

Running head: MIMICRY EN SOCIALE VERGELIJKINGEN

## De invloed van mimicry op de richting van spontane sociale vergelijkingen.

Master Sociale Psychologie

Thesis

Michelle Linger, 3284042

17 juni 2011

Universiteit Utrecht

Faculteit Sociale Wetenschappen

Begeleider: Michael Häfner

### **Samenvatting**

Uit recent onderzoek is gebleken dat het gevoel van psychologische afstand of nabijheid (fluency) de richting van de spontane sociale vergelijking kan beïnvloeden. Dit werd doorgaans gemanipuleerd, maar nu wordt er gekeken of de gezichtsuitdrukking van een standaard een effect heeft op de richting van de spontane sociale vergelijking. Er werd verwacht dat overname van een vrolijke uitdrukking voor een gevoel van nabijheid met de standaard zorgt wat tot assimilerende zelfevaluaties leidt, terwijl het nadoen van een fronsende uitdrukking voor een gevoel van afstand zorgt wat contrasterende evaluaties tot gevolg heeft. Vierenzestig vrouwelijke studenten dienden als onderzoeksparticipanten. Er is een significant interactie-effect gevonden. De gezichtsuitdrukkingen (lach of frons) van de modellen (slank of stevig) hebben verschillende zelfevaluaties tot gevolg. Deze resultaten bieden een opstap naar vervolgonderzoek, waar de invloed van mimicry en gevoelsmatige aspecten zoals fluency op de richting van de spontane vergelijking uitvoeriger aan bod kan komen.

## Inleiding

Sociale vergelijkingen maken we allemaal. Er bestaat een natuurlijke drive binnen het menselijk organisme om meningen en vaardigheden te evalueren en te vergelijken met de meningen en vaardigheden van anderen (Festinger, 1954). Sociale vergelijkingen met anderen uit de omgeving beïnvloeden hoe we denken over onszelf (Mussweiler, 2001). Het is belangrijk om sociale vergelijkingen te maken, zodat men weet waar hij staat in verhouding tot anderen. Mensen relateren hun eigenschappen aan die van anderen om accurate zelfevaluaties te maken. Wat precies de richting van de sociale vergelijking bepaalt, en daarmee de uitkomst op de zelfevaluatie van degene die de vergelijking maakt, wordt veel onderzocht. Er wordt al tijden onderzoek gedaan naar de achterliggende processen van sociale vergelijkingen. Volgens de theorie van Festinger (1954) zijn mensen selectief in het maken van sociale vergelijkingen. Men kiest bewust met wie de vergelijking wordt gemaakt. Sociale vergelijkingen worden in deze denkwijze gezien als intentioneel, controleerbaar, waar men zelf invloed op kan uitoefenen, en wat daarom altijd gunstig kan uitpakken voor degene die de vergelijking maakt. De voorspellende processen, die achter deze bewuste manier van vergelijken liggen, zijn vooral op het niveau van meer rationele en cognitieve processen. Deze processen zijn bewust, intentioneel, kosten veel moeite, hebben een langzame verwerking en zijn gebaseerd op het verwerken van beschikbare kennis (Epstein & Pacini, 1999). De processen worden ook wel 'informatie gebaseerde processen' genoemd. Dit zijn cognities die geaard zijn in een netwerk van overtuigingen en expliciete herinneringen. Het is te zien als wat men 'weet' of 'denkt' (Koriat, 2007). Binnen deze processen worden evaluatieve uitspraken gevormd aan de hand van verklarende informatie, zoals eigenschappen van de standaard (Winkielman, Schwarz, Fazendeiro, & Reber, 2003).

Echter, recent onderzoek demonstreert dat sociale vergelijkingen vaak spontaan gebeuren, zelfs als er niet expliciet een standaard gegeven of bewust geselecteerd wordt (Mussweiler, Rüter, & Epstude, 2004; Stapel & Blanton, 2004; Häfner, 2009; Häfner, in press). Blootgesteld worden aan vergelijkingsinformatie lijkt genoeg te zijn om een vergelijkingsproces te stimuleren. Sociale vergelijkingen kunnen spontaan en op minimale niveaus van blootstelling, cognitieve moeite en bewustzijn plaatsvinden (Mussweiler et al., 2004). Spontane sociale vergelijkingen zijn flexibel en

kunnen leiden tot assimilatie of contrast afhankelijk van de context (Mussweiler et al., 2004). Maar als sociale vergelijkingen ook spontaan en niet alleen op basis van cognitieve en intentionele processen plaatsvinden, welke processen liggen hier dan aan ten grondslag en wat bepaalt dan precies de richting van de spontane vergelijking? Het lijkt het onlogisch om bij spontane vergelijkingen enkel naar de bewuste verwerking van informatie te kijken. Wanneer er een spontane vergelijking gemaakt wordt gaat een persoon niet eerst nadenken over de beschikbare informatie, maar reageert men op iets 'anders'. Uit onderzoek is gebleken dat spontaan, impulsief gedrag vaak gegrond is in ervaringen in plaats van in verklarende kennis. Mensen baseren hun evaluaties met anderen niet alleen op basis van wat ze weten over iemand, maar ook op wat zij ervaren wanneer informatie over de persoon verwerkt wordt (Häfner, in press). Deze op ervaring gebaseerde en meer 'gevoelsmatige processen' zijn snel, efficiënt en opereren op minimale niveaus van bewustzijn (Häfner & Schubert, 2009; Häfner, in press). Gevoelsmatige processen zijn meer te zien als wat men 'voelt' of 'ervaart' (Koriat, 2007). De vergelijkende zelfevaluaties worden dus niet alleen door kennis en informatie, maar ook door een subjectief gevoel en intuïties gevormd (Koriat, 2007). Voor spontane sociale vergelijkingen lijkt het er dan ook op dat gevoelsmatige processen goede voorspellers voor de richting van de spontane vergelijking kunnen zijn. Maar aan welk 'gevoel' moet er dan gedacht worden?

Uit verschillende modellen en onderzoeken is een van de belangrijkste indicatoren in het bepalen van de richting van de (spontane) sociale vergelijking (assimilatie of contrast) uitgekomen namelijk de waargenomen psychologische afstand/nabijheid (zie Häfner, 2009; Häfner, in press; Mussweiler, 2001). Standaarden die als psychologisch nabij de zelf worden gezien worden ervaren als meer bereikbaar en meer gelijk aan de zelf. Ze nodigen experientiele globale verwerking uit en overlappen hierdoor meer met de zelf dan verder afstaande standaarden. Het is waarschijnlijk dat deze standaarden in de 'zelf' worden opgenomen, wat leidt tot assimilerende zelfevaluaties aan de standaard. Standaarden die echter gezien worden als psychologisch ver afstaand van de zelf worden gezien als verschillend, nodigen reflectieve en lokale verwerking uit en zijn waarschijnlijk om uitgesloten te worden van de zelf. Als een gevolg leiden ver afstaande standaarden tot zelfevaluatie contrast (Häfner, 2009). Een concept dat als een potentieel gevoelsmatig equivalent voor de meer

cognitieve representatie van psychologische nabijheid of afstand wordt gezien zijn gevoelens van *fluency* (Häfner, 2009; Häfner, in press; Häfner & Schubert, 2009). Fluency is de 'vloeiendheid' waarmee informatie over het doel verwerkt wordt (Winkielman et al., 2003). Het gaat over het gemak en de snelheid waarmee informatie binnen komt. Een hoge fluency is geassocieerd met meer positieve en gunstige evaluaties. Een hoge fluency voelt goed, omdat het een signaal geeft dat een externe stimulus bekend is en dat het daarom onwaarschijnlijk is dat het nadelig voor de zelf is (Reber, Schwarz, & Winkielman, 2004). Häfner (in press) beschreef in zijn onderzoek dat gevoelens van fluency een belangrijke rol spelen in het bepalen van de richting van spontane sociale vergelijkingen, zelfs wanneer er andere op informatie gebaseerde cues aanwezig zijn. Het ervaren van *fluency* kan geïnterpreteerd worden als het gevoel van psychologische nabijheid en leidt hierdoor tot een sterkere opneming van de standaard in de zelf. Het gevoel van fluency geeft immers het gevoel van bekendheid en het op het gemak zijn aan, terwijl het ervaren van *disfluency* gevoelens als onbekendheid en ongemak weergeeft. Hierdoor geven gevoelens van disfluency eerder psychologische afstand te kennen, wat leidt tot uitsluiting van de standaard van de zelf. Fluency ervaringen zijn hierdoor geassocieerd met zelfevaluatieve assimilatie en ervaringen van disfluency met contrastieve zelfevaluaties (Häfner, in press).

Echter, wanneer er naar fluency gekeken wordt moet er een correcte methode gekozen worden om dit te meten. Een goede manier om de effecten van ervaringen van fluency te testen blijkt volgens verschillende onderzoeken goed te kunnen door het meten van spontane gezichtsexpressies (Topolinski, Likowski, Weyers, & Strack, 2009; Winkielman & Cacioppo, 2001). Uit deze onderzoeken is gekomen dat fluency ervaringen geassocieerd zijn met een lach, terwijl ervaringen met disfluency geassocieerd zijn met een frons. Normaal werd in onderzoek de spontane sociale vergelijking en daarmee het gevoel, de fluency, dat men bij een standaard kreeg gemanipuleerd door de gezichtsexpressies van de standaard te manipuleren. In een experiment van Häfner (in press) moesten participanten fronsen of lachen (door middel van het plakken van stickers op de wenkbrauwen of wangen), terwijl zij vergelijkinginformatie (een standaard) te zien kregen. Zij vonden assimilatie naar de (hoge en lage) standaard voor de participanten die lachten naar de

standaard, terwijl participanten die naar de standaard fronsten zelfevaluatieve contrast lieten zien. Verder werd er gevonden dat de conditie waarin spontane gezichtsexpressies verhinderd werden geen verschil in zelfevaluatie bij de verschillende standaarden liet zien. Dit geeft aan dat ervaringen met fluency en disfluency een belangrijke en bemiddelende rol spelen in het bepalen van de richting van de spontane sociale vergelijking.

Vanwege deze gevonden resultaten en de overlap met dit huidige onderzoek wordt hier verder op voortgeborduurd. Hoewel de aangetoonde effecten al goed zijn afgebakend, zijn deze effecten nu enkel onderzocht via directe manipulaties namelijk door de participant een bepaalde gezichtsuitdrukking te laten vormen. Hierdoor zijn de resultaten vooral aangetoond in een experimentele setting. In een normale alledaagse situatie is het niet praktisch om te werken met deze directe manipulaties. Om een betere uitspraak over de effecten van fluency via gezichtsuitdrukkingen te doen is het interessant om te onderzoeken of de effecten ook plaats kunnen vinden in een meer natuurlijke setting waar er geen directe, maar een indirecte manipulatie plaatsvindt. Wanneer bij een indirecte manipulatie dezelfde resultaten gevonden worden kunnen de effecten van gezichtsuitdrukkingen en fluency nog beter naar de 'echte wereld' vertaald worden. Voor een indirecte manipulatie zou niet de participant actief een gezichtsuitdrukking kunnen laten zien, maar zou de standaard een bepaalde gezichtsuitdrukking kunnen laten zien. Er wordt dan verwacht dat de gezichtsuitdrukking van een standaard een effect heeft op de richting van de spontane sociale vergelijking. Het idee hierachter is dat gezichtsuitdrukkingen van een standaard, in tegenstelling tot een gemanipuleerde gezichtsuitdrukking van een participant, eerder in een praktijksetting zouden kunnen plaatsvinden vanwege de natuurlijke processen die erachter zitten. De resultaten zouden wellicht dan ook nog beter in het dagelijks leven toepast kunnen worden. Het is bijvoorbeeld denkbaar dat als een persoon op straat lacht de ontvanger daar met een lach op reageert, wat automatisch leidt tot het vormen van een zelfevaluatie door de spontane vergelijking die plaatsvindt.

Het idee dat achter deze aanname zit komt van de literatuur naar het concept *mimicry*. Uit eerder onderzoek is gebleken dat men gezichtsuitdrukkingen spontaan na doet (Chartrand & Bargh, 1999). Dit spontaan nadoen van andermans gezichtsuitdrukkingen wordt ook wel *mimicry* genoemd.

Men heeft een gezichtsreactie op gezichtsexpressies (Dimberg, 1982). Mimicry vindt plaats in een interactie met een ander persoon, maar ook wanneer men (subliminaal) wordt blootgesteld aan foto's van gezichtsexpressies, bijvoorbeeld een lach of een frons, reageert men snel en spontaan met spierreacties die relevant zijn voor de uiting van overeenstemmende positieve en negatieve emoties (Dimberg, Thunberg, & Elmehed, 2000). Zowel Dimberg (1982) als Sato en Yoshikawa (2007) lieten zien dat participanten meer spieractiviteiten bij de wenkbrauwen (*Corrugator Supercilii*) hadden, namelijk het vormen van een frons, na het zien van een boze emotie en meer activiteit lieten zien bij de wangen (*Zygomaticus Major*), namelijk het vormen van een glimlach, na het zien van een vrolijke emotie. Het nadoen van het gedrag en de expressies van anderen verbindt mensen samen. Mimicry creëert en versterkt harmonieuze interacties en versterkt sociale banden en relaties, zelfs onder vreemden in de meest minimale omstandigheden (Chartrand & Bargh, 1999). Chartrand en Bargh (1999) demonstreerden dat het nadoen van een ander leidt tot meer contact, wat vermoedelijk leidt tot inter-persoonlijke nabijheid, wat tot nog meer mimicry leidt (Lakin, Jefferis, Cheng, & Chartrand, 2003). Ander onderzoek heeft aangetoond dat mimicry ervoor zorgt dat degene die nagedaan worden gevoelens en gedrag naar anderen laten zien die consistent zijn met onderlinge verbondenheid van de zelf met anderen (*interdependent self-construal*), zoals inter-persoonlijke nabijheid. Mimicry vergroot inter-persoonlijke nabijheid naar anderen (Ashton-james, van Baaren, Chartrand, Decety, & Karremans, 2007). Het zien van zichzelf als verbonden en gelijk aan anderen is geassocieerd met assimilatie en integratie van de zelf, terwijl het zien van de zelf als verschillend en gescheiden van anderen leidt tot differentiatie van de zelf van anderen (van Baaren, Maddux, Chartrand, de Bouter, & van Knippenberg, 2003). Er is echter nog geen tot weinig onderzoek naar de invloed van mimicry op de richting van de spontane vergelijking gedaan, terwijl mimicry mogelijk een goede voorspeller is. Door de aangetoonde effecten van gezichtsuitdrukkingen, die ontstaan door gevoelens van fluency, te koppelen aan mimicry worden er verschillende uitkomsten op de zelfevaluatie van participanten na spontane vergelijking met een standaard verwacht.

*Huidig onderzoek*

Het is logisch beredeneerbaar op basis van de bevindingen uit onderzoek naar fluency en mimicry dat het automatisch nadoen van een lachende gezichtsuitdrukking van een standaard er eerder toe leidt dat er een gevoel van nabijheid met de standaard gecreëerd wordt, terwijl het nadoen van een fronsende gezichtsuitdrukking eerder tot een gevoel van afstand leidt. Er wordt verwacht dat bij een lachende standaard de standaard eerder in de zelf wordt opgenomen, omdat een ervaring van een lach bij de standaard en de ontvanger signaal kan staan voor nabijheid, warmte en verbondenheid wat hierdoor psychologische nabijheid creëert. Hierbij zouden de gevoelens van fluency, het gevoel van nabijheid met de standaard, volgens de theorie moeten leiden tot het zien van de standaard als een deel van de zelf, waardoor de standaard in de zelf wordt opgenomen en uiteindelijk leidt tot assimilerende zelfevaluaties met de standaard. Het is echter afhankelijk van de standaard waarmee men zich vergelijkt wat deze assimilatie uiteindelijk betekent voor de zelfevaluatie van de participant. Om dit effect te onderzoeken is er gebruik gemaakt van een hoge en lage standaard. Om het onderscheid tussen de standaarden zo groot mogelijk te maken, maar wel de aantrekkelijkheid gelijk te houden is er gekozen voor een slank en stevig model als vergelijkingsstandaard. Vaak wordt er enigszins tegen modellen opgekeken vanwege hun uiterlijk, waardoor de kans wordt vergroot om effecten te vinden en deze goed met elkaar te kunnen vergelijken. Er worden verschillende effecten bij een slank of stevig model verwacht. Wanneer de persoon op de foto een aantrekkelijk en slank model is, een hoge standaard, en er wordt een spontane vergelijking met het model gemaakt vindt er door de lach die het model toont assimilatie van de zelfevaluatie plaats. Aangezien het afgebeelde model aantrekkelijk en slank is zal de participant als gevolg een hogere zelfevaluatie krijgen (reacties van de participant zouden dan kunnen zijn: "Ik zie er slank uit/ Ik zie er aantrekkelijk uit"). De participant voelt zich goed over zichzelf, men wilt namelijk graag de overeenkomsten met een mooi slank model kunnen zien. Het gevolg is een positieve zelfevaluatie. Om dit effect te kunnen controleren wordt er vergeleken met een even aantrekkelijk maar steviger model, een lage standaard. Als het goed is zal het effect bij dit model wanneer zij lacht het tegenovergestelde effect hebben. Wanneer zij namelijk lacht dan zal dit wederom tot een lach leiden bij de participant aangezien het effect van mimicry hier op

treedt. Ook hier vindt assimilatie plaats aangezien het gevoel van nabijheid met de standaard er is. Echter, in dit geval zal de participant een lagere zelfevaluatie krijgen, omdat het model waaraan men zich assimileert en wiens zelfevaluatie overgenomen wordt steviger is. Dit leidt mogelijk tot een slechter gevoel over de zelf aangezien het gevoel bij de participant gecreëerd wordt dat zij ook stevig is (“Ik ben stevig/ Ik ben onaantrekkelijk”). Het gevolg is onzekerheid omdat men niet graag er stevig uit wilt zien, wat vervolgens kan leiden tot een lagere zelfevaluatie.

Een fronsende negatieve uitdrukking heeft weer het tegenovergestelde effect van een vrolijke positieve gezichtsuitdrukking. Wanneer de standaard fronsend kijkt dan neemt de participant wederom, volgens de werking van mimicry, dit over en gaat zelf ook fronsend kijken. De standaard zou hier eerder van de zelf uitgesloten worden, omdat een ervaring met een frons bij de standaard en de participant meer staat voor afstand en geen verbintenis wat hierdoor psychologische afstand met de standaard creëert in plaats van psychologische nabijheid. Hierbij kunnen de gevoelens van disfluency worden opgeroepen, namelijk het gevoel dat de standaard ver afstaat van de zelf. Dit gevoel van psychologische afstand leidt ertoe dat de standaard wordt uitgesloten van de zelf. Als gevolg leiden ver afstaande standaarden tot zelfevaluatieve contrasten (Häfner, 2009). Wanneer een participant zichzelf dan met een slank model, een hoge standaard, vergelijkt en diens evaluatie gaat contrasteren dan voelt de participant zich juist slecht over zichzelf. Het verschil tussen de zelf en het slanke model wordt benadrukt. Er wordt dan verwacht dat wanneer de participant een slank model ziet dit ertoe leidt dat men zichzelf als minder slank ziet (“Ik voel me niet slank/ Ik voel me niet aantrekkelijk”). Dit heeft als gevolg dat de participant een lagere zelfevaluatie krijgt, omdat de participant wegtrekt van een slank iemand. Bij een stevig model, een lage standaard, werkt dit effect weer andersom. Wanneer er vergeleken wordt met een steviger model en er wordt dan gecontrasteerd dan heeft het juist als werking dat de participant zich beter over zichzelf gaat voelen, omdat de participant vindt dat zij niet op de zender lijkt. Er vindt hier namelijk contrast plaats en aangezien het model steviger is zal de participant vinden dat zij minder stevig is dan het model (“Ik voel me slank/ Ik voel me aantrekkelijk”). Hierbij zal de ontvanger wegtrekken van het stevige model en er verder vanaf gaan



staan waardoor de zelfevaluatie hier hoger zal worden dan bij de lach van het stevige model. De verwachte hypothesen die hierbij naar voren komen zijn:

- Bij een hoge standaard (slank) die lacht vindt er assimilatie plaats. Als gevolg van de assimilatie krijgt de participant een hogere zelfevaluatie dan bij een hoge standaard die fronst.
- Bij een hoge standaard die fronst wordt er gecontrasteerd met als gevolg een lagere zelfevaluatie dan bij een hoge standaard die lacht.
- Bij een lage standaard (stevig) die lacht vindt er assimilatie plaats. Als gevolg van de assimilatie krijgt de participant een lagere zelfevaluatie dan bij een lage standaard die fronst.
- Bij een lage standaard die fronst wordt er gecontrasteerd met als gevolg een hogere zelfevaluatie dan bij een lage standaard die lacht.

## **Methode**

### *Participanten en design*

Vierenzestig vrouwelijke universitaire studenten (gemiddelde leeftijd  $M=20.2$  jaar,  $SD=2.33$ ) vanuit verschillende opleidingen dienden als onderzoeksparticipanten. Participanten werden random toegedeeld aan één van de vier condities in een 2 (model: slank versus stevig) x 2 (gezichtsuitdrukking: vrolijk versus boos) tussen participanten design.

De meeste participanten kozen voor het tijdschrift Flair als het tijdschrift waar het afgebeelde model uit de vragenlijst in zou kunnen staan. Qua opleiding waren er verschillende studies te zien. 43,8% van de participanten studeerde rechten, 15,6% psychologie, 7,8% pedagogische wetenschappen, 6,2% sociologie en de overige 26,6% deden een andere studie. Het merendeel van de deelnemende studenten zat in het eerste studiejaar namelijk 73,4%. De gemiddelde lengte van de participanten was 172 cm en het gemiddelde gewicht was 64 kg. De participanten die meededen aan dit onderzoek hadden meestal hobby's als sporten, muziek/dansen, reizen en winkelen. Participanten lazen zelf met name tijdschriften als de Glamour, Elle en Cosmopolitan. De onderwerpen die het

meest gekozen werden om over te lezen waren vooral gericht op mode, studentenleven en persoonlijke verhalen.

### *Procedure*

Participanten werden benaderd in diverse cafetaria's op de universiteit utrecht en werden gevraagd of zij een korte vragenlijst in papiervorm wilden invullen. Er werd verteld dat het een onderzoek betrof over tijdschriften. Wanneer de participanten akkoord gingen kregen zij vervolgens de vragenlijst die ze moesten invullen (zie Bijlage 1 voor een voorbeeldversie van één van de condities). Op de eerste pagina van het onderzoek stond in een korte toelichting beschreven dat het een onderzoek was naar het creëren van een tijdschrift voor studenten en dat de bedoeling van dit onderzoek was om de doelgroep van tijdschriften te achterhalen. Er is ervoor gekozen om dit als instructietekst te nemen om het werkelijke doel van het onderzoek vaag te houden en hierdoor dus de participant af te leiden van het eigenlijke onderzoek. Verder stond er beschreven dat deelname anoniem was en dat het invullen van de vragenlijst maar een paar minuten zou duren. Ook stond erbij dat de participant niet te lang moest nadenken, dat er geen foute antwoorden bestaan en dat ze het antwoord moesten kiezen die het meest bij hun eigen antwoord in de buurt kwam.

Op de tweede pagina kregen participanten één foto (zie Bijlage 2) uit een van de vier gecreëerde condities te zien. Deze foto's zijn vooraf aan het onderzoek getest door middel van een pre-test. In de pre-test (Bijlage 3) werd er gecontroleerd of het postuur en de gezichtsuitdrukkingen van de modellen in de verschillende condities van elkaar verschilden en of de aantrekkelijkheid bij de modellen gelijk was. In de pre-test werd telkens één van de foto's uit de vier verschillende condities willekeurig aan veertig vrouwelijke participanten van de universiteit utrecht laten zien, waarna zij een aantal vragen over deze foto moesten beantwoorden. Bij het uitvoeren van een univariate anova voor het eerste item "Hoe vrolijk vindt u de vrouw op de foto?" (gemeten op een 7-puntsschaal lopend van 1=*heel erg boos* tot 7=*heel erg vrolijk*) is er een hoofdeffect gevonden voor gezichtsuitdrukking  $F(1,36)=211.28, p<.01, \eta^2=.854$ . Dit zegt dus dat de participanten een onderscheid maken tussen een frons ( $M=2.3, SD=.80$ ) en een lach ( $M=5.95, SD=.83$ ) in de verschillende condities. Er was geen

hoofdeffect, dus geen verschil, voor model (stevig of slank) gevonden. Zowel bij het slanke als bij het stevige model kon de frons en lach in de verschillende condities van elkaar onderscheiden worden. Er is geen interactie-effect gevonden. Bij het uitvoeren van een tweede univariate anova voor het tweede item van de pre-test “Hoe slank vindt u de vrouw op de foto?” (gemeten op een 7-puntsschaal lopend van 1=*heel erg stevig* tot 7=*heel erg slank*) is er een hoofdeffect gevonden voor model  $F(1,36)=24.56$ ,  $p<.01$ ,  $\eta^2=.406$ . Dit zegt dat de participanten een onderscheid maken tussen het slanke ( $M=5.8$ ,  $SD=.95$ ) en het stevige ( $M=4.15$ ,  $SD=1.14$ ) model. Waarbij de participanten het stevige model als steviger zien dan het slanke model. Er is geen hoofdeffect voor de gezichtsuitdrukking gevonden, dus het maakte niet uit of de participanten lachten of fronsten, en er was ook geen interactie-effect. Bij het uitvoeren van een derde univariate anova voor het derde item van de pre-test “Hoe aantrekkelijk vindt u de vrouw op de foto?” (gemeten op een 7-puntsschaal lopend van 1=*heel erg onaantrekkelijk* tot 7=*heel erg aantrekkelijk*) is er een hoofdeffect gevonden voor zowel model  $F(1,36)=8.43$ ,  $p<.01$ ,  $\eta^2=.190$ , als gezichtsuitdrukking  $F(1,36)=5.75$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.138$ . Als er gekeken wordt naar het model vonden participanten het slanke model ( $M=5.25$ ,  $SD=.97$ ) aantrekkelijker dan het stevige model ( $M=4.1$ ,  $SD=1.59$ ). Bij de gezichtsuitdrukking vonden mensen een lach ( $M=5.15$ ,  $SD=1.31$ ) aantrekkelijker dan een frons ( $M=4.2$ ,  $SD=1.4$ ). Er is geen interactie-effect gevonden.

Bij het zien van de foto uit één van de vier condities werd er gevraagd in welk tijdschrift de participant dacht dat de foto in zou kunnen staan. Hierbij kon de participant de tijdschriften van hun keuze selecteren. De tijdschriften waaruit gekozen kon worden waren onder andere Cosmopolitan, Grazia, Elle, Flair, Avantgarde en Psychologie magazine. Deze vraag werd gesteld zodat de participanten een geruime tijd naar de foto zouden kijken.

Op de volgende pagina, na het zien van de foto, werd er gevraagd hoe de participanten zich over zichzelf voelden. Hier werd om een zelfevaluatie en daarmee waarneming van eigen aantrekkelijkheid en lichaamstevredenheid van de participant gevraagd. Dit werd gedaan door te vragen naar hoe aantrekkelijk, zeker en slank ze zich op dit moment voelden (gemeten op een 7-puntsschaal lopend van 1=*heel erg onaantrekkelijk/onzeker/stevig* tot 7=*heel erg aantrekkelijk/zeker/slank*) en hoe hun lichaamstevredenheid (7-puntsschaal lopend van 1=*heel erg ontevreden* tot 7=*heel erg*

*tevreden*) en hun stemming op dit moment was (gemeten op een 7-punt schaal lopend van 1= *heel erg slechtgehumeurd* tot 7= *heel erg goedgehumeurd*). Het idee achter deze opzet, het zien van de foto waarna er om een zelfevaluatie gevraagd werd, was dat participanten zichzelf onbewust met de standaard gaan vergelijken. Er werd op deze wijze onderzocht of de gezichtsuitdrukking die een standaard liet zien een effect had op de zelfevaluatie van de participant. Aangezien uit recente onderzoeken was gebleken dat vergelijkingen vaak spontaan gebeuren (Mussweiler et al., 2004; Stapel & Blanton, 2004) was het denkbaar dat de participanten overgingen in een spontane vergelijking wanneer zij een zelfevaluatie moesten geven na het zien van een standaard. De gecreëerde schaal ‘zelfevaluatie’ (samenvoeging van de items “Hoe aantrekkelijk voelt u zich op dit moment?”, “Hoe zeker bent u op dit moment van uzelf?”, “Hoe tevreden bent u op dit moment met uw lichaam?” en “Hoe slank voelt u zich op dit moment?”) had na verwijdering van het item “Wat is uw stemming op dit moment?” een cronbach’s alpha van .79.

Hierna werden er op de volgende pagina een aantal demografische gegevens aan de participanten gevraagd. Dit waren vragen over leeftijd, studie, studiejaar, lengte en gewicht. Tussen deze vragen zaten ook een aantal vragen die betrekking hadden over de hobby’s van de participant, welke tijdschriften de participant leest en welke onderwerpen de participant leuk zou vinden om over te lezen in een tijdschrift. Deze laatste vragen zijn gesteld om de instructietekst op de eerste pagina te ondersteunen en het onderzoek zich op het onderwerp tijdschriften te laten richten.

Op de laatste pagina werden de participanten bedankt voor hun deelname en werd er de mogelijkheid gegeven om nog vragen over eventuele onduidelijkheden te stellen.

#### *Onafhankelijke en afhankelijke variabele & analyses*

De twee onafhankelijke variabelen waren het model (slank of stevig) en de gezichtsuitdrukking van het model (lach of frons). Voor de onafhankelijke variabele werd er gebruik gemaakt van vier foto’s in vier verschillende condities. De vier condities waren een stevig/boos (foto 1), een stevig/vrolijk (foto 2), een slank/boos (foto 3) of een slank/vrolijk (foto 4) model (zie Bijlage 2). Deze foto’s werden gebruikt als stimuli om te onderzoeken of de gezichtsuitdrukking van het

model een effect had op de afhankelijke variabele na het zien van één van deze foto's. De afhankelijke variabele wordt gemeten als de zelfevaluatie en daarmee dus de waarneming van de eigen aantrekkelijkheid en lichaamstevredenheid van de participanten na het zien van de foto van het model. Dit werd gemeten door de items "Hoe tevreden/zeker/aantrekkelijk ben/voel je je op dit moment"?. Als controle variabele zijn er vragen gesteld naar lengte, gewicht, hobby's, lezen van tijdschriften, onderwerpen van tijdschriften die participant leuk zou vinden om over te lezen en stemming. Ook zijn er naar een aantal demografische gegevens zoals opleiding en studiejaar gevraagd.

Voor de analyses zijn er voor de pre-test drie univariate anova's uitgevoerd. Voor het experiment is er eerst een betrouwbaarheidsanalyse en vervolgens een univariate anova uitgevoerd om het effect van de onafhankelijke variabelen model en gezichtsuitdrukking op de afhankelijke variabele zelfevaluatie te meten.

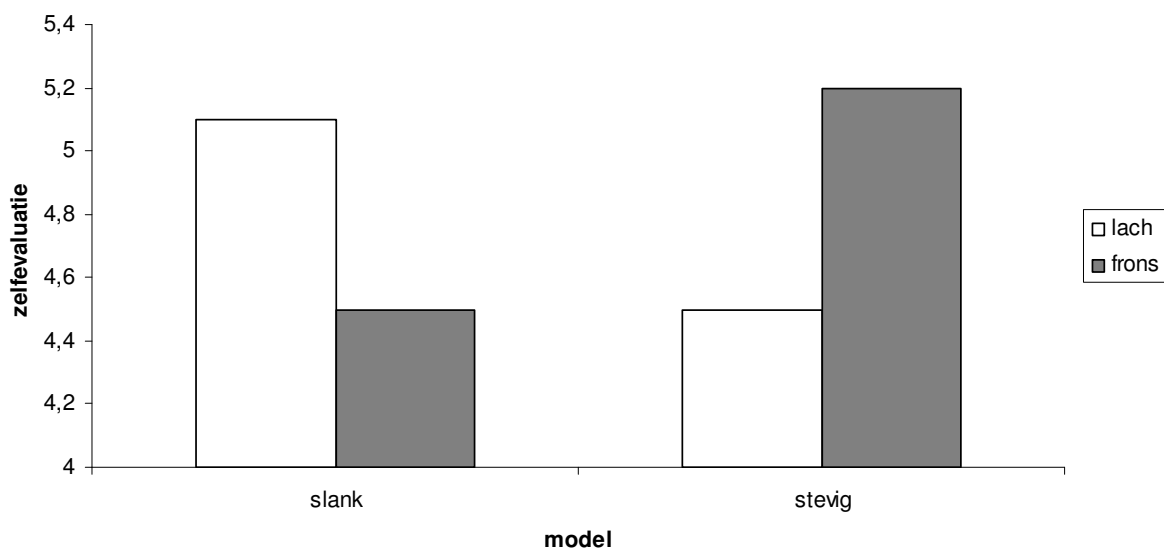
## Resultaten

Er is een univariate anova uitgevoerd met model (stevig versus slank) en gezichtsuitdrukking (boos versus vrolijk) als onafhankelijke variabelen. De afhankelijke variabele is de zelfevaluatie van de participanten. Alle deelnemers ( $N=64$ ) werden meegenomen in deze analyse.

Zoals voorspeld, is er een significant effect voor de interactie tussen model en gezichtsuitdrukking gevonden  $F(1,60)=9,19$ ,  $p < .01$ ,  $\eta^2=.133$ . Dit interactie-effect duidt erop dat de participanten verschillend reageren op een lach of een frons bij een slank of een stevig model. Wanneer de twee variabelen nader met elkaar vergeleken worden is er een significant effect gevonden voor de lage standaard (stevig)  $F(1,60)=4,38$ ,  $p < .05$ ,  $\eta^2=.068$ , evenals dat er een significant effect voor de hoge standaard (slank) wordt gevonden  $F(1,60)=4,81$ ,  $p < .05$ ,  $\eta^2=.074$ . Beide significanties zijn ongeacht of het model frons of lacht. In het geval van het slanke model leidt een lach tot een hogere zelfevaluatie ( $M=5.2$ ,  $SD=.61$ ) en een frons tot een lagere zelfevaluatie ( $M=4.5$ ,  $SD=.93$ ). Bij het stevige model leidt een lach tot een lagere zelfevaluatie ( $M=4.5$ ,  $SD=.77$ ) en een frons tot een hogere zelfevaluatie ( $M=5.1$ ,  $SD=1.08$ ). In Figuur 1 hieronder wordt dit gevonden effect getoond.

Deze bevindingen zijn in lijn met de verwachtingen en dit wijst erop dat de hypothesen aangenomen zouden kunnen worden. Er zijn verder, zoals verwacht, geen hoofdeffekten gevonden.

Concluderend worden de hypothesen door de gevonden resultaten ondersteund. Wanneer het slanke model lacht dan heeft dit een hogere zelfevaluatie bij participanten tot gevolg en wanneer het slanke model frons dan wordt er een lagere zelfevaluatie waargenomen. Daar tegenover, wanneer het stevige model lacht dan heeft men een lagere zelfevaluatie en wanneer het stevige model frons dan heeft men een hogere zelfevaluatie.



Figuur 1. De gemiddelde zelfevaluatie van de participanten na het zien van de verschillende condities met de variabelen model en gezichtsuitdrukking.

## Discussie

Het voornaamste doel van dit onderzoek was om te bekijken of en op welke manier mimicry in combinatie met fluency een effect heeft op de richting van de spontane sociale vergelijking. Er is gevonden dat de gezichtsuitdrukking (lach of frons) van een standaard uitmaakt voor de richting van de spontane sociale vergelijking. Resultaten laten zien dat men gezichtsuitdrukkingen spontaan nadoet, wat leidt tot een gevoel van nabijheid of afstand met de standaard, wat uiteindelijk een assimilerende (bij een lach) of contrasterende (bij een frons) zelfevaluatie tot gevolg heeft. Dit is in overstemming met de literatuur over spontane sociale vergelijkingen, waarin staat dat wanneer men

zich meer psychologisch nabij voelt dit leidt tot assimilatie, terwijl psychologische afstand leidt tot contrast van de zelfevaluatie (Häfner, 2009; Häfner, in press). Er is hiermee sterke ondersteuning gevonden voor de hypothesen die zijn opgesteld namelijk dat de richting van de spontane sociale vergelijking (assimilatie of contrast) afhangt van de standaard waarmee er vergeleken wordt (slank of stevig) en het soort gezichtsuitdrukking dat de standaard laat zien (lach of frons). De opgestelde hypothesen kunnen aan de hand van deze resultaten worden aangenomen.

Dit onderzoek heeft een duidelijk effect gevonden die andere onderzoeken eerder ook gevonden hebben (zie Häfner, in press). Echter is het ditmaal bewezen door een indirecte manipulatie. Een implicatie van dit onderzoek in het theoretische werkveld is dat gezichtsuitdrukkingen niet alleen via directe manipulatie, maar ook via overname van een gezichtsuitdrukking, door middel van mimicry, een effect hebben op de richting van de spontane sociale vergelijking. De gevonden resultaten tonen aan dat mimicry leidt tot een gevoel van fluency met de standaard. Het gevoel van nabijheid of afstand is een belangrijke indicator in het bepalen van de richting van de spontane vergelijking. Vervolgonderzoeken zouden zich nog meer moeten richten op de verschillende situaties en omstandigheden waarin gevoelsmatige aspecten zoals fluency een effect hebben op de richting van de spontane sociale vergelijking. Dit moet gedaan worden omdat uit dit onderzoek en uit recente andere onderzoeken van o.a. Häfner (2009) en Häfner (in press) is gebleken dat het van verschillende aspecten kan afhangen wat de invloed van standaarden zijn. Hierin zou er nog meer gekeken kunnen worden naar de manieren om de richting van de spontane vergelijking en de effecten van gevoelsmatige aspecten te meten aan de hand van indirecte manipulaties zoals mimicry. De gevonden resultaten tonen aan dat het effect van gezichtsexpressies op de zelfevaluatie van de ontvanger ook buiten de experimentele setting kunnen plaatsvinden. Er zouden bijvoorbeeld onderzoeken in natuurlijke settings kunnen worden uitgevoerd met 'levende' standaarden in plaats van het gebruik van een foto. Onderzoek toont aan dat het effect van mimicry niet alleen plaatsvindt wanneer er statische prototypische expressies op foto's worden gegeven, maar ook als er 'live', dynamische gezichten worden laten zien (McIntosh, 2006). Het gegeven dat de richting van de spontane vergelijking ook door gevoelsmatige processen en processen zoals mimicry beïnvloed wordt is relatief nieuw en moet

in vervolgonderzoek nog veel meer onderzocht worden, zodat er een nog vollediger beeld van de effecten ervan ontstaat.

Wat verder met dit onderzoek is aangetoond is dat het veelbesproken (negatieve) effect van slanke ideale mediabeelden op de zelfevaluatie van vrouwen nog eens nader bekeken wordt. Verscheidene onderzoeken tonen aan dat mooi en goed uitziende modellen en andere geïdealiseerde slanke mediabeelden ervoor zorgen dat mensen een slechter zelfbeeld krijgen, wanneer ze in aanraking komen en zichzelf vergelijken met deze beelden (Groesz, Levene & Murnen, 2002; Kim & Lennon, 2007; Martin & Kennedy, 1993; Irving, 1990; Myers & Crowther, 2009). Dit negatieve zelfbeeld zou onder andere komen omdat er gedacht wordt dat slanke modellen ver van de zelf afstaan en dat zij een ideaalbeeld laten zien dat niet realistisch en haalbaar is voor de 'normale' mens. Echter, zoals uit dit onderzoek en uit recente andere onderzoeken zoals dat van Häfner (2009) en Häfner & Schubert (2009) is gebleken kunnen slanke modellen onder bepaalde omstandigheden ook positieve zelfevaluaties tot gevolg hebben. In dit onderzoek leidde het zien van een lachend slank model namelijk tot assimilerende in plaats van contrasterende spontane sociale vergelijkingen met de standaard, omdat een slank model die lacht een gevoel van psychologische nabijheid geeft. Dit is dus in tegenspraak met bevindingen van eerdere onderzoeken die gedaan zijn naar de invloed van vergelijkingen met ideale slanke mediabeelden zoals die van Irving (1990) en Groesz et al. (2002).

Ook voor de praktijk zoals voor reclamecampagnes of tijdschriften kan het nuttig zijn om te weten dat het gebruik van slanke of stevige modellen, afhankelijk van de gezichtsuitdrukking, verschillende effecten teweeg brengen bij hun ontvangers en dat daar dus rekening mee gehouden dient te worden als iemand bijvoorbeeld een product wil aanprijzen. Door allerlei onderzoeken wordt er gedacht dat het gebruik van stevigere modellen beter zou zijn voor de zelfevaluatie, dan het gebruik van slanke modellen (Groesz, et al., 2002; Irving, 1990). Ook in allerlei recente reclames wordt er steeds vaker gebruik gemaakt van 'normalere vrouwen' die in verhouding steviger zijn dan de vaak gebruikte slanke media modellen. De gevonden resultaten zijn een bevestiging van het groeiende recente bewijs dat het zien van mooie slanke modellen dus niet per definitie slecht hoeven te zijn voor iemand zijn zelfevaluatie en dat het gebruik van stevigere modellen niet altijd beter voor de zelf is.



Voor de praktijk is de implicatie dan ook dat het zien van slanke modellen in bijvoorbeeld reclames of tijdschriften ook kan leiden tot een positievere zelfevaluatie in vergelijking met stevigere modellen, mits de standaard die gebruikt wordt als slank wordt gezien en een lach toont in plaats van een frons. Het gebruik van stevigere modellen zou volgens de gevonden resultaten het beste kunnen uitpakken in een situatie waarin het stevige model frons in plaats van lacht.

Dit onderzoek kent enkele kanttekeningen die van invloed geweest kunnen zijn op de resultaten. Ten eerste op het gebied van het verzamelen en de kwaliteit van het gebruikte materiaal. Het was aanmerkelijk moeilijk om soortgelijk materiaal te vinden, aangezien er een slank en stevig model gevonden moest worden die zowel een keer vrolijk als een keer boos keek. Vaak werden de modellen op een van deze twee manieren afgebeeld, waarin het model dus of alleen maar lachend of alleen maar fronsend keek. Wat betreft de kwaliteit was het lastig om soortgelijke foto's te vinden die er hetzelfde uitzagen qua kleur kleding en achtergrond, positie en afbeelding model en gelijke aantrekkelijkheid. De kleuren van de kleding van het model en de achtergrond van de standaard bij de fronsende foto waren vooral bij het slanke model donkerder dan de lachende foto. Dit kan ertoe leiden dat het kleurverschil ook een effect heeft op de perceptie van hoe boos of vrolijk de standaard kijkt, waarbij donker staat voor negatief en boos en licht voor positief, vrolijk en opgewekt. Daarnaast was de positie van het model op de afbeelding verschillend. Bij een aantal van de foto's is het lichaam van het model vanaf het middel afgebeeld (foto 1 en 4), terwijl bij de andere foto's het model vanaf de benen afgebeeld was (foto 2 en 3). Hierbij was bij de foto's waarop het model volledig te zien was wellicht makkelijker te onderscheiden of het model slank of stevig was. Desalniettemin heeft dit volgens de resultaten van de pre-test geen effect gehad, aangezien de participanten duidelijk het postuur tussen de modellen konden onderscheiden. Ook de kleurverschillen hebben niet zo veel effect gehad op de resultaten, aangezien de participanten duidelijk een frons van een lach konden onderscheiden. Desondanks zou het beter zijn voor het onderzoek als al deze genoemde zaken voor elke foto gelijk zouden zijn.

Wat ten tweede een kanttekening in dit onderzoek is zijn de gevonden resultaten uit de pre-test wat betreft de aantrekkelijkheid van het model. Er zijn twee hoofdeffecten gevonden voor

gezichtsuitdrukking en aantrekkelijkheid en model en aantrekkelijkheid. Hieruit is gekomen dat men het slanke model aantrekkelijk vindt dan het stevige model, wat op zich logisch verklaarbaar is door het beeld dat er geschetst wordt in de media dat slanke mensen aantrekkelijker zijn. Het heeft voor dit onderzoek dan ook niet zoveel effect, aangezien het slanke model de hoge standaard is en het hierdoor niet erg is als het model dan als iets aantrekkelijker gezien wordt. Echter, er is ook uit gekomen dat men een lach aantrekkelijker vindt dan een frons. Dit zou van invloed kunnen zijn op de gevonden resultaten, omdat dit zegt dat er een algemene neiging van participanten is om de lachende standaard als aantrekkelijker te zien dan de fronsende standaard terwijl het hetzelfde model betreft. Er zou een gevoel van 'wat vriendelijk is, is goed' kunnen zijn. Dat dezelfde vrouw aantrekkelijker bevonden wordt als ze lacht dan als ze fronst is echter niet de verklarende kracht achter de processen die zelfevaluatie verklaren want er is daar een interactie-effect gevonden, terwijl er in de pre-test alleen hoofdeffecten en geen interactie-effect gevonden is.

Deze kleine subtiele verschillen in het gebruikte materiaal zouden ertoe kunnen leiden dat de participant hierdoor beïnvloed wordt en dat de gevonden effecten mede hieraan te danken zijn. Hier zou dan ook in een vervolg onderzoek rekening mee gehouden moeten worden, namelijk door ervoor te zorgen dat alle gebruikte foto's zo veel mogelijk identiek aan elkaar zijn, op de manipulatie na. In een vervolg onderzoek is het dan ook essentieel dat het gebruikte materiaal te allen tijde exact gelijk is, zodat de gevonden effecten volledig aan de manipulatie te wijten zijn en niet door verschillen in het materiaal.

Concluderend kan gezegd worden dat dit onderzoek meer inzicht geeft over het effect van mimicry op de richting van de spontane sociale vergelijking. De resultaten laten zien dat wanneer een model lacht, dit door assimilatie leidt tot een hogere zelfevaluatie bij een slank model in vergelijking tot een steviger model. Echter, wanneer een model fronst, leidt dit door contrast tot een lagere zelfevaluatie bij een slank model, in vergelijking met een steviger model. Deze effecten worden beïnvloedt door ervaringen van fluency. Deze resultaten bieden een opstap naar vervolgonderzoek, waar de invloed van indirecte manipulaties zoals mimicry en gevoelsmatige aspecten zoals fluency op de richting van de spontane vergelijking aan de hand van eventuele aanpassingen uitvoeriger aan bod kan komen.

### Referenties

- Ashton-James, C., van Baaren, R. B., Chartrand, T. L., Decety, J. & Karremans, J. (2007). Mimicry and me: The impact of mimicry on self-construal. *Social Cognition*, 25 (4), 518-535.
- Chartrand, T. L., & Bargh, J. A. (1999). The chameleon effect: The perception-behavior link and social interaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76, 893–910.
- Dimberg, U. (1982). Facial reactions to facial expressions. *Psychophysiology*, 19, 643–647.
- Dimberg, U., Thunberg, M., & Elmehed, K. (2000) Unconscious facial reactions to emotional facial expressions. *Psychological Science*, 11(1).
- Dittmar, H., & Howard, S. (2004). Thin-ideal internalization and social comparison tendency as moderators of media models' impact on women's body-focused anxiety. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23(6), 768-791.
- Epstein, S., & Pacini, R. (1999). Some basic issues regarding dual-process theories from the perspective of cognitive-experiential self-theory. In S. Chaiken & Y. Trope (Eds.), *Dual process theories in social psychology* (pp. 462–482). New York: Guilford.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117–140.
- Groesz, L. M., Levine, M. P., & Murnen, S. K. (2002). The effect of experimental presentation of thin media images on body satisfaction: A meta-analytic review. *International Journal of Eating Disorders*, 31, 1–16.
- Häfner, M. (in press). Assimilation or contrast? How fluency channels comparison processing. To appear in, R. Greifeneder und C. Unkelbach (Eds.). *The experience of thinking: How Feelings from mental processes influence cognition and behavior*. Psychology Press.
- Häfner, M. (2009). Knowing you, knowing me: Familiarity moderates comparison outcomes to idealized media images. *Social Cognition*, 27(4), 496-508.
- Häfner, M., & Schubert, T. W. (2009). Feel the difference! The influence of ease experiences on the direction of social comparisons. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45, 291-294.

- Irving, L. M. (1990). Mirror images: Effects of the standard of beauty on the self- and body-esteem of women exhibiting varying levels of bulimic symptoms. *Journal of Social and Clinical Psychology, 9*, 230-242.
- Kim, J., & Lennon. S. J. (2007). Mass Media and Self-Esteem, Body Image, and Eating Disorder Tendencies. *Clothing and Textile Research Journal, 25*, 3-23.
- Koriat, A. (2007). Metacognition and consciousness. In P. D. Zelazo, M. Moscovitch, & E. Thompson (Eds.), *The Cambridge handbook of consciousness* (pp. 289-325). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Lakin, J.L., Jefferis, V.E., Cheng, C.M., & Chartrand, T.L. (2003) The chameleon effect as social glue: Evidence for the evolutionary significance of nonconscious mimicry. *Journal of Nonverbal Behavior, 27*(3), 145-162.
- Martin, M. C., & Kennedy, P. F. (1993). Advertising and social comparison: Consequences for female preadolescents and adolescents. *Psychology and Marketing, 10*(6), 513-530.
- McIntosh, D.N. (2006) Spontaneous facial mimicry, liking and emotional contagion. *Polish Psychological Bulletin, 37*(1), 31-42.
- Mussweiler, T. (2001). 'Seek and ye shall find': antecedents of assimilation and contrast in social comparison. *European Journal of Social psychology, 31*, 499-509.
- Mussweiler, T., Rüter, K., & Epstude, K. (2004). The man who wasn't there. Subliminal social standards influence self-evaluation. *Journal of Experimental Social Psychology, 40*, 689-696.
- Myers, T.A., & Crowther, J.H. (2009). Social comparison as a predictor of body dissatisfaction: A meta-analytic review. *Journal of Abnormal Psychology, 118*(4), 683-698.
- Reber, R., Schwarz, N., & Winkielman, P. (2004). Processing fluency and aesthetic pleasure: Is beauty in the perceiver's processing experience? *Personality and Social Psychology Review, 8*, 364-382.
- Sato, W., & Yoshikawa, S. (2007). Spontaneous facial mimicry in response to dynamic facial expressions. *Cognition, 104*, 1-18.

- Stapel, D. A., & Blanton, H. (2004). From seeing to being: Subliminal social comparisons affect implicit and explicit self-evaluations. *Journal of Personality and Social Psychology, 87*, 468-481.
- Topolinski, S., Likowski, K. U., Weyers, P., & Strack, F. (2009). The face of fluency: Semantic coherence automatically elicits a specific pattern of facial muscle reactions. *Cognition and Emotion, 23*, 260-271.
- van Baaren, R.B., Maddux, W.W., Chartrand, T.L., de Bouter, C., van Knippenberg, A. (2003). It takes two to mimic: Behavioral consequences of self-construals. *Journal of Personality and Social Psychology, 84*(5), 1093-1102.
- Winkielman, P., & Cacioppo, J. T. (2001). Mind at ease puts a smile on the face: Psychophysiological evidence that processing facilitation increases positive affect. *Journal of Personality and Social Psychology, 81*, 989-1000.

## Bijlage 1



Universiteit Utrecht



### Onderzoek tijdschriften

Versie 1

Proefpersoonnummer.....

Maart 2011

Universiteit Utrecht

Faculteit Sociale Wetenschappen

Linger, M.

Begeleidend docent: Hafner, M.

### **Toelichting**

Allereerst hartelijk dank dat u wilt meewerken aan dit onderzoek. Deze vragenlijst is gemaakt voor een wetenschappelijk onderzoek vanuit de Universiteit Utrecht in samenwerking met een uitgeverij van tijdschriften. De bedoeling van dit onderzoek is om uit te zoeken wat de doelgroepen van verschillende tijdschriften zijn, zodat er uiteindelijk een tijdschrift voor studenten opgezet kan worden. Hierbij worden er ook een aantal vragen over u persoonlijk gevraagd zoals een beschrijving van uzelf en een aantal algemene gegevens, zodat wij een zo goed mogelijk beeld van onze doelgroep, namelijk studenten, hebben.

Deelname aan dit onderzoek is geheel anoniem. Uw gegevens uit dit onderzoek zullen niet aan derden verstrekt worden. Het invullen van de vragenlijst zal minder dan 10 minuten in beslag nemen. Mocht u iets niet begrijpen, dan kunt u te allen tijde om uitleg vragen.

### **Instructie**

- Denkt u niet te lang na bij het beantwoorden van de vragen, het gaat om een eerste indruk.
- Er bestaan geen foute antwoorden, elk antwoord dat uw indruk weergeeft is goed.
- Wanneer uw exacte antwoord er niet tussenstaat, omcirkel dan het antwoord dat het meest in de buurt komt van uw antwoord.

***U kunt nu beginnen met de vragen op de volgende pagina.***

**Vraag 1: Kijk naar de afgebeelde foto op de rechterpagina en geef aan in welke van onderstaande tijdschriften u denkt dat deze foto zou kunnen staan (Let op: kunnen meerdere antwoordmogelijkheden zijn).**

- Cosmopolitan
- Vogue
- Flair
- Panorama
- Grazia
- AvantGarde
- Beau Monde
- Marie Claire
- Elle
- Psychologie Magazine
- Anders:.....





**Omcirkel het antwoord dat het meest op u van toepassing is. Denk niet te lang over het beantwoorden van de vragen na en vul in wat er het eerst in u op komt.**

**Vraag 2: Hoe aantrekkelijk voelt u zich op dit moment?**

Heel erg onaantrekkelijk								Heel erg aantrekkelijk
1	2	3	4	5	6	7		

**Vraag 3: Hoe zeker bent u op dit moment van uzelf?**

Heel erg onzeker								Heel erg zeker
1	2	3	4	5	6	7		

**Vraag 4: Hoe tevreden bent u op dit moment met uw lichaam?**

Heel erg ontevreden								Heel erg tevreden
1	2	3	4	5	6	7		

**Vraag 5: Hoe slank voelt u zich op dit moment?**

Heel erg stevig								Heel erg slank
1	2	3	4	5	6	7		

**Vraag 6: Wat is uw stemming op dit moment?**

Heel erg slechtghumeurd								Heel erg goedgehumeurd
1	2	3	4	5	6	7		

**Er volgen hieronder een aantal algemene vragen. Vul het juiste antwoord in.**

**Vraag 7: Wat is uw leeftijd?**

..... jaar

**Vraag 8: Welke studie volgt u?**

.....

**Vraag 9: In welk studiejaar zit u?**

.....

**Vraag 10: Wat is ongeveer uw lengte?**

..... cm.

**Vraag 11: Wat is ongeveer uw gewicht?**

..... kg.

**Vraag 12: Wat zijn uw hobby's?**

.....

**Vraag 13: Welk(e) tijdschrift(en) leest uzelf?**

.....

**Vraag 14: Wat zou u een leuk onderwerp vinden om over te lezen in een (studenten) tijdschrift?**

.....

Dit is het einde van de vragenlijst. Hartelijk dank voor uw deelname aan dit onderzoek! Mocht u nog vragen hebben, aarzel dan niet om die te stellen.

**Bijlage 2**

Foto 1



Foto 2



Foto 3



Foto 4



**Bijlage 3****Vraag 1: Hoe vrolijk vindt u de vrouw op de foto?**

Heel erg							Heel erg
boos							Vrolijk
1	2	3	4	5	6	7	

**Vraag 2: Hoe slank vindt u de vrouw op de foto?**

Heel erg							Heel erg
stevig							slank
1	2	3	4	5	6	7	

**Vraag 3: Hoe aantrekkelijk vindt u de vrouw op de foto?**

Heel erg							Heel erg
onaantrekkelijk							aantrekkelijk
1	2	3	4	5	6	7	