

Daten door een filter

Een enquêteonderzoek naar de invloed van het gebruik van profielidealiserie bij onlinedating op het verloop van een eerste date

Student: Robin Sterrenburg

Studentnummer: 445955

Academisch begeleider: Dr. Elisabeth Timmermans

Tweede lezer: Dr. Bernadette Kester

Media en Journalistiek

Erasmus School of History, Culture and Communication

Erasmus University Rotterdam

Masterscriptie

Juni 2020

Daten door een filter

Een enquêteonderzoek naar de invloed van het gebruik van profielidealiserie bij onlinedating op het verloop van een eerste date

ABSTRACT

Onlinedating wordt een steeds populairdere manier om te zoeken naar een romantische partner. Vaak is een offline ontmoeting – een date - onderdeel van het gebruiksproces. Om interesse te wekken bij medegebruikers en daarmee dit stadium te bereiken wordt veel gebruikgemaakt van selectieve zelfpresentatie en profielidealiserie. Gebruikers lichten op hun profielen goede eigenschappen extra uit en liegen soms om te voldoen aan bepaalde schoonheidsidealen. Bij dit gebruik is echter subtiliteit geboden vanwege de mogelijke overgang van online naar offline (modality switching) bij een eerste date. Wanneer iemand bij een eerste date anders blijkt te zijn dan het datingprofiel deed vermoeden is er sprake van een verwachtingsschending. Deze schending kan zowel negatief als positief zijn en heeft tevens invloed op de beoordeling van de gehele interactie. In dit onderzoek werd de invloed van een verschil in fysieke aantrekkelijkheid tussen de profielfoto en de realiteit op de beoordeling van een eerste date onderzocht aan de hand van een vignettenstudie. Respondenten (N = 384) lasen een eerste date scenario waarin de andere persoon minder aantrekkelijk (negatief) of aantrekkelijker (positief) was of waarin geen vermelding werd gedaan over fysieke aantrekkelijkheid (neutraal). Na het lezen stelden zij een verwachtingsschendingwaarde op die aangaf in hoeverre het verloop in lijn der verwachting lag en gaven als beoordelingsfactor een indicatie van de verwachte uitkomst van de date. De resultaten toonden allereerst aan dat, in overeenkomst met voorgaand onderzoek, de algemene attitude jegens onlinedating lichtelijk positief is en dat deze positiever wordt wanneer de respondent zelf gebruikservaring heeft met een onlinedatingplatform. Ten tweede bleek dat vrouwelijke onlinedaters significant meer gebruik maken van profielidealiserie dan mannen, wat in gaat tegen de bestaande theorie over zelfpresentatie op onlineprofielen en wat in mogelijk vervolgonderzoek verder onderzocht kan worden. De analyse van de verwachtingsschendingwaarde toonde daarnaast aan dat zowel het negatieve als het positieve scenario, in vergelijking met het neutrale controlescenario, werd gezien als verwachtingsschending. Echter had dit enkel bij het negatieve scenario ook daadwerkelijk invloed op de opgestelde uitkomstwaarde. In het geval dat de persoon bij de date aantrekkelijker blijkt te zijn zorgt dit er niet voor dat de date ook meteen positiever beoordeeld wordt. In de verwachtingsschendingstheorie wordt echter gesteld dat iedere vorm van het schenden van verwachting, zowel negatief als positief, leidt tot nadruk op het gedrag

en daarmee invloed heeft op de beoordeling van de interactie. Dit blijkt bij onlinedating niet het geval te zijn. Ook voor deze afwijkende bevinding wordt de suggestie gedaan om dit in de toekomst verder te onderzoeken.

Trefwoorden: *Onlinedating, profielidealiseatie, modality switching, verwachtingsschending, uitkomstwaarde*

Inhoud

Hoofdstuk 1 - Inleiding	1
1.1. Onderwerp en onderzoeksvraag	1
1.2. Wetenschappelijke en maatschappelijke relevantie	4
1.3. Leeswijzer	4
Hoofdstuk 2 - Theoretisch kader	6
2.1. Onlinedating	6
2.1.1. Aantrekkelijkheid	8
2.1.2. Zelfpresentatie	10
2.1.3. Profielidealiseratie	11
2.2. Verwachtingsschendingentheorie.....	13
3.3. Hypotheseoverzicht	17
Hoofdstuk 3 - Methode	19
3.1. Methode.....	19
3.2. Dataverzameling.....	20
3.2.1. Samenstelling en verspreiding van de enquête.....	20
3.2.3. Steekproef.....	20
3.3. Operationalisering	22
3.3.1. Verloop van de enquête.....	22
3.3.2. Vignetten	23
3.3.3. Onlinedating	28
3.3.4. Analyse.....	31
Hoofdstuk 4 - Resultaten.....	32
4.1. Onlinedating	32
4.1.1. Attituden en stigma's	32
4.1.2. Aantrekkelijkheid	33
4.1.3. Profielidealiseratie	35
4.2. Verwachtingsschending	39
4.3. Hypotheseoverzicht	42
Hoofdstuk 5 - Conclusie.....	44
5.1. Conclusie en discussie.....	44
5.2. Beperkingen van het huidige onderzoek	47
5.3. Suggesties voor vervolgonderzoek.....	49
Literatuurlijst.....	51
Bijlage 1 – Enquête	57

Hoofdstuk 1 - Inleiding

1.1. Onderwerp en onderzoeksvraag

Mensen zijn sociale dieren. Homo sapiens (de moderne mens) heeft zelfs alle andere soorten van het geslacht Homo (mensen) weten te overleven door zijn sociale vaardigheden (Hare, 2017). Persoonlijke connecties en netwerken worden gevormd om bepaalde doelen te bereiken, waarvan één van de belangrijkste en meest persoonlijke connecties gevormd wordt met een romantisch partner. Deze connectie is belangrijk voor zowel sociale redenen als voor de puur biologische reden van voortplanting (Collins, Welsh, & Furman, 2009). De manier waarop deze connectie gelegd wordt is sterk onderhevig aan technologische ontwikkelingen in de samenleving (Miller, 2011). Zo zorgde de uitvinding van de particuliere automobiel voor plotse onafhankelijkheid, mobiliteit en persoonlijke ruimte, waardoor potentiële koppels niet langer aan het ouderlijk huis of lokale cafés gebonden waren voor ontmoetingen (Miller, 2011). Met de opkomst van computers met internet werd een volgend datingtijdperk ingeluid. Datingwebsites zorgden voor nieuwe connecties met potentiële partners, zonder dat mensen fysiek in dezelfde ruimte hoefden te zijn (Zhang & Yasseri, 2016). Toen mobiele telefoons ontwikkelden tot zakcomputers, was dit ook het startschot voor de eerste mobiele dating applicaties (MDA's). Vanaf dat moment was onlinedating niet langer gebonden aan een thuislocatie of internetcafé, maar kon het op ieder moment van de dag gebeuren (Zhang & Yasseri, 2016). Deze ontwikkeling bleek geen tijdelijke trend. Tussen 1998 en 2003 gaf slechts 2% van Nederlandse koppels die gingen samenwonen aan elkaar via internet ontmoet te hebben. Tussen 2008 en 2013 was dit aantal al gestegen naar meer dan 13% (Kooiman & Latten, 2014). In 2017 gaf één op de drie mannen en één op de vier vrouwen die meededen aan een landelijk onderzoek naar seksuele gezondheid aan ooit gebruikgemaakt te hebben van een onlinedatingplatform (De Graaf & Wijsen, 2017). Met de groeiende populariteit van onlinedating kwamen echter ook stigma's mee. Allereerst omdat men van mening was dat het actief doorbladeren van online profielen volledig inging tegen het idee van het spontaan tegen het lijf lopen van 'de ware' (Timmermans & Courtois, 2019). Daarnaast zou deze eindeloos lijkende catalogus aan profielen ervoor zorgen dat gebruikers van onlinedating nooit echt zouden settelen, omdat er altijd het gevoel blijft dat ergens op het platform een betere kandidaat wacht (Nam, 2017; Timmermans & Courtois, 2019).

Tevens zorgt de steriele opzet van de platforms dat er veel gebruik wordt gemaakt van selectieve en soms zelfs niet waarheidsgetrouwe zelfpresentatie (Goffman, 1959; Ramirez, Sumner, Fleuriot & Cole, 2015). Omdat er op een profiel slechts beperkte en vaak

demografische informatie weergegeven wordt, denken gebruikers kritisch na over hoe zij zichzelf presenteren om zo aantrekkelijk mogelijk te worden. Positieve karaktereigenschappen worden extra uitgelicht, of zelfs wat aangedikt, terwijl slechte eigenschappen weggelaten of niet waarheidsgetrouw vermeld worden (Ramirez et al., 2015). Een voorbeeld hiervan is het bewerken van een profielfoto. Oneffenheden in de huid of andere punten van onzekerheid over het uiterlijk kunnen weggehaald worden door fotobewerkingsprogramma's om zo aantrekkelijker over te komen. Deze verschillen mogen echter niet te groot zijn, omdat men anders door de mand zou vallen wanneer de online interactie overgaat in een offline ontmoeting, het moment van zogenaamde *modality switching* (Ramirez et al., 2015; Toma, Hancock, & Ellison, 2008). In deze scriptie wordt dan ook een antwoord gezocht op de volgende onderzoeksvraag: *In hoeverre heeft een verschil in aantrekkelijkheid tussen een onlinedatingprofielfoto en de realiteit invloed op het oordeel over een eerste date?*

Voor de beantwoording van deze vraag wordt gebruikgemaakt van de *verwachtingsschendingentheorie* (Expectancy Violations Theory; EVT) zoals geïntroduceerd door Burgoon en Jones (1976). Deze theorie komt voort uit de *onzekerheidsreductietheorie* (Berger & Calabrese, 1975) en focust op de situatie waarbij verwachtingen niet waargemaakt worden. Verwachtingen worden opgesteld om de onzekerheid die ontmoetingen met onbekenden met zich meebrengen te verzachten en een gevoel van controle te behouden (Burgoon & Walther, 1990; DelGreco & Denes, 2019; Telford, 2016). Het is echter niet altijd het geval dat deze verwachtingen ook daadwerkelijk uitkomen. Wanneer er een verschil is tussen wat verwacht werd en hoe de werkelijke situatie is, is er sprake van een verwachtingsschending (Burgoon, 1993; Burgoon & Hale, 1988; Burgoon & Walther, 1990). Aangezien deze schending een verrassing is, eist het aandacht op en heeft het invloed op hoe de gehele interactie beoordeeld zal worden (Burgoon & Hale, 1988). In het geval van een uit onlinedating voortgekomen eerste date worden de verwachtingen voor de ontmoeting gevormd door het datingprofiel, maar ook door de attitude jegens onlinedating. Wanneer iemand het beeld heeft dat mensen zich op datingprofielen beter voordoen dan ze daadwerkelijk zijn, zal het ook niet als een verrassing komen als iemand bij een eerste date inderdaad minder aantrekkelijk blijkt te zijn (Ellison, Hancock & Toma, 2011; Ramirez et al., 2015). Aangezien dit verschil verwacht werd, stelt de verwachtingsschendingentheorie dat dit geen negatieve invloed zal hebben op het eindoordeel over de interactie (Burgoon & Jones, 1976). Wanneer deze persoon bij aankomst op de date opmerkt dat de ander juist

aantrekkelijker blijkt te zijn dan de profielfoto deed vermoeden zou dit wel onverwacht komen. Deze positieve wending zou dan voor een positieve nadruk op de gehele date zorgen, wat meegenomen wordt bij de beoordeling daarvan (Burgoon, 1993; Burgoon & Hale, 1988; Burgoon & Walther, 1990).

Onder beoordelen wordt in dit onderzoek verstaan dat een zogenaamde *uitkomstwaarde* (Predicted Outcome Value; POV) opgesteld wordt tijdens of na afloop van de ontmoeting (Sunnafrank, 1988; Sunnafrank & Ramirez, 2004). Deze term is eveneens een afgeleide van de onzekerheidsreductietheorie en wordt gevormd door een afweging te maken tussen de kosten en opbrengsten van de interactie (Mottet, 2000; Sunnafrank, 1988; Sunnafrank & Ramirez, 2004). Wanneer verwacht wordt dat de interactie iemand dichterbij het persoonlijke doel brengt is de uitkomstwaarde positief. Is dit niet het geval, dan is er sprake van een negatieve uitkomstwaarde, waardoor besloten kan worden om de interactie af te breken of überhaupt niet te beginnen (Sunnafrank & Ramirez, 2004; Telford, 2016). In een onlinedatingsituatie kunnen op meerdere momenten uitkomstwaardes opgesteld worden. Allereerst wanneer een profiel voor het eerst bekeken wordt. Op dat moment wordt de profielinformatie beoordeeld en wordt de beslissing gemaakt of iemand een potentiële match zou kunnen zijn. Wanneer beide personen geïnteresseerd zijn kunnen zij vaak een gesprek starten via de chatfunctie van het gebruikte platform (Ellison et al., 2011). In sommige gevallen wordt de interactie voortgezet via een communicatiemiddel buiten het datingplatform (Ramirez et al., 2015). Ook in dit stadium vindt de afweging plaats om de potentiële uitkomst te beoordelen. Is deze nog steeds positief, dan kan besloten worden om elkaar te ontmoeten voor een eerste date (Ellison et al., 2011; Ramirez et al., 2015). Door de mogelijke selectieve zelfpresentatie en het bedrog op datingprofielen kan hier het beeld over de persoon, en daarmee de uitkomstwaarde, plots veranderen (Ellison et al., 2011). Dit is het moment wat in deze scriptie onderzocht zal worden.

Aan de hand van deze theorieën werden hypothesen opgesteld, welke vervolgens werden getest aan de hand van een enquête waarin gebruik werd gemaakt van de vignettenmethode. Deze methode vormt een combinatie tussen klassieke experimenten en enquêtes, waardoor reacties op veranderingen in situaties op grote schaal onderzocht kunnen worden (Atzmüller & Steiner, 2010; Vargas, 2011). In het huidige onderzoek werd respondenten een scenario getoond over een eerste date. Hierbij werd een manipulatie uitgevoerd op de vermelding over een verschil in aantrekkelijkheid tussen de profielfoto en de realiteit bij de persoon waarmee gedatet werd. Het scenario bestond hierdoor in een negatieve

en een positieve versie, waarbij respectievelijk de persoon in realiteit minder aantrekkelijk en aantrekkelijker was. Tevens bestond er een neutrale versie, welke als controlegroep gebruikt werd, waarbij geen vermelding werd gedaan over de fysieke aantrekkelijkheid van de persoon. Respondenten kregen elk één van de drie versies te zien en beoordeelden deze op mate van verwachtingsschending en voorspelde uitkomstwaarde. Door de resultaten tussen de scenario's te vergelijken kon de onderzoeksvraag beantwoord worden.

1.2. Wetenschappelijke en maatschappelijke relevantie

Het is niet de eerste keer dat de verwachtingsschendingentheorie met betrekking tot onlinedating onderzocht wordt. Zo onderzochten DelGreco en Denes (2019) hoe mannelijke onlinedaters in chats reageren wanneer vrouwelijke gebruikers complimenten op verschillende manieren in ontvangst nemen. Ook is de theorie in eerder onderzoek al toegepast op het moment van modality switching, al werd toen de invloed van lengte van het voorafgaande online contact op de uitkomst van de ontmoeting onderzocht (Ramirez et al., 2015). Daarnaast zijn de bestaande onderzoeken voornamelijk uitgevoerd op Amerikaanse steekproeven. Deze scriptie zal een Nederlandse steekproef onderzoeken van zowel wel als niet gebruikers van onlinedatingplatforms. Hierdoor kan de beperkte hoeveelheid onderzoek dat is uitgevoerd over onlinedating in Nederland uitgebreid worden vanuit een bijzonder perspectief. Tevens zullen de bevindingen van dit onderzoek nuttig zijn voor gebruikers van onlinedating zelf, aangezien aan de hand van de verkregen resultaten kan vastgesteld worden of gebruikmaken van selectieve en idealiserende zelfpresentatie nuttig of juist beperkend is voor de mate van succes bij onlinedating.

1.3. Leeswijzer

In de komende hoofdstukken van deze scriptie zal het uitgevoerde onderzoek en de resultaten daarvan beschreven worden. Allereerst wordt in hoofdstuk 2 een theoretische kadering gepresenteerd. Voorgaande onderzoeken over de in deze inleiding geïntroduceerde onderwerpen worden besproken en met elkaar vergeleken. Aan de hand hiervan worden hypothesen opgesteld die in dit scriptieonderzoek getest zijn. In hoofdstuk 3 wordt de bij dit onderzoek gebruikte methode besproken en onderbouwd. Tevens wordt hier een omschrijving van de verzamelde steekproef gegeven en worden de resultaten van factor- en betrouwbaarheidsanalyses van de in de enquête gebruikte schalen gerapporteerd. Hoofdstuk 4 omschrijft de resultaten van de analyses die uitgevoerd zijn om de hypothesen te accepteren of verwerpen. De resultaten worden in dat hoofdstuk tevens vergeleken met de bestaande theorieën om verschillen of overeenkomsten te achterhalen en verklaren waar mogelijk. Tot

slot wordt in hoofdstuk 5 een algehele conclusie gevormd uit de resultaten, waardoor de centrale onderzoeksvraag beantwoord zal worden. Tevens worden hier de beperkingen van dit onderzoek besproken en worden suggesties gedaan voor mogelijk vervolgonderzoek.

Hoofdstuk 2 - Theoretisch kader

In dit hoofdstuk zullen theoretische concepten die in het onderzoek centraal staan besproken worden aan de hand van bestaande literatuur. Allereerst zal ingegaan worden op onlinedating en de daarmee verbonden theorieën over aantrekkelijkheid, zelfpresentatie en bedrog.

Vervolgens wordt de verwachtingsschendingentheorie geïntroduceerd, welke voortkomt uit de onzekerheidsreductietheorie. Tot slot wordt de voorspelde uitkomstwaarde theorie besproken, welke ook een afgeleide is van de onzekerheidsreductietheorie. Aan de hand van deze theorieën worden hypothesen opgesteld die in deze scriptie getest zullen worden.

2.1. Onlinedating

Bij de opkomst van digitale technologie zijn veel offline gebruiken de transitie naar online vormen ondergaan, waaronder ook communicatie (Donn & Sherman, 2002). Van *computer gemedieerde communicatie* (Computer mediated communication; CMC) werd aanvankelijk gedacht dat het puur taakgericht ingezet zou worden. Mensen zouden via e-mail, prikborden of online groepsconferenties gemakkelijk samen kunnen werken. Later bleek dat digitale communicatie ook graag gebruikt werd voor persoonlijke doeleinden, om bijvoorbeeld gemakkelijk in contact te kunnen blijven met bekenden die niet in de buurt woonden (Donn & Sherman, 2002). Vanaf de lancering van het internet vonden er al provisorische vormen van onlinedating plaats, met berichten op fora en in opmerkingsvelden bij nieuwspagina's, maar in 1994 en 1995 werden de eerste sites gelanceerd die onlinedating als centraal doel hadden (Ali & Wibowo, 2011). Hierna nam het aantal onlinedatingplatforms met grote snelheid toe. Met deze toename ontstonden echter ook stigma's. Men had namelijk het idee dat de liefde niet gestuurd of geforceerd kon worden en dat je 'de ware' op een dag spontaan tegen het lijf zou moeten lopen (Timmermans & Courtois, 2019). Het feit dat onlinedatingplatforms eindeloze catalogi vol met mensen vormden, waar actief doorheen gebladerd werd tot er iemand langskwam die de interesse wekte, stond haaks op dit idee (Ramirez et al. 2015; Timmermans & Courtois, 2019). Door deze eindeloosheid van aanbod ontstond onder andere het idee dat gebruikers nooit zouden settelen op een keuze, omdat er altijd het gevoel blijft dat ergens op het platform zich een betere kandidaat bevindt (Nam, 2017; Timmermans & Courtois, 2019). Het ontstaan van deze stigma's wordt door Bos, Pryor, Reeder en Stutterheim (2013) en Link en Phelan (2001) verklaard door het feit dat men anderen categoriseert aan de hand van inherente eigenschappen. Wanneer deze eigenschappen als negatief gezien worden zal dit ervoor zorgen dat de bezitter van deze eigenschappen ook als mindere persoon gezien wordt. Hierdoor kan een zogenaamd *in-group/out-group onderscheid*

ontstaan (Bos et al., 2017; Link & Phelan, 2001; Smith & Duggan, 2013). In dit geval beschouwen mensen zonder ervaring met onlinedating zichzelf als een ander persoon dan mensen met ervaring en wijzen daardoor bepaalde (denigrerende) eigenschappen toe aan de leden van de out-group (Bos et al., 2013; Link & Phelan, 2001; Smith & Duggan, 2013; Timmermans & Courtois, 2019).

Na de eeuwenwisseling werd, met de opkomst van sociale netwerk sites (SNS) zoals Facebook en Hyves, het online onderhouden van contacten meer genormaliseerd (Ali & Wibowo, 2011). Het verschil tussen SNS en onlinedatingplatforms bevindt zich echter in het feit dat bij SNS de contacten elkaar over het algemeen al kennen voordat de online connectie gevormd werd, terwijl onlinedatingplatforms volledig nieuwe connecties vormen (Gibbs, Ellison, & Lai, 2010). Door dit verschil ging de acceptatie van het gebruiken van onlinedatingplatforms om liefde te vinden minder snel dan de acceptatie om internet te gebruiken om reguliere connecties te leggen (Ali & Wibowo, 2011). Men bleef denken dat mensen die onlinedating gebruiken dit doen omdat ze niet succesvol genoeg zijn bij het daten in de offline wereld of bepaalde sociale vaardigheden missen, waardoor ze kiezen voor het afstandelijkere en controleerbaardere online contact (Nam, 2017; Roth & Gillis, 2014; Timmermans & Courtois, 2019). Uit onderzoek is echter gebleken dat het gebruik van onlinedating ook voordelen met zich meebrengt. Eén daarvan is het feit dat gebruikers van onlinedating een beter beeld over het type persoon dat bij hen past kunnen ontwikkelen (Ward, 2017). De kans dat de eerste match meteen de prins op het witte paard is, is namelijk vrij klein. Daardoor zullen er over het algemeen meerdere, onsuccesvolle, kennismakingen plaatsvinden voordat de juiste persoon gevonden wordt. De ervaring die hierbij wordt opgedaan kan vervolgens worden gebruikt om een duidelijker beeld te vormen van de gezochte persoon om daarna specifiekere manieren te vinden om deze persoon uiteindelijk te bereiken. Dit kan bijvoorbeeld door gebruik te maken van filtermogelijkheden op datingwebsites, of door de kenmerken waar naar gezocht wordt te vermelden in de profieltekst (Ward, 2017).

In de afgelopen jaren is de populariteit van en het aantal platforms voor onlinedating constant toegenomen (Smith & Duggan, 2013; Timmermans & Courtois, 2019). Door het grote aantal verschillende onlinedatingplatforms kunnen veel niche groepen soortgenoten vinden om mee te daten. Dit reikt van platforms specifiek voor hoogopgeleiden tot aan platforms waar liefhebbers van Nederlandstalige volksmuziek elkaar kunnen vinden (e-matching.nl, n.d.; Piratendating.nl, n.d.). Daarnaast maken ook leden van de LHBTI

(Lesbisch, Homoseksueel, Biseksueel, Transgender en Interseks) gemeenschap vaak gebruik van onlinedating om elkaar te ontmoeten. Aangezien deze sites ervoor zorgen dat de beoogde doelgroep al verzameld is, wordt het proces van zoeken naar de juiste persoon makkelijker en efficiënter gemaakt (Johnson, Vilceanu, & Pontes, 2017). Door deze toename in het gebruik van onlinedating, zijn ook stigma's aan het verdwijnen. Amerikaans onderzoek toonde aan dat tussen 2005 en 2013 het percentage van respondenten die het eens waren met de stelling 'Onlinedating is een goede manier om mensen te ontmoeten' was gestegen van 44% naar 59% (Smith & Duggan, 2013). Timmermans en Courtois (2019) voerden in 2016 een enquêtestudie uit rondom onlinedatingstigma's in België. Hieruit bleek dat de grootste groep ondertussen een neutraal beeld had van zowel onlinedating als onlinedaters (Timmermans & Courtois, 2019). In Nederland is vergelijkbaar onderzoek nog niet uitgevoerd. Wel toonde het Rutgers instituut in het rapport over seksuele gezondheid in Nederland uit 2017 aan dat 30% van de mannelijke en 25% van de vrouwelijke respondenten ooit gebruikt heeft gemaakt van één of meerdere onlinedatingplatforms (De Graaf & Wijsen, 2017). Door de steeds groter wordende hoeveelheid gebruikers valt ook te verwachten dat onlinedating ook in Nederland steeds meer geaccepteerd wordt in de maatschappij, zoals de studies van Timmermans en Courtois (2019) en Smith en Duggan (2013) al hebben aangetoond voor andere landen. De eerste hypothese die in deze scriptie getest zal worden luidt dat ook als volgt:

H1: Nederlanders hebben een positief beeld van onlinedating.

Daarnaast valt hierbij te verwachten dat er een in-group/out-group effect aanwezig is tussen wel- en niet-gebruikers van onlinedating wat betreft de attitude jegens de platforms (Bos et al., 2013; Link & Phelan, 2001; Timmermans & Courtois, 2019). Vandaar de tweede hypothese:

H2: Nederlanders met persoonlijke gebruikservaring met onlinedating zullen een positiever beeld hebben van onlinedating dan Nederlanders zonder persoonlijke gebruikservaring.

2.1.1. Aantrekkelijkheid

Bij het ontwikkelen van romantische relaties speelt aantrekkelijkheid een belangrijke rol (Wang & Chang, 2010). Het begint immers allemaal met personen die elkaar aantrekkelijk vinden, waarna geprobeerd wordt een persoonlijke connectie te vormen (South Palomares & Young, 2018). Binnen wetenschappelijk onderzoek wordt hierbij onderscheid gemaakt tussen fysieke en niet-fysieke aantrekkelijkheid (o.a Fiore, Taylor, Mendelsohn, & Hearst, 2008;

McGloin & Denes, 2018). Fysieke aantrekkelijkheid gaat om lichamelijke kenmerken die als aantrekkelijk bevonden worden. Niet-fysieke aantrekkelijkheid gaat om andere kenmerken, zoals intelligentie, humor, zachtaardigheid of empathie die als aantrekkelijk gezien worden (Fiore et al., 2008). In wetenschappelijk onderzoek wordt fysieke aantrekkelijkheid bij ontmoetingen tussen onbekenden over het algemeen als belangrijker gezien dan niet-fysieke aantrekkelijkheid (o.a. Fiore et al., 2008; Fugère, Chabot, Doucette, & Cousins, 2017). Dit is bovenal het geval aangezien fysieke eigenschappen in face-to-face situaties zichtbaar zijn nog voordat er communicatie plaatsgevonden hoeft te hebben, terwijl niet-fysieke kenmerken pas zichtbaar worden bij interactie. De eerste indruk wordt daarom sterk bepaald door uiterlijke kenmerken (South Palomares & Young, 2018).

Aantrekkelijkheid is echter zeer subjectief. Wat een persoon aantrekkelijk vindt verschilt per individu. Er zijn echter wel een aantal kenmerken die over het algemeen bijdragen aan de aantrekkelijkheid van een persoon. Voor fysieke aantrekkelijkheid zijn dit vaak kenmerken die gerelateerd worden aan fysieke gezondheid en genetische kwaliteit, aangezien deze positieve invloed hebben op voortplanting (Collins et al., 2009; McGloin & Denes, 2018). Zo doet een symmetrisch gezicht vermoeden dat een persoon weinig genetische afwijkingen heeft en zijn jukbeenderen en kaaklijnen indicaties voor hormonale volwassenheid (Elmer & Houran, 2020; McGloin & Denes, 2018). Overeenkomsten in zowel fysieke- als niet-fysieke eigenschappen tussen eigen persoon en een ander dragen tevens bij aan aantrekkingskracht. Wanneer de eigenschappen bij iemand zelf als aantrekkelijk gezien worden, zal er ook een voorkeur bestaan voor deze eigenschappen in anderen (Elmer & Houran, 2020; McGloin & Denes, 2018). Daarnaast wordt vaak gezocht naar personen die in aantrekkelijkheid als vergelijkbaar gezien worden, omdat het niet wenselijk is dat de één alle aandacht opeist door een groot verschil in aantrekkelijkheid met de ander (Elmer & Houran, 2020).

Onlinedating is een omgeving waarin het belang van aantrekkelijkheid sterk uitgelicht wordt. De profielfoto, waarop meestal de fysieke eigenschappen van een persoon te zien zijn, is vaak het centrale onderdeel van een datingprofiel (Fiore et al., 2008; McGloin & Denes, 2018). Aangezien onlinedatingplatformgebruikers per sessie grote aantallen profielen langs zien komen is het voor het brein te zwaar om ieder profiel tot in detail te analyseren. Hierdoor wordt er vaak gefocust op makkelijk te beoordelen kenmerken zoals uiterlijkheden (South Palomares & Young, 2018). Bij sommige platforms zoals Tinder en Bumble is de profielfoto zelfs eerst het enige wat gebruikers zien van een profiel. Voor overige informatie moet

doorgeklikt worden (Ward, 2016). Als het oordeel over de profielfoto al niet positief is, is er vaak ook geen interesse om de rest van de profielinformatie te bekijken, waardoor meteen de beslissing wordt genomen om dit profiel niet te liken (Fiore et al., 2008). In het onderzoek van Fiore et al. (2008) werden verschillende profielen getoond aan respondenten van een enquête, waarna onder andere de profielaantrekkelijkheid geïndiceerd werd. Hieruit bleek dat de profielfoto het profielonderdeel is met de grootste voorspellende factor voor de algehele aantrekkelijkheidsbeoordeling van het profiel. Op de tweede plek stonden de biografieën of andere zelf in te vullen teksten op een datingprofiel, aangezien deze indicaties gaven van iemands persoonlijkheid (Fiore et al., 2008). In het huidige onderzoek zal deze belangrijkheid wederom getest worden door verschillende profielonderdelen met elkaar te vergelijken op basis van wat gezien wordt als belangrijk bij de profielbeoordeling. De derde hypothese luidt daarom als volgt:

H3: Fysieke aantrekkelijkheid op de profielfoto is het belangrijkste element voor de beoordeling van onlinedatingprofielen.

2.1.2. Zelfpresentatie

Aangezien aantrekkelijkheid een zeer grote rol speelt bij het beoordelingsproces van onlinedatingprofielen is het van groot belang dat gebruikers van de platforms zichzelf zo aantrekkelijk mogelijk presenteren. De theorie rondom *zelfpresentatie* werd in 1959 geïntroduceerd door socioloog Erving Goffman. Hij omschreef dat ieders identiteit uit vele verschillende eigenschappen bestaat, waarvan afhankelijk van de context en het publiek er een aantal uitgelicht worden bij face-to-face interacties. Door deze selectieve zelfpresentatie strategisch uit te voeren kan men een bepaalde indruk achterlaten en zo doelen behalen zoals banen, zakelijke afspraken of romantische relaties (Goffman, 1959; Guadagno, Okdie, & Kruse, 2012; Ward, 2016). Later bleek dat deze theorie niet enkel toepasbaar was bij face-to-face interacties, maar dat hij ook aanwezig is bij digitale en online communicatie.

Onlinedating is een voorbeeld van digitale interactie waarbij zelfpresentatie een zeer grote rol speelt (Ellison et al., 2011; Ward, 2016). Binnen zelfpresentatie wordt onderscheid gemaakt tussen *impression motivation* en *impression construction*. *Impression motivation* is de mate waarin men gemotiveerd is om de manier waarop ze gezien worden te sturen. Vaak is deze motivatie een bepaald doel wat zij voor ogen hebben, waarvoor ze een goede indruk achter moeten laten. De *impression construction* omschrijft vervolgens wanneer en hoe deze indruk vormgegeven wordt (Leary & Kowalski, 1990; Ward, 2016; Ward, 2017).

Het doel wat datingplatformgebruikers nastreven verschilt per persoon. Timmermans en De Caluwé (2017a) creëerden de Tinder Motieven Schaal, met daarop 13 motieven voor het gebruik van datingapp Tinder variërend van tijddoding en gezelligheid tot het vinden van een relatie of seksbuddy. Gedurende de gebruiksperiode van datingplatforms kunnen deze motieven veranderen, waardoor men op verschillende momenten op zoek zou kunnen zijn naar verschillende soorten medegebruikers (Ward, 2016; Ward, 2017). Wellicht dat iemand begint uit verveling en omdat mensen in de persoonlijke omgeving het ook gebruiken, om vervolgens toch actief op zoek te gaan naar een romantische relatie (Timmermans & De Caluwé, 2017a). Afhankelijk van waar iemand naar zoekt, kan de profielinformatie aangepast worden om een bepaalde doelgroep aan te spreken (Ward, 2016). Aangezien hier geen bewezen succesformule voor bestaat is het invullen van een profiel vaak experimenteel en aan verandering onderhevig (Ellison et al., 2011; Ward, 2017). Gebruikers passen regelmatig de informatie op het profiel aan, om te kijken wat de invloed van de aanpassingen is op het aantal reacties, berichten of likes (Ward, 2017). Vaak wordt hierbij gezocht naar een balans tussen authenticiteit en begeerlijkheid. Gebruikers willen duidelijk communiceren wie zij zijn, maar zijn zich ook bewust van het feit dat ze zichzelf moeten verkopen om op te vallen tussen de andere gebruikers en zo interesse op te wekken (Ellison et al., 2011; Ward, 2016). Pas na het tonen van deze interesse door een like, reactie of contactverzoek kan er immers interactief gecommuniceerd worden (Ellison et al., 2011). Om tot deze stap - en daardoor mogelijk tot een offline ontmoeting - te komen, zetten gebruikers selectieve zelfpresentatie in (Goffman, 1959; Ramirez et al., 2015). Vaak wordt deze zelfpresentatie nog wat extra aangedikt om boven andere gebruikers uit te komen. In dat geval is er sprake van profielleugens (Ellison et al., 2011; Goffman, 1959).

2.1.3. Profielidealiseratie

Onlinedating is een persoonlijke en kwetsbare vorm van interactie. Men moet zichzelf openstellen om een persoonlijke connectie te vormen, echter is het moeilijk om een volledig beeld van een onbekend iemand te krijgen vanwege het gebrek aan contextuele en non-verbale aanwijzingen (Gibbs et al., 2010). Aangezien over het algemeen bekend is dat er in online omgevingen aan selectieve zelfpresentatie gedaan wordt, ontstaat er onzekerheid over of de persoon op het profiel hetzelfde is als de persoon achter het scherm (Ellison et al., 2011; Gibbs et al., 2010; McGloin & Denes, 2018; Ward, 2016). Om de identiteit van personen te proberen te bevestigen wordt dan ook regelmatig gebruikgemaakt van zoektochten op andere platforms zoals Google en Facebook (Gibbs et al., 2010).

De mate waarin idealisatie van profielonderdelen plaatsvindt verschilt. Onderzoeken hebben uitgewezen dat een lichte mate van liegen als normaal gezien wordt en daardoor ook door velen toegepast wordt (o.a. Fiore et al., 2008; McGloin & Denes, 2018; Toma et al., 2008; Ward, 2016). In sommige gevallen neemt dit echter extreme vormen aan, zoals bij *datingfraude* of *catfishing* waarbij serieuze financiële, mentale of fysieke schade aangericht kan worden bij slachtoffers. Bij datingfraude kunnen bijvoorbeeld persoonlijke gegevens gestolen worden of worden slachtoffers opgelicht door personen op datingplatforms (McGloin & Denes, 2018). Bij catfishing gaat dit nog een stap verder, aangezien mensen zich op profielen voordoen als een volledig ander persoon dan wie zij in werkelijkheid zijn (Koch, 2017; McGloin & Denes, 2018). Dit kan onschuldig zijn, door een gebrek aan zelfvertrouwen, maar het kan ook gevaarlijke situaties opleveren waarbij de persoon het vertrouwen van anderen probeert te winnen om vervolgens financiële, emotionele of fysieke schade aan te richten (Koch, 2017; Sharabi & Caughlin, 2018). Over het algemeen is de mate van idealisatie echter subtieler. Te grote verschillen kunnen namelijk negatief ontvangen worden wanneer het online contact overgaat in een offline ontmoeting, het zogenaamde *modality switching* (Ramirez et al., 2015). Informatie over leeftijd, gewicht of lengte wordt lichtelijk bijgesteld richting waardes die als positiever gezien worden of een profielfoto wordt bewerkt om uiterlijke onzekerheden weg te werken (Toma et al., 2008). Hierbij bestaat tevens een onderscheid tussen mannen en vrouwen. In online omgevingen gebruiken mannen over het algemeen meer idealisatie dan vrouwen (Guadagno et al., 2011). Wanneer gekeken wordt naar het individuele gebruik van onlineleugens door de twee geslachten stelt de theorie dat vrouwen het meeste liegen over hun gewicht, terwijl mannen juist hun lengte het meest niet waarheidsgetrouw invoeren (Guadagno et al., 2011; Haferkamp, Eimler, Papadakis & Kruck, 2012). Dit gedrag heeft te maken met het ideaalbeeld wat bestaat over mannen en vrouwen, waar gebruikers aan willen voldoen om succesvoller te worden op de onlinedatingmarkt (Ward, 2017). De vierde hypothese test deze aannames en is onderverdeeld in vier sub-hypotheses:

H4a: *Nederlandse onlinedaters gebruiken een lichte mate van idealisatie op hun onlinedatingprofielen.*

H4b: *Nederlandse mannelijke onlinedaters geven profielinformatie minder waarheidsgetrouw weer dan vrouwelijke onlinedaters.*

H4c: *Bij Nederlandse vrouwen die aan onlinedating doen is gewicht het profielonderdeel waarover het meeste gelogen wordt.*

H4d: *Bij Nederlandse mannen die aan onlinedating doen is lengte het profielonderdeel waarover het meeste gelogen wordt.*

2.2. Verwachtingsschendingentheorie

Voor veel gebruikers van onlinedating is een offline ontmoeting onderdeel van de route naar het persoonlijke einddoel (Ramirez et al., 2015). Bij een eerste ontmoeting met een onbekende staat één ding echter centraal: onzekerheid. Onzekerheid over de persoon zelf en zijn of haar gedrag, maar vooral ook onzekerheid over het eigen gedrag. Welk gedrag wordt gezien als ‘normaal’ en valt dit gedrag ook te verwachten van de andere persoon (Gibbs et al., 2010; Sunnafrank, 1988)? Bij onlinedating is voorafgaand aan de interactie over het algemeen al een periode digitaal contact geweest, waar de betrokkenen elkaar hebben kunnen leren kennen. Door de bewustheid over selectieve en geïdealiseerde zelfpresentatie is het echter nooit helemaal zeker hoe de persoon in het echt zou zijn (Sharabi & Caughlin, 2018; Ramirez et al., 2015). Daarnaast kan de informatie die via digitale communicatiekanalen verspreid wordt sterk gecontroleerd worden. Zo kan langdurig nagedacht worden over de verwoording van berichten, om daarmee de gewenste reactie uit te lokken (Sharabi & Caughlin, 2018). Bij een face-to-face ontmoeting valt deze controle plots weg en is er daarnaast sprake van andere contextuele aanwijzingen zoals lichaamstaal die andere signalen af kunnen geven dan wat iemand zegt. Er blijft hierdoor sprake van onzekerheid bij een eerste ontmoeting, ook al is er al een periode van digitaal contact aan voorafgegaan (Cameron & Curry, 2019; Carpenter, 2011; Ramirez et al., 2015; Sharabi & Caughlin, 2018; Telford, 2016).

Het verminderen van onzekerheid bij initiële ontmoetingen is een bekend onderwerp in communicatiewetenschappen. In 1975 werd het fenomeen reeds geïntroduceerd in de *onzekerheidsreductietheorie* (Uncertainty Reduction Theory; URT) van Berger en Calabrese, waarin tactieken werden besproken om deze onzekerheid te verminderen. Hiervoor deelden zij interacties op in drie fases: de *toegangsfase*, de *persoonlijke fase* en de *uitgangsfase*. De *toegangsfase* is de fase waarin de initiële ontmoeting plaatsvindt. Op dit moment weten de betrokkenen nog niks van elkaar, waardoor zij informatiezoekend gedrag gaan vertonen om meer over elkaar te weten te komen (Berger & Calabrese, 1975; Gibbs et al., 2010). In deze fase wordt daarom vooral demografische basisinformatie uitgewisseld. Zo kunnen de personen elkaar leren kennen zonder direct al te persoonlijke informatie vrij te geven, waardoor ze ook kwetsbaar zouden worden (Berger & Calabrese, 1975; Sharabi & Dykstra-DeVette, 2019). Bij onlinedating begint deze fase op de profielen zelf, waar basisinformatie weergegeven wordt. Vervolgens wordt de fase voortgezet, en soms zelfs al afgerond, tijdens

de periode van digitale communicatie (Sharabi & Dykstra-DeVette, 2019). De volgende fase is de *persoonlijke fase*, waarin meer persoonlijke informatie uitgewisseld wordt en er over meer meningsafhankelijke onderwerpen gesproken wordt (Berger & Calabrese, 1975). In deze fase kunnen personen elkaar echt leren kennen. Het uitwisselen van persoonlijke informatie schept een band en kan de relatie verder ontwikkelen. Daarentegen kan deze informatie ook leiden tot afronding van de interactie, wanneer de informatie als negatief gezien wordt (Berger & Calabrese, 1975; Sharabi & Dykstra-DeVette, 2019; Timmermans & Courtois, 2019). Als iemand tijdens een eerste date bijvoorbeeld een controversiële mening uit, waar de ander het niet mee eens is, kan er gekozen worden om de interactie niet verder voort te zetten en zo de uitgangsfase te betreden. In deze laatste fase wordt de relatie beëindigd en worden mogelijk afspraken gemaakt over hoe de personen in de toekomst met elkaar om zullen gaan (Berger & Calabrese, 1975). Een bekend voorbeeld hiervan is een liefdesrelatie die ten einde komt, maar waarvan de betrokkenen wel zeggen dat zij vrienden zullen blijven. Tegenovergesteld kan het ook een echtscheiding zijn, waarbij de ex-getrouwdens besluiten elkaar nooit meer te willen zien.

Een eerste date vindt over het algemeen plaats tijdens de toegangs- of persoonlijke fase, waardoor de betrokkenen elkaar nog moeten leren kennen (Sunnafrank & Ramirez, 2004). Voorafgaand aan de date is er daarom sprake van onzekerheid over de ander. Eén manier om deze onzekerheid te verminderen is door het stellen van verwachtingen voor de ontmoeting, op basis van context of ervaring met vergelijkbare situaties (Berger & Calabrese, 1975; Burgoon & Jones, 1976; Telford, 2016). Hiermee wordt het aantal mogelijke manieren waarop de ontmoeting zou kunnen verlopen verkleind, waarmee het gevoel van zekerheid en controle gecreëerd wordt (Sunnafrank, 1988). Het nadeel aan het stellen van verwachtingen is echter dat het nooit zeker is of de verwachtingen ook daadwerkelijk uit zullen komen. Wanneer dit niet het geval is, heeft dit invloed op hoe de situatie beoordeeld wordt. Het daadwerkelijke gedrag komt dan ineens heel onverwacht, wat zorgt voor een positieve of negatieve nadruk op het eindoordeel (Burgoon & Jones, 1976; Cameron & Curry, 2019; Carpenter, 2011). Deze situatie staat centraal in de *verwachtingsschendingentheorie* (Expectancy Violations Theory; EVT) geïntroduceerd door Burgoon en Jones (1976). Oorspronkelijk had deze theorie enkel betrekking de studie van interpersoonlijke ruimte bij sociale interacties. Bij een face-to-face interactie tussen twee personen is er een bepaalde afstand tussen de twee in die als wenselijk en normaal wordt gezien, genaamd de *sociale ruimte*. Afhankelijk van de relatie tussen de twee personen kan deze sociale ruimte verschillen

van een aantal centimeter (bij personen in een romantische relatie) tot een aantal meter (bij zakelijke ontmoetingen of publieke presentaties). Wanneer de afstand bij een interactie niet binnen dit gebied valt, zowel dichterbij als verder weg, wordt dit gezien als een schending van de verwachtingen (Burgoon & Jones, 1976; Cameron & Curry, 2019; Carpenter, 2011). Deze schending kan zowel positief als negatief ervaren worden (Burgoon & Jones, 1976). Zo kan het dichterbij komen van een persoon tijdens interactie gezien worden als het tonen van romantische interesse, wat positief ontvangen kan worden wanneer de andere persoon ook romantisch geïnteresseerd is, maar niet de eerste stap durft te zetten. Daarentegen is het ook mogelijk dat dezelfde fysieke verandering negatief ervaren kan worden, wanneer de persoon die dichterbij komt intimiderend en bedreigend overkomt (Burgoon & Jones, 1976).

Na de ontwikkeling van de verwachtingsschendingentheorie binnen studies over interpersoonlijke ruimte, realiseerden communicatiegeleerden zich dat de theorie niet enkel beperkt was tot deze situaties. Er werd gesteld dat verwachtingsschendingen een grote rol spelen bij veel andere vormen van interpersoonlijke communicatie (o.a. Burgoon, 1993; Burgoon & Hale, 1988; Burgoon & Walther, 1990). De positie van de verwachtingsschendingentheorie binnen onzekerheidsreductietheorie werd hiermee vergroot. Het stellen van verwachtingen werd gezien als één van de hoofdstrategieën voor het verminderen van onzekerheid bij initiële ontmoetingen (Burgoon & Walther, 1990; DelGreco & Denes, 2019). De aangepaste algemeen geldende definitie stelt dat schendingen van verwachtingen leiden tot een verhoogde alertheid. Dit zorgt voor een samenkomst van persoonlijke standpunten over zowel de persoon die de schending pleegt als het gedrag zelf, en de beoordeling van de gebeurtenis. De som van deze onderdelen bepaalt uiteindelijk of de schending als positief of negatief gezien wordt (Burgoon & Hale, 1988, p. 59).

Binnen verwachtingsschendingentheorie wordt onderscheid gemaakt tussen drie onderdelen: de verwachting, de schending en de valentie (Burgoon & Jones, 1976). Zoals eerder benoemd worden verwachtingen - gebaseerd op context, sociale normen en eerdere ervaringen met vergelijkbare ontmoetingen of personen – gesteld om het gevoel van controle over de situatie bij een allereerste ontmoeting te vergroten (Burgoon & Jones, 1976; Sunnafrank, 1988). Wanneer deze verwachtingen vervolgens niet uitkomen tijdens de ontmoeting zelf, wordt dit gezien als een verwachtingsschending (Burgoon, 1993; Burgoon & Hale, 1988; Burgoon & Walther, 1990). In een onlinedatingsituatie kan het gaan over het vormen van een beeld van een persoon aan de hand van het profiel en het online contact. In het geval dat er afgesproken wordt voor een eerste offline date, kan dit beeld gebruikt worden

om een verwachting te maken van het gedrag van die persoon en het verloop van de date (Ramirez et al., 2015). Wanneer de realiteit vervolgens niet overeenkomt met de werkelijke situatie is er sprake van een verwachtingsschending (Burgoon, 1993; Ramirez et al., 2015). Zo zou het kunnen zijn dat bij aankomst op de date blijkt dat er bij de andere persoon een verschil in fysieke aantrekkelijkheid is tussen de profielfoto op het datingplatform en de realiteit. Er wordt dan gebroken met het verwachtte beeld. Aangezien een lichte vorm van profielidealiseatie als normaal gezien wordt, zal een klein verschil in aantrekkelijkheid – en dan vooral verminderde aantrekkelijkheid – niet altijd een verwachtingsschending zijn (Ramirez et al., 2015). Dit wordt getest door de vijfde hypothese:

H5: Een groot verschil in aantrekkelijkheid tussen de profielfoto op een onlinedatingplatform en de realiteit tijdens een eerste date wordt door Nederlanders gezien als verwachtingsschending.

Hoe een schending ontvangen wordt, wordt geconceptualiseerd als de valentie. Deze is afhankelijk van eigenschappen van de schender (Burgoon, 1993; Telford, 2016). Wanneer de persoon met wie gedatet wordt in het echt aantrekkelijker is dan op de foto, wat een positieve verwachtingsschending is, zal de schending hoogstwaarschijnlijk positief beoordeeld worden. Is de persoon in realiteit echter minder aantrekkelijk – een negatieve verwachtingsschending – zal de schending waarschijnlijk negatief beoordeeld worden (Ramirez et al., 2015). De beoordeling van de schending bepaalt volgens de verwachtingsschendingentheorie vervolgens ook in grote mate de beoordeling van de gehele interactie (Burgoon, 1993; Telford, 2016). De manier waarop dit oordeel gevormd wordt, wordt door Sunnafrank (1988) omschreven in de *voorspelde uitkomstwaardetheorie* (Predicted outcome value theory; POV). Hierin stelde hij dat het bij initiële ontmoetingen niet puur gaat om onzekerheidsreductie door informatievergarig. Het doel zou juist zijn om uitkomsten te maximaliseren, om zo bepaalde einddoelen te behalen (Mottet, 2000; Sunnafrank, 1988; Sunnafrank & Ramirez, 2004). Sunnafrank (1988) stelt wel dat bij initiële kennismaking inderdaad allereerst een kleine hoeveelheid informatie verzameld wordt. Er wordt echter niet gewacht met de evaluatie tot een volledig beeld gevormd wordt. Ieder stukje nieuwe informatie wordt meteen geëvalueerd door de potentiële opbrengst van de interactie te vergelijken met de kosten. Is de uitkomst positief, dan kan de interactie voortgezet worden, zo niet kan de interactie richting de uitgangsfase gestuurd worden (Sunnafrank, 1988; Sunnafrank & Ramirez, 2004).

Op basis van deze theorie zijn de laatste twee hypothesen opgesteld. De zesde hypothese heeft betrekking op het beeld wat men heeft van onlinedating en de invloed die dit

heeft op de mate waarin een verschil in aantrekkelijkheid wordt gezien als verwachtingsschending:

H6a: Nederlanders met een negatief beeld over onlinedating zullen, in vergelijking met Nederlanders met een neutraal of positief beeld, minder verrast zijn door een negatief verschil in aantrekkelijkheid tussen een profielfoto en de realiteit tijdens een eerste date.

H6b: Aangezien Nederlanders met een negatief beeld een negatief verschil in aantrekkelijkheid minder als verwachtingsschending zien, zal dit een kleiner effect hebben op de uitkomstwaarde dan bij Nederlanders met een neutraal of positief beeld over onlinedating.

De zevende en tevens laatste hypothese is ook opgedeeld in twee sub-hypotheses en is gebaseerd op het feit dat een verwachtingsschending nadruk legt op het gedrag van de schender, wat de negatieve of positieve beoordeling van een situatie zal vergroten:

H7a: Een negatief verschil in aantrekkelijkheid zorgt voor een sterk negatieve beoordeling van de gehele date in vergelijking met een date zonder verschil in aantrekkelijkheid.

H7b: Een positief verschil in aantrekkelijkheid zorgt voor een sterk positieve beoordeling van de gehele date in vergelijking met een date zonder verschil in aantrekkelijkheid.

3.3. Hypotheseoverzicht

Op basis van bovenstaand theoretisch kader zijn zeven hypothesen en sub-hypothesen opgesteld. Door deze hypothesen te testen aan de hand van empirisch onderzoek zal een antwoord op de onderzoeksvraag gevormd worden. De eerste vier hypothesen hebben betrekking op onlinedating in Nederland. Hypothesen één en twee onderzoeken het beeld wat Nederlanders hebben over onlinedating. Hypothese drie be vraagt het belang van aantrekkelijkheid op een onlinedatingprofiel. Aan de hand van hypothese vier, welke is onderverdeeld in twee sub-hypothesen, wordt nagegaan in hoeverre Nederlanders gebruik maken van idealisatie op onlinedatingprofielen. De onderdelen van deze hypothesen zorgen voor de vorming van verwachtingen over hoe een uit onlinedating voortgekomen eerste date zou verlopen. Hypothesen vijf tot en met zeven zijn gericht op verwachtingsschendingen tijdens deze eerste dates. Allereerst wordt in hypothese vijf getest in hoeverre een verschil in

aantrekkelijkheid tussen een profielfoto en de realiteit als verwachtingsschending gezien wordt. Hypothese zes is vervolgens gericht op de verschillen in mate van verwachtingsschending tussen Nederlanders met een negatieve of een neutrale en positieve attitude jegens onlinedating. De laatste hypothese test de aanname dat negatieve en positieve schendingen zorgen voor een negatievere of positievere uitkomstwaarde.

Hoofdstuk 3 - Methode

In dit hoofdstuk zal omschreven worden hoe bovenstaande theorie en hypothesen zijn omgezet in een empirisch onderzoek. Allereerst zal een uitleg en onderbouwing gegeven worden voor de gekozen methode. Vervolgens wordt besproken hoe de enquête opgesteld en verspreid is en zal de steekproef beschreven worden. Tot slot wordt de operationalisering van de in het onderzoek gebruikte theoretische concepten besproken en worden de gebruikte analyses geïntroduceerd.

3.1. Methode

Om de hypothesen te testen en daarmee tot een antwoord op de onderzoeksvraag te komen werd in dit onderzoek gebruikgemaakt van een online enquête die een combinatie was van de vignettenmethode en schalen. Deze enquête is integraal na te lezen in Bijlage 1 van dit onderzoek. De vignettenmethode vormt een samensmelting van regulier enquêteonderzoek en klassieke experimenten en maakt het mogelijk om attituden, gedragingen en reacties op grote schaal te onderzoeken en zo significante verschillen te zoeken (Atzmüller & Steiner, 2010; Vargas, 2011). Een vignet is een situatieschets van een, vaak hypothetisch, scenario, waarvan de inhoud op bepaalde punten gemanipuleerd kan worden door de onderzoeker. Het vignet wordt opgevolgd door vragen. Door de antwoorden op deze vragen te vergelijken tussen respondentgroepen aan wie verschillende versies getoond zijn, kan het effect van de manipulatie getest worden (Vargas, 2011). Door de combinatie met een enquête kunnen de onderzoekskosten flink verlaagd worden ten opzicht van klassieke experimenten, waar locaties, onderzoekers en deelnemers voor nodig zijn (Atzmüller & Steiner, 2010; Vargas, 2011).

De in dit onderzoek gebruikte vignetten omschreven scenario's van een online geïnitieerde eerste date. De manipulatie in deze scenario's vond plaats op de mate van waargenomen profielfoto-idealiseratie door de persoon met wie gedatet werd. Hierbij was er een negatieve, neutrale en positieve conditie. Na het lezen van het scenario werd aan de respondenten gevraagd op schalen aan te geven hoe zij vonden dat de date verlopen was en wat ze van het beschreven gedrag vonden. Hiermee werd de uitkomstwaarde en de mate van verwachtingsschending berekend. De overige schalen in het onderzoek werden gebruikt om een duidelijk beeld te krijgen over stigma's rondom onlinedating, die tevens ook de verwachtingen vormen, en het gedrag van onlinedaters zelf. Door het gebruik van schalen ten opzichte van open antwoorden bleven de antwoorden gestructureerd en konden ze statistisch

getest worden. Waar nodig kregen respondenten echter wel de mogelijkheid om een eigen antwoord in te vullen, wanneer zij dachten dat hun eigenlijke antwoord niet beschikbaar was (Bryman, 2012).

3.2. Dataverzameling

3.2.1. Samenstelling en verspreiding van de enquête

Voor de samenstelling van de enquête werd gebruikgemaakt van het digitale enquêtesysteem Qualtrics (Qualtrics.com, 2020). Online enquêtes bieden meer mogelijkheden dan gedrukte enquêtes op het gebied van verspreiding, productiekosten, ontwerpopties en het klaarmaken van de data voor analyse (Fan & Yan, 2009). Daarnaast maakte Qualtrics het mogelijk om automatisch en willekeurig één van de scenariocondities aan de respondenten te tonen en deze verdeling evenredig te houden. Voorafgaand aan de verspreiding werd de enquête door drie proefrespondenten ingevuld. Hierdoor kon de werking getest worden en konden de laatste onduidelijkheden opgehelderd worden.

Voor de verspreiding werd gebruikgemaakt van een combinatie van random sampling en snowball sampling (Bryman, 2012). Allereerst werd een oproep tot deelname gedeeld met het persoonlijke netwerk van de onderzoeker via sociale mediaplatforms Facebook, Instagram, LinkedIn en WhatsApp. Deze persoonlijke connectie is positief voor de bereidheid tot invullen van de enquête (Dusek, Yurova, & Ruppel, 2015). Daarnaast konden deze connecties vervolgens verzocht worden om de link naar de enquête ook te delen met hun eigen persoonlijke netwerk. Aangezien sociale media gebouwd zijn op het delen van informatie binnen een netwerk, bieden zij de perfecte basis voor snowball sampling. Hierdoor kon tevens een diversere groep bereikt worden dan wanneer enkel gebruikgemaakt zou zijn van het netwerk van de onderzoeker (Dusek, et al., 2015). Om dit snowball effect ook te stimuleren buiten het bereik van de onderzoeker zelf, werd het deelverzoek ook weergegeven op het eindscherm van de enquête, inclusief deellinks voor verschillende sociale mediaplatforms (Bryman, 2012). Tot slot werd de link naar de enquête ook gedeeld in een enquête uitwisselgroep op Facebook, waarvan het ledenbestand enkel bestond uit onbekenden van de onderzoeker, om zo grotere diversiteit te bereiken (Bryman, 2012).

3.2.3. Steekproef

De periode van dataverzameling liep van 22 april tot en met 18 mei 2020. Op het moment van sluiting bestond de steekproef uit 394 respondenten. Tien respondenten zijn niet akkoord gegaan met de voorwaarden gesteld in het toestemmingsformulier, waardoor zij direct naar

het einde van de enquête geleid zijn. Aangezien incomplete vragenlijsten automatisch verwijderd werden door Qualtrics, waren alle overige deelnames volledig. De uiteindelijke steekproef bestond uit 384 respondenten. Hiervan was 60,9% van het vrouwelijke geslacht, 39,1% was van het mannelijke geslacht. Er waren geen respondenten die het geslacht liever niet wilden aangeven of die zich met een ander geslacht identificeerden. De gemiddelde leeftijd was 27,02 jaar met een standaardafwijking van 10,76 jaar. Wat betreft seksuele oriëntatie gaf 85,9% van de steekproef aan zich te identificeren als heteroseksueel, 7% als biseksueel, 6,3% als homoseksueel of lesbisch en 0,8% gaf aan een andere seksualiteit te hebben. Tevens had 57,8% van de steekproef op het moment van invullen een relatie. Hiertoe behoorden de antwoordcategorieën ‘vriendje/vriendinnetje’, ‘partner’, ‘geregistreerd partnerschap’, ‘verloofd’, ‘getrouwd’ en ‘anders, namelijk’. De overblijvende 42,2% bestond uit vrijgezelle respondenten, welke de antwoordopties ‘vrijgezel’, ‘aan het daten’, ‘casual seks’, ‘gescheiden’ of ‘weduwe/weduwenaar’ geselecteerd hadden. Deze categorieën zijn gebaseerd op het onderzoek van Andreassen, Pallesen en Griffiths (2017). Tot slot had 58,6 % van de steekproef persoonlijke ervaring met onlinedating, reikend van kort gebruik in het verleden tot huidig actief gebruik, 35,7% had geen ervaring, maar kent het via gebruikers in de omgeving en 5,7% gaf aan er enkel van gehoord te hebben.

Iedere respondent kreeg tijdens het invullen één van de drie scenario's te zien. Het negatieve scenario werd getoond aan 129 respondenten, het neutrale scenario aan 127 respondenten en het positieve scenario aan 128 respondenten. Tabel 3.1 toont de verdere verdeling van de demografische gegevens per scenario.

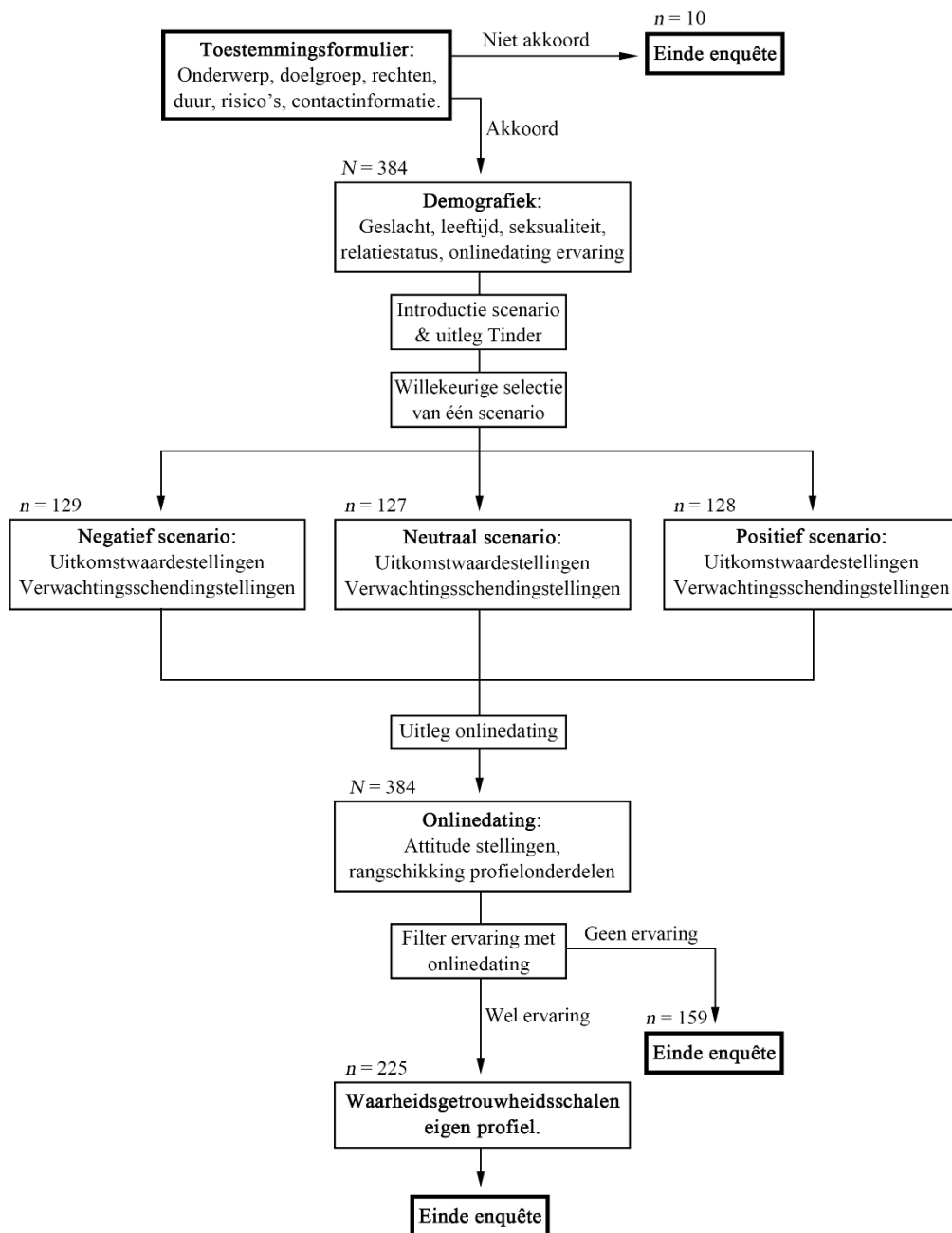
Tabel 3.1 Verdeling van steekproef over de verschillende scenario's ($N = 384$).

Scenario	<i>n</i>	% Vrouw	Leeftijd		% In een relatie	% Ervaring met onlinedating
			<i>M</i>	<i>SD</i>		
Negatief scenario	129	65,1	26,60	10,41	55,0	54,3
Neutraal scenario	127	55,9	26,72	11,01	55,1	62,2
Positief scenario	128	61,7	27,75	10,91	63,3	59,4

3.3. Operationalisering

3.3.1. Verloop van de enquête

Respondenten werden allereerst geïnformeerd over het onderzoek en hun deelname daaraan aan de hand van een toestemmingsformulier. Bij geen akkoord werd de enquête voor de desbetreffende respondent direct beëindigd. Indien wel akkoord gegaan werd met de voorwaarden opende de enquête met vragen over demografische kenmerken. Het volledige verloop van de enquête is te zien in Figuur 3.1.



Figuur 3.1 Enquêteverloop.

3.3.2. Vignetten

Na de demografische vragen en de vraag over bekendheid met onlinedating, werden de vignetten geïntroduceerd. Hierbij werd een omschrijving getoond van de werking van datingapp Tinder, aangezien dit platform in het scenario voorkomt. Vervolgens werd willekeurig één van de vignetten aan de respondent getoond. De vignetten bestonden uit drie alinea's die het verloop van een online geïnitieerde eerste date omschreven. Voorafgaand aan het scenario werd de mededeling getoond dat de respondent zichzelf in de situatie moest inbeelden en dat de date plaatsvond met persoon B. Alle scenario's begonnen en eindigden hetzelfde. Het begin gaf een omschrijving over de ontmoeting via Tinder en over het maken van een afspraak voor een eerste date.

De start van de date werd beschreven in de tweede alinea, waar zich tevens de manipulatie over het aantrekkelijkheidsverschil bevond. Zowel de negatieve als ook de positieve versie begonnen deze alinea met:

‘Wanneer u het restaurant betreedt is het erg druk. Om persoon B te herkennen pakt u de profielfoto van persoon B erbij. U kijkt het restaurant rond maar u ziet zo gauw niemand die op de foto lijkt. Plots valt uw oog op een tafel in het hoekje van het restaurant, waar iemand zit die heel vaag op de foto lijkt. U loopt naar het tafeltje toe en persoon B stelt zich voor.’

Bij de negatieve versie was de persoon minder aantrekkelijk dan op de foto:

‘De kleding van persoon B is gekreukt en er lijkt weinig aandacht te zijn besteed aan het kapsel. Wanneer u zegt dat u persoon B haast niet herkende van de profielfoto zegt persoon B nogal onzeker over zichzelf te zijn, waardoor de foto bewerkt is om aantrekkelijker over te komen. “Het gaat nou eenmaal om het innerlijk” aldus persoon B.’

In het positieve scenario werd in de derde zin van de alinea aangegeven dat de persoon die aan de tafel zat veel knapper was. Verder verliep dit scenario als volgt:

‘De kleding van persoon B ziet er heel netjes uit en er is duidelijk veel aandacht besteed aan het kapsel. Wanneer u zegt dat u persoon B haast niet herkende van de profielfoto zegt persoon B niet te willen dat er enkel geoordeeld wordt over het goede uiterlijk. “Mensen kijken anders niet verder naar je profiel, en het gaat nou eenmaal niet alleen om het uiterlijk bij een date” aldus persoon B.’

Het neutrale scenario fungeerde als controlegroep en deed geen vermelding van de aantrekkelijkheid van persoon B. Deze alinea omschreef enkel standaard gedrag bij een ontmoeting:

‘Wanneer u het restaurant betreedt is het erg druk. U ziet persoon B aan een tafeltje zitten en loopt er naartoe. Persoon B is bezig met zijn/haar mobiele telefoon, maar stopt deze weg zodra u opgemerkt wordt. Persoon B geeft u bij de begroeting een hand en drie zoenen. Wanneer de ober komt bestelt persoon B als eerste, waarna u besluit hetzelfde te bestellen.’

De derde en laatste alinea was vervolgens wederom gelijk voor alle condities en omschreef het verdere verloop van de date. Er werd gepraat over onderwerpen als hobby's, familie en vrienden en aan het einde van het diner bedankten de betrokkenen elkaar en gingen beiden naar huis. De onderwerpen die benoemd worden zijn allemaal weinig persoonlijk en intiem, wat kenmerkend is voor onderwerpen die in de toegangsfase besproken worden (Berger & Calabrese, 1975; Sunnafrank, 1988). Daarnaast zullen deze niet-bijzondere onderwerpen een minimale invloed hebben op het oordeel over het verloop van de date. Daardoor zullen mogelijke verschillen tussen de scenario's toe te schrijven zijn aan wat er in de gemanipuleerde alinea staat.

Na het lezen stelden respondenten een uitkomstwaarde op aan de hand van een semantische differentiaalschaal met zeven antonieme woordenparen, afkomstig uit het onderzoek van Mottet (2000) en gebaseerd op de uitkomstwaardetheorie ontwikkeld door Sunnafrank (1988). Om te testen of de schaal bij de analyse omgevormd kon worden tot één variabele is bij iedere conditie een factoranalyse uitgevoerd op de zeven woordenparen. Hierbij werd gebruikgemaakt van Principale Componenten Analyse met Varimax rotatie op basis van Eigenwaarden ($> 1,00$). Tabel 3.2 (volgende pagina) toont het resultaat van deze factoranalyses aan de hand van de uitkomsten van de Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) toets, de χ^2 en significantie van de Bartlett toetsen en het percentage van de variantie wat de hieruit voortkomende schalen verklaren.

Tabel 3.2 Uitkomsten van factoranalyses op uitkomstwaardeschalen per scenario ($N = 384$).

	<i>KMO</i>	χ^2	<i>n</i>	<i>df</i>	% van variantie verklaard
Uitkomstwaarde Negatief	0,87	388,47*	129	21	56,6
Uitkomstwaarde Neutraal	0,88	578,81*	127	21	66,2
Uitkomstwaarde Positief	0,86	626,71*	128	21	65,4

* $p < 0,001$

Iedere factoranalyse resulteerde in één factor per conditie. Hierdoor is voor iedere conditie één nieuwe variabele gevormd met als waarde het gemiddelde van de zeven losse waarden. De factorladingen en betrouwbaarheid van de schalen wordt weergegeven in Tabel 3.3. Geen van de schalen werd betrouwbaarder door verwijdering van één of meerdere woordenparen.

Tabel 3.3 Factorladingen, verklaarde variantie (R^2) en betrouwbaarheid (Cronbach's α) voor de semantische differentiaalschalen van de uitkomstwaarde per scenario ($N = 384$).

Item	Negatief	Neutraal	Positief
	scenario	scenario	scenario
	($n = 129$)	($n = 127$)	($n = 128$)
	Factorlading	Factorlading	Factorlading
1. Negatief - Positief	0,751	0,811	0,793
2. Slecht - Goed	0,807	0,869	0,835
3. Onbevredigend - Bevredigend	0,783	0,787	0,847
4. Waardeloos - Waardevol	0,804	0,798	0,821
5. Niet de moeite waard - De moeite waard	0,777	0,886	0,865
6. Niet belonend - Belonend	0,742	0,773	0,840
7. Oncomfortabel - Comfortabel	0,578	0,764	0,638
R^2	0,57	0,66	0,65
Cronbach's α	0,86	0,91	0,91

Deze resultaten zijn deels vergelijkbaar met de resultaten uit het onderzoek van Mottet (2000). In dit onderzoek werd eveneens één variabele gevormd uit de losse semantische differentiaalschalen. Echter was de verklaarde variantie van deze nieuwe factor 70%, waren alle factorladingen 0,7 of hoger en was de interne consistentie 0,95. De verschillen met de

huidige studie vallen mogelijk te verklaren door het feit dat in het huidige onderzoek voor ieder scenario een aparte variabele werd gevormd, waardoor de steekproefgrootte kleiner is.

Nadat respondenten de uitkomstwaarde gevormd hadden, werd hen gevraagd aan te geven hoe zij het gedrag van persoon B beoordeelden, om zo de mate van verwachtingsschending te meten. Dit werd gedaan aan de hand van een vijftal stellingen, gebaseerd op de theorie van Burgoon en Jones (1976) en Burgoon en Walther (1990). De stellingen werden beantwoord op een Likertschaal reikend van 1 ('Sterk mee oneens') tot 7 ('Sterk mee eens'). Om te achterhalen of de antwoorden op de stellingen vergelijkbaar genoeg waren om voor elke conditie één variabele te vormen werd ook hier een factoranalyse uitgevoerd, waarbij wederom gebruikgemaakt werd van Principale Componenten Analyse met Varimax rotatie op basis van Eigenwaarden ($> 1,00$). Tabel 3.4 toont de resultaten van deze factoranalyses aan de hand van de uitkomsten van de Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) toets, de χ^2 en significantie van de Bartlett toetsen en het percentage van de variantie wat de hieruit voortkomende schalen verklaren.

Tabel 3.4 *Uitkomsten van factoranalyses op de verwachtingsschendingsschalen per scenario (N = 384).*

	<i>KMO</i>	χ^2	<i>n</i>	<i>df</i>	% van variantie verklaard
Verwachtingsschending Negatief	0,77	146,08*	129	10	50,1
Verwachtingsschending Neutraal	0,71	155,80*	127	10	49,7
Verwachtingsschending Positief	0,74	123,31*	128	10	47,6

* $p < 0,001$

In overeenkomst met de factoranalyses op de uitkomstwaardes leidde ook deze analyses tot één factor per conditie. In Tabel 3.5 (volgende pagina) worden de factorladingen voor iedere stelling per conditie weergegeven. Tevens wordt hier nogmaals de verklaarde variantie (R^2) getoond en wordt de uitkomst van de betrouwbaarheidsanalyses gerapporteerd aan de hand van de Cronbach's α .

Tabel 3.5 Factorladingen, verklaarde variantie (R^2) en betrouwbaarheid (Cronbach's α) voor verwachtingsschendingsschalen per scenario ($N = 384$).

Item	Negatief scenario ($n = 129$)	Neutraal scenario ($n = 127$)	Positief scenario ($n = 128$)
	Factorlading	Factorlading	Factorlading
1. Het gedrag van persoon B is gepast.	0,710	0,607	0,778
2. Het gedrag van persoon B valt te verwachten van de meeste mensen.	0,482	0,556	0,554
3. De meeste mensen zouden interactie willen hebben met persoon B.	0,669	0,664	0,533
4. Het gedrag van persoon B zal mogelijke dates bevallen.	0,793	0,815	0,735
5. Het gedrag van persoon B is wenselijk.	0,832	0,838	0,801
R^2	0,50	0,50	0,48
Cronbach's α	0,72	0,72	0,71

De betrouwbaarheid van alle schalen was acceptabel, waardoor ook bij deze schaal voor ieder scenario een nieuwe variabele is gevormd uit de gemiddelden van de antwoorden op de stellingen. Aangezien deze vragen gevormd zijn vanuit de theorie van Burgoon en Jones (1976) en niet als al bestaande schaal overgenomen zijn kunnen deze resultaten niet vergeleken worden met eerder onderzoek. De gemiddelden van de nieuwgevormde variabelen per conditie voor zowel de uitkomst- als de verwachtingsschendingwaarde worden weergegeven in Tabel 3.6 (volgende pagina). De uitkomstwaarde had een schaalbreedte van vijf punten tussen de woordenparen, de verwachtingsschendingwaarde had een schaalbreedte van zeven punten reikend van 'Sterk mee oneens' tot 'Sterk mee eens'. Voor beide schalen geldt: hoe hoger de waarde, hoe positiever het oordeel over de scenario.

Tabel 3.6 Gemiddelden en standaarddeviaties van de nieuw gevormde variabelen. De uitkomstwaarde semantische differentiaalschaal reikte van 1 (negatieve termen) tot 5 (positieve termen), de verwachtingsschendingsschaal reikte van 1 ‘Sterk mee oneens’ tot 7 ‘Sterk mee eens’ ($N = 384$).

Schaal	Negatief scenario ($n = 129$)		Neutraal scenario ($n = 127$)		Positief scenario ($n = 128$)	
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
Uitkomstwaarde	2,92	0,64	3,81	0,67	3,95	0,69
Verwachtingsschending	3,00	0,91	5,50	0,79	4,75	0,90

3.3.3. Onlinedating

Na het lezen van de scenario's en het beantwoorden van de bijbehorende vragen kwamen respondenten terecht in de sectie over onlinedating zelf. Allereerst werd hier de attitude over onlinedating en haar gebruikers gemeten aan de hand van tien stellingen, opgesteld door combinatie van stellingen uit onderzoeken van Donn en Sherman (2002), Smith en Duggan (2013) en Nam (2017). Deze attitudeschaal bestond wederom uit Likertschalen die reikten van 1 ('Sterk mee oneens') tot 7 ('Sterk mee eens'). Twee van de stellingen waren bewust negatief geformuleerd, terwijl de rest van de schaal positief geformuleerd was. Dit om passieve invulpatronen te doorbreken en daardoor respondenten kritisch te houden. Voor de analyse zijn de waardes van deze stellingen gehercodeerd (Bryman, 2012).

Hieraan voorafgaand is een factoranalyse uitgevoerd, om te testen in hoeverre de stellingen samengevoegd konden worden. Hieruit kwamen drie factoren. De betrouwbaarheid van één van deze factoren zou echter beter worden bij verwijdering van één van de stellingen. Na verwijdering van deze stelling werd de factor- en betrouwbaarheidsanalyse herhaald. Hierbij werd wederom gebruikgemaakt van principale componenten extractie met Varimax rotatie op basis van Eigenwaarden ($>1,00$), $KMO = 0,73$, $\chi^2 (N = 384, 36) = 544,05$, $p < 0,001$. Het model wat hieruit voortkwam verklaarde 57,1% van de variantie van de stigma's rondom onlinedating. De factorladingen per item op de drie gevonden factoren zijn zichtbaar in Tabel 3.7 (volgende pagina). Tevens is hier de betrouwbaarheid van iedere factor weergegeven. Dit keer was er geen sprake van het verwijderen van stellingen om de betrouwbaarheid te verhogen.

Tabel 3.7 Factor- en betrouwbaarheidsanalyses voor schalen voor onlinedatingstigma's ($N = 384$).

Item	Acceptatie	Veiligheid	Leugens
1. Onlinedating is een goede manier om mensen te leren kennen.	0,749	-	-
2. Er is niks mis met het online zoeken naar een partner.	0,720	-	-
3. Door onlinedating kan een betere match gevonden worden, omdat men meer mensen leert kennen dan in de offline wereld.	0,528	-	-
4. Onlinedating is een makkelijkere manier om mensen te leren kennen dan andere opties.	0,553	-	-
5. Mensen die gebruik maken van onlinedating zijn wanhopig. ^a	0,548	-	-
6. Onlinedating is een veiligere manier om mensen te leren kennen dan offline dating.	-	0,576	-
7. Ik zou mij bij offline kennismakingen meer zorgen maken om mijn veiligheid dan bij online ontmoetingen.	-	0,642	-
8. Informatie die gegeven wordt op onlinedatingprofielen is waarheidsgetrouw.	-	-	0,677
9. Mensen die aan onlinedating doen zijn te vertrouwen.	-	-	0,558
R^2	0,24	0,17	0,16
Cronbach's α	0,67	0,36	0,57

a. De waardes van deze stelling zijn gehercodeerd in verband met de negatieve formulering.

In Tabel 3.7 is te zien dat de factoranalyse resulteerde in drie factoren, waarvan de stellingen samengevoegd zijn tot een nieuwe variabele gevormd door de gemiddelde score op de desbetreffende stellingen. De factoren zijn:

Acceptatie: Deze factor omvatte vijf stellingen waarin de algemene acceptatie van online dating platforms en hun gebruikers omschreven werd ($M = 4,89$, $SD = 0,89$).

Veiligheid: Deze factor omvatte twee stellingen over het gevoel van veiligheid wat het gebruik van onlinedating op zou roepen ($M = 3,03$, $SD = 1,07$).

Leugens: Deze factor omvatte twee stellingen over de mate van niet-waarheidsgetrouwheid waar onlinedating mee gerelateerd wordt ($M = 3,38$, $SD = 0,94$).

Stellingen 1, 3, 4, 5 en 6 waren afkomstig uit het onderzoek van Nam (2017). In dit onderzoek waren de factorladingen van deze stellingen allemaal $> 0,7$. De variabelen die hieruit voortkwamen, welke werden onderverdeeld in positieve en negatieve attitude, hadden allebei een betrouwbaarheid van 0,72. De overige stellingen waren afkomstig uit het onderzoek van Donn en Sherman (2000). Hier werden de resultaten van de factor- en betrouwbaarheidsanalyses echter niet gerapporteerd, waardoor vergelijking niet mogelijk is. Deze samenvoeging zou echter wel de reden kunnen zijn dat de betrouwbaarheid van de componenten lager is dan in het onderzoek van Nam (2017). Door de onacceptabele betrouwbaarheid van de leugens- en veiligheidsschalen worden deze verder niet meegenomen in de analyses.

Tot slot werd het gedrag van onlinedaters bevestigd. Allereerst werd respondenten hiervoor een lijst met zes profielonderdelen getoond, met daarbij het verzoek om deze te rangschikken op belangrijkheid tijdens het beoordelen van onlinedatingprofielen. Door de gemiddelde rangschikking van ieder onderdeel met elkaar te vergelijken, kan getest worden in hoeverre aantrekkelijkheid belangrijk is bij de selectie van mogelijke dates. Aangezien deze variabelen niet worden samengevoegd is hier geen factoranalyse uitgevoerd. Voor respondenten zonder persoonlijke ervaring met online daten ($n = 159$) was dit de laatste vraag van de enquête. Een filter bracht hen naar het eindscherm, terwijl respondenten met ervaring ($n = 225$) doorgeleid werden naar een extra vraag over de zelfpresentatie op hun eigen onlinedatingprofiel. Hierbij werd gevraagd om voor zeven veelvoorkomende profielonderdelen, gebaseerd op onderzoek van Toma et al. (2008) en Sharabi en Caughlin (2018), aan te geven in hoeverre de informatie op het persoonlijke datingprofiel waarheidsgetrouw was. De Likertschaal reikte van 1 ('Totaal niet waarheidsgetrouw') tot 5 ('Volledig waarheidsgetrouw'). Om bij de analyse een gemiddelde waarheidsgetrouwheidswaarde te kunnen berekenen is een factoranalyse uitgevoerd. Hierbij werd wederom gebruikgemaakt van principale componenten extractie op basis van Eigenwaarden ($> 1,00$), $KMO = 0,87$, $\chi^2 (n = 225, 21) = 728,68$, $p < 0,001$. Hieruit kwam één factor die 57,6% van de variantie verklaarde. Tabel 3.8 (volgende pagina) toont de

factorladingen en uitkomst van de betrouwbaarheidsanalyse. De betrouwbaarheid is hoger dan 0,8 en dus goed en werd niet hoger door een item te verwijderen.

Tabel 3.8 Factorladingen en betrouwbaarheid van de profielwaarheidsgetrouwheidsschaal ($n = 225$).

Item	Profielwaarheidsgetrouwheid
1. Profielfoto('s).	0,714
2. Voor- en/of achternaam.	0,702
3. Leeftijd.	0,823
4. Woonplaats.	0,712
5. Relatiestatus.	0,839
6. Gewicht.	0,696
7. Lengte	0,808
R^2	0,58
<i>Cronbach's α</i>	0,86

3.3.4. Analyse

Voor de analyse werd gebruikgemaakt van statistisch computerprogramma voor de sociale wetenschappen SPSS (Barrett, 2008). Allereerst werd de samenvoeging van antwoordcategorieën uitgevoerd om verschillen tussen groepen te kunnen analyseren en daarmee de uit de theorie voortgekomen hypothesen te testen. Dit werd gedaan aan de hand van verschillende analyses. Het berekenen van gemiddeldes werd gebruikt om de algemene acceptatie van onlinedating en de gemiddelde mate van profielwaarheidsgetrouwheid te analyseren. Daarnaast werden t-toetsen gebruikt om de verschillen te analyseren tussen de attitudes van wel- en niet-gebruikers, de mate van profielidealiseren van mannen en vrouwen, en de uitkomst- en verwachtingsschendingswaarden van respondenten met een negatief en een neutraal of positief beeld. Tevens werden Friedmans testen uitgevoerd om het belang van fysieke aantrekkelijkheid op een profielfoto te analyseren en om te onderzoeken over welke onderdelen mannen en vrouwen het meeste liegen. Tot slot werden ANOVA's uitgevoerd op de verwachtingsschendingswaarden om te achterhalen in hoeverre het liegen over het uiterlijk een verwachtingsschending was, en op de uitkomstwaarden van de scenario's om te achterhalen in hoeverre zowel negatieve als positieve schending verschilde met de uitkomstwaarde van het neutrale scenario.

Hoofdstuk 4 - Resultaten

In dit hoofdstuk zullen de resultaten van de analyses die zijn uitgevoerd om de opgestelde hypothesen te testen besproken worden. Net als bij het theoretisch kader zal in dit hoofdstuk allereerst de verkregen data over onlinedating zelf behandeld worden. Vervolgens zullen de bevindingen uit deze analyses gebruikt worden voor de analyse van de vignetten en daarmee de verwachtingsschending op het gebied van aantrekkelijkheidsleugens bij een eerste date. Bevindingen worden vergeleken met de literatuur besproken in het theoretisch kader om zo verschillen of overeenkomsten te vinden en verklaren.

4.1. Onlinedating

4.1.1. Attituden en stigma's

Om hypothese 1 'Nederlanders hebben een positief beeld van onlinedating' te testen, is de gemiddelde positie op de Likertschaal van de stellingen over de attitude jegens onlinedating berekend. Tabel 4.1 toont de gemiddelden en standaarddeviaties van de posities per stelling en voor de totale acceptatiefactor. De schaal liep van 1 ('Sterk mee oneens') tot en met 7 ('Sterk mee eens'). Stelling vijf was negatief geformuleerd, waardoor de waarden voor de analyses omgedraaid zijn. De overige stellingen zijn positief geformuleerd. Een hogere positie op de schaal indiceert een positievere attitude.

Tabel 4.1 Gemiddelde positie en standaarddeviaties op de attitudeschaal voor de gehele acceptatiefactor en de individuele stellingen. De schaal reikte van 1 'Sterk mee oneens' tot 7 'Sterk mee eens' (N = 384).

Item	M	SD
<i>Acceptatiefactor</i>	4,89	0,89
1. Onlinedating is een goede manier om mensen te leren kennen.	4,90	1,40
2. Er is niks mis met het online zoeken naar een partner.	5,91	1,02
3. Door onlinedating kan een betere match gevonden worden, omdat men meer mensen leert kennen dan in de offline wereld.	3,66	1,52
4. Onlinedating is een makkelijkere en efficiëntere manier om mensen te leren kennen dan andere opties.	4,35	1,46
5. Mensen die gebruik maken van onlinedating zijn wanhopig. ^a	5,63	1,29

a. De schaal van deze gehercodeerde negatief geformuleerde stelling reikte van 1 = 'Sterk mee eens' tot en met 7 = 'Sterk mee oneens'.

Tabel 4.1 laat zien dat de gemiddelde acceptatiewaarde net boven het neutrale middelpunt ligt ($M = 4,89$, $SD = 0,89$), waardoor er sprake is van een licht positieve attitude. Wanneer gekeken wordt naar de individuele stellingen valt te zien dat enkel de stelling ‘Door onlinedating kan een betere match gevonden worden, omdat men meer mensen leert kennen dan in de offline wereld’ een gemiddelde onder het neutrale punt heeft. Daarnaast valt te zien dat respondenten vooral een positieve positie innamen bij de stellingen ‘Er is niks mis met het online zoeken naar een partner’ en ‘Mensen die gebruik maken van onlinedating zijn wanhopig’. De laatste stelling is hierbij gehercodeerd, waardoor de hogere waardes betekenen dat respondenten het er niet mee eens zijn. Aan de hand van deze resultaten kan hypothese 1 geaccepteerd worden. Een t-toets wees tevens uit dat respondenten met persoonlijke ervaring met onlinedating een significant positievere attitude jegens onlinedating hebben ($M = 5,07$, $SD = 0,84$) dan respondenten zonder persoonlijke ervaring ($M = 4,63$, $SD = 0,88$), $t(382) = -4,96$, $p < 0,001$. Waarmee ook hypothese 2 bevestigd wordt. Deze uitkomsten komen overeen met theorie van onder andere Bos et al. (2013), Link en Phelan (2001), Smith & Duggan (2013) en Timmermans en Courtois (2019). Laatstgenoemden onderzochten attitudes jegens onlinedating in de Belgische populatie. Hier bleek dat de grootste groep (57%) van de respondenten een neutrale houding had ten opzichte van onlinedating. Daarnaast was ook in dit onderzoek de kans dat respondenten een positieve positie innamen groter naarmate de persoonlijke bekendheid met onlinedating toenam (Timmermans & Courtois, 2019).

4.1.2. Aantrekkelijkheid

Bij de analyse over het belang van verschillende profielonderdelen bij het bepalen van de profielaantrekkelijkheid was geen sprake van een onafhankelijke variabele. Hierdoor werd de non-parametrische Friedman toets gebruikt om de gemiddelde rangschikking van de verschillende onderdelen onderling met elkaar te vergelijken. De toets toonde aan dat deze rangschikkingen significant van elkaar verschilden, $\chi^2(5) = 727,99$, $p < 0,001$. Om de significantie van de onderlinge verschillen tussen de gemiddelde rangschikking van de profielonderdelen te analyseren werd een post hoc Wilcoxon Signed Ranks toets uitgevoerd. Hierbij wordt ieder mogelijk onderdelenpaar vergeleken om te toetsen op significantie. Aangezien hierdoor vijftien individuele toetsen uitgevoerd werden is Bonferroni-correctie toegepast om kanskapitalisatie te corrigeren. De standaard α van 0,05 is hierdoor bijgesteld naar 0,003. Tabel 4.2 (volgende pagina) toont de uitkomsten van deze toetsen aan de hand van de gemiddelde rangschikking van de profielonderdelen en de Z-waardes voor de correlaties tussen de profielonderdelen.

Tabel 4.2 Gemiddelde rangschikking voor belangrijkheid bij profielselectie en Z-waardes voor correlaties tussen de profielonderdelen. De schaal reikte van 1 'Meest belangrijk' tot 6 'Minst belangrijk' ($N = 384$).

	<i>M</i>	<i>SD</i>	1	2	3	4	5
1. Foto	2,35	1,16	-				
2. Hobby's	2,36	1,24	-0,01	-			
3. Leeftijd	2,77	1,16	-4,86*	-4,24*	-		
4. Werk	3,52	1,26	-10,44*	-10,85*	-7,64*	-	
5. Woonplaats	3,63	1,31	-11,39*	-10,67*	-9,04*	-1,27	-
6. Naam	5,13	1,35	-15,81*	-15,42*	-15,53*	-13,15*	-12,52*

* $p < 0,001$

Aangezien deze toets niet veelgebruikt is, zal allereerst een interpretatie-uitleg gegeven worden. De Wilcoxon Signed Ranks toets vergelijkt de gemiddelden van twee onderdelen. Per vergelijking wordt het gemiddelde van het desbetreffende onderdeel (uit de eerste kolom) afgetrokken van het gemiddelde van één van de andere onderdelen. Komt hier een negatieve waarde uit, dan wordt bij de Wilcoxon Signed Ranks toets een minteken toegevoegd aan de Z-waarde. Zo wordt het onderdeel 'werk' ($M = 3,52$) gemiddeld lager gerangschikt dan 'hobby's' ($M = 2,36$). Wanneer deze gemiddelden van elkaar afgetrokken worden is de uitkomst negatief ($2,36 - 3,52 = -1,16$), waardoor het minteken aan de Z-waarde wordt toegevoegd. Aangezien in Tabel 4.2 alle onderdelen gerangschikt weergegeven worden, en daardoor in een rij enkel de vergelijkingen met hoger gerangschikte onderdelen staat, zijn alle Z-waardes negatief. De grootte van de Z waarde is daarnaast afhankelijk van de grootte van het verschil tussen de twee gemiddelden. Aangezien het verschil tussen de gemiddelde rangschikking van het onderdeel naam ($M = 5,13$) en de andere onderdelen groot is, zijn ook de Z-waardes bij dit onderdeel veel hoger dan bij de andere vergelijkingen.

Tabel 4.2 toont dat, in overeenstemming met de gestelde hypothese, de foto gemiddeld de hoogste rangschikking heeft wat betreft de belangrijkheid bij de selectie van onlinedatingprofielen. Het verschil met de nummer twee, hobby's, is echter zeer klein en niet significant, waardoor deze twee onderdelen de eerste plek moeten delen. De gestelde hypothese wordt hierdoor slechts gedeeltelijk geaccepteerd. Zowel de profielfoto als de omschrijving van hobby's zijn de belangrijkste onderdelen voor de beoordeling van profielaantrekkelijkheid. Deze bevinding vertoont overeenkomsten met het onderzoek van

Fiore et al. (2008) waar de profielfoto werd benoemd tot het profielonderdeel met de grootste voorspellende factor voor de aantrekkelijkheidsbeoordeling van het gehele profiel. Hier stond op de tweede plaats de vrij in te vullen tekst op een profiel, aangezien deze een beeld gaf van de niet-fysieke kenmerken en daarmee aantrekkelijkheid van de persoon (Fiore et al., 2008). Aangezien een omschrijving van de hobby's ook persoonlijke informatie is, die als wel of niet aantrekkelijk beschouwd kan worden, is dit een verklaring voor de hoge positie in de uit het huidige onderzoek voortgekomen rangschikking.

4.1.3. Profielidealiseratie

De theorie over idealisatie op onlinedatingplatforms stelt dat selectieve en idealiserende zelfpresentatie gebruikelijk is (Ellison et al., 2011; Gibbs et al., 2010; McGloin & Denes, 2018; Ward, 2016; Ramirez et al., 2015). Wegens het feit dat face-to-face ontmoetingen vaak onderdeel zijn van het gebruik van onlinedatingplatforms, wordt gepoogd deze idealisatie subtiel te houden om het geen obstakel te laten zijn bij een potentiële ontmoeting (Ramirez et al., 2015). Om deze theorie te testen werd aan de respondenten van het huidige onderzoek met persoonlijke ervaring met onlinedating ($n = 225$) gevraagd om voor zeven profielonderdelen aan te geven in hoeverre de informatie die zij daarover op hun profiel weergaven waarheidsgetrouw was. De schaal liep van 1 ('Totaal niet waarheidsgetrouw') tot 5 ('Volledig waarheidsgetrouw'). Het middelpunt had het label 'Zowel wel als niet waarheidsgetrouw'. Het gemiddelde van alle onderdelen samen was 4,59. Bij de profielinformatie wordt dus, in overeenkomst met de gestelde hypothese, inderdaad slechts zeer beperkt gebruik gemaakt van idealisatie.

Om vervolgens de verschillen in profielwaarheidsgetrouwheid tussen mannen en vrouwen te onderzoeken werd allereerst een t-toets uitgevoerd op de algehele waarheidsgetrouwheidswaarde. Hieruit bleek dat vrouwen ($M = 4,53$, $SD = 0,65$) hun profielinformatie significant minder waarheidsgetrouw weergeven dan mannen ($M = 4,69$, $SD = 0,48$), $t(223) = -2,05$, $p = 0,04$. Vervolgens werden meerdere t-toetsen uitgevoerd om te onderzoeken of er ook bij de losse onderdelen verschillen aanwezig zijn tussen de mate van waarheidsgetrouwheid van mannen en vrouwen. Tabel 4.3 (volgende pagina) toont de gemiddelden en standaarddeviaties van beide groepen en in hoeverre de verschillen tussen de twee significant zijn.

Tabel 4.3 Gemiddelden, standaarddeviaties en t-waardes van mate van waarheidsgetrouwheid op datingprofielen van mannen en vrouwen. De schaal reikte van 1 'Totaal niet waarheidsgetrouw' tot 5 'Volledig waarheidsgetrouw' ($n = 225$).

Profielonderdeel	Vrouw ($n = 139$)		Man ($n = 86$)		t	df
	M	SD	M	SD		
Profielfoto('s)	4,35	0,83	4,57	0,73	-2,06*	198,26
Voor- en/of achternaam	4,60	0,87	4,72	0,68	-1,19	211,49
Leeftijd	4,80	0,70	4,86	0,44	-0,73	223
Woonplaats	4,60	0,82	4,79	0,53	-2,06*	222,44
Relatiestatus	4,74	0,77	4,86	0,44	-1,49	221,99
Gewicht	3,97	1,14	4,41	0,93	-3,14**	206,67
Lengte	4,61	0,90	4,63	0,75	-0,14	223

* $p < 0,05$ ** $p < 0,005$

In Tabel 4.3 is te zien dat ook bij ieder individueel profielonderdeel vrouwen gemiddeld meer liegen dan mannen. Bij de profielfoto's, woonplaats en het gewicht zijn deze verschillen significant, voor de andere onderdelen was dit niet het geval. Het feit dat vrouwen meer gebruik maken van idealisatie dan mannen gaat in tegen bestaande literatuur over online waarheidsgetrouwheid. Hierin wordt juist gesteld dat mannen over het algemeen meer idealisatie gebruiken in online omgevingen (Guadagno et al., 2012; Haferkamp et al., 2012). Bij online dating blijkt dit niet het geval te zijn en dan voornamelijk op het gebied van de profielfoto, woonplaats- en gewichtsvermeldingen. Hypothese 4b wordt daardoor verworpen.

Vervolgens werden de rangschikkingen per geslacht onderzocht om na te gaan over welk onderdeel het meeste gelogen wordt binnen elk van de twee groepen en daarmee hypothesen 4c en 4d te toetsen. Hierbij werd wederom gebruikgemaakt van de Friedman toets, waaruit bleek dat de rangschikking voor zowel de vrouwen ($n = 139$, $\chi^2(6) = 143,48$, $p < 0,001$) als de mannen ($n = 86$, $\chi^2(6) = 56,75$, $p < 0,001$) significante verschillen bevatte. Om te achterhalen welke onderdelen significant verschilden in rangschikking, en daarmee over welk onderdeel ieder geslacht het meeste liegt, werd bij beide groepen een post-hoc Wilcoxon Signed Ranks toets uitgevoerd. Aangezien bij deze analyse per groep 21 verschillende onderdeelcombinaties getoetst werden, werd de Bonferroni correctie toegepast, waarmee de grens voor significantie op 0,0024 gesteld werd. Tabel 4.4 (volgende pagina) toont het

resultaat van de toets voor de vrouwelijke respondenten gesorteerd op de gemiddelde mate van waarheidsgetrouwheid.

Tabel 4.4 Gemiddelde rangschikking voor mate van waarheidsgetrouwheid en Z-waardes voor correlaties tussen de profielonderdelen van vrouwelijke respondenten met ervaring met onlinedating. De schaal reikte van 1 'Totaal niet waarheidsgetrouw' tot 5 'Volledig waarheidsgetrouw' ($n = 139$).

Profielonderdeel	<i>M</i>	<i>SD</i>	1	2	3	4	5	6
1. Gewicht	3,97	1,14	-					
2. Profielfoto's	4,35	,83	-4,12**	-				
3. Naam	4,60	,87	-5,92**	-2,90	-			
4. Woonplaats	4,60	,82	-5,61**	-3,25*	-,01	-		
5. Lengte	4,61	,90	-6,59**	-3,28*	-,01	-,11	-	
6. Relatiestatus	4,74	,77	-6,97**	-5,39**	-2,08	-1,86	-2,52	-
7. Leeftijd	4,80	,70	-7,05**	-5,77*	-3,13*	-3,11*	-3,06*	-1,27

* $p < 0,0024$ ** $p < 0,001$

In deze tabel is te zien dat gewicht sterk significant verschilt met alle andere profielonderdelen op de gemiddelde mate van waarheidsgetrouwheid ($M = 3,97$, $SD = 1,14$). Dit betekent dat dit, zoals in de hypothese gesteld werd, het onderdeel is waar het meeste over gelogen wordt op het datingprofiel van vrouwen. Verder is er significant minder sprake van waarheidsgetrouwheid op profielfoto's ($M = 4,35$, $SD = 0,83$) dan bij vermeldingen van woonplaats ($M = 4,60$, $SD = 0,82$), lengte ($M = 4,61$, $SD = 0,90$), relatiestatus ($M = 4,74$, $SD = 0,77$) en leeftijd ($M = 4,80$, $SD = 0,70$). Het verschil tussen de hoeveelheid idealisatie op profielfoto's en bij naamvermelding ($M = 4,60$, $SD = 0,82$) is echter niet significant. Tot slot is de waarheidsgetrouwheid over de leeftijd significant hoger dan alle andere onderdelen afgezien van relatiestatus. Het resultaat dat gewicht het profielonderdeel is waar door vrouwen het meest over gelogen wordt is in overeenkomst met het onderzoek van Guadagno et al. (2012) en hypothese 4c, welke daardoor geaccepteerd wordt. De tweede plek voor idealisatie van de profielfoto komt eveneens overeen met de bevindingen van Guadagno et al. (2012), al was dit onderdeel niet opgenomen in de hypothese.

Dezelfde analyse is ook uitgevoerd op de gegeven antwoorden van mannelijke respondenten met onlinedating ervaring. De resultaten van de Wilcoxon Signed Ranks toets

worden weergegeven in Tabel 4.5, wederom gesorteerd op de gemiddelde mate van waarheidsgetrouwheid.

Tabel 4.5 Gemiddelde rangschikking voor mate van waarheidsgetrouwheid en Z-waardes voor correlaties tussen de profielonderdelen van mannelijke respondenten met ervaring met onlinedating. De schaal reikte van 1 'Totaal niet waarheidsgetrouw' tot 5 'Volledig waarheidsgetrouw' ($n = 86$).

Profielonderdeel	<i>M</i>	<i>SD</i>	1	2	3	4	5	6
1. Gewicht	4,41	0,93	-					
2. Profielfoto's	4,57	0,73	-1,88	-				
3. Lengte	4,63	0,75	-2,91	-,58	-			
4. Naam	4,72	0,68	-2,98	-1,95	-1,02	-		
5. Woonplaats	4,79	0,52	-3,58**	-2,81	-2,29	-0,88	-	
6. Leeftijd	4,86	0,44	-4,13**	-4,10**	-3,25*	-2,02	-1,43	-
7. Relatiestatus	4,86	0,44	-4,17**	-3,94**	-2,86	-1,98	-1,05	0,00

* $p < 0,0024$ ** $p < 0,001$

In deze tabel is te zien dat de verschillen tussen de mate van idealisatie op de onderdelen klein en over het algemeen niet significant zijn. Op basis van de gemiddelden wordt, net als bij vrouwen, gewicht ($M = 4,41$, $SD = 0,93$) het minst waarheidsgetrouw weergegeven. Dit gemiddelde is echter enkel significant lager dan vermeldingen van woonplaats ($M = 4,79$, $SD = 0,52$), leeftijd ($M = 4,86$, $SD = 0,44$) en relatiestatus ($M = 4,86$, $SD = 0,44$). Op de tweede plaats staan de profielfoto's ($M = 4,57$, $SD = 0,73$), welke enkel significant minder waarheidsgetrouw weergegeven werden dan leeftijd ($M = 4,86$, $SD = 0,44$) en relatiestatus ($M = 4,86$, $SD = 0,44$). Het laatste significante verschil bevindt zich tussen de mate van waarheidsgetrouwheid bij vermeldingen van lengte ($M = 4,63$, $SD = 0,75$) en leeftijd ($M = 4,86$, $SD = 0,44$), waar over lengte significant meer gelogen wordt dan over leeftijd. Hypothese 4d stelde dat lengte het profielonderdeel zou zijn waar het meest over gelogen wordt (Guadagno et al., 2012; Haferkamp et al., 2012). De resultaten tonen echter aan dat dit onderdeel op de derde plek zou staan, onder gewicht en de profielfoto. De verschillen met deze twee onderdelen zijn echter niet significant, waardoor niet met zekerheid gezegd kan worden dat deze ook daadwerkelijk minder waarheidsgetrouw weergegeven worden op onlinedatingprofielen. Hypothese 4d wordt daarom verworpen.

4.2. Verwachtingsschending

Het feit dat een milde mate van idealisatie op onlinedatingprofielen aanwezig is, doet vermoeden dat een licht verschil in aantrekkelijkheid tussen een profielfoto en de persoon in realiteit in de lijn der verwachting ligt (Fiore et al., 2008; McGloin & Denes, 2018; Toma et al., 2008; Ward, 2016). De scenario's uit de enquête omschreven echter een groot verschil in aantrekkelijkheid. Persoon B werd, in het negatieve en het positieve scenario, bijna niet herkend toen hij of zij werd vergeleken met de profielfoto. Hierdoor stelde hypothese 5 'Een groot verschil in aantrekkelijkheid tussen de profielfoto op een onlinedatingplatform en de realiteit tijdens een eerste date wordt door Nederlanders gezien als verwachtingsschending.' Om deze hypothese te toetsen werd een meervoudige analyse van variantie (analysis of variance; ANOVA) uitgevoerd op de verwachtingsschendingwaarde die gevormd is uit de gemiddelden van de stellingen over het gedrag van persoon B in de scenario's. De schaal bij de stellingen liep van 1 ('Sterk mee oneens') tot 7 ('Sterk mee eens'). Een hogere waarde op de schaal betekende een sterkere instemming met de stelling dat het gedrag van persoon B als normaal gezien kan worden. De gemiddelden en standaarddeviaties van de verwachtingsschendingwaarde per scenario is weergegeven in Tabel 4.6.

Tabel 4.6 Gemiddelden en standaarddeviaties van de verwachtingsschendingwaarde per scenario. De schaal reikte van 1 'Sterk mee oneens' tot 7 'Sterk mee eens' ($N = 348$).

Scenario	<i>n</i>	Verwachtingsschendingwaarde	
		<i>M</i>	<i>SD</i>
Negatief scenario	129	3,00	0,91
Neutraal scenario	127	5,50	0,79
Positief scenario	128	4,75	0,90

De meervoudige ANOVA wees uit dat er een significant algemeen effect is tussen het zien van een bepaald scenario en de daaruit voortkomende verwachtingsschendingwaarde, $F(2, 381) = 279,56$, $p < 0,001$, partiële $\eta^2 = 0,60$. Een post-hoc Tukey toets toonde aan dat alle verschillen tussen de verwachtingsschendingwaardes van de scenario's significant waren met $p < 0,001$ voor alle onderlinge vergelijkingen. Zowel het negatieve ($M = 3,00$, $SD = 0,91$) als ook het positieve scenario ($M = 4,75$, $SD = 0,90$) hadden een lagere verwachtingsschendingwaarde dan het neutrale scenario ($M = 5,50$, $SD = 0,79$), waardoor geconcludeerd kan worden dat de gebeurtenissen van beide scenario's verwachtingen

schonden. Hiermee wordt hypothese 5 geaccepteerd. Tevens biedt de verwachtingsschendingtheorie van Burgoon (1993) een verklaring voor het resultaat dat het positieve scenario gemiddeld een hogere verwachtingsschendingwaarde veroorzaakt dan het negatieve scenario. Hoewel in beide scenario's sprake is van dezelfde schending – er is een verschil tussen de aantrekkelijkheid op de profielfoto en de aantrekkelijkheid in de realiteit – is de persoon in het positieve scenario in realiteit knapper. Het negatieve scenario daarentegen omschrijft dat de persoon in kwestie in realiteit minder aantrekkelijk is. Burgoon (1993) en Telford (2016) stellen dat verwachtingsschending milder wordt beoordeeld wanneer de schender positieve eigenschappen heeft. Dit is het geval in het positieve scenario, waardoor de mate van verwachtingsschending verkleint.

Hypothese 6a luidt ‘Nederlanders met een negatief beeld over onlinedating zullen, in vergelijking met Nederlanders met een neutraal of positief beeld, minder verrast zijn door een negatief verschil in aantrekkelijkheid tussen een profielfoto en de realiteit tijdens een eerste date.’ Er wordt verwacht dat de verwachtingsschendingwaarde die respondenten met een negatief beeld van onlinedating rapporteren hoger zal zijn dan die van respondenten met een neutraal of positief beeld. Hypothese 6b luidt vervolgens ‘Aangezien Nederlanders met een negatief beeld een negatief verschil in aantrekkelijkheid minder als verwachtingsschending zien, zal dit een kleiner effect hebben op de uitkomstwaarde dan bij Nederlanders met een neutraal of positief beeld over onlinedating’. Om deze hypothesen te testen werden respondenten die het negatieve scenario gezien hebben ($n = 129$) in de dataset geselecteerd, waarna een onderscheid werd gemaakt tussen respondenten met een negatieve positie op de acceptatieschaal (tussen 1 en 3,99) en respondenten met een neutrale of positieve positie (tussen 4 en 7). Vervolgens werden de verwachtingsschending- en uitkomstwaardes van de twee groepen met elkaar vergeleken. De gemiddelde uitkomstwaarde van de personen kwam voort uit de zeven woordenparen op de semantische differentiaalschalen. De schaal had vijf punten, waarbij de negatieve term zich bij punt één bevond en de positieve term bij punt vijf. De gemiddelde verwachtingsschendingwaarde kwam voort uit de vijf stellingen over het gedrag van persoon B, met een schaal reikend van 1 ‘Sterk mee oneens’ tot 7 ‘Sterk mee eens’. De gemiddelden en standaarddeviaties van de waardes per groep worden weergegeven in Tabel 4.7 (volgende pagina).

Tabel 4.7 Gemiddelden en standaarddeviaties van de verwachtingsschendingwaarden van het negatieve scenario van respondenten met een negatieve en een neutrale of positieve attitude jegens onlinedating. De uitkomstwaarde semantische differentiaalschaal reikte van 1 (negatieve termen) tot 5 (positieve termen), de verwachtingsschendingsschaal reikte van 1 ‘Sterk mee oneens’ tot 7 ‘Sterk mee eens’ ($n = 129$).

Attitude	<i>n</i>	Verwachtingsschendingwaarde		Uitkomstwaarde	
		<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
Negatief (< 4)	17	3,09	0,82	2,99	0,17
Neutraal/Positief (4 - 7)	112	2,98	0,93	2,91	0,06

In Tabel 4.7 is te zien dat respondenten met een negatieve attitude jegens onlinedating gemiddeld een hogere verwachtingsschending- ($M = 3,09$, $SD = 0,82$) en uitkomstwaarde ($M = 2,99$, $SD = 0,17$) vormden na het lezen van het negatieve scenario dan respondenten met een neutrale of positieve attitude ($M = 2,98$, $SD = 0,93$; $M = 2,91$, $SD = 0,06$). Op beide waarden werd een t-toets uitgevoerd om de significantie van de verschillen vast te stellen. Zowel de verschillen in de verwachtingsschendingwaarde ($t(127) = 0,45$, $p = 0,654$) als ook de verschillen in de uitkomstwaarde ($t(127) = 0,47$, $p = 0,640$) bleken niet significant. Beide gestelde hypothesen worden daardoor verworpen. De attitude jegens onlinedating maakt geen verschil in hoeverre een verschil in aantrekkelijkheid wordt gezien als een verwachtingsschending of de uiteindelijke beoordeling daarvan. Dit gaat in tegen de verwachtingsschendingtheorie dat verwachtingen gevormd worden aan de hand van context en eerdere ervaringen (Berger & Calabrese, 1975; Burgoon & Jones, 1976; Telford, 2016). Het is echter mogelijk dat het gevonden verschil niet significant is bevonden door de kleine n van respondenten met een negatieve attitude. De kans dat het gevonden gemiddelde van deze groep op toeval berust is hierdoor groot, waardoor de verschillen niet significant zijn (Bryman, 2012).

De laatste hypothesen die getest werden waren ‘Een negatief verschil in aantrekkelijkheid zorgt voor een sterk negatieve beoordeling van de gehele date in vergelijking met een date zonder verschil in aantrekkelijkheid’ en ‘Een positief verschil in aantrekkelijkheid zorgt voor een sterk positieve beoordeling van de gehele date in vergelijking met een date zonder verschil in aantrekkelijkheid.’ Voor de test werd een

meervoudige ANOVA uitgevoerd op de uitkomstwaarden van de drie scenario's. Tabel 4.8 toont de gemiddelden en standaarddeviaties van de uitkomstwaarden per scenario.

Tabel 4.8 Gemiddelden en standaarddeviaties van de uitkomstwaarde per scenario. De uitkomstwaarde semantische differentiaalschaal reikte van 1 (negatieve termen) tot 5 (positieve termen; $N = 348$).

Scenario	<i>n</i>	Uitkomstwaarde	
		<i>M</i>	<i>SD</i>
Negatief scenario	129	2,92	0,64
Neutraal scenario	127	3,81	0,67
Positief scenario	128	3,95	0,90

De meervoudige ANOVA toonde aan dat er een significant verschil is tussen de gemiddelde uitkomstwaarde van de verschillende scenario's, $F(2, 381) = 89,56$, $p < 0,001$, partial $\eta^2 = 0,32$. De post-hoc Tukey toets liet zien dat het zien van het negatieve scenario een significant lagere uitkomstwaarde veroorzaakte ($M = 2,92$, $SD = 0,64$) dan het zien van het neutrale scenario ($M = 3,81$, $SD = 0,67$, $p < 0,001$) en het positieve scenario ($M = 3,95$, $SD = 0,69$), $p < 0,001$). Het verschil tussen de uitkomstwaarde voortkomend uit het zien van het neutrale en het positieve scenario bleek echter niet significant ($p = 0,198$). Een negatieve verwachtingsschending leidt dus, zoals gesteld in de verwachtingsschendingtheorie (Burgoon & Hale, 1988), inderdaad tot nadruk op deze eigenschappen, waardoor de totale interactie negatief beïnvloed wordt. Bij het positieve scenario is dit effect echter niet te zien. Dit wijkt daarmee af van de door Burgoon & Hale (1988) gestelde werking van verwachtingsschending. Bij een onlinedatingsituatie zorgt een negatieve schending op het gebied van aantrekkelijkheid wel voor nadruk en daarmee een negatievere beoordeling, terwijl een positieve schending deze nadruk niet met zich meedraagt.

4.3. Hypotheseoverzicht

Tabel 4.9 (volgende pagina) toont een overzicht van alle gestelde hypothesen en in hoeverre deze geaccepteerd werden na uitvoering van de analyses.

Tabel 4.9 *Overzicht van acceptatie of verwerping van de gestelde hypotheses.*

Hypothese	Resultaat
1. Nederlanders hebben een positief beeld van online dating.	Volledig geaccepteerd
2. Nederlanders met persoonlijke gebruikservaring met onlinedating zullen een positiever beeld hebben van onlinedating dan Nederlanders zonder persoonlijke gebruikservaring.	Volledig geaccepteerd
3. Fysieke aantrekkelijkheid op de profielfoto is het belangrijkste element voor de beoordeling van onlinedatingprofielen.	Gedeeltelijk geaccepteerd
4a. Nederlandse onlinedaters gebruiken een lichte mate van idealisatie op hun onlinedatingprofielen.	Volledig geaccepteerd
4b. Nederlandse mannelijke onlinedaters geven profielinformatie minder waarheidsgetrouw weer dan vrouwelijke onlinedaters.	Verworpen
4c. Bij Nederlandse vrouwen die aan onlinedating doen is gewicht het profielonderdeel waarover het meeste gelogen wordt.	Volledig geaccepteerd
4d. Bij Nederlandse mannen die aan onlinedating doen is lengte het profielonderdeel waarover het meeste gelogen wordt.	Verworpen
5. Een groot verschil in aantrekkelijkheid tussen de profielfoto op een onlinedatingplatform en de realiteit tijdens een eerste date wordt door Nederlanders gezien als verwachtingsschending.	Volledig geaccepteerd
6a. Nederlanders met een negatief beeld over onlinedating zullen, in vergelijking met Nederlanders met een neutraal of positief beeld, minder verrast zijn door een negatief verschil in aantrekkelijkheid tussen een profielfoto en de realiteit tijdens een eerste date.	Verworpen
6b. Aangezien Nederlanders met een negatief beeld een negatief verschil in aantrekkelijkheid minder als verwachtingsschending zien, zal dit een kleiner effect hebben op de uitkomstwaarde dan bij Nederlanders met een neutraal of positief beeld over onlinedating.	Verworpen
7a. Een negatief verschil in aantrekkelijkheid zorgt voor een sterk negatieve beoordeling van de gehele date in vergelijking met een date zonder verschil in aantrekkelijkheid.	Volledig geaccepteerd
7b. Een positief verschil in aantrekkelijkheid zorgt voor een sterk positieve beoordeling van de gehele date in vergelijking met een date zonder verschil in aantrekkelijkheid.	Verworpen

Hoofdstuk 5 - Conclusie

Dit hoofdstuk brengt de resultaten van de analyses samen om vervolgens conclusies te kunnen trekken en tot een antwoord op de onderzoeksvraag te komen. Verschillen tussen gevonden resultaten en bestaande literatuur worden besproken om nieuwe bevindingen te presenteren. Naast deze toevoegingen worden ook de beperkingen van het uitgevoerde onderzoek besproken. Tot slot worden onderdelen van het onderzoek welke in de toekomst uitgebreider onderzocht zouden kunnen worden aangehaald.

5.1. Conclusie en discussie

De resultaten van dit onderzoek wezen allereerst uit dat Nederlanders een licht positieve attitude hebben jegens onlinedating. Dit is een belangrijk gegeven aangezien deze attitudes invloed hebben op de vorming van verwachtingen over dates die uit onlinedating voortkomen (Berger & Calabrese, 1975; Burgoon & Jones, 1976; Telford, 2016). Respondenten waren het voornamelijk eens met het feit dat er niks mis is met het online zoeken naar een partner en dat gebruikers van de platforms niet wanhopig zijn. Deze gevonden attitude toont overeenkomsten met vergelijkbare onderzoeken op steekproeven uit andere landen (o.a. Timmermans & Courtois, 2019; Smith & Duggan, 2013). Over het algemeen wordt onlinedating vandaag de dag geaccepteerd als een legitieme manier om een partner te vinden. Wel bleek dat respondenten het gemiddeld gezien lichtelijk oneens waren met de stelling dat onlinedating tot een betere match leidt dan offlinedating. Dit laat zien dat, ondanks dat onlinedating geaccepteerd wordt, kennismakingen in de fysieke wereld wel nog steeds geprefereerd worden. Daarnaast is er, in overeenkomst met het onderzoek van Timmermans en Courtois (2019), bij deze attitude sprake van een in-group/out-group effect (Bos et al., 2013; Link & Phelan, 2011). Respondenten die aangaven zelf een onlinedatingplatform gebruikt te hebben indiceerde een significant positievere attitude ten opzichte van onlinedating dan respondenten zonder persoonlijke ervaring.

Daarnaast bleek uit de resultaten dat, in overeenkomst met bestaande literatuur (Fiore et al., 2008; McGloin & Denes, 2018), fysieke aantrekkelijkheid op datingprofielen wordt gezien als het belangrijkste onderdeel voor de profielbeoordeling. Deze eerste plek moet overigens wel gedeeld worden met vermeldingen over hobby's, aangezien dit onderdeel een indicatie geeft van niet-fysieke kenmerken van een persoon, wat eveneens een belangrijk criterium is bij aantrekkelijkheidsbeoordeling (Fiore et al., 2008). Door dit belang ligt het gebruik van profielidealiseratie om aantrekkelijker over te komen in de lijn der verwachting

voor het gebruik van onlinedating (Guadagno et al., 2012; Ward, 2016). De theorie stelt echter wel dat subtiliteit hierbij geboden is wegens het feit dat modality switching vaak onderdeel is van het onlinedatingproces (o.a. Ellison et al., 2011; Guadagno et al., 2012; Ward, 2017). De resultaten van dit onderzoek toonden dan ook dat de mate waarin op onlinedatingprofielen gelogen wordt minimaal is. Een opvallende bevinding hierbij is het gevonden verschil tussen het gebruik door mannen en vrouwen. Theorie over online profielidealiseatie stelt namelijk dat de informatie die mannen weergeven over het algemeen minder waarheidsgetrouw is dan de informatie weergegeven door vrouwen (o.a. Guadagno et al., 2012; Haferkamp et al., 2012). Uit het huidige onderzoek blijkt echter dat in het geval van onlinedating dit verschil juist volledig omgekeerd is. De gemiddelde waarheidsgetrouwheid van de profielinformatie was bij vrouwen significant lager dan bij mannen. Wanneer gekeken werd naar de individuele profielonderdelen lagen in alle gevallen de gemiddelden eveneens hoger bij de vrouwen dan bij mannen, waarbij de verschillen bij de onderdelen profielfoto's, woonplaats en gewicht significant waren.

Tevens is een afwijkend resultaat dat zowel mannen als vrouwen het onderdeel gewicht het minst waarheidsgetrouw zeggen weer te geven. De theorie stelt namelijk dat enkel voor vrouwen dit het onderdeel is waar het meest over gelogen wordt, mannen zouden juist het meeste liegen over hun lengte (Guadagno et al., 2012; Haferkamp et al., 2012). De resultaten van het huidige onderzoek toonden echter aan dat gewicht ook bij hen gemiddeld de laagste waarheidsgetrouwheidswaarde had. Profielfoto's en lengtevermeldingen namen respectievelijk de tweede en derde plek in. Aangezien de waarheidsgetrouwheidswaarde bij mannen voor elk onderdeel hoog was, waren de verschillen tussen de onderlinge onderdelen echter over het algemeen niet significant. Desondanks doet dit resultaat vermoeden dat het willen voldoen aan uiterlijke schoonheidsidealen bij onlinedating op beide geslachten van toepassing is. Gebruikers van onlinedating zijn zich duidelijk bewust van het belang van fysieke aantrekkelijkheid en zetten hierdoor profielidealiseatie in.

Deze bewustheid van de aanwezigheid van idealisatie en selectieve zelfpresentatie bij onlinedating bleek echter niet te zorgen voor het verdwijnen van de verwachtingsschending wanneer een groot verschil in aantrekkelijkheid aanwezig was bij een eerste date. De verwachtingsschendingswaarde van zowel het negatieve als ook het positieve scenario verschilde namelijk significant met de waarde die opgesteld werd door respondenten die het neutrale scenario gezien hebben. Zowel iemand die minder aantrekkelijk als ook iemand die aantrekkelijker is dan op de profielfoto wordt dus gezien als een schending van de

verwachtingen. Hierbij toonden de resultaten ook aan dat er, zoals gesteld in de verwachtingsschendingentheorie, inderdaad sprake is van een verschil in valentie op basis van kenmerken van de schender (Burgoon, 1993; Telford, 2016). Hoewel zowel het negatieve alsook het positieve scenario in principe dezelfde schending omschreven, namelijk het gebruik van leugens op profielfoto's, was er een significant groter verschil aanwezig tussen de verwachtingsschendingwaardes van het neutrale en het negatieve scenario dan het neutrale en het positieve scenario. Het gebruik van profielleugens werd dus milder beoordeeld wanneer zij een knapper iemand bleken te verhullen, wat de gestelde theorie verifieert (Burgoon, 1993; Telford, 2016).

Tot slot werd tevens een resultaat gevonden wat juist inging tegen de verwachtingsschendingentheorie. Hierin wordt namelijk gesteld dat schending, in welke vorm dan ook, leidt tot een nadruk op de handeling en dat het oordeel hierover van grote invloed is op de beoordeling van de gehele interactie (Burgoon & Hale, 1988). In het huidige onderzoek werd deze aanname getoetst aan de hand van de uitkomstwaarde die werd opgesteld na het lezen van het scenario (Sunnafrank, 1988; Sunnafrank & Ramirez, 2004). Hoewel de omschreven situaties in zowel het negatieve als het positieve scenario als verwachtingsschending gezien werden, liet enkel het negatieve scenario ook daadwerkelijk een verschil in de uitkomstwaarde zien ten opzichte van het neutrale scenario. De omschreven verminderde fysieke aantrekkelijkheid bij de eerste date zorgde ervoor dat de gehele date ook een significant lagere uitkomstwaarde veroorzaakte dan het neutrale scenario, waarin geen sprake was van een aantrekkelijkheidsverschil. Bleek de persoon echter aantrekkelijker te zijn, zoals in het positieve scenario, leidde dit niet tot een significant hogere uitkomstwaarde. De in de theorie omschreven nadruk is bij onlinedating dus enkel aanwezig wanneer iemand bij een eerste date een mindere fysieke aantrekkelijkheid blijkt te bezitten. Wanneer iemand echter aantrekkelijker blijkt te zijn leidt dit niet tot een positieve nadruk op de gehele date. Dat in de verwachtingsschendingentheorie wordt gesteld dat, wanneer iemand ander gedrag zou willen vertonen dan verwacht zou worden, dit voor de beoordeling van de interactie het beste een positieve verandering is (Burgoon, 1993; Burgoon & Hale, 1988; Telford, 2016), gaat dus niet op in het geval van onlinedating.

Met deze resultaten kan een antwoord gegeven worden op de onderzoeksvraag 'In hoeverre heeft een verschil in aantrekkelijkheid tussen een onlinedating profielfoto en de realiteit invloed op het oordeel over een eerste date?' Wanneer iemand zich significant aantrekkelijker voordoet op een profielfoto dan de werkelijke situatie is, heeft dit aanzienlijk

negatieve invloed op de beoordeling van een eerste date, waardoor tevens de kans op een vervolgdate vermindert. Een positief verschil wordt eveneens als schending gezien, maar leidt niet tot een positiever oordeel over de gehele date dan het oordeel over het scenario zonder aantrekkelijkheidsverschil. Het advies voor gebruikers van onlinedating luidt dan ook als volgt: Maak zo min mogelijk gebruik van leugens op een onlinedatingprofiel. Wanneer een online ontmoeting leidt tot een eerste offline date heeft een te grote vermindering van fysieke aantrekkelijkheid namelijk aanzienlijke invloed op de uitkomst van de date, terwijl een verhoging van de aantrekkelijkheid juist geen hogere kans op succes biedt. Het beste is daarom om een authentiek beeld te bieden van eigen persoon, in plaats van tijd te steken in het vormen van een persoonlijk filter die goede eigenschappen uitvergroot en onzekerheden verkleint.

5.2. Beperkingen van het huidige onderzoek

In dit onderzoek werd de reactie van respondenten op een situatie onderzocht aan de hand van de vignettenmethode. Hierbij werd de situatie in een enquête omschreven in plaats van dat deelnemers in de daadwerkelijke situatie geplaatst worden tijdens een klassiek experiment. Het voordeel van deze methode is dat op deze manier een grotere steekproef genomen kan worden van de populatie, waardoor de kans dat resultaten op toeval berusten kleiner wordt. Het nadeel is echter dat bij de in deze studie gebruikte methode respondenten hun reactie op de scenario's zelf dienen te rapporteren. De kans bestaat echter dat wat ingegeven wordt niet de daadwerkelijke eerste reactie was of dat er sociaal wenselijk geantwoord wordt. Bij klassieke experimenten is deze kans aanzienlijk kleiner, aangezien het gedrag bij die methode geobserveerd en gerapporteerd wordt door onderzoekers. Onbewust vertoond gedrag kan zo toch opgemerkt worden door de onderzoeker (Bryman, 2012). Aangezien in het huidige onderzoek echter de beoordeling van de date bevraagd wordt en niet het gedrag tijdens de date zouden de deelnemers alsnog bevraagd moeten worden aan de hand van een post-experiment interview of vragenlijst, waardoor er alsnog door de deelnemers zelf gerapporteerd wordt. Daarnaast gaat dit onderzoek deels over aantrekkelijkheid, wat een zeer subjectief onderwerp is. In de omschreven scenario's is daarom enkel gesproken over "aantrekkelijker" of "minder aantrekkelijk", zonder verdere omschrijving van specifieke kenmerken. Bij een experiment in fysieke vorm zal er echter een daadwerkelijke persoon aanwezig moeten zijn, waarvoor niet valt te controleren of deze persoon als aantrekkelijker of minder aantrekkelijk gezien wordt. Deze beperking van een klassiek experiment wordt door de onderzoeker echter als

significanter gezien dan het feit dat de vignettenmethode gebonden is aan zelfrapportage. Vandaar dat in dit onderzoek voor de laatstgenoemde methode gekozen is.

Een volgende beperking van het huidige onderzoek is het feit dat de schaal die de attitude jegens onlinedating diende te meten is voortgekomen uit een samenvoeging van stellingen van verscheidene aan het onderwerp gerelateerde schalen. De factoranalyse toonde aan dat de stellingen in drie factoren onder te verdelen waren, namelijk een algemene acceptatie-, veiligheids- en leugenfactor. De laatste twee schalen bleken echter een onacceptabele betrouwbaarheid te hebben, waardoor deze niet meegenomen konden worden in de analyse. Dit leidde ertoe dat de resultaten omtrent de attitudes oppervlakkiger werden aangezien deze stellingen over gevoelens van veiligheid en het gebruik van leugens bij onlinedating niet geanalyseerd konden worden. Zeker de leugenfactor zou gezien het onderzoeksonderwerp tot interessante inzichten geleid kunnen hebben. Voor een mogelijk vervolgonderzoek, waarvoor een langere onderzoeksperiode beschikbaar is, wordt dan ook geadviseerd om meer tijd te besteden aan het ontwikkelen en betrouwbaar maken van de stellingen die de attitudeschaal vormden. Dit kan onder andere gedaan worden door de schaal in verschillende stadia te laten testen door proefrespondenten voorafgaand aan de volledige enquêteverspreiding en waar nodig de stellingen aan te passen. Op deze manier zal een extra dimensie aan de conclusies over de attitude jegens onlinedating toegevoegd kunnen worden dan in het huidige onderzoek mogelijk was.

Tot slot zijn er in het huidige onderzoek beperkingen aanwezig binnen de steekproef. Allereerst aangezien bij de werving van respondenten voornamelijk gebruikgemaakt is van het persoonlijke netwerk van de onderzoeker. Deze methode wordt over het algemeen niet geprefereerd omdat het kan leiden tot vertekening (Bryman, 2012). De steekproef zal hierdoor hoogstwaarschijnlijk niet volledig representatief zijn voor de gehele populatie, waardoor generalisatie van de resultaten slechts beperkt mogelijk is (Bryman, 2012). Er is echter gekozen voor deze steekproefverzamelingsmethode door de snelheid waarmee respondenten verzameld kunnen worden, vanwege de beperkte onderzoeksperiode. Om de vertekening die door deze keuze veroorzaakt kan worden te verkleinen is tevens gebruikgemaakt van snowball sampling. Respondenten werden verzocht de uitnodiging ook met het eigen netwerk te delen, om zo een diversere en daarmee representatievere steekproef te vergaren. Ten tweede is de huidige studie gelimiteerd op het gebied van steekproefgrootte. Allereerst namen in totaal 348 respondenten deel aan het onderzoek. Aangezien de populatie gesteld is op alle meerderjarige inwoners van Nederland is dit geen grote steekproef (0,002%). Bryman (2012)

stelt echter dat de relatieve steekproefgrootte van minder groot belang is dan de absolute steekproefgrootte. Wat betreft de absolute grootte ligt dit aantal hoger dan de academische richtlijnen van 150 tot 250 respondenten voor een enquêtestudie op masterniveau (Janssen & Verboord, 2019). Echter bleek bij de analyse over een mogelijk aanwezig in-group/out-group effect tussen de attitude jegens onlinedating en de mate van verwachtingsschending dat de subgroep van respondenten die het negatieve scenario gezien hadden en tevens een negatieve attitude indiceerden zeer klein was ($n = 17$). Hierdoor was het aanwezige verschil tussen de gemiddelde verwachtingsschendingswaarde niet significant. Voor een t-toets wordt een minimale steekproefgrootte van 30 aangeraden (Bryman, 2012). Bij mogelijk vervolgonderzoek dient hierdoor gelet te worden op het vergroten van de kans dat vergelijkbare subgroepen wel nog steeds genoeg respondenten bevatten voor analyse. Voor het huidige onderzoek zou dit betekenen dat, op basis van de huidige verhoudingen binnen de steekproef, om de desbetreffende subgroep uit 30 respondenten te laten bestaan in totaal 678 respondenten nodig zouden zijn.

5.3. Suggesties voor vervolgonderzoek

Afgezien van de suggesties voor methodologische aanpassingen bij mogelijk vervolgonderzoek zijn er ook suggesties voor het verder analyseren van opvallende bevindingen van het huidige onderzoek. Allereerst bleek dat bij onlinedating vrouwen significant meer gebruik maken van profielidealiseratie dan mannen, terwijl theorie over zelfpresentatie op onlineprofielen stelt dat mannen juist degenen zijn die online meer liegen (Guadagno et al., 2012; Haferkamp et al., 2012). Onlinedating blijkt dus een uitzondering op deze regel te zijn, wat verder onderzocht zou kunnen worden aan de hand van interviews om te achterhalen waarom dit het geval is. Tevens kan onderzocht worden waarom een positief verschil in aantrekkelijkheid bij een eerste date wel als verwachtingsschending gezien wordt – en tevens vanwege de positieve eigenschappen milder beoordeeld wordt dan negatieve schending -, maar niet leidt tot een hogere uitkomstwaarde. Dit gaat namelijk in tegen wat gesteld wordt in de verwachtingsschendingentheorie, waar iedere vorm van verwachtingsschending zou leiden tot nadruk en invloed op het eindoordeel (Burgoon & Hale, 1988).

Tot slot waren in de vragenlijst ook vragen over leeftijd, seksualiteit en relatiestatus opgenomen, welke wegens de beperkte onderzoeksperiode en de focus op ervaring, verwachtingsschending en uitkomstwaarde uiteindelijk niet verder in de analyse zijn meegenomen. Voornamelijk verschillen tussen respondenten met diverse seksuele

geaardheden zouden interessante paden kunnen zijn voor vervolgonderzoek. Onlinedating wordt namelijk veelvuldig gebruikt door niet-heteroseksuele personen vanwege de gemakkelijke manier van het vinden van personen met dezelfde seksualiteit. Door dit verschil in gebruik zouden er wellicht ook verschillen in attitude, gebruik van idealisatie en mate van verwachtingsschending kunnen bestaan. Wanneer de onderzoeksperiode langer geweest zou zijn had dit een mogelijk zijpad kunnen zijn voor het huidige onderzoek.

Ondanks deze beperkingen en niet onderzochte variabelen heeft het huidige onderzoek alsnog een bijdrage kunnen leveren aan de, op dit moment nog vrij beperkte, kennis over het gebruik van onlinedating in Nederland. Bestaande theorieën zijn bevestigd door de verzamelde data, zoals de positiever wordende attitude jegens onlinedating als een manier van relatievorming en het feit dat fysieke aantrekkelijkheid van groot belang is bij de profielselectie (Fiore et al., 2008; McGloin & Denes, 2018; Smith & Duggan, 2013; Timmermans & Courtois, 2019). Daarnaast zijn overigens ook opvallende van de theorie afwijkende resultaten gevonden omtrent het gebruik van profielidealiseratie door mannen en vrouwen en de afwezigheid van nadruk bij de positieve verwachtingsschending op het gebied van een aantrekkelijkheidsverschil. Hiermee werd aangetoond dat de wereld van onlinedating een andere is dan de algemene online wereld en dat daar andere wetten en regels gelden dan verwacht zou worden door bestaande theorieën. Verwachtingsschendingen bleken dus niet enkel het onderwerp van deze studie, ze waren ook nog eens het resultaat.

Literatuurlijst

- Ali, A. I., & Wibowo, K. (2011). Online dating services: Chronology and key features comparison with traditional dating. *Competition Forum*, 9(2), 481-488. Geraadpleegd via <https://search.proquest.com/docview/912867897?accountid=13598>
- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*, 64, 287–293. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.03.006>
- Atzmüller, C., & Steiner, P. M. (2010). Experimental vignette studies in survey research. *Methodology*, 6(3), 128-138. <https://doi.org/10.1027/1614-2241/a000014>
- Barrett, K. (2008). Statistical package for the social sciences (spss). In P. J. Lavrakas (Ed.), *Encyclopedia of survey research methods* (pp. 844-844). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc. <http://dx.doi.org.eur.idm.oclc.org/10.4135/9781412963947.n549>
- Berger, C. R., & Calabrese, R. J. (1975). Some explorations in initial interaction and beyond: Toward a developmental theory of interpersonal communication. *Human Communication Research*, 1(2), 99–112. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1975.tb00258.x>
- Bos, A. E. R., Pryor, J. B., Reeder, G. D., & Stutterheim, S. E. (2013). Stigma: Advances in Theory and Research. *Basic and Applied Social Psychology*, 35(1), 1–9. <https://doi.org/10.1080/01973533.2012.746147>
- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods* (4de editie). New York: Oxford University Press
- Burgoon, J. K. (1993). Interpersonal expectations, expectancy violations, and emotional communication. *Journal of Language and Social Psychology*, 12(1-2), 30-48. <https://doi.org/10.1177%2F0261927X93121003>
- Burgoon, J. K., & Hale, J. L. (1988). Nonverbal expectancy violations: Model elaboration and application to immediacy behaviors. *Communication Monographs*, 55(1), 58-79. <https://doi.org/10.1080/03637758809376158>

- Burgoon, J. K., & Jones, S. B. (1976). Toward a theory of personal space expectations and their violations. *Human Communication Research*, 2(2), 131-146.
<https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1976.tb00706.x>
- Burgoon, J. K., & Walther, J. B. (1990). Nonverbal Expectancies and the Evaluative Consequences of Violations. *Human Communication Research*, 17(2), 232–265.
<https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1990.tb00232.x>
- Cameron, J. J., & Curry, E. (2019). Gender Roles and date context in hypothetical scripts for a woman and a man on a first date in the twenty-first century. *Sex Roles*, 1-18.
<https://doi.org/10.1007/s11199-019-01056-6>
- Carpenter, J. (2011). *Hello darlin': scripts, roles, and expectations on first dates* (Doctoral dissertation, University of Alabama Libraries). <https://ir.ua.edu/handle/123456789/1243>
- Collins, W. A., Welsh, D. P., & Furman, W. (2009). Adolescent romantic relationships. *Annual review of psychology*, 60, 631-652. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.60.110707.163459>
- De Graaf, H., & Wijsen, C. (2017). *Seksuele gezondheid in Nederland 2017*. Geraadpleegd via <https://www.rutgers.nl/feiten-en-cijfers/seksuele-gezondheid-en-gedrag/seksuele-gezondheid-nederland-2017>
- DelGreco, M., & Denes, A. (2019). You are not as Cute as you Think you are: Emotional Responses to Expectancy Violations in Heterosexual Online Dating Interactions. *Sex Roles*, 82(9–10), 622–632. <https://doi.org/10.1007/s11199-019-01078-0>
- Donn, J. E., & Sherman, R. C. (2002). Attitudes and practices regarding the formation of romantic relationships on the Internet. *CyberPsychology & Behavior*, 5(2), 107-123.
<https://doi.org/10.1089/109493102753770499>
- Dusek, G. A., Yurova, Y. V., & Ruppel, C. P. (2015). Using social media and targeted snowball sampling to survey a hard-to-reach population: A case study. *International Journal of Doctoral Studies*, 10, 279-299. Geraadpleegd van <http://ijds.org/Volume10/IJDSv10p279-299Dusek0717.pdf>

- Ellison, N. B., Hancock, J. T., & Toma, C. L. (2012). Profile as promise: A framework for conceptualizing veracity in online dating self-presentations. *new media & society*, *14*(1), 45-62. <https://doi.org/10.1177%2F1461444811410395>
- Elmer, E. M., & Houran, J. (2020). Physical attractiveness in the workplace: Customers do judge books by their covers. *Beauty in Business*, *14*.
- e-matching.nl. (z.d.). *E-Matching, dating voor hoger opgeleiden. Durft u het aan...* Geraadpleegd van <https://www.e-matching.nl/>
- Fan, W., & Yan, Z. (2009). Factors affecting response rates of the web survey: A systematic review. *Computers in Human Behavior*, *26*(2), 132–139. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.10.015>
- Fiore, A. T., Taylor, L. S., Mendelsohn, G. A., & Hearst, M. (2008). Assessing attractiveness in online dating profiles. *Proceeding of the twenty-sixth annual CHI conference on Human factors in computing systems - CHI '08*, 797–806. <https://doi.org/10.1145/1357054.1357181>
- Fugère, M. A., Chabot, C., Doucette, K., & Cousins, A. J. (2017). The Importance of Physical Attractiveness to the Mate Choices of Women and Their Mothers. *Evolutionary Psychological Science*, *3*(3), 243–252. <https://doi.org/10.1007/s40806-017-0092-x>
- Gibbs, J. L., Ellison, N. B., & 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. <https://doi.org/10.1177%2F0093650210377091>
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Garden City, NY: Doubleday
- Guadagno, R. E., Okdie, B. M., & Kruse, S. A. (2012). Dating deception: Gender, online dating, and exaggerated self-presentation. *Computers in Human Behavior*, *28*(2), 642-647. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.11.010>
- Haferkamp, N., Eimler, S. C., Papadakis, A.-M., & Kruck, J. V. (2012). Men Are from Mars, Women Are from Venus? Examining Gender Differences in Self-Presentation on Social Networking Sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *15*(2), 91–98. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0151>

- Hare, B. (2017). Survival of the friendliest: Homo sapiens evolved via selection for prosociality. *Annual review of psychology*, 68, 155-186. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010416-044201>
- Janssen, S., & Verboord, M. (2019). Methodological guidelines thesis research.
- Johnson, K., Vilceanu, M. O., & Pontes, M. C. (2017). Use of Online Dating Websites and Dating Apps: Findings and Implications for LGB Populations. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 11(3). <https://doi.org/10.33423/jmdc.v11i3.1623>
- Kooiman, N., & Latten, J. (2014). *Steeds vaker relatie via internet*. Geraadpleegd op 7 februari 2020, van <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2014/25/steeds-vaker-relatie-via-internet>
- Koch, C. M. (2017). To catch catfish: statutory solution for victims of online impersonation. *University of Colorado Law Review*, 88(1), 233-280. Geraadpleegd van <https://heinonline.org/HOL/P?h=hein.journals/ucollr88&i=235>
- Leary, M. R., & Kowalsky, R. M. (1990). Impression management: A literature review and two-component model. *Psychological Bulletin*, 107(1), 34-47. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.107.1.34>
- Link, B. G., & Phelan, J. C. (2001). Conceptualizing stigma. *Annual Review of Sociology*, 27, 363-385
- McGloin, R., & Denes, A. (2018). Too hot to trust: Examining the relationship between attractiveness, trustworthiness, and desire to date in online dating. *New Media & Society*, 20(3), 919-936. <https://doi.org/10.1177/1461444816675440>
- Miller, C. T. (2011). *The Cultural Adaptation of Internet Dating: Attitudes towards Online Relationship Formation*. Geraadpleegd van <https://scholarworks.uno.edu/td/1332>
- Mottet, T. P. (2000). The role of sexual orientation in predicting outcome value and anticipated communication behaviors. *Communication Quarterly*, 48(3), 223-239. <https://doi.org/10.1080/01463370009385594>
- Nam, T. (2017). Who is dating and gaming online? Categorizing, profiling, and predicting online daters and gamers. *Computers in Human Behavior*, 73, 152-160. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.03.044>

- Piratendating.nl. (z.d.). *Dating voor muzikliefhebbers | PiratenDating.nl*. Geraadpleegd van <https://www.piratendating.nl/>
- Qualtrics.com. (2020). *Qualtrics XM - Experience Management Software*. Geraadpleegd van <https://www.qualtrics.com/>
- Ramirez, A., Sumner, E. M., Fleuriet, C., & Cole, M. (2015). When online dating partners meet offline: The effect of modality switching on relational communication between online daters. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(1), 99-114. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12101>
- Roth, M. E., & Gillis, J. M. (2014). “Convenience with the Click of a Mouse”: A Survey of Adults with Autism Spectrum Disorder on Online Dating. *Sexuality and Disability*, 33(1), 133–150. <https://doi.org/10.1007/s11195-014-9392-2>
- Sharabi, L. L., & Caughlin, J. P. (2019). Deception in online dating: Significance and implications for the first offline date. *New Media & Society*, 21(1), 229–247. <https://doi.org/10.1177/1461444818792425>
- Sharabi, L. L., & Dykstra-DeVette, T. A. (2019). From first email to first date: Strategies for initiating relationships in online dating. *Journal of Social and Personal Relationships*, 36(11–12), 3389–3407. <https://doi.org/10.1177/0265407518822780>
- Smith, A. W., & Duggan, M. (2013). *Online dating & relationships*. Washington, DC: Pew Research Center. Geraadpleegd van <https://core.ac.uk/download/pdf/71363110.pdf>
- South Palomares, J. K., & Young, A. W. (2018). Facial First Impressions of Partner Preference Traits: Trustworthiness, Status, and Attractiveness. *Social Psychological and Personality Science*, 9(8), 990–1000. <https://doi.org/10.1177/1948550617732388>
- Sunnafrank, M. (1988). Predicted outcome value in initial conversations. *Communication Research Reports*, 5(2), 169-172. <https://doi.org/10.1080/08824098809359819>
- Sunnafrank, M., & Ramirez, A. (2004). At First Sight: Persistent Relational Effects of Get-Acquainted Conversations. *Journal of Social and Personal Relationships*, 21(3), 361–379. <https://doi.org/10.1177/0265407504042837>
- Telford, B. (2016). *You’re Not What I Expected: Expectancy Violations and Performance Ratings*. Geraadpleegd van <https://scholarcommons.usf.edu/etd/6593>

- Timmermans, E. & Courtois, C. (2019). The relationship between romantic ideals and online dating stigmatization. In A. Hetsroni & M. Tuncez (Eds.), *It Happened on Tinder: Reflections and Studies on Internet-Infused Dating* (pp. 92-113). Amsterdam: Institute of Network Cultures. Geraadpleegd via: <https://networkcultures.org/blog/publication/it-happened-on-tinder/>
- Timmermans, E., & De Caluwé, E. (2017a). Development and validation of the Tinder Motives Scale (TMS). *Computers in Human Behavior*, 70, 341–350. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.028>
- Timmermans, E., & De Caluwé, E. (2017b). To Tinder or not to Tinder, that's the question: An individual differences perspective to Tinder use and motives. *Personality and Individual Differences*, 110, 74-79. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.01.026>
- Toma, C. L., Hancock, J. T., & Ellison, N. B. (2008). Separating Fact From Fiction: An Examination of Deceptive Self-Presentation in Online Dating Profiles. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(8), 1023–1036. <https://doi.org/10.1177/0146167208318067>
- Vargas, P. (2011). Vignette Question. In P. Lavrakas (Red.), *Encyclopedia of survey research methods* (pp. 948-949). Thousand Oaks: Sage Publications, inc. <https://dx.doi.org/10.4135/9781412963947>
- Wang, C.-C., & Chang, Y.-T. (2010). Cyber relationship motives: Scale development and validation. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 38(3), 289–300. <https://doi.org/10.2224/sbp.2010.38.3.289>
- Ward, J. (2016). Swiping, matching, chatting: Self-presentation and self-disclosure on mobile dating apps. *Human IT: Journal for Information Technology Studies as a Human Science*, 13(2), 81-95. Geraadpleegd van <http://hdl.handle.net/1765/98151>
- Ward, J. (2017). What are you doing on Tinder? Impression management on a matchmaking mobile app. *Information, Communication & Society*, 20(11), 1644-1659. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1252412>
- Zhang, J. & Yasserli, T. (2016). *What Happens After You Both Swipe Right: A Statistical Description of Mobile Dating Communications*. Geraadpleegd van <https://www.researchgate.net/publication/305229115>

Bijlage 1 – Enquête

Start of Block: Welkom

Hallo,

Hartelijk dank voor uw interesse in dit onderzoek naar onlinedating. Door deze vragenlijst in te vullen gaat u akkoord met het verwerken van uw gegeven antwoorden in de analyse die in dit onderzoek uitgevoerd zal worden. De vragen van deze enquête hebben betrekking op onlinedating en het beeld wat mensen daarvan hebben.

Doelgroep

De doelgroep van dit onderzoek is zeer breed. De enkele voorwaarde is dat deelnemers minstens 18 jaar oud zijn. Het maakt verder niet uit of u zelf ervaring heeft met onlinedating of dat u op dit moment op zoek bent naar een relatie.

Anonimiteit en vrijwillige deelname

Al uw gegeven antwoorden zullen volledig anoniem verwerkt worden en zullen nooit terug te leiden zijn naar u. Ook is uw deelname volledig vrijwillig en zult u nooit tot antwoorden verplicht worden. U mag op ieder moment besluiten om toch af te zien van deelname aan dit onderzoek door de vragenlijst te sluiten.

Tijdsduur

Het invullen van deze vragenlijst zal ongeveer 5 minuten duren. Wanneer u de vragenlijst tussentijds sluit heeft u één week om het invullen te voltooien. Na één week zonder activiteit worden alle niet afgeronde deelnames automatisch verwijderd.

Risico's

Voor zover duidelijk zijn er geen persoonlijke risico's verbonden aan deelname aan dit onderzoek. Mocht u zich toch onprettig voelen heeft u het recht om op elk moment te stoppen met de vragenlijst.

Contact en vragen

Bij vragen over deze vragenlijst kunt u (anoniem) contact opnemen met de onderzoeker: Robin Sterrenburg – 445955rs@student.eur.nl of met de universitair begeleider: Dr. Elisabeth Timmermans – timmermans@eshcc.eur.nl

Nogmaals hartelijk dank voor uw deelname!

Met vriendelijke groet,

Robin Sterrenburg

Masterstudent Media & Journalistiek

Erasmus Universiteit Rotterdam

Akkoord voorwaarden deelname

- Ik heb bovenstaande informatie gelezen en ga hiermee akkoord. Ik begrijp dat mijn deelname vrijwillig is en dat ik op elk moment kan stoppen. (1)
- Ik heb bovenstaande informatie gelezen en ga hier **niet** mee akkoord. (0)

Skip To: End of Survey If consent = Ik heb bovenstaande informatie gelezen en ga hier <u>niet</u> mee akkoord.

End of Block: Welkom

Start of Block: Algemene informatie

Wat is uw geslacht?

- Vrouw (1)
- Man (2)
- Zeg ik liever niet (999)
- Anders, namelijk: (3) _____

Hoe oud bent u (in jaren)?

▼ 18 (18) ... Ouder dan 100 (101)

Met welke seksualiteit identificeert u zich het meest?

- Heteroseksueel (1)
- Biseksueel (2)
- Homoseksueel/Lesbisch (3)
- Anders, namelijk: (4) _____

Welke relatiestatus is het meest op u van toepassing?

- Ik ben vrijgezel (0)
- Ik ben aan het daten (1)
- Ik heb "casual" seks/"friends with benefits" (2)
- Ik heb een vriendje/vriendinnetje (3)
- Ik heb een partner (4)
- Ik heb een geregistreerd partnerschap (5)
- Ik ben verloofd (6)
- Ik ben getrouwd (7)
- Ik ben getrouwd, maar woon apart (8)
- Ik ben gescheiden (9)
- Ik ben weduwe/weduwnaar (10)
- Anders, namelijk: (11) _____

In hoeverre bent u bekend met onlinedating? Selecteer het antwoord wat op dit moment het meest op u van toepassing is.

- Ik heb er nog nooit van gehoord (1)
- Ik heb er van gehoord, maar ken geen gebruikers (2)
- Ik ken één of meerdere gebruikers (3)
- Ik heb het zelf ooit kort gebruikt (4)
- Ik was ooit zelf een actieve gebruiker (5)
- Ik ben op dit moment zelf een actieve gebruiker (6)

Start of Block: Scenario intro

Op de volgende pagina vindt u een fictief onlinedating scenario waarin u zelf centraal staat. Let op! Dit scenario gaat uit van een situatie die niet beperkt is door de huidige corona maatregelen. Beantwoord de vragen dan ook alsof deze maatregelen niet van toepassing zijn.

In het scenario wordt gebruikgemaakt van onlinedatingplatform Tinder. Mocht u niet bekend zijn met dit platform volgt hieronder de Wikipedia omschrijving:

“Tinder is een datingapplicatie (app) voor smartphones, die gebruikers toelaat andere gebruikers te beoordelen op basis van hun profielfoto's door naar links (geen interesse) of naar rechts (interesse) te "swipen" (vegen). Indien twee gebruikers een "match" hebben doordat ze elk naar rechts "geswipet" (geveegd) hebben, kunnen ze met elkaar chatten en desgewenst afspreken voor een fysieke ontmoeting.”

Lees het scenario zorgvuldig en vul daarna de bijbehorende vragen in.

Willekeurige selectie één van de drie scenario's

Start of Block: Date 1: Negatief

Via onlinedatingplatform Tinder komt u het profiel van persoon B tegen. De foto en het profiel van persoon B spreken u zeer aan, waardoor u persoon B liket door naar rechts te swipen. Persoon B had u ook geliket, waardoor jullie een tijdje met elkaar gepraat hebben via de chatfunctie van Tinder. Persoon B komt uit dezelfde omgeving als u en jullie zijn even oud. Jullie hebben een aantal gemeenschappelijke vrienden, maar hebben elkaar nog nooit eerder gezien. Uiteindelijk besluiten jullie om op date te gaan in uw favoriete restaurant in de stad.

Wanneer u het restaurant betreedt is het erg druk. Om persoon B te herkennen pakt u de profielfoto van persoon B erbij. U kijkt het restaurant rond maar u ziet zo gauw niemand die op de foto lijkt. Plots valt uw oog op een tafel in het hoekje van het restaurant, waar iemand zit die heel vaag op de foto lijkt. U loopt naar het tafeltje toe en persoon B stelt zich voor. De kleding van persoon B is gekreukt en er lijkt weinig aandacht te zijn besteed aan het kapsel. Wanneer u zegt dat u persoon B haast niet herkende van de profielfoto zegt persoon B nogal onzeker over zichzelf te zijn, waardoor de foto bewerkt is om aantrekkelijker over te komen. “Het gaat nou eenmaal om het innerlijk” aldus persoon B.

Tijdens het etentje praten jullie over gebeurtenissen in de wereld, gedeelde interesses en hobby's. Ook hebben jullie het over familie en vrienden, waarbij het voornamelijk gaat over jullie gemeenschappelijke vrienden en hoe jullie die allebei ontmoet hebben. Wanneer het gesprek en het diner op hun einde lopen bedanken jullie elkaar en gaan jullie allebei naar huis.

Geef aan de hand van onderstaande schalen aan hoe u vindt dat de date verlopen is.

Negatief	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Positief
Slecht	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Goed
Onbevredigend	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Bevredigend
Waardeloos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Waardevol
Niet de moeite waard	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	De moeite waard

Niet belonend O O O O O Belonend
 Oncomfortabel O O O O O Comfortabel

Geef aan in hoeverre u het eens bent met onderstaande stellingen over persoon B.

	Sterk mee oneens (1)	Oneens (2)	Een beetje oneens (3)	Neutraal (4)	Een beetje eens (5)	Eens (6)	Sterk mee eens (7)
Het gedrag van persoon B is gepast (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het gedrag van persoon B valt te verwachten van de meeste mensen (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De meeste mensen zouden interactie willen hebben met persoon B (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het gedrag van persoon B zal mogelijke dates bevallen (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het gedrag van persoon B is wenselijk (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Start of Block: Date 2: Neutraal

Via onlinedatingplatform Tinder komt u het profiel van persoon B tegen. De foto en het profiel van persoon B spreken u zeer aan, waardoor u persoon B liket door naar rechts te swipen. Persoon B had u ook geliket, waardoor jullie een tijdje met elkaar gepraat hebben via de chatfunctie van Tinder. Persoon B komt uit dezelfde omgeving als u en jullie zijn even

oud. Jullie hebben een aantal gemeenschappelijke vrienden, maar hebben elkaar nog nooit eerder gezien. Uiteindelijk besluiten jullie om op date te gaan in uw favoriete restaurant in de stad.

Wanneer u het restaurant betreedt is het erg druk. U ziet persoon B aan een tafeltje zitten en loopt er naartoe. Persoon B is bezig met zijn/haar mobiele telefoon, maar stopt deze weg zodra u opgemerkt wordt. Persoon B geeft u bij de begroeting een hand en drie zoenen. Wanneer de ober komt bestelt persoon B als eerste, waarna u besluit hetzelfde te bestellen.

Tijdens het etentje praten jullie over gebeurtenissen in de wereld, gedeelde interesses en hobby's. Ook hebben jullie het over familie en vrienden, waarbij het voornamelijk gaat over jullie gemeenschappelijke vrienden en hoe jullie die allebei ontmoet hebben. Wanneer het gesprek en het diner op hun einde lopen bedanken jullie elkaar en gaan jullie allebei naar huis.

Geef aan de hand van onderstaande schalen aan hoe u vindt dat de date verlopen is.

Negatief	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Positief
Slecht	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Goed
Onbevredigend	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Bevredigend
Waardeloos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Waardevol
Niet de moeite waard	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	De moeite waard
Niet belonend	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Belonend
Oncomfortabel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Comfortabel

Geef aan in hoeverre u het eens bent met onderstaande stellingen over persoon B.

	Sterk mee oneens (1)	Oneens (2)	Een beetje oneens (3)	Neutraal (4)	Een beetje eens (5)	Eens (6)	Sterk mee eens (7)
Het gedrag van persoon B is gepast (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het gedrag van persoon B valt te verwachten van de meeste mensen (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De meeste mensen zouden interactie willen hebben met persoon B (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het gedrag van persoon B zal mogelijke dates bevallen (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het gedrag van persoon B is wenselijk (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Start of Block: Date 3: Positief

Via onlinedatingplatform Tinder komt u het profiel van persoon B tegen. De foto en het profiel van persoon B spreken u zeer aan, waardoor u persoon B liket door naar rechts te swipen. Persoon B had u ook geliket, waardoor jullie een tijdje met elkaar gepraat hebben via de chatfunctie van Tinder. Persoon B komt uit dezelfde omgeving als u en jullie zijn even oud. Jullie hebben een aantal gemeenschappelijke vrienden, maar hebben elkaar nog nooit eerder gezien. Uiteindelijk besluiten jullie om op date te gaan in uw favoriete restaurant in de stad.

Wanneer u het restaurant betreedt is het erg druk. Om persoon B te herkennen pakt u de profielfoto van persoon B erbij. U kijkt het restaurant rond maar u ziet zo gauw niemand die op de foto lijkt. Plots valt uw oog op een tafel in het hoekje van het restaurant, waar iemand zit die vaag op de foto lijkt, maar veel knapper is. U loopt naar het tafeltje toe en persoon B stelt zich voor. De kleding van persoon B ziet er heel netjes uit en er is duidelijk veel aandacht besteed aan het kapsel. Wanneer u zegt dat u persoon B haast niet herkende van de profielfoto zegt persoon B niet te willen dat er enkel geoordeeld wordt over het goede uiterlijk. “Mensen kijken anders niet verder naar je profiel, en het gaat nou eenmaal niet alleen om het uiterlijk bij een date” aldus persoon B.

Tijdens het etentje praten jullie over gebeurtenissen in de wereld, gedeelde interesses en hobby's. Ook hebben jullie het over familie en vrienden, waarbij het voornamelijk gaat over jullie gemeenschappelijke vrienden en hoe jullie die allebei ontmoet hebben. Wanneer het gesprek en het diner op hun einde lopen bedanken jullie elkaar en gaan jullie allebei naar huis.

Geef aan de hand van onderstaande schalen aan hoe u vindt dat de date verlopen is.

Negatief	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Positief
Slecht	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Goed
Onbevredigend	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Bevredigend
Waardeloos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Waardevol
Niet de moeite waard	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	De moeite waard
Niet belonend	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Belonend
Oncomfortabel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Comfortabel

Geef aan in hoeverre u het eens bent met onderstaande stellingen over persoon B.

	Sterk mee oneens (1)	Oneens (2)	Een beetje oneens (3)	Neutraal (4)	Een beetje eens (5)	Eens (6)	Sterk mee eens (7)
Het gedrag van persoon B is gepast (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het gedrag van persoon B valt te verwachten van de meeste mensen (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De meeste mensen zouden interactie willen hebben met persoon B (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het gedrag van persoon B zal mogelijke dates bevallen (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het gedrag van persoon B is wenselijk (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Start of Block: Onlinedating Attitude

Onderstaande vragen hebben betrekking op onlinedating. Met onlinedating wordt bedoeld: het online leggen van contacten via een pc, smartphone, tablet e.d. met als doel iemand te ontmoeten voor een date. Voorbeelden van onlinedatingplatforms zijn Tinder, Parship, Lexa, Grindr, Bumble of RelatiePlanet.

Geef hieronder aan in hoeverre u het oneens/eens bent met onderstaande stellingen over onlinedating.

	Sterk mee oneens (1)	Oneens (2)	Een beetje oneens (3)	Neutraal (4)	Een beetje eens (5)	Eens (6)	Sterk mee eens (7)
Onlinedating is een goede manier om mensen te leren kennen (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er is niks mis met het online zoeken naar een partner (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Door onlinedating kan een betere match gevonden worden, omdat men meer mensen leert kennen dan in de offline wereld (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Onlinedating is een makkelijkere en efficiëntere manier om mensen te leren kennen dan andere opties (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mensen die gebruik maken van onlinedatingplatforms zijn wanhopig (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het oneindige aanbod van kandidaten bij online daten zorgt ervoor dat men nooit settelt (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Onlinedating is een veiligere manier om mensen te leren kennen dan offline dating (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik zou mij bij offline kennismakingen meer zorgen maken om mijn veiligheid dan bij online ontmoetingen (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Informatie die gegeven wordt op
onlinedatingprofielen is
waarheidsgetrouw (9)

Mensen die aan onlinedating doen zijn te
vertrouwen (10)

Stel dat u via onlinedating op zoek zou zijn naar een partner. Welke elementen van het datingprofiel zouden voor u belangrijk zijn om iemand als potentiële date te zien? Geef uw voorkeur aan door middel van het geven van een score van 1 (meest belangrijk) tot 6 (minst belangrijk). Gebruik ieder nummer slechts één keer, zodat er een rangorde ontstaat.

	1. Meest belangrijk (1)	2. (2)	3. (3)	4. (4)	5. (5)	6. Minst belangrijk (6)
Aantrekkelijke foto (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Leeftijd (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Woonplaats (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hobby's (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Werk (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Naam (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Page Break

Filter: Toon vraag wanneer respondent persoonlijke ervaring heeft met onlinedating.

Hoe waarheidsgetrouw zijn/waren de volgende onderdelen van uw eigen datingprofiel? Als een onderdeel geen deel uitmaakte van uw datingprofiel geeft u aan wat de weergave zou zijn als dit wel het geval zou zijn.

Voorbeeld: U heeft een filter toegepast op uw profielfoto om uw huid net wat egalier te laten lijken. Dit zou gezien worden als bijna volledig waarheidsgetrouw. Naarmate er meer aanpassingen aan de foto gedaan worden daalt de mate waarin de foto waarheidsgetrouw wordt.

	1. Totaal niet waarheidsgetrouw (1)	2. (2)	3. Zowel wel als niet waarheidsgetrouw (3)	4. (4)	5. Volledig waarheidsgetrouw (5)
Profielfoto('s) (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Voor- en/of achternaam (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Leeftijd (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Woonplaats (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Relatiestatus (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gewicht (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lengte (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Dit is het einde van de vragenlijst, uw antwoorden zijn opgeslagen. Nogmaals hartelijk bedankt voor het invullen.

Deel de vragenlijst met uw eigen netwerk!

[Deel op Facebook](#)

[Deel op Twitter](#)

[Deel op LinkedIn](#)

Of, kopieer deze link: <http://bit.ly/dating-enquete>

Bij vragen en/of opmerking kunt u de onderzoeker mailen via 445955rs@student.eur.nl

U kunt dit tabblad nu veilig sluiten.