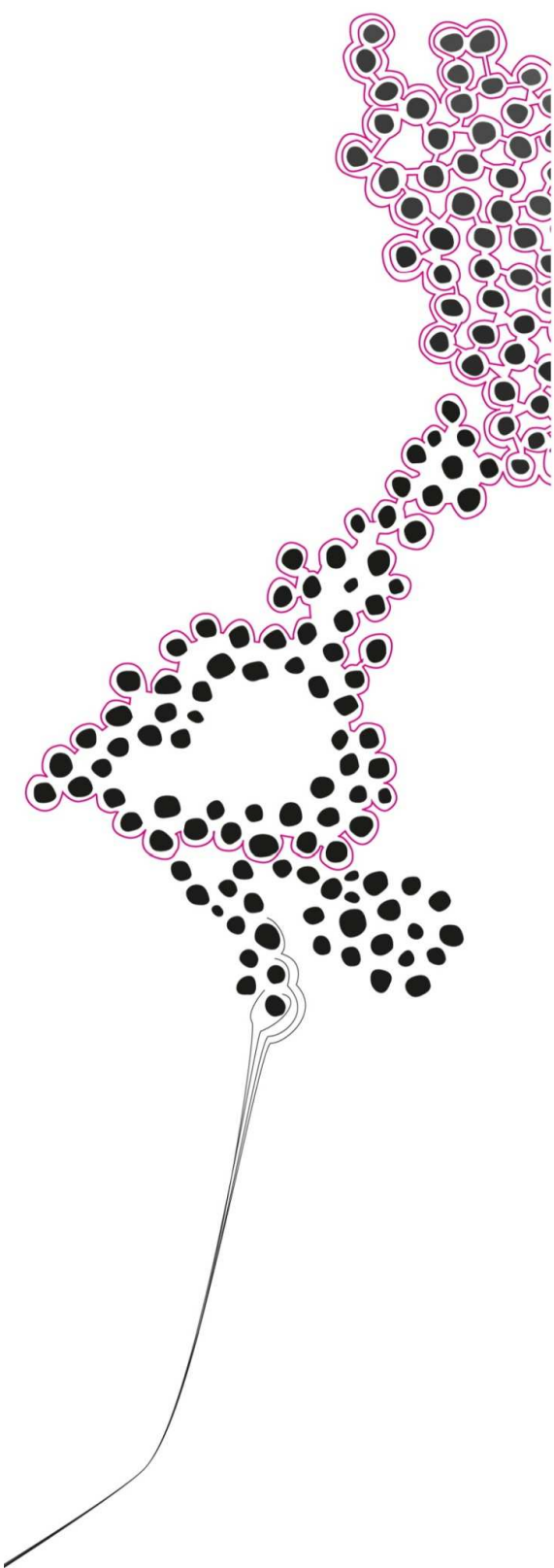




Bachelorthese

Invloed van smartphones op persoonlijkeheidsinschatting

Naam: Kerstin Plath

Studentnummer: 1012053

Studierichting: Psychologie

1^e begeleider: Dr. A. Heuvelman

2^e begeleider: Dr. P. A. M. Kommers

Datum: 10 februari 2013

Inhoudsopgave

Abstract	2
Samenvatting.....	2
1. Inleiding	4
1.1 Aanleiding	4
1.2 Theoretisch kader	6
1.3 Vraagstelling.....	9
2. Methode.....	10
2.1 Respondenten.....	10
2.2 Instrumentarium en procedure.....	11
2.3.1 Foto's.....	12
2.3.2 Vragenlijst	12
2.4 Analyse van de gegevens.....	13
3. Resultaten	15
4. Conclusies	18
5. Discussie.....	18
6. Literatuur	20
7. Bijlage	22

Abstract

It is becoming increasingly difficult to ignore the success of smartphones. In 2012 there were almost 5,5 million smartphoneowners just in the Netherlands. Although there have been a lot of studies examining the influence that possessions, like clothes, have on first impressions, no single study has addressed the influence of smartphones in this domain. In a zero acquaintance context, where there has been no previous encounter with a person, people are able to form an approximate first impression, even through only interpreting cues such as possessions which are used to communicate the identity of its owner. This thesis intends to assess whether a target person holding a smartphone is perceived as more extravert by others than that same person without a smartphone. The study was conducted in the form of a survey, with data being gathered via internet. The sample consisted of 43 students divided into two conditions. Respondents were asked to rate target persons shown on photos on the dimension extraversion. In the control condition, target persons without a smartphone had to be rated. In the experimental condition, the same target persons had to be rated, but now shown with a smartphone in their hand. Unfortunately, this study revealed no significant difference in the judgment of people with a smartphone compared to those without a smartphone. The gender of respondents and target persons also had no effect on the personality estimation.

Samenvatting

Het smartphone-gebruik stijgt voortdurend. Daarom is het belangrijk om te onderzoeken welke invloed dit soort apparaten op mensen heeft. De centrale vraag beoogt daarom *‘of een smartphone de persoonlijkheidsinschatting over een targetpersoon betreffende extraversie beïnvloedt’*. De subvragen kijken naar de richting van de verwachte invloed en naar geslachtsafhankelijke verschillen. Een smartphone wordt vooral voor de communicatie en het onderhouden van sociale relaties gebruikt. Het vermogen makkelijk te communiceren en een sociaal persoon te zijn maakt onder andere deel uit van de persoonlijkheidstrek ‘extraversie’ zoals Costa & McCrae (1992) het beschreven. Omdat uit de literatuur blijkt dat bezittingen vaak als symbool van persoonlijkheid gebruikt worden, gaat dit onderzoek na of smartphones als symbool van extraversie geïnterpreteerd worden. Respondenten werden gevraagd om targetpersonen die op foto’s te zien waren betreffend hun

persoonlijkheidsdimensie 'extraversie' te beoordelen. Deze hadden in een controle conditie geen smartphone in handen en in de experimentele conditie wel. Dit wordt aan de hand van twee versies van een online vragenlijst gedaan. Er werden stellingen uit de Nederlandse 'Big five inventory' (Denissen, Geenen, van Aken, Gosling & Potter, 2008) gebruikt om 'extraversie' te meten. De deelnemers beoordeelden op een 5-punts schaal in welke mate deze stellingen bij de betreffende targetpersoon pasten. De respondenten waren 43 studenten met een gemiddelde leeftijd van 23 jaar. Op het te beoordelen fotomateriaal waren vijf mannen en vijf vrouwen tussen de 23 en 53 jaar afgebeeld. Er is geen overtuigend bewijs gevonden voor een beïnvloeding van de persoonlijkheidsinschatting door smartphones. Omdat er alleen bij drie targetpersonen significante verschillen tussen de condities gevonden werden kan men dus niet concluderen dat smartphones invloed hebben op de persoonlijkheidsinschatting van targetpersonen. Daardoor is er ook geen antwoord op de subvraag te *geven in welke richting de invloed van smartphones op de persoonlijkheidsinschatting gaat*. Vervolgens moest de hypothese verworpen worden, *dat mensen met een smartphone als meer extravert worden geschat dan wanneer deze zonder smartphone te zien zijn*. Verder zijn geen geslachtsafhankelijke verschillen in beoordelingen gevonden.

1. Inleiding

In dit hoofdstuk wordt de aanleiding voor dit onderzoek uitgewerkt. Hierbij wordt ingegaan op de actualiteit van het onderwerp en het wetenschapsveld. Vervolgens wordt een overzicht gegeven van het theoretisch kader dat betrekking heeft op het onderwerp. Uit deze onderdelen wordt dan de vraagstelling afgeleid. Hier wordt ook uitleg gegeven over de relevante begrippen die in dit onderzoek gehanteerd worden.

1.1 Aanleiding

Over de hele wereld stijgt het gebruik van smartphones. Een smartphone is een mobiele telefoon en kan beschouwd worden als een soort computer met functies zoals mobiel internet. Volgens het Nederlandse marktbureau GfK (2011) bezitten alleen al in Nederland meer dan 5,5 miljoen mensen een smartphone. In het dagelijkse leven kan men grote hoeveelheden mensen zien die hun smartphone gebruiken. Maar hoe worden we door dit fenomeen beïnvloed? Er zijn enkele studies uitgevoerd op dit gebied, bijvoorbeeld over de invloed van persoonlijkheid op de keuze van een bepaald smartphone-merk (Profnews, 2010). Gegeven grootschalige verspreiding en frequente confrontatie met smartphones is dit thema ook een interessegebied van de psychologie. Tot op dit moment is echter nauwelijks onderzocht welke invloed smartphones hebben op de manier waarop we andere personen waarnemen.

Volgens een bericht van het Centraal Bureau voor de Statistiek uit oktober 2012 gebruiken mobiele internetters hun smartphone vooral om contacten te onderhouden. Bij twee derde van de smartphone-gebruikers gebeurt dit via sociale netwerken. Communicatie en het onderhoud van sociale contacten zijn dus hoofdbestanddelen van het smartphone-gebruik. Het vermogen makkelijk te communiceren en een sociale persoon te zijn maakt onder andere deel uit van de persoonlijkheidstrek 'extraversie' zoals Costa & McCrae (1992) het beschreven. Zo bleek uit een onderzoek van Lane & Manner (2011) dat extraverte personen waarschijnlijk eerder een smartphone bezitten dan mensen met een andere persoonlijkheid.

Onderzoek naar de invloed van materiële goederen op de eerste indruk van een persoon komt tot een duidelijke conclusie. Materiële goederen vervullen bepaalde psychologische functies en kunnen een enorme symbolische kracht hebben. Bezittingen vervullen een essentiële rol bij ons impressie management. Hiermee presenteren wij ons op een bepaalde manier om de gewenste indruk bij anderen te bereiken. Door de materiële

goederen, die als stimuli fungeren, te decoderen en met bepaalde eigenschappen in verbinding te brengen kan degene tegenover ons een eerste indruk vormen. Bezittingen fungeren als visuele stimuli. Zo hangt de eerste indruk en de waarneming van identiteit sterk af van de materiële context (Dittmar, 2004). De motivatie om een bepaald product te kopen heeft vaak te maken met de symboliek die het naar anderen overdraagt. Consumenten trachten door bepaalde bezittingen dus hun identiteit te creëren en deze aan anderen mede te delen. Ze streven naar een ‘ideal self’ en kopen daarom consumptiemiddelen die suggereren hun gewenste zelfbeeld nader te komen (Beirnaert, 2010).

Een smartphone kan als materieel goed worden beschouwd en heeft daarom vermoedelijk invloed op de indruk die anderen vormen van de bezitter. Gezien het feit dat extraverte personen vaker een smartphone hebben, is de vraag of deze personen ook daadwerkelijk als extravertter waar worden genomen door anderen. Het zou dus heel interessant zijn te onderzoeken of mensen die een smartphone gebruiken door anderen ook als communicatief en sociaal waargenomen worden. Dit zou niet alleen verder inzicht geven in de symboliek van een smartphone, maar kan ook worden toegepast in de praktijk, bijvoorbeeld bij het ontwerpen van reclames. In reclame zou een argument voor een smartphone dan kunnen zijn dat men hiermee door anderen als meer extravert waargenomen wordt. Hierdoor kan het besluit om voor een smartphone te kiezen versterkt worden.

Het doel van dit onderzoek is een bijdrage te leveren aan de kennis over de invloed van smartphones. Hierbij wordt onderzocht in hoeverre de inschatting van persoonlijkheid (met name op de dimensie extraversie) verandert wanneer mensen in het bezit zijn van een smartphone. Verder wordt naar de richting van deze potentiële verandering gekeken. De hypothese dat mensen met een smartphone als extravertter worden geschat dan mensen zonder smartphone is gegrond op de beschreven functie die in verband staat met dit soort apparaten (zoals communicatie en het onderhouden van sociale relaties). Om te achterhalen of producten zoals een smartphone mede de persoonlijkheidsinschatting van mensen bepalen, beoogt dit onderzoek daarom of de eerste visuele indruk betreffende de persoonlijkheidstrekket ‘extraversie’ verschilt als men iemand met of zonder smartphone ziet. Omdat vrouwen over het algemeen beter zijn in het schatten van personen op basis van non-verbale waarnemingen (Ambady, N. Hallahan M. & Rosenthal R., 1995), wordt ook nagegaan of het geslacht van de deelnemers invloed heeft op de persoonlijkheidsinschattingen. Verder wordt ook gekeken of het geslacht van de targetpersoon van invloed is.

1.2 Theoretisch kader

Het persoonlijkheidsmodel van de Big Five is wel het bekendste, meest gebruikte en gevalideerde model binnen de psychologie (McCrae & John, 1992). Volgens dit beschrijvend model bestaan de volgende persoonlijkheidsdimensies: 'Extraversion', 'Agreeableness', 'Conscientiousness', 'Neuroticism', en 'Openness to Experience'. Hiermee kunnen eigenschappen van persoonlijkheid op een abstract niveau beschreven worden en daardoor de vergelijking tussen mensen mogelijk maken.

'Extraversion' geeft de intensiteit en kwantiteit van (socialen) relaties weer. Adjectieven die in verband met 'extraversie' worden gebracht zijn bijvoorbeeld actief, enthousiast, spraakzaam en assertief. Personen met een lage waarde van 'Extraversion' worden als introvert beschouwd en zijn terughoudend, stil en voorzichtig. Woorden zoals bang, instabiel, bezorgd en gevoelig karakteriseren de dimensie 'Neuroticism'. Deze dimensie omschrijft de neiging de realiteit als problematisch, bedreigend en moeilijk waar te nemen. Verder maakt het voelen van negatieve emoties deel uit van deze dimensie. 'Conscientiousness' daartegen houdt aspecten zoals impuls-controle, succes- en opgave georiënteerdheid en grondigheid in. 'Agreeableness' beoogt de kwaliteit van relaties met anderen. Personen die hierop hoog scoren zijn hulpvaardig, goeig en neigen bij een twist de ondergeschikte positie in te nemen. Wie in de dimensie 'Openness to Experience' een hoge score krijgt heeft een grote interesse voor nieuwe ervaringen, belevenissen en indrukken.

Het hierboven beschreven model is al lang geaccepteerd en wordt veelal gebruikt in combinatie met 'impression formation' van persoonlijkheid. In studies op dit gebied werd bijvoorbeeld onderzocht hoe accuraat en hoe snel mensen de persoonlijkheid van anderen beoordelen (Bar, Neta & Linz, 2005). Verschillende theorieën proberen te verklaren hoe deze 'impression formation' verloopt en hoe zo een indruk van een ander mens gevormd wordt. Het begrip 'impression formation' beschrijft het proces waarbij informatie over een persoon geïntegreerd wordt om een coherente impressie te vormen. Anderson's 'information integration theory' zegt dat impressies gebaseerd zijn op de persoonlijke neiging van de waarnemer plus de waargenomen eigenschappen van een targetpersoon (Kassin, Fein, & Markus, 2007). De 'targetpersoon' is hierbij de te beoordelende persoon. Bovendien ontdekte Solomon Asch (1946) het bestaan van 'central traits'. Deze impliceren dat additioneel bepaalde andere 'traits' bestaan. 'Traits' zijn in deze context de eigenschappen die personen van elkaar onderscheiden, zoals: emoties, gedrag en de manier van denken. De 'implicit

personality theory' stelt dat zodra men één eigenschap van een andere persoon kent, men automatisch andere, aanvullende, eigenschappen aan deze persoon toeschrijft. Uit de combinatie van daadwerkelijk bekende en additionele traits vormt men een impressie over een persoon (Kassin et al. 2007).

Vooraf de vraag of deze eerste indruk overeenkomt met de daadwerkelijke karakteristieken van een persoon wordt vaak gesteld. Uit onderzoek bleek al in 1924 dat er een consensus bestaat tussen de persoonlijkheidsinschattingen van personen en de daadwerkelijke trekken als de proefpersonen elkaar goed kenden (Cleeton & Knight 1924). Zelfs bij mensen die elkaar niet kennen konden de onderzoekers consensus vaststellen, maar door welke stimulus waarnemers de trekken 'herkennen' werd niet helemaal duidelijk.

Een speciale conditie voor de vorming van indrukken is de 'zero acquaintance' situatie. In deze situatie kennen de waarnemers de persoon die beoordeeld moet worden niet. Uit onderzoek blijkt dat mensen een eerste indruk zelfs dan accuraat kunnen vormen (Bar, Neta & Linz, 2005). Dit betekent dat, hoewel de waarnemers niet bekend zijn met de stimuluspersoon, ze wel in staat zijn om op basis van een minimum aan informatie een accuraat oordeel te vormen.

In 'impression formation' onderzoek wordt meestal het gedrag van stimuluspersonen aan de waarnemers via video-opnames getoond of geobserveerd. Veel studies gebruiken in deze 'zero acquaintance' context 'thin-slice' onderzoek. Hierbij kunnen expressies en gedrag worden geobserveerd en op basis hiervan wordt een snelle persoonlijkheidsbeoordeling over de targetpersoon gevormd. De waarnemers kunnen dus op een relatief breed spectrum van indrukken terug grijpen en op basis hiervan hun persoonlijkheidsinschatting doen (Carney, Colvin & Hall, 2007). Zowel in de al beschreven studie van Bar et al. (2005) in een 'zero acquaintance' context als in 'thin-slice' onderzoek van Lippa & Dietz (2000) kwamen de inschattingen over persoonlijkheid overeen met de door de targets zelf beschreven persoonlijkheid.

Dat het niet noodzakelijk is om het gedrag van een targetpersoon te observeren om een accurate impressie van persoonlijkheid te vormen lieten Berry et al. (1990) zien. Zij toonden aan dat accurate impressies ook aan de hand van statische foto's gevormd kunnen worden. In een onderzoek van Naumann, Vazire, Rentfrow, & Gosling (2009) werden personen beoordeeld die alleen op een 'full body photograph' te zien waren. Uit de resultaten bleek dat

de deelnemers de persoonlijkheidsdimensie extraversie zelfs op basis van dit materiaal accuraat konden schatten.

Enkele studies onderzochten zelfs welke invloed bepaalde consumptiemiddelen zoals kleding, hebben op de persoonlijkheidsinschatting van waarnemers. Hierbij werd, zoals bij Naumann et al. (2009), gebruik gemaakt van ‘full-body photographs’ in een ‘zero acquaintance’ context. Onderzoek van Beirnaert (2010) liet zien hoe persoonlijkheidsinschattingen van targetpersonen “aan de hand van diens kledij als product en kledij als merk” gevormd worden. Het stimulus materiaal bestond uit foto’s van kledij en het favoriete merk van een targetpersoon. Het materiaal werd los van de bijhorende targetpersoon aan de proefpersonen getoond. Vervolgens moesten de deelnemers beoordelen in welke mate de Big five persoonlijkheidsdimensies de bezitters van de getoonde kledij en de favoriete merken het best zouden beschrijven. Uit de resultaten bleek dat de selfrating van de targetpersonen op een impliciete persoonlijkheidstest redelijk overeenkwamen met de beoordelingen van de deelnemers. Hier werd dus de kledij en de merken vrij accuraat als symbool voor de daadwerkelijke persoonlijkheid geïnterpreteerd.

Net zoals kleding is ook de smartphone een stage begeleider. Over de invloed van smartphones op de persoonlijkheidsinschatting van personen die er zichtbaar een bij zich hebben gaat dit onderzoek.

1.3 Vraagstelling

Uit het vorige onderdeel zijn een centrale onderzoeksvraag, twee subvragen en een hypothese afgeleid.

Centrale vraag:

In dit onderzoek wordt de volgende vraag nagegaan: *Beïnvloedt een smartphone de persoonlijkheidsinschatting over een targetpersoon betreffende 'extraversie'?*

Hypothese:

De hypothese is, dat mensen met een smartphone als meer extravert worden geschat dan wanneer zij zonder smartphone te zien zijn.

Subvraag 1:

Als de smartphone invloed op de persoonlijkheidsinschatting heeft wordt subvraag 1 onderzocht: *In welke richting gaat de invloed van een smartphone op de persoonlijkheidsinschatting over een targetpersoon?*

Subvraag 2:

Zijn verschillen tussen de beoordelingen afhankelijk van het geslacht van de respondent of targetpersoon?

2. Methode

In dit gedeelte worden de kenmerken van de deelnemers beschreven. Verder wordt uitgelegd hoe groot de respondentengroep was, hoe de deelnemers geselecteerd werden en hoe de verdeling ten opzichte van geslacht, opleiding en leeftijd was. Onder 2.2 wordt nauwkeurig op het gebruikte materiaal ingegaan (zie ook bijlagen). Hierop volgt een beschrijving van de procedure en de analyse.

2.1 Respondenten

De respondenten werden via e-mail geworven. Om praktische redenen en om later eenduidig te kunnen concluderen voor welk populatie de groep als representatief mag worden geacht, werd voor studenten als doelgroep gekozen. Hiervoor werden studenten van de Universiteit Twente uitgenodigd om deel te nemen aan het onderzoek. Aan de studenten werd een uitnodiging per e-mail met de betreffende link naar de vragenlijst gestuurd. Omdat er twee versies van vragenlijsten bestaan werd aan de ene helft de link naar versie 1 (targetpersonen zonder smartphone) en aan de andere helft de link naar versie 2 (targetpersonen met smartphone) gestuurd (zie 2.3.2). In totaal hebben 43 studenten aan het onderzoek deelgenomen, waaronder 33 vrouwen en 10 mannen (Tabel 1). In de controle conditie, kregen de respondenten de eerste versie van de vragenlijsten (targetpersonen zonder smartphone) en in de experimentele conditie de versie met smartphone. In de controle conditie zaten 16 vrouwen en 4 mannen en in de experimentele 17 vrouwen en 6 mannen. De gemiddelde leeftijd van de respondenten was 23 jaar. De studierichting van de respondenten was grotendeels psychologie, maar bijvoorbeeld ook communicatie wetenschappen en werktuigbouwkunde.

Tabel 1.

Overzicht respondenten

Versie	Aantal vrouwen	Aantal mannen	Aantal geheel	Ø leeftijd
Versie 1	16	4	20	23
Versie 2	17	6	23	23

2.2 Instrumentarium en procedure

Het materiaal waarmee de respondenten geconfronteerd werden waren twee verschillende versies van een online vragenlijst die foto's van targetpersonen als stimulusmateriaal bevatte. De ene helft van de respondenten (controle conditie) kreeg een vragenlijst met foto's waarop mensen zonder smartphone voor een witte achtergrond stonden. De andere helft kreeg dezelfde vragenlijst, maar met foto's waarop dezelfde personen als in de controle conditie met smartphone (experimentele conditie) te zien waren. In tegenstelling tot het onderzoek van Beirnaert (2010) werd het stimulusmateriaal (smartphone) niet los van de targetpersonen gepresenteerd. Verder werd ook niet onderzocht of de beoordelingen, gemaakt door de respondenten, overeenkwamen met de daadwerkelijke persoonlijkheid van de targetpersonen. De focus lag alleen op de vraag of een smartphone verschil uitmaakt in de persoonlijkheidsinschattingen.

Via een link naar de vragenlijst werden de respondenten eerst naar een begroetingstekst geleid. Hierin stond een korte uitleg over het thema en aanwijzingen die moesten worden opgevolgd. De eerste vragen hadden betrekking op de algemene kenmerken van de respondent, zoals leeftijd, geslacht en opleiding. Vervolgens kregen de deelnemers de aanwijzing de foto's van de targetpersoon achter elkaar en kort maar opmerkzaam te bekijken, om na elke foto vragen over die persoon te beantwoorden. Deze vragen waren bedoeld om met behulp van de 'Big Five Inventory' (BFI) (Denissen et al. 2008) de eerste indruk betreffende de persoonlijkheid ('extraversie') van de targetpersoon te meten (zie 2.3.2). Elke respondent kreeg tien keer een foto en vragen volgens het zelfde schema te zien. Aan het eind werd nog gevraagd of de deelnemers de targetpersonen kenden, om uit te sluiten dat het onderzoeksresultaat hierdoor kon worden vervalst.

Voor een online procedure kiezen heeft vooral praktische aspecten. Zo kan men met een online vragenlijst op makkelijke manier vele respondenten bereiken. Daarnaast zijn er ook voordelen met betrekking op de benodigde tijd. Het zou bijvoorbeeld veel tijdrovender zijn om elke respondent de vragenlijst in papiervorm te laten invullen. Verder wordt de ruwe data in digitale vorm opgeslagen, wat het analyseren met behulp van de computer efficiënter maakt. De enquête werd opgesteld in een open source online programma (www.thesistools.com). De vragenlijsten zijn in de bijlagen te vinden.

2.3.1 Fotomateriaal

Zoals al vermeld gingen de vragenlijsten over foto's. In elk van de twee versies werden tien afbeeldingen van targetpersonen opgenomen. Tijdens de productie van het visuele materiaal kregen deze personen de aanwijzing om met een neutrale gezichtsuitdrukking rechtop voor een witte achtergrond te staan. Hierbij moesten de armen aan de zijkant van het lichaam los naar beneden gehouden worden. Vooral de neutrale gezichtsuitdrukking was heel belangrijk, om een invloed op de beoordeling te voorkomen. Het materiaal was op deze manier geconstrueerd om zo identiek mogelijk te zijn. Hierdoor kunnen gevonden resultaten niet worden toegeschreven aan verschillen tussen de condities. Dit doel werd in het raamwerk van beperkte technische middelen zo goed mogelijk omgezet. In tegenstelling tot de eerste versie, hielden de targetpersonen op de beelden voor de tweede vragenlijstversie een smartphone in hun rechter hand. Het smartphone werd zo gepositioneerd dat het voor de waarnemer duidelijk als zulks te identificeren was. Lijkend op het materiaal van Naumann et al. (2009) werd gebruikgemaakt van een soort 'full-body photograph', waarbij de personen vanaf het hoofd tot dicht onder de knieën afgebeeld zijn. De personen op de foto's verschilden wat betreft hun geslacht, leeftijd, opleiding en hun uiterlijk (inbegrepen kleding). De verhouding tussen de tien mannelijke en vrouwelijke targetpersonen was evenwichtig. In Tabel 2 is het aantal mannelijke en vrouwelijke personen naar geslacht overzichtelijk weergegeven.

Tabel 2.

Overzicht personen op foto's

		Leeftijd van personen op foto's			
Mannen	23	27	30	49	53
Vrouwen	24	28	46	47	51

2.3.2 Vragenlijst

Direct na de begroetingstekst werd erop gewezen dat er nog een andere versie van het onderzoek bestaat en dat het de bedoeling is om alleen aan één van deze versies deel te nemen. Zoals al vermeld, werd in de actuele studie in elke versie gebruik gemaakt van dezelfde vragen. Deze bestonden deels uit algemene vragen over de respondent en deels uit de

Nederlandse versie van de Big Five Inventory (BFI) voor ‘extraversie’ (Denissen et al. 2008). Zoals in het onderzoek van Naumann et al. (2009) werden de instructies aangepast omdat de originele versie voor zelfrating geformuleerd was.

De BFI is een gevalideerde vragenlijst om persoonlijkheidsdimensies volgens het Big-Five-model te meten. Het gebruik van de BFI in deze studie brengt grote voordelen met zich mee. Een eerste argument is de vrije toegang tot dit instrument. Verder is door de korte omvang de motivatie om aan de studie deel te nemen en het attentie niveau bij de respondenten op een hoog niveau. In het geheel moesten de respondenten 10 keer (na iedere foto) 8 vragen beantwoorden plus eenmalig vragen over het geslacht, leeftijd en opleiding. De vragen bestonden uit stellingen die op een 5-puntenschaal beantwoord moesten worden. Hierbij kwam 1 overeen met ‘Helemaal mee oneens’ en 5 met ‘Helemaal mee eens’. Afsluitend werd aan de deelnemers gevraagd of de personen op de foto’s onbekend voor hen waren. Door een korte bedankttekst werd ook de mogelijkheid aangegeven over de uitslag van de studie geïnformeerd te worden. De tijd die nodig was voor het invullen bedroeg ongeveer 10 minuten.

2.4 Analyse van de gegevens

Om de centrale vraag *‘of een smartphone de persoonlijkheidsinschatting over een targetpersoon betreffende extraversie beïnvloedt’* te kunnen beantwoorden is het belangrijk om de gegevens statistisch te onderzoeken. Het online programma thesistools genereerde automatisch twee tabellen met de antwoorden op de 5-punten BFI schaal ‘extraversie’. In een tabel waren deze per respondent en targetpersoon opgevoerd. De verdergaande analyse werd met een SPSS computerprogramma uitgevoerd. Voorafgaand aan de analyse moest een deel van de vragen nog worden omgeschaald. Hierbij ging het om de vragen 2,5 en 6. Zo werd hier het antwoord 5 (‘Helemaal mee eens’) omgeschaald in 1 (‘Helemaal mee oneens’), 4 in 2, 2 in 4 en 1 in 5. Aansluitend werd de waarde voor ‘extraversie’ per respondent en elk targetpersoon berekend. Hiervoor wordt het gemiddelde antwoord op alle acht vragen voor elk targetpersoon apart uitgerekend. Om te toetsen of de gemiddelde waarden in de twee condities van elkaar verschilden, werd gebruik gemaakt van een T-toets voor onafhankelijke groepen. Het significantieniveau werd bij $\alpha = 0.05$ vastgelegd.

Als de smartphone invloed op de persoonlijkheidsinschatting heeft, *in welk richting gaat deze invloed dan?* Om deze subvraag te beantwoorden is het noodzakelijk niet alleen te

vergelijken of er verschil bestaat tussen de beoordeling per conditie, maar ook in welke conditie de personen als meer extravert worden beoordeeld. Aan de hand van een T-toets wordt voorts geanalyseerd of er geslachtsafhankelijke verschillen in de beoordelingen bestaan. Hiervoor werd de dataset eerst in twee groepen opgesplitst. Een groep bevatte de data van alle vrouwelijke deelnemers en de andere van de mannelijke respondenten. Tenslotte werd geanalyseerd in welke mate het geslacht van de targetpersoon invloed had op de beoordeling.

3. Resultaten

Uit de data bleek dat geen van de respondenten bekend was met de targetpersonen. De targetpersonen werden gemiddeld over beide condities met een waarde van 3,24 beoordeeld. Targetpersoon 1 bijvoorbeeld, werd in de controle conditie met $M = 2,88$ ($SD = .63$) en in de experimentele conditie met $M = 2,92$ ($SD = .56$) beoordeeld (Tabel 3). Versie 1 van de vragenlijst (zonder smartphone) werd ingevuld door 20 respondenten en versie 2 (met smartphone) door 23 respondenten.

Tabel 3

Gemiddelde waarden en standaardafwijking per targetpersoon

	Conditie	N	M	SD
targetpersoon1	Zonder smartphone	20	2,88	,63
	Met smartphone	23	2,92	,57
targetpersoon2	Zonder smartphone	20	3,14	,65
	Met smartphone	23	2,95	,53
targetpersoon3	Zonder smartphone	20	3,68	,54
	Met smartphone	23	3,60	,54
targetpersoon4	Zonder smartphone	20	3,10	,55
	Met smartphone	23	2,87	,60
targetpersoon5	Zonder smartphone	20	3,16	,65
	Met smartphone	23	2,70	,49
targetpersoon6	Zonder smartphone	20	3,22	,61
	Met smartphone	23	3,12	,54
targetpersoon7	Zonder smartphone	20	3,24	,62
	Met smartphone	23	3,81	,35
targetpersoon8	Zonder smartphone	20	3,31	,44
	Met smartphone	23	3,47	,71
targetpersoon9	Zonder smartphone	20	3,98	,53
	Met smartphone	23	3,52	,50
targetpersoon10	Zonder smartphone	20	2,96	,55
	Met smartphone	23	3,21	,59

Behalve bij drie van de targetpersonen werd geen significant verschil tussen de twee condities gevonden (Tabel 4). Alleen de beoordelingen van targetpersoon 5, 7 en 9 verschilden per conditie. Het gemiddelde verschil bij persoon 7 bedroeg $M = -0,57$ met $p = .001$ ($t(41) = 3,76$). Bij persoon 7 waren de waarden in de conditie ‘met smartphone’ gemiddeld hoger dan in de conditie ‘zonder smartphone’. Andersom verhoudt het zich in het geval van targetpersoon 5 en 9. Deze hadden in de conditie ‘zonder smartphone’ significant hogere waarden. Targetpersoon 5 had gemiddeld een waarde van $M = 0,46$ ($t(41) = 2,62$) met een significantie van $p = .012$. Voor targetpersoon 9 lag de gemiddelde waarde bij $M = 0,46$ ($t(41) = 2,95$) waarbij de significantie $p = .005$ bedroeg. In het geheel hadden alleen 4 van de 10 targetpersonen gemiddeld hogere waarden in de conditie ‘met smartphone’ dan in de controle conditie. Echter was hiervan alleen een waarde significant hoger (targetpersoon 7).

Tabel 4

Het gemiddelde verschil en significantie per targetpersoon

Targetpersonen	Gemiddelde	Significantie	T
targetpersoon1	-0,05	.789	-0,27
targetpersoon2	0,20	.279	1,10
targetpersoon3	0,08	.643	,47
targetpersoon4	0,23	.197	1,31
targetpersoon5	0,46	.012	2,62
targetpersoon6	0,10	.573	0,57
targetpersoon7	-0,57	.001	-3,76
targetpersoon8	-0,16	.385	-0,88
targetpersoon9	0,46	.005	2,95
targetpersoon10	-0,25	.160	-1,43

Om te achterhalen of het geslacht van de respondenten uitmaakte bij het beoordelen van de targetpersonen werd opnieuw een T-toets uitgevoerd. Hierbij werd het verschil in beoordeling over elk targetpersoon in de twee condities en per geslacht beken. Hierbij werd één significant verschil gevonden ($p = .001$). Vrouwen beoordeelden targetpersoon 3 in de experimentele

conditie als extravert (M= 3,79) dan mannen (M= 3,04). De analyse of het geslacht van de targetpersonen voor de beoordeling uitmaakt liet geen significante verschillen zien (Tabel 5).

Tabel 5

Geslachtsafhankelijk verschil bij targetpersonen

M		T	P
Man	Vrouw		
3,27	3,21	,28	,784

4. Conclusies

De centrale onderzoeksvraag *‘of een smartphone de persoonlijkheidsinschatting over een targetpersoon betreffend extraversie beïnvloedt’* kan op basis van de resultaten negatief worden beantwoord. Omdat er maar bij drie targetpersonen significante verschillen gevonden werden kan men dus niet concluderen dat smartphones invloed hebben op de persoonlijkheidsinschatting van targetpersonen. Anders geformuleerd veranderen smartphones niet de eerste indruk betreffende *‘extraversie’* die mensen van hun bezitters hebben. Daardoor is er ook geen antwoord op de subvraag *te geven in welke richting de invloed van smartphones op de persoonlijkheidsinschatting gaat*. Verder is het antwoord op subvraag 2 dat er geen *‘verschillen tussen de beoordelingen zijn, afhankelijk van het geslacht van de respondent’*. Verder maakt het geslacht van de targetpersoon ook geen verschil in beoordeling uit. Mannen en vrouwen beoordelen de targetpersonen over de twee condities, met één uitzondering, niet verschillend. Slechts in de conditie *‘met smartphone’* werd targetpersoon 3 van vrouwen significant als extroverter beoordeeld. Vervolgens moet hierdoor ook de hypothese verworpen worden, *dat mensen met een smartphone als meer extravert worden geschat dan wanneer deze zonder smartphone te zien zijn*.

5. Discussie

Uit de resultaten van dit onderzoek blijkt, dat smartphones geen significante invloed hebben op de eerste indruk van targetpersonen. Hoewel smartphones voornamelijk ter communicatie en voor het onderhouden van sociale relaties dienen (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2012), schatten mensen smartphonegebruikers niet als meer extravert in dan mensen zonder smartphone. Dittmar (2004) stelde dat bezittingen als symbolen worden gebruikt om persoonlijkheid te creëren en deze aan anderen te communiceren. In het actuele onderzoek is naar voren gekomen dat een smartphone niet als symbool van *‘extraversie’* geïnterpreteerd wordt. Het maakte voor de persoonlijkheidsinschatting niet uit of een targetpersoon een smartphone in zijn bezit had.

Van de tien vergeleken targetpersonen werden maar drie van de respondenten significant verschillend beoordeeld. Bovendien ging dit verschil in twee divergente richtingen. Een mogelijke verklaring kan door het gebruikte materiaal worden gegeven. Dit bestond uit 10 foto's in elk van de twee condities. In de controleconditie waren de targetpersonen zonder een smartphone te zien en in de experimentele conditie hadden de

targetpersonen een smartphone in de hand. Tijdens het maken van de foto's kregen de targetpersonen de instructie om een neutrale gezichtsuitdrukking en een bepaalde houding aan te nemen. Het was de bedoeling, dat de foto's zo identiek mogelijk waren en alleen qua smartphone verschilden. Door de beperkte technische mogelijkheden is deze doelstelling niet helemaal realiseerbaar gebleken. Het onderscheid in gezichtsuitdrukking is een mogelijke oorzaak voor significante verschillen in de beoordeling van bepaalde targetpersonen. Hoewel vrouwen volgens de literatuur beter worden geacht om persoonlijkheidstrekken te detecteren (Ambady et al. 1995), bleek in het actueel onderzoek geen significant verschil tussen vrouwen en mannen te bestaan. Het maakte voor de beoordeling van de targetpersonen niet uit welk geslacht de respondenten hadden. Verder is het geslacht van de targetpersoon ook niet relevant voor de persoonlijkheidsschatting.

Een bijkomende beperking is het aantal respondenten. In totaal hebben 43 personen deelgenomen aan het onderzoek. Verder werd het onderzoek alleen onder studenten uitgevoerd. Gegeven het lage aantal respondenten en de beperkte doelgroep zal een generalisatie slechts begrensd mogelijk zijn. Om deze beperkingen te minimaliseren, zou vervolg onderzoek moeten plaatsvinden waarbij voor een bredere doelgroep en meer respondenten wordt gekozen. Voor de praktijk, zoals bij reclame-uitingen, heeft het actuele onderzoek helaas geen implicaties. Doordat een smartphone blijkbaar geen symbool van extraversie is zou onderzocht kunnen worden of dit wel bij de andere persoonlijkheidsdimensies het geval is. Verder zou een vervolg onderzoek daarna kunnen kijken of andere apparaten misschien wél een symboolwerking betreffend persoonlijkheidsdimensies hebben.

6. Literatuur

- Ambady, N. Hallahan M., Rosenthal R. (1995). On Judging and Being Judged Accurately in Zero-Acquaintance Situations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1995, 69(3), 518-529.
- Bar M., Neta M., Linz H. (2005). *Very First Impressions*. Verkregen op 10, November, 2012 van <<http://www.communicationcache.com/uploads/1/0/8/8/10887248/very_first_impressions.pdf>>.
- Beirnaert, A. (2010). *Persoonlijkheid en consumptie. Hoe men persoonlijkheidsdimensies van de Big Five inschat op basis van kledij: een onderscheid in product- versus merkkeuze?*. Verkregen op 08, november, 2012 van <<http://lib.ugent.be/fulltxt/RUG01/001/790/057/RUG01-001790057_2012_0001_AC.pdf>>.
- Berry, D. S. (1990). Taking people at face value: Evidence for the kernel of truth hypothesis. *Social Cognition*, 8(4), 343-361.
- Carney, D.R., Colvin, C.R., Hall, J.A. (2007). A thin slice perspective on the accuracy of first impressions. *Journal of Research in Personality*, 2007 (41), 1054-1072.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2012). *Verdere groei mobiel internetgebruik*. Verkregen op 11, november, 2012 van <<<http://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/45D7ACAF-A2D5-43C4-A893-436B5C5A9AAF/0/pb12n060.pdf>>>.
- Cleeton, G. C., & Knight, F. B. (1924). Validity of Character Judgments Based on External Criteria. *Journal Of Applied Psychology*, 8(2), 215-231.
- Costa, P. T., McCrae, R. R. (1992). *Revised NEO Personality Inventory (NEO P-R) and NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI): Professional manual*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
- Denissen, J. J. A., Geenen, R., van Aken, M. A. G., Gosling, S. D., Potter, J. (2008). Development and Validation of a Dutch Translation of the Big Five Inventory (BFI), *Journal of Personality Assessment*, 2009 (90:2), 152 – 157.
- Dittmar, H. (2004). Are you what you have? *The Psychologist*, 17(4), 206-210.
- Kassin, S., Fein, S., Markus, H. R. (2007). *Social psychology*. New York: Houghton Mifflin Company.

- Kloosterman, L. (2011). *5,5 miljoen smartphone bezitters in Nederland*. Verkregen op 12, november, 2012 van <<<http://www.telecomnieuws.com/2011/12/22/55-miljoen-smartphone-bezitters-in-nederland>>>.
- Lane, W. & Manner, C. (2011) . The Impact of Personality Traits on Smartphone Ownership and Use. *International Journal of Business and Social Science*, 2011 (2:17), 22-28.
- Lippa, R.,Dietz, J. K. (2000). The relation of gender, personality, and intelligence to judges' accuracy in judging strangers' personality from brief video segments. *Journal of Nonverbal Behavior*, 2000 (24), 25–43.
- Naumann, L. P., Vazire, S., Rentfrow, P. J., Gosling, S. D. (2009). Personality Judgments Based on Physical Appearance. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2009 (35), 1661-1671.
- Profnews (2010). *Persoonlijkheid bepaalt keuze smartphone*. Verkregen op 08, november, 2012 van <<<http://www.profnews.nl/930226/persoonlijkheid-bepaalt-keuze-smartphone>>>.

7. Bijlage

1. Vragenlijst versie 1 (zonder smartphone)

Goede dag.
Bij dit onderzoek gaat het om de persoonlijkheidsinschatting van personen op basis van visueel stimuli. Je krijgt telkens een foto te zien en moet vervolgens aangeven in welke maat je met achteraf getoonde stellingen overeenstemt. De stellingen zijn bedoeld om eruit te vinden in welk maat deze persoon extravert is. Geef telkens aan in welke maat op de schaal van "helemaal oneens" tot "Helemaal eens" de stelling jouw mening na op de betreffende persoon van toepassing is.
Deelnemers van het onderzoek "Persoonlijkheidsinschatting op basis van fotos" mogen niet aan dit onderzoek deelnemen en worden gevraagd om hier te stoppen.

Start

www.thesistools.com

Algemene vragen

1.

Geslacht*

- ☐ Man
☐ Vrouw

 PDFmyURL.com

2.

Leeftijd*

3.

Studierichting

Verder

www.thesistools.com

Bekijk kort de foto en geef vervolgens spontaan de maat van jouw overeenstemming met de stellingen aan.

 PDFmyURL.com



PDFmyURL.com

4.

Ik denk dat de persoon...

	helemaal mee oneens	oneens	noch mee eens, noch mee oneens	mee eens	Helemaal mee eens
Spraakzaam is	☐	☐	☐	☐	☐
Doorgaans stil is	☐	☐	☐	☐	☐
Veel enthousiasme opwekt	☐	☐	☐	☐	☐
Hartelijk, een gezelschapsmens is	☐	☐	☐	☐	☐
Terughoudend is	☐	☐	☐	☐	☐
Soms verlegen, geremd is	☐	☐	☐	☐	☐
Vol energie is	☐	☐	☐	☐	☐
Voor zichzelf opkomt	☐	☐	☐	☐	☐

Volgend foto

www.thesistools.com

Bekijk kort de foto en geef vervolgens spontaan de maat van jouw overeenstemming met de stellingen aan.

PDFmyURL.com



PDFmyURL.com

5.

Ik denk dat de persoon...

	helemaal mee oneens	oneens	noch mee eens, noch mee oneens	mee eens	Helemaal mee eens
Spraakzaam is	☐	☐	☐	☐	☐
Doorgaans stil is	☐	☐	☐	☐	☐
Veel enthousiasme opwekt	☐	☐	☐	☐	☐
Hartelijk, een gezelschapsmens is	☐	☐	☐	☐	☐
Terughoudend is	☐	☐	☐	☐	☐
Soms verlegen, geremd is	☐	☐	☐	☐	☐
Vol energie is	☐	☐	☐	☐	☐
Voor zichzelf opkomt	☐	☐	☐	☐	☐

Volgend foto

www.thestools.com

Bekijk kort de foto en geef vervolgens spontaan de maat van jouw overeenstemming met de stellingen aan.

PDFmyURL.com



6.

Ik denk dat de persoon...

	helemaal mee oneens	oneens	noch mee eens, noch mee oneens	mee eens	Helemaal mee eens
Spraakzaam is	☐	☐	☐	☐	☐
Doorgaans stil is	☐	☐	☐	☐	☐
Veel enthousiasme opwekt	☐	☐	☐	☐	☐
Hartelijk, een gezelschapsmens is	☐	☐	☐	☐	☐
Terughoudend is	☐	☐	☐	☐	☐
Soms verlegen, geremd is	☐	☐	☐	☐	☐
Vol energie is	☐	☐	☐	☐	☐
Voor zichzelf opkomt	☐	☐	☐	☐	☐

Volgend foto

Bekijk kort de foto en geef vervolgens spontaan de maat van jouw overeenstemming met de stellingen aan.



PDFmyURL.com

7.

Ik denk dat de persoon...

	helemaal mee oneens	oneens	noch mee eens, noch mee oneens	mee eens	Helemaal mee eens
Spraakzaam is	☐	☐	☐	☐	☐
Doorgaans stil is	☐	☐	☐	☐	☐
Veel enthousiasme opwekt	☐	☐	☐	☐	☐
Hartelijk, een gezelschapsmens is	☐	☐	☐	☐	☐
Terughoudend is	☐	☐	☐	☐	☐
Soms verlegen, geremd is	☐	☐	☐	☐	☐
Vol energie is	☐	☐	☐	☐	☐
Voor zichzelf opkomt	☐	☐	☐	☐	☐

Volgend foto

www.thesistools.com

Bekijk kort de foto en geef vervolgens spontaan de maat van jouw overeenstemming met de stellingen aan.

PDFmyURL.com



8.

Ik denk dat de persoon...

	helemaal mee oneens	oneens	noch mee eens, noch mee oneens	mee eens	Helemaal mee eens
Spraakzaam is	☐	☐	☐	☐	☐
Doorgaans stil is	☐	☐	☐	☐	☐
Veel enthousiasme opwekt	☐	☐	☐	☐	☐
Hartelijk, een gezelschapsmens is	☐	☐	☐	☐	☐
Terughoudend is	☐	☐	☐	☐	☐
Soms verlegen, geremd is	☐	☐	☐	☐	☐
Vol energie is	☐	☐	☐	☐	☐
Voor zichzelf opkomt	☐	☐	☐	☐	☐

Volgend foto

Bekijk kort de foto en geef vervolgens spontaan de maat van jouw overeenstemming met de stellingen aan.



PDFmyURL.com

9.

Ik denk dat de persoon...

	helemaal mee oneens	oneens	noch mee eens, noch mee oneens	mee eens	Helemaal mee eens
Spraakzaam is	☐	☐	☐	☐	☐
Doorgaans stil is	☐	☐	☐	☐	☐
Veel enthousiasme opwekt	☐	☐	☐	☐	☐
Hartelijk, een gezelschapsmens is	☐	☐	☐	☐	☐
Terughoudend is	☐	☐	☐	☐	☐
Soms verlegen, geremd is	☐	☐	☐	☐	☐
Vol energie is	☐	☐	☐	☐	☐
Voor zichzelf opkomt	☐	☐	☐	☐	☐

Volgend foto

www.thesistools.com

Bekijk kort de foto en geef vervolgens spontaan de maat van jouw overeenstemming met de stellingen aan.

PDFmyURL.com



PDFmyURL.com

10.

Ik denk dat de persoon...

	helemaal mee oneens	oneens	noch mee eens, noch mee oneens	me e e n s	Helemaal mee eens
Spraakzaam is	☐	☐	☐	☐	☐
Doorgaans stil is	☐	☐	☐	☐	☐
Veel enthousiasme opwekt	☐	☐	☐	☐	☐
Hartelijk, een gezelschapsmens is	☐	☐	☐	☐	☐
Terughoudend is	☐	☐	☐	☐	☐
Soms verlegen, geremd is	☐	☐	☐	☐	☐
Vol energie is	☐	☐	☐	☐	☐
Voor zichzelf opkomt	☐	☐	☐	☐	☐

Volgend foto

www.thesistools.com

Bekijk kort de foto en geef vervolgens spontaan de maat van jouw overeenstemming met de stellingen aan.

PDFmyURL.com



PDFmyURL.com

11.

Ik denk dat de persoon...

	helemaal mee oneens	oneens	noch mee eens, noch mee oneens	mee eens	Helemaal mee eens
Spraakzaam is	☐	☐	☐	☐	☐
Doorgaans stil is	☐	☐	☐	☐	☐
Veel enthousiasme opwekt	☐	☐	☐	☐	☐
Hartelijk, een gezelschapsmens is	☐	☐	☐	☐	☐
Terughoudend is	☐	☐	☐	☐	☐
Soms verlegen, geremd is	☐	☐	☐	☐	☐
Vol energie is	☐	☐	☐	☐	☐
Voor zichzelf opkomt	☐	☐	☐	☐	☐

Volgend foto

www.thesistools.com

Bekijk kort de foto en geef vervolgens spontaan de maat van jouw overeenstemming met de stellingen aan.

PDFmyURL.com



PDFmyURL.com

12.

Ik denk dat de persoon...

	helemaal mee oneens	oneens	noch mee eens, noch mee oneens	mee eens	Helemaal mee eens
Spraakzaam is	☐	☐	☐	☐	☐
Doorgaans stil is	☐	☐	☐	☐	☐
Veel enthousiasme opwekt	☐	☐	☐	☐	☐
Hartelijk, een gezelschapsmens is	☐	☐	☐	☐	☐
Terughoudend is	☐	☐	☐	☐	☐
Soms verlegen, geremd is	☐	☐	☐	☐	☐
Vol energie is	☐	☐	☐	☐	☐
Voor zichzelf opkomt	☐	☐	☐	☐	☐

Volgend foto

www.thesistools.com

Bekijk kort de foto en geef vervolgens spontaan de maat van jouw overeenstemming met de stellingen aan.

PDFmyURL.com



PDFmyURL.com

13.

Ik denk dat de persoon...

	helemaal mee oneens	me oneens	noch mee eens, noch mee oneens	me mee eens	Helemaal mee eens
Spraakzaam is	☐	☐	☐	☐	☐
Doorgaans stil is	☐	☐	☐	☐	☐
Veel enthousiasme opwekt	☐	☐	☐	☐	☐
Hartelijk, een gezelschapsmens is	☐	☐	☐	☐	☐
Terughoudend is	☐	☐	☐	☐	☐
Soms verlegen, geremd is	☐	☐	☐	☐	☐
Vol energie is	☐	☐	☐	☐	☐
Voor zichzelf opkomt	☐	☐	☐	☐	☐

14.

Ik ben NIET bekend met de personen op de fotos *

- ☒ Juist
☐ Niet juist

Verstuur

www.thesistools.com

PDFmyURL.com

2. Vragenlijst versie 2 (met smartphone)

Goede dag.

Bij dit onderzoek gaat het om de persoonlijkheidsinschatting van personen op basis van visueel stimuli. Je krijgt telkens een foto te zien en moet vervolgens aangeven in welke maat je met achteraf getoonde stellingen overeenstemt. De stellingen zijn bedoeld om eruit te vinden in welk maat deze persoon extravert is.

Geef telkens aan in welke maat op de schaal van "helemaal oneens" tot "Helemaal eens" de stelling jouw mening na op de betreffende persoon van toepassing is.

Deelnemers van het onderzoek "Persoonlijheidsinschatting op basis van visueel stimuli" mogen niet aan dit onderzoek deelnemen en worden gevraagd om hier te stoppen.

Start

www.thesistools.com

Algemene vragen

1.

Geslacht*

☐ Man

☐ Vrouw

 PDFmyURL.com

2.

Leeftijd*

3.

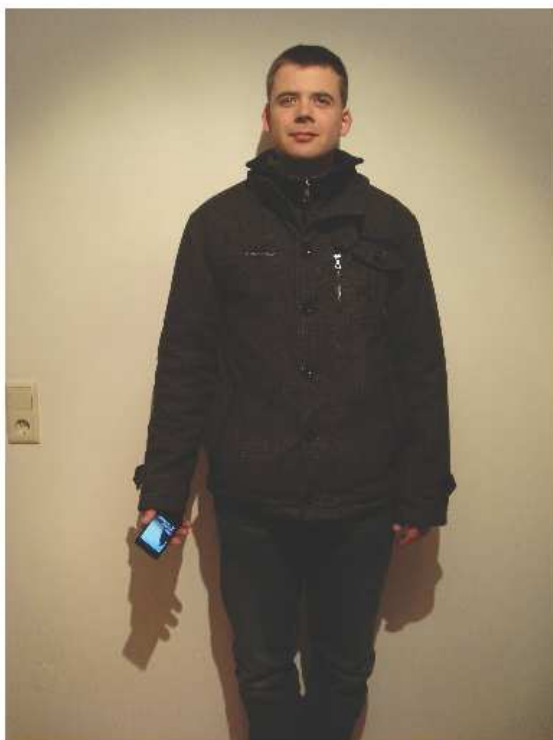
Studierichting

Verder

www.thesistools.com

Bekijk kort de foto en geef vervolgens spontaan de maat van jouw overeenstemming met de stellingen aan.

 PDFmyURL.com



PDFmyURL.com

4.

Ik denk dat de persoon...

	helemaal mee oneens	oneens	noch mee eens, noch mee oneens	mee eens	Helemaal mee eens
Spraakzaam is	☐	☐	☐	☐	☐
Doorgaans stil is	☐	☐	☐	☐	☐
Veel enthousiasme opwekt	☐	☐	☐	☐	☐
Hartelijk, een gezelschapsmens is	☐	☐	☐	☐	☐
Terughoudend is	☐	☐	☐	☐	☐
Soms verlegen, geremd is	☐	☐	☐	☐	☐
Vol energie is	☐	☐	☐	☐	☐
Voor zichzelf opkomt	☐	☐	☐	☐	☐

Volgend foto

www.thesistools.com

Bekijk kort de foto en geef vervolgens spontaan de maat van jouw overeenstemming met de stellingen aan.

PDFmyURL.com



PDFmyURL.com

5.

Ik denk dat de persoon...

	helemaal mee oneens	oneens	noch mee eens, noch mee oneens	mee eens	Helemaal mee eens
Spraakzaam is	☐	☐	☐	☐	☐
Doorgaans stil is	☐	☐	☐	☐	☐
Veel enthousiasme opwekt	☐	☐	☐	☐	☐
Hartelijk, een gezelschapsmens is	☐	☐	☐	☐	☐
Terughoudend is	☐	☐	☐	☐	☐
Soms verlegen, geremd is	☐	☐	☐	☐	☐
Vol energie is	☐	☐	☐	☐	☐
Voor zichzelf opkomt	☐	☐	☐	☐	☐

Volgend foto

www.thesistools.com

Bekijk kort de foto en geef vervolgens spontaan de maat van jouw overeenstemming met de stellingen aan.

PDFmyURL.com



PDFmyURL.com

6.

Ik denk dat de persoon...

	helemaal mee oneens	oneens	noch mee eens, noch mee oneens	mee eens	Helemaal mee eens
Spraakzaam is	☐	☐	☐	☐	☐
Doorgaans stil is	☐	☐	☐	☐	☐
Veel enthousiasme opwekt	☐	☐	☐	☐	☐
Hartelijk, een gezelschapsmens is	☐	☐	☐	☐	☐
Terughoudend is	☐	☐	☐	☐	☐
Soms verlegen, geremd is	☐	☐	☐	☐	☐
Vol energie is	☐	☐	☐	☐	☐
Voor zichzelf opkomt	☐	☐	☐	☐	☐

Volgend foto

www.thesistools.com

Bekijk kort de foto en geef vervolgens spontaan de maat van jouw overeenstemming met de stellingen aan.

PDFmyURL.com



PDFmyURL.com

7.

Ik denk dat de persoon...

	helemaal mee oneens	oneens	noch mee eens, noch mee oneens	mee eens	Helemaal mee eens
Spraakzaam is	☐	☐	☐	☐	☐
Doorgaans stil is	☐	☐	☐	☐	☐
Veel enthousiasme opwekt	☐	☐	☐	☐	☐
Hartelijk, een gezelschapsmens is	☐	☐	☐	☐	☐
Terughoudend is	☐	☐	☐	☐	☐
Soms verlegen, geremd is	☐	☐	☐	☐	☐
Vol energie is	☐	☐	☐	☐	☐
Voor zichzelf opkomt	☐	☐	☐	☐	☐

Volgend foto

www.thesistools.com

Bekijk kort de foto en geef vervolgens spontaan de maat van jouw overeenstemming met de stellingen aan.

PDFmyURL.com



8.

Ik denk dat de persoon...

	helemaal mee oneens	oneens	noch mee eens, noch mee oneens	mee eens	Helemaal mee eens
Spraakzaam is	☐	☐	☐	☐	☐
Doorgaans stil is	☐	☐	☐	☐	☐
Veel enthousiasme opwekt	☐	☐	☐	☐	☐
Hartelijk, een gezelschapsmens is	☐	☐	☐	☐	☐
Terughoudend is	☐	☐	☐	☐	☐
Soms verlegen, geremd is	☐	☐	☐	☐	☐
Vol energie is	☐	☐	☐	☐	☐
Voor zichzelf opkomt	☐	☐	☐	☐	☐

Volgend foto

Bekijk kort de foto en geef vervolgens spontaan de maat van jouw overeenstemming met de stellingen aan.



PDFmyURL.com

9.

Ik denk dat de persoon...

	helemaal mee oneens	oneens	noch mee eens, noch mee oneens	mee eens	Helemaal mee eens
Spraakzaam is	☐	☐	☐	☐	☐
Doorgaans stil is	☐	☐	☐	☐	☐
Veel enthousiasme opwekt	☐	☐	☐	☐	☐
Hartelijk, een gezelschapsmens is	☐	☐	☐	☐	☐
Terughoudend is	☐	☐	☐	☐	☐
Soms verlegen, geremd is	☐	☐	☐	☐	☐
Vol energie is	☐	☐	☐	☐	☐
Voor zichzelf opkomt	☐	☐	☐	☐	☐

Volgend foto

www.thesistools.com

Bekijk kort de foto en geef vervolgens spontaan de maat van jouw overeenstemming met de stellingen aan.

PDFmyURL.com



PDFmyURL.com

10.

Ik denk dat de persoon...

	helemaal mee oneens	oneens	noch mee eens, noch mee oneens	mee eens	Helemaal mee eens
Spraakzaam is	☐	☐	☐	☐	☐
Doorgaans stil is	☐	☐	☐	☐	☐
Veel enthousiasme opwekt	☐	☐	☐	☐	☐
Hartelijk, een gezelschapsmens is	☐	☐	☐	☐	☐
Terughoudend is	☐	☐	☐	☐	☐
Soms verlegen, geremd is	☐	☐	☐	☐	☐
Vol energie is	☐	☐	☐	☐	☐
Voor zichzelf opkomt	☐	☐	☐	☐	☐

Volgend foto

www.thesisools.com

Bekijk kort de foto en geef vervolgens spontaan de maat van jouw overeenstemming met de stellingen aan.

PDFmyURL.com



PDFmyURL.com

11.

Ik denk dat de persoon...

	helemaal mee oneens	oneens	noch mee eens, noch mee oneens	mee eens	Helemaal mee eens
Spraakzaam is	☐	☐	☐	☐	☐
Doorgaans stil is	☐	☐	☐	☐	☐
Veel enthousiasme opwekt	☐	☐	☐	☐	☐
Hartelijk, een gezelschapsmens is	☐	☐	☐	☐	☐
Terughoudend is	☐	☐	☐	☐	☐
Soms verlegen, geremd is	☐	☐	☐	☐	☐
Vol energie is	☐	☐	☐	☐	☐
Voor zichzelf opkomt	☐	☐	☐	☐	☐

Volgend foto

www.thesistools.com

Bekijk kort de foto en geef vervolgens spontaan de maat van jouw overeenstemming met de stellingen aan.

PDFmyURL.com



12.

Ik denk dat de persoon...

	helemaal mee oneens	oneens	noch mee eens, noch mee oneens	mee eens	Helemaal mee eens
Spraakzaam is	☐	☐	☐	☐	☐
Doorgaans stil is	☐	☐	☐	☐	☐
Veel enthousiasme opwekt	☐	☐	☐	☐	☐
Hartelijk, een gezelschapsmens is	☐	☐	☐	☐	☐
Terughoudend is	☐	☐	☐	☐	☐
Soms verlegen, geremd is	☐	☐	☐	☐	☐
Vol energie is	☐	☐	☐	☐	☐
Voor zichzelf opkomt	☐	☐	☐	☐	☐

Volgend foto

Bekijk kort de foto en geef vervolgens spontaan de maat van jouw overeenstemming met de stellingen aan.



PDFmyURL.com

13.

Ik denk dat de persoon...

	helemaal mee oneens	oneens	noch mee eens, noch mee oneens	mee eens	Helemaal mee eens
Spraakzaam is	☐	☐	☐	☐	☐
Doorgaans stil is	☐	☐	☐	☐	☐
Veel enthousiasme opwekt	☐	☐	☐	☐	☐
Hartelijk, een gezelschapsmens is	☐	☐	☐	☐	☐
Terughoudend is	☐	☐	☐	☐	☐
Soms verlegen, geremd is	☐	☐	☐	☐	☐
Vol energie is	☐	☐	☐	☐	☐
Voor zichzelf opkomt	☐	☐	☐	☐	☐

14.

Ik ben NIET bekend met de personen op de fotos*

☒ Juist
☐ Niet juist

Verstuur

www.thesistools.com

PDFmyURL.com