

LOL op Tinder

Een onderzoek naar de invloed van humor en motivatie op het aantal likes



Bachelorscriptie Daisy Comhair
Radboud Universiteit Nijmegen

Word Count = 5836 woorden

LOL op Tinder

Een onderzoek naar de invloed van humor en motivatie op het aantal likes

Daisy Comhair

s4475321

d.comhair@student.ru.nl

April 2018

Definitieve versie

Bachelorscriptie

Opleiding Communicatiewetenschap

Faculteit der Sociale Wetenschappen

Radboud Universiteit Nijmegen

Begeleider: Dr. D.J. Anschutz

Samenvatting

Tinder is een datingapplicatie waar steeds meer mensen gebruik van maken. Online zelfpresentatie wordt steeds belangrijker, omdat steeds meer tijd online wordt doorgebracht. Op Tinder kan dit door middel van een foto en een beschrijving. In dit onderzoek werd er gekeken naar de invloed van deze beschrijvingen op zelfpresentatie. Uit onderzoek van Cowan en Little (2012) blijkt dat vrouwen humor een aantrekkelijke eigenschap van een man vinden. Daarom werd verwacht dat mannen met humor in hun profieltekst meer likes krijgen dan mannen zonder humor in hun profieltekst. Daarnaast werd er onderzocht of de motivatie waarmee Tinder gebruikt wordt, invloed had op dit effect. Aangezien veelal jongvolwassenen Tinder gebruiken, bestonden de deelnemers aan dit onderzoek uit vrouwen tussen de 18 en 30 jaar ($N = 112$, $M_{leeftijd} = 22.75$, $SD = 2.11$).

Na het uitvoeren van een online between-subjects experiment bleek dat humor inderdaad een significante rol speelt bij het ontvangen van likes. Echter, waren de resultaten niet in lijn met de literatuur: mannen met humor in hun profielteksten kregen minder likes dan mannen met een neutrale profieltekst. Voor motivatie met betrekking tot Tinder gebruik werd geen significant effect gevonden, wat betekent dat het geen verschil uit maakte of de respondent op zoek was naar een relatie of niet.

Inhoudsopgave

1. Aanleiding en probleemstelling	4
2. Theorie en Hypothesen	7
2.1 Humor in profielteksten	7
2.2 Gebruikersmotivatie en het liken van profielen	8
3. Methode	10
3.1 Onderzoeksdesign	10
3.2 Procedure	10
3.3 Proefpersonen	11
3.4 Stimulusmateriaal	11
3.5 Meetinstrumenten	12
3.5.1 Aantal likes	12
3.5.2 Gebruikersmotivatie	13
3.5.3 Manipulatiecheck	14
3.6 Data analyse	15
4. Resultaten	16
4.1 Beschrijvende gegevens	16
4.2 Covariaten	16
4.3 Manipulatiecheck	16
4.4 Toetsing hypothesen	17
5. Conclusie en discussie	20
5.1 Conclusie	20
5.2 Discussie	20
Referentielijst	24
Bijlage	27
Bijlage A - Vragenlijst	28
Bijlage B - Stimulusmateriaal	42
Bijlage C - Pre-tests	52

1. Aanleiding en probleemstelling

Tegenwoordig zoeken mensen hun liefde niet meer alleen in de bar op de hoek, maar kunnen ze door online dating websites hun horizon verbreden. Hierdoor komt men niet alleen met meer personen in contact, maar gaat dit ook sneller dankzij algoritmes die berekenen of profielen een succesvolle match zouden zijn (Finkel, Eastwick, Karney, Reis, & Sprecher, 2012). Mede dankzij de snelle ontwikkelingen in de technologie, kennen we sinds 2012 de mobiele applicatie genaamd Tinder.

Tinder (2014) is een datingapp die vergelijkbaar is met een traditionele datingwebsite, maar minder informatie vraagt van haar gebruikers. Een account voor de applicatie kan makkelijk worden aangemaakt door het koppelen van een Facebookaccount en bevat enkel foto's en een zelfgeschreven profieltekst. Na het aanmaken van een account kan de gebruiker instellen van welke leeftijd en geslacht potentiële matches moeten zijn en op welke afstand zij zich van hen mogen bevinden. Deze mogelijke matches kunnen vervolgens door middel van een *swipe* naar links (niet geïnteresseerd) of rechts (wel geïnteresseerd) worden beoordeeld. Als een persoon naar rechts wordt geswiped wordt dit ook wel een like genoemd, je liked iemand. Als twee personen elkaar naar recht swipen is er een match en kan er eventueel met elkaar gesproken worden via de ingebouwde chatfunctie. In tegenstelling tot datingwebsites maakt Tinder geen gebruik van filtertechnieken of speciale vragen om partners met elkaar te matchen (Ward, 2016). Het wordt momenteel gezien als de meest populaire datingapp ter wereld, met in Nederland een zekere 1,5 miljoen mensen die de applicatie op hun smartphone geïnstalleerd hebben (Sumter, Vandenbosch, & Ligtenberg, 2017).

Sociale media worden steeds populairder, Facebook heeft inmiddels bijvoorbeeld meer dan 1.3 miljard actieve leden (Facebook, 2017), een teken dat zelfpresentatie online steeds belangrijker wordt (Carr, Schrock & Dauterman, 2012). Ook op Tinder is online zelfpresentatie belangrijk, aangezien een match op Tinder alleen gebaseerd wordt op foto's en een profieltekst in de vorm van een korte beschrijving. Deze beschrijving is zo'n vorm van zelfpresentatie. Een goede tekst kan helpen bij het verkrijgen van een like en dus bij het vinden van de liefde, terwijl het hebben van een verkeerde beschrijving dit tegen zou kunnen. Brand, Bonatsos, D'Orazio en DeShong (2012) vonden dat vrouwen onderscheid maken in profielteksten tussen aantrekkelijke teksten en onaantrekkelijke teksten. Het begrip "aantrekkelijke tekst" is hier echter nog heel breed. Uit onderzoek van Tornquist en Chiappe (2015) blijkt dat vrouwen humor als een aantrekkelijke eigenschap in een man beschouwen. Humor wordt dan ook vaak gezien op online dating profielen (Brand et al., 2012). Dit zou kunnen betekenen dat humor dan ook in Tinderprofielen aanwezig is. Dit onderzoek zal zich

daarom richten op de vraag of aanwezigheid van humor in een profieltekst het aantal likes van dat profiel bevordert. Er zullen alleen heteroseksuele vrouwen deelnemen aan het onderzoek, aangezien eerder onderzoek aantoont dat mannen en vrouwen verschillend reageren op humor (Tornquist & Chiappe, 2015). De leeftijdscategorie van dit onderzoek zal bestaan uit 18 tot 30 jarigen, aangezien 71% van de Tinder gebruikers tussen de 18 en 30 jaar is (Smith, 2018).

Tinder heeft, in tegenstelling tot andere datingsites, geen serieus imago. Volgens David en Cambre (2016) wordt Tinder in *The Urban Dictionary* beschreven als: “Dating app. Tinder is the McDonalds for sex.” Het wordt ook wel de “hookupapp” genoemd (Gatter & Hodkinson, 2016) wat, net als de definitie van *The Urban Dictionary*, impliceert dat Tinder vooral gebruikt lijkt te worden voor bijvoorbeeld casual seks. Slechts 54% van de Tindergebruikers blijkt single te zijn (McGrath, 2015). Daar staat tegenover dat 80% van de Tindergebruikers aangeeft op zoek te zijn naar een serieuze relatie via Tinder (Lebowitz, 2016). Er lijkt dus enerzijds een groep te zijn die opzoek is naar een serieuze relatie en hiervoor Tinder als medium gebruikt, en anderzijds een groep die Tinder puur gebruikt als middel om casual seks te verkrijgen. Er zou daardoor een verschil kunnen zijn in de manier waarop gebruikers met deze verschillende motivaties op de getoonde profieltekst reageren. Hierdoor is besloten de motivatie van de gebruikster als moderator op te nemen in dit onderzoek. Dit leidt tot de volgende vraagstelling:

Wat is het effect van humor in profielteksten op Tinder op het aantal likes dat een Tinderprofiel krijgt van 18 tot 30 jarige heteroseksuele vrouwen, en welke rol speelt de motivatie voor het gebruiken van Tinder hierbij?

Onderzoek naar profielteksten op Tinder is op dit moment nog schaars. Onderzoeken op dit gebied hebben zich namelijk voornamelijk gericht op de motieven voor gebruik (Daalmans, Cunningham, & Van Ommen, 2016), het gebruik van specifieke foto's (Mason, 2016) of het verschil tussen Tinder en datingwebsites (Gatter & Hodkinson, 2016). Aangezien Tinder dagelijks veel wordt gebruikt, er worden wereldwijd per dag 26 miljoen matches gevonden (Smith, 2018), is het belangrijk om meer kennis te vergaren over deze app. Wetenschappelijk onderzoek kan bijvoorbeeld bijdragen aan verkrijgen van meer inzicht in de werking van Tinder en specifieke aspecten die belangrijk lijken te zijn bij Tindergebruik. In dit huidige onderzoek zal daarom gekeken worden naar de volgende specifieke aspecten: hoe draagt humor bij aan het verkrijgen van matches en welke rol speelt gebruikersmotivatie bij het liken van een profiel.

Daarnaast is volgens Brand et al. (2012) het idee achter online daten dat er sprake is

van “leveling the playingfield”, personen die minder aantrekkelijk of zelfverzekerd zijn krijgen zo meer kansen op een relatie doordat er niet meteen wordt afgehaakt door de manier waarop ze zich presenteren. Echter spenderen we steeds meer tijd online (Hatchel, Negriff, & Subrahmanyam, 2018) waardoor dit effect wellicht minder sterk is als eerst werd gedacht. Vooral bij Tinder, waar veel profielen achter elkaar getoond worden (Tinder, 2014), is het maar de vraag in hoeverre “leveling the playingfield” ook opgaat. Als personen zowel online als offline te maken krijgen met afwijzing is dit zeer schadelijk voor de emotionele gesteldheid en het zelfvertrouwen (Finkel et al., 2012). Met informatie uit dit onderzoek kan advies worden gegeven over het gebruik van Tinder en afwijzing worden verminderd.

2. Theorie en Hypothesen

Het doel van dit onderzoek is het effect van humor in profielteksten op Tinder te onderzoeken en hierbij te kijken welke rol de motivatie voor het gebruiken van Tinder hierbij speelt.

2.1 Humor in profielteksten

Het internet biedt de mogelijkheid om een ideale versie van het zelf online te presenteren, ook wel *ideal-self* genoemd (Hollenbeck & Kaikati, 2012). Het verschijnsel dat personen proberen invloed uit te oefenen op de indruk die ze zowel on- als offline maken, wordt ook wel zelfpresentatie genoemd (Wang, 2015). Goffman (1959) noemt het proces van het kiezen wat je wel of niet van jezelf laat zien ook wel impressie-management. Hierbij hebben personen voortdurend de volledige controle over wat anderen te zien krijgen en weten.

Tinder biedt gebruikers de mogelijkheid om impressie-management toe te passen doordat de gebruiker zelf bepaalt welke foto's en tekst de ander te zien krijgt. Aantrekkelijk overkomen is hierbij erg belangrijk, aangezien dit bij het starten van de relatie belangrijk is voor de ander in het maken van een beslissing over het voortzetten van de relatie (Derlega, Winstead, Wong, & Greenspan, 1987). Bij online dating lijkt er een spanning te bestaan tussen zo aantrekkelijk mogelijk willen overkomen en een accurate representatie (Ellison, Heidon, & Gibbs, 2006). Hierdoor zien we op datingwebsites, maar ook op sociale media zoals Facebook, de toepassing van positieve zelfpresentatie (Toma & Carlson, 2015). Carr en collega's (2012) concludeerden dat tijdlijn-teksten op *Facebook*, welke gezien kunnen worden als profielteksten, beter worden gewaardeerd als deze humor bevatten. Dit zou te maken kunnen hebben met het feit dat humor onder socio-emotionele communicatie valt (Hiltz, Johnson & Turoff, 1986) en voor een positieve zelfpresentatie zorgt (Carr et al., 2012). Humor wordt daarom gebruikt als een effectieve manier om te overtuigen, verhalen pakkender te maken of argumenten effectiever te maken (Polk, Young & Holbert, 2009).

Er zijn theorieën die stellen dat teksten met humor, doordat humor de aandacht trekt, overtuigender kunnen zijn dan teksten zonder humor (Sternthal & Craig, 1973). Het Elaboration Likelihood Model (*ELM*) van Petty en Cacioppo (1986) stelt bijvoorbeeld dat berichten op twee manieren verwerkt kunnen worden. Via de centrale route, welke veel cognitieve inspanning vraagt, en vooral wordt gebruikt wanneer er sprake is van hoge betrokkenheid, of via de perifere route, deze wordt vaak geactiveerd door *cues* en vraagt veel minder cognitieve inspanning, wordt vooral gebruikt wanneer er sprake is van lage betrokkenheid. Tinder wordt vaak tegelijkertijd met andere bezigheden gedaan (Daalmans et al., 2016) waardoor het waarschijnlijk een taak is die lage betrokkenheid vergt van de

gebruiker. Hierdoor zal het Tinderprofiel waarschijnlijk eerder via de perifere route worden verwerkt. Wanneer humoristische teksten perifeer verwerkt worden zullen er minder tegenargumenten worden opgeroepen, hierdoor zal men eerder open staan voor de boodschap (Limbu, Huhmann, & Peterson, 2012). Dit zou betekenen dat vrouwen minder tegenargumenten zullen bedenken en het profiel dus sneller zullen “liken”.

Tornquist en Chiappe (2015) concludeerden dat humor meer is dan alleen een positieve eigenschap: mannen die humor hebben worden door vrouwen als aantrekkelijk gezien. Een mogelijke verklaring hiervoor wordt gegeven door de Mating Mind theory (Miller, 2000). Deze theorie stelt dat humor kan worden gezien als een indicatie voor genetische kwaliteit en een sterke psychologische fitheid. Vrouwen zullen hier onbewust naar op zoek gaan (Tornquist & Chiappe, 2015). Daarnaast stelt de Relationship Interest Indicator model (Li et al., 2009) dat humor wordt gebruikt wanneer men op zoek is naar een relatie en wanneer een persoon zich tot een ander aangetrokken voelt.

Op basis van deze bevindingen kan worden geredeneerd dat het toepassen van humor als manier van zelfpresentatie op Tinder niet alleen vaak zal voorkomen, maar ook succesvol zal zijn in het generen van likes. Op basis hiervan wordt daarom de volgende hypothese opgesteld:

H1: Profielteksten op Tinder met een humorelement krijgen meer likes van heteroseksuele vrouwen tussen de 18 en 30 jaar dan profielteksten op Tinder zonder humorelement.

2.2 Gebruikersmotivatie en het liken van profielen

Mensen kunnen verschillende redenen hebben om Tinder te gebruiken. De Uses and Gratifications Theory (Blumer & Katz, 1974) gaat uit van mensen als actieve gebruikers in plaats van passieve ontvangers en stelt dat men zelf actief op zoek gaat naar media-inhouden waarvan men verwacht dat deze de behoeften bevredigen. Dit lijkt ook van toepassing te zijn op Tinder: Mensen gaan zelf actief op zoek naar personen op Tinder en doen dit op basis van verschillende motivaties (Daalmans et al., 2016; Sumter et al., 2017). Zo vonden Sumter en collega's (2017) zes motivaties om de app te gebruiken, waaronder liefde, casual seks en trendy zijn. Daalmans en collega's (2016) vonden dat Tinder buiten liefde en casual seks ook gebruikt wordt voor vermaak en het vergroten van het zelfvertrouwen. In dit onderzoek wordt onderscheid gemaakt in twee tegengestelde redenen om Tinder te gebruiken: het zoeken naar een vaste relatie (met liefde als motivatie) versus het niet op zoek zijn naar een vaste relatie (met casual seks als motivatie).

De vraag is of vrouwen met tegengestelde motivaties hetzelfde verlangen van hun

toekomstige partner, en dus van het Tinderprofiel dat ze te zien krijgen. Uit eerder onderzoek bleek dat wanneer iemand opzoek gaat naar een serieuze relatie, humor een ander effect heeft dan wanneer iemand opzoek is naar een one night stand (Cowan & Little, 2012; Tornquist & Chiappe, 2015). Als per persoon de gebruikersmotivatie verschilt, kan de beschikbare tekst ook een sterke invloed hebben op het wel of niet “liken” van een profiel op Tinder. Zo vonden Tornquist en Chiappe (2015) dat humor sterker werkte bij vrouwen die op zoek waren naar een vaste relatie. Op basis van bovenstaande bevindingen kan de volgende hypothese worden opgesteld:

H2: Profielteksten op Tinder met een humorelement krijgen meer likes van heteroseksuele vrouwen tussen de 18 en 30 jaar die op zoek zijn naar een vaste relatie dan van vrouwen die niet op zoek zijn naar een vaste relatie.

3. Methode

De hypothesen die voorafgaand aan dit onderzoek zijn opgesteld, werden getoetst aan de hand van een experiment. Er is gekozen voor een experiment, omdat bij dit type onderzoek een onafhankelijke variabele gemanipuleerd kan worden, waarmee het causale effect ervan op de afhankelijke variabele kan worden vastgesteld ('t Hart, Boeije & Hox, 2009).

3.1 Onderzoeksdesign

Er is gebruik gemaakt van een between-subjects design met 2 condities en 1 gemeten moderator (Wester, Renschstorf & Scheepers, 2012) met als afhankelijke variabele het gegeven aantal likes op de getoonde Tinderprofielen. De respondenten werden in twee groepen verdeeld. De ene groep kreeg teksten met humor te zien in de getoonde Tinderprofielen, de andere helft neutrale teksten. Vervolgens werd gemeten welke groep meer likes gaf. Voor het onderzoeken van het effect van de moderator werd er gekeken of de reden voor het gebruiken van Tinder, de motivatie, nog invloed had op de resultaten.

3.2 Procedure

Het experiment werd online afgenomen met behulp van de online software Qualtrics. Hierdoor konden participanten zelf bepalen waar, wanneer en op welk tempo ze deelnamen aan het experiment. Tussen 12 december 2017 en 8 januari 2018 hadden de respondenten de tijd om deel te nemen aan het experiment. Van tevoren is vermeld dat de respondenten Tinderprofielen te zien zouden krijgen en deze moesten beoordelen. De coverstory stelde dat dit onderzoek ging over het in kaart brengen van het algemene Tindergebruik door vrouwen om de aandacht af te leiden van de focus op humor.

Allereerst werd gevraagd om in te stemmen met het onderzoek en werd vermeld dat de respondenten het onderzoek ten allen tijde mochten stoppen, het geheel anoniem was en de resultaten voor onderzoeksdoeleinden gebruikt zouden worden. Vervolgens werden eerst een aantal demografische gegevens bevraagd alvorens de respondenten werden toebedeeld tot één van de twee condities: neutrale profieltekst of humoristische profieltekst. De respondenten moesten vervolgens bij elk profiel dat ze te zien kregen de vraag beantwoorden of ze de getoonde man zouden liken. Vervolgens konden de participanten de rest van de survey invullen. Deze survey bestond uit een vragenlijst over de motivatie voor het gebruik van Tinder, een manipulatiecheck met daarin vragen over de aanwezigheid van humor, vragen over wat respondenten van de Tinderprofielen vonden en wat ze belangrijk vinden in een Tinderprofiel, zoals “Het is belangrijk dat een man een duidelijke foto heeft op Tinder”, “Het is belangrijk dat een man aantrekkelijk is”, “Opleidingsniveau is belangrijk bij een man”, en

“De mannen in de getoonde Tinderprofielen waren aantrekkelijk”. Vervolgens werden er nog een aantal vragen gesteld over de Tindergeschiedenis die van belang zouden kunnen zijn, zoals “Heb je Tinder al eens gebruikt”, “Hoe vaak gebruik je Tinder of heb je Tinder gebruikt?”, “Heb je al eens een match gehad op Tinder?”, en “Heb je al eens offline met iemand afgesproken na hem ontmoet te hebben op Tinder?”.

3.3 Proefpersonen

Er is zowel gebruik gemaakt van de sneeuwbalmethode om respondenten te verzamelen via Facebook, als van een random steekproef die getrokken werd met behulp van het Research Participation System van de Radboud Universiteit in Nijmegen. Respondenten jonger dan 18 en ouder dan 30 jaar werden uitgesloten. Er namen 157 vrouwen deel aan het experiment, waarvan er vijfenveertig werden verwijderd omdat zij niet tot de beoogde groep behoorden ($n=3$), geen toestemming hadden gegeven om hun antwoorden voor onderzoeksdoeleinden te gebruiken ($n=1$) of minder dan 86% van de vragen (dit is het punt na de motivatievragen om de moderator te kunnen meten) hadden ingevuld ($n=41$). Alle overgebleven respondenten waren tussen de 18 en 30 jaar oud, met een gemiddelde leeftijd van 22.75 jaar ($SD = 2.11$). Er is gebleken dat 40.2% van de respondenten een universitaire bachelor opleiding volgde, 27.7% van de respondenten een universitaire master opleiding volgde, 17% een HBO studie volgde, 8.9% een MBO opleiding en 6.3% zat op de middelbare school.

3.4 Stimulusmateriaal

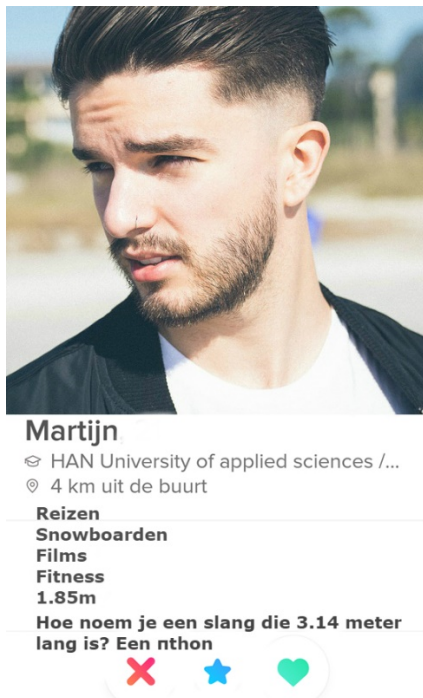
De onafhankelijke variabele in dit onderzoek is het wel of niet voorkomen van humor in de getoonde Tinderprofielen. Dit is gemanipuleerd door 40 Tinderprofielen te maken met 20 verschillende mannen die ofwel een neutrale tekst in hun Tinderprofiel hadden staan (zie afbeelding 2), ofwel een neutrale tekst met humorelement (zie afbeelding 1). Er is dus gebruikt gemaakt van 20 zelfgemaakte Tinderprofielen; de ene groep respondenten kreeg een tekst met humor te zien, zoals in afbeelding 1, en de andere groep een neutrale tekst, zoals in afbeelding 2.

De neutrale teksten, die in beide condities te zien waren, zijn opgesteld na evaluatie van vele Tinderprofielen waaruit een vast patroon van zelfpresentatie voortkwam. Dit patroon, zoals ook te zien in afbeelding 1 en 2, bestaat uit het noemen van de opleiding en/of baan, lengte en hobby's en zal worden nagebootst in dit onderzoek.

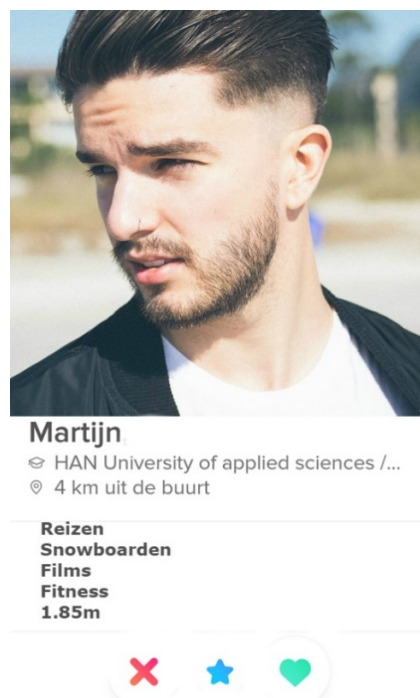
De humorteksten, die alleen in de experimentele conditie werden getoond, zijn deels gekozen uit echte Tinderprofielen en deels van websites gehaald die grappige oneliners

aanprijzen.

Door middel van tien pre-tests onder studenten bleek dat neutrale teksten inderdaad als neutraal/niet humoristisch werden gezien en dat de humorteksten inderdaad als grappig/humoristisch werden herkend. Het stimulusmateriaal en de ingevulde pre-tests kunnen gevonden worden in de bijlage.



Afbeelding 1. Tinderprofiel met humor (experimentele conditie).



Afbeelding 2. Tinderprofiel zonder humor (controle conditie).

3.5 Meetinstrumenten

3.5.1 Aantal likes

De afhankelijke variabele bestaat uit de gegeven likes op de getoonde Tinderprofielen. Er wordt immers voorspeld dat respondenten die Tinderprofielen te zien krijgen met humorteksten de man van het Tinderprofiel eerder zullen liken dan wanneer er alleen een neutrale tekst in zijn Tinderprofiel staat.

De afhankelijke variabele wordt gemeten door bij ieder profiel steeds aan de respondent te vragen of zij deze persoon zou liken. Hierna werd de som van alle gegeven likes gecodeerd tot een nieuwe variabele “Aantal Likes”.

3.5.2 Gebruikersmotivatie

De moderator in dit onderzoek is de motivatie om Tinder te gebruiken. Er is gekozen om de schaal te repliceren uit het onderzoek van Sumter en collega's (2017). De motivatie om Tinder te gebruiken wordt in bovenstaand onderzoek onderverdeeld in 6 categorieën die ieder worden getest aan de hand van een aantal vragen. Besloten is om van deze 6 categorieën alleen de categorie “liefde” en de categorie “casual seks” te gebruiken en toetsen in dit onderzoek. Hierbij werd gebruik gemaakt van een 5-puntschaal die verliep van ‘helemaal eens’ naar ‘helemaal oneens’.

Bij de categorie “liefde” werd de respondent een vijftal vragen gesteld die te vinden zijn in tabel 1 (zie ook bijlage A). Tabel 1 laat buiten de gestelde vragen ook de factorladingen zien. Te zien is dat de vijf losse vragen, met factorladingen tussen de .733 en .894, op hetzelfde concept laden, in dit geval liefde. De verklaarde variantie is 65.6%, met een eigenwaarde van 3.281. De Cronbach's alpha van deze schaal is .867. Dit houdt in dat de interne consistentie hoog is ($M = 2.81$, $SD = 1.03$, $Eigenvalue = 3.281$). Op basis van deze bevindingen is besloten om deze vragen samen te voegen tot 1 variabele om het begrip liefde te kunnen meten.

Bij de categorie “casual seks” werd de respondent een viertal vragen gesteld die samen de term casual seks dienden af te dekken. Het ging hierbij om de vragen “Ik gebruik of gebruikte Tinder om met iemand over seks te praten”, “Ik gebruik of gebruikte Tinder om sexy foto's uit te wisselen met iemand”, “Ik gebruik of gebruikte Tinder omdat ik op zoek ben naar een one night stand” en “Ik gebruik of gebruikte Tinder om iemand te vinden om seks mee te hebben”. De Cronbach's alpha van deze schaal is .835. Dit betekent dat de interne consistentie hoog is ($M = 4.45$, $SD = .73$, $Eigenvalue = 2.700$). Op basis van deze bevinding is besloten om deze vragen samen te voegen tot 1 nieuwe variabele om het begrip casual seks te kunnen meten.

Tabel 1. Factorladingen Liefde.

“Ik gebruik of gebruikte Tinder (omdat)...”	Factorlading
Het helpt met het vinden van een romantische relatie	.746
Om in contact te komen met een mogelijk toekomstige relatiepartner	.894
Om een lange/serieuze relatie te vinden	.872
Het een makkelijke manier is om mensen te vinden	.733
Om iemand te vinden om bij te zijn	.794

3.5.3 Manipulatiecheck

Om te controleren of er een werkende manipulatie tot stand is gebracht, is er op basis van het onderzoek van Sabri en Michel (2014) een manipulatiecheck uitgevoerd bestaande uit de vragen ‘De getoonde Tinderprofielen waren entertaining’, ‘De getoonde Tinderprofielen bevatten geen humor’, ‘De getoonde Tinderprofielen waren humoristisch’ en ‘De getoonde Tinderprofielen waren niet grappig’. De antwoordmogelijkheden waren op basis van een 7-puntschaal en liepen van ‘helemaal mee oneens’ tot ‘helemaal mee eens’.

De verwachting was dat ‘De getoonde Tinderprofielen waren entertaining’ en ‘De getoonde Tinderprofielen waren humoristisch’ significant vaker met ‘helemaal mee eens’ werden ingevuld door de respondenten uit de experimentele conditie vergeleken met respondenten uit de controle conditie. Daar staat tegenover dat op basis van de uitgevoerde manipulatie werd verwacht dat de vragen ‘De getoonde Tinderprofielen bevatten geen humor’ en ‘De getoonde Tinderprofielen waren niet grappig’ significant vaker met ‘helemaal mee oneens’ werden ingevuld door de respondenten uit de experimentele conditie vergeleken met respondenten uit de controle conditie.

Hiervoor zijn de laatste twee variabelen bij de analyse omgepoold. De interne consistentie is hoog voor deze vier variabelen ($\alpha = .863$, $M = 3.54$, $SD = 1.45$, $Eigenvalue = 2.908$), wat betekende dat zij samengevoegd konden worden tot één variabele die het concept humor meet in dit onderzoek.

3.6 Data analyse

De gegevens verkregen uit Qualtrics zijn geanalyseerd met behulp van het programma SPSS. Allereerst werd de dataset gecontroleerd op foutieve waarden, zoals *missings*. Vervolgens zijn er variabelen aangemaakt waarmee de analyse kon worden uitgevoerd. Daarop volgend is er een Factoranalyse uitgevoerd om te controleren of de items van de schalen op dezelfde factor laden, zodat ze onder één variabele konden worden opgenomen in de analyses. Dit bleek het geval. Ook is voor de interne consistentie de Cronbach's Alpha opgevraagd, deze bleek bij alle analyses hoog. Daarna is hypothese 1 getoetst aan de hand van een univariate variantieanalyse en hypothese 2 aan de hand van twee regressieanalyses, één voor liefde en één voor casual seks als motivatie.

4. Resultaten

In dit hoofdstuk zullen de resultaten worden besproken om de eerder geformuleerde onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden.

4.1 Beschrijvende gegevens

Respondenten liketen in dit onderzoek gemiddeld 5.8 profielen ($SD = 2.4$) van de in totaal 20 Tinderprofielen. Verder hebben alle respondenten in dit onderzoek Tinder al eens gebruikt. Hiervan gebruikt 17.9% van hen Tinder dagelijks, 16.1% gebruikt Tinder 4 tot 5 keer per week, 22.3% gebruikt Tinder 1 tot 3 keer per week, 23.2% gebruikt Tinder maandelijks, 17.0% geeft aan Tinder maar één of twee keer gebruikt te hebben en 3.6% bleek een missing. Verder gaven bijna alle respondenten (95.4%) aan al eens een match gehad te hebben op Tinder. Hiervan bleek dat 62.4% wel eens offline met een match had afgesproken.

4.2 Covariaten

Doordat Tinder haar gebruikers alleen maar de mogelijkheid biedt om een foto te laten zien in combinatie met de tekst, is de getoonde foto in dit onderzoek belangrijk. Daarom zijn er controlevragen toegevoegd om vast te stellen of de foto het liken beïnvloedde. Zo werd onder andere gevraagd of men een duidelijke profielfoto belangrijk vond ($r = .122, p = .206$), of het belangrijk is dat een man aantrekkelijk is ($r = -.12, p = .897$) en of men opleidingsniveau bij een man belangrijk vindt ($r = .029, p = .768$). Geen enkele van deze controlevragen bleken van invloed. Echter bleek de stelling “De mannen in de getoonde Tinderprofielen waren aantrekkelijk” wel te correleren met het liken van profielen, waarop deze variabele zal worden opgenomen als covariaat.

4.3 Manipulatiecheck

Voor de toetsing van de manipulatie is er gebruik gemaakt van een Independent samples T-test in SPSS om het herkennen van humor te vergelijken in de experimentele conditie en controle conditie. Het herkennen van humor werd gemeten door de variabele “humor”, welke bestaat uit de vier eerder besproken vragen over humor in de Tinderprofielen die vervolgens samen zijn genomen. Er was een significant verschil te zien in het herkende aantal keren humor tussen de experimentele ($M = 4.51, SD = 1.39$) en controle ($M = 2.76, SD = .93$) conditie; $t(106) = 7.79, p < .001$. Dit betekent dat de experimentele groep significant meer humor herkent. Hieruit kan geconcludeerd worden dat de manipulatie succesvol is uitgevoerd.

4.4 Toetsing hypothesen

H1: Profielteksten op Tinder met een humorelement krijgen meer likes van heteroseksuele vrouwen tussen de 18 en 30 jaar dan profielteksten op Tinder zonder humorelement.

De eerste hypothese werd getoetst door het uitvoeren van een univariate variantieanalyse in SPSS. Hierbij is het aantal gelikte profielen de afhankelijke variabele en de conditie waartoe de respondent is ingedeeld (humor of neutraal) als onafhankelijke variabele. Het hoofdeffect (zie ook tabel 2) blijkt onder controle van de covariaat ‘Getoonde mannen aantrekkelijk’ significant ($F(1;102) = 7.73, p = .008$). Respondenten die in de humor conditie zaten liketen gemiddeld 4.92 profielen ($SD = .35$) van de geziene 20 Tinderprofielen. Hier staat tegenover dat de respondenten in de controle conditie gemiddeld 5.99 profielen liketen ($SD = .32$) van de geziene 20 Tinderprofielen. Dit komt niet overeen met de verwachting dat de controleconditie minder profielen zou liken. Het gevonden significante resultaat is dus tegengesteld aan wat werd verwacht.

Tabel 2 : Resultaten unianova analyse aantal likes voorspelt op basis van humorconditie

	<i>DF</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
Intercept	1	1665.520	1665.520	406.361	.000
De mannen in de getoonde Tinderprofielen waren aantrekkelijk (covariaat)	5	179.022	35.804	8.736	.000
Conditie	1	29.817	29.817	7.275	.008

$R^2 = .350$; $R^2 \text{ adj} = .312$

H2: Profielteksten op Tinder met een humorelement krijgen meer likes van heteroseksuele vrouwen tussen de 18 en 30 jaar die op zoek zijn naar een vaste relatie dan van vrouwen die niet op zoek zijn naar een vaste relatie.

De tweede hypothese werd getoetst door het uitvoeren van twee multiële regressie analyses in SPSS. In Tabel 3 worden de resultaten weergegeven van een regressie analyse met liefde als motivatie. Hier is te zien dat de interactie-variabele, motivatie liefde x humor, ($\beta = .051, p$

= .687) niet significant is, alleen de covariaat, de mannen in de getoonde Tinderprofielen waren aantrekkelijk, ($\beta = .429$, $p = <.001$) is significant.

Tabel 3 : Resultaten regressie analyse van motivatie liefde op aantal likes

	Aantal Likes				
	B	SD	β	<i>t</i>	<i>p</i>
Intercept	.608	1.255		.485	.629
De mannen in de getoonde Tinderprofielen waren aantrekkelijk (covariaat)	.849	.168	.429	5.064	.000
Humor	1.484	.506	.302	2.934	.004
Motivatie liefde	-.386	.273	-.161	-1.415	.160
Motivatie liefde x humor (interactie- variabele)	.025	.062	.051	.404	.687
$R^2 = .275$; $R^2 \text{ adj} = .246$					

In Tabel 4 zijn de resultaten te zien van een regressie analyse met casual seks als motivatie. Hier is te zien dat de interactie-variabele ($\beta = -.048$, $p = .663$) niet significant is. Ook hier is alleen de covariaat ($\beta = .487$, $p = <.001$) significant. De tweede hypothese wordt verworpen.

Tabel 4 : Resultaten regressie analyse van motivatie casual seks op aantal likes

	Aantal Likes				
	B	SD	β	t	p
Intercept	-.662	1.743		-.380	.705
De mannen in de getoonde Tinderprofielen waren aantrekkelijk (covariaat)	.962	.168	.487	5.743	.000
Humor	.985	.502	.205	1.964	.052
Motivatie casual seks	.236	.300	.072	.785	.434
Motivatie casual seks x humor (interactie-variabele)	-.017	.039	-.048	-.437	.663
$R^2 = .290$; $R^2 \text{ adj} = .263$					

5. Conclusie en discussie

Middels deze studie is getracht kennis in kaart te brengen over liking gedrag van vrouwen op Tinder. De doelstelling die hieraan ten grondslag lag was het bestuderen van de effecten van humorteksten in Tinderprofielen op het aantal profielen dat wordt geliked, en welke invloed de motivatie voor het gebruiken van Tinder (het wel of niet op zoek zijn naar een vaste relatie) hierop heeft. Hierbij stond de volgende vraagstelling centraal:

Wat is het effect van humor in profielteksten op Tinder op het aantal likes dat een Tinderprofiel krijgt van 18 tot 30 jarige heteroseksuele vrouwen, en welke rol speelt de motivatie voor het gebruiken van Tinder hierbij?

5.1 Conclusie

Er is in dit onderzoek geen significant effect gevonden van humor op het aantal gelikete profielen. Dit is niet in lijn met de verwachting vanuit de literatuur dat humorteksten meer likes opleveren. Uit dit onderzoek bleek echter wel dat neutrale teksten significant meer likes opleverden in vergelijking met humor teksten.

Verder bleek motivatie niet van invloed te zijn op het like-gedrag van de respondenten. Er is namelijk geen significant verschil gevonden in het aantal gelikete profielen tussen de respondenten die aangaven op zoek te zijn naar een vaste relatie en de respondenten die aangaven dit niet te zijn. Daarnaast is er ook geen significant verschil gevonden in het aantal likes tussen de participanten die aangaven op zoek te zijn naar casual seks en de participanten die aangaven dit niet te zijn.

5.2 Discussie

Uit de resultaten is gebleken dat humorteksten niet voor meer likes zorgen op Tinder, ondanks dat de teksten in dit onderzoek, op basis van de pre-test en vragen in het onderzoek, wel als grappig werden aangemerkt. Dit is niet in lijn met de gevonden theorie, aangezien deze stelt dat vrouwen zich sterker aangetrokken voelen tot mannen die humoristisch zijn dan tot mannen die dit niet zijn (Miller, 2000; Cowan & Little, 2013; Tornquist & Chiappe, 2015).

Een mogelijke verklaring is dat Tinder anders werkt dan face-to-face interactie en conventionele datingwebsites, waar tot nu toe onderzoek naar is gedaan (Miller, 2000; Martin, Puhlik-Doris, Larsen, Gray & Weir, 2003; Gibbs, Ellison, & Lai, 2011; Carr et al., 2012; Cowan & Little, 2013; Tornquist & Chiappe, 2015). Door het gemak waarmee op Tinder geswiped kan worden naar een volgende kandidaat ontstaat het idee van een spelletjes-achtige context (David & Cambre, 2016). Tinder heeft, doordat veel gebruikers het zien als een

spelletje, meer het imago gekregen van vermaak (Daalmans et al., 2016). Hieruit kan geredeneerd worden dat Tinder door gebruikers niet wordt gebruikt om serieuze relaties te vinden, waardoor dit onderzoek de gevonden resultaten niet kan verklaren.

Een andere mogelijke verklaring is dat de teksten die door mannen gebruikt worden op Tinder, en die opgenomen zijn in dit onderzoek, niet de juiste soort humor bevatten om vrouwen mee aan te trekken. Uit onderzoek van Martin et al. (2003) blijkt namelijk dat er verschillende soorten humor zijn en dat deze soorten humor ieder een andere werking hebben. De humor die in het onderzoek gebruikt is, en ook in de praktijk te zien is op Tinder, zou volgens Martin et al. (2003) vallen onder *self-enhancing humor*, dit houdt in dat de persoon zijn positie probeert te verhogen door het gebruik van humor. Ook kan er sprake zijn geweest van *aggressive humor*, wat inhoudt dat de persoon zijn positie probeert te verhogen door het gebruik van humor ten koste van anderen. Het zou kunnen dat dit niet werkt op een medium als Tinder. Een andere vorm van humor, zoals *self-defeating humor*, wat inhoudt dat de persoon zijn positie probeert te verhogen door het gebruik van humor ten koste van zichzelf, zou mogelijk succesvoller zijn doordat het laat zien dat de persoon in kwestie tegen een grapje kan. Bij vervolgonderzoek zou gekeken kunnen worden of er verschil is te zien in het aantal likes bij verschillende soorten humor.

Een interactie-effect tussen humor, motivatie en het aantal likes (H2) werd niet gevonden in dit onderzoek. Dit zou kunnen worden verklaard aan de hand van de redenen die hierboven al werden besproken. Als Tinder wordt gezien als vermaak, maakt onderscheid in de motivaties liefde en casual seks niet meer uit. Als de getoonde humor niet werkt op Tinder heeft motivatie hier geen invloed meer op. Tevens heeft Tinder, door de andere opzet, een heel ander publiek; de gemiddelde leeftijd ligt lager (Emery, 2016) en het aanmaken van een profiel kost veel minder tijd waardoor de drempel om het te gebruiken lager ligt en onserieuze gebruikers meer voorkomen (Datingzoeker.nl, z.d.; David & Cambre, 2016). Hierdoor kunnen de mensen die Tinder gebruiken, die ook respondent waren in dit onderzoek, per definitie minder serieus opzoek zijn naar een relatie dan wanneer een datingwebsite wordt gebruikt. Dit valt ook te verklaren vanuit de Uses & Gratifications benadering: personen die Tinder gebruiken hebben andere gratificaties dan personen die een conventionele datingwebsite gebruiken.

Dit onderzoek biedt een aanvulling op de bestaande wetenschappelijke literatuur over Tinder. Er is een belangrijke aanvulling gevonden op bestaande literatuur met betrekking tot de presentatie van mannen op Tinder. Waar eerder gedacht werd dat mannen die humoristisch

zijn aantrekkelijk worden gevonden door vrouwen (Miller, 2000; Cowan & Little, 2013; Tornquist & Chiappe, 2015), blijkt op Tinder juist dat vrouwen significant minder liken als mannen humor in hun profielteksten gebruiken. Dit is een aspect dat in vervolgonderzoek verder onderzocht kan worden door in te gaan op dat wat er aan een Tinderprofiel moet worden toegevoegd om meer likes te krijgen. Daarnaast kan de focus verschoven naar worden wat heteroseksuele mannen aantrekkelijk vinden op Tinder, zodat beide geslachten onderzocht worden. De bevinding dat motivatie geen invloed heeft op het like-gedrag van vrouwen is een indicatie dat onderzoeken naar de motivatie van Tindergebruik mogelijk niet afdoende licht zullen werpen op het selectieproces. Aangeraden wordt meer kwalitatief onderzoek te doen naar de motivatie van Tindergebruik, bijvoorbeeld door interviews, zodat een beter fundament ontstaat waarop kwantitatief onderzoek gebaseerd kan worden.

Verder kent dit onderzoek een aantal limitaties. Allereerst de steekproef: door de verspreiding via *Facebook* en *Radboud Research Participation System* zijn vooral hoogopgeleiden ondervraagd waardoor mogelijk geen dwarsdoorsnede gemaakt van de Tinder populatie is gemaakt. Het zou kunnen dat opleidingsniveau invloed heeft op het like-gedrag; personen met een lager opleidingsniveau neigen vroeger te beginnen aan kinderen (Neels, Murphy, Bhrolcháin, & Beaujouan, 2017), waardoor zij mogelijk ook eerder op zoek zijn naar serieuze relaties dan personen met een hoger opleidingsniveau. Jongvolwassenen met een hoger opleidingsniveau kunnen Tinder gebruiken als tijdverdrijf waarbij geswiped wordt uit verveling (David & Cambre, 2016) waardoor conclusies over datedrag lastiger te trekken zijn in dit onderzoek. Bij vervolgonderzoek is een meer gevarieerde steekproef daarom aan te raden.

Tenslotte is er een limitatie in de opzet. Tinder gebiedt gebruikers een foto aan hun profiel toe te voegen, dit heeft mogelijk limiterend gewerkt aangezien de gefotografeerde mannen veelal modellen waren waardoor zij mogelijk geen afspiegeling van de werkelijkheid boden. Hierdoor kan het dat respondenten over het algemeen meer hadden geliked als er andere foto's of mannen waren gebruikt in de profielen. Doordat dezelfde foto's in zowel de experimentele conditie als de neutrale conditie zijn gebruikt is het verschil tussen de condities eruit gefilterd, maar het zou kunnen dat bij andere foto's of mannen het gemiddelde aantal likes bij beide groepen veel hoger of lager zou liggen. Er zou dus in vervolgonderzoek gekeken moeten worden naar foto's die een betrouwbare weergave van de werkelijkheid zijn.

Dit onderzoek biedt een eerste inzicht in humorgebruik op Tinder, een fenomeen waar nog niets over bekend is op een medium dat nog weinig aandacht heeft genoten in het onderzoeksveld van online dating. Omdat humor al jarenlang gebruikt wordt door mannen om

een vrouw te versieren, zowel online als offline, werd verwacht dat dit op Tinder ook zou werken. Echter blijkt uit dit onderzoek dat mannen die humorteksten in hun Tinderprofiel zetten minder likes krijgen. Dit verschil tussen theorie en praktijk is een goede aanleiding voor vervolgonderzoek om meer inzicht te kunnen krijgen in Tinder en het gebruik ervan.

Referentielijst

- Blumler, J.G., & E. Katz. (1974). *The Uses of Mass Communication*. Newbury Park, CA: Sage.
- Brand, R.J., Bonatsos, A., D'Orazio, R., & DeShong, H. (2012). What is beautiful is good, even online: Correlations between photo attractiveness and text attractiveness in men's online dating profiles. *Computers in Human Behavior*, 28(1), 166-170.
- Carr, C.T., Dauterman, P., & Schrock, D.B. (2012). Speech Acts Within Facebook Status Messages. *Journal of Language and Social Psychology*, 31(2), 176-196.
- Cowan, M. L., & Little, A. C. (2013). The effects of relationship context and modality on ratings of funniness. *Personality and Individual Differences*, 54, 496–500. doi:10.1016/j.paid.2012.10.020.
- Daalmans, S., Cunningham, C., & van Ommen, M.E. (2016). Love at first swipe? Een kwalitatieve interviewstudie naar de motieven en doeleinden van gebruikers van de applicatie Tinder. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 44, 134-149.
- Datingzoeker.nl (z.d.). Verschillen tussen Tinder en Datingsite. Geraadpleegd op 5 februari 2018 van <https://www.datingzoeker.nl/tinder-datingsite/>
- David, G. & Cambre, C. (2016). Screened Intimacies: Tinder and the Swipe Logic. *Social Media + Society*, 2(2), 1-11. doi: 10.1177/2056305116641976.
- Derlega, V., Winstead, B., Wong, P., & Greenspan, M. (1987). Self-disclosure and relationship development: An attributional analysis. In M. E. Roloff & G. R. Miller (Eds.), *Interpersonal Processes: New Directions in Communication Research* (pp. 172–187). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Ellison, N., Heino, R., & Gibbs J. (2006). Managing Impressions Online: Self-Presentation Processes in the Online Dating Environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 415-441.
- Emery, L.R. (2016, 7 april). The Most Popular Dating Apps Among Different Ages. Geraadpleegd op 5 februari 2018 van <https://www.bustle.com/articles/153012-the-most-popular-dating-apps-among-different-ages>
- Finkel, E.J., Eastwick, P.W., Karney, B.R., Reis, H.T., & Sprecher, S. (2012). Online Dating: A Critical Analysis From the Perspective of Psychological Science. *Psychological science in the public interest: a journal of the American Psychological Society*, 13(1), 3-66.
- Gatter, K., & Hodkinson, K. (2016). On the differences between Tinder™ versus online dating agencies: Questioning a myth. An exploratory study. *Cogent Psychology*, 3(1). doi : 10.1080/23311908.2016.1162414

- Gibbs, J., Ellison, N., & Lai, C.-H. (2011). First Comes Love, Then Comes Google: An Investigation of Uncertainty Reduction Strategies and Self-Disclosure in Online Dating. *Communication Research*, 38(1), 70-100.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Anchor.
- Hart, H. 't., Boeijs, H., & Hox, J. (2009). *Onderzoeksmethoden*. Nederland, Amsterdam: Boom Lemma.
- Hatchel, T., Negri, S., & Subrahmanyam, K. (2018). The relation between media multitasking, intensity of use, and well-being in a sample of ethnically diverse emerging adults. *Computers in Human Behavior*, 8, 115-123.
- Hiltz, S.R., Johnson, K., & Turoff, M. (1986). Experiments in Group Decision Making: "Communication Process and Outcome in Face-to-Face versus Computerized Conferences". *Human Communication Research*, 13(2), 225-253.
- Hollenbeck, C.R. & Kaitaki, A.M. (2012). Consumers' use of brands to reflect their actual and ideal selves on Facebook. *International Journal of Research in Marketing*, 29, 395-405.
- Lebowitz, S. (2016, 10 september). The vast majority of Tinder users aren't using the app the way you might expect it. Geraadpleegd op 4 oktober 2017 van <http://www.businessinsider.com/most-tinder-users-look-for-meaningful-relationships-2016-9?international=true&r=US&IR=T>.
- Li, N.P., Griskevicius, V., Durante, K.M., Jonason, P.K., Pasisz, D.J., & Aumer, K. (2009). An evolutionary perspective on humor: Sexual selection or interest indication? *Personality and Social Psychology Bulletin*, 35, 923-936. doi:10.1177/0146167209334786
- Martin, R.A., Puhlik-Doris, P., Larsen, G., Gray, J., & Weir, K. (2003). Individual differences in uses of humor and their relation to psychological well-being: Development of the Humor Styles Questionnaire. *Journal of Research in Personality*, 37(1), 48-75.
- Mason, C.L. (2016) Tinder and humanitarian hookups: the erotics of social media racism. *Feminist Media Studies*, 16(5), 822-837. doi: 10.1080/14680777.2015.1137339.
- McGrath, F. (2015, 24 april). What to Know About Tinder in 5 Charts. Geraadpleegd op 5 oktober 2017 van <https://blog.globalwebindex.net/trends/what-to-know-about-tinder/>.
- Miller, G. F. (2000). *The mating mind: How sexual choice shaped the evolution of human nature*. New York, NY: Doubleday & Co.
- Neels, K., Murphy, M., Bhrolcháin, M.N., & Beaujouan, E. (2017). Rising Educational Participation and the Trend to Later Childbearing. *Population and Development Review*, 43(4), 667-693. doi: 10.1111/padr.12112

- Petty, R.E., & Cacioppo, J.T. (1986). The Elaboration Likelihood Model of Persuasion. *Advances in experimental social psychology*, 19, 123-205. doi: 10.1016/S0065-2601(08)60214-2.
- Polk, J., Young, D.G., & Holbert, R.L. (2009). Humor complexity and Political Influence: An Elaboration Likelihood Approach to the Effects of Humor Type in The Daily Show with Jon Stewart. *Atlantic Journal of Communication*, 17(4), 202-219. doi: 10.1080/15456870903210055.
- Smith, C. (2018, 3 januari). 45 Interesting Tinder statistics and facts. Geraadpleegd op 20 januari 2018 van <https://expandedramblings.com/index.php/tinder-statistics/3/>.
- Sternthal, B., & Craig, C.S. (1973). Humor in Advertising. *Journal of Marketing*, 37, 12-18.
- Sumter, S., Vandenbosch, L., & Ligtenberg, L. (2017). Love me Tinder: Untangling emerging adults' motivations for using the dating application Tinder. *Telematics and Informatics*, 34(1), 67-78.
- Tinder. (2014). Swipe Match Chat. Geraadpleegd op 24 september 2017 van www.gotinder.com.
- Toma, C. & Carlson, C. (2015). How Do Facebook Users Believe They Come Across in Their Profiles?: A Meta-Perception Approach to Investigating Facebook Self-Presentation. *Communication Research Reports*, 32(1), 93-101.
- Tornquist, M., & Chiappe, D. (2015). Effects of Humor Production, Humor Receptivity, and Physical Attractiveness on Partner Desirability. *Evolutionary Psychology*, 13(4), 1-13. doi:10.1177/1474704915608744.
- Wang, S.S. (2015). To unfriend or not: exploring factors affecting users in keeping friends on Facebook and the implications on mediated voyeurism. *Asian Journal of Communication*, 25(5), 465-485.
- Ward, J. (2017). What are you doing on Tinder? Impression management on a matchmaking mobile app. *Information, Communication & Society*, 20 (11), 1644-1659.
- Wester, F., Renckstorf, K., & Scheepers, P. (2012). Onderzoekstypen in de Communicatiewetenschap. Amsterdam, Nederland: Adformatie groep.

Bijlage

LOL op Tinder

Een onderzoek naar de invloed van humor en motivatie op het aantal likes

Daisy Comhair
s4475321

April 2018
Definitieve versie

Bachelorscriptie
Opleiding Communicatiewetenschap
Radboud Universiteit Nijmegen
Begeleider: Dr. D.J. Anschutz

Bijlage A - Vragenlijst

Mijn naam is Daisy Comhair en ik ben vierdejaars student Communicatiewetenschap. Voor mijn bachelorscriptie doe ik onderzoek naar het gebruik van Tinder door vrouwen. Je krijgt wat Tinderprofielen te zien die je moet beoordelen. Daarna moet je een vragenlijst invullen over Tinder en Tindergebruik. Deelname aan het onderzoek duurt ongeveer 5 tot 10 minuten. Je blijft anoniem en alle gegevens worden strikt vertrouwelijk behandeld.

Ik wil je hierbij vragen mee te doen aan mijn onderzoek door in te stemmen met de volgende verklaring:

“Ik heb besloten tot deelname aan het onderzoek en geef hierbij toestemming om mijn antwoorden te gebruiken voor wetenschappelijke doeleinden. Ik ben over het onderzoek geïnformeerd. Ik heb het recht mijn medewerking aan het onderzoek te staken zonder dat ik daarvoor een reden hoeft op te geven.”

☐ Ik ga akkoord

1. Wat is je leeftijd?

2. Wat is je geslacht?

☐ Vrouw

☐ Man

☐ Anders

3. Wat is je huidige/hoogst voltooide opleidingsniveau?

- ☐ Basisschool
- ☐ Middelbare school
- ☐ MBO
- ☐ HBO
- ☐ WO Bachelor
- ☐ WO Master

4. Heb je Tinder al eens gebruikt?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

Je krijgt zometeen steeds een Tinderprofiel te zien, met hierbij de vraag of je deze persoon zou liken ja of nee. Ik wil je vragen steeds aandachtig de profielen te bestuderen voordat je een beslissing maakt. Hierbij wil ik je vragen je huidige relatiestatus buiten beschouwing te laten.

5. Zou je Bas liken (naar rechts swipen) op Tinder?

- ☐ Nee
- ☐ Ja

6. Zou je Christian liken (naar rechts swipen) op Tinder?

- ☐ Nee
- ☐ Ja

7. Zou je Daniël liken (naar rechts swipen) op Tinder?

☐ Nee

☐ Ja

8. Zou je Ivan liken (naar rechts swipen) op Tinder?

☐ Nee

☐ Ja

9. Zou je Jeroen liken (naar rechts swipen) op Tinder?

☐ Nee

☐ Ja

10. Zou je Koen liken (naar rechts swipen) op Tinder?

☐ Nee

☐ Ja

11. Zou je Marco liken (naar rechts swipen) op Tinder?

☐ Nee

☐ Ja

12. Zou je Yannick liken (naar rechts swipen) op Tinder?

☐ Nee

☐ Ja

13. Zou je Wouter liken (naar rechts swipen) op Tinder?

☐ Nee

☐ Ja

14. Zou je Martijn liken (naar rechts swipen) op Tinder?

☐ Nee

☐ Ja

15. Zou je Tijs liken (naar rechts swipen) op Tinder?

☐ Nee

☐ Ja

16. Zou je Thomas liken (naar rechts swipen) op Tinder?

☐ Nee

☐ Ja

17. Zou je Stijn liken (naar rechts swipen) op Tinder?

☐ Nee

☐ Ja

18. Zou je Stephan liken (naar rechts swipen) op Tinder?

☐ Nee

☐ Ja

19. Zou je Stan liken (naar rechts swipen) op Tinder?

☐ Nee

☐ Ja

20. Zou je Roy liken (naar rechts swipen) op Tinder?

☐ Nee

☐ Ja

21. Zou je Simon liken (naar rechts swipen) op Tinder?

☐ Nee

☐ Ja

22. Zou je Rick liken (naar rechts swipen) op Tinder?

☐ Nee

☐ Ja

23. Zou je Pieter liken (naar rechts swipen) op Tinder?

☐ Nee

☐ Ja

24. Zou je Mark liken (naar rechts swipen) op Tinder?

☐ Nee

☐ Ja

Je krijgt een aantal stellingen te zien. De vraag is of je steeds 1 antwoord wil kiezen.

25. Ik gebruik of gebruikte Tinder (omdat) ...
(zie volgende pagina)

	Helemaal Mee eens	Beetje mee eens	Neutraal	Beetje mee oneens	Helemaal mee oneens
Het leuk is	0	0	0	0	0
Ik het leuk vind om rond te kijken op Tinder	0	0	0	0	0
Ik niemand anders heb om mee te praten	0	0	0	0	0
Iedereen Tinder gebruikt	0	0	0	0	0
Mijn Tinder matches mij beter begrijpen dan andere mensen	0	0	0	0	0
Om informatie uit te vinden over andere gebruikers	0	0	0	0	0
Om naar foto's van anderen te kunnen kijken	0	0	0	0	0
Om naar de profielen van anderen te kunnen kijken	0	0	0	0	0

Het helpt met het vinden van een romantische relatie	0	0	0	0	0
Ik met iemand moet praten	0	0	0	0	0
Het spannend is	0	0	0	0	0
Om mezelf blij te maken	0	0	0	0	0
Om te relaxen	0	0	0	0	0
Het ervoor zorgt dat ik mij minder alleen voel	0	0	0	0	0
Om met iemand over seks te praten	0	0	0	0	0
Ik het makkelijker vind om diepgaand te praten met mensen online in plaats van offline	0	0	0	0	0
Om te zien wie er nog meer Tinder gebruikt	0	0	0	0	0

Om in contact te komen met een mogelijk toekomstige relatiepartner	0	0	0	0	0
Het opwindend kan zijn	0	0	0	0	0
Ik het gevoel heb dat ik makkelijker kan communiceren online dan offline	0	0	0	0	0
Ik opzoek ben naar een spannende relatie	0	0	0	0	0
Om meer zelfvertrouwen te krijgen	0	0	0	0	0
Voor de kick	0	0	0	0	0
Ik het als een plezierige activiteit zie als ik aan het relaxen ben	0	0	0	0	0
Om de tijd te doden, vooral als ik me vervel	0	0	0	0	0

Ik me beter voel als ik een match heb op Tinder	☐	☐	☐	☐	☐
Om mezelf aantrekkelijker te vinden	☐	☐	☐	☐	☐
Ik het grappig vind	☐	☐	☐	☐	☐
Om sexy foto's uit te wisselen met iemand	☐	☐	☐	☐	☐
Het nieuw is	☐	☐	☐	☐	☐
Om te flirten	☐	☐	☐	☐	☐
Om uit te vinden wat andere mensen van mij vinden	☐	☐	☐	☐	☐
Het leuk is	☐	☐	☐	☐	☐
Het spannend is om met een vreemde te praten	☐	☐	☐	☐	☐
Het mij helpt nieuwe vriendschappen te sluiten	☐	☐	☐	☐	☐
Uit gewoonte	☐	☐	☐	☐	☐

Ik minder verlegen ben online dan offline	0	0	0	0	0
ik opzoek ben naar een one night stand	0	0	0	0	0
Zodat mensen mij kunnen complimenteren op mijn uiterlijk	0	0	0	0	0
Om mij beter te voelen over mezelf	0	0	0	0	0
Om een lange/serieuze relatie te vinden	0	0	0	0	0
Het een makkelijke manier is om mensen te vinden	0	0	0	0	0
Het cool is	0	0	0	0	0
Wanneer ik niets beters heb om te doen	0	0	0	0	0
Om iemand te vinden om seks mee te hebben	0	0	0	0	0
Om iemand te vinden om bij te zijn	0	0	0	0	0

26. Beantwoord de volgende vragen over dit onderzoek
(zie volgende pagina)

	Zeer mee oneens	Mee oneens	Enigszins mee oneens	Neutraal	Enigszins mee eens	Mee eens	Zeer mee eens
De getoonde Tinderprofielen waren entertaining	0	0	0	0	0	0	0
De mannen in de getoonde Tinderprofielen waren aantrekkelijk	0	0	0	0	0	0	0
Ik vond dat de profielen humor bevatten	0	0	0	0	0	0	0
Het is belangrijk dat een man aantrekkelijk is	0	0	0	0	0	0	0
Ik vond de profielen humoristisch	0	0	0	0	0	0	0
Opleidingsniveau is belangrijk bij een man	0	0	0	0	0	0	0
Het is belangrijk wat een man op zijn Tinderprofiel schrijft	0	0	0	0	0	0	0
Ik vond de profielen grappig	0	0	0	0	0	0	0

Het is belangrijk
dat een man een
duidelijke foto
heeft op Tinder



27. Ben je nog steeds actief op Tinder?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

28. Hoe vaak gebruik je of heb je Tinder gebruikt?

- ☐ Eén of twee keer
- ☐ Maandelijks
- ☐ 1 tot 3 keer per week
- ☐ 4 tot 5 keer per week
- ☐ Elke dag

30. Heb je een relatie?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

31. Ben je op dit moment met iemand aan het daten?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

32. Ben je vrijgezel?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

33. Heb je al eens een match gehad op Tinder?

☐ Ja

☐ Nee

34. Hoeveel matches denk je ongeveer gehad te hebben? (Bij geen matches 0 invullen).

35. Heb je al eens offline met iemand afgesproken na hem ontmoet te hebben via Tinder?

☐ Ja

☐ Nee

36. Heb je al eens een one night stand gehad via Tinder?

☐ Ja

☐ Nee

37. Waar denk je dat dit onderzoek over ging?

38. Zijn er nog dingen die je wil aangeven?

Heel erg bedankt voor het meedoen aan mijn onderzoek.

Voor vragen of opmerkingen ben ik via mail bereikbaar op d.comhair@student.ru.nl

Bijlage B - Stimulusmateriaal



Bas

📍 KPMG Nederland
🎓 Tilburg University
📍 64 km uit de buurt

1,90m
Spontaan
Eerlijk
Fitness

Swipe links als je ooit een paardenposter hebt gehad.



Bas

📍 KPMG Nederland
🎓 Tilburg University
📍 64 km uit de buurt

1,90m
Spontaan
Eerlijk
Fitness



Christian

🎓 IVA Driebergen Business School

Motorrijden
Voetbal
1.89m
Reizen
Koken
Fitness

Ik heb genoeg truien die je mag stelen.



Christian

🎓 IVA Driebergen Business School

Motorrijden
Voetbal
1.89m
Reizen
Koken
Fitness





Daniël

🏢 DTP/Vormgever bij ACSI

🏠 HAN

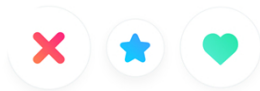
📍 17 km uit de buurt

1.88m

Fitness

Feestjes

Professioneel knuffelbeer



Daniël

🏢 DTP/Vormgever bij ACSI

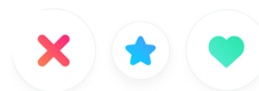
🏠 HAN

📍 17 km uit de buurt

1.88m

Fitness

Feestjes



Ivan

🏠 HAN University of applied sciences /...

📍 6 km uit de buurt

Muziek

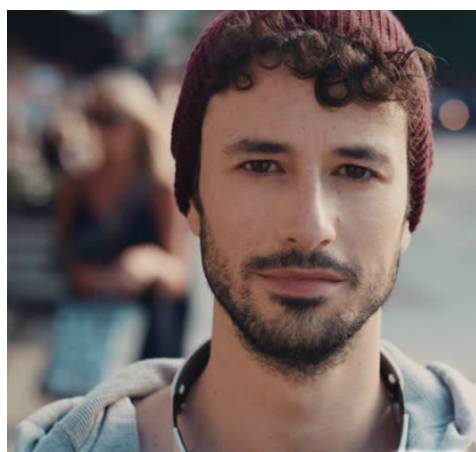
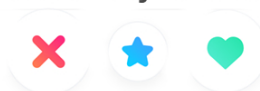
Uitgaan

Fotograferen

Tennis

1.87m

Opzoek naar mijn Tinderella



Ivan

🏠 HAN University of applied sciences /...

📍 6 km uit de buurt

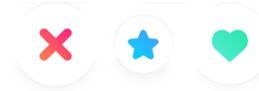
Muziek

Uitgaan

Fotograferen

Tennis

1.87m





Jeroen

📍 Radboud University
HAN University of applied sciences /...
📍 4 km uit de buurt

1.93m

Fotograferen

Sporten

Uitgaan

Foodlover

Als je het meer dan 20 berichtjes
volhoudt nodig ik je uit voor een
kopje koffie.



Jeroen

📍 Radboud University
HAN University of applied sciences /...
📍 4 km uit de buurt

1.93m

Fotograferen

Sporten

Uitgaan

Netflixen



Koen

📍 Paul van Zeeland Juweliers
📍 HAN University of applied sciences /...
📍 4 km uit de buurt

Techno

Uitgaan

1.97m

Fitness

Laatstejaars Logistiek & Economie
Je mag wel hoi zeggen, ik bijt niet.



Koen

📍 Paul van Zeeland Juweliers
📍 HAN University of applied sciences /...
📍 4 km uit de buurt

Techno

Uitgaan

1.97m

Fitness

Laatstejaars Logistiek & Economie





Marco

📁 Software ontwikkelaar
📍 Avans hogeschool Den Bosch
📍 38 km uit de buurt

Ondernemend
Sportief
Zorgzaam
1.87m

Ik schep niet graag op, maar als ik honger heb moet ik wel.



Marco

📁 Software ontwikkelaar
📍 Avans hogeschool Den Bosch
📍 38 km uit de buurt

Ondernemend
Sportief
Zorgzaam
1.87m



Yannick

📍 43 km uit de buurt

Chefkok
Netflix
Festivals
1.92m

Drum&bass
Een wasmachine draait maar een nietmachine niet.



Yannick

📍 43 km uit de buurt

Chefkok
Netflix
Festivals
1.92m

Drum&bass





Wouter

HAN University of applied sciences /...
27 km uit de buurt

1.76m

Voetbal

Drum 'n Bass

Koken

Reizen

Opzoek naar een vrouw om kindere
mee te baren en een gezin mee te
stichten. Brede heupen een pré.



Wouter

HAN University of applied sciences /...
27 km uit de buurt

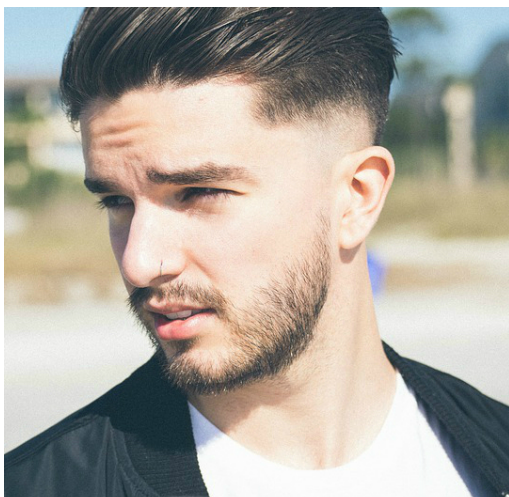
1.76m

Voetbal

Drum 'n Bass

Koken

Reizen



Martijn

HAN University of applied sciences /...
4 km uit de buurt

Reizen

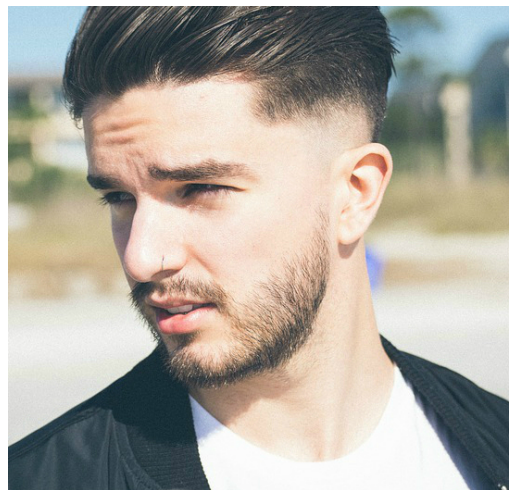
Snowboarden

Films

Fitness

1.85m

Hoe noem je een slang die 3.14 meter
lang is? Een nthon



Martijn

HAN University of applied sciences /...
4 km uit de buurt

Reizen

Snowboarden

Films

Fitness

1.85m





Tijs

📍 BBB - Career Event

🏠 Radboud University

📍 4 km uit de buurt

1.85m

Student Wiskunde

Fotografie

Mountainbiken

Ik ben goed in wiskunde: $jij+ik=69$



Tijs

📍 BBB - Career Event

🏠 Radboud University

📍 4 km uit de buurt

1.85m

Student Wiskunde

Fotografie

Mountainbiken



Thomas

📍 De Duivelsberg

🏠 HAN University of applied sciences /...

📍 minder dan een kilometer uit de buurt

Hockey

Student Informatica

1.79m

**Wat is rood en vliegt door de
Tweede Kamer?**

Een ongestelde vraag



Thomas

📍 De Duivelsberg

🏠 HAN University of applied sciences /...

📍 minder dan een kilometer uit de buurt

Hockey

Student Informatica

1.79m





Stijn

📍 17 km uit de buurt

1,91m

Drum n Bass

Reizen

Hockey

Voetbal

Student Gezondheidswetenschappen

Wat gaat er hard en droog in en

komt er nat en slap weer uit?

Kauwgom.



Stijn

📍 17 km uit de buurt

1,91m

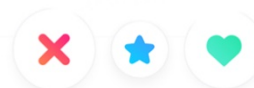
Drum n Bass

Reizen

Hockey

Voetbal

Student Gezondheidswetenschappen



Stephan

📍 17 km uit de buurt

Lerarenopleiding Geschiedenis

Speciaalbier

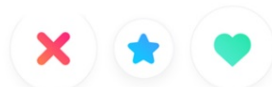
Tennis

Techno

9 van de 10 zouden opnieuw

matchen.

"Geweldige jongen" - iedereen



Stephan

📍 17 km uit de buurt

Lerarenopleiding Geschiedenis

Speciaalbier

Tennis

Techno





Stan

🏠 Radboudumc

📍 HAN Nijmegen

Hogeschool van Arnhem en Nijmegen

📍 3 km uit de buurt

Fitness

Koken

1.89m

Ik maak mij hard voor ananas op pizza



Stan

🏠 Radboudumc

📍 HAN Nijmegen

Hogeschool van Arnhem en Nijmegen

📍 3 km uit de buurt

Fitness

Koken

1.89m



Simon

📍 Hogeschool van Arnhem en Nijmegen

📍 3 km uit de buurt

Fotografie

Gitaar spelen

1.92m

Wiskunde student

Passie voor fruit (vooral passiefruit)



Simon

📍 Hogeschool van Arnhem en Nijmegen

📍 3 km uit de buurt

Fotografie

Gitaar spelen

1.92m

Wiskunde student





Roy

🏠 Golfbaan Het Rijk van Nijmegen
📍 Hogeschool van Arnhem en Nijmegen
📍 8 km uit de buurt

Reizen

Golf

1.86m

Festivals

Bestel mij vandaag en je krijgt er een gratis pannenset bij!



Roy

🏠 Golfbaan Het Rijk van Nijmegen
📍 Hogeschool van Arnhem en Nijmegen
📍 8 km uit de buurt

Reizen

Golf

1.86m

Festivals



Rick

🏠 Software Engineer / IT-specialist bij A...
📍 HAN University of applied sciences /...
📍 12 km uit de buurt

1.84m

Fitness

Reizen

Eten

-hier een grappige tekst-



Rick

🏠 Software Engineer / IT-specialist bij A...
📍 HAN University of applied sciences /...
📍 12 km uit de buurt

1.84m

Fitness

Reizen

Eten





Pieter

📍 3 km uit de buurt

Koffie
Stappen
Mountainbiken
1.86m
Reizen
Master International Business
Hou jij ook van bubbeltjesplastic?



Pieter

📍 3 km uit de buurt

Koffie
Stappen
Mountainbiken
1.86m
Reizen
Master International Business



Mark

📍 11 km uit de buurt

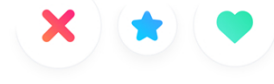
Reizen
Basketbal
International Business
Reizen
1.91m
Hoe wil jij je eitje morgenvroeg?
Gebakken of bevrucht?



Mark

📍 11 km uit de buurt

Reizen
Basketbal
International Business
Reizen
1.91m



Bijlage C - Pre-tests

1,90m

Spontaan

Eerlijk

Vond je de tekst entertaining?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☒ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst humoristisch?

- ☒ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst grappig?

- ☒ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst informatief?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☒ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst neutraal?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☒ Helemaal mee eens

Vond je de tekst realistisch?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☒ Helemaal mee eens

1,90m

Spontaan

Eerlijk

Schreeuwt wanhopig door een microfoon in een “band” en heeft een liefde voor luidruchtige pokke herrie.

Vond je de tekst entertaining?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☒ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst humoristisch?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☒ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst grappig?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☒ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst informatief?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☒ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst neutraal?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☒ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst realistisch?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☒ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

HBO Facility Management. In mijn vrije tijd kijk ik series. Stiekem sta ik best veel in de keuken. Ik zwem graag. Daarnaast reis ik door het hele land op en neer.

Vond je de tekst entertaining?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☒ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst humoristisch?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☒ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst grappig?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☒ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst informatief?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☒ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst neutraal?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☒ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst realistisch?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☒ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

HBO Facility Management. In mijn vrije tijd kijk ik series. Stiekem sta ik best veel in de keuken. Ik zwem graag. Daarnaast reis ik door het hele land op en neer.

Swipe links als je ooit een paardenposter hebt gehad.

Vond je de tekst entertaining?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☒ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst humoristisch?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☒ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst grappig?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☒ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst informatief?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☒ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst neutraal?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☒ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst realistisch?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☒ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

1.88m

Fysiotherapeut i.o.

Fitness

Feestjes

Vond je de tekst entertaining?

- ☒ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst humoristisch?

- ☒ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst grappig?

- ☒ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst informatief?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☒ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst neutraal?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☒ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst realistisch?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☒ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

1.88m

Fysiotherapeut i.o.

Fitness

Feestjes

Professioneel knuffelbeer

Vond je de tekst entertaining?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☒ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst humoristisch?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☒ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst grappig?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☒ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst informatief?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☒ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst neutraal?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☒ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst realistisch?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☒ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Motorrijden
Voetbal
Terras/uitgaan
Reizen
Koken
Wintersport
Knutselen
Series/films

Vond je de tekst entertaining?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☒ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst humoristisch?

- ☒ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst grappig?

- ☒ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst informatief?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☒ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst neutraal?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☒ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst realistisch?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☒ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Motorrijden

Voetbal

Terras/uitgaan

Reizen

Koken

Wintersport

Knutselen

Series/films

Ik heb genoeg truien die je mag stelen.

Vond je de tekst entertaining?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☒ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst humoristisch?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst grappig?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☒ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst informatief?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☒ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst neutraal?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☒ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst realistisch?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☒ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Ondernemend
Zorgzaam
Sportief
Recht voor z'n raap
Eerlijkheid duurt het langst

Vond je de tekst entertaining?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☒ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst humoristisch?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☒ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst grappig?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☒ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst informatief?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☒ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst neutraal?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☒ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst realistisch?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☒ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Ondernemend

Zorgzaam

Sportief

Recht voor z'n raap

Eerlijkheid duurt het langst

Zwarte ganzen vliegen achteruit omdat pingpongballetjesfabrieken geen soep kunnen eten.

Vond je de tekst entertaining?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☒ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst humoristisch?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☒ Helemaal mee eens

Vond je de tekst grappig?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☒ Helemaal mee eens

Vond je de tekst informatief?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☒ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst neutraal?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☒ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☐ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens

Vond je de tekst realistisch?

- ☐ Helemaal mee oneens
- ☐ Mee oneens
- ☐ Enigszins mee oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Enigszins mee eens
- ☒ Mee eens
- ☐ Helemaal mee eens