

Universiteit Utrecht  
Master psychologie, Sociale Psychologie

THESIS

De effecten van slanke en volslanke modellen op sociale vergelijkingsprocessen en veldafhankelijkheid bij vrouwen met een hoog BMI en vrouwen met een laag BMI

Sabine Troost

Studentnummer: 3388212

Datum: 17-06-2013

Thesisbegeleider: dr. M. Häfner

## **Samenvatting**

In het huidige onderzoek is gekeken naar de effecten van slanke en volslanke modellen op sociale vergelijkingprocessen en veldafhankelijkheid bij vrouwen met een hoog BMI en vrouwen met een laag BMI. De sociale vergelijkingstheorie stelt dat mensen leren over hun eigen kwaliteiten, vaardigheden en attitudes door zichzelf te vergelijken met anderen. Volgens het selectief beschikbaarheidsmodel kan men assimileren naar of contrasteren van een vergelijkingstandaard. Verwacht werd dat assimilatie geassocieerd zou kunnen worden met een relationele mindset en contrast met een onafhankelijke mindset. En dat deze verschillende mindsets leiden tot verschillen in de mate van veldafhankelijkheid. Dit is onderzocht middels een soortgelijke *Embedded Figures Test*. Daarbij is gekeken naar de tijd die vrouwen nodig hadden de test te maken en eveneens naar het aantal fouten die zij maakten. Gebleken is dat vrouwen die assimileerden met de standaard langer over de test deden en, in tegenstelling tot de verwachten, minder fouten maakten dan vrouwen die contrasteerden van de standaard. Assimilatie lijkt dus gepaard te gaan met een contextafhankelijke manier van denken en contrast met een contextonafhankelijke manier van denken. Dit onderzoek levert nieuwe inzichten in de invloed van sociale vergelijkingprocessen, daar het laat zien dat veldafhankelijkheid beïnvloedt kan worden door sociale vergelijking.

## **Inleiding**

Dagelijks worden we geconfronteerd met advertenties van mooie, slanke vrouwen in de media (kranten, tijdschriften, tv, etc.). De beelden van de vrouwen in de media zijn slanker dan de meerderheid van de vrouwelijk populatie (Wiseman, Gray, Moismann, & Ahrens, 1992). Frequentie blootstelling aan deze beelden heeft geleid tot een slank ideaalbeeld in onze samenleving, wat gezien wordt als standaard en centraal staat voor aantrekkelijkheid (Smeesters, Mussweiler, & Mandel, 2009). Wanneer de gemiddelde vrouw zich met deze

standaard vergelijkt kan dit leiden tot negatieve zelf-evaluaties aangezien niet aan het ideaalbeeld wordt voldaan (Yamaniya, Cash, Melnyk, Posavac, & Posavac, 2005). Deze negatieve evaluaties over onszelf kunnen een grote rol spelen in de ontwikkeling van een laag zelfbeeld, depressie en eetstoornissen zoals boulimia (Grabe & Hyde, 2006).

Het is dus duidelijk dat slanke modellen in mediabeelden effect hebben op het lichaamsbeeld van de ontvanger (Groesz et al., 2002). Inzicht in sociale vergelijkingsprocessen is dus alleszins wenselijk. In het huidige onderzoek wordt gekeken naar de effecten van dunne en volslanke modellen op sociale vergelijkingsprocessen bij vrouwen met een hoog BMI en vrouwen met een laag BMI. Daarbij wordt onderzocht of sociale vergelijking samengaat met een contextafhankelijke/contextonafhankelijke manier van denken. Doel van het onderzoek is om meer inzicht te verkrijgen in sociale vergelijkingsprocessen.

### *Sociale vergelijking*

Ons zelfbeeld wordt gevormd door de mensen om ons heen. Onderzoek heeft aangetoond dat sociaal contact nodig is om het zelfbeeld te ontwikkelen (Aronson, Wilson, & Akert, 2010). Eén van de manieren om onszelf te leren kennen is door ons te vergelijken met anderen, ofwel sociale vergelijking (Festinger, 1954). De sociale vergelijkingstheorie stelt dat mensen leren over hun eigen kwaliteiten, vaardigheden en attitudes door zichzelf te vergelijken met anderen. Volgens Mussweiler, Rüter en Epstude (2004) vergelijken mensen zich met iedereen om hen heen, wat een snel en automatisch proces is.

Het vormen van een nauwkeurig zelfbeeld is echter maar één van de redenen waarom we ons vergelijken met anderen. In sommige gevallen vergelijken we ons met anderen die minder succesvol zijn om onze positieve emoties en zelfvertrouwen te versterken. Dit wordt ook wel neerwaartse sociale vergelijking genoemd (Walton & Cohen, 2003). Opwaartse sociale vergelijking daarentegen, houdt in dat we ons soms vergelijken met mensen die wij als

beter dan onszelf zien, wat negatieve emoties en een negatieve zelfevaluatie als gevolg heeft (Bessenhof, 2006). De consequenties van sociale vergelijking zijn complex: evaluaties kunnen assimileren naar, of contrasteren van de vergelijkingsstandaard.

#### *Selectief beschikbaarheidsmodel*

Volgens het *Selective Accessibility Model* (SAM) voor ‘vergelijkend denken’ (Mussweiler, 2003), kan een persoon tijdens een sociale vergelijking één van de twee hypothesetesten aangaan: men kan zichzelf gelijk vinden aan de standaard (*similarity testing*) of juist verschillend vinden van de standaard (*dissimilarity testing*). Beide mechanismen leiden tot een selectieve focus voor consistente informatie over zichzelf en de standaard.

Iemand die zichzelf gelijk vindt aan de standaard (bijvoorbeeld een model in een reclame) activeert selectief informatie die aangeeft dat hij of zij en de standaard vergelijkbaar zijn en negeert informatie die aangeeft dat ze verschillend zijn. Iemand die zichzelf verschillend vindt van de standaard daarentegen, activeert juist informatie die aangeeft dat hij of zij en de standaard verschillend zijn en negeert informatie die indiceert dat ze gelijk zijn.

Welke van de twee mechanismen wordt gebruikt hangt af van een snelle eerste beoordeling van de gelijkheid tussen zichzelf en de standaard. Wanneer men de perceptie heeft dat de standaard lijkt op henzelf, resulteert dit in de activatie van standaard-consistente informatie. Een eerste perceptie dat de standaard niet gelijk is aan zichzelf leidt tot de activatie van standaard-inconsistente informatie.

Omdat zelfevaluatie zeer afhankelijk is van de informatie die wordt geactiveerd tijdens het vergelijkingsproces, leidt *similarity testing* tot assimilatie en *dissimilarity testing* tot contrast. Deze vergelijkingsmechanismen kunnen effecten hebben op het zelfbeeld. Zo toonden Smeesters, Mussweiler en Mandel (2009) aan dat, vrouwen met een laag BMI die werden blootgesteld aan dunne modellen en vrouwen met een hoog BMI die werden blootgesteld aan zware modellen, zichzelf vinden lijken op de standaard (afstand tussen

zichzelf en de standaard is klein) waardoor standaard-consistente zelfkennis wordt geactiveerd. Deze informatie heeft gevolgen voor het zelfvertrouwen van de participanten: het zelfvertrouwen van de vrouwen met een laag BMI stijgt en het zelfvertrouwen van de vrouwen met een hoog BMI daalt. Echter, wanneer vrouwen met een laag BMI worden blootgesteld aan zware vrouwen en vrouwen met een hoog BMI worden blootgesteld aan slanke vrouwen leidt dit tot een focus van ongelijkheid (afstand tussen zichzelf en standaard is groot). Wanneer slanke vrouwen contrasteren van de zware standaard geeft dit een boost aan hun zelfvertrouwen. Voor vrouwen met een hoog BMI heeft het contrasteffect negatieve gevolgen voor hun zelfvertrouwen.

Naast deze contrast- of assimilatie-effecten van het sociale vergelijkingsproces kunnen sociale vergelijkingsprocessen mogelijk gepaard gaan met een contextafhankelijk/contextonafhankelijke manier van denken. Kühnen, Hannover en Schubert (2001) hebben onderzoek gedaan naar de rol van zelfkennis voor een context-afhankelijke versus context-onafhankelijke manier van denken.

#### *Effecten van zelfkennis op context-afhankelijk versus context-onafhankelijk denken*

Kühnen, Hannover en Schubert (2001) hebben onderzocht hoe onafhankelijke en relationele zelfconstructen cognitie beïnvloeden. Ze zijn daarbij uitgegaan van het verschil in zelfkennis tussen individuen uit verschillende culturen. Zo heerst er in individualistische culturen de culturele norm om uniek en onafhankelijk te zijn (Shweder & Bourne, 1984). Hierdoor omschrijven mensen zichzelf in termen van interne eigenschappen zoals gedragskenmerken, capaciteiten en attitudes (Trafimow, Triandis, & Goto, 1991). In collectivistische culturen daarentegen is het belangrijk om afhankelijk te zijn van een relevante sociale groep. Hierdoor omschrijven mensen zichzelf in termen van relationele zelfconstructen zoals de sociale rol die zij vervullen (Trafimow et al., 1991).

Aangenomen wordt dat oordelen en gedragingen worden geleid aan de hand van ons interne repertoire van onafhankelijke kenmerken of, in het geval van een relationeel zelfconstruct, door de verwachting van andere groepsleden.

Studies hebben laten zien dat culturele verschillen in zelfconstructen kunnen worden gesimuleerd door het primen van onafhankelijke of relationele zelfconstructen. Zo lieten Trafimow, Triandis en Goto (1991) zien dat participanten die aan verschillen tussen zichzelf en familie en vrienden moesten denken (activatie van een onafhankelijk zelfconstruct), zichzelf vervolgens omschreven met meer onafhankelijke zelfconstructen ('Ik ben intelligent') en zich minder omschreven met relationele zelfconstructen ('Ik ben een zus van Tom') in vergelijking met de personen die aan hun gelijkheid met anderen moesten denken. Dit suggereert dat cultuur invloed heeft op de menselijke cognitie door de activatie van afhankelijke versus relationele zelfconstructen (Trafimow et al., 1991)

Het is echter niet duidelijk hoe zelfkennis cognitie en gedrag leidt. Kühnen, Hannover en Schubert (2001) beschrijven de rol van zelfkennis aan de hand van het *semantic-procedural interface model* (SPI). Dit model maakt onderscheid tussen twee mechanismen (Fiske, Kitayama, Markus, & Nisbett, 1998). Eén mechanisme heeft betrekking op de verschillende semantische gebieden, van waaruit onafhankelijke of relationele zelfconstructen worden gevormd. Het model stelt dat, naast het semantische toepassingsmechanisme, verschillende zelfconstructen (bijvoorbeeld onafhankelijk en relationeel) kunnen zorgen voor een verschillende, procedurele, manier van denken (Hannover, 2000). Zo zou de mate van contextafhankelijkheid in het verwerken van informatie een belangrijk verschil zijn tussen onafhankelijke en relationele zelfkennis (Kühnen, Hannover, & Schubert, 2001). Het SPI model voorspelt dat een onafhankelijke mindset geassocieerd is met een contextonafhankelijke manier van denken. Een relationele mindset daarentegen zou geassocieerd zijn met een context-afhankelijke manier van denken. Immers, het belangrijkste

aspect van de zelf is de relatie met anderen. Het effect van dit mechanisme van informatieverwerking wordt, volgens het SPI model, het procedurele toepassingseffect genoemd.

Om dit mechanisme van informatieverwerking aan te tonen is gebruik gemaakt van het concept van veldafhankelijkheid (Witkin, 1950). Dit construct beschrijft de mate waarin een persoon bij het verwerken van informatie wordt beïnvloedt door een gegeven veld/context. Witkin (1969) ontwikkelde de *Embedded Figures Test* (EFT). Deze test bestaat uit een serie complexe visuele patronen die kleinere geometrische figuren bevatten. Het is aan de participanten deze figuren te vinden. Hoe meer mensen worden beïnvloedt door een bepaalde context (meer veldafhankelijk), des te meer tijd ze nodig hebben om het ‘verstopte’ figuur te vinden.

Kühnen, Hannover en Schubert (2001) hebben dit onderzocht door mensen te primen met onafhankelijke of relationele zelfkennis. Participanten in de onafhankelijke priming conditie moesten aan verschillen denken tussen zichzelf, vrienden en familie terwijl participanten in de relationele conditie werd gevraagd aan de overeenkomsten te denken. Gebleken is dat het primen van onafhankelijke zelfkennis leidde tot een meer context-onafhankelijke, cognitieve modus. Dit resulteerde in een kortere oplostijd van de EFT. Het primen van afhankelijk zelfkennis bleek geassocieerd met een meer context-afhankelijke manier van denken, wat resulteerde in een langere oplostijd van de EFT (in vergelijking met de onafhankelijke conditie).

Kortom, gebleken is dat onafhankelijke zelfkennis samengaat met een context-onafhankelijke manier van denken dat beschreven kan worden als een tendens om stimuli te verwerken zonder dat deze worden beïnvloedt door de context. Afhankelijke zelfkennis daarentegen blijkt samen te gaan met een tendens om stimuli te verwerken waarbij wel aandacht wordt besteed aan de context. Vanuit die gedachte wordt verwacht dat voor sociale

vergelijkingen een soortgelijk proces geldt. Wanneer tijdens een sociale vergelijking assimilatie plaatsvindt zou dit geassocieerd kunnen worden met een relationele mindset. Men ziet zichzelf namelijk als gelijk aan de standaard en activeert informatie die dit beaamt. Anderzijds zou contrast tijdens een sociale vergelijking, geassocieerd kunnen worden met een onafhankelijke mindset.

#### *Het huidige onderzoek*

In het huidige onderzoek wordt gekeken naar het effect van het waarnemen van slanke versus volslanke vrouwelijke modellen in advertenties op sociale vergelijkingprocessen. Naast de manipulatie van de vergelijkingstandaard wordt ook gekeken naar de relatieve positie van individuen op de vergelijkingstandaard (*Body Mass Index (BMI)*). Eerder onderzoek liet zien dat verschillende vergelijkingprocessen en uitkomsten gelden voor individuen die verschillen in hun relatieve positie ten opzichte van de vergelijkingstandaard (Smeesters, Mussweiler, & Mandel, 2009).

Naar aanleiding van bovenstaande informatie kunnen de volgende verwachtingen worden geformuleerd: allereerst wordt verwacht dat het sociale vergelijkingproces gepaard zal gaan met een contextafhankelijke of contextonafhankelijke manier van denken. Daarbij wordt verwacht dat wanneer vrouwen met een laag BMI worden blootgesteld aan een slank model, dit zal leiden tot assimilatie (vrouw ziet zich als gelijk aan de standaard). Assimilatie zou vervolgens weer geassocieerd kunnen worden met een relationele mindset. Deze relationele mindset uit zich in een contextafhankelijke manier van denken, dat aangetoond kan worden middels het concept van veldafhankelijkheid.

De hypothese is dat vrouwen met een laag BMI die worden blootgesteld aan een volslank model zich contrasteren van de standaard, wat geassocieerd kan worden met een onafhankelijke mindset. Deze onafhankelijke mindset uit zich in een contextonafhankelijke manier van denken.



Dus verwacht wordt dat wanneer er vergelijking plaatsvindt, vrouwen er langer over doen een *Embedded Figures Test* op te lossen dan wanneer er geen vergelijking plaatsvindt. Concreet wordt er een langere oplostijd verwacht wanneer een vrouw met een laag BMI wordt blootgesteld aan een slank model dan wanneer ze wordt blootgesteld aan een volslank model (kortere oplostijd). Ook wordt verwacht dat vrouwen met een hoog BMI, die worden blootgesteld aan een volslank model, langer over de test doen dan wanneer zij worden blootgesteld aan een slank model.

Daarnaast is de verwachting dat wanneer er assimilatie plaatsvindt het moeilijker wordt om de figuren te herkennen, waardoor er meer fouten gemaakt zullen worden. Dus verwacht wordt dat vrouwen met een laag BMI die een slank model zien meer fouten zullen maken dan wanneer zij een volslank model zien. Voor vrouwen met een hoog BMI daarentegen wordt verwacht dat zij meer fouten maken wanneer zij een volslank model zien en minder wanneer zij een slank model zien.

Tevens wordt sociale vergelijkingsoriëntatie meegenomen om te controleren voor individuele verschillen op de mate van sociale vergelijking. Sommige mensen blijken zich meer te vergelijken dan anderen, zoals bijvoorbeeld mensen met een laag zelfbeeld (Gibbons & Buunk, 1999). En daarom wordt verwacht dat ook de sociale vergelijkingsoriëntatie invloed heeft op de mate van contextafhankelijkheid. Vrouwen die meer geneigd zijn zich te vergelijken laten zich waarschijnlijk meer afleiden door de context, waardoor het voor hen langer duurt en moeilijker is om een patroon te herkennen. Vrouwen die zich minder vergelijken zullen zich waarschijnlijk minder laten afleiden door de context waardoor het voor hen sneller en gemakkelijker is een patroon te herkennen. Daarbij wordt verwacht dat vrouwen die geneigd zijn zich te vergelijken met anderen langer over de test doen en meer fouten maken dan vrouwen die minder geneigd zijn zich te vergelijken met anderen.

Tot slot wordt verwacht dat BMI en slanke versus volslanke modellen invloed hebben op de mate van zelfevaluatie, sociale vergelijkingsoriëntatie en productevaluatie. Wat betreft zelfevaluatie wordt verwacht dat vrouwen met een laag BMI zich beter over zichzelf voelen (in beide condities) dan vrouwen met een hoog BMI. Dit zou in lijn zijn met eerder onderzoek van Smeesters, Mussweiler en Mandel (2009). Op basis daarvan zou het aannemelijk zijn dat vrouwen met een hoog BMI onzekerder zijn over zichzelf en waarschijnlijk meer geneigd zijn zich te vergelijken met anderen, dan vrouwen met een laag BMI. Wat betreft productevaluatie wordt verwacht dat het product in de advertentie met het slanke model positiever wordt gezien dan het product in de advertentie met het volslanke model.

## **Methoden**

### *Participanten en design*

Aan dit onderzoek hebben 114 vrouwen deelgenomen met een gemiddelde leeftijd van 24.95 jaar ( $SD=6.35$ ). Alle analyses zijn uitgevoerd middels een General Linear Model (Field, 2009) met een factor (conditie: slank model versus volslank model) en een covariaat (BMI: hoog versus laag en/of sociale vergelijkingsoriëntatie: hoog versus laag). De verdeling van vrouwen met een hoog BMI en vrouwen met een laag BMI is tot stand gekomen door de BMI scores om te zetten naar z-scores. De vergelijking tussen vrouwen met een hoge sociale vergelijkingsoriëntatie en vrouwen met een lage vergelijkingsoriëntatie is op eenzelfde manier tot stand gekomen. Participanten zijn a-select toegewezen aan de slanke- of volslanke conditie. Vijf afhankelijke variabelen zijn onderzocht: zelf- en productevaluatie, tijd en aantal fouten op de TMS en sociale vergelijkingsoriëntatie.

### *Advertentie (conditie)*

Er zijn twee advertenties samengesteld van een niet bestaand deodorantmerk vergezeld met een slank of volslank model. Beide advertenties hadden een gelijke achtergrond en bevatten dezelfde deodorant (zie figuur 1). Er is een pre-test uitgevoerd om na te gaan of de modellen in de advertentie als even aantrekkelijk worden gezien en of hun gewichtsverschil ook als zodanig wordt waargenomen. Participanten zijn digitaal gevraagd de volgende vragen op een 5-punt Likert schaal te scoren: ‘Hoe aantrekkelijk vind je het model?’, ‘Hoe dik/dun vind je het model?’ en ‘In hoeverre komt het gewicht van het model overeen met jouw ideale gewicht?’.



**Figuur 1.** Advertenties van het volslanke model (links) en slanke model (rechts).

Een *t*-test voor onafhankelijke groepen heeft uitgewezen dat beide modellen als even aantrekkelijk worden gezien: volslank model ( $M=3.67$ ,  $SD=.59$ ) versus slank model ( $M=3.68$ ,  $SD=.65$ ),  $t(38)=.08$ , *ns*. Ook is er uit de pre-test naar voren gekomen dat het volslanke model als dikker wordt gezien ( $M=3.56$ ,  $SD=.70$ ) dan het slanke model ( $M=2.64$ ,  $SD=.58$ ),  $t(38)=-4.52$ ,  $p<.001$ . Verder blijkt het gewicht van het slanke model meer overeen te komen met het

ideale gewicht van de participanten ( $M=4.09$ ,  $SD=.97$ ) dan het gewicht van het volslanke model ( $M=2.33$ ,  $SD=.84$ ),  $t(38)=6.04$ ,  $p<.001$ . Echter verschilden de participanten wel significant van elkaar wat betreft hun gewicht: vrouwen die een slank model kregen te zien waren gemiddeld jonger ( $M=19.86$ ,  $SD=3.21$ ) dan vrouwen die een volslank model te zien kregen ( $M=26.22$ ,  $SD=4.68$ ),  $t(38)=-5.08$ ,  $p<.001$ . Er was geen verschil tussen de groepen wat betreft gewicht en lengte (beide  $t<.83$  en  $p>.165$ ).

### *Materialen*

#### *Zelfevaluatie*

Zelfevaluatie is gemeten middels drie items: ‘Hoe aantrekkelijk voelt u zich op dit moment?’, ‘Hoe tevreden bent u over het algemeen met uw lichaam?’ en ‘Hoe vrouwelijk voelt u zich?’ (Chronbach’s  $\alpha=.682$ ) Na verwijderen van het item ‘Hoe vrouwelijk voelt u zich’ steeg Chronbach’s alpha naar  $\alpha=.71$ . Er is gebruik gemaakt van een 7-punt Likert schaal (zie ook: Häfner & Trampe, 2009).

#### *Productevaluatie*

Productevaluatie is gemeten aan de hand van vier items: ‘Hoe positief staat u tegenover Odorless (het product in de reclame)?’, ‘Vindt u Odorless een kwalitatief goed product?’, ‘In hoeverre geeft Odorless u een goed gevoel?’ en ‘Hoe graag zou u het product willen kopen?’ (Chronbach’s alpha  $\alpha=.83$ ). Tevens gemeten middels een 7-punt Likert schaal (zie ook: Häfner & Trampe, 2009).

#### *Contextafhankelijk versus contextonafhankelijk denken*

Om de mate van contextafhankelijkheid/onafhankelijkheid te meten is gebruik gemaakt van een deel (*Muster zuordnen*) van een toelatingsexamen voor geneeskundestudenten in Duitsland (*Test für medizinische Studiengänge* (TMS), Informationbroschüre, 2013).

De test bestond uit zeven patronen met ieder vijf antwoordmogelijkheden (Appendix A). Aan deelnemers is gevraagd om zo goed en zo snel mogelijk aan te geven welk gedeelte overeenkomt met een deel van het grote patroon. Voor deze test geldt hetzelfde principe van veldafhankelijkheid als bij de *Embodiment Figures Test* (Witkin, 1969). Hoe lang deelnemers over de test deden is gemeten met behulp van een stopwatch. Deelnemers waren hier tevens van op de hoogte. Ook is gekeken naar het aantal foute antwoorden op de test.

#### *Chronisch lijngedrag*

Om te onderzoeken of chronisch lijngedrag invloed zou hebben op de resultaten is de *Revised Restraint Scale* afgenomen (Herman & Povily, 1980, Appendix B). Daarvan is enkel de *Concern for Dieting* sub schaal gebruikt, deze meet de chronische *concern* voor diëten (Papies, Stroebe, & Aarts, 2008). Deze vragenlijst bestond uit zes vragen zoals: ‘Hoe bewust bent u zich van wat u eet’ en ‘Ik besteed te veel aandacht aan tijd en voedsel’. (Chronbach’s  $\alpha=.72$ ) Voor het huidige onderzoek is de vertaalde versie van de schaal gebruikt (Jansen, Oosterlaan, Merkelbach, & van den Hout, 1988). De schaal had echter geen effect op de resultaten en is daarom niet meegenomen in de analyses.

#### *Sociale vergelijkingsoriëntatie*

Om de sociale vergelijkingsoriëntatie van de participanten te meten is er gebruik gemaakt van de Nederlandse versie van de *IOWA-Netherlands Social Comparison Orientation Measure* (Gibbons & Buunk, 1999, Appendix C). Deze vragenlijst meet individuele verschillen op sociale vergelijking. De vragenlijst bestond uit 11 stellingen, waarbij participanten konden aangeven in welke mate zij het eens waren met de betreffende stelling. Er is gebruik gemaakt van een 7-punt Likert schaal met antwoordmogelijkheden van sterk mee oneens tot en met sterk mee eens (Chronbach’s  $\alpha=.88$ ).

#### *Procedure*

Deelnemers zijn benaderd in de (studenten) kantine van het Utrechts Medisch Centrum alsmede de kantine van de Universiteit Utrecht (Educatorium) met de vraag of zij wellicht tien minuten de tijd hadden om mee te doen aan een onderzoek over reclame in ruil voor een snack. Participanten zijn a-select toegewezen aan een van de condities: de ene groep zag een advertentie met een slank vrouwelijk model, de andere groep een advertentie met een volslank vrouwelijk model. Allereerst kregen de deelnemers een advertentie te zien van een deodorant van een niet bestaand merk (*Odorless*) met daarnaast een slank of volslank model (afhankelijk van de conditie). Aan hen werd vervolgens gevraagd of zij konden aangeven in welke tijdschriften of kranten zij deze advertentie zouden verwachten (dit om het daadwerkelijke doel te verbloemen). Daarna volgden er enkele vragen met betrekking tot leeftijd, huidige studie en vragenlijsten over zelf- en productevaluatie. Hierna konden deelnemers zich melden bij de proefleider en kregen zij uitleg over het tweede deel van het onderzoek: de TMS. Er werd kort uitleg gegeven over de test. Wanneer de deelnemers dit begrepen konden zij starten met de test en werd getimed hoe lang zij hier over deden. Wanneer zij klaar waren met de test werd de tijd genoteerd en kregen deelnemers het laatste deel van het onderzoek, bestaande uit een vragenlijst over lijngedrag en de sociale vergelijkingsvragenlijst. Tot slot werd naar de lengte en het gewicht van de deelnemers gevraagd. De deelnemers werden hierop vriendelijk bedankt voor deelname en mochten als dank een snack uitzoeken.

## **Resultaten**

### *Zelf-en productevaluatie*

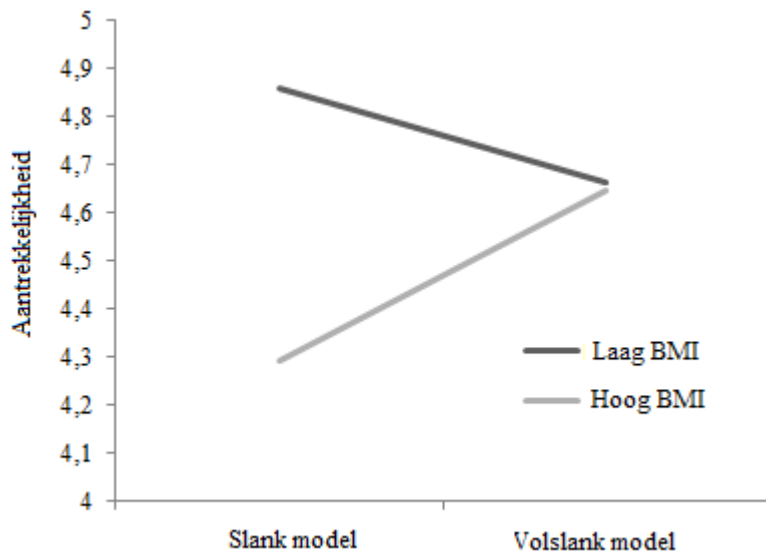
Zelfevaluatie is geanalyseerd middels een GLM met een conditie als factor en het BMI van de deelnemers als continue voorspeller. Bij de analyse werd enkel een hoofdeffect gevonden van het BMI: vrouwen met een laag BMI voelen zich aantrekkelijker en meer tevreden met hun lichaam dan vrouwen met een hoog BMI ongeacht de conditie,

$F(1,110)=9.33, p=.003$ . Er werd geen hoofdeffect van conditie op zelfevaluatie gevonden,

$F(1,110)=.62, p= ns$ . Tevens werd er geen significant interactie-effect gevonden

$F(1,110)=1.54, p= ns$ .

Echter wanneer enkel naar de data van de vraag ‘Hoe aantrekkelijk voelt u zich op dit moment?’ werd gekeken bleek er, onvoorzien, een marginaal interactie-effect van conditie en BMI op de zelfevaluatie,  $F(1,110)=2.79, p=.098$ . Ook hier werd een marginaal hoofdeffect gevonden van het BMI: vrouwen met een laag BMI vinden zichzelf aantrekkelijker dan vrouwen met een hoog BMI,  $F(1,110)=3.11, p=.081$ . De resultaten zijn weergegeven in figuur 2.



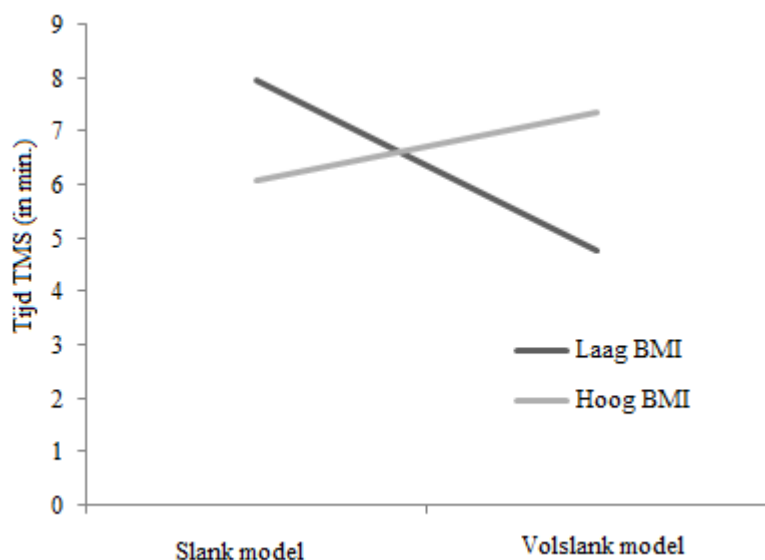
**Figuur 2.** Het hoofdeffect van BMI en het interactie-effect van het BMI van de deelnemers en de conditie op de mate van aantrekkelijkheid.

Voor de productevaluaties is dezelfde procedure uitgevoerd. Er zijn hier echter geen significante resultaten uit naar voren gekomen. Beide advertenties werden als even positief gezien,  $F(1,109)=.02, p= ns$ . Ook werd er geen significant interactie-effect gevonden,  $F(1,109)=.04, p= ns$ .

#### *Tijd en aantal fouten TMS*

De tijd op de TMS is eveneens geanalyseerd door middel van een GLM met als onafhankelijke variabele de conditie (slank versus volslank model). Het BMI van de deelnemers is opgenomen als continue voorspeller. Bij de analyse werd geen hoofdeffect

gevonden van de conditie (slank model versus volslank model) op de tijd die deelnemers nodig hadden om de TMS te voltooien,  $F(1,110)=1.54$ , *ns*. Tevens werd er geen hoofdeffect gevonden van het BMI van de participanten (laag versus hoog) op de tijd op de TMS,  $F(1,110)=.20$ , *ns*. Wel was er sprake van een interactie-effect van het BMI van de deelnemers en de conditie op de tijd,  $F(1,110)=7.53$ ,  $p=.007$ . Om dit interactie-effect nader te onderzoeken, is er onderscheid gemaakt tussen vrouwen met een laag BMI (een standaarddeviatie onder het gemiddelde; zie Aiken & West, 1991) en vrouwen met een hoog BMI (een standaarddeviatie boven het gemiddelde). Vrouwen met een laag BMI deden gemiddeld langer over de TMS wanneer zij een slanke vrouw in de advertentie zagen, dan wanneer zij een volslanke vrouw zagen,  $F(1, 110)=7.95$ ,  $p=.006$ . Hoewel vrouwen met een hoog BMI gemiddeld langer over de test deden, wanneer zij een volslanke vrouw in de advertentie zagen, dan wanneer zij een slanke vrouw zagen is dit verschil niet significant,  $F(1,110)=1.24$ ,  $p= ns$ . De resultaten zijn weergegeven in figuur 3.



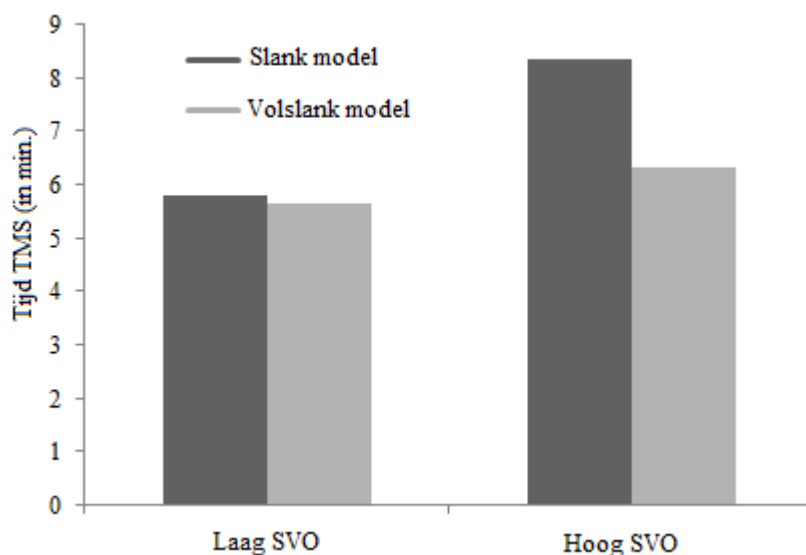
**Figuur 3.** Het interactie-effect van het BMI van de deelnemers en de conditie op de tijd van de TMS.

Ook wat betreft het aantal fouten op de TMS bleek er sprake van een interactie-effect. Zo bleek er een significante interactie van het BMI van de deelnemers en de conditie op het aantal fouten op de test,  $F(1,110)=6.85$ ,  $p=.010$ . Om dit interactie-effect nader te



onderzoeken, is er onderscheid gemaakt tussen vrouwen met een laag BMI en vrouwen met een hoog BMI. Daarbij bleek dat vrouwen met een laag BMI, tegen de verwachtingen in, minder fouten maakten wanneer zij een slank model zagen, dan wanneer zij een volslank model te zien kregen,  $F(1,110)=5.55, p=.020$ . Hoewel vrouwen met een hoog BMI minder fouten maakten wanneer zij een volslank model zagen, dan wanneer zij een slank model zagen is dit verschil niet significant,  $F(1,110)=1.95, p= ns$ .

Ook de sociale vergelijkingsoriëntatie van de deelnemers is meegenomen als continue voorspeller (z-scores) in een GLM met daarbij de tijd op de TMS als afhankelijke variabele en conditie als factor. Er werd geen hoofdeffect van conditie gevonden ( $F(1,110)=1.85, p= ns$ ) en ook geen interactie-effect ( $F(1,110)=1.41, p= ns$ ). Wel werd een hoofdeffect gevonden van sociale vergelijkingsoriëntatie op de tijd: vrouwen die meer geneigd zijn tot sociale vergelijking doen langer over de test dan vrouwen die minder geneigd zijn zich te vergelijken met anderen,  $F(1,110)=4.04, p=.047$ . De resultaten zijn weergegeven in figuur 4.



**Figuur 4.** Het hoofdeffect van sociale vergelijkingsoriëntatie (SVO) op de tijd van de TMS.

Ook wat betreft het aantal fouten op de TMS bleek er een hoofdeffect van sociale vergelijkingsoriëntatie op het aantal fouten: vrouwen die meer geneigd zijn tot sociale

vergelijking maken, in tegenstelling tot de verwachting, minder fouten op de test dan vrouwen die minder geneigd zijn zich te vergelijken met anderen,  $F(1,110)=5.41, p=.022$ . Er werd geen hoofdeffect van conditie gevonden ( $F(1,110)=.74, p= ns$ ), ook geen interactie-effect ( $F(1,110)=.94, p= ns$ ).

Ook zijn zowel BMI en sociale vergelijkingsoriëntatie beide als continue voorspellers meegenomen in een GLM om te controleren voor individuele verschillen op de sociale vergelijkingsoriëntatie. Wat betreft de tijd op de TMS bleek er nog steeds een hoofdeffect van sociale vergelijkingsoriëntatie op de tijd,  $F(1,108)=4.72, p=.032$ . Ook bleek het eerder gevonden interactie-effect van conditie en het BMI van de deelnemers nog steeds significant te zijn,  $F(1,108)=5.88, p=.017$ .

#### *Sociale vergelijkingsoriëntatie*

De mate van sociale vergelijkingsoriëntatie is tevens als afhankelijke variabele geanalyseerd. Ook deze analyse is uitgevoerd middels een GLM met conditie als factor en BMI van de deelnemers als covariaat. Er is geen interactie-effect gevonden van het BMI en de conditie op de mate van sociale vergelijking,  $F(1,110)= .64, p= ns$ . Wel bleek er een, in tegenstelling tot de verwachting, een hoofdeffect van BMI op de sociale vergelijkingsoriëntatie: vrouwen met een laag BMI scoorden hoger op de schaal dan vrouwen met een hoog BMI,  $F(1,110)=4.13, p=.045$ .

### **Discussie**

Het huidige onderzoek heeft zich gericht op de vraag of sociale vergelijking samengaat met een contextafhankelijke manier van denken. Theorieën van veldafhankelijkheid (Witkin, 1950) vormden hiervoor de basis. Er werd verwacht dat sociale vergelijking samengaat met een contextafhankelijke manier van denken omdat vergelijking wellicht geassocieerd kan worden met een relationele mindset (Kühnen, Hannover & Schubert, 2001). Er is een significant interactie-effect van het BMI van de deelnemers en de

conditie op de tijd van de TMS gevonden. Overeenkomstig met de verwachtingen deden vrouwen met een laag BMI gemiddeld langer over de test wanneer zij een slank model zagen, dan wanneer zij een volslank model zagen. Anderzijds deden vrouwen met een hoog BMI gemiddeld langer over de test wanneer zij een volslank model zagen, dan wanneer zij een slank model zagen. Dit effect bleek echter niet significant.

Ook werd er een significant interactie-effect gevonden van het BMI en de conditie op het aantal fouten op de TMS. In tegenstelling tot de verwachtingen maakten vrouwen met een laag BMI significant minder fouten op de test wanneer zij een slank model zagen, dan wanneer zij een volslank model zagen. Vrouwen met een hoog BMI maakten minder fouten wanneer zij een volslank model zagen, dan wanneer zij een slank model te zien kregen. Dit effect bleek echter niet significant.

Verder is ook gekeken naar de invloed van individuele verschillen op sociale vergelijking (sociale vergelijkingsoriëntatie) op de tijd van de TMS en het aantal fouten op de test. Er werd een hoofdeffect gevonden van de sociale vergelijkingsoriëntatie op zowel de tijd als het aantal fouten. Vrouwen die meer geneigd zijn tot sociale vergelijking bleken langer te doen over de test en minder fouten te maken dan vrouwen die minder geneigd zijn zich te vergelijken met anderen. Wanneer er gekeken werd naar de invloed van het BMI en de advertentie met een volslank of slank model op de sociale vergelijkingsoriëntatie bleek er, onvoorzien, een hoofdeffect van BMI. Vrouwen met een laag BMI bleken meer geneigd tot sociale vergelijking dan vrouwen met een hoog BMI.

Tevens is gekeken naar de invloed van zowel het BMI en sociale vergelijkingsooriëntatie op de tijd en het aantal fouten van de TMS. Het hoofdeffect van sociale vergelijkingsooriëntatie alsmede het interactie-effect van conditie op de tijd van de TMS bleven beide significant. Beide blijken dus invloed te hebben op de tijd die vrouwen

nodig hadden om de test te maken maar ook op het aantal fouten op de test die werden gemaakt.

De resultaten laten zien dat het waarnemen van een slank of volslank model vooral invloed heeft op de mate van contextafhankelijkheid en het aantal fouten op de test bij vrouwen met een laag BMI (eveneens wanneer er gecontroleerd werd voor de sociale vergelijkingsoriëntatie). Aangenomen wordt dat er assimilatie heeft plaatsgevonden wanneer vrouwen met een laag BMI een slank model te zien kregen en contrast wanneer zij een volslank model te zien kregen. Deze resultaten zijn eveneens consistent met het selectieve beschikbaarheidsmodel (Mussweiler, 2003), dat stelt dat een focus voor gelijkheid leidt tot assimilatie en een focus voor verschillen leidt tot contrast.

Het lijkt erop dat, zoals werd verwacht, assimilatie geassocieerd wordt met een contextafhankelijke manier van denken en contrast met een contextonafhankelijke manier van denken. Echter blijkt assimilatie niet te leiden tot het maken van meer fouten op de test, zoals voorafgaand aan het onderzoek wel werd verwacht. Vrouwen met een laag BMI bleken juist minder fouten te maken wanneer er assimilatie plaatsvond. Dit suggereert dat assimilatie zou leiden tot een meer nauwkeurigere verwerking van informatie. Anderzijds bleken vrouwen (met een laag BMI) die contrasteerden van de standaard en daardoor sneller klaar waren met de test meer fouten te maken. In tegenstelling tot de verwachting zijn zij dus niet beter in het herkennen van figuren dan vrouwen die assimileerde met de standaard. Wellicht was de test te moeilijk om snel op te lossen voor vrouwen die contrasteerden van de standaard maar niet voor vrouwen die assimileerden met de standaard en daardoor langer over de test nauwkeuriger waren en minder fouten maakten.

De test die gebruikt is in het huidige onderzoek wordt afgenomen bij toekomstige geneeskundestudenten en poogt intelligentie te meten middels het concept van veldafhankelijkheid. Veldafhankelijkheid wordt geschikt geacht intellectuele activiteiten te

meten. Intellectualiteit wordt als een stabiele persoonlijkheidstrekk gezien (Witkin, Oltman, Raskin, & Karp, 1971). Dit onderzoek laat echter zien dat veldafhankelijkheid beïnvloedt kan worden door sociale vergelijkingsprocessen.

Het huidige onderzoek levert dus nieuwe inzichten in de invloed van sociale vergelijking. Niet eerder is onderzoek gedaan naar de invloed van sociale vergelijking op het concept van veldafhankelijkheid en andersom: het blootleggen van sociale vergelijkingsprocessen door het concept van veldafhankelijkheid te gebruiken.

Vervolgonderzoek zou zich kunnen richten op de vraag of assimilatie/contrast naast de contextafhankelijke/contextonafhankelijke manier van denken wellicht ook leidt tot een contextafhankelijke-/onafhankelijke manier van bijvoorbeeld geluidverwerking.

In het onderzoek is er ook gekeken naar de zelf- en productevaluatie. Met betrekking tot de productevaluatie zijn er geen effecten gevonden. Dit zou te wijten kunnen zijn aan het feit dat de modellen in de advertenties als even aantrekkelijk werden gezien. Dit komt overeen met onderzoek van Halliwell en Dittmar (2004). Zij stelden dat gelijke aantrekkelijkheid noodzakelijk is voor gelijke productevaluaties.

Wat betreft zelfevaluatie is gebleken, overeenkomstig met de verwachting, dat vrouwen met een laag BMI zich gemiddeld beter over zichzelf (hogere zelfevaluatie) voelen dan vrouwen met een hoog BMI, ongeacht de conditie. Wanneer echter enkel naar aantrekkelijkheid werd gekeken bleek er, onvoorzien, sprake van een marginaal interactie-effect. Vrouwen met een laag BMI voelen zich aantrekkelijker wanneer zij een slank model zien dan wanneer zij een volslank model zien. Dit in tegenstelling tot vrouwen met een hoog BMI. Zij voelen zich juist aantrekkelijker wanneer zij een volslank model zien dan wanneer zij een slank model zien. Dit is tegenstrijdig met eerder onderzoek van onder andere Smeesters, Mussweiler en Mandel (2010). Zij stelden dat wanneer vrouwen met een hoog BMI zich assimileren aan een volslank model, zij zich slecht gaan voelen over zichzelf.

In het huidige onderzoek voelen vrouwen zich het aantrekkelijkst wanneer zij zich vergelijken met anderen die op hen lijken. Ondanks deze interactie zijn slanke vrouwen gemiddeld meer tevreden met zichzelf dan de vrouwen met een wat hoger BMI. Belangrijk is om meer inzicht te verkrijgen in de invloed van sociale vergelijking op de mensen met een hoog BMI. Dit is belangrijk want ongeveer 47% van de volwassen Nederlandse bevolking heeft een te hoog lichaamsgewicht en 11% van de volwassenen is obees (CBS, 2013). Daartegenover staat dat 2-3% van de mensen in Nederland ondergewicht hebben (RIVM, 2013).

Echter heeft het huidige onderzoek niet in een gecontroleerde experimentele setting plaatsgevonden waardoor geluiden in de omgeving en de aanwezigheid van andere de resultaten verstoord zouden kunnen hebben. Daarnaast kan het feit dat beide modellen als even aantrekkelijk werden gezien wellicht van invloed zijn geweest op het gevonden interactie-effect van het BMI van de deelnemers en de modellen in de advertenties op de mate van aantrekkelijkheid. Vaak worden volslanke modellen als minder aantrekkelijk gezien dan slanke vrouwen. Het slanke ideaalbeeld in de huidige samenleving wordt immers gezien als standaard en staat centraal voor aantrekkelijkheid (Smeesters, Mussweiler, & Mandel, 2009). Dit suggereert dat beelden van volslanke vrouwen in de media niet per se tot een negatief zelfbeeld hoeven te leiden bij vrouwen met een hoog BMI wanneer dit model even aantrekkelijk is als een slank model.

Hoe dan ook levert het huidige onderzoek nieuwe inzichten in de effecten van sociale vergelijking. Zo lijkt assimilatie gepaard te gaan met een contextafhankelijke manier van denken en contrast met een contextonafhankelijke manier van denken. Meer onderzoek is nodig om de effecten van sociale vergelijking te doorgronden.

## Referenties

- Aiken, L. S., & West, S. G. (1991). *Multiple regression: Testing and interpreting interactions*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Aronson, E., Wilson, T. D., & Akert, R. M. (2010). *Social Psychology* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Bessenoff, G. R. (2006) Can the media affect us? Social comparison, self-discrepancy, and the thin ideal. *Psychology of Women Quarterly*, 30, 239-251
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2009). Gezondheid, leefstijl, gebruik van zorg. Verkregen op 6 juni, 2013, van <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=03799&D1=242,254,267-271&D2=0-2,4-7&D3=0&D4=0,6-9&HD=110221-0834&HDR=G2,T&STB=G1,G3>.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117-140.
- Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS*. London: Sage.
- Fiske, A. P., Kitayama, S., Markus, H. R., & Nisbett, R. E. (1998). The Cultural Matrix of Social Psychology. In D. Gilbert, S. Fiske, & G. Lindzey (Eds.), *The Handbook of Social Psychology*. Boston: McGrawHill.
- Gibbons, F. X., & Buunk, B. P. (1999). Individual differences in social comparison: development of a scale of social comparison orientation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76, 129-142.
- Grabe, S., & Hyde, J. S. (2006). Ethnicity and body dissatisfaction among women in the United States: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 132, 622-640
- Halliwel, E., & Dittmar, H. (2004). Does size matter? The impact of models' body size on women's body-focused anxiety and advertising effectiveness. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23, 104-122.

- Hannover, B. (2000). Self and culture. Effects on social information processing. In H. Metz-Göckel, B. Hannover, & S. Leffelsend (Eds.), *Sozialkognitive Aspekte der pädagogischen psychologie II* [A social cognition approach to instructional psychology]. Berlin, Germany: Logos.
- Häfner, M., & Trampe, D. (2009). When thinking is beneficial and when it is not: The effects of thin and round advertising models. *Journal of Consumer Psychology, 19*, 619-628.
- Kühnen, U., Hannover, B., & Schubert, B. (2001). The semantic-precudural interface model of the self: The role of self-knowledge for context-dependent versus context-independent modes of thinking. *Journal of Personality and Social Psychology, 80*, 397-409.
- Lockwood, P., & Kunda, Z. (1997). Superstars and me: Predicting the impact of role models on the self. *Journal of Personality and Social Psychology, 73*, 91-103.
- Mussweiler, T. (2003). Comparison processes in social judgment: Mechanisms and consequences, *Psychological Review, 110*, 472-489.
- Mussweiler, T., Rüter, K., & Epstude, K (2004). The men who wasn't there: Subliminal social comparison standards influence self-evaluation. *Journal of Experimental Social Psychology, 40*, 689-696.
- Papies, E. K., Stroebe, W. & Aarts, H. (2008). Healthy cognition: Processes of self-regulatory success in restrained eating. *Personality and Social Psychology Bulletin, 34*, 1290-1300.
- Rijksinstituut voor Volksgezondheid (2012). Ondergewicht: Zijn er verschillen tussen Nederland en andere landen? Verkregen op 6 juni, 2013, van <http://www.nationaalkompas.nl/gezondheidsdeterminanten/persoonsgebonden/lichaamsgewicht/overgewicht-verschillen-internationaal-kopie/>



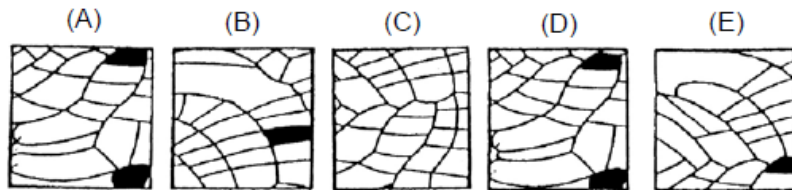
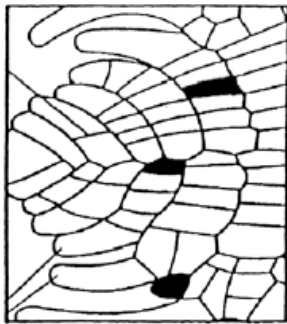
- Shweder, R. A., & Bourne, L. (1984). Does the concept of a person vary cross-culturally? In R. A. Shweder & R. A. LeVine (Eds.), *Culture theory: essays on mind, self, and emotion*. New York: Cambridge University Press.
- Smeesters, D., Mussweiler, T., & Mandel, N. (2009). The effects of thin and heavy media images on overweight consumers: Social comparison processes and behavioral implications. *Journal of Consumer Research*, *36*, 930-949.
- Test für medizinische Studiengänge (2013). Informationbroschüre Verkregen op 5 maart, 2013, van <http://www.tms-info.org/>.
- Trafimow, D., Triandis, H. C., & Goto, S. G. (1991). Some tests of the distinction between the private self and the collective self. *Journal of Personality and Social Psychology*, *60*, 649-655.
- Walton, G. M., & Cohen, G. L. (2003). Stereotype Lift. *Journal of Experimental Psychology*, *39*, 456-467.
- Wiseman, C., Gray, J., Moismann, J., & Ahrens, A. (1992). Cultural expectations of thinness in women: An update. *International Journal of Eating Disorders*, *11*, 85-89.
- Witkin, H. A. (1950). Individual differences in the case of perception of embedded figures. *Journal of Personality*, *19*, 1-15.
- Witkin, H. A. (1969). *Embedded Figures Test*. Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press.
- Witkin, H. A., Oltman, P. K., Raskin, E., & Karp, S. A. (1971). *Manual for the embedded figures test, children's embedded figures test, and group embedded figures test*. Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press.
- Yamamiya, Y., Cash, T. F., Melnyk, S. E., Posavac, H. D. & Posavac, S. S. (2005). Women's exposure to thin-and-beautiful media images: Body image effects of media-ideal internalization and impact-reduction interventions. *Body Image*, *2*, 74-80.

**Appendix A. Test für medizinische Studiengänge** (Informationbroschüre, 2013)

Het is de bedoeling om aan te geven welk van de vijf gedeeltes van het patroon overeenkomt met een deel van het patroon.

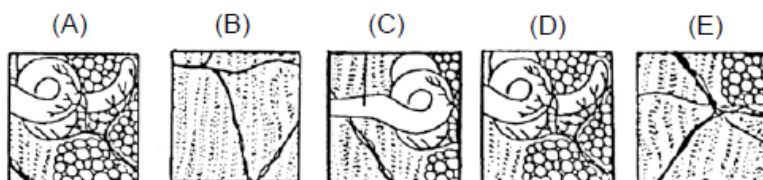
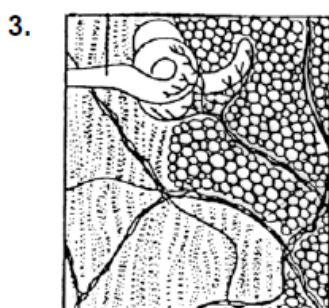
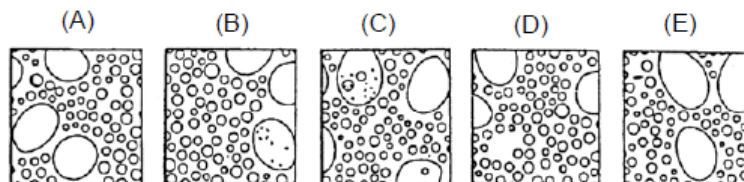
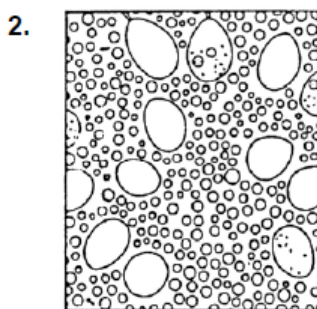
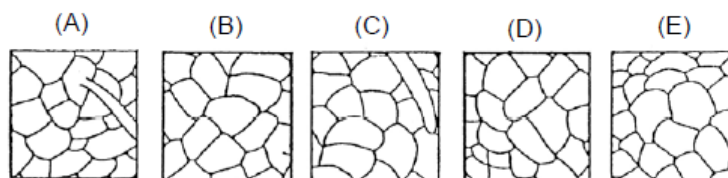
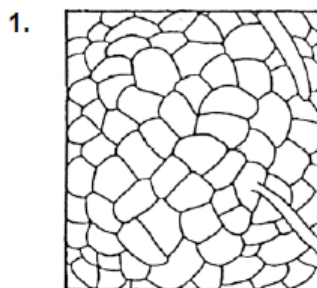
Eerst volgt een voorbeeld:

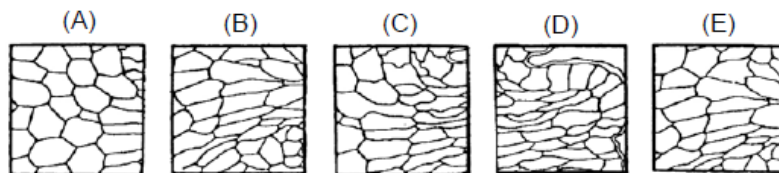
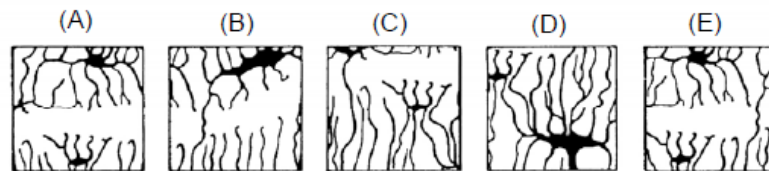
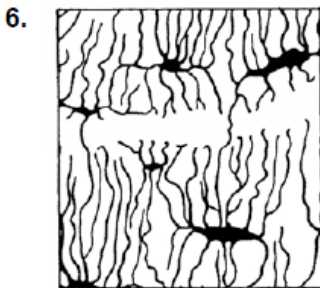
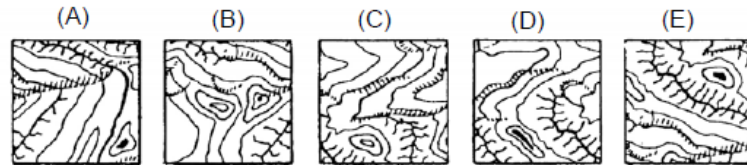
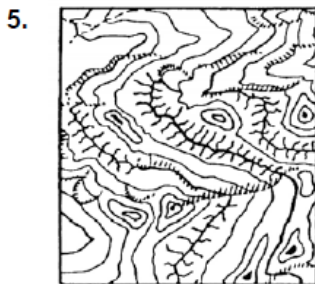
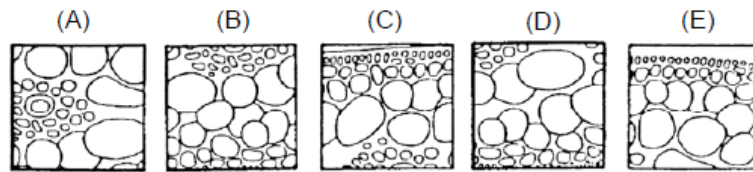
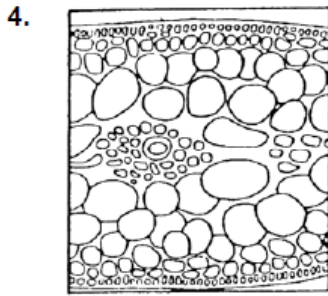
Welk gedeelte (A t/m E) valt samen met een gedeelte van het grote patroon?



Het goede antwoord moet zijn A. Alleen het gedeelte A valt samen met een gedeelte van het patroon. De andere gedeeltes vertonen afwijkingen en komen niet overeen met een gedeelte van het patroon.

Er volgen zeven patronen. Probeer zo goed en zo snel mogelijk aan te geven welk gedeelte overeenkomt met een deel van het patroon. Omcirkel het juiste antwoord.





**Appendix B.** Vragenlijst over chronisch lijngedrag Voor het huidige onderzoek is de Nederlandse vertaling van de *Revised Restraint Scale* (Herman & Polivy, 1980) gebruikt (Jansen, Oosterlaan, Merckelbach & van den Hout, 1988).

1. Ik lijn..
2. Ik voel me schuldig nadat ik teveel heb gegeten.
3. Ik eet beheerst in het bijzijn van anderen maar ga me te buiten aan eten zodra ik alleen ben.

4. Ik besteed te veel aandacht en tijd aan voedsel.
5. Zou een gewichtsschommeling van 2.5 kilo uw manier van leven beïnvloeden?
6. Hoe bewust bent u zich van wat u eet?

### **Appendix C.** Sociale vergelijkingsoriëntatie

*INCOM: IOWA Netherlands Social Comparison Orientation Measurement* (Gibbons & Buunk, 1999)

De meeste mensen vergelijken zichzelf van tijd tot tijd met anderen. Zij vergelijken bijvoorbeeld hoe ze zich voelen, wat zij van iets vinden, wat ze kunnen, of hoe ze eraan toe zijn met anderen. Er is op zichzelf niets 'goeds' of 'slechts' aan dit soort vergelijkingen, en sommige mensen doen dit vaker dan anderen. Wij zouden graag willen weten hoe vaak u zich vergelijkt met andere mensen. Om dat te doen, willen wij u vragen om aan te geven in hoeverre u het met elk van de volgende vragen eens bent.

1. Ik vergelijk mijzelf vaak met anderen wat betreft hetgeen ik in het leven bereikt heb.
2. Als ik wil weten hoe iets zit, probeer ik erachter te komen wat anderen ervan vinden.
3. Ik let er altijd erg op hoe ik dingen doe in vergelijking met anderen.
4. Ik vergelijk de situatie van mensen om wie ik geef (b.v. partner, familieleden) vaak met die van anderen.
5. Ik wil altijd graag weten wat anderen in een vergelijkbare situatie zouden doen.
6. Ik ben niet het type persoon dat zich vaak met anderen vergelijkt.
7. Als ik wil weten hoe goed ik iets heb gedaan, ga ik na hoe anderen het ervan af hebben gebracht.

8. Ik probeer er vaak achter te komen wat anderen vinden die met soortgelijke problemen worden geconfronteerd als ik.
9. Ik houd ervan om met anderen te praten over wederzijdse meningen en ervaringen.
10. Ik vergelijk mijn levenssituatie nooit met die van andere mensen.
11. Ik vergelijk mijn kwaliteiten in het omgaan met mensen vaak met anderen.