

Bachelorthese

Invloed van Social Presence op het Taalgebruik van de Leugenaar

Thuy Nguyen

s1131222

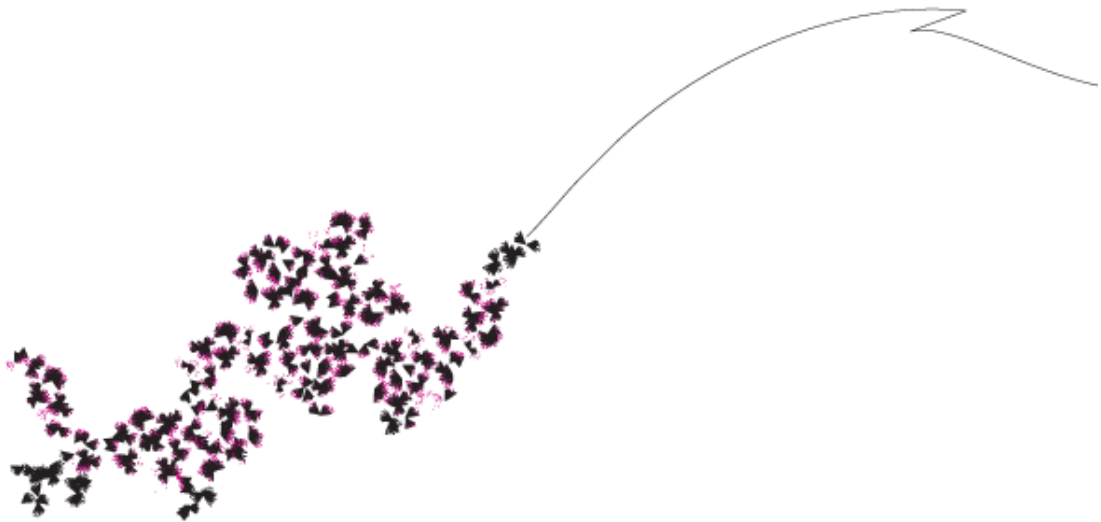
Universiteit Twente

Faculteit Gedragwetenschappen

Psychologie van Conflict, Risico & Veiligheid

1^e Begeleider Dr. Ir. Peter W. de Vries

2^e Begeleider Dr. Jan M. Gutteling



UNIVERSITEIT TWENTE.

Inhoudsopgave

Inleiding.....	3
Theoretisch Kader.....	4
Methode.....	8
Participanten en Design	
Inrichting	
Procedure	
Instrumenten	
Resultaten.....	11
Manipulatie check	
Discussie en Conclusie	12
Referentielijst.....	17
Appendix.....	21

Inleiding

In 2001 in Duitsland, Darmstadt heeft docente Heidi K. haar collega Horst A. ten laste gelegd haar te hebben verkracht. Haar getuigenis zorgde ervoor dat hij in 2002 onschuldig naar de gevangenis moest om de straf van 5 jaar volledig uit te zitten. Nadat hij werd vrijgelaten, kreeg hij geen baan meer als docent en moest van overheidssubsidie leven. Later werd er een nieuw proces gestart, waaruit bleek dat de getuigenis van Heidi K. niet waar was. Tegenstrijdige uitspraken van haar brachten de leugen aan het licht. Voordat Horst A. in 2011 door de Duitse rechters uiteindelijk werd vrijgesproken, was hij helaas al aan hartfalen overleden.

Deze valse getuigenverklaring is geen uitzonderlijk geval. In de krant Die Zeit (2011) werd vermeld dat rechter Ralf Eschelbach, van het Hooggerechtshof in Karlsruhe, in zijn onderzoek van mei 2011 het percentage onterechte veroordelingen op een kwart schat. Liegen gebeurt in het dagelijks leven. Volgens DePaulo en Kashy (1998) vertellen mensen gemiddeld een tot twee leugens per dag. Er zijn verschillende redenen waarom mensen liegen, bijvoorbeeld om psychologisch winst te behalen. Ze willen geraffineerd overkomen, zichzelf voor afkeuring van anderen beschermen of pijn vermijden (DePaulo, Lindsay, Malone, Muhlenbruck, Charlton & Cooper, 2003). In de meeste gevallen worden leugens niet ontdekt, wat op zich niet erg is, wanneer ze geen ernstige consequenties hebben. Soms kunnen leugens in kritische situaties, zoals het voorbeeld hier laat zien, ernstige gevolgen hebben, vooral wanneer ze te laat of helemaal niet aan het licht komen. Het is dus van belang voor justitie om leugens te herkennen om deze te kunnen voorkomen.

Recente onderzoeken laten zien dat aan het taalgebruik van mensen te zien is of ze liegen of niet. In dit onderzoek wordt onderzocht hoe dit fenomeen tot stand komt. Het wordt verondersteld dat het te maken heeft met impression management. Mensen hechten namelijk veel waarde aan om door anderen in een positief licht te worden gezien. Liegen wordt echter geassocieerd met het niet aanhouden van morele normen en wordt als sociaal ongewenst geacht. De angst om door anderen door het liegen afgekeurd te worden, zou een mogelijke verklaring kunnen bieden waarom leugenaars hun taalgebruik veranderen. In consumentenonderzoeken is al gebleken dat mensen impression management vertonen, wanneer anderen aanwezig zijn. In dit onderzoek zal worden gekeken of dit ook voor liegen geldt.

Onderzoeksvraag:

In hoeverre heeft Social Presence invloed op het taalgebruik van een leugenaar?

Theoretisch Kader

Liegen

Liegen wordt in de literatuur gelijk gesteld met deceptie. Deceptie wordt gedefinieerd als het opzettelijk niet de waarheid spreken met het doel om iemand te misleiden (DePaulo et al., 2003; Van Dale, 2013, Zuckermann, DePaulo & Rosenthal, 1981). DePaulo et al. (2003) benadrukken verder dat liegen bewust moet gebeuren. Volgens hen is er pas sprake van deceptie wanneer iemand een andere persoon met opzet misleidt en niet door diens onwetendheid.

Het detecteren van deceptie is lastig. Het is moeilijk in te schatten of iemand wel of niet heeft gelogen. Uit een aantal onderzoeken kwam naar voren dat het menselijk beoordelingsvermogen om leugens te herkennen vrij slecht is. Slechts in 50 procent van de gevallen kunnen mensen leugens van de waarheid onderscheiden (Stel, Van Dijk & Oliver, 2009; Vrij & Mann, 2004). Deze kans is net zo groot als wanneer iemand het antwoord zou gokken. Verder kwam door onderzoek naar voren dat leugenaars en mensen die de waarheid vertellen in hun non-verbale en verbale uitingen verschillen (Zuckerman, DePaulo & Rosenthal, 1981; DePaulo et al., 2003; Granhag & Strömwall, 2002). Liegen heeft dus zowel een invloed op het verbale als non-verbale gedrag van de leugenaar.

Ten eerste zijn er betrouwbare non-verbale gedragingen die bij leugenaars vaker geuit worden dan bij mensen die de waarheid vertellen (Zuckerman, DePaulo & Rosenthal, 1981; DePaulo et al., 2003; Granhag & Strömwall, 2002). Leugenaars bewegen hun armen, handen en voeten minder dan mensen die de waarheid vertellen (Sporer & Schwandt, 2002; Vrij, 2000) en gebruiken hierbij ook minder gebaren (DePaulo et al., 2003). Verder is uit het onderzoek van Granhag en Strömwall (2002) gebleken dat ze minder glimlachen, vaker pauzeren tijdens het praten en minder oogcontact houden met diegene tegen wie ze liegen.

Ten tweede zijn er nog een aantal verbale gedragingen die vaker bij leugenaars optreden. Volgens Granhag en Strömwall (2000; 2006) en DePaulo et al. (2003) zijn de verhalen van leugenaars eenvoudiger en minder gedetailleerd, maar bevatten meer beschrijvingen van cognitieve activiteiten. Het eerst gaan ze dus vertellen wat ze hebben gedaan en vervolgens gaan ze erop in waarom ze het deden.

Liegen en taalgebruik

Recente onderzoeken tonen aan dat leugenaars en mensen die de waarheid vertellen niet alleen verschillen in wat ze zeggen, maar ook in de manier hoe ze iets zeggen (Pennebaker, Mehl & Niederhoffer, 2003; Newman et al. , 2003; Hancock, Curry & Goorha, 2007). Niet alleen de inhoud van hun verhaal, maar ook hun woordgebruik kan duidelijk maken of ze liegen of de waarheid spreken.

Leugenaars gebruiken volgens DePaulo et al. (2003) en Newman et al. (2003) meer emotioneel negatief geladen woorden in hun uitspraken. Deze woorden weerspiegelen op een directe manier hun gevoelstoestand. Het wordt namelijk verondersteld dat mensen tijdens het liegen een aantal negatieve gevoelens ervaren zoals angst, schaamte en schuld en deze in hun uitspraken tot uiting komen (DePaulo et al., 2003; Ekman, 2001). Deze gevoelens ontstaan omdat liegen zowel als sociaal ongewenst wordt gezien als geassocieerd wordt met het niet aanhouden van morele normen.

Ook het gebruik van zelfreferenties, voornamelijk de eerste persoon enkelvoud (ik, mij) kan met liegen geassocieerd worden. Verschillende onderzoeken hebben aan kunnen tonen dat leugenaars minder naar zichzelf refereren dan mensen die de waarheid spreken (Hancock et al., 2007; Newman et al., 2003; Pennebaker et al., 2003). Er zijn verschillende theorieën erover opgesteld, die proberen te verklaren waarom leugenaars hun woordgebruik veranderen. Een mogelijke verklaring is dat ze een positief zelfbeeld willen creëren of in stand willen houden (Barrett, Williams & Fong, 2002; Knapp, Hart & Dennis, 1974; Pennebaker, 2011). Om dit mogelijk te maken en hun zelfbeeld te kunnen beschermen, hebben ze de neiging om zich van hun verhaal te distantiëren en de verantwoordelijkheid voor hun gedrag te vermijden. Het reduceren van het gebruik van zelfreferenties kan dus als copingsmechanisme worden gezien. Ze willen van de leugen afstand nemen omdat deze niet hun echte houding en ervaring aangeeft. Volgens Josephs, Bosson en Jacobs (2003) gebeurt het in stand houden van een positief zelfbeeld automatisch. Pennebaker (2011) zegt dat mensen gelukkiger zijn wanneer ze een positief zelfbeeld hebben. Andere onderzoeken hebben laten zien dat mensen met een positief zelfbeeld gelukkiger, gezonder, positiever en succesvoller waren dan mensen met een negatief zelfbeeld (Kassin & Markus, 2011).

Impression Management & Social Presence

Een alternatieve verklaring zou kunnen zijn, dat het gaat om zelfpresentatie naar anderen toe. Mensen hechten niet alleen waarde aan een positief zelfbeeld, maar ook aan een positief beeld dat anderen van hen hebben (Bandura, 1977; Reis, 1981). Uit veel verschillende onderzoeken is gebleken dat de aanwezigheid van anderen een invloed op het gedrag van mensen heeft. Wanneer mensen bewust de aanwezigheid van anderen waarnemen, vertonen ze eerder gedrag dat sociaal gewenst is en volgens bepaalde normen overkomen, omdat ze de behoefte hebben om een positief beeld van zichzelf aan anderen te presenteren (Baumeister, 1982; Leary & Kowalski, 1990). Het proces waarbij mensen proberen het beeld dat anderen van hen hebben te beïnvloeden, wordt als impression management of zelfpresentatie gedefinieerd (Ebert & Piewinger, 2007; Schlenker, 2003). Het heeft het doel om een bepaalde indruk van onszelf bij anderen te creëren (Leary & Kowalski, 1990).

Argo, Dahl en Manchanda (2005) hebben bijvoorbeeld in hun consumentenonderzoeken laten zien dat de aanwezigheid van anderen tot het vertonen van

impression management kan leiden. In hun onderzoek lieten ze participanten in een winkel boodschappen doen. De participanten kochten vaker duurdere producten, wanneer andere mensen aanwezig waren, dan wanneer ze alleen in de winkel stonden. Deze resultaten suggereren dat de aanwezigheid van anderen ertoe leidt dat mensen hun gedrag veranderen om een positief beeld van hun aan anderen te kunnen presenteren. Ze waren keurig in hun keuze voor een goed merk om te laten zien dat ze een goede smaak hebben en op kwaliteit letten.

In dit onderzoek zal worden onderzocht of dit fenomeen ook voor liegen geldt. Heeft de aanwezigheid van anderen ook een invloed op het effect van liegen op taalgebruik? Wanneer mensen liegen en geobserveerd worden, zijn ze bang om betrapt en vervolgens negatief door anderen beoordeeld en geëvalueerd te worden. Mensen willen niet als leugenaars worden gezien. Het wordt verondersteld dat het effect van liegen op taalgebruik veel sterker zou moeten optreden wanneer iemand anders aanwezig is of diens aanwezigheid gesuggereerd wordt.

Uit het onderzoek van Schlenker, Forsyth, Leary en Miller (1980) bleek namelijk dat impression management ook geactiveerd kan worden wanneer anderen niet fysiek aanwezig waren. Gesuggereerde aanwezigheid van anderen, vooral het inbeelden of geloven geobserveerd te worden, was voldoende om een gedragsverandering bij mensen teweeg te brengen. 'Het gevoel dat iemand anders aanwezig is' wordt als social presence gedefinieerd (Biocca, Harms & Burgoon, 2003; Fulk, Schmitz & Power, 1987). In dit onderzoek zal om die reden social presence met een camera gecreëerd worden. Het wordt verondersteld dat door de aanwezigheid van de camera, participanten het gevoel krijgen geobserveerd te worden en eerder de neiging hebben om impression management te vertonen. Door minder zelfreferenties te gaan gebruiken, zouden ze hun positief zelfbeeld aan anderen kunnen presenteren.

Rol van Self-Monitoring bij Impression Management

Ook de mate van self-monitoring (SM) speelt een rol bij impression management. Eerdere bevindingen laten zien dat mensen die hoog op self-monitoring scoren, gevoeliger zijn voor de indruk die ze op anderen maken en eerder geneigd zijn om hun gedrag en attitude aan de sociale situaties aan te passen om goedgekeurd te worden (Snyder & Gangestad, 1986). Verschillende onderzoeken hebben laten zien dat mensen die hoog op SM scoren meer impression management vertonen (Fandt & Ferris, 1990; Turnley & Bolino, 2001). Ze lieten meer sociaal gewenst gedrag zien om goedkeuring van anderen te krijgen.

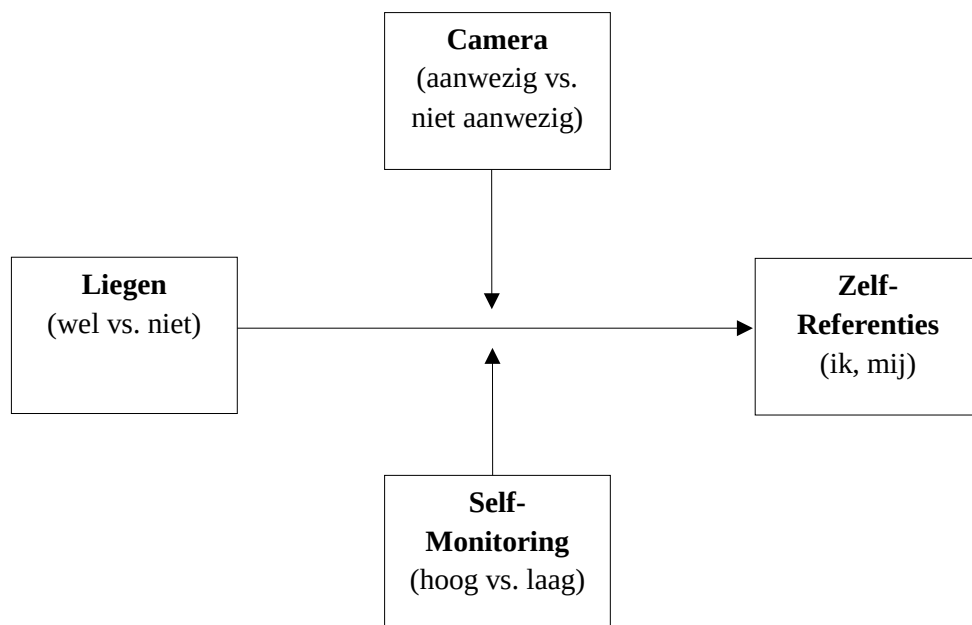
In dit onderzoek wordt dus verondersteld dat het effect van liegen op taalgebruik sterker zou zijn wanneer mensen hoog op SM scoren dan wanneer ze laag scoren. De aanwezigheid van de camera zou ervoor zorgen dat ze een positief beeld naar anderen willen presenteren en zich van hun leugen willen distantiëren en minder zelfreferenties gebruiken.

Uit het theoretische kader volgen de volgende hypothesen:

Hypothesen

- H1:** Leugenaars gebruiken minder zelfreferenties dan mensen die de waarheid spreken.
- H2:** Wanneer de camera aanwezig is, is het effect van liegen op het percentage zelfreferenties sterker dan wanneer geen camera aanwezig is.
- H3:** Wanneer SM hoog is, zal het effect van liegen op het percentage zelfreferenties sterker zijn dan wanneer SM laag is.

Conceptueel Model



Figuur 1. Schematische weergave van het onderzoeksdesign waarbij de invloeden van de mate self-monitoring en de aanwezigheid van de camera op het effect van liegen onderzocht worden.

Methode

Participanten en Design

Aan dit onderzoek hebben 96 studenten van de Universiteit Twente deelgenomen, waarvan de gegevens van 94 studenten voor de analyse konden worden gebruikt. Twee participanten hadden de instructies niet goed begrepen en typten twee teksten over verschillende onderwerpen, met als gevolg dat deze niet met elkaar konden worden vergeleken. Uiteindelijk zijn 34 (43%) vrouwen en 60 (64%) mannen geïnccludeerd tussen de leeftijd van 18 en 29 jaar ($M = 21.93$, $SD = 2.58$). Van de participanten waren 65 (69%) Nederlands, 28 (30%) Duits en een (1%) had een andere nationaliteit. Vijf participanten (5%) waren voor, 75 (80%) tegen het afschaffen van Zwarte Piet en 14 (15%) wilden Zwarte Piet een andere rol geven. De participanten zijn geworven uit de kennissenkring van de onderzoeker. De studie werd goedgekeurd door de ethische commissie van de faculteit Gedragswetenschappen van de Universiteit Twente.

In dit onderzoek werd er gebruik gemaakt van één 2 (Liegen: wel vs. niet) x 2 (Camera: aanwezig vs. niet aanwezig) x 2 (Self-Monitoring: hoog vs. laag) mixed factorial design met Liegen als binnenproefpersonen factor en Camera en Self-Monitoring als tussenproefpersonen factoren. De onafhankelijke variabelen waren Liegen, Camera en Self-Monitoring. De afhankelijke variabele was het percentage, dat mensen gebruikten wanneer ze wel of niet logen.

Inrichting

Het experiment vond in het onderzoekslab van de Universiteit Twente plaats. De twee kamers, waarvan gebruik werd gemaakt, waren ongeveer 5m² groot en bevatten slechts een bureau, een stoel en een computer met toetsenbord en twee computerbeeldschermen (Appendix C, D en E). In de ene kamer was er een camera naast het computerbeeldscherm geplaatst, die op het gezicht van de participant werd gericht en in de andere kamer niet. De camera's die standaard in de kamers hingen, werden voorafgaand aan het experiment weggehaald.

Procedure

Voorafgaand aan het experiment werden participanten persoonlijk of via sociale media individueel benaderd om aan een onderzoek deel te nemen, waarin het detecteren van liegen of de waarheid spreken werd onderzocht. Het experiment zou niet meer dan een half uur duren. Nadat de participanten het onderzoekslab binnen kwamen, werden ze random naar de experimentele kamer (camera aanwezig) of de controle kamer (camera niet aanwezig) gebracht, waar ze achter een computerbeeldscherm gingen zitten. In beide condities kregen de deelnemers voor het begin van het experiment een verklaringsformulier dat ze moesten

ondertekenen. Afhankelijk van hun conditie ontvingen de participanten verschillende toestemmingsverklaringen en instructies door de onderzoeker (Appendix A en B).

Alle participanten kregen van de onderzoeker de instructie om de aanwijzingen op het computerbeeldscherm te volgen. Verder werden ze erover geïnformeerd dat ze tijdens het experiment twee teksten moeten typen en op een gegeven moment worden gevraagd om te liegen. Het doel van het onderzoek was om te kijken of het mogelijk was te achterhalen of mensen liegen of de waarheid spreken. Nadat de participanten door de geïnformeerd waren, werden ze gevraagd of ze alle instructies goed hadden begrepen en of er nog vragen waren. Als er geen vragen meer waren, verliet de onderzoeker de kamer en konden de participanten met het onderzoek beginnen.

In de cameraconditie werd er een camera naast het computerbeeldscherm geïnstalleerd. Aan deze participanten werd verteld dat de camera tijdens het hele experiment aan zou staan, en dat er een observator vanuit een andere kamer zou proberen aan hun gelaatsuitdrukking af te lezen wanneer ze logen en wanneer ze de waarheid spraken. In werkelijkheid was er geen observator die de camerabeelden bekeek en de participanten werden dus niet geobserveerd. De camera zou slechts het gevoel geven dat er iemand tijdens het onderzoek aanwezig was. In de controleconditie was er geen camera geïnstalleerd.

In het begin moesten de participanten hun demografische gegevens invullen. Daarna kregen ze de instructie om kort hun mening over het afschaffen van het verschijnsel Zwarte Piet te geven. Vervolgens werden ze gevraagd eerst hun ware mening en daarna hun valse mening of in een omgekeerde volgorde met telkens 300 woorden te typen. Het werd random bepaald of ze eerst de waarheid moesten spreken (echte mening) of moesten liegen (valse mening). De participanten kregen de instructie om beide meningen zo geloofwaardig en overtuigend mogelijk met argumenten te onderbouwen. Een andere persoon zou niet door mogen hebben dat ze aan het liegen zijn. Ze moesten proberen zo goed mogelijk de andere persoon te misleiden. De teksten mochten in hun eigen moedertaal geschreven worden. Bovendien was er geen tijdsbeperking voor het uitvoeren van het experiment. Het werd random bepaald of ze eerst de waarheid moesten spreken (echte mening) of moesten liegen (valse mening). Nadat de verhalen getypt waren, moesten de participanten de Self-Monitoring vragenlijst invullen en andere vragen beantwoorden (Appendix F).

Instrumenten

Linguistic Inquiry and Word Count (LIWC). Om de getypte teksten van de deelnemers op een linguïstisch niveau te analyseren, werd er gebruik gemaakt van de Nederlandse en Duitse versie van het gecomputeriseerde tekstprogramma *Linguistic Inquiry and Word Count (LIWC)* van Pennebaker, Booth en Francis (2001). De Nederlandse versie van de LIWC is door Zijlstra, Middendorp, Meerveld en Geenen (2005) gevalideerd, die

aantonen dat het een valide instrument is om de expressie van emoties en verbaal gebruik van taal op een linguïstisch niveau te onderzoeken. De standaard versie is in het Engels.

Het programma geeft de percentages woorden die bij een bepaalde woordcategorie hoort, afgezet tegen het totaal aantal woorden dat werd gebruikt. De LIWC telt het aantal woorden per woordcategorie, zoals in dit onderzoek persoonlijke voornaamwoorden, met name de eerste persoon enkelvoud (ik, mij). Andere woordcategorieën zijn bijvoorbeeld emotioneel positief (gelukkig, dankbaar, dapper) of negatief (bedroefd, vijandig, wanhoop) geladen woorden.

Self-Monitoring. Er werd gebruik gemaakt van de Nederlandse versie van de herzien Self-Monitoring Scale (RSMS) met 18 items (Snyder & Gangestad, 1986; vertaling gevalideerd door Vinkenburg, 1997). Uit het onderzoek van Snyder en Gangestad (1986) is gebleken dat deze betrouwbaarder was dan de originele versie van Snyder (1974) met 25 items. Voorbeelditems zijn: 'In verschillende omstandigheden en met verschillende mensen gedraag ik me heel verschillend.', 'Ik zou mijn mening of gewoontes niet veranderen om bij anderen in de gunst te komen.' of 'Op feestjes laat ik anderen de grappen en verhalen vertellen.'. De oorspronkelijke vragenlijst kende slechts de antwoordmogelijkheden waar of niet waar. Om de betrouwbaarheid van de antwoorden te verhogen, worden de items in dit onderzoek op een vijf-punt Likertschaal gemeten die van 1 (helemaal mee oneens) tot 5 (helemaal mee eens) gaat. De Self-Monitoring schaal meet in welke mate een individu zijn gedrag in sociale situaties zal aanpassen om aan de verwachtingen van anderen te voldoen. De Self-Monitoring schaal heeft een Cronbach's alfa van 0.80. Om de participanten in de groep 'hoog self-monitoring' of 'laag self-monitoring' te plaatsen, werden de gemiddelden van de waarden berekend en een mediaan split uitgevoerd ($Mdn = 3.06$). Participanten die boven de mediaan van 3.06 scoren, werden in de hoge SM groep geplaatst en participanten die op de mediaan of lager scoorden, werden in de lage SM groep geplaatst.

Controlevragen

Tot slot werden de manipulatie check op een vijf-punt Likertschaal gemeten van 1 (helemaal mee oneens) tot met 5 (helemaal mee eens). De participanten moesten op drie items aangeven in hoeverre ze zich tijdens het experiment geobserveerd voelden. De items waren 'Tijdens het experiment voelde ik me geobserveerd', 'Tijdens het onderzoek had ik de indruk door anderen beoordeeld te worden.' en 'Tijdens het onderzoek voelde ik me in de gaten gehouden.'. Het construct heeft een Cronbach's alfa van 0.86.

Resultaten

Manipulatie Check

Er werd een t-test met onafhankelijke steekproeven uitgevoerd om de gemiddelden tussen de cameraconditie en controleconditie te vergelijken. Er werden significante verschillen gevonden ($t(92) = 2.38, p = 0.02$). In de cameraconditie zijn de gemiddelden significant hoger ($M = 2.78, SD = 1.15$) dan in de controleconditie ($M = 2.24, SD = 1.03$). Mensen in de cameraconditie hebben sterker het gevoel gehad tijdens het experiment geobserveerd te worden. Dus de camera manipulatie heeft op zekere hoogte een effect gehad.

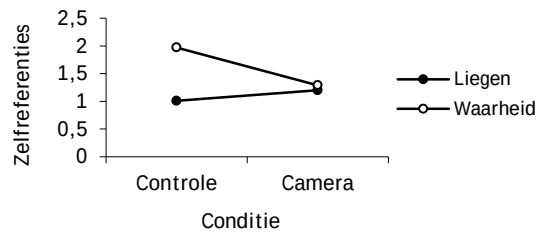
Verder is alleen naar de vraag 'Tijdens het onderzoek had ik de indruk door anderen beoordeeld te worden.' gekeken. Er werd een t-test met onafhankelijke steekproeven uitgevoerd om te kijken in hoeverre de participanten het gevoel hadden door anderen beoordeeld te worden. Uit de analyse blijkt dat er geen significante verschillen tussen de camera en controleconditie te vinden zijn ($t(92) = 0.33, ns.$). De camera heeft dus niet het effect gehad dat participanten in de cameraconditie zich beoordeeld gevoeld hebben.

Ten eerste werd er een ANOVA met herhaalde metingen uitgevoerd met Liegen (L), Camera (C) en Self-Monitoring (SM) als onafhankelijke variabelen en het percentage zelfreferenties (SR) als afhankelijke variabele. Er werd een significant hoofdeffect van Liegen gevonden ($F(1, 90) = 11.96, p < .01$). Participanten gebruikten meer zelfreferenties wanneer ze de waarheid spraken dan wanneer ze logen ($M = 1.62, SD = 1.39$ vs. $M = 1.10, SD = 1.13$).

Daarnaast is er ook een significant hoofdeffect voor SM gevonden ($F(1, 90) = 7.53, p < .01$). Participanten die laag scoren op SM gebruiken meer zelfreferenties dan mensen die hoog scoren ($M = 1.6, SD = 0.1$ vs. $M = 1.1, SD = 0.2$). Verder werd er geen significant hoofdeffect van Camera gevonden ($F(1, 90) = 1.50, ns.$).

Interactie-effect

Ten slotte werd er een significant interactie-effect tussen Liegen en Camera gevonden, ($F(1, 90) = 8.52, p < .01$). Er werd een contrast analyse uitgevoerd om het interactie-effect nader te onderzoeken. Hieruit blijkt dat de wel of niet aanwezigheid van de camera een significant effect op het gebruik van zelfreferenties heeft wanneer participanten de waarheid vertellen ($F(1, 90) = 6.30, p = 0.01$) maar niet wanneer ze liegen ($F(1, 90) = 0.66, ns.$). De participanten die de waarheid spraken, gebruikten minder zelfreferenties in de camera conditie dan in de controle conditie (Tabel 1).



Figuur 1: Interactie-effect Liegen en Camera.

		Waarheid		Liegen	
		<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
Conditie	Camera	1.29	1.08	1.97	1.60
	Controle	1.20	1.30	1.01	0.92

Tabel 1: Gemiddelden en standaardafwijkingen percentage zelfreferenties.

Er werden geen significante interactie-effecten tussen SP en SM ($F(1, 90) = 0.61$, *ns.*) en L en SM ($F(1, 90) = 0.52$, *ns.*) waargenomen. Tot slot is er ook geen significant driewegsinteractie tussen SP, SM en L; ($F(1, 90) = 0.62$; *ns.*).

Conclusie en Discussie

Het doel van deze studie is het onderzoeken of social presence een invloed heeft op het effect van liegen op taalgebruik. Eerdere onderzoeken toonden zowel een effect van liegen op het taalgebruik (Newman et al., 2003; Pennebaker et al., 2003) als het effect van social presence op het gedrag aan (Argo et al., 2005). Er is echter in de literatuur geen studie te vinden die de invloed van social presence op het taalgebruik van leugenaars onderzoekt.

Deze studie is gebaseerd op het model impression management, dat veronderstelt dat mensen een bepaald gedrag vertonen om een positief beeld van zichzelf naar anderen toe te presenteren, wanneer anderen aanwezig zijn. Volgens Pennebaker (2011) gebruiken leugenaars minder zelfreferenties om zich in hun woorden van hun leugen te distantiëren met het doel om hun zelfbeeld in stand te houden. In deze studie werd ernaar gekeken of leugenaars ook hun taalgebruik veranderen om een positief beeld van zichzelf naar anderen te presenteren. Social presence, die hier gesuggereerd wordt door een camera, zou ervoor zorgen dat mensen sterker de neiging hebben om impression management te tonen. Wanneer impression management dus een rol speelt, wordt verwacht dat het effect van liegen versterkt wordt, wanneer anderen aanwezig zijn of diens aanwezigheid geïmpliceerd wordt.

Bij de eerste hypothese is getest in hoeverre mensen in het gebruik van zelfreferenties verschillen, wanneer ze liegen of de waarheid spreken. In dit onderzoek wordt, zoals bij eerdere bevindingen, verwacht dat mensen minder persoonlijke voornaamwoorden, zoals ik en mij zouden gebruiken om naar zichzelf te refereren wanneer ze liegen (Newman et al., 2003; Pennebaker et al., 2003). Uit de variatieanalyse bleek dat participanten inderdaad minder de eerste persoon enkelvoud gebruikten wanneer ze logen dan wanneer ze de waarheid spraken. De eerste hypothese kan bevestigd worden. Het valt te concluderen dat liegen een effect op het taalgebruik heeft en het gebruik van zelfreferenties een goede indicatie is om leugenaars te onderscheiden van mensen die de waarheid vertellen.

De tweede hypothese onderzoekt het verband tussen liegen en social presence. Het wordt verwacht dat het effect dat liegen op het taalgebruik heeft, versterkt wordt wanneer de camera aanwezig is, omdat deze de aanwezigheid van anderen suggereert. Het wordt verondersteld dat participanten dan sterker de neiging zouden hebben om impression management vertonen en minder naar zichzelf zouden refereren. Ze zouden dit niet alleen doen om te proberen om hun zelfbeeld in stand houden, maar ook om een positief beeld naar anderen toe te presenteren.

De variantieanalyse laat een interactie-effect tussen liegen en de aanwezigheid van de camera zien, maar in een tegen de verwachting gestelde richting. Wanneer de camera aanwezig was, gebruikten participanten minder zelfreferenties, maar alleen wanneer ze de waarheid spraken en niet wanneer ze logen. De camera heeft dus geen invloed op het effect van liegen. De tweede hypothese kan niet bevestigd worden. Het blijkt dat het gebruik van zelfreferenties geen goede indicatie is om te zien of mensen liegen of de waarheid vertellen. Niet alleen liegen verlaagt het gebruik van zelfreferenties, maar ook de aanwezigheid van de camera, wanneer mensen de waarheid vertellen. Bijvoorbeeld is het bij een politieverhoor niet aan te raden het gebruik van zelfreferenties als indicatie te nemen of mensen liegen of niet.

Als mensen bij een politieverhoor minder naar zichzelf refereren, zou het geen teken moeten zijn dat ze liegen, maar kan wel betekenen dat de aanwezigheid van anderen hun taalgebruik veranderd.

Er zijn verschillende verklaringen mogelijk waarom social presence niet het effect van liegen op het taalgebruik versterkt heeft. Ten eerste kan het zijn dat impression management geen verklaring biedt voor het effect van liegen op taalgebruik. Mensen gebruiken minder zelfreferenties wanneer ze liegen om hun zelfbeeld in stand te houden, maar niet om een positief beeld van zichzelf naar anderen te presenteren.

Ten tweede kan impression management wel een invloed op het taalgebruik van leugenaars hebben, maar kan deze alleen niet in dit onderzoek aangetoond worden. De camera versterkt het effect van liegen niet, niet omdat impression management geen invloed op het taalgebruik heeft, maar omdat de camera niet tot tonen van impression management leidt. Er werd een aantal vragen gesteld om de manipulatie van de camera te testen. In de cameraconditie hadden de participanten significant sterker het gevoel geobserveerd te worden, maar niet sterker door anderen beoordeeld te worden. Het is mogelijk dat de camera geen effect op het taalgebruik van de participanten had omdat deze zich niet beoordeeld gevoeld heeft en zich geobserveerd voelen niet voldoende is om een positief beeld van zichzelf naar anderen te willen tonen. Uit dit onderzoek blijkt dat het belangrijk is te onderscheiden of mensen zich geobserveerd of beoordeeld voelen. Het ene gaat niet gepaard met het andere. Het is mogelijk dat er geen effect is gevonden omdat mensen zich niet beoordeeld hebben gevoeld. Het is aan te raden om een vervolgonderzoek uit te voeren en te kijken of het gevoel beoordeeld te worden wel het taalgebruik veranderd.

Verder is te achter vragen in hoeverre de participanten in dit experiment liegen als liegen hebben ervaren. In dit onderzoek moesten de participanten hun eigen standpunt geven en vervolgens een ander standpunt. Het is mogelijk dat er geen effect van de camera op liegen is gevonden, omdat mensen het vertellen van een ander standpunt niet als liegen hebben waargenomen, hoewel de instructies tot deceptie aanzetten (Appendix G & H). Na het experiment werd de onderzoeker door meerdere participanten benaderd die aan hem vertelden dat ze tijdens het experiment niet de idee hadden dat ze aan liegen waren, maar meer dat ze een ander standpunt moesten geven. In een vervolgstudie is het belangrijk om het liegen realistischer te maken. De participanten zouden dan bijvoorbeeld voor een politieagent moeten proberen iets te verbergen. Wanneer mensen liegen, riskeren ze een negatief beeld van zichzelf aan anderen te presenteren. Maar wanneer ze een ander standpunt vertellen eventueel niet.

Verder is het mogelijk dat impression management in dit onderzoek niet geactiveerd werd, omdat de participanten voor het onderzoek logen en niet voor zichzelf. Ze zijn dan niet bang dat anderen een negatief beeld van hen hebben. Uit het onderzoek van Argo et al. (2005) mochten de participanten kiezen welk product ze kopen, in dit onderzoek werden ze aangezet om te liegen en hadden geen keuze. In dit onderzoek is meer sprake van een observator te overtuigen van hun leugen dan van een positief zelfbeeld. Het liegen in het echte leven werkt anders dan het liegen in dit onderzoek, waarbij mensen een rol spelen.

Het is opvallend dat er in de cameraconditie geen hoofdeffect van liegen is gevonden. Uit het onderzoek van Newman et al. (2003) is namelijk wel een effect van liegen op het gebruik van zelfreferenties gevonden wanneer mensen tegen een camera logen. Het enige verschil in dit onderzoek is dat aan de participanten werd verteld dat de video-opnames later worden bekeken en ze praatten en niet typten. In hetzelfde onderzoek moesten andere participanten hun verhalen typen en er is ook een significant verschil gevonden. Een mogelijke verklaring is dat de steekproef te klein is. In het onderzoek van Newman et al. (2003) werd gebruik gemaakt van een steekproef van 101 personen. Een andere verklaring zou kunnen zijn dat er geen significante verschillen waren omdat de participanten in de cameraconditie al minder zelfreferenties gebruikten wanneer ze de waarheid spraken. Om in werkelijkheid van een effect van de camera te kunnen spreken, is er van belang om het onderzoek te repliceren met meer respondenten. Dat er geen significante verschillen zijn gevonden, zou op toeval kunnen baseren.

Een andere verklaring zou kunnen zijn is dat mensen in de cameraconditie gemotiveerder waren om overtuigend te liegen. Uit het onderzoek van DePaulo et al. (2003) bleek dat participanten die logen slechter van de participanten die de waarheid spraken te onderscheiden waren, wanneer ze gemotiveerd waren met hun leugens te overtuigen. In de cameraconditie worden participanten constant door de camera herinnerd dat ze geobserveerd waren en probeerden overtuigend mogelijk niet als leugenaar ontdekt te worden.

Ten slotte is er nog gekeken naar de invloed van self-monitoring op het gebruik van zelfreferenties. Het werd verwacht dat het effect van liegen op het taalgebruik sterker zou optreden wanneer mensen hoog op self-monitoring scoren. Voor deze hypothese drie werd geen bewijs gevonden. Dit onderzoek kan niet aantonen dat een hoge score van self-monitoring het effect van liegen op het gebruik van zelfreferenties versterkt.

Wel is er een hoofdeffect van self-monitoring gevonden; wanneer participanten een lage score van SM hadden, gebruikten ze meer zelfreferenties dan bij een hoge score van SM. Participanten gebruiken dus niet alleen minder zelfreferenties wanneer ze liegen, maar ook wanneer ze hoog op SM scoren. Een hoge score van SM geeft aan hoe sterk mensen de

neiging hebben om impression management te tonen. Het is aan te raden om te nader te gaan onderzoeken of er dezelfde onderliggende mechanismen ervoor zorgen dat leugenaars en hoog self-monitors minder zelfreferenties gebruiken en zich van hun verhalen distantiëren. Mensen die hoog op SM scoren, zijn gevoeliger voor de indruk die ze op anderen maken en zouden impression management tonen. Ze willen graag in de gunst van anderen vallen. Misschien heeft impression management wel een invloed op het taalgebruik van mensen, alleen kan dit in dit onderzoek niet aangetoond worden. Vervolgonderzoek is hier echter van belang.

Uit onderzoeken is gebleken dat hun focus meer op anderen gericht is. De mening van anderen vinden ze belangrijker dan hun eigen mening. Omdat hun focus meer op anderen gericht is dan henzelf, zou dit kunnen verklaren waarom ze minder zelfreferenties gebruiken.

Take home message

Dit onderzoek laat zien dat het taalgebruik van mensen veel over hen kan zeggen, meer dan verwacht. Het is interessant dat slechts kleine woordjes uitkomst over een persoon kan zeggen. Wanneer mensen liegen, gebruiken ze minder zelfreferenties, wanneer mensen een sterke neiging hebben om de gunst van anderen te vallen, gebruiken ze minder zelfreferenties en wanneer ze geobserveerd worden, gebruiken ze minder zelfreferenties.

Referentielijst

- Argo, J. J., Dahl, D. W., & Manchanda, R. V. (2005). The influence of a mere social presence in a retail context. *Journal of Consumer Research*, 32(2), 207-212.
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Barrett, L. F., Williams, N. L., & Fong, G. T. (2002). Defensive verbal behavior assessment. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28(6), 776-788.
- Baumeister, R. F. (1982). A self-presentational view of social phenomena. *Psychological Bulletin*, 91(1), 3-26.
- Biocca, F., Harms, C. & Burgoon, J.K. (2003). Toward a more robust theory and measure of social presence: review and suggested criteria. *Presence*, 12, 5, 456-480.
- DePaulo & D. Kashy (1998). Everyday lies in close and casual relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(1), 63–79.
- DePaulo, B. M., Lindsay, J. J., Malone, B. E., Muhlenbruck, L., Charlton, K., & Cooper, H. (2003). Cues to deception. *Psychological bulletin*, 129(1), 74.
- Ebert, H., & Piwinger, M. (2007). Impression Management: Die Notwendigkeit der Selbstdarstellung. In *Handbuch Unternehmenskommunikation*. Gabler Verlag.
- Ekman, P. (2001). *Telling Lies*. New York: W. W. Norton.
- Fandt, P. M., & Ferris, G. R. (1990). The management of information and impressions: When employees behave opportunistically. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 45(1), 140-158.
- Fulk, J., Schmitz, J., & Power, G. J. (1987). A social information processing model of media use in organizations *Communication Research*, 14 (5), 520–552.
- Granhag, P. A., & Strömwall, L. A. (2002). Repeated interrogations: Verbal and non-verbal cues to deception. *Applied Cognitive Psychology*, 16, 243-257.

- Hancock, J. T., Curry, L. E., Goorha, S., & Woodworth, M. (2007). On lying and being lied to: A linguistic analysis of deception in computer-mediated communication. *Discourse Processes*, 45(1), 1-23.
- Josephs, R. A., Bosson, J. K., & Jacobs, C. G. (2003). Self-esteem maintenance processes: When low self-esteem may be resistant to change. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29, 920-933.
- Kassin, S., Fein, S., & Markus, H. R. (2011). *Social Psychology* (8th ed.). Belmont, CA: Wadsworth.
- Knapp, M. L., Hart, R. P., & Dennis, H. S. (1974). An exploration of deception as a communication construct. *Human Communication Research*, 1(1), 15-29.
- Leary, M. R., & Kowalski, R. M. (1990). Impression management: A literature review and two-component model. *Psychological bulletin*, 107(1), 34.
- Lennox, R. D., & Wolfe, R. N. (1984). Revision of the self-monitoring scale.
- Newman, M. L., Pennebaker, J. W., Berry, D. S., & Richards, J. M. (2003). Lying words: Predicting deception from linguistic styles. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29(5), 665-675.
- Pennebaker, J. W. (2011). *The Secret Life of Pronouns: What Our Words Say About Us*. Bloomsbury Publishing USA.
- Pennebaker, J. W., Francis, M. E., & Booth, R. J. (2001). Linguistic inquiry and word count: LIWC 2001. *Mahway: Lawrence Erlbaum Associates*, 71.
- Pennebaker, J. W., Mehl, M. R., & Niederhoffer, K. G. (2003). Psychological aspects of natural language use: Our words, our selves. *Annual review of psychology*, 54(1), 547-577.
- Rückert, S. (2011, 07.07.). Lügen die man gerne glaubt. Auch in der deutschen Justiz werden

falsche Beschuldigungen umso lieber für wahr gehalten, je präziser sie den Erwartungen der Belogenen entsprechen. *Die Zeit*, No. 28. Retrieved from <http://www.zeit.de/2011/28/DOS-Justiz>.

Schlenker, B. R. (2003). Self-presentation.

Schlenker, B. R., Forsyth, D. R., Leary, M. R., & Miller, R. S. (1980). Self-presentational analysis of the effects of incentives on attitude change following counterattitudinal behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(4), 553.

Snyder, M., & Gangestad, S. (1986). On the Nature of Self-Monitoring: Matters of Assessment, Matters of Validity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(1), 125-139.

Sporer, S. L., & Schwandt, B. (2002). Nonverbal indicators of deception: A meta-analytic synthesis.

Stel, M., Van Dijk, E., & Olivier, E. (2009). You want to know the truth? Thendon't mimic. *Psychological Science*, 20, 693-699

Strömwall, L. A., Hartwig, M., & Granhag, P. A. (2006). To act truthfully: Nonverbal behaviour and strategies during a police interrogation. *Psychology, Crime & Law*, 12(2), 207-219.

Turnley, W. H., & Bolino, M. C. (2001). Achieving desired images while avoiding undesired images: exploring the role of self-monitoring in impression management. *Journal of Applied Psychology*, 86(2), 351.

Vinkenburg, C. J. (1997). Managerial behavior and effectiveness: Determinants, measurement.

Vrij, A. (2000). Detecting lies and deceit: The psychology of lying and the implications for professional practice. Olma Media Group.

Vrij, A. & Mann, S. (2004). Detecting deception: The benefit of looking at a combination of behavioral, auditory and speech content related cues in asystematic manner. *Group Decision and Negotiation*, 13, 61-79

Zijlstra, H., van Meerveld, T., van Middendorp, H., Pennebaker, J. W., & Geenen, R. (2004). De Nederlandse versie van de 'linguistic inquiry and word count'(LIWC). *Gedrag & Gezondheid*, 32, 271-281.

Zuckerman, M., DePaulo, B. M., & Rosenthal, R. (1981). Verbal and nonverbal communication of deception. *Advances in experimental social psychology*, 14(1), 59.

Appendix

Appendix A: Tekst geïnformeerde toestemming Cameraconditie

Ik, (*naam proefpersoon*)

Stem toe mee te doen aan een onderzoek dat uitgevoerd wordt door *Thuy Nguyen* onder leiding van *Peter de Vries*.

Ik ben me ervan bewust dat deelname aan dit onderzoek geheel vrijwillig is. Ik kan mijn medewerking op elk tijdstip stopzetten en de gegevens verkregen uit dit onderzoek terugkrijgen, laten verwijderen uit de database, of laten vernietigen.

De volgende punten zijn aan mij uitgelegd:

1. Het doel van dit onderzoek is om te kijken hoe mensen liegen.
2. Ik ben me ervan bewust dat ik tijdens het experiment door een camera geobserveerd word.
3. Het onderzoek zal in totaal ongeveer 25 minuten duren.
4. Er behoort geen stress of ongemak voort te vloeien uit deelname aan dit onderzoek.
5. De gegevens verkregen uit dit onderzoek zullen anoniem verwerkt worden en kunnen daarom niet bekend gemaakt worden op een individueel identificeerbare manier.
6. De onderzoeker zal alle verdere vragen over dit onderzoek beantwoorden, nu of gedurende het verdere verloop van het onderzoek.

Handtekening onderzoeker:

Datum:

Handtekening proefpersoon:

Datum:

Appendix B: Tekst geïnformeerde toestemming Controleconditie

Ik, (naam proefpersoon)

Stem toe mee te doen aan een onderzoek dat uitgevoerd wordt door *Thuy Nguyen* onder leiding van *Peter de Vries*.

Ik ben me ervan bewust dat deelname aan dit onderzoek geheel vrijwillig is. Ik kan mijn medewerking op elk tijdstip stopzetten en de gegevens verkregen uit dit onderzoek terugkrijgen, laten verwijderen uit de database, of laten vernietigen.

De volgende punten zijn aan mij uitgelegd:

1. Het doel van dit onderzoek is om te kijken hoe mensen liegen.
2. Het onderzoek zal in totaal ongeveer 25 minuten duren.
3. Er behoort geen stress of ongemak voort te vloeien uit deelname aan dit onderzoek.
4. De gegevens verkregen uit dit onderzoek zullen anoniem verwerkt worden en kunnen daarom niet bekend gemaakt worden op een individueel identificeerbare manier.
5. De onderzoeker zal alle verdere vragen over dit onderzoek beantwoorden, nu of gedurende het verdere verloop van het onderzoek.

Handtekening onderzoeker:

Datum:

Handtekening proefpersoon:

Datum:

Appendix C: Afbeelding Camera



Appendix D: Kamer Controleconditie



Appendix E: Kamer Cameraconditie



Appendix F: Self-Monitoring Vragenlijst

1. Ik vind het moeilijk het gedrag van anderen te imiteren.
2. Op feestjes en bijeenkomsten span ik mij niet in om bij anderen in de smaak te vallen.
3. Ik kan alleen die ideeën verdedigen waar ik zelf in geloof.
4. Ik kan onvoorbereid toespraken houden, zelfs over onderwerpen waar ik maar heel weinig vanaf weet.
5. Ik kan een hele show opvoeren om indruk te maken op anderen.
6. Ik zou waarschijnlijk een goed toneelspeler zijn.
7. In een groep mensen ben ik zelden het middelpunt van de aandacht.
8. In verschillende omstandigheden en met verschillende mensen gedraag ik me heel verschillend.
9. Ik ben er niet bepaald goed in om me geliefd te maken bij anderen.
10. Ik ben niet altijd de persoon die ik lijk te zijn.
11. Ik zou mijn mening of gewoontes niet veranderen om bij anderen in de gunst te komen.
12. Ik heb overwogen om iets in de showbusiness, bij het toneel, of iets met cabaret te gaan doen.
13. Ik ben nooit goed geweest in spelletjes waarbij je iets moest uitbeelden of onvoorbereid een rol moest spelen.
14. Ik vind het moeilijk mijn gedrag aan te passen aan verschillende mensen en verschillende situaties.
15. Op feestjes laat ik anderen de grappen en verhalen vertellen.
16. Ik voel me wat onhandig in gezelschap en kom niet zo goed uit de verf als zou moeten.
17. Ik kan iedereen recht in de ogen kijken en met een stalen gezicht een leugen om bestwil vertellen.
18. Ik zou mensen kunnen misleiden door vriendelijk tegen ze te doen, terwijl ik ze eigenlijk niet mag.

Appendix G: Instructie Cameraconditie

Beste participant,

Alvast bedankt voor je deelname aan dit onderzoek voor mijn bachelorthese. Dit onderzoek zal ongeveer 30 minuten duren. In dit onderzoek word je gevraagd om je mening over een bepaald onderwerp te geven. Je wordt ook gevraagd om te liegen.

Het doel van dit onderzoek is om te kijken of het mogelijk is te detecteren of mensen liegen of de waarheid spreken, bijvoorbeeld door te kijken of de antwoorden van mensen die liegen korter zijn dan die van mensen die de waarheid spreken.

Tijdens het hele onderzoek zal de camera, die je naast het beeldscherm ziet, aanstaan. Aan hand van je gelaatsuitdrukkingen zal iemand anders als observator proberen te achterhalen wanneer je de waarheid spreekt en wanneer niet.

Daarnaast moet je nog een aantal vragen beantwoorden.

Hoewel de vragen die je worden gesteld in het Nederlands zijn, mag je ze in je eigen moedertaal beantwoorden.

De gegevens blijven anoniem en worden alleen voor dit onderzoek worden gebruikt. De antwoorden van de vragenlijsten kunnen niet naar jou teruggeleid worden.

Van harte bedankt!

Appendix H: Instructie Controleconditie

Beste participant,

Alvast bedankt voor je deelname aan dit onderzoek voor mijn bachelorthese. Dit onderzoek zal ongeveer 25 minuten duren. In dit onderzoek word je gevraagd om je mening over een bepaald onderwerp te geven. Je wordt ook gevraagd om te liegen.

Het doel van dit onderzoek is om te kijken of het mogelijk is te detecteren of mensen liegen of de waarheid spreken, bijvoorbeeld door te kijken of de antwoorden van mensen die liegen korter zijn dan die van mensen die de waarheid spreken.

Daarnaast moet je nog een aantal vragen beantwoorden.

Hoewel de vragen die je worden gesteld in het Nederlands zijn, mag je ze in je eigen moedertaal beantwoorden.

De gegevens blijven anoniem en worden alleen voor dit onderzoek worden gebruikt. De antwoorden van de vragenlijsten kunnen niet naar jou teruggeleid worden.

Van harte bedankt!