

**DE EERSTE  
INDRUK**

**ROOS  
VONK**

**MAVEN  
PUBLISHING**

*Voor Ferry*  
*Altijd op de achtergrond*  
*laat je een diepe indruk achter*

# Inhoud

Voorwoord bij herziene editie 9

## HOOFDSTUK 1

Indrukken vormen, indruk maken 13

## DEEL I

### HOOFDSTUK 2

De eerste indruk de beste? 21

### HOOFDSTUK 3

Schoonheid en uiterlijk 35

*Test 35*

### HOOFDSTUK 4

Lichaamstaal en intuïtie 65

*Test 98*

### HOOFDSTUK 5

Wij en zij: hokjes en vakjes 101

*Test 110*

### HOOFDSTUK 6

Hardnekkige stereotypen 117

*Test 125*

HOOFDSTUK 7

Persoonlijkheid: het onzichtbare zien 143

*Test 150*

HOOFDSTUK 8

Macht en afhankelijkheid 165

*Test 170*

**DEEL II**

HOOFDSTUK 9

Sociale antennes en slijmen 183

*Test 186*

HOOFDSTUK 10

De gevaren van zelfpresentatie 207

HOOFDSTUK 11

De voorspelling die zichzelf bevestigt 229

**DEEL III**

HOOFDSTUK 12

Eerste indrukken bij sollicitaties 247

HOOFDSTUK 13

Eerste indrukken bij daten 269

*Test 293*

Ten slotte 303

Noten 305

## Voorwoord bij herziene editie

Bijna twintig jaar geleden verscheen de eerste druk van *De eerste indruk*. Dat mensen zich indrukken vormen van anderen, en proberen om zelf goed voor de dag te komen, is van alle tijden. Stereotyperen, slijmen, opscheppen, flirten; het is allemaal zo oud als de mensheid. Nu, twintig jaar later, zijn deze zaken niet anders dan bij de eerste druk van dit boek.

Bij het herschrijven viel het mij bovendien op dat veel van de gebruikte voorbeelden en toepassingen evenmin veranderd zijn. Hypocriete politici, vrouwen die minder verdienen en minder hoog klimmen dan mannen, negatieve stereotypen over allochtonen – buiten het feit dat zij nu ‘mensen met een migratie-achtergrond’ heten\*, heb ik er helemaal niets aan hoeven veranderen, al die onderwerpen zijn nog steeds actueel. Toch was weer een nieuwe herziene editie nodig, want gelukkig schrijft de wetenschap wél vooruit. Er is inmiddels veel meer bekend over hoe allerlei processen in indrukvorming en zelfpresentatie werken, en die nieuwe kennis is verwerkt in deze herziene versie. Deels gaat het daarbij om nieuwe onderwerpen, deels ook om het verwijderen van enkele onderzoeksresultaten. Door de zogenoemde

9

\* Dit bleek behoorlijk lastig in het schrijven over onderzoek naar stereotypen: in de vergelijking tussen bijvoorbeeld allochtonen en autochtonen of moslims en Nederlanders, had ik overal moeten schrijven ‘mensen met een migratie-achtergrond’ en ‘mensen zonder migratie-achtergrond’. Dat zou erg vermoedend worden bij het lezen, dus in de meeste gevallen heb ik het toch maar zo gelaten. Wél politiek correct zijn de termen zwarte en witte mensen, naar analogie van *blacks* en *whites* in het Engels. Dat heb ik overgenomen, omdat het woord ‘blank’ langzamerhand in onbruik raakt: het klinkt alsof het ‘mooier’ is (we noemen bruine mensen tenslotte ook niet ‘karamel’).


replicatiecrisis kwamen sommige bevindingen in de afgelopen jaren op losse schroeven te staan: herhaalonderzoek leverde niet dezelfde resultaten op, waardoor twijfel is ontstaan over de betrouwbaarheid van die bevindingen. Een voorbeeld is dat deelnemers een persoon als warmer, en dus positiever beoordeelden wanneer ze een warme kop thee in hun hand hielden dan wanneer ze een kop ijsthee vasthielden. Dat was een geinig effect, maar in vervolgonderzoek bleek dat het soms wel en soms niet optrad. Dergelijke variatie is waarschijnlijk toe te schrijven aan de complexiteit van de sociale werkelijkheid: sommige effecten treden in de ene situatie wel op en in de andere niet. Toekomstig onderzoek zal hier meer licht op moeten werpen. Maar zolang hierover nog geen duidelijkheid is, heb ik onderzoeksresultaten geschrapt die bij replicatie-onderzoek niet zo standvastig bleken.

10 Deze editie bevat ook ‘oude’ onderwerpen waarover wel nieuwe inzichten zijn ontstaan in de wetenschap, zoals de relatie tussen uiterlijk en gedrag. Geruime tijd keken wetenschappers geringschattend naar negentiende-eeuwse theorieën over hoe vrouwen bijvoorbeeld de ontrouw van hun aanstaande konden aflezen aan een kromme neus en een vooruitstekende kin. De heersende gedachte was dat je aan iemands uiterlijk niets kunt zien over het innerlijk. Maar inmiddels beseffen we meer dat lichaam en ‘geest’ één zijn, en in meer genuanceerde vorm is veel bekend geraakt over relaties tussen uiterlijke kenmerken en gedrag.

Naast nieuwe wetenschappelijke ontwikkelingen zijn er ook maatschappelijke ontwikkelingen geweest die van invloed zijn op hoe we anderen waarnemen. We maken bijvoorbeeld veel meer gebruik van internet en sociale media, waardoor veel indrukvorming en zelfpresentatie niet meer in een face-to-face-context plaatsvindt.

Een ontwikkeling waar ik géén aandacht aan besteed is de toegenomen interesse in het brein en het vele onderzoek daarover. Zo zijn er studies die laten zien welke gebieden in de hersenen actief worden bij bepaalde waarnemingen van mensen. Hoe

interessant dat ook kan zijn, het heeft mij nooit geholpen om de essentie te doorgronden van hoe mensen elkaar waarnemen en beïnvloeden. Weten welk hersengebied aan het werk is, is net zo iets als buiten een kantoorgebouw staan en kijken waar het licht brandt. Je weet dan wel iets, maar niet hetzelfde als wanneer je naar binnen gaat en met de mensen meekijkt. Dat is wat ik toch het boeiendst blijf vinden: meekijken in de alledaagse contacten tussen mensen.

Net als de vorige editie bevat dit boek ook diverse testen, deels met de medewerking van Pieter Dijkstra. Omdat steeds meer wetenschappelijke kennis de weg vindt naar toegankelijke websites en video's, staan in deze editie ook diverse nieuwe web-links vermeld waar achtergrondinformatie, leuke illustraties of video's te vinden zijn. Om te voorkomen dat je als lezer steeds het http-adres hiervan moet intikken, staan al deze sites vermeld op de website van dit boek, [www.eersteindruk.nl](http://www.eersteindruk.nl). Hier kunnen alle links gevonden worden. Om dit aan te duiden staat bij elke link het symbool .

11

Ik denk dat je veel van de beschreven verschijnselen zult herkennen en zult kunnen toepassen in je werk en je dagelijks leven. Indrukken vormen en zorgen dat we zelf een goede indruk maken, is iets wat we allemaal dagelijks doen, dus het gewone leven biedt een rijke bron van inspiratie en een breed oefenterrein.

*Reos Verbe*

# Indrukken vormen, indruk maken

Is de eerste indruk de beste? Kan ik mijn intuïtie vertrouwen? Zijn stereotypen altijd slecht? Heeft positieve informatie evenveel invloed op mijn mening als negatieve informatie? Heeft mijn baas evenveel aandacht voor mij als omgekeerd? Hoe weet ik of iemand zich beter voordoet dan hij is? Kun je met slijmen hoogerop komen? Hoe weet ik of ik goed overkom? Moet ik me dan aanpassen aan wat de ander graag ziet of ‘mezelf blijven’? Wat ís eigenlijk jezelf zijn?

13

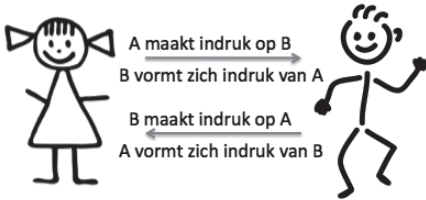
Al deze vragen gaan over onze dagelijkse omgang met andere mensen. Als we iemand voor het eerst ontmoeten, vormen we ons meteen een indruk. Soms proberen we welbewust een zo goed mogelijk beeld van iemand te krijgen, bijvoorbeeld van een nieuwe baas, of van iemand die we via een datingsite ontmoeten. Maar in de meeste gevallen ontstaat de eerste indruk vanzelf, zonder dat we erbij nadenken.

Omgekeerd vormen anderen zich ook een indruk van ons. Soms proberen we ervoor te zorgen dat we goed voor de dag komen omdat we een goede indruk willen maken, zoals bij een eerste afspraakje of een sollicitatie. Andere keren denken we er niet zo bij na hoe we overkomen, bijvoorbeeld als we op zaterdagmorgen ongewassen en gapend bij de bakker staan, of als we een glaasje te veel op hebben en ons een beetje laten gaan.



Dit boek gaat over de twee kanten van de eerste indruk, en hoe die met elkaar verbonden zijn:

- 1 Hoe vormen wij ons een indruk van anderen? (Deel I)
- 2 Hoe proberen we indruk te maken op anderen? (Deel II)
- 3 Hoe beïnvloeden die processen elkaar? (Deel III)



*In het sociale verkeer proberen we ons een beeld te vormen van anderen en onszelf zo goed mogelijk te presenteren.*

## Indrukken vormen: etiketten plakken

Al na de eerste ontmoeting met een persoon hebben we gewoonlijk een globaal beeld van die ander. We weten bijvoorbeeld meestal al snel of iemand zelfverzekerd is of verlegen, spontaan of gesloten, vriendelijk of onvriendelijk, impulsief of besluiteloos. In de meeste gevallen vormen we dit soort indrukken zonder dat we erbij stilstaan. We beseffen niet eens dat dit eigenlijk een knappe prestatie is. Mensen lopen niet rond met etiketten op hun hoofd waarop staat: 'Ik ben verlegen.' Of: 'Ik ben brutaal.' We leiden dat soort dingen snel en zonder veel denkwerk af uit wat mensen doen en zeggen, hun manier van bewegen en praten, hun uiterlijk, kleding, enzovoort. Voor een groot deel gebeurt dit onbewust.

Dat we dit alles zo ongemerkt doen heeft wel eens nadelen. We kunnen ons immers in iemand vergissen. Vaak hebben we dat niet in de gaten, want we beseffen niet eens *dat* we een be-

paald beeld van iemand hebben gevormd, laat staan dat dit beeld onjuist zou kunnen zijn. Onze gevolgtrekkingen over anderen dringen zich min of meer automatisch aan ons op. Doordat het zo vanzelf gaat, lijkt het alsof het zo *is*. Het lijkt, bij wijze van spreken, alsof een man die op straat loopt te fluiten, inderdaad een etiket op zijn hoofd heeft waarop staat: 'Ik ben in een goeie bui.' Het lijkt alsof een vrouw die met een lekke band langs de kant van de weg staat en de weg aftuurt naar voorbijgangers, een bordje ophoudt met 'Ik heb geen verstand van auto's, help!' We beseffen niet dat we die gevolgtrekkingen zelf maken, dat we zelf een actieve rol spelen door allerlei interpretaties te geven aan wat we zien. Kortom, we plakken zelf etiketten op alles wat we waarnemen. Onze eigen interpretaties dringen zich aan ons op als iets wat 'daarbuiten' zichtbaar is. Daardoor hebben we nauwelijks in de gaten dat we zelf iets hebben toegevoegd.

Vaak is dat helemaal niet erg. De meneer die fluitend over straat loopt, is misschien wel heel droevig of boos en probeert dat op deze manier te verbergen. Wanneer een voorbijganger denkt dat hij vrolijk is, maakt dat eigenlijk niets uit. Als we de verkeerde etiketten plakken op mensen met wie we niets te maken hebben, heeft niemand daar last van.

Maar soms kunnen onjuiste indrukken *wel* vervelende gevolgen hebben, bijvoorbeeld wanneer een vrouw solliciteert naar een baan als bedrijfsleider in een garage, en de garagehouder voetstoots aanneemt dat een vrouw geen leiding kan geven aan een groep mannelijke monteurs. Of wanneer een verkoper aan de deur, die een zielig verhaal vertelt over zijn zieke kinderen en zijn alcoholistische vrouw en zijn huisbaas die hem op straat wil zetten, een oplichter blijkt te zijn die alles bij elkaar verzint om ons een onhandelbaar keukenapparaat te verkopen.

Doordat eerste indrukken vaak ongemerkt en als vanzelf tot stand komen, hebben de meeste mensen weinig inzicht in *hoe* ze nu precies tot een beeld van iemand komen. Vaak hebben ze wel een bepaalde intuïtie over iemand, maar hoe ze daar nu precies aan komen, blijft onduidelijk. Het *proces* van indrukvorming ver-

loopt grotendeels onbewust. Bijvoorbeeld: we registreren onbewust dat iemand dezelfde lichaamshouding aanneemt als wijzelf, en dat vinden we prettig. Het *resultaat* van dat proces dient zich aan in ons bewustzijn: we vinden de ander aardig, we hebben het gevoel dat het klikt.

Dit boek is geschreven voor mensen die denken: ‘Ik zou wel eens beter willen weten hoe dat allemaal in zijn werk gaat.’ Het beschrijft zaken die je ergens diep van binnen al wel weet, maar waar de meeste mensen zich normaliter niet zo bewust van zijn.

In deel I worden factoren besproken die van invloed zijn op de eerste indruk, zoals iemands uiterlijk, gedrag, de groep waartoe iemand hoort, en de relatie die we tot een persoon hebben. In dit gedeelte staan ook enkele tests waarmee je kunt onderzoeken of je anderen in hokjes stopt, of je stereotypen gebruikt, hoeveel belang je hecht aan het uiterlijk en of je mensen ziet als veranderbaar.

16

## Indruk maken: wat vind je van mij?

Het is in zekere zin heel nuttig dat we al snel en zonder veel denkwerk een oordeel over anderen kunnen vormen. Het zou onhandig zijn als we steeds bewust na moesten denken bij alle gevolgtrekkingen die we over anderen maken. We hebben andere dingen te doen. We kunnen niet de hele dag met onze armen over elkaar zitten en nadenken over de betekenis van het gedrag van anderen: we moeten zelf ook handelen. Zoals wij ons indrukken vormen van anderen, zo doen zij dat ook bij ons. Vaak proberen we invloed uit te oefenen op de etiketten die anderen op *ons* plakken. We willen graag gewaardeerd worden, en we willen gezien worden zoals we echt zijn – maar soms juist weer niet. In veel situaties zijn we meer bezig met de vraag ‘Wat vind jij van mij?’ dan met de vraag ‘Wat vind ik van jou?’

Tot op zekere hoogte is de ander altijd een spiegel van onszelf:

via het contact met anderen leren we onszelf kennen. Bedenk dat er niet zoiets bestaat als één ‘echt zelf’ dat we soms aan anderen laten zien en soms verbergen. Ieder mens heeft meer kanten in zich – meer ‘zelven’ dus. Mensen zeggen wel eens dat ze zichzelf alleen *echt* aan hun partner laten zien, maar ze vergeten dan dat andere personen weer andere kanten te zien krijgen. Een zakenman die op zijn werk rationeel en zakelijk is en zich bij zijn vrouw gevoelig gedraagt en zich als een kind laat vertroetelen, is evenzeer het een als het ander. Zijn klanten en collega’s kennen zijn gevoelige kant niet, maar zijn vrouw ziet weer niet hoe hij zich opstelt in onderhandelingen of hoe hij met zijn vrienden praat over vrouwen.

Het ene ‘zelf’ is niet meer of minder echt dan het andere. In verschillende situaties laten we verschillende kanten van onszelf zien: op het werk gedragen we ons anders dan in familiekring; tegen onze partner doen we anders dan tegen onze ouders of onze kinderen. Bij een sollicitatie willen we als bekwaam en ambitieus worden gezien, bij een eerste afspraakje als aantrekkelijk en vlot. Er zijn ook situaties waarin we (vaak opzettelijk) een minder positieve kant van onszelf laten zien, bijvoorbeeld zwak en hulpbehoevend als we hulp willen krijgen, of juist hard en koelbloedig. De zakenman die daarnet werd genoemd, laat misschien een harde, onbuigzame kant van zichzelf zien in onderhandelingen, om al te hoge verwachtingen bij de tegenpartij meteen de kop in te drukken. Kortom, in onze contacten met de buitenwereld selecteren we vaak een bepaald ‘zelf’ dat we naar voren schuiven, terwijl we andere ‘zelven’ even wegstoppen. Op die manier passen we ons aan onze omgeving aan en proberen we te bereiken dat anderen het door ons gewenste beeld van ons krijgen.

In deel II staan deze thema’s centraal: de ander als spiegel van het zelf (met een test om na te gaan in welke mate dat voor jou geldt) en de verschillende manieren waarop we onszelf aan de buitenwereld laten zien.

## Sociale interactie

In wetenschappelijk onderzoek wordt meestal slechts gekeken naar één aspect van eerste indrukken: ofwel hoe mensen zich indrukken vormen, ofwel hoe ze zichzelf presenteren om de indruk die anderen zich vormen te beïnvloeden. Apart bekeken zijn deze twee aspecten al ingewikkeld genoeg. Als je dit boek leest, zul je beseffen dat je ongemerkt veel mentale hoogstandjes uitvoert in het contact met anderen!

Het fascinerende is dat we die complexe activiteiten in het gewone sociale verkeer ook nog eens allemaal gelijktijdig uitvoeren. We vormen ons indrukken van anderen en sturen ons gedrag tegelijkertijd zodanig bij dat we ook een goede indruk maken. We houden daarbij rekening met ons beeld van de ander en onze verwachtingen van hoe die ander naar ons kijkt. Als we te veel ons best doen om goed over te komen, kan het gebeuren dat we zo met onszelf bezig zijn dat we de ander niet meer goed in het vizier hebben. Het vormen en maken van indrukken staat dus in een voortdurende wisselwerking.

18

In deel III wordt dit geïllustreerd aan de hand van twee situaties waarin de eerste indruk erg belangrijk is: eerste afspraakjes (met een test over flirten) en sollicitatiegesprekken. Daarbij komen beide kanten van ‘de eerste indruk’ aan de orde, en dan met name de wisselwerking tussen het *vormen* van een indruk en het proberen een goede indruk te *maken*.