

Bachelorscriptie

Wat is de onbewuste invloed van gezichtskenmerken op de sociale perceptie bij het beoordelen van expertise, ervaring, belangeloosheid en oprechtheid?

What is the unconscious influence of facial cues on social perception when judging expertise, experience, selflessness and sincerity?

06-06-2017

Mariska van Hoeven

S4461134

m.vanhoeven@student.ru.nl

0615430033

Communicatie- en informatiewetenschappen

Radboud Universiteit Nijmegen

Begeleider: Dr. Martijn Balsters

Samenvatting

In het huidige onderzoek werd gekeken naar de onbewuste invloed van de gezichtskenmerken huidskleur en het dragen van een bril op de sociale perceptie. Uit meerdere onderzoeken blijkt dat bril dragers als intelligenter worden gezien en dat mensen met dezelfde huidskleur worden geprefereerd boven mensen met een andere huidskleur. Om antwoord te geven op de onderzoeksvraag, werd een experiment afgenomen bij 38 blanke proefpersonen met huidskleur (blank en donker) en bril (wel of niet) als onafhankelijke variabelen en expertise, ervaring, belangeloosheid en oprechtheid als afhankelijke variabelen. Er zijn 32 foto's getoond gedurende 50 milliseconden per foto, waarna de proefpersonen deze hebben beoordeeld aan de hand van stellingen. Uit de resultaten is gebleken dat blanke personen en personen met bril hoger worden beoordeeld op expertise en ervaring dan donkere personen en personen zonder bril. Bij belangeloosheid en oprechtheid werden er geen verschillen gevonden bij huidskleur en het wel of niet dragen van een bril. De gezichtskenmerken huidskleur en een bril hebben dus onbewust invloed op de sociale perceptie bij het beoordelen van expertise en ervaring door blanken. Deze onbewuste effecten van visuele cues kunnen wellicht van betekenis zijn voor de marketing.

De (onbewuste) perceptie van gezichtskenmerken

Het gezicht is een belangrijk onderdeel van het lichaam met betrekking tot emoties. Door kenmerken in het gezicht zijn emoties te herkennen. Onder andere Paul Ekman heeft hier onderzoek naar gedaan. In een studie van Ekman en Friesen (2003) werd onderzocht hoe men emoties kan herkennen door gezichtsuitdrukkingen waar te nemen. De gezichtsuitdrukkingen waren gevormd door spierbewegingen en waren vaak universeel. Naast het verschijnsel emotie, is er nog meer af te lezen van het gezicht en de onderdelen rondom het gezicht, zoals haar, baardgroei en een bril (Hellström en Tekle, 1994). Zo krijgt men een bepaalde perceptie over personen door (onbewust) gezichtskenmerken te zien. Er is door veel wetenschappers onderzoek gedaan naar de perceptie van verschillende gezichtskenmerken, zoals symmetrie van het gezicht (Rhodes, Sumich en Byatt, 1999) en de perceptie van leeftijd, gezondheid en aantrekkelijkheid van de gezichtshuid (Matts, Fink, Grammer en Burquest, 2007). Het bleek dat puur de symmetrie geen invloed heeft op aantrekkelijkheid, maar dat een weinig onderscheidend gezicht als aantrekkelijk wordt gezien. Tevens bleek dat homogeniteit van de

huid invloed had op de perceptie van leeftijd, gezondheid en aantrekkelijkheid. Naast de perceptie van gezichtskenmerken in het algemeen, is er onderzoek gedaan naar onbewuste perceptie. Men vormt bij onbewuste perceptie een mening zonder bewust te zijn van alle waargenomen gezichtskenmerken. Kihlstrom (1999) gaf meer uitleg bij het cognitieve onbewuste. Hij noemde het een psychologisch verschijnsel waarbij cognitieve processen ontstaan in afwezigheid van bewustzijn. Ehrenzweig (1953) ontwikkelde een theorie over onbewuste perceptie, waarbij gebruik werd gemaakt van een psychologische analyse van de visie en het gehoor. Ehrenzweig richtte zich hierbij niet op kunst zelf, maar op het innerlijke karakter van creativiteit en hierbij geassocieerde fantasieën. Onbewuste waarneming staat volgens Ehrenzweig in relatie met het lichaam. Balsters, Krahmer, Swerts en Vingerhoets (2013) deden onderzoek naar de onbewuste perceptie. Bij het kort tonen van neutrale en verdrietige gezichten bleek dat als er tranen toegevoegd werden, de emotieherkenning sneller was bij een verdrietig gezicht en dat bij gezichten met tranen de waargenomen behoefte aan steun onbewust groter was dan bij gezichten zonder tranen. De onbewuste perceptie zal ook in het huidige onderzoek onderzocht worden. Hierbij gaat het om de visie en worden twee kenmerken van het gezicht beoordeeld. Er zijn veel gezichtskenmerken te onderscheiden die van invloed zijn op de onbewuste perceptie. In het huidige onderzoek is hier een selectie van gemaakt, namelijk huidskleur en het dragen van een bril. Huidskleur is natuurlijk ook in het gezicht te zien. Volgens Cook (1971) maakt men een profiel van mensen door gezichtskenmerken zoals een bril te zien, zonder deze persoon echt te kennen. Het oordeel is dan niet gebaseerd op feiten, maar puur op gedachten van de beoordelaar. Hier spreekt Cook (1971) dus over de onbewuste perceptie die men heeft over anderen, wat in het huidige onderzoek onderzocht zal worden.

Het dragen van een bril

In verschillende onderzoeken is gekeken naar kenmerken die als aantrekkelijk worden gezien, maar ook die als intelligent worden gezien. Een visueel kenmerk dat vaak in de literatuur genoemd wordt in relatie tot aantrekkelijkheid en intelligentie is een bril. Terry en Kroger (1976) vonden een significant verschil tussen de aantrekkelijkheid van mensen met en zonder bril. Personen met bril werden daarbij als minder aantrekkelijk gezien dan personen zonder bril. Harris, Harris en Bochner (1982) vonden hetzelfde resultaat, maar vonden ook dat brildragers als intelligenter werden gezien dan mensen zonder bril. Edwards (1987) vond ook dit laatste gegeven. Ook zagen Argyle en McHenry (1971) dat brildragers als intelligent werden gezien, maar dit gegeven werd verdreven als de personen werden gezien terwijl ze

voor vijf minuten aan het praten waren. Al met al worden bril dragers volgens Lundberg en Sheenan (1994) meer gewaardeerd als intelligent, hardwerkend, succesvol, betrouwbaar, ijverig, eerlijk en intens en minder als aantrekkelijk, actief, extravert, populair, humoristisch en atletisch dan mensen zonder bril. Ook Hellström en Tekle (1994) hebben onderzoek gedaan naar de persoonlijke perceptie. Door middel van foto's keken zij naar de beoordeling over persoonlijke kwaliteiten en effecten die een bril, het haar en een baard daarop hadden. Ook hier werden mensen met bril beoordeeld als intellectueler en associeerden de beoordelaars bril dragers met goedheid.

Volgens Zebrowitz (1990) gaat de ontvanger bij dit soort sociale perceptie overgeneraliseren. Men heeft de neiging om associaties tussen gerelateerde signalen en beoordeelde variabelen te overgeneraliseren op basis van impliciete persoonlijkheidstheorieën. Als men bijvoorbeeld iemand ziet met bril en alleen op basis daarvan denkt dat deze persoon intelligent is, dan is dat overgeneralisatie. Men denkt dan dat iedereen met een bril daadwerkelijk intelligenter is. Zo wordt de beoordeelde variabele (de intelligentie) hoog beoordeeld door het gerelateerde signaal (de bril) op basis van een persoonlijkheidstheorie waar men zich niet bewust van is. Het kan zo zijn dat bij een groot deel van de bril dragers daadwerkelijk blijkt dat hij of zij intelligent is, maar door de impliciete persoonlijkheidstheorie wordt het overgegeneraliseerd. Dit kan zijn door het fenomeen bijziendheid. Iemand met bijziendheid moet namelijk een bril dragen en bijziendheid schijnt volgens meerdere onderzoeken te ontstaan door intelligentie. Door bijvoorbeeld veel te lezen, kan bijziendheid ontstaan en mensen die veel lezen, worden geassocieerd met intelligentie (Lanyon en Giddings, 1974). Bijziendheid is één van de redenen om een bril te dragen en in meerdere onderzoeken zoals die van Benbow (1986) komt ook naar voren dat bijziendheid toeneemt met intelligentie. Volgens Lanyon en Giddings (1974) neemt de kans op bijziendheid toe als iemand in zijn kindertijd veel leest en zijn directe omgeving verkent, wat wordt geassocieerd met intelligentie. Ashton (1985) beweert zelfs dat het verband tussen bijziendheid en intelligentie genetisch bepaald is. Vroeger waren bijziende personen niet geschikt voor praktische beroepen, maar wel voor lezen en schrijven. Zo zou er volgens Ashton uiteindelijk door selectieve paring een genetisch verband ontstaan zijn. Hieruit volgt dus weer dat mensen met een bril intelligenter zouden zijn. Ook Hellström en Tekle (1994) zeggen dat lezen een reden voor het dragen van een bril is. Tevens heeft het prefereren van een bril dragen boven contactlenzen volgens hen met de persoonlijkheid en het beroep te maken. Het beroep zou weer met intelligentie te maken kunnen hebben. In hun onderzoek werd een gezicht met een bril eerder als een professor gezien dan als een fabrieksarbeider en

werd een afgebeelde man als positief gewaardeerd als hij een bril droeg. Een man met een bril en zonder haar scoorde hoog als manager of leider. Een man met bril en haar werd als behulpzaam, betrouwbaar en sympathiek gezien en scoorde hoog als psycholoog. Iemand zonder bril en haar werd echter als negatief ervaren en scoorde hoog als verdachte. Uit hun onderzoek bleek dat een bril het belangrijkste element was om de beoordeling over de afgebeelde man te beïnvloeden, gevolgd door een baard en het haar. In dit onderzoek ging het alleen om mannen, maar in het huidige onderzoek zullen zowel mannen als vrouwen beoordeeld worden, zodat beide geslachten meegenomen kunnen worden in de resultaten. Uit het onderzoek van Hellström en Tekle (1994) bleek ook dat mensen in hun hoofd bepaalde profielen maken van mensen door middel van bepaalde gezichtskenmerken, zoals een bril, een baard of haargroei. Deze profielen zijn gebaseerd op stereotypen en zijn systematisch. Dat wil zeggen dat het in ons hoofd steeds weer gebeurt en men niet snel van gedachten verandert. Men doet het consequent (Hellström en Tekle, 1994). Het is maar een stereotype, maar toch houdt men daaraan vast bij het maken van een eindoordeel.

Huidskleur

Tevens is er veel onderzoek te vinden over huidskleur als gezichtskenmerk. Huidskleur is altijd een lastig thema geweest door het racisme. Tegenwoordig zou racisme nog steeds aanwezig zijn, maar dan op een andere manier dan vroeger toen donkere mensen bewust werden gediscrimineerd. Men zou tegenwoordig voorkeur hebben voor het ras van hun eigen groep: *'intra-group preferencing'* (Jones, 2010). Hierbij zou iemand met een getinte huidskleur dus discriminerend handelen tegenover mensen met een donkerdere huidskleur, maar ook tegenover mensen met een lichtere huidskleur. Een blank persoon zou dus iemand die ook blank is prefereren boven een persoon met een donkerdere huidskleur en een persoon met een donkere huidskleur zou iemand met dezelfde huidskleur prefereren boven iemand met een lichtere huidskleur. Er is zo dus discriminatie van mensen met een huidskleur anders dan de eigen huidskleur. Dit is volgens Jones (2010) nog vaak te zien als het gaat om dienstverband. Een blanke werkgever zal bijvoorbeeld eerder een werknemer aannemen als deze persoon ook blank is dan een werknemer met een donkere huidskleur. Deze juridische erkenning van moderne discriminatie van huidskleur duidt Jones aan als *'colorisme'*. Hierbij gaat het dus niet om het ras, maar puur om huidskleur. Volgens haar leidt huidskleur tot een verschil in perceptie door verschillende oorzaken. Zo zou huidskleur een indicatie geven van de sociaal-economische klasse van een persoon en zou er symbolisch een verband bestaan tussen de kleuren wit en zwart en goed en kwaad. Hierbij wordt wit als goed gezien en zwart

als kwaad. Het kan dus zijn dat dit concept onbewust is doorgevoerd naar de huidskleur.

Colorisme is niet het soort rassendiscriminatie zoals vroeger. Het is niet de totale uitsluiting van een bepaalde categorie mensen. Het is juist het tegenovergestelde. Jones heeft het over ‘*intra-group screening*’ waarbij men op een subtielere en geraffineerde manier discrimineert. Men heeft dan een negatievere associatie bij mensen met een huidskleur anders dan de eigen huidskleur, maar het is niet zo dat men de ander totaal buitensluit van alles. Deze vorm van discriminatie is soms onbewust. Het is een genuanceerde vorm van discriminatie waarbij men personen met een andere huidskleur anders behandelt. Personen buiten de eigen groep worden als negatiever beoordeeld.

Volgens Hunter (2007) is colorisme, of huidskleurgelaagdheid, een groot probleem in de Verenigde Staten. Ze zegt dat mensen met een lichte huid vaak privileges zoals inkomen, onderwijs en huisvesting krijgen boven mensen met een donkere huid. Haar onderzoek toont aan dat blanke mensen vaak bevoordeeld worden en ze beweert dat colorisme een direct verband heeft met het grotere systeem van racisme in de Verenigde Staten en de rest van de wereld. Door Amerikaanse mediabeelden wordt dit overgebracht naar andere delen van de wereld (Hunter, 2007). Zo ziet de rest van de wereld dus hoe blanke personen bevoordeeld worden in de Verenigde Staten en kan het zo zijn dat door het zien van die beelden via verschillende media het wordt overgenomen in andere delen van de wereld. Ook volgens Correll, Park, Judd en Wittenbrink (2007) heeft men onbewust negatieve gevoelens bij mensen met een donkere huidskleur, zoals gevaar. Uit dit onderzoek bleek namelijk dat de proefpersonen bij een spel sneller op donkere mensen schoten dan op blanke mensen en ook op meer donkere mensen dan op blanke mensen. Ook benadrukken Herring, Keith en Horton (2004) dat personen met een lichtere huid speciale privileges en voordelen krijgen. Er zijn zelfs onderzoekers die beweren dat colorisme net zo invloedrijk is op het leven van individuen en gezinnen als ras zelf (Wade en Bielitz, 2005). Mensen met een andere huidskleur worden dan uitgesloten van een bepaalde groep wat veel invloed heeft op het dagelijks leven. Ze horen niet bij een sociale groep of worden niet aangenomen door een werkgever. Het zijn voorbeelden van discriminatie die vroeger in extreme mate plaatsvonden bij de rassendiscriminatie. Pettigrew (1979) heeft het over het fenomeen ‘*Ultimate Attribution Error*’ (UAE). Dit houdt in dat men personen binnen de eigen groep bevoordeelt boven anderen. Positieve kenmerken van personen buiten de groep wijst men toe aan externe factoren en negatieve kenmerken van personen buiten de groep wijst men toe aan interne factoren. Zo zegt men dus dat positieve kenmerken van iemand buiten de groep niet komen door de persoon zelf, maar door omstandigheden en dat negatieve kenmerken wel door de

persoon zelf zijn ontstaan. Dit laat duidelijk zien dat mensen nog steeds vooroordelen hebben over mensen buiten de groep en dus met een andere huidskleur. Door deze vooroordelen wordt, zoals eerder vermeld, de andere groep niet totaal geïsoleerd, maar wordt de eigen groep geprefereerd en positiever beoordeeld dan de andere groep.

Volgens Jones (2010) is de discriminatie van tegenwoordig niet een totale uitsluiting van een bepaalde groep, zoals alle Latino's of alle vrouwen, maar wordt er binnen een bepaalde groep ook onderscheid gemaakt. Zo is er bij de groep vrouwen ook weer een uitsluiting op basis van huidskleur. Het kenmerk huidskleur is dus een kenmerk dat binnen groepen weer een onderscheid maakt en zorgt voor discriminatie. Huidskleur is volgens Jones een beladen kenmerk. Het is niet alleen een weerspiegeling van esthetische voorkeuren zoals bij oogkleur en haarkleur. Het gaat bij huidskleur toch vaak om intra-groep voorkeuren. Men is zo (onbewust) bezig met discriminatie. Bij oog- en haarkleur hoeft dat niet zo te zijn.

Burton, Bonilla-Silva, Ray, Buckelew en Hordge Freeman (2010) maken een onderscheid tussen ras, etniciteit en colorisme. Ras omvat de veronderstelling dat individuen kunnen worden onderverdeeld in groepen op basis van fenotype en genotype en dat die groepen relevante verschillen hebben (Bonilla-Silva, 2009). Etniciteit is een groep mensen die bijvoorbeeld eenzelfde nationaliteit, cultuur of religie delen, waardoor ze onderscheiden kunnen worden van anderen (Daniel, 2002). Colorisme is de toewijzing van voorrechten of nadelen volgens een lichtere of donkerdere huid (Burke, 2008). Men bevoordeelt dan dus een lichtere huid boven een donkere huid als men blank is en andersom als men een donkere huid heeft.

Ras-geleerden zagen colorisme lang als interne differentiatie en ongelijkheid bij mensen van kleur (Hall, 2005). Dat wil zeggen dat mensen met een andere huidskleur als anders worden gezien en ongelijk worden behandeld vergeleken met de groep met de eigen huidskleur. Colorisme is volgens Burton et al. (2010) tijdens dit decennium een conceptueel betoog geworden door de veranderende kleurlijnen in de Amerikaanse bevolking. Dit leidde niet tot een formele theorie over colorisme, maar liet wel zien dat veel onderzoekers zich gingen bezighouden met onderwerpen zoals intragroep racisme.

Het huidige onderzoek

Vanuit deze theorie is het interessant om verder onderzoek te doen naar intragroep racisme en dan vooral naar het aspect colorisme. Uit onderzoek blijkt dat blanke personen onbewuste negatieve associaties hebben bij een donkerdere huidskleur (Correll, Park, Judd en Wittenbrink, 2007). Ook zoals eerder genoemd, zijn er veel onbewuste positieve associaties

bij het dragen van een bril. Dit zijn vooral associaties met intelligentie. Dit soort associaties helpen bij het vormen van impliciete persoonlijkheidstheorieën, wat vooral een beeld geeft in de sociale context. Men gaat bij impliciete persoonlijkheidstheorieën een variabele overgeneraliseren door een bepaald kenmerk (onbewust) waar te nemen. Iemand met een bepaald kenmerk, zoals het dragen van een bril, wordt hoog ingeschat bij een bepaalde variabele, zoals intelligentie. Door het overgeneraliseren van die associatie tussen bril en intelligentie ontstaat een impliciete persoonlijkheidstheorie, namelijk dat iedereen die een bril draagt intelligent is. Het geeft vooral een beeld in sociale context, omdat het hierbij gaat om de perceptie van een bepaald persoon door middel van gezichtskenmerken. Iemand vormt daardoor een oordeel over de persoon. Ook de associaties over huidskleur zijn vaak in een sociale context onderzocht, zoals bij intragroup racisme en de invloed van colorisme op individuen en gezinnen. Uit een groot aantal gezichtskenmerken zijn huidskleur en het dragen van een bril gekozen, omdat deze combinatie nooit eerder onderzocht is. Het is interessant om te kijken of er interactie is tussen deze twee onafhankelijke variabelen. Het lijken twee tegenovergestelde variabelen te zijn, aangezien een donkere huidskleur negatieve associaties lijkt te hebben en een bril positieve associaties lijkt te hebben. Door deze twee variabelen samen te nemen, kan er gekeken worden of er mogelijk een remmende of juist een additieve interactie is. Het zou kunnen dat deze contrasterende signalen samen iets doen. Door te kijken wat voor onbewuste invloed deze overgeneralisatie door impliciete persoonlijkheidstheorieën heeft in een andere context, namelijk de commerciële context, kan onderzocht worden of er een effect is van de onafhankelijke variabelen bij het aanbod van een product of dienst. Zo kan onderzocht worden of de associaties die men heeft bij huidskleur en een bril ook aanwezig zijn als het gaat om het promoten van een product of dienst in plaats van bij sociaal contact.

Er is al eerder onderzoek gedaan naar huidskleur in sociale context door onder andere Correll et al. (2007), Hall (2005) en Burton et al. (2010) en het dragen van een bril in een niet commerciële context door bijvoorbeeld Hellström en Tekle (1994), Terry en Kroger (1976), Edwards (1987), Argyle en McHenry (1971), Harris et al. (1982) en Lundberg en Sheenan (1994), maar nog niet naar de combinatie ervan en dus nog niet in de commerciële context. Daarom zijn huidskleur (blank en donker) en het dragen van een bril (wel of niet) als onafhankelijke variabelen genomen. Deze kenmerken zijn onderzocht in een ander soort context dan voorheen, waarbij het dus vooral ging om de sociale context. In dit onderzoek is gekeken welk soort persoon het meest effectief is om in te zetten in een commerciële context. Het is namelijk zo dat niet alleen de inhoud van de boodschap bij een advertentie, maar ook

degene die het product of de dienst aanbiedt van invloed is op de overtuiging. De perceptie van de boodschapper (de bron) is van groot belang om de lezer te overtuigen (Pornpitakpan, 2004). Volgens Hoeken, Hornikx en Hustinx (2009) is het belangrijk dat de bron als geloofwaardig wordt gezien en wordt geloofwaardigheid beïnvloed door deskundigheid en betrouwbaarheid. Hierbij wordt deskundigheid weer beïnvloed door expertise en ervaring en wordt betrouwbaarheid beïnvloed door belangeloosheid en oprechtheid. Expertise, ervaring, belangeloosheid en oprechtheid zijn daarom de afhankelijke variabelen en deze zullen dan ook getest worden. Door het zien van foto's van gezichten van personen, creëert de beoordelaar een profiel van de getoonde personen en zullen zij hun oordeel geven over de expertise, ervaring, belangeloosheid en oprechtheid. Dit zal op onbewust niveau worden gemeten. De dienst die aangeboden wordt, zal een belastingadvies zijn. Aangezien daar iemand voor nodig is die over enige intelligentie beschikt en waarbij geloofwaardigheid van belang is om een bepaald advies op te volgen, lijkt dit een geschikte dienst om te koppelen aan de aangeboden personen. Zo kan beoordeeld worden wie daar het meest geschikt voor is.

Uit het onderzoek van Lilleker en Lees-Marshment (2005) bleek dat een politieke partij eerder de presentatie van het beleid verandert dan het beleid zelf en dat de boodschapper eerder werd gezien als probleem dan de boodschap zelf. De persoon die een bepaalde boodschap brengt, is dus van groot belang bij de beoordeling van de boodschap zelf. Er wordt daarom in het huidige onderzoek onderzocht in welke mate men de boodschapper hoog beoordeelt op expertise, ervaring, belangeloosheid en oprechtheid als hij of zij een dienst aanbiedt. Ook volgens Hoeken et al. (2009) is geloofwaardigheid van de boodschapper essentieel en is volgens Pornpitakpan (2004) het oordeel over de bron van grote invloed op de overtuiging van een product of dienst. Het onderzoek naar de combinatie van twee contrasterende variabelen is interessant om zo te kijken of de perceptie over de persoon verandert en dus hoger of lager scoort op expertise, ervaring, belangeloosheid en oprechtheid bij het geven van belastingadvies.

In de vermelde onderzoeken over huidskleur en het dragen van een bril ging het steeds over personen in het algemeen waarbij geslacht geen rol speelde en dus zowel mannen als vrouwen gebruikt zijn, behalve bij het onderzoek van Hellström en Tekle (1994). Hier ging het puur om mannen. In dat onderzoek waren er ook twee gezichtskenmerken onderzocht die vooral voorkomen bij mannen: kaal zijn of haar hebben en wel of geen baardgroei. Het dragen van een bril is hier dus alleen onderzocht bij mannen. In het huidige onderzoek zullen zowel mannen als vrouwen aangeboden worden, zodat de resultaten van toepassing zullen zijn op beide geslachten.

Toepasbaarheid

De uitkomsten van het onderzoek zijn wetenschappelijk en maatschappelijk relevant voor de psychologie, maar ook voor het bedrijfsleven en de marketing. Er kan zo gekeken worden of het uitmaakt of er een blanke of donkere man of vrouw in de marketing zou verschijnen voor een bepaalde dienst en wat de invloed is van het dragen van een bril. Zo wordt duidelijk welke combinatie het meest geschikt is om af te beelden. Het zou kunnen dat een donkere man met bril onbewust als intelligenter wordt gezien dan een blanke man zonder bril. Het kan namelijk zo zijn dat een donkere huidskleur een negatief effect heeft, maar dat een bril een relatief sterker positief effect heeft. Naast de relatie tussen de onafhankelijke variabelen en de afhankelijke variabelen, zou er ook een relatie kunnen zijn tussen de twee onafhankelijke variabelen. Het zou zo kunnen zijn dat een blanke of donkere huidskleur op de foto een remmende of additieve invloed heeft op de perceptie over het wel of niet dragen van een bril en het zou zo kunnen zijn dat het dragen van een bril op de foto remmende of additieve invloed heeft op de perceptie over huidskleur. Het zou dus zo kunnen zijn dat de perceptie over de expertise, ervaring, belangeloosheid en oprechtheid van een persoon verandert door de combinatie van de twee onafhankelijke variabelen. Het één zou het ander kunnen versterken of juist niet. De twee onafhankelijke variabelen lijken contrasterend door de negatieve of positieve associaties die ze geven en worden dus nu gecombineerd om te kijken naar het effect daarvan. Om de effecten van de verschillende combinaties van de onafhankelijke variabelen te onderzoeken, volgt de volgende hoofdvraag:

Wat is de onbewuste invloed van gezichtskenmerken op de sociale perceptie bij het beoordelen van expertise, ervaring, belangeloosheid en oprechtheid?

Hierbij zijn de volgende deelvragen geformuleerd:

- In hoeverre heeft het dragen van een bril een onbewuste invloed op de sociale perceptie bij het beoordelen van expertise, ervaring, belangeloosheid en oprechtheid?
- In hoeverre heeft huidskleur een onbewuste invloed op de sociale perceptie bij het beoordelen van expertise, ervaring, belangeloosheid en oprechtheid?

Methode

De perceptie van de gezichtskenmerken huidskleur en het dragen van een bril werd onderzocht door middel van een gedragsexperiment.

Materiaal

Zoals eerder vermeld, zijn er twee onafhankelijke variabelen ingezet in het experiment. De eerste is huidskleur met twee niveaus: blank en donker. De tweede variabele is het dragen van een bril met ook twee niveaus: wel en niet. Deze twee onafhankelijke variabelen zijn te zien op zelfgemaakte onbewerkte zwart-wit foto's van personen die en face, oftewel recht van voren, zijn afgebeeld op het gehele computerscherm. Hierbij zijn vier blanke en vier donkere personen gefotografeerd met en zonder bril. Zo zijn er 16 unieke foto's en kan er gekeken worden of het dragen van een bril bij dezelfde persoon uit zal maken. Op de helft van de foto's staan mannen afgebeeld en op de helft staan vrouwen afgebeeld om geslacht geen invloed te laten hebben op de resultaten. Om storende factoren zoals oogkleur en haarkleur te vermijden, zijn de foto's in zwart-wit aangeboden. Er zijn in totaal vier condities (1: blank persoon met bril, 2: blank persoon zonder bril, 3: donker persoon met bril en 4: donker persoon zonder bril). In bijlage 1 zijn foto's te zien van iedere conditie bij twee mannen en twee vrouwen. De toestemmingsverklaring voor het maken van de foto's staat in bijlage 2. Alle foto's zullen twee keer getoond worden, zodat er in totaal 32 foto's getoond worden. Zo zijn er genoeg foto's om de onbewuste perceptie te testen. De foto's van de gezichten zullen getoond worden voor 50 milliseconden. Door deze zeer korte presentatietijd is de onbewuste perceptie te testen en zijn volgens Balsters, Krahmer, Swerts en Vingerhoets (2013) de resultaten heel nauwkeurig.

Proefpersonen

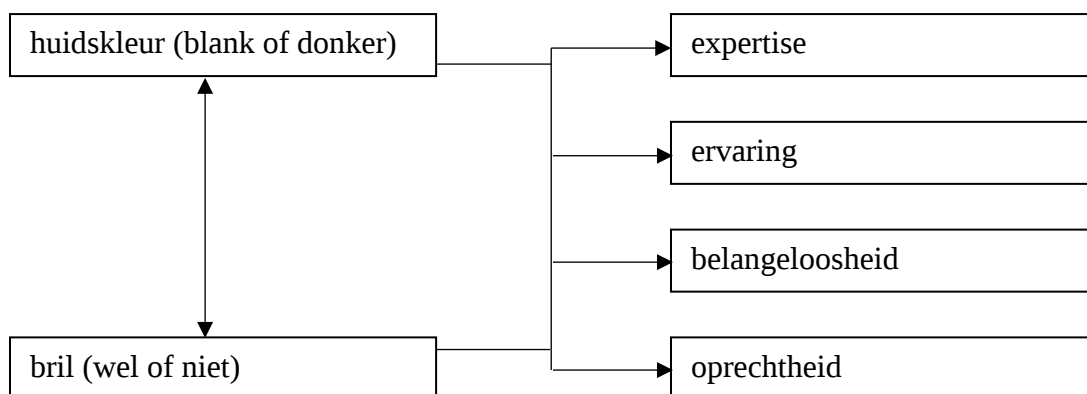
Er hebben in totaal 38 proefpersonen (12 mannen en 26 vrouwen) deelgenomen aan het experiment. Deze proefpersonen zijn geselecteerd op huidskleur, aangezien uit eerder onderzoek bleek dat men personen binnen de groep prefereert. Er zijn daarom alleen blanke proefpersonen geselecteerd om te kijken wat de invloed van dezelfde en een andere (en dus donkere huidskleur) was op de sociale onbewuste perceptie van deze proefpersonen. De proefpersonen waren tussen de 18 en 25 jaar oud met een gemiddelde leeftijd van 21 ($SD = 0.71$) en waren studenten van het hoger beroepsonderwijs en het wetenschappelijk onderwijs.

Onderzoeksontwerp

Er is sprake van een binnenproefpersoonontwerp, aangezien alle proefpersonen aan alle condities, oftewel alle niveaus van de onafhankelijke variabelen zijn blootgesteld. Alle proefpersonen kregen dezelfde foto's te zien met zowel de blanke als donkere personen die wel en geen bril droegen. Om een duidelijk beeld te schetsen van het design, is hieronder een analysemodel te zien waarin alle variabelen vermeld staan. De onafhankelijke variabelen zijn: bril (wel of niet) en huidskleur (blank of donker) en de afhankelijke variabelen zijn: expertise, ervaring, belangeloosheid en oprechtheid. Deze factoren zijn zoals eerder vermeld volgens Hoeken et al. (2009) namelijk van invloed op de betrouwbaarheid en deskundigheid, die weer van invloed zijn op de geloofwaardigheid van de bron. In het analysemodel zullen dus eerst huidskleur en bril staan die beiden van invloed kunnen zijn op expertise, ervaring, belangeloosheid en oprechtheid. Er wordt ook getest of er een interactie-effect is tussen huidskleur en een bril en er dus een remmende of additieve relatie is of niet.

Onafhankelijke variabelen:

Afhankelijke variabelen:



Instrumentatie

Eerst werd er een korte tekst getoond waarin staat dat er verschillende belastingadviseurs zijn en dat de proefpersoon deze adviseurs moet beoordelen na het zien van een foto. Er is geen sprake van een echte advertentie, want alleen de personen staan afgebeeld. Zo heeft het design van de advertentie zelf geen invloed op het oordeel over de aangeboden personen. Er is dus alleen een situatie geschetst waarna de foto's verschenen. Door middel van een lijst van vier stellingen met een 7-puntsschaal met 1 als helemaal oneens en 7 als helemaal eens, is na het tonen van iedere foto onderzocht of er verschillen waren in de perceptie over de persoon voor het belastingadvies. Er is gekozen voor een 7-puntsschaal, omdat de stellingen nieuw waren en deze schaal vaak gebruikt wordt. Hierbij werden de aangeboden afgebeelde personen

beoordeeld op: expertise, ervaring, belangeloosheid en oprechtheid. Per variabele is er één item. De vier items worden ieder apart onderzocht en zullen dus niet geoperationaliseerd worden tot één afhankelijke variabele. Zo kan gekeken worden of er verschil is in de resultaten tussen de verschillende afhankelijke variabelen. De stellingen die gegeven zijn, luiden als volgt: ‘Deze persoon lijkt mij een expert’, ‘Deze persoon lijkt mij ervaren’, ‘Deze persoon lijkt mij belangeloos’ en ‘Deze persoon lijkt mij oprecht’. Met de cijfers die ingetoetst werden per stelling, is vanuit het gemiddelde van alle proefpersonen te zien wat de onbewuste perceptie over de foto’s is.

Procedure

Het onderzoek werd individueel op een laptop afgenomen in een rustige omgeving waarbij de onderzoeker aanwezig was. De onderzoeker legde uit dat er een tekst getoond zou worden waarna een aantal foto’s zouden komen met steeds na de foto vier stellingen. Er werd verder niets verteld over de inhoud van het onderzoek. Na afloop van het onderzoek werd gevraagd om niet aan anderen te vertellen over wat zij hadden gezien op de foto’s en wat er voor vragen kwamen, zodat zij geen invloed konden uitoefenen op andere potentiële proefpersonen.

Voordat de foto’s voor 50 milliseconden zijn getoond, hebben de proefpersonen een case gelezen waarbij een belastingadviseur werd aangeboden. Er is verteld dat de proefpersoon op zoek is naar belastingadvies en dat hier verschillende personen voor in aanmerking komen. Door het aanbieden van een dienst in plaats van een product, zal de intentie tot ‘kopen’ puur om de persoon gaan die het aanbiedt en niet om het product zelf. Na het laten lezen van de tekst, hebben de proefpersonen steeds kort foto’s gezien van de 8 verschillende personen met en zonder bril. Voordat de foto voor 50 milliseconden verscheen, was er een seconde lang een fixatiekruis te zien en daarna een seconde lang een zwart scherm. Zo kon men zich focussen op het midden van het scherm en wist men dat er een foto zou komen. Na de foto kwam er weer voor een seconde een zwart scherm met daarna de vier stellingen. Als het cijfer ingetoetst werd, ging men automatisch door naar de volgende vraag en na vier vragen ging men automatisch door naar de volgende foto. Voordat het hoofdexperiment van start ging, hebben de proefpersonen een oefensessie gemaakt met één foto, zodat ze konden zien hoe het experiment te werk ging. Zo was er tijdens het hoofdexperiment geen verwarring of onduidelijkheid meer. In het hoofdexperiment zijn de foto’s allemaal twee keer getoond. Na iedere foto moesten zij met een 7-puntsschaal aangeven in hoeverre zij het eens waren met de vier verschillende stellingen. Zo hebben de proefpersonen dus 32 keer de expertise, ervaring, belangeloosheid en oprechtheid van de

persoon op de foto beoordeeld door middel van vier stellingen. Na het zien van alle foto's en het beantwoorden van alle stellingen waren er nog enkele demografische vragen over de leeftijd, het geslacht en het opleidingsniveau. Zo wordt de spreiding van de respondenten duidelijk. Deze algemene vragenlijst staat in bijlage 3. Hierna waren de respondenten klaar met het onderzoek.

Statistische toetsing

Om antwoord te geven op de onderzoeksvraag wordt er een paired samples *t*-toets gebruikt om de gemiddelden van de condities per afhankelijke variabele met elkaar te vergelijken en de combinaties van de condities met elkaar te vergelijken. Tevens wordt er een multivariate variantie-analyse gebruikt om te kunnen kijken of er interactie is tussen de gemiddelden van de condities. Er zijn namelijk twee onafhankelijke variabelen en vier afhankelijke variabelen en met een MANOVA worden de afhankelijke variabelen samen genomen. Aangezien er twee onafhankelijke variabelen zijn, is het een tweeweg MANOVA.

Resultaten

Bril

In tabel 1 zijn de resultaten van personen met en zonder bril te zien. Uit een *t*-toets voor expertise bleek er een significant verschil te zijn tussen het wel of niet dragen van een bril ($t(37) = 5.68, p < .001$). Een persoon met bril ($M = 4.59, SD = 0.77$) bleek hoger te scoren op expertise dan een persoon zonder bril ($M = 3.98, SD = 0.73$). Uit een *t*-toets voor ervaring bleek er ook een significant verschil te zijn tussen het wel of niet dragen van een bril ($t(37) = 4.09, p < .001$). Een persoon met bril ($M = 4.37, SD = 0.68$) bleek hoger te scoren op expertise dan een persoon zonder bril ($M = 3.96, SD = 0.63$). Uit een *t*-toets voor belangeloosheid bleek er geen significant verschil te zijn tussen het wel of niet dragen van een bril ($t(37) = 0.35, p = .730$). Uit een *t*-toets voor oprechtheid bleek er tevens geen significant verschil te zijn tussen het wel of niet dragen van een bril ($t(37) = 0.05, p = .959$). Het dragen van een bril heeft dus een positieve onbewuste invloed op de sociale perceptie bij het beoordelen van expertise en ervaring en geen invloed bij belangeloosheid en oprechtheid.

Tabel 1. De gemiddeldes en standaardafwijkingen (tussen haakjes) van expertise, ervaring, belangeloosheid en oprechtheid bij personen met en zonder bril met n = aantal proefpersonen.

	zonder bril $n = 38$	met bril $n = 38$
expertise	3.98 (0.73)	4.59 (0.77)
ervaring	3.96 (0.63)	4.37 (0.68)
belangeloosheid	4.18 (1.00)	4.15 (1.04)
oprechtheid	4.79 (0.63)	4.79 (0.50)

In tabel 2 zijn de resultaten van blanke personen met en zonder bril te zien en in tabel 3 zijn de resultaten van donkere personen met en zonder bril te zien. Uit een t -toets voor expertise bleek er een significant verschil te zijn tussen het wel of niet dragen van een bril bij zowel blanke personen ($t(37) = 4.56, p < .001$) als donkere personen ($t(37) = 5.75, p < .001$). Een blank persoon met bril ($M = 4.89, SD = 0.87$) bleek hoger te scoren op expertise dan een blank persoon zonder bril ($M = 4.34, SD = 0.81$). Tevens bleek een donker persoon met bril ($M = 4.29, SD = 0.84$) hoger te scoren op expertise dan een donker persoon zonder bril ($M = 3.63, SD = 0.80$). Uit een t -toets voor ervaring bleek er ook een significant verschil te zijn tussen het wel of niet dragen van een bril bij zowel blanke personen ($t(37) = 3.44, p = .001$) als donkere personen ($t(37) = 4.81, p < .001$). Een blank persoon met bril ($M = 4.75, SD = 0.84$) bleek hoger te scoren op expertise dan een blank persoon zonder bril ($M = 4.34, SD = 0.75$). Tevens bleek een donker persoon met bril ($M = 4.05, SD = 0.78$) hoger te scoren op expertise dan een donker persoon zonder bril ($M = 3.58, SD = 0.72$). Uit een t -toets voor belangeloosheid bleek er geen significant verschil te zijn tussen het wel of niet dragen van een bril bij blanke personen ($t(37) = 0.68, p = .501$) en bij donkere personen ($t(37) = 0.64, p = .525$). Uit een t -toets voor oprechtheid bleek er ook geen significant verschil te zijn tussen het wel of niet dragen van een bril bij blanke personen ($t(37) = 1.30, p = .202$) en bij donkere personen ($t(37) = 0.86, p = .393$).

Tabel 2. De gemiddeldes en standaardafwijkingen (tussen haakjes) van expertise, ervaring, belangeloosheid en oprechtheid bij blanke personen met en zonder bril met n = aantal proefpersonen.

	blank zonder bril $n = 38$	blank met bril $n = 38$
expertise	4.34 (0.81)	4.89 (0.87)
ervaring	4.34 (0.75)	4.75 (0.84)
belangeloosheid	4.19 (0.84)	4.27 (1.12)
oprechtheid	4.75 (0.77)	4.92 (0.68)

Tabel 3. De gemiddeldes en standaardafwijkingen (tussen haakjes) van expertise, ervaring, belangeloosheid en oprechtheid bij donkere personen met en zonder bril met n = aantal proefpersonen.

	donker zonder bril $n = 38$	donker met bril $n = 38$
expertise	3.63 (0.80)	4.29 (0.84)
ervaring	3.58 (0.72)	4.05 (0.78)
belangeloosheid	4.17 (1.10)	4.09 (1.07)
oprechtheid	4.81 (0.70)	4.72 (0.58)

Huidskleur

In tabel 4 zijn de resultaten van blanke en donkere personen te zien. Uit een t -toets voor expertise bleek er een significant verschil te zijn tussen een blanke en een donkere huidskleur ($t(37) = 5.26, p < .001$). Een blank persoon ($M = 4.57, SD = 0.80$) bleek hoger te scoren op expertise dan een donker persoon ($M = 4.00, SD = 0.69$). Uit een t -toets voor ervaring bleek er ook een significant verschil te zijn tussen een blanke en een donkere huidskleur ($t(37) = 5.09, p < .001$). Een blank persoon ($M = 4.49, SD = 0.77$) bleek hoger te scoren op expertise dan een donker persoon ($M = 3.86, SD = 0.63$). Uit een t -toets voor belangeloosheid bleek er geen significant verschil te zijn tussen een blanke en een donkere huidskleur ($t(37) = 1.04, p = .307$). Uit een t -toets voor oprechtheid bleek er ook geen significant verschil te zijn tussen een blanke en een donkere huidskleur ($t(37) = 0.97, p = .340$). Een blanke huidskleur heeft dus een positieve onbewuste invloed bij blanken op de sociale perceptie bij het beoordelen van expertise en ervaring en geen invloed bij belangeloosheid en oprechtheid.

Tabel 4. De gemiddeldes en standaardafwijkingen (tussen haakjes) van expertise, ervaring, belangeloosheid en oprechtheid bij blanke en donkere personen met n = aantal proefpersonen.

	blank n = 38	donker n = 38
expertise	4.57 (0.80)	4.00 (0.69)
ervaring	4.49 (0.77)	3.86 (0.63)
belangeloosheid	4.23 (1.01)	4.13 (1.02)
oprechtheid	4.85 (0.60)	4.76 (0.55)

In tabel 5 zijn de resultaten van blanke en donkere personen met bril te zien en in tabel 6 zijn de resultaten van blanke en donkere personen zonder bril te zien. Uit een t -toets voor expertise bleek er een significant verschil te zijn tussen een blanke en een donkere huidskleur bij zowel personen met bril ($t(37) = 5.03, p < .001$) als personen zonder bril ($t(37) = 7.00, p < .001$). Een blank persoon met bril ($M = 4.89, SD = 0.87$) bleek hoger te scoren op expertise dan een donker persoon met bril ($M = 4.29, SD = 0.84$). Tevens bleek een blank persoon zonder bril ($M = 4.34, SD = 0.81$) hoger te scoren op expertise dan een donker persoon zonder bril ($M = 3.63, SD = 0.80$). Uit een t -toets voor ervaring bleek er ook een significant verschil te zijn tussen een blanke en een donkere huidskleur bij zowel personen met bril ($t(37) = 5.37, p < .001$) als personen zonder bril ($t(37) = 5.98, p < .001$). Een blank persoon met bril ($M = 4.75, SD = 0.84$) bleek hoger te scoren op ervaring dan een donker persoon met bril ($M = 4.05, SD = 0.78$). Tevens bleek een blank persoon zonder bril ($M = 4.34, SD = 0.75$) hoger te scoren op expertise dan een donker persoon zonder bril ($M = 3.58, SD = 0.72$). Uit een t -toets voor belangeloosheid bleek er geen significant verschil te zijn tussen een blanke en een donkere huidskleur bij een persoon met bril ($t(37) = 1.70, p = .098$) en zonder bril ($t(37) = 0.17, p = .864$). Uit een t -toets voor oprechtheid bleek er ook geen significant verschil te zijn tussen een blanke en een donkere huidskleur bij een persoon met bril ($t(37) = 1.79, p = .082$) en zonder bril ($t(37) = 0.50, p = .620$).

Tabel 5. De gemiddeldes en standaardafwijkingen (tussen haakjes) van expertise, ervaring, belangeloosheid en oprechtheid bij blanke en donkere personen met bril met n = aantal proefpersonen.

	blank met bril $n = 38$	donker met bril $n = 38$
expertise	4.89 (0.87)	4.29 (0.84)
ervaring	4.75 (0.84)	4.05 (0.78)
belangeloosheid	4.27 (1.12)	4.09 (1.07)
oprechtheid	4.92 (0.68)	4.72 (0.58)

Tabel 6. De gemiddeldes en standaardafwijkingen (tussen haakjes) van expertise, ervaring, belangeloosheid en oprechtheid bij blanke en donkere personen zonder bril met n = aantal proefpersonen.

	blank zonder bril $n = 38$	donker zonder bril $n = 38$
expertise	4.34 (0.81)	3.63 (0.80)
ervaring	4.34 (0.75)	3.58 (0.72)
belangeloosheid	4.19 (1.01)	4.17 (1.10)
oprechtheid	4.81 (0.77)	4.81 (0.70)

In tabel 7 zijn de resultaten van blanke personen zonder bril en donkere personen met bril te zien. Uit een t -toets voor expertise bleek er geen significant verschil te zijn tussen een blank persoon zonder bril en een donker persoon met bril ($t(37) = 0.37, p = .716$). Uit een t -toets voor ervaring bleek er geen significant verschil te zijn tussen een blank persoon zonder bril en een donker persoon met bril ($t(37) = 2.02, p = .050$). Er is hier sprake van een trend, aangezien de p -waarde net boven het significantieniveau valt. Een blank persoon zonder bril ($M = 4.34, SD = 0.75$) bleek dus net niet hoger te scoren op ervaring dan een donker persoon met bril ($M = 4.05, SD = 0.78$). Uit een t -toets voor belangeloosheid bleek er ook geen significant verschil te zijn tussen een blank persoon zonder bril en een donker persoon met bril ($t(37) = 0.87, p = .389$). Uit een t -toets voor oprechtheid bleek er ook geen significant verschil te zijn tussen een blank persoon zonder bril en een donker persoon met bril ($t(37) = 0.21, p = .833$).

Tabel 7. De gemiddeldes en standaardafwijkingen (tussen haakjes) van expertise, ervaring, belangeloosheid en oprechtheid bij blanke personen zonder bril en donkere personen met bril met n = aantal proefpersonen.

	blank zonder bril $n = 38$	donker met bril $n = 38$
expertise	4.34 (0.81)	4.29 (0.84)
ervaring	4.34 (0.75)	4.05 (0.79)
belangeloosheid	4.19 (1.01)	4.09 (1.07)
oprechtheid	4.75 (0.77)	4.72 (0.58)

In tabel 8 zijn de resultaten van blanke personen met bril en donkere personen zonder bril te zien. Uit een t -toets voor expertise bleek er een significant verschil te zijn tussen een blank persoon met bril en een donker persoon zonder bril ($t(37) = 8.34, p < .001$). Een blank persoon met bril ($M = 4.89, SD = 0.87$) bleek hoger te scoren op expertise dan een donker persoon zonder bril ($M = 3.63, SD = 0.80$). Uit een t -toets voor ervaring bleek er een significant verschil te zijn tussen een blank persoon met bril en een donker persoon zonder bril ($t(37) = 7.17, p < .001$). Een blank persoon met bril ($M = 4.75, SD = 0.84$) bleek hoger te scoren op ervaring dan een donker persoon zonder bril ($M = 3.58, SD = 0.72$). Uit een t -toets voor belangeloosheid bleek er geen significant verschil te zijn tussen een blank persoon met bril en een donker persoon zonder bril ($t(37) = 0.65, p = .521$). Uit een t -toets voor oprechtheid bleek er ook geen significant verschil te zijn tussen een blank persoon met bril en een donker persoon zonder bril ($t(37) = 0.78, p = .438$).

Tabel 8. De gemiddeldes en standaardafwijkingen (tussen haakjes) van expertise, ervaring, belangeloosheid en oprechtheid bij blanke personen met bril en donkere personen zonder bril met n = aantal proefpersonen.

	blank met bril $n = 38$	donker zonder bril $n = 38$
expertise	4.89 (0.87)	3.63 (0.80)
ervaring	4.75 (0.84)	3.58 (0.72)
belangeloosheid	4.27 (1.12)	4.17 (1.10)
oprechtheid	4.92 (0.68)	4.81 (0.70)

Interactie-effect

Bij zowel het dragen van een bril als bij huidskleur, treedt er dus een significant hoofdeffect op bij expertise en ervaring. Uit de tweeweg multivariate variantie-analyse van expertise op huidskleur en het dragen van een bril bleek geen significant interactie-effect ($F(1, 37) = 1.18$,

$p = .285$). Uit de analyse van ervaring op huidskleur en het dragen van een bril bleek ook geen significant interactie effect ($F(1, 37) < 1, p = .560$). De hoofdeffecten werden dus niet gekwalificeerd door een significant interactie-effect tussen huidskleur en het dragen van een bril. Uit de analyse van belangeloosheid op huidskleur en het dragen van een bril bleek tevens geen significant interactie effect ($F(1, 37) = 1.51, p = .228$). Uit analyse van oprechtheid op huidskleur en het dragen van een bril bleek tevens geen significant interactie effect ($F(1, 37) = 3.80, p = .059$). Het dragen van een bril en huidskleur hebben dus ieder onbewust invloed op de sociale perceptie bij het beoordelen van expertise en ervaring, maar de onafhankelijke variabelen hebben geen effect op elkaar.

Conclusie

Het doel van het huidige onderzoek was om te onderzoeken wat de onbewuste invloed van huidskleur en het dragen van een bril is op de sociale perceptie bij het beoordelen van een persoon die aangeboden wordt om belastingadvies te geven. Hierbij werden de personen beoordeeld op expertise, ervaring, belangeloosheid en oprechtheid. Uit de resultaten is gebleken dat het dragen van een bril onbewust invloed heeft op expertise en ervaring. Een persoon met een bril wordt hoger beoordeeld op expertise en ervaring dan een persoon zonder bril, zowel voor blanke personen als voor donkere personen. Een bril had echter geen onbewuste invloed op belangeloosheid en oprechtheid voor zowel blanke als donkere personen.

Uit de resultaten is ook gebleken dat huidskleur onbewust invloed heeft op expertise en ervaring. Personen met een blanke huidskleur worden hoger beoordeeld op expertise en ervaring dan personen met een donkere huidskleur, zowel voor personen met als zonder bril. Huidskleur had echter geen onbewuste invloed op belangeloosheid en oprechtheid voor personen met en zonder bril.

Er werd echter geen interactie-effect gevonden tussen het dragen van een bril en huidskleur bij expertise, ervaring, belangeloosheid en oprechtheid. Aangezien er geen significant interactie-effect gevonden is, blijkt dus dat blanke personen (de in-group) door mede-blanken altijd hoger worden beoordeeld dan donkere mensen (de out-group) op expertise en ervaring, ongeacht of zij een bril dragen of niet en dat mensen met een bril altijd hoger worden beoordeeld op expertise en ervaring dan mensen zonder bril, ongeacht of zij blank of donker zijn. Toch is er bij de variabele 'ervaring' een trend te zien bij de vergelijking tussen een blank persoon zonder bril en een donker persoon met bril. Indien er meer proefpersonen aan het onderzoek mee zouden doen, zou hier een significant verschil

gevonden kunnen zijn en zou een blank persoon zonder bril hoger gescoord kunnen hebben op ervaring dan een donker persoon met bril.

Discussie

In het huidige onderzoek komt naar voren dat personen met bril onbewust hoger worden beoordeeld op expertise en ervaring. Deze variabelen zijn volgens Hoeken, Hornikx en Hustinx (2009) van invloed op deskundigheid, wat weer invloed heeft op de betrouwbaarheid van een bron. Deskundigheid (expertise en ervaring) zou geassocieerd kunnen worden met intelligentie. Uit veel literatuur blijkt dat personen met een bril als intelligenter worden gezien. Dit zou dus een verklaring kunnen zijn voor de resultaten bij expertise en ervaring. Harris, Harris en Bochner (1982), Edwards (1987), Argyle en McHenry (1971) en Lundberg en Sheenan (1994) vonden het resultaat dat bril dragers als intelligenter werden gezien dan mensen zonder bril. Ook Hellström en Tekle (1994) hebben onderzoek gedaan naar de persoonlijke perceptie en hier werden mensen met bril weer beoordeeld als intellectueler. Met de resultaten over expertise en ervaring kunnen de bovenstaande onderzoeken met betrekking tot intelligentie of intellect dus bevestigd worden, aangezien het dragen van een bril een positieve onbewuste invloed heeft op de sociale perceptie bij het beoordelen van expertise en ervaring.

Bij belangeloosheid en oprechtheid bleek er onbewust echter geen verschil te zijn tussen personen met bril of zonder bril. Deze waarden zijn volgens Hoeken, Hornikx en Hustinx (2009) van invloed op betrouwbaarheid. Aangezien mensen met bril volgens Lundberg en Sheenan (1994) onder andere meer gewaardeerd worden als betrouwbaar en eerlijk, is dit onderzoek deels dus niet te bevestigen met de huidige resultaten over belangeloosheid en oprechtheid, omdat hier geen verschil gevonden is. Ook volgens Hellström en Tekle (1994) associeerden beoordelaars bril dragers met goedheid. Dat is in het huidige onderzoek ook niet te bevestigen, omdat het wel of niet dragen van een bril onbewust niet uitmaakt bij belangeloosheid en oprechtheid. Dit zou zo kunnen zijn, omdat de gezichtsuitdrukkingen van de personen op de foto's niet altijd even neutraal zijn. Dit zou van invloed kunnen zijn op de onbewuste perceptie over belangeloosheid en oprechtheid. Schijnbaar zijn bij het huidige onderzoek slechts de variabelen die invloed hebben op deskundigheid beïnvloed en niet de variabelen die invloed hebben op betrouwbaarheid.

Met betrekking tot huidskleur zou men tegenwoordig voorkeur hebben voor het ras van hun eigen groep (Jones, 2010). Een blank persoon zou bijvoorbeeld iemand die ook blank is prefereren boven een persoon met een donkerdere huidskleur. Jones (2010) heeft het ook

wel over colorisme en deze vorm van discriminatie is soms onbewust. Ook volgens Correll, Park, Judd en Wittenbrink (2007) heeft men onbewust negatievere gevoelens bij mensen met een donkere huidskleur en benadrukken Herring, Keith en Horton (2004) dat personen met een lichtere huid speciale privileges en voordelen krijgen. Dit zou met het huidige onderzoek bevestigd kunnen worden bij expertise en ervaring, aangezien een blanke huidskleur een positieve onbewuste invloed heeft bij blanken op de sociale perceptie bij het beoordelen van expertise en ervaring. Deze positieve kenmerken worden namelijk eerder toegeschreven aan blanke dan aan donkere personen als de beoordelaars blank zijn. Tevens ging het in het huidige onderzoek om de onbewuste beoordeling.

De resultaten over belangeloosheid en oprechtheid kunnen deze onderzoeken echter ook niet bevestigen. Deze waarden zijn namelijk ook positief, maar er is geen verschil te vinden tussen de onbewuste perceptie van blanke en donkere personen bij belangeloosheid en oprechtheid als het beoordeeld wordt door een blanke. Dit zou weer zo kunnen zijn, doordat de personen op de foto's niet even neutraal kijken en doordat slechts de deskundigheid wordt beïnvloed en niet de betrouwbaarheid.

Er zijn enkele beperkingen bij het huidige onderzoek. De proefpersonen waarbij het experiment is afgenomen, waren tussen de 18 en 25 jaar oud en waren allemaal studenten van het hoger beroepsonderwijs of wetenschappelijk onderwijs. De proefpersonen waren dus jong en hoog opgeleid, wat niet representatief is voor de gehele bevolking van Nederland. Het is mogelijk dat de onbewuste sociale perceptie van laag opgeleide personen anders is bij het beoordelen van expertise, ervaring, belangeloosheid en oprechtheid bij personen met een andere huidskleur of met bril dan van hoog opgeleide personen. Ook zouden jongeren anders kunnen oordelen dan ouderen. Hier zou nog verder onderzoek naar gedaan kunnen worden. Zo kan men zien of leeftijd of opleidingsniveau een rol spelen bij intra-group preferencing.

Er waren tevens meer vrouwen dan mannen die mee hebben gewerkt aan het onderzoek. Een gelijke verdeling hiervan had andere resultaten op kunnen leveren. Het aantal proefpersonen dat mee heeft gewerkt aan het experiment is vrij beperkt. Indien er meer tijd was geweest, was het nuttig geweest om meer dan 40 proefpersonen te gebruiken. Zo zouden er betere conclusies gemaakt kunnen worden. Het had bij de variabele 'ervaring' andere resultaten op kunnen leveren als er meer proefpersonen hadden meegewerkt. Het had dan zo kunnen zijn dat een donker persoon met bril alsnog lager had gescoord op ervaring dan een blank persoon zonder bril.

Aangezien de foto's voor het huidige onderzoek zelf gemaakt zijn, zou het kunnen dat er storende variabelen in de foto's te zien zijn, zoals de uitdrukking op het gezicht. Het zou

kunnen dat de ene persoon een bredere glimlach toont op de foto dan een ander en dat die persoon daardoor bijvoorbeeld hoger scoort bij de variabele oprechtheid.

Het experiment is alleen afgenomen bij blanke personen en daarom zou het ook interessant zijn om onderzoek te doen naar de perceptie die donkere personen hebben bij zowel blanke als donkere personen op foto's. Zo kan onderzocht worden of het principe van intra-groep preferencing van toepassing zou zijn bij donkere personen.

Al met al is nu voor de wetenschap duidelijker geworden dat blanken onbewust geprefereerd worden boven donkere personen door blanken en dat personen met bril onbewust geprefereerd worden boven personen zonder bril door blanke personen bij expertise en ervaring. De gezichtskenmerken huidskleur en een bril hebben dus onbewust invloed op de sociale perceptie bij het beoordelen van expertise en ervaring door blanken. Deze onbewuste effecten van visuele cues kunnen wellicht van betekenis zijn voor de marketing. Als men een dienst, zoals belastingadvies, aanbiedt in een advertentie aan een blank persoon, zou men een blank persoon met bril af kunnen beelden.

Literatuur

- Argyle, M. and McHenry, R. (1971). Do spectacles really affect judgements of intelligence? *British Journal of Social and Clinical Psychology*, 10, 27-29. doi: 10.1111/j.2044-8260.1971.tb00709.x
- Ashton, G. C. (1985). Nearwork, school achievement and myopia. *Journal of Biosocial Science*, 17, 223-233. doi: [10.1017/S0021932000015686](https://doi.org/10.1017/S0021932000015686)
- [Balsters, M., Krahmer, E., Swerts, M., & Vingerhoets, A. \(2013\).](#) Emotional Tears Facilitate the Recognition of Sadness and the Perceived Need for Social Support. *Evolutionary Psychology*, 11(1), 148-158.
- Benbow, C. P (1986). Physiological correlates of extreme intellectual precocity. *Neuropsychologia*, 24, 719-725. doi: [10.1016/0028-3932\(86\)90011-4](https://doi.org/10.1016/0028-3932(86)90011-4)
- Bonilla-Silva, E. (2009). *Racism without racists: Color-blind racism and the persistence of racial inequality in the United States*. Boulder: Rowman & Littlefield.
- Burke, M. (2008). Colorism. In W. Darity Jr. (Red.), *International encyclopedia of the social sciences* (2^e ed., pp. 17–18). Detroit, MI: Thomson Gale.
- Burton, L.M., Bonilla-Silva, E., Ray, V., Buckelew, R., & Hordge Freeman, E. (2010). Critical Race Theories, Colorism, and the Decade's Research on Families of Color. *Journal of Marriage and Family*, 3, 440-459. doi: 10.1111/j.1741-3737.2010.00712.x
- Cook, M. (1971). *Interpersonal Perception*. Middlesex: Penguin.
- Correll, J., Park, B., Judd, C.M., & Wittenbrink, B. (2007). The influence of stereotypes on decisions to shoot. *European Journal of Social Psychology*, 37, 1102-1117. doi: 10.1002/ejsp.450
- Daniel, R. (2002). *More than Black? Multiracial identity and the new racial order*. Philadelphia: Temple University Press.
- Edwards, K. (1987). Effects of sex and glasses on attitudes toward intelligence and attractiveness. *Psychological Reports*, 60, 590.
- Ehrenzweig, A. (1953). *The Psycho-Analysis of Artistic Vision and Hearing*. Londen: Routledge and Kegan Paul Ltd.
- Ekman, P., & Friesen, W.V. (2003). *Unmasking the face: A guide to recognizing emotions from facial clues*. Los Altos: Malor Books.

- Hall, R. E. (2005). From the psychology of race to the issue of skin color for people of African descent. *Journal of Applied Social Psychology*, 35, 1958-1967. doi: [10.1111/j.1559-1816.2005.tb02204.x](https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2005.tb02204.x)
- Harris, M.B., Harris, R.J., & Bochner, S. (1982). Fat, four-eyed and female: stereotypes of obesity, glasses and gender. *Journal of Applied Social Psychology*, 12, 503-516.
- Hellström, Å, & Tekle, J. (1994). Person perception through facial photographs: effects of glasses, hair and beard on judgments of occupation and personal qualities. *European Journal of Social Psychology*, 24, 693-705. doi: 10.1002/ejsp.2420240606
- Herring, C., Keith, V. M., & Horton, H. D. (2004). *Skin deep: How race and complexion matter in the “color-blind” era*. Chicago: University of Illinois Press.
- Hoeken, H., Hornikx, J., Hustinx, L. (2009). *Overtuigende teksten: onderzoek en ontwerp*. Bussum: Coutinho. doi: 10.1111/j.1468-2958.2009.01360.x.
- Hunter, M. (2007). The Persistent Problem of Colorism: Skin Tone, Status and Inequality. *Sociology Compass*, 1, 237-254. doi: 10.1111/j.1751-9020.2007.00006.x
- Jones, T. (2010). Intra-group Preferencing: Proving Skin Color and Identity Performance Discrimination. *New York University Review of Law & Social Change*, 34, 657-707.
- Kihlstrom, J.F. (1999). The psychological unconscious. In L.A. Pervin & O.P. John (Red.), *Handbook of personality: Theory and research* (2^e ed., pp. 424-442. New York: Guilford Press.
- Lanyon, R. and Giddings, J. W (1974). Psychological approaches to myopia: A review. *American Journal of Optometry and Physiological Optics*, 51, 271-281.
- Lilleker, D. G., & Lees-Marshment, J. (2005). *Political marketing: A comparative perspective*. Manchester: Manchester University Press.
- Lundberg, J.K., & Sheenan, E.P. (1994). The Effects of Glasses and Weight on Perceptions of Attractiveness and Intelligence. *Journal of Social Behaviour and Personality*, 4, 753-760.
- Matts, P. J., Fink, B., Grammer, K., & Burquest, M. (2007). Color homogeneity and visual perception of age, health, and attractiveness of female facial skin. *Journal of the American Academy of Dermatology*, 6, 977-984. doi: [10.1016/j.jaad.2007.07.040](https://doi.org/10.1016/j.jaad.2007.07.040)
- Nagel, J. (1994). Constructing ethnicity. *Social Problems*, 4, 152–176. doi: [10.2307/3096847](https://doi.org/10.2307/3096847)

- Pettigrew, T. F. (1979). The ultimate attribution error: Extending Allport's cognitive analysis of prejudice. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 5, 461–476. doi: 10.1177/014616727900500407
- Pornpitakpan, C. (2004). The Persuasiveness of Source Credibility: A Critical Review of Five Decades' Evidence. *Journal of Applied Social Psychology*, 34 (2), 243-281. doi: 10.1111/j.1559-1816.2004.tb02547.x
- Rhodes, G., Sumich, A., & Graham, B. (1999). Are Average Facial Configurations Attractive Only Because of Their Symmetry? *Psychological Science*, 1, 52-58.
- Terry, R.L., & Kroger, D.L. (1976). Effects of eye correctives on ratings of attractiveness. *Perceptual and Motor Skills*, 42, 562.
- Wade, T. J., & Bielitz, S. (2005). The differential effect of skin color on attractiveness, personality evaluations, and perceived life success of African Americans. *Journal of Social Psychology*, 31, 215–236.
- Zebrowitz, L. A. (1990). *Social Perception*. Buckingham: Open University Press.

Bijlage 1. Materiaal









Bijlage 2.

Toestemmingsverklaring

Hierbij verklaar ik dat de foto's gebruikt mogen worden voor de Bachelorscriptie van Mariska van Hoeven op de Radboud Universiteit in Nijmegen. De foto's zullen alleen aan de proefpersonen van het onderzoek en de scriptiebeoordelaars worden getoond en worden na het onderzoek verwijderd. De foto's worden enkel bewaard als bijlage van de scriptie en deze wordt bewaard in een beveiligde database van de universiteit.

Datum:

Handtekening gefotografeerde:

Handtekening onderzoeker:

Bijlage 3. Algemene vragenlijst

Respondentnummer:

Beste Deelnemer,

Hieronder volgen enkele algemene vragen.

Uw antwoorden in dit onderzoek worden anoniem verwerkt en uitsluitend gebruikt voor dit onderzoek van de afdeling Communicatie- en Informatiewetenschappen van de Radboud Universiteit Nijmegen. Ze worden niet aan derden ter beschikking gesteld.

1. Wat is uw geslacht?

Man / Vrouw

2. Wat is uw leeftijd?

.....

3. Wat is uw opleidingsniveau?

- A. MBO
- B. HBO
- C. WO