based on Median and with adjusted df	,811	3	67,145
		Based on trimmed mean	1,491	3	70
1,00	Mannelijkheidtotaal	Based on Mean	,981	5	65
		Based on Median	,768	5	65
		Based on Median and with adjusted df	,768	5	59,113
		Based on trimmed mean	,970	5	65

ANOVA						
Mannelijkheidtotaal						
0= vlees 1=vega		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
,00	Between Groups	5,053	3	1,684	2,220	,093
	Within Groups	53,109	70	,759		
	Total	58,162	73			
1,00	Between Groups	10,521	5	2,104	2,661	,030
	Within Groups	51,395	65	,791		
	Total	61,915	70			

Test of Homogeneity of Variances					
0= vlees 1=vega			Levene Statistic	df1	df2
,00	Aantrekkelijktootaal	Based on Mean	1,729	3	70
		Based on Median	1,415	3	70
		Based on Median and with adjusted df	1,415	3	62,402
		Based on trimmed mean	1,691	3	70
1,00	Aantrekkelijktootaal	Based on Mean	1,159	5	65
		Based on Median	1,104	5	65
		Based on Median and with adjusted df	1,104	5	60,245
		Based on trimmed mean	1,168	5	65

ANOVA						
Aantrekkelijktootaal						
0= vlees 1=vega		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
,00	Between Groups	2,025	3	,675	1,719	,171
	Within Groups	27,490	70	,393		
	Total	29,515	73			
1,00	Between Groups	10,150	5	2,030	4,704	,001
	Within Groups	28,053	65	,432		
	Total	38,203	70			

Test of Homogeneity of Variances					
0= vlees 1=vega			Levene Statistic	df1	df2
,00	Aantrekkelijktootaal	Based on Mean	1,729	3	70
		Based on Median	1,415	3	70
		Based on Median and with adjusted df	1,415	3	62,402

		Based on trimmed mean	1,691	3	70
1,00	Aantrekkelijk totaal	Based on Mean	1,159	5	65
		Based on Median	1,104	5	65
		Based on Median and with adjusted df	1,104	5	60,245
		Based on trimmed mean	1,168	5	65

ANOVA						
Aantrekkelijk totaal						
0= vlees 1=vega		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
,00	Between Groups	2,025	3	,675	1,719	,171
	Within Groups	27,490	70	,393		
	Total	29,515	73			
1,00	Between Groups	10,150	5	2,030	4,704	,001
	Within Groups	28,053	65	,432		
	Total	38,203	70			

Univariate Analysis of Variance

Between-Subjects Factors

		N
0= vlees 1=vega	,00	74
	1,00	71
Dieetsamen	1,00	71
	2,00	74

Levene's Test of Equality of Error Variances^{a,b}

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Mannelijkheid totaal	Based on Mean	,351	3	141	,789
	Based on Median	,076	3	141	,973
	Based on Median and with adjusted df	,076	3	135,317	,973

	Based on trimmed mean	,320	3	141	,811
--	-----------------------	------	---	-----	------

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.^{a,b}

a. Dependent variable: Mannelijkheidstotaal

b. Design: Intercept + Conditie + Dieetsamen + Conditie * Dieetsamen

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: Mannelijkheidstotaal

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	9,070 ^a	3	3,023	3,731	,013
Intercept	970,197	1	970,197	1197,168	,000
Conditie	3,524	1	3,524	4,348	,039
Dieetsamen	2,409	1	2,409	2,972	,087
Conditie * Dieetsamen	3,524	1	3,524	4,348	,039
Error	114,268	141	,810		
Total	1088,000	145			
Corrected Total	123,338	144			

Univariate Analysis of Variance Between-Subjects Factors

		N
0= vlees 1=vega	,00	74
	1,00	71
Dieetsamen	1,00	71
	2,00	74

Levene's Test of Equality of Error Variances^{a,b}

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Aantrekkelijk totaal	Based on Mean	1,264	3	141	,289
	Based on Median	1,073	3	141	,363
	Based on Median and with adjusted df	1,073	3	134,494	,363
	Based on trimmed mean	1,249	3	141	,295

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.^{a,b}

a. Dependent variable: Aantrekkelijk totaal

b. Design: Intercept + Conditie + Dieetsamen + Conditie * Dieetsamen

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: Aantrekkelijk totaal

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	8,803 ^a	3	2,934	7,007	,000
Intercept	959,056	1	959,056	2290,165	,000
Conditie	,204	1	,204	,486	,487
Dieetsamen	4,315	1	4,315	10,305	,002
Conditie * Dieetsamen	4,543	1	4,543	10,849	,001
Error	59,047	141	,419		
Total	1022,222	145			
Corrected Total	67,850	144			

GGraph

**Univariate Analysis of Variance
Between-Subjects Factors**

		N
0= vlees 1=vega	,00	74
	1,00	71
Dieetsamen	1,00	71
	2,00	74

Levene's Test of Equality of Error Variances^{a,b}

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Mannelijkheid totaal	Based on Mean	,351	3	141	,789
	Based on Median	,076	3	141	,973

Based on Median and with adjusted df	,076	3	135,317	,973
Based on trimmed mean	,320	3	141	,811

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups. ^{a,b}

a. Dependent variable: Mannelijkheidstotaal

b. Design: Intercept + Conditie + Dieetsamen + Conditie * Dieetsamen

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: Mannelijkheidstotaal

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
Corrected Model	9,070 ^a	3	3,023	3,731	,013	
Intercept	970,197	1	970,197	1197,168	,000	
Conditie	3,524	1	3,524	4,348	,039	
Dieetsamen	2,409	1	2,409	2,972	,087	
Conditie * Dieetsamen	3,524	1	3,524	4,348	,039	
Error	114,268	141	,810			
Total	1088,000	145				
Corrected Total	123,338	144				

Univariate Analysis of Variance

Between-Subjects Factors

		N
0= vlees 1=vega	,00	74
	1,00	71
Dieetsamen	1,00	71
	2,00	74

Levene's Test of Equality of Error Variances^{a,b}

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Aantrekkelijkstotaal	Based on Mean	1,264	3	141	,289
	Based on Median	1,073	3	141	,363
	Based on Median and with adjusted df	1,073	3	134,494	,363
	Based on trimmed mean	1,249	3	141	,295

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.^{a,b}

a. Dependent variable: Aantrekkelijk totaal

b. Design: Intercept + Conditie + Dieetsamen + Conditie * Dieetsamen

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: Aantrekkelijk totaal

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
Corrected Model	8,803 ^a	3	2,934	7,007	,000	
Intercept	959,056	1	959,056	2290,165	,000	
Conditie	,204	1	,204	,486	,487	
Dieetsamen	4,315	1	4,315	10,305	,002	
Conditie * Dieetsamen	4,543	1	4,543	10,849	,001	
Error	59,047	141	,419			
Total	1022,222	145				
Corrected Total	67,850	144				

UNIANOVA Aantrekkelijkvega BY Dieetsamen

/METHOD=SSTYPE(3)

/INTERCEPT=INCLUDE

/PRINT ETASQ DESCRIPTIVE HOMOGENEITY

/CRITERIA=ALPHA(.05)

/DESIGN=Dieetsamen.

Univariate Analysis of Variance

Between-Subjects Factors

		N
Dieetsamen	1,00	71
	2,00	74

Descriptive Statistics

Dependent Variable: Aantrekkelijkvega

Dieetsamen	Mean	Std. Deviation	N
1,00	1,3192	1,36211	71
2,00	1,2703	1,34773	74
Total	1,2943	1,35030	145

Levene's Test of Equality of Error Variances^{a,b}

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Aantrekkelijkvega	Based on Mean	,008	1	143	,929
	Based on Median	,006	1	143	,936
	Based on Median and with adjusted df	,006	1	136,298	,936
	Based on trimmed mean	,003	1	143	,958

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups. ^{a,b}

a. Dependent variable: Aantrekkelijkvega

b. Design: Intercept + Dieetsamen

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: Aantrekkelijkvega

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared
Corrected Model	,087 ^a	1	,087	,047	,828	,000
Intercept	242,974	1	242,974	132,379	,000	,481
Dieetsamen	,087	1	,087	,047	,828	,000

Error	262,469	143	1,835			
Total	505,444	145				
Corrected Total	262,556	144				

a. R Squared = ,000 (Adjusted R Squared = -,007)

UNIANOVA Q10 BY Dieetsamen

/METHOD=SSTYPE(3)

/INTERCEPT=INCLUDE

/PRINT ETASQ DESCRIPTIVE HOMOGENEITY

/CRITERIA=ALPHA(.05)

/DESIGN=Dieetsamen.

Univariate Analysis of Variance

Between-Subjects Factors

		N
Dieetsamen	1,00	71
	2,00	74

Descriptive Statistics

Dependent Variable: Q10

Dieetsamen	Mean	Std. Deviation	N
1,00	1,45	1,646	71
2,00	1,23	1,390	74
Total	1,34	1,519	145

Levene's Test of Equality of Error Variances^{a,b}

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Q10	Based on Mean	7,521	1	143	,007
	Based on Median	,980	1	143	,324
	Based on Median and with adjusted df	,980	1	115,341	,324
	Based on trimmed mean	7,232	1	143	,008

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.^{a,b}

a. Dependent variable: Q10

b. Design: Intercept + Dieetsamen

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: Q10

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared
Corrected Model	1,769 ^a	1	1,769	,765	,383	,005
Intercept	260,335	1	260,335	112,582	,000	,440
Dieetsamen	1,769	1	1,769	,765	,383	,005
Error	330,672	143	2,312			
Total	592,000	145				
Corrected Total	332,441	144				

a. R Squared = ,005 (Adjusted R Squared = -,002)

UNIANOVA Q10 BY Dieetsamen

```

/METHOD=SSTYPE(3)
/INTERCEPT=INCLUDE
/PRINT F ETASQ DESCRIPTIVE HOMOGENEITY
/CRITERIA=ALPHA(.05)
/DESIGN=Dieetsamen.
    
```

Univariate Analysis of Variance

Between-Subjects Factors

		N
Dieetsamen	1,00	71
	2,00	74

Descriptive Statistics

Dependent Variable: Q10

Dieetsamen	Mean	Std. Deviation	N
1,00	1,45	1,646	71
2,00	1,23	1,390	74
Total	1,34	1,519	145

Levene's Test of Equality of Error Variances^{a,b}

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Q10	Based on Mean	7,521	1	143	,007
	Based on Median	,980	1	143	,324
	Based on Median and with adjusted df	,980	1	115,341	,324
	Based on trimmed mean	7,232	1	143	,008

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.^{a,b}

- a. Dependent variable: Q10
- b. Design: Intercept + Dieetsamen

Tests for Heteroskedasticity

F Test for Heteroskedasticity^{a,b,c}

F	df1	df2	Sig.
5,514	1	143	,020

- a. Dependent variable: Q10
- b. Tests the null hypothesis that the variance of the errors does not depend on the values of the independent variables.
- c. Predicted values from design: Intercept + Dieetsamen

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: Q10

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared
Corrected Model	1,769 ^a	1	1,769	,765	,383	,005
Intercept	260,335	1	260,335	112,582	,000	,440
Dieetsamen	1,769	1	1,769	,765	,383	,005
Error	330,672	143	2,312			
Total	592,000	145				
Corrected Total	332,441	144				

- a. R Squared = ,005 (Adjusted R Squared = -,002)