



LUNDS
UNIVERSITET

INSTITUTIONEN FÖR PSYKOLOGI

Effekten av Social Ångest och Självfokusering på Attributionsstil och Impressionsbildning

Björn Thörnquist

Kandidatuppsats ht 2004

Handledare: Bert Westerlundh och Sven Birger Hansson

Abstract

Studerade effekten av social ångest och självfokusering på attributionsstil och impressionsbildning. En 2 (uppmätt hög/låg social ångest) x 2 (manipulerad hög/låg självfokusering) design användes. Deltagarna var 68 studenter, 56 kvinnor och 12 män. För attributionsstil användes separata skalor för bra och dåliga händelser. För impressionsbildning användes en positiv och en negativ skala. Hög social ångest gav en pessimistisk attributionsstil gällande både dåliga och bra händelser. Det fanns oväntat en huvudeffekt av självfokusering: hög gav mer optimism gällande bra händelser. Inga huvudeffekter hittades på impressionsbildning, däremot en interaktionseffekt som innebar att självfokusering gav mer positiv impressionsbildning i högångestgruppen, medan motsatsen sågs i lågångestgruppen. Olika tolkningar finns, men resultaten visar att social ångest och självfokusering har betydelse för attributioner och impressionsbildning.

Nyckelord: Social ångest, självfokusering, attribution, impressionsbildning

Effekten av Social Ångest och Självfokusering på Attributionsstil och Impressionsbildning

I denna studie undersöks hur social ångest och självfokusering hänger ihop med attributionsstil och impressionbildning. Först beskrivs de olika fenomenen, sedan vilka kopplingar som finns mellan dem.

Social ångest

Social ångest uppstår när en person tror sig bli negativt bedömd och uppfattar det som hotande (Wells & Matthews, 1994). Enligt Eysenck (1997) tar sig ångest uttryck på tre sätt: Kroppslig ångest, tankar och beteende. I denna uppsats skiljer jag, liksom Crozier och Alden (2001), mellan subjektiv social ångest och hämmat socialt beteende. Båda fenomenen är typiska både för vanlig blyghet och den patologiska formen av blyghet som kallas social fobi (Crozier & Alden, 2001). Social ångest kan ses både som ett tillstånd och som ett personlighetsdrag. Det förekommer hos så gott som alla människor i vissa situationer, men det finns stora individuella skillnader i social ångestbenägenhet (Crozier & Alden, 2001).

Enligt Hartmans meta-kognitiva modell (beskriven i Wells & Matthews, 1994) uppstår social ångest genom en kombination av lågt självförtroende och hög självfokusering. I sociala situationer blir personer med denna kombination så upptagna av att utvärdera sig själva att de misslyckas med den sociala interaktionen och därigenom ökar risken för mer av ångest och undvikande beteende.

Självfokusering

Att självfokusera är att vända uppmärksamheten mot sig själv. Vi gör det bland annat för att utvärdera hur vi lyckas med uppgifter och för att läsa av hur vi mår och känner. Carver och Scheier har utvecklat en modell för självreglering (beskriven av Wells & Matthews, 1994), där självfokusering är en del av en negativ feedback-loop. Individen jämför hela tiden sitt nuvarande tillstånd med ett måltillstånd. Om individen bedömer det som troligt att målen inte kommer att uppnås uppstår negativa känslor i form av ångest eller depression.

Det finns flera fenomen som får oss att tillfälligt bli mer självfokuserade. Inre signaler såsom negativ affekt eller upphetsning har visat sig åstadkomma det (Wells & Matthews, 1994). Spegel, videokameror, publik och texter har i olika studier använts för att åstadkomma ökad självfokusering (Morin, 2003; Wells & Matthews, 1994). Små speglar har enligt Buss (Morin, 2003) visat sig öka främst en form av självfokusering kallad privat självfokusering, medan större speglar istället ökar publik självfokusering. Dessa termer påminner om private

och public self-consciousness, vilka beskrivs nedan. Skillnaden är att self-consciousness ses som ett personlighetsdrag medan självfokusering är ett tillstånd (Fenigstein, Scheier & Buss, 1975).

Self-consciousness

Fenigstein et al. (1975) har forskat kring individuella skillnader i self-consciousness (sv. ungefär självmedvetande). Self-consciousness är ett mått på tendensen att självfokusera och vända uppmärksamheten mot sig själv. Detta mått intresserar psykologer kanske främst genom dess koppling till stresskänslighet, ångesttillstånd och depressioner (Wells & Matthews, 1994).

Self-Consciousness Scale (Fenigstein et al., 1975) mäter tre dimensioner: Private self-consciousness, public self-consciousness och social anxiety (i fortsättningen kallat social ångest). Personer med hög private self-consciousness är väldigt medvetna om sina tankar och känslor och tänker ofta på sig själva. De som har hög public self-consciousness är väldigt medvetna om vilken bild de ger av sig själva och utvärderar ofta sitt sociala beteende. I denna grupp är det också vanligare med social ångest.

Hög public self-consciousness kan tänkas öka risken för social ångest genom att ”aktivera negativa beliefs [om självet] som annars förblivit vilande” (Wells & Matthews, 1994, s. 223, min översättning). Beliefs är en sorts varaktiga trosföreställningar, vilka inte alltid är aktiva.

Attributionsstil

Attributioner är kausala slutsatser som används för att göra omvärlden mer begriplig. Enligt Seligmans modell (Buchanan & Seligman, 1995) finns det varaktiga individuella skillnader i människors sätt att attribuera. En persons attributionstil (eng. attributional style eller explanatory style) är ”tendensen att ge liknande förklaringar för olika händelser” (Buchanan & Seligman, 1995, s. 1, min översättning). Människors attributioner skiljer sig enligt Buchanan och Seligman åt gällande internitet, globalitet och stabilitet. Internitet är ett mått på hur mycket en person tror att en händelse berodde på den själv. Globalitet är ett mått på hur allomfattande och ospecifik en person tror att en orsak är. Den tredje dimensionen, stabilitet, är ett mått på hur permanent orsaken uppfattas.

Människors attributioner kan se olika ut för bra (positiva) och dåliga (negativa) händelser. Detta ger sammanlagt sex dimensioner. Ofta används dock bara en komposit av de tre dimensionerna gällande dåliga händelser, vilket används som ett mått på pessimism

(Buchanan & Seligman, 1995). Seligmans attributionstest ASQ är känt för att ha låg reliabilitet på de enskilda dimensionerna, särskilt de som har att göra med bra händelser, vilket är en anledning till att kompositen ofta använts. De nyare versionerna av testet har dock förbättrad reliabilitet (Buchanan & Seligman, 1995).

Attributionsstil och social ångest

Den mesta forskning kring attributionsstil och psykisk ohälsa har varit inriktad på depressioner. Pessimistisk attributionsstil har, i linje med teorin om inlärd hjälplöshet, visat sig vanligare bland deprimerade (Buchanan & Seligman, 1995). Det finns även forskning kring sambanden mellan attributionsstil och social ångest, både i form av social fobi och subklinisk social ångest. Tre studier beskrivs i *Explanatory style* (Buchanan & Seligman, 1995). Resultat från en studie av Heimberg et al. tyder på att personer med social fobi har en identisk attributionsstil som personer med depression, även efter statistisk justering för depressionsnivå. Alden visade i en studie med studenter att personer med mycket social ångest förklarar framgångar i en social interaktion med mer instabila attributioner än vad personer med låg social ångest gör. Slutligen visade Johnson, Petzel och Johnson att blyga personer ofta har en pessimistisk attributionsstil när det gäller sociala händelser. Bruch och Belkin (2001) har också hittat samband mellan blyghet och en maladaptiv attributionsstil när det gäller sociala händelser. Begreppet maladaptiv attributionsstil påminner om den pessimistiska attributionsstilen, men är baserad på Bruch och Belkins formulär Attributional Style for Interpersonal and Noninterpersonal Events Questionnaire.

Public self-consciousness och attributionsstil

Public self-consciousness sägs hänga samman med en egocentrisk attributionsstil som innebär att man tror sig vara mer inblandad i sociala händelser än man är (Wells & Matthews, 1994). Detta har dock visat sig gälla enbart sociala händelser, i övrigt finns inget känt samband mellan public self-consciousness och intern attribution.

Impressionsbildning, självförtroende och sociala jämförelser

Vi formar intryck, impressioner, av andra människor varje dag. De baseras både på direkta möten med människor och på vad vi får höra av andra (Hogg & Vaughan, 2002). Processen kallas impressionsbildning (eng. impression formation). Ofta är intrycken evaluerande på ett positivt eller negativt sätt (Hogg & Vaughan, 2002).

Vi gör även liknande bedömningar av oss själva. Termen självförtroende (eng. self-esteem) används för att beskriva hur positivt vi ser på oss själva. Personer med högt (bra) självförtroende är stolta över sig själva, tycker sig vara värdefulla och är nöjda med sig själva (Kunda, 1999). Personer med social ångest har ofta lågt (dåligt) självförtroende (Crozier & Alden, 2001).

Det finns ett flertal fenomen som påverkar vilken typ av bedömningar vi gör av andra. Positiv eller negativ affekt hos oss själva är ett sådant (Higgins, Rhodes, & Jones, 1977). När försökspersoner får vara med om någonting som får deras stämningsläge att sjunka brukar deras impressionsbildning bli mer negativ. Men Ikegami (2002) har visat att om deras självförtroende samtidigt är lågt förhindras detta. Det verkar som om ett lågt självförtroende kan hindra människor från att bedöma andra kritiskt i vissa situationer.

En mekanism som påverkar impressionsbildningen är sociala jämförelser (eng. social comparisons). Det innebär att en bedömning av en person baseras på en jämförelse mellan självet och andra personer. Detta sker ofta spontant och omedvetet (Mussweiler, Ruter, & Epstude, 2004). Personer med social ångest gör ofta negativa sociala jämförelser med innebörden att de ser sig som underlägsna andra i sociala sammanhang (Crozier & Alden, 2001).

De fenomen som påverkar impressionsbildningen sägs (Moskowitz & Skurnik, 1999) göra det genom att de ökar vissa kognitioners tillgänglighet (eng. accessibility). Experimentellt har detta undersökts genom priming (Higgins, Rhodes, & Jones, 1977; Moskowitz & Skurnik, 1999), en sorts aktivering av kognitioner. Genom att exempelvis visa en försöksperson en lista med en viss typ av ord, antas kognitioner som personen kopplar orden till bli aktiverade. Vid senare valsituationer, till exempel kategorisering av information, kan personens val påverkas av primingen. Störst effekt syns vid kategorisering av stimuli som lätt kan tolkas på olika sätt. Detta är ofta fallet vid sociala bedömningar, såsom impressionsbildning (Higgins, Rhodes, & Jones, 1977). Ett hinder vid försök att påverka människors impressionsbildning åt ett visst håll har visat sig vara att de, om de blir medvetna om det, försöker anpassa bedömningen lika mycket åt andra hållet (Moskowitz & Skurnik, 1999).

Hypoteser

En pessimistisk attributionsstil förväntas vara vanligare hos personer med mycket social ångest. Detta gäller både attribution av bra och av dåliga händelser, vilka kommer att analyseras separat. Det förstnämnda har vad jag vet inte undersökts tidigare. Mycket social

ångest räknas i denna undersökning en person ha om den har mer ångest än medianvärdet i gruppen. Självfokuserande situationsfaktorer förväntas öka pessimismen hos de som har mycket social ångest. Högångestgruppen förväntas skilja sig åt från lågångestgruppen även när det gäller impressionbildning och dess interaktion med självfokusering. Positiv och negativ impressionsbildning kommer att analyseras separat. Sammanfattningsvis ger det fem hypoteser:

1. Pessimistisk attribution av dåliga händelser är vanligare hos personer med hög social ångest.
2. Pessimistisk attribution av bra händelser är vanligare hos personer med hög social ångest.
3. Personer med hög social ångest har en mer pessimistisk attribution av dåliga händelser när de befinner sig i en självfokuserande situation.
4. Personer med hög social ångest har en mer pessimistisk attribution av bra händelser när de befinner sig i en självfokuserande situation.
5. Det finns samband mellan social ångest, självfokusering och impressionsbildning.

Metod

Undersökningsdeltagare

Totalt deltog 70 personer i undersökningen, varav 57 kvinnor och 13 män. Två personer, en kvinna och en man, uteslöts ur undersökningen då de, till skillnad från övriga deltagare, testades ensamma i laboratoriet på grund av att andra inbokade deltagare inte dök upp. Deltagarna var alla studenter vid Lunds universitet. Bland deltagarna fanns studerande vid Beteendevetenskaplig grundkurs, grundkursen i sociologi, grundkursen i psykologi och pol.mag.-programmet. Deras ålder är ej känd, men endast ett fåtal deltagare bedömdes vara över 30 år.

28 deltagare rekryterades genom att jag presenterade mig och min undersökning på föreläsningar på kurserna Beteendevetenskaplig grundkurs och grundkursen i psykologi. Då berättade jag att jag skrev min C-uppsats i psykologi och behövde frivilliga till en enkätundersökning som gällde hur människor ser på sig själva och andra i olika situationer. Samma sak fick resterande 42 personer höra. De spontanrekryterades på universitetsområdet.

Det fanns två versioner av testet som deltagarna skulle fylla i. Gruppindelningen skedde genom att deltagarna fick göra den version av testet som var förberedd i laboratoriet när de hade tid att komma. När åtta personer testats byttes version.

Material

Deltagarna fyllde i enkäten i ett laboratorium med särskilt förberedda sittplatser. Ett större bord delades till fyra arbetsplatser med hjälp av pappskärmar. Framför varje arbetsplats placerades vid hälften av försökstillfällena en spegel med måtten 40 x 30 cm vilande mot bordsskivan. Den användes för att tillsammans med formuläret BIDR framkalla självfokusering. Spegeln vinklades något genom att dess nederkant placerades 2 cm ifrån den bakomliggande skärmen medan överkanten var fasttejpad vid skärmen.

Två olika uppsättningar formulär användes. Varje uppsättning innehöll fyra formulär, varav endast det första skiljde sig åt mellan de båda uppsättningarna: Det var antingen BIDR eller Faktafrågorna. Därefter följde Seligmans test, ett impressionsbildningsformulär och slutligen Self-Consciousness Scale.

Balanced Inventory of Desirable Responding (BIDR) mäter enligt Paulhus (1991) två variabler: Self-deceptive positivity (ungefär självbedräglig positivitet) och impression management (ungefär medveten manipulation av självpresentationen). I denna studie användes dock formuläret med ett annat syfte: Att tillsammans med en spegel göra deltagarna mer självfokuserade. Det består av 40 frågor som alla innehåller påståenden av typen *jag brukar*, *jag är* eller *jag har svårt för*.

Faktafrågorna (Appendix A) användes i den version av formuläruppsättningen som inte innehöll BIDR. Frågorna var lika många som i BIDR och av en sådan svårighetsgrad att ingen skulle riskera att misslyckas totalt, men ändå inte så lätta att deltagarna skulle bli misstänksamma. De gäller områden som geografi, sport, politik, fysik och medicin. Formuläret användes för att alla personer skulle få svara på lika många frågor.

Seligmans (1998) attributionsformulär består av 48 frågor, vilka mäter sex dimensioner: Permanens för dåliga (negativa) händelser, permanens för bra (positiva) händelser, globalitet för dåliga händelser, globalitet för bra händelser, internitet för dåliga händelser och internitet för bra händelser. I denna studie används två av Seligmans kompositvariabler. Pessimistisk attribution av dåliga händelser består av permanens, globalitet och internitet för dåliga händelser. Optimistisk attribution av bra händelser består av permanens, globalitet och internitet för bra händelser.

Impressionsbildningstestet (Appendix B) består av två delar. På första sidan finns en berättelse om en äventyrlig person kallad Erik. På andra sidan fick deltagarna ta ställning till hur väl de tyckte att 16 adjektiv passade för att beskriva honom. Åtta av adjektiven kan sägas passa in på Erik, medan läsaren inte får veta något om de övriga genom berättelsen. Berättelsen och adjektiven togs fram av Higgins et al. (1977), men användes med ett annat

upplägg. I denna undersökning användes formuläret för att avläsa hur positivt eller negativt deltagarna uppfattade en fiktiv äventyrlig person. De åtta relevanta adjektiven användes för att skapa en positiv och en negativ impressionsbildningsskala.

Fenigstein et al. (1975) utvecklade Self-Consciousness Scale. Testet mäter tre dimensioner: Private self-consciousness, public self-consciousness och social anxiety (sv. social ångest). För att begränsa formulärsamlingens omfattning användes i denna undersökning bara de 13 frågor som hörde till de två sistnämnda skalorna. I analysen användes bara skalan social ångest.

Procedur

Deltagarna testades tillsammans med 1-3 andra deltagare. De fick själva välja sittplats. När deltagarna satt sig tillrätta fick de höra mitt namn och att jag skrev min C-uppsats i psykologi och undersökte hur människor ser på sig själva och andra i olika situationer. Genom att skriva upp sin e-postadress på en lista kunde de som ville få uppsatsen skickad till sig. Medan deltagarna fyllde i enkäterna, vilket oftast tog ungefär 20 minuter, satt försökledaren utanför laboratoriet. När de var färdiga och kom ut erbjöds en begränsad debriefing i form av att deltagarna fick frågan om hur det gått och om de hade några frågor.

Resultat

Reliabilitet

Attributionstestet visade god reliabilitet vid attribution av positiva händelser (Cronbachs alpha = .53), men betydligt sämre för negativa händelser (Cronbachs alpha = .20).

Impressionsbildningstets positiva skala hade god reliabilitet (Cronbachs alpha = .73), medan den negativa skalan visade sig mycket heterogen (Cronbachs alpha = .09). Ett item (*Envis*) korrelerade inte signifikant positivt med summan av item, vilket de andra gjorde. När detta item uteslöts steg alpha till .22. Den negativa skala som används är baserad på övriga negativa item.

Social ångest från Self-Consciousness Scale hade god reliabilitet (Cronbachs alpha = .75).

Normalfördelning

Ingen av de oberoende variablerna visade sig vara normalfördelade i alla fyra grupper. Variansanalyser gjordes ändå med de fyra variablerna. Resultaten jämfördes sedan med

resultaten från motsvarande analyser gjorda med rangtransformerade data. I tre fall av fyra visade variansanalyserna på samma resultat. I dessa fall redovisas resultat från variansanalyser med otransformerade data. I det fall där resultaten skiljde sig åt redovisas båda resultaten.

Pessimistisk attribution av dåliga händelser

Variansanalysen visade en huvudeffekt av social ångest ($F(1,64) = 17.19, p < .01, \eta^2 = .21$), men ingen huvudeffekt av självfokusering ($F(1,64) = .23, p = .63$) eller interaktionseffekt ($F(1,64) = 2.41, p = .13$). Som framgår av Tabell 1, var effekten av social ångest i den förväntade riktningen: Medelvärdet för pessimistisk attribution av dåliga händelser i lågångestgruppen var 10.13 (2.42), medan det var 12.30 (1.92) i högångestgruppen.

Tabell 1

Medelvärde och standardavvikelse för pessimistisk attribution av dåliga händelser vid olika nivåer av ångest och självfokusering

	Utan självfokusering	Med självfokusering	Totalt
Låg ångest	10.42 (2.67)	9.84 (2.17)	10.13 (2.42)
Hög ångest	11.82 (2.01)	12.92 (1.66)	12.30 (1.92)
Totalt	11.08 (2.45)	11.09 (2.48)	11.09 (2.49)

Optimistisk attribution av bra händelser

Variansanalysen, som baserades på rangdata, visade en huvudeffekt av social ångest ($F(1,64) = 6.13, p < .05, \eta^2 = .09$), men ingen huvudeffekt av självfokusering ($F(1,64) = 3.54, p = .06$) eller interaktionseffekt ($F(1,64) = .08, p = .78$). Effekten av social ångest var, som kan ses i Tabell 2, i den förväntade riktningen: Medelvärdet för attribution av bra händelser i lågångestgruppen var 39.72 (20.05), medan det var 27.88 (17.24) i högångestgruppen. Resultatet av variansanalysen gjord på otransformerade data avvek på en punkt: Det fanns en huvudeffekt av självfokusering ($F(1,64) = 4.43, p < .05, \eta^2 = .07$). Som framgår av Tabell 3, var medelvärdet för attribution av bra händelser i gruppen utan självfokusering 10.69 (3.27), medan det var 12.38 (2.83) i den självfokuserade gruppen.

Tabell 2

Medelvärde och standardavvikelse för optimistisk attribution av bra händelser vid olika nivåer av ångest och självfokusering (transformerade data)

	Utan självfokusering	Med självfokusering	Totalt
Låg ångest	35.03 (21.29)	44.42 (18.06)	39.72 (20.05)
Hög ångest	24.50 (18.79)	32.31 (14.49)	27.88 (17.24)
Totalt	30.06 (20.57)	39.50 (17.53)	34.50 (19.64)

Tabell 3

Medelvärde och standardavvikelse för optimistisk attribution av bra händelser vid olika nivåer av ångest och självfokusering (otransformerade data)

	Utan självfokusering	Med självfokusering	Totalt
Låg ångest	11.47 (3.34)	13.21 (3.05)	12.34 (3.27)
Hög ångest	9.82 (3.05)	11.15 (1.99)	10.40 (2.69)
Totalt	10.69 (3.27)	12.38 (2.83)	11.49 (3.16)

Negativ impressionsbildning

Variansanalysen visade inte någon huvudeffekt av social ångest ($F(1,64) = .72, p = .40$), ingen huvudeffekt av självfokusering ($F(1,64) = .18, p = .68$) och inte heller någon interaktionseffekt ($F(1,64) = .28, p = .60$). Medelvärden för grupperna kan ses i Tabell 4.

Tabell 4

Medelvärde och standardavvikelse för negativ impressionsbildning vid olika nivåer av ångest och självfokusering

	Utan självfokusering	Med självfokusering	Totalt
Låg ångest	7.11 (1.60)	7.16 (1.64)	7.13 (1.60)
Hög ångest	6.94 (2.38)	6.46 (2.70)	6.73 (2.49)
Totalt	7.03 (1.98)	6.88 (2.12)	6.96 (2.03)

Positiv impressionsbildning

Variansanalysen visade ingen huvudeffekt av social ångest ($F(1,64) = .28, p = .60$), ingen huvudeffekt av självfokusering ($F(1,64) = 1,25, p = .27$), däremot en interaktionseffekt ($F(1,64) = 4.09, p < .05, \eta^2 = .06$). Som framgår av Tabell 5, var positiv impressionsbildning större med självfokusering i högångestgruppen, medan mönstret var det motsatta i lågångestgruppen.

Tabell 5

Medelvärde och standardavvikelse för positiv impressionsbildning vid olika nivåer av ångest och självfokusering

	Utan självfokusering	Med självfokusering	Totalt
Låg ångest	14.37 (2.01)	13.89 (2.23)	14.13 (2.11)
Hög ångest	13.59 (2.58)	15.23 (1.36)	14.30 (2.26)
Totalt	14.00 (2.29)	14.44 (2.02)	14.21 (2.16)

Diskussion

Attribution

Resultaten gällande sambanden mellan social ångest och pessimistisk attribution av dåliga händelser visade sig ligga i linje med tidigare forskning (Bruch och Belkin, 2001; Buchanan & Seligman, 1995). Högångestgruppen var mer pessimistisk gällande dåliga händelser. Denna attributionsskala hade dock låg reliabilitet. Deras pessimism visade sig gälla även för positiva händelser, vilket vad jag vet inte tidigare undersökts. Vad innebär sambanden? Då ingen experimentell manipulation av ångest eller attribution gjorts, kan orsakssambandens riktning inte säkert bestämmas. Detta har tidigare forskning inte heller lyckats göra (Crozier & Alden, 2001). Några enkla orsakssamband mellan social ångest och attributioner tycks inte finnas. En pessimistisk attributionsstil kan tänkas bidra till social ångest (Crozier & Alden, 2001), men det finns även andra förklaringar.

En förklaring till sambandet har att göra med attributionstestets innehåll och försökspersonernas sociala förmåga. Testet består till en betydande del av frågor om förklaringar till sociala framgångar och misslyckanden. Frågorna gäller bland annat om

sociala framgångar berodde på tillfälligheter, en hjälpsam omgivning eller på personens egen goda förmåga. Då socialt ängsliga personer ofta uppvisar en mindre god allmän social förmåga (Crozier & Alden, 2001), kan det innebära att de genom attributionstestet helt enkelt rapporterar sin dåliga sociala förmåga. Då är det inte säkert att deras attributionsstil har någon inverkan på deras ångest.

En annan förklaring kan vara att socialt ängsliga personer mer än andra tänker på vilken bild andra får av dem genom sin rapporterade attribution. När de ska rapportera om sina attributioner inför en potentiellt kritisk och utvärderande mottagare är de mindre än andra benägna att använda sig av self-serving, det vill säga att på ett orealistiskt sätt ta på sig äran för det som gått bra, medan misslyckanden skylls på omgivningen och tillfälliga faktorer (Crozier & Alden, 2001). Det förklaras med att de bekymrar sig för vilken bild de ger av sig själva och väljer att hålla en låg och defensiv profil.

Ett osäkert samband mellan självfokusering och attribution hittades. Innebörden av sambandet var att självfokusering för med sig en viss optimism i attributionen av bra händelser. Detta var förväntat i lågångestgruppen, men att det även gällde i högångestgruppen var oväntat.

Sammanfattningsvis gav resultatet stöd för de två första hypoteserna: Det var vanligare med pessimistiska attributioner i högångestgruppen och det gällde både bra och dåliga händelser. Den tredje och fjärde hypotesen fick förkastas: Självfokusering interagerade inte signifikant med social ångest.

Dessa resultat, liksom resultaten som diskuteras i nästa avsnitt, bör bedömas med den ojämna könsfördelningen i åtanke.

Vid liknande studier av detta slag rekommenderas att i en förstudie mäta hur stor självfokusering som framkallas av den självfokuserande behandling som används. Ett attributionstest med bättre reliabilitet bör om möjligt användas. Liksom Buchanan och Seligman (1995) efterlyser jag också fler prospektiva studier, vilka skulle kunna ge mer klarhet i vad som kommer först, ångest eller attributionsstil.

Impressionsbildning

Effekten av självfokusering skiljde sig åt mellan hög- och lågångestgrupperna. Störst effekt av självfokusering sågs hos personer med hög social ångest. Effekten kan tolkas på följande sätt: I närvaron av andra människor och med en stor spegel framför sig fick formuläret BIDR deltagarna med hög social ångest att bli extra medvetna om sig själva och sin sociala utsatthet. När de sedan bedömde den fiktiva äventyraren kan flera saker ha hänt:

Tillfälliga sänkningar av självförtroendet har som tidigare nämnts visat sig ge mer positiv impressionsbildning i vissa situationer. I det här fallet kan detta ha skett genom att högångestgruppens självförtroende sjönk tillfälligt av att negativa beliefs aktiverades under arbetet med BIDR.

Det ser ut som om de egentligen ogillade honom mer än lågångestgruppen gjorde, men när deras publika självfokusering ökade blev de mer försiktiga i sina bedömningar och vågade inte tala illa om honom. Istället försökte de svara mer socialt önskvärt.

Sammanfattningsvis fanns visst stöd för den femte hypotesen, det vill säga samband hittades mellan social ångest, självfokusering och impressionsbildning, men bara gällande den positiva skalan. Den negativa skalan visade sig ha låg reliabilitet och samvarierade inte med ångest eller självfokusering. Men både självfokusering och social ångest verkar alltså spela en viss roll vid bildandet av intryck, något som skulle kunna utforskas vidare. Självförtroendets roll i den processen kan vara värd att undersöka, exempelvis i relation till Ikegamis (2002) forskning om självförtroende och impressionsbildning. Kanske kan en del av effekten förklaras av social önskvärdhet, vilket också skulle kunna undersökas. I vidare forskning bör testet av impressionsbildning ses över. Det kan förmodligen förbättras, om inte annat så genom att antalet relevanta item ökas.

Referenser

- Bruch, M. A., & Belkin, D. K. (2001). Attributional style in shyness and depression: Shared and specific maladaptive patterns. *Journal of Cognitive Therapy and Research*, 25, 247-259.
- Crozier, W. R., & Alden, L. E. (2001). *International handbook of social anxiety : Concepts, research, and interventions relating to the self and shyness*. Chichester, UK: Wiley.
- Eysenck, M. W. (1997). *Anxiety and cognition : a unified theory*. Hove, UK: Psychology Press.
- Fenigstein, A., Scheier, M., & Buss, A. (1975). Public and private self-consciousness: Assessment and theory. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 43, 522-527.
- Higgins, E.T., Rhodes, W. S., & Jones C. R. (1977). Category accessibility and impression formation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 13, 141-154.
- Buchanan, G. M., & Seligman, M. E. P. (Red.) (1995). *Explanatory style*. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum associates.
- Hogg, M. A., & Vaughan G. M. (2002). *Social psychology*. Harlow, UK: Prentice Hall.
- Ikegami, T. (2002). State Self-Esteem as a Moderator of Negative Mood Effects on Person Impression. *Journal of Experimental Social Psychology*, 38, 1-13.
- Kunda, Z. (1999). *Social cognition : making sense of people*. London: MIT.
- Morin, A. (2003). *A neuro-socio-cognitive model of self-awareness with an emphasis on inner speech*. Hämtad 20 december, 2004 från <http://cogprints.org/2832/01/SAModel.pdf>
- Moskowitz, G. B., & Skurnik, I. W. (1999). Contrast effects as determined by the type of prime: Trait versus exemplar primes initiate processing strategies that differ in how accessible constructs are used. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76, 911-927.
- Mussweiler, T., Ruter, K., & Epstude, K. (2004). The man who wasn't there: Subliminal social comparison standards influence self-evaluation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 40, 689-696.
- Paulhus, D. L. (1991). Balanced Inventory of Desirable Responding (BIDR). I J.P. Robinson, P.R. Shaver, & L.S. Wrightsman, (Red.) *Measures of personality and social psychological attitudes* (pp. 37-41). San Diego, CA: Academic Press.
- Seligman, M. E. P. (1998). *Learned optimism*. New York, NY: Pocket books.
- Wells, A., & Matthews, G. (1994). *Attention and emotion : a clinical perspective*. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.

Appendix A

Faktafrågorna

Ange om du tror att påståendena stämmer genom att skriva ett S om det är sant och ett F om det är falskt.

- 1. Hajen är en fisk
- 2. Värmland är ett landsskap i Sverige
- 3. Stockholm har 3 miljoner invånare
- 4. Zebran är ett rovdjur
- 5. Ordet 'pedagogik' är latin för 'kärlek till lärdom och vetenskap'
- 6. Alf Svensson har varit partiledare för Ny demokrati
- 7. Valnötter växer under jorden
- 8. Indiens huvudstad är New Delhi
- 9. Knäet är kroppens största led
- 10. Brasilien har spanska som officiellt språk
- 11. Alla världens statsflaggor är rektangulära
- 12. Panamakanalen tillhör USA
- 13. Bergen var tidigare huvudstad i Norge
- 14. Det finns fler svältande människor i Asien än i Afrika
- 15. Homosexuella handlingar är förbjudna i Japan
- 16. Bulgarien är ett EMU-land
- 17. Granit är en bergart
- 18. Moskva är en utbrytarrepublik i Ryssland
- 19. Sexdagarskriget utspelade sig mellan Jordanien och Syrien
- 20. OS 2006 ska vara i Torino
- 21. Sporten Judo uppstod i Kina
- 22. Barsebäck har i dagsläget 3 kärnkraftreaktorer
- 23. Europadomstolen ligger i Haag
- 24. Koltrasten är en kråkfågel
- 25. Island är en monarki
- 26. Jönköping ligger i Kalmar län
- 27. Sverige var först i världen med att ha kvinnliga präster
- 28. Kalori är en form av fett
- 29. Svenska tillhör den germanska språkfamiljen
- 30. Kalk är en viktig råvara vid tillverkningen av porslin
- 31. Max Weber var filosof
- 32. En pagod är ett buddhistiskt tempel
- 33. Ordet 'fotografi' är latin för att 'skriva med ljus'
- 34. De flesta gnagare är växtätare
- 35. Alfred Nobel föddes i Norge
- 36. Grönt te innehåller inte koffein
- 37. Uppsala universitet grundades på 1100-talet
- 38. Njurarna syresätter blodet
- 39. Samurajerna var det feodala Japans krigarklass
- 40. Bomull framställs oftast av råolja

Appendix B

Impressionsbildningstestet

Läs berättelsen om Erik. Svara därefter på frågorna på nästa sida.

Erik använde en hel del av sin tid med att söka efter spänning. Han hade redan provat bergsbestigning i Alperna, deltagit i bilrally, provat forsränning i kajak och kört jet-racing i motorbåt – utan att egentligen veta så mycket om båtar. Han hade varit nära att bli skadad, t.o.m. nära att bli dödad, flera gånger. Nu var han på jakt efter nya äventyr. Han funderade på om han skulle pröva fallskärms hoppning med fritt fall eller om han skulle segla ensam över Alanten. Som Erik betedde sig kunde man lätt föreställa sig att han trodde på sin förmåga att kunna behärska många olika saker och göra det bra. Med undantag för kamraterna på jobbet hade Erik inte många bekanta. Han kände att han inte behövde luta sig mot någon annan. Erik var också sådan att när han en gång hade bestämt sig för att göra något så var det praktiskt taget gjort oberoende av hur lång tid det sedan tog eller hur svårt det var. Det var sällan han ändrade sig, även om det hade varit till det bättre om han hade gjort det.

Hur väl passar följande ord för att beskriva Erik? Ringa in en siffra.

1. Äventyrlig
0 _____ 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____
passar inte _____ passar

2. Lydig
0 _____ 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____
passar inte _____ passar

3. Ohövlig
0 _____ 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____
passar inte _____ passar

4. Oansvarig
0 _____ 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____
passar inte _____ passar

5. Satirisk
0 _____ 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____
passar inte _____ passar

6. Själsäker
0 _____ 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____
passar inte _____ passar

7. Ordentlig
0 _____ 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____
passar inte _____ passar

8. Klumpig
0 _____ 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____
passar inte _____ passar

9. Egenkär
0 _____ 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____
passar inte _____ passar

10. Ihärdig
0 _____ 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____
passar inte _____ passar

11. Oberoende
0 _____ 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____
passar inte _____ passar

12. Apatisk
0 _____ 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____
passar inte _____ passar

13. Listig
0 _____ 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____
passar inte _____ passar

14. Tacksam
0 _____ 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____
passar inte _____ passar

15. Envis
0 _____ 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____
passar inte _____ passar

16. Reserverad
0 _____ 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____
passar inte _____ passar