



LUNDS
UNIVERSITET

INSTITUTIONEN FÖR PSYKOLOGI

"Den omedvetna meriten"- en kvantitativ studie om huruvida attraktivitet trots förvarning påverkar bedömning av personegenskaper och anställningslämplighet

Ella Haag
Erik Hansson

Kandidatuppsats vt 2011

Handledare: Jean-Christophe Rohner

Abstract

The purpose of this study was to describe if judgments of individuals characteristics of warmth (kindness, social skills), characteristics of competence (intelligence, carefulness) and hiring suitability vary depending on if the person being judged is physically attractive or physically unattractive and if the judge is warned or not about the implicit effect of attractiveness on judgment of individuals through the halo effect. A fictive job position was created with 24 applying persons. The only thing separating the applicators was their attractiveness, 12 were attractive and 12 were unattractive. The survey was created in four versions, two versions contained a warning condition about the implicit effect of attractiveness on judgments of individuals, the two other versions didn't. The warning condition consisted of 31 participants and the none-warning condition of 35 participants. The results were strong and significant main effects. Attractive individuals were judged as warmer, more competent and more suitable for hiring than unattractive individuals. There was no interaction effect between the warning condition and attractiveness. A discussion about the stereotype of attractiveness's existence, strength, how it operates in a recruitment situation and what could be of interest in future research follows.

Keywords: attractiveness, stereotype, halo effect, implicit, explicit, recruitment, selection

Sammanfattning

Syftet med denna studie var att beskriva om personbedömningar av värmegenskaper (vänlighet, social kompetens), kompetensegenskaper (intelligens, noggrannhet) samt anställningslämplighet varierar beroende på om personen som bedöms är fysiskt attraktiv eller fysiskt oattraktiv och om bedömaren varnas eller inte om attraktivitets implicita påverkan på personbedömningar genom haloeffekten. En fiktiv platsannons om en programmerare med 24 ansökande personer skapades. Det enda som skiljde dem åt var deras attraktivitet, 12 attraktiva personer och 12 oattraktiva personer. Enkäten skapades i fyra versioner, där två versioner innehöll en varningsbetingelse om attraktivitets implicita påverkan på personbedömningar och de andra två versionerna saknade varningsbetingelse. 31 st deltagare ingick i varningsbetingelserna och 35 st deltagare ingick i icke-varningsbetingelserna. Resultaten visade starka och signifikanta huvudeffekter. Attraktiva personer bedömdes vara varmare, kompetentare och mer anställningslämpliga än oattraktiva personer. Samtidigt visades en nolleffekt mellan attraktivitet och varning. Utifrån dessa resultat diskuterades attraktivitetsstereotypens existens, styrka, hur den opererar i anställningssituationer samt vad som skulle vara intressant i framtida forskning.

Nyckelord: attraktivitet, stereotyp, haloeffekt, implicit, explicit, rekrytering, urval

Innehållsförteckning

Inledning	5-14
Introduktion	5
Haloeffekt	5-6
Attraktivitetsstereotyp	6-8
Attraktivitetsstereotyper i anställningssituationer	8-9
Termen implicit	9-10
Termen explicit	10-11
Implicit påverkan och missattribution	11-12
Motivation att kontrollera fördomsfullhet	13
Syfte	13-14
Hypoteser	14
Metod	14-18
Deltagare	14
Material	15-16
Procedur	16-17
Dataanalys	17-18
Resultat	18-21
Diskussion	21-27
Sammanfattning av resultat	21-24
Brister i undersökning	24-26
Framtida forskning	26-27
Referenser	28-30

Inledning

Introduktion

Attraktiva människor tillskrivs fler önskvärda egenskaper än oattraktiva människor. Attraktiva människor bedöms och upplevs alltså på ett mer positivt sätt än vad oattraktiva människor gör enbart på grund av sitt utseende. Det verkar även vara så att de attraktiva ges vissa privilegier på grund av sin skönhet, medan dessa privilegier är svårare att nå för de som inte är lika attraktiva. Sådana privilegier skulle kunna vara ett arbete. Om attraktiva personer särbehandlas, borde detta visa sig i situationer där ett val görs mellan en attraktiv och en oattraktiv person; till exempel i en arbetsintervju. Grundar sig då anställningen på kvalificerande meriter hos de arbetssökande, eller ligger avgörandet om vem jobbet tillfaller i det som syns, alltså attraktivitetens vara eller ickevara? Kort sagt, dömer vi boken efter omslaget eller innehållet?

Haloeffekt

Thorndike myntade begreppet haloeffekt redan 1920 och han definierade det som tendensen att bedömningen av en ny, okänd egenskap A hos en person blir påverkad av en redan känd, men objektivt irrelevant, egenskap B hos samma person (Greenwald & Banaji, 1995). Till exempel; en deltagare som har en attityd gentemot egenskap B, producerar en diffus positiv eller negativ (beroende på egenskap Bs affektiva innebörd) attityd mot personen. När deltagaren sedan bedömer personen, blir attityden sannolikt generaliserad till vilken specifik egenskap A som helst (Nisbett & Wilson, 1977).

Dessutom opererar attityden gentemot egenskap B implicit, försöksdeltagaren är alltså inte medveten om att attityden mot egenskap B hos personen påverkar deltagarens attityd gentemot egenskap A hos samma person (Greenwald & Banaji, 1995). Landy och Sigall (1974) bekräftar detta i sin studie, där deltagarna inte är medvetna om att attityden gentemot den redan kända och objektivt irrelevanta egenskapen påverkar deras bedömning av den nya, okända egenskapen (Nisbett & Wilson, 1977). I sin studie från 2010 kunde även Verhulst, Lodge och Lavine (2010) påvisa att haloeffekten sker implicit och verkar vara universellt gällande över samtliga kulturer (Verhulst et al., 2010). I vår studie är det attraktivitet som är denna redan kända egenskap B som genom haloeffekten påverkar bedömningen av de nya, okända egenskaperna A i social kompetens, intelligens, noggrannhet och vänlighet. En deltagares skattning av någon av dessa egenskaper hos personen uttrycker

egentligen implicit deltagarens skattning av personens attraktivitet. Ovanstående haloeffekten kan även verka i motsatt riktning, vilket Nisbett och Wilson (1977b) visade i en studie där attraktivitet var den nya, okända egenskapen som bedömdes hos en lärare och lärarens bedömda attraktivitet påverkades av de redan kända, men objektivt irrelevanta, positiva personlighetsdrag som lärarens uppvisade. Lärare som uppvisade mer positiva personlighetsdrag bedömdes som attraktivare av deltagarna, medan lärare som uppvisade negativa personlighetsdrag bedömdes som mindre attraktiva (Greenwald & Banaji, 1995).

Om då fysiskt attraktiv status är denna redan kända, men objektiva irrelevanta, egenskap som genom haloeffekten påverkar en deltagares bedömning av nya, okända egenskaper, vilken positiv/negativ innebörd får deltagarens bedömning av de nya, okända egenskaperna?

Attraktivitetsstereotyp

I en studie av Dion, Berscheid och Walster (1972) och Miller (1970) fann man att haloeffekten påverkar en deltagares bedömning, så att deltagaren överlag bedömer fysiskt attraktiva personer mer positivt än oattraktiva personer. I studien fick universitetsstudenter i USA skatta diverse personlighetsdrag, karriärframgång etc. hos personer utifrån fotografier av deras ansikten. De olika fotografierna var sedan tidigare kategoriserade utifrån grad av fysisk attraktivitet (låg, mellan och hög) av objektiva bedömare i en förstudie. Det visade sig att desto mer fysiskt attraktiva personerna på fotografierna var, desto fler socialt önskvärda personlighetsdrag såsom glad, stark, social tillskrev deltagarna dem (Eagly, Ashmore, Makhijani & Longo, 1991). Dessutom ansågs de fysiskt attraktiva personerna som mer troliga att få prestigefyllda arbeten och en mera framgångsrik karriär (Greenwald & Banaji, 1995).

Av detta intressanta resultat konkluderade Dion et al. (1972) att det avseende människors perception av andra existerar en sorts attraktivitetsstereotyp. Denna attraktivitetsstereotyp sätter ett likhetstecken mellan fysisk attraktivitet och socialt önskvärda egenskaper; den medger existensen av en felaktig och generaliserande föreställning om att fysiskt attraktiva personer, utifrån sin attraktivitet, innehar positiva kvalitéer medan negativa kvalitéer innehas av oattraktiva personer (Eagly et al., 1991; Langlois et al., 2000; Greenwald & Banaji, 1995).

Snyder, Tanke och Berscheid (1977) fick i sin studie resultat som var konsistenta och i enighet med en sådan attraktivitetsstereotyp. I sin studie om behavioral confirmation visade personer mer positiv respons i en telefonkonversation när de var av uppfattningen om

att personen de talade med var attraktiv jämfört med när de var av uppfattningen att personen var oattraktiv (Feingold, 1992). I efterföljande studier av sin studie från 1972, förslog dock Dion (1981) och (1986) att attraktivitetsstereotypen är begränsad och således starkast för egenskaperna social kompetens och interaktionsbekvämlighet (eng; interpersonal ease). Bassili (1981) fann en liknande slutsats och menade att kärnan i attraktivitetsstereotypen är antagandet om social vitalitet och extraversion (Eagly et al., 1991).

I en senare metaanalys visar även Feingold (1992) att fysiskt attraktiva personer, oavsett kön, uppfattas som mer socialt kompetenta än fysiskt oattraktiva personer, men gällande karaktär uppfattades ingen skillnad mellan attraktiva och oattraktiva. Den enda anmärkningsvärda relationen som Feingold (1992) fann i sin analys, var en signifikant relation mellan fysiskt attraktivitet och personlighetsdrag som är relaterade till socialt beteende (till exempel mindre ensamhet och social ångest samt en större allmän självmedvetenhet) (Feingold, 1992).

Attraktivitetsstereotypen verkar då inte gälla för samtliga positivt förknippade psykologiska egenskaper, vilket Eagly et al. (1991) visade. I sin metaanalys om attraktivitetsstereotypen är de tveksamma till om fysisk attraktivitet i attraktivitetsstereotypen är lika starkt associerat med intellektuell kompetens som det är med social kompetens. De menar att enligt attraktivitetsstereotypen ses inte personer som stereotypiseras som intellektuellt kompetenta som fysiskt attraktiva (t.ex. Albert Einstein) samt att fysiskt attraktiva personer sällan enligt attraktivitetsstereotypen ses som intellektuellt kompetenta. Ett liknande resultat hade tidigare fåtts av Ashmore, Tumia och Schreier (1980) och deras replikation av Asch (1946) studie om adjektiven ”varm” och ”kall” och deras effekt på impression formation, där koncepten ”varm” och ”kall” ersattes med koncepten ”attraktiv” och ”oattraktiv”. Det visade sig att konceptet ”attraktiv” influerade tillskrivandet av social kompetens hos personer, men inte tillskrivandet av intellektuell kompetens (Eagly et al., 1991).

I sin metaanalys fastslår Eagly et al. (1991) dock att fysisk attraktivitet har den starkaste inverkan vid bedömning av social kompetens, vilket var i linje med Ashmores et al. (1980) replikation av Asch (1946) och antagandet om att kärnan i attraktivitetsstereotypen är social kompetens. Samtidigt befasts idén om att effektens inverkan vid bedömning av intellektuell kompetens är relativt låg (Eagly et al., 1991). De visade även att personer på en explicit nivå förväntar sig att fysiskt attraktiva personer är mer sociala, vilket går hand i hand med Thorndikes haloeffekt (Greenwald & Banaji, 1995). I Langlois et al. (2000) metaanalys

bedömdes attraktiva vuxna personer mer positivt än oattraktiva vuxna, speciellt vad gällde yrkeskompetens och interpersonell kompetens (Langlois et al., 2000).

Men är attraktivitetsstereotypen lika stark överlag i samtliga situationer? Enligt Implicit personality theory (IPA) bygger människan upp generella förväntningar om en person när vi vet något om deras centrala personlighetsdrag. Människan tenderar att exempelvis uppfatta en glad person som att även vara vänlig (Goldstein, 1998). I enlighet med IPA visade Eagly et al. (1991) i sin metaanalys att den inverkan som fysisk attraktivitet har på personbedömning blev svagare när bedömarna fick individuell information om den attraktiva/oattraktiva personen samtidigt som de fick se personen. Detta är konsistent med tidigare forskning inom området och föreslår att attraktivitetsstereotypen kan vara svagare i situationer eller miljöer där man har en utökad information om personen man uppfattar, utöver deras attraktivitet kontra icke-attraktivitet. Exempelvis borde attraktivitet ha en mindre inverkan på hur gemene man uppfattar sina vänner, släkt etc. och hur man uppfattar personer man har fått information om (Eagly et al., 1991).

Attraktivitetsstereotyper i anställningssituationer

Attraktivitetsstereotyper kan även ses i anställningssituationer. Dipboye, Fromkin och Wilback (1975) visade att fysiskt attraktiva arbetssökande har större chans till att få arbete under rekryteringsprocessen än oattraktiva arbetssökande. Attraktivitet gynnar alltså möjligheten till anställning (Fat, 2000). En orsak till detta hittade Schuler, Randell, Beutell och Youngblood (1989) när de visade att rekryterare speciellt favoriserar de som är attraktiva och skattar dem som mer anställningslämpliga. Enligt Baron och Byrne (1981) är haloeffekten en orsak till favoriserandet (Fat, 2000). Rekryteraren får ett positivt intryck av den arbetssökande grundat på dennes attraktivitet och generaliserar detta positiva intryck till den arbetssökandes personlighetsdrag och ser dem som mer socialt önskvärda än vad de egentligen är. Således tror rekryteraren att den arbetssökande är mer lämplig för tjänsten än vad den arbetssökande egentligen är, och det är inte den arbetssökandes formella meriter som utgör grunden för anställning, utan snarare hur attraktiv rekryteraren upplevde att denne var. Haloeffekten hjälper då till att förklara varför vissa blir positivt särbehandlade i vissa anställningsförfaranden, och varför vissa blir negativt särbehandlade och diskriminerade i anställningssituationer. Detta sker även i situationer där rekryteraren har ansett sig vara rättvis och opartisk, vilket visar haloeffektens påverkan på implicit nivå (Fat, 2000).

I vår studie definieras anställningslämplighet som en persons interpersonella förmågor (social kompetens och vänlighet) och kompetenser (intelligens och noggrannhet). Ju högre skattning av dessa förmågor, desto mer anställningslämplig är personen. Att haloeffekten under en arbetsintervju kan leda till diskriminering i arbetslivet är föga förvånande, och effektens implikationer, såsom diskriminering, berörs kortfattat i diskussionsdelen.

Termen implicit

Att påstå att ett mätinstrument är implicit kan betyda flera saker. Det kan dels innebära att deltagarna är omedvetna om stimulit som aktiverar attributet (till exempel ett attitydobjekt som närvarar) eller att de är omedvetna om ursprunget av attributet (till exempel att deltagarna inte vet att de har eller hur de har fått en viss attityd gentemot något). Ett mätinstrument kan även vara implicit på så vis att deltagarna är omedvetna om faktumet att attributet påverkar deras prestation på en uppgift (där utkomsten av uppgiften reflekterar en särskild attityd), eller så kan det råda omedvetenhet om sättet som attributet influerar prestation på (till exempel att deltagare som tilldelats en viss betingelse presterar bättre än deltagare som tilldelats en annan betingelse) (De Houwer, Teige-Mocigemba, Spruyt & Moors, 2009).

Termen implicit förklaras i en artikel av De Houwer et al. (2009) som synonym med termen automatisk. Termerna används för att beskriva förhållanden under vilka psykologiska processer kan vara verksamma. Till exempel kan en process kallas automatisk/implicit på så vis att den kan vara verksam när deltagarna inte har specifika mål, har begränsad mängd tid, eller inte är medvetna om det igångsättande stimulit, processen eller utkomsten av processen. De Houwer et al. (2009) definierar alltså ett implicit mått som en mätutkomst som är producerad av attributet som mäts i avsaknad av vissa mål, medvetenhet och substantiell kognitiv förmåga eller tid. Processerna som studeras med implicita mätinstrument är de där ett attribut hos en individ orsakar variationer i mätinstrumentet. Utifrån bland andra Borsboom (2006) och Borsboom, Mellenbergh och van Heerden (2004) definierade De Houwer et al. (2009) termen implicit som att utkomsten av en mätning ska vara orsakad på automatiskt sätt av psykologiska attribut. För att med säkerhet veta att en utkomst av en mätning är implicit, undersöker man om utkomsten är producerad av det psykologiska attributet det var designat att mäta, hur proceduren av attributet som skapar utkomsten ser ut och om dessa processer arbetar automatiskt (De Houwer et al., 2009).

Utifrån den definitionen har De Houwer et al. (2009) kommit fram till tre normativa kriterier som ett idealiskt implicit mätinstrument borde ha; ”The what-kriteriet”, som bestämmer att vi borde ha kännedom om attributen som producerar variation i mätningen som utförs, ”The how-kriteriet” som kräver att vi känner till processerna där attributet som ska mätas orsakar variation i mätningen, och ”The implicitness-kriteriet” där det är nödvändigt att processerna som underliggör ett mätinstrument är automatiska. För varje implicit mätinstrument kan man undersöka i vilken grad det mäter de tre normativa kriterierna (De Houwer et al., 2009).

Eftersom begreppen implicit/indirekt/automatisk ofta inte skiljs åt inom litteraturen kräver detta en definition av begreppet implicit i vår studie. I vårt fall definieras begreppet implicit som trots att explicit varning sker, alltså även om deltagaren varnas om ett visst fenomen (attraktivitetsstereotypen), ändå svarar/bedömer på ett sätt som inte visar tecken på att ha mottagit denna varning. Begreppet attraktivitet har i så fall en så stark påverkan, på ett implicit plan, att man trots varning inte kan utföra en bedömning utan att attraktivitetens effekter visas i svaren.

Termen explicit

Det viktigaste för självrapporterade svar på mätningar, enkäter, etc. är att svaren ska vara representativa för de deltagandes faktiska syn på eller känslor om något. Om information som erhålls genom rapporterade svar är felaktig, kan detta innebära att eventuella teorier man bygger utifrån svar och slutsatser är felaktiga. Det finns välkända problem med mätinstrument som berör självrapportering, alltså explicit mätning. Till exempel både deltagarnas ovilja att rapportera viss kunskap och ibland oförmåga att rapportera denna (Greenwald et al., 2002). Konsekvensen av dessa problem blir att resultat som nås genom självrapporterade svar inte helt säkert kan antas vara ”sann kunskap” och blir alltså otillämpbar och svår att generalisera. Problem med demand characteristics, reaktivitet och social önskvärdhet kan även de ha en påverkan på vilka svar som deltagarna rapporterar, vilket orsakar samma problem. Explicit mätning i form av självrapporteringsinstrument har kritiserats just på grund av sådana artefakter som demand characteristics (Greenwald et al., 2002). Mätningar på implicit istället för explicit nivå dök upp som alternativ till de explicita självrapporteringsinstrumenten i slutet av 1980-talet och i början av 1990-talet, och visade sig vara effektiva och användbara (Greenwald et al., 2002). De nya alternativen, t.ex. Implicit Association Test (IAT) hade brett stöd för att skapa tillgång till en kognitiv domän som inte

nåtts av de tidigare självrapporteringsinstrumenten (Fazio, Jackson, Dunton & Williams, 1995; Greenwald et al., 2002; Greenwald & Banaji, 1995).

Implicit påverkan och missattribution

Ett annat implicit mått är the Affect Missattribution Procedure (AMP). Under mätning med AMP ombeds deltagarna inte direkt om att rapportera sina attityder, istället antyds attityderna utifrån deltagarnas beteende. Ett exempel på missattribution är det klassiska Rorschachtestet (Payne, Cheng, Govorun & Stewart, 2005).

AMP mäter även influenser som attityder har på beteende som existerar i motsats till deltagarnas intentioner. När deltagare alltså påstår sig ha en viss attityd men beter sig i motsats till denna är implicita mätningar användbara för att få reda på den "sanna" åsikten deltagaren, medvetet eller omedvetet, har. Fördelar med the Affect Missattribution Procedure är att det har en stor effektstorlek, hög reliabilitet, är resistent för korrektionsförsök, och är lätt att använda (Payne et al., 2005).

I en artikel av Payne et al. (2005) konceptualiseras missattribution som att man misstar effekten av en källa med effekten av en annan. Missattribution innebär att en bedömning av till exempel ett objekt påverkas av en föregående prime, trots att deltagarna fått instruktioner om att ignorera primen i bedömningen av objektet. I flera studier där deltagare utfört uppgifter där de instruerats om att undvika att ge ett snedvridet svar, visade det sig att de var opåverkade av varningarna om att undvika snedvridna svar (Payne et al., 2005).

Deltagarna missattribuerade alltså sina känslor gentemot primen till objektet de skulle bedöma. Logiken bakom the Affect Missattribution Procedure lyder: deltagare ombeds att göra värderande bedömningar i tvetydiga bedömningsituationer. Där exponeras de för ett attitydobjekt som har uppgiften som prime (till exempel en bild på George W. Bush eller ett annat reaktionsväckande objekt), som ger upphov till en negativ eller positiv reaktion. Ett attitydobjekt, en prime, visas innan varje bedömningsobjekt, vilket är tvetydigt i hur det ska bedömas (t.ex. en abstrakt symbol). Deltagarna instrueras att undvika att uttrycka några reaktioner som primen skapat; de ombeds att enbart bedöma bedömningsobjektet. Detta kommer dock vara omöjligt beroende på i vilken grad deltagarna missattribuerar sina reaktioner från attitydobjektet till bedömningsobjektet. Oavsett vad så kommer primen (bilden på George W. Bush) att skapa en snedvriden bedömning av bedömningsobjektet (den abstrakta symbolen). Deltagarna har påverkats på implicit nivå och kan inte undvika att ge ett

snedvridet explicit svar. Sådan affektiv överföring har dokumenterats tidigare av till exempel Murphy och Zajonc (1993) (Payne et al., 2005).

I affektiv primemätning kan man skatta attityden en deltagare har gentemot primestimulit genom undersökning av hur närvaron av primestimulit påverkar den affektiva kategoriseringen av targetstimulit (Fazio et al., 1995). Targetstimulit är det stimuli som primen är tänkt att ha en påverkan på. Ett exempel på detta är mätning av attityder mot svarta och vita personer; om exponering av ett svart ansikte underlättar responser till negativa targetord, skulle detta indikera en negativ attityd mot svarta människor och vice versa; om vita ansikten underlättar den affektiva kategoriseringen av positiva ord skulle detta indikera en positiv attityd mot vita (De Houwer et al., 2009). I studier av bl.a. Greenwald et al. (2002) har det visats sig att affektiv priming har effekt även när den sker subliminalt. När nya attityder skapas i ett laboratorium kan de nya attityderna leda till affektiva effekter av priming även när deltagarna inte är medvetna om hur de har skaffat sig den nya attityden (Olsen & Fazio, 2002). De Houwer et al. (2009) känner inte till någon undersökning gällande om deltagarna var medvetna om att attityden de har mot ett primat stimuli påverkar deras efterföljande prestation (De Houwer et al., 2009).

I en tidig studie om affektiv priming observerades affektiva signifikanta effekter av primingen även när deltagarna instruerades att ignorera primestimulit (Hermans, De Houwer & Eelen, 1994). Detta föreslår att effekterna av en prime kan ske trots uttalad tillsägelse att undvika påverkan av primen vid senare prestation. Payne et al. (2005) diskuterar att deltagare ofta justerar sina bedömningar när de är medvetna om att det finns en potentiell påverkan som gör deras bedömning snedvriden, detta för att eliminera eller omvända snedvridningen. Payne et al. (2005) påstår att om de responser deltagarna ger reflekterar sanna missattributioner, borde de vara svåra att kontrollera. Effekter som finns kvar trots att deltagarna blivit varnade borde vara ett starkt bevis för att deltagarna oavsiktligt uttryckt vissa attityder (Payne et al., 2005).

I en nyare studie fann Teige-Mocigemba och Klauer (2008) att deltagarna medvetet kunde kontrollera affektiva primingeffekter. I vissa av betingelserna i den studien var deltagarna lovade extra pengar om de gav korrekta och snabba responser. I andra betingelser fick deltagarna explicita direktiv om att låtsas ha vissa attityder. Resultatet av detta var att den affektiva primingen eliminerades. Mer forskning krävs dock gällande betingelserna under vilka kontroll är möjligt (Teige-Mocigemba et al., 2008).

Motivation att kontrollera fördomsfullhet

I vilken grad deltagare är motiverade att kontrollera fördomsfullhet påverkar också vilka attityder som uttrycks. Det som enligt Devine (1989) skiljer fördomsfulla och icke-fördomsfulla individer åt är den kontrollerande processen. Icke-fördomsfulla individer är motiverade att hämma påverkan av automatiskt aktiverade kulturella stereotyper för att skapa eller fasthålla en icke-fördomsfull identitet. Fördomsfulla individer har inte denna motivation och uppvisar därmed ett beteende som överensstämmer med den automatiskt aktiverade stereotypen. För att mäta denna motivation utvecklade Dunton och Fazio (1997) ett självrapporteringsinstrument, the Motivation to Control Prejudiced Reactions Scale, vars mål var att fastställa och mäta faktorerna som förklarar motivation att ägna sig åt avsiktlig bearbetning när negativa rasattityder automatiskt aktiveras. Olika potentiella källor till motivation att kontrollera fördomar inkluderades i skalan. Om ens omgivning ser ner på människor som uppvisar ett fördomsfullt beteende finns det en motvilja att uttrycka negativa värderingar om till exempel svarta, vilket då kan vara motivation till att kontrollera reaktioner och bedömningar som kan uppfattas som fördomsfulla av andra. Detta är anledningen till att påståenden som handlar om att uppfattas som fördomsfull av andra finns med i mätinstrumentet. Andra påståenden grundar sig i att motivation till att inte uppvisa ett fördomsfullt beteende kan bero på angelägenhet om att individen själv inte vill se sig som fördomsfull. Motivation som grundar sig i önskan om att man inte ska uppfattas som fördomsfull av andra eller i ens ovilja att bete sig på ett fördomsfullt sätt, kräver att individer är sensitiva för hur beteenden och uttryck kan vara kränkande för andra. På grund av detta inkluderar skalan påståenden som handlar om villighet om att inte uttrycka känslor, åsikter och tankar som potentiellt kan vara kränkande (Dunton et al., 1997).

Syfte

Tidigare forskning har visat att attraktivitetsstereotypen har effekt på bedömning av personegenskaper. Dock har det, vad vi vet, inte framkommit i tidigare forskning hur attraktivitetsstereotypens effekt påverkas av att bedömaren blir varnades om den. Denna avsaknad har legat till grund för vårt syfte med denna kvantitativa studie, som är att beskriva om bedömningar av en persons värmegenskaper (vänlighet, social kompetens), kompetensegenskaper (intelligens, noggrannhet) samt anställningslämplighet varierar beroende på om personen är attraktiv/oattraktiv och om bedömaren ges en varning eller inte om att attraktivitet kan utgöra en potentiell bias vid personbedömningar. De olika arbetssökandena har varierande men likställda meriter, och det enda som skiljer dem

väsentligt åt är deras fysiskt attraktiva status. Kan då eventuella signifikanta skillnader i hur de olika arbetssökandena bedöms härledas till deras fysiskt attraktiva status och varning om haloeffekten som potentiell bias vid personbedömningar?

Hypoteser

Vi antar en forskningshypotes om att det kommer att finnas en signifikant huvudeffekt av attraktivitet på bedömningen av värme- och kompetensegenskaper, samt att det kommer att finnas en signifikant huvudeffekt av attraktivitet på bedömning av anställningslämplighet. Attraktiva personer kommer alltså att skattas som mer varma och kompetenta och som mer anställningslämpliga än oattraktiva personer. Skattningen av attraktiva och oattraktiva personers egenskaper och anställningslämplighet kommer inte variera mellan varningsbetingelserna. Således antar vi som nollhypotes avsaknad av en signifikant interaktionseffekt mellan varning och attraktivitet. Därmed kommer variablerna varning, egenskaper och attraktivitet sakna signifikant interaktion och variablerna varning, anställningslämplighet och attraktivitet kommer också sakna en signifikant interaktion. Således kommer den potentiella huvudeffekten av attraktivitet på skattningen av egenskaper och skattningen av anställningslämplighet inte variera mellan varningsbetingelserna.

Metod

Deltagare

Deltagare till förstudien hittades på Eden, kvarteret Paradiset i Lund och var ett bekvämlighetsurval där vi valde ut tre kvinnor och tre män som råkade befinna sig där just då. Urvalet av deltagare till vår huvudsakliga studie var också ett bekvämlighetsurval och gjordes via nätverkssajten facebook.com, där vänner, vänners vänner och vissa för oss helt okända personer mottog ett meddelande innehållande en presentation av vår studie samt en länk till en av fyra olika versioner av en enkät. Varje deltagare utlovades anonymitet och konfidentiell behandling av lämnade uppgifter. Varje deltagare mottog identiska presentationer av studien och det enda som skiljde dem åt var given enkätversion. Varje deltagare som slutförde studien deltog även i en utlottning av en vinst i form av en iPod Shuffle 4G. Efter ett antal uppmaningar och påminnelser via meddelanden på facebook.com fullföljde 66 personer, 34 stycken män och 32 stycken kvinnor ($M=23.27$ i ålder) ifyllningen av enkäten.

Material

Huvudinstrumentet till denna kvantitativa studie bestod av en enkät som behandlade attraktivitets påverkan på bedömningar av personegenskaper och anställningslämplighet på implicit (varning) och explicit (icke-varning) nivå. Metoden var en hybrid mellan surveyundersökning och faktoriell design, där deltagare tilldelades specifika kombinationer av de olika faktorerna varning (varning/icke-varning) och attraktivitet (attraktiv/oattraktiv), medan datainsamlingen skedde i surveyform. Samtliga mätinstrumentskategorier i denna studie var skattningar.

Enkäten fanns i 4 versioner som bestod av två varningsbetingelser. I de två implicita versionerna fick deltagarna en varning om att attraktivitet kunde påverka deras bedömningar och i de andra två explicita versionerna gavs ingen varning. De 4 olika versionerna var ”icke-varning, man” (grupp A), ” icke-varning, kvinna” (grupp B), ”varning, man” (grupp C) och ”varning, kvinna” (grupp D). Grupp A bestod av 19 män, grupp B bestod av 16 kvinnor, grupp C bestod av 15 män och grupp D bestod av 16 kvinnor. 31 stycken deltagare ingick i varningsgruppen och 35 stycken deltagare ingick i icke-varningsgruppen.

Alla versioner av enkäten innehåll 24 ansiktsbilder med tillhörande beskrivning av personen på bilden . Personbeskrivningarna motbalanserades mellan deltagarna genom att attraktiva ansikten byttes mot oattraktiva och oattraktiva ansikten byttes mot attraktiva. De personbeskrivningar som presenterades ihop med ett attraktivt ansikte i till exempel ”varning, man”- versionen presenterades ihop med ett oattraktivt ansikte i ”varning, kvinna”- versionen. Detta för att motverka ordningseffekter i form av att t.ex. ett oattraktivt ansikte presenterade efter flertalet attraktiva ansikten vilket kunde inneburi att ett oattraktivt ansikte uppfattades vara mer oattraktivt än det egentligen var. Bilderna presenterades även i olika ordning i de olika betingelserna. I en av versionerna presenterades bilderna i en viss ordning, i en annan version presenterades bilderna i annan ordning osv. Bilderna presenterades inte i slumpmässig ordning varje gång en deltagare öppnade enkäten, utan ordningen berodde på vilken version av enkäten deltagaren fyllde i.

För att bekräfta att personerna på bilderna verkligen var attraktiva och oattraktiva utfördes en förstudie på sex tillfrågade personer, tre kvinnor och tre män. De ombads att skatta 31 ansiktsbilder där attraktivitet skulle bedömas på en skala 1-5. Skattningen tog ungefär två minuter för varje deltagare. Ett medelvärde räknades ut av den totala poängen som skattats på varje bild. Varje bild med ett medelvärde från 2.5 och uppåt räknades som attraktiv, och varje medelvärde under 2.5 räknades som en oattraktiv bild. 24

bilder behölls; sex attraktiva kvinnor, sex oattraktiva kvinnor, sex attraktiva män och sex oattraktiva män.

En kvalificerad gissning av oss är att åldersspannet på personerna på bilderna ligger mellan 18 och 55 år. Dessa bilder hade valts ut av oss via sökningar på internet på övervägande amerikanska och brittiska hemsidor. Många av bilderna hittades på olika företags hemsidor där de presenterade sina anställda med bild. På grund av detta var det lättare att hitta bilder på personer som log än som inte gjorde det. Detta passade vår studie bra då det enda vi ville skulle skilja de olika bilderna åt var attraktivitet. Att personerna på bilderna visade samma ansiktsuttryck medförde att en potentiell påverkan av leende skulle gälla för alla ansikten, och därmed inte innebära en fördelaktig skattning av vissa ansikten. Bilderna som visades på företags hemsidor var även bra i det avseende att de redan innan beskärning innehöll relativt lite bakgrund och att ansiktet på personen var i fokus. Dessa bilder var även oftast skarpa och av god kvalitet. Vi hade beskurit bilderna för att minimera störande bakgrunder och endast ansikte, hals och del av överkropp på personerna behölls. På vissa av bilderna av männen syntes det att de hade på sig en skjorta, detta gällde dock både för de attraktiva och de oattraktiva männen, och borde därför inte ha utgjort någon snedvridning (om att män i skjorta är kompetenta och framgångsrika inom arbetet) i våra deltagares bedömningar. I alla fall utom ett, en attraktiv man, var ansiktena i färg. Vi valde enbart ut ansikten av vita personer med västerländskt utseende för att undvika att deltagarna skulle påverkas av begreppet etnicitet istället för av attraktivitet.

För att i slutet av enkäten mäta deltagarnas motivation att kontrollera fördomar, användes ett självrapporteringsinstrument av Dunton och Fazio (1997), kallat the Motivation to Control Prejudiced Reactions Scale. I resultatdelen rubriceras detta som ”MCPRS”. Instrumentets reliabilitet kontrollerades och den var god ($r=0.775$). Instrumentet var tidigare validerat av Dunton et al. i deras studie från (1997).

Procedur

Enkäten började med instruktioner till deltagarna om att de skulle få läsa en arbetsannons och att deras uppgift var att bedöma olika sökandens egenskaper och anställningslämplighet till arbetet som programmerare. I instruktionerna använde vi oss av deception i form av omission eftersom vi inte avslöjade hela sanningen om att vi undersökte attraktivitets påverkan på bedömning. Annonser innehöll information om att en programmerare söktes och även om vilka uppgifter som ingick i arbetet. Vissa av deltagarna fick en varning om att attraktivitet kunde påverka deras bedömningar och andra fick inte

denna varning. Olika deltagare fick olika versioner för att motbalansera ordningseffekter av attraktiva/oattraktiva ansikten och personbeskrivningar. Sedan följde 24 ansikten, (sex attraktiva kvinnor, sex oattraktiva kvinnor, sex attraktiva män och sex oattraktiva män) som visades tillsammans med en kort presentation av personen och information om dennes nuvarande arbete, tidigare arbetslivserfarenhet, utbildning, intressen, relationsstatus samt egenskaper de värderade. Denna information var nödvändig då det utan den hade varit uppenbart för våra deltagare att det var ansiktet de var tänkta att påverkas av. Dock ska det tilläggas att varje person varken var mer eller mindre formellt kvalificerad för tjänsten än någon annan. Efter varje presentation följde åtta egenskaper (social, inåtvänd, intelligent, obegåvad, noggrann, vårdslös, vänlig, otrevlig) som deltagarna ombads att på skala 1-7, där 1= stämmer inte och 7= stämmer bra, bedöma i vilken grad personen på bilden besatt dessa egenskaper. Egenskaperna social, inåtvänd, vänlig och otrevlig ingick i begreppet ”värmeegenskaper” och egenskaperna intelligent, obegåvad, noggrann och vårdslös ingick i begreppet ”kompetensegenskaper”. Dessutom fick varje deltagare på en skala från 1-7, där 1=Definitiv nej och 7=Definitivt ja, bedöma i vilken grad de skulle ha anställt personen på bilden som programmerare.

Efter bedömning av personerna på bilderna ombads deltagarna att bedöma hur väl 15 påståenden, till exempel ”Det är viktigt för mig att andra människor inte uppfattar mig som fördomsfull” stämde in på dem på en skala 1-7, där 1= instämmer inte och 7 = instämmer helt. Mätinstrumentet som användes var the Motivation to Control Prejudiced Reactions Scale av Dunton och Fazio (1997). I de versioner av enkäten där varning getts (enkät C och enkät D) fick deltagare frågan om hur lätt de ansåg det var att inte påverkas av attraktivitetsstereotypen som de varnades för i början av enkäten. De skattade sin upplevelse av detta på en skala 1-7, där 1= ”Det var mycket svårt att inte låta sig påverkas” och 7= ”Det var mycket lätt att inte låta sig påverkas.” I resultatdelen rubriceras detta som ”Ease”. Sedan fyllde deltagarna i kön, ålder och eventuell mejladress där de kunde nås för debriefing och för att kunna vara med i utlottningen av vinsten. Slutligen tackades deltagarna för sin medverkan och när vi var klara med studien mailades en debriefing ut till intresserade deltagare samt vinsten lottades ut. Datainsamlingen pågick i 20 dagar och varje enskild enkät tog c:a 20 minuter att fylla i.

Dataanalys

I dataanalysen genomfördes först en medelvärdesbildning, där det skapades medelvärden för varje enskild deltagares samtliga skattningar av: attraktivitas

värmeegenskaper, oattraktivitas värmeegenskaper, attraktivitas kompetensegenskaper samt oattraktivitas kompetensegenskaper. Varje enskilt värde som angivits på påståendena som behandlade deltagarnas motivation att kontrollera fördomar summerades hos varje individ efter att negativa värden hade vänts. Alla variabler kontrollerades för outliers. En outlier definierades som värden med lägre p-värde än $p=0.01$ i normalfördelningen. Outliers korrigerades genom att varje deltagares råpoäng transformerades så att de motsvarade $p=0.01$.

Resultat

Inför studien antog vi både forsknings- och nollhypoteser. Vi antog att faktorn attraktivitet skulle ha en signifikant effekt på skattningen av värme- och kompetensegenskaper samt på skattningen av anställningslämplighet. Attraktivitets huvudeffekt på skattning av egenskaper och skattning av anställningslämplighet antogs vara opåverkad av faktorn varning. Således antog vi att det inte skulle föreligga någon signifikant interaktionseffekt, varken mellan varning, egenskaper och attraktivitet eller mellan varning, anställningslämplighet och attraktivitet.

Vi ville undersöka om faktorn attraktivitet hade en huvudeffekt på den beroende variabeln skattning, samt om det fanns en avsaknad av interaktionseffekt mellan attraktivitet och varning. Således genomfördes en repeated measures ANOVA med de tre faktorerna attraktivitet (attraktiv/oattraktiv), varning (varning/icke-varning), egenskapstyp (värme/kompetens) och den beroende variabeln skattning. Utifrån Tabell 1 kunde vi utläsa en stark signifikant huvudeffekt av faktorn attraktivitet på skattningen av egenskaper, $F(1,64) = 28.886$; $p = 0.000$; $\eta^2 = 0.296$, där attraktiva skattades vara både varmare och kompetentare än oattraktiva personer.

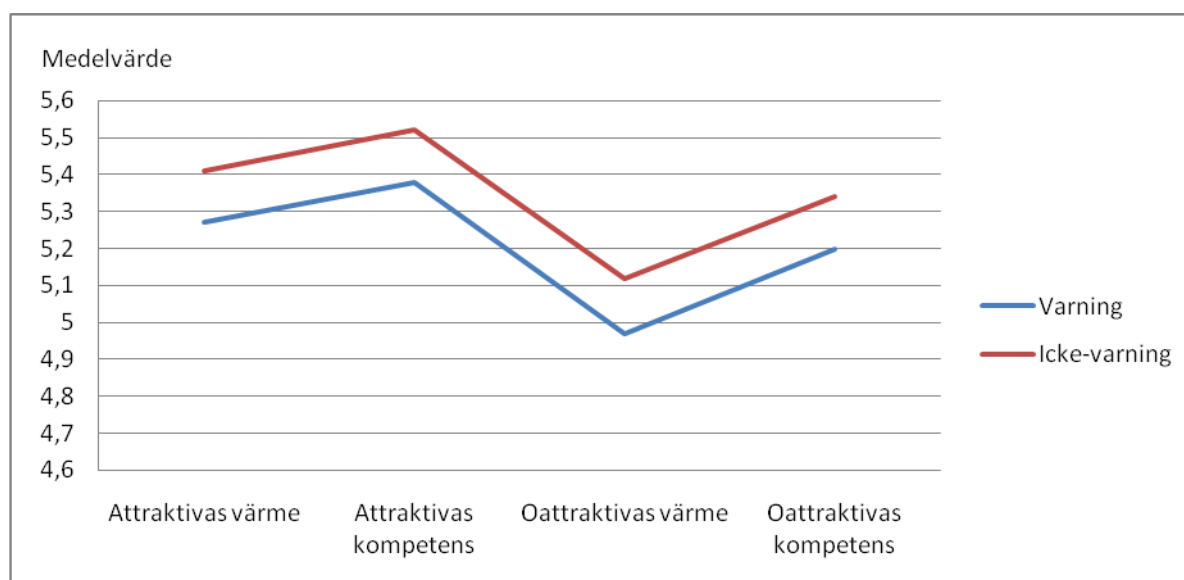
Tabell 1. *Deskriptiv statistik för medelvärdesskattning av attraktiva och oattraktiva personers värme- och kompetensegenskaper i varningsbetingelsen och icke-varningsbetingelsen.*

	Attraktiva personer	Värme	Kompetens	Oattraktiva personer	Värme	Kompetens
Varning¹	M	5.27	5.38	M	4.97	5.20
	SD	0.72	0.70	SD	0.81	0.81
Icke-varning²	M	5.41	5.52	M	5.12	5.34
	SD	0.62	0.58	SD	0.59	0.65

¹ n=31

² n=35

I våra hypoteser förutspådde vi en avsaknad av en interaktionseffekt mellan varning och attraktivitet, och utifrån Figur 1 kunde vi utläsa avsaknaden av interaktion mellan attraktivitet, egenskaper och varning och således fanns ingen signifikant interaktionseffekt, $F(1,64) = 0.002$; $p = 0.969$; $\eta^2 = 0.000$, där huvudeffekten av faktorn attraktivitet på skattningen av egenskaper inte signifikant varierade mellan varningsbetingelserna. Det fanns dock en måttlig signifikant interaktionseffekt mellan attraktivitet och egenskapstyp, $F(1,64) = 5.702$; $p = 0.020$; $\eta^2 = 0.082$, där attraktivitets effekt var större på skattningen av värmeegenskaper än kompetensegenskaper.



Figur 1. Diagram över den uteblivna interaktionseffekten mellan varning och attraktivitet, där huvudeffekten av faktorn attraktivitet på skattningen av egenskaper inte signifikant varierar mellan varningsbetingelserna.

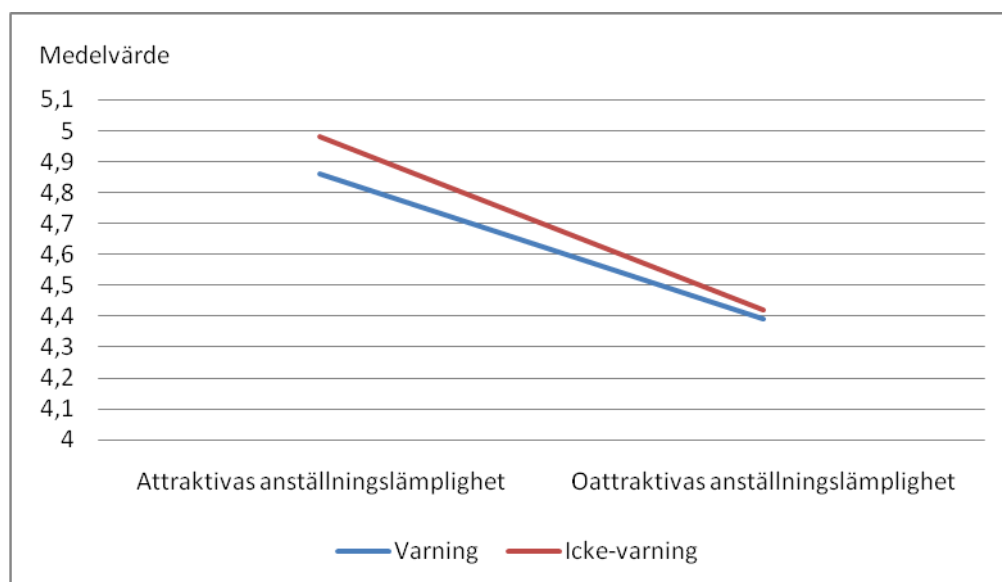
Vi ville även undersöka om faktorn attraktivitet hade en huvudeffekt på den beroende variabeln skattning av anställningslämplighet. Samt om det saknades en interaktion mellan varning, anställningslämplighet och attraktivitet. Därav genomfördes ännu en repeated measures ANOVA men nu med faktorn varning (varning/icke-varning), faktorn attraktivitet (attraktiv/oattraktiv) samt den beroende variabeln skattning av anställningslämplighet.

Ur Tabell 2 kunde vi utläsa att faktorn attraktivitet hade en stark signifikant huvudeffekt på skattningen av anställningslämplighet, $F(1,64) = 38.295$; $p = 0.000$; $\eta^2 = 0.374$, där attraktiva personer skattades som mer anställningslämpliga än oattraktiva personer.

Tabell 2. Deskriptiv statistik för medelvärdesskattning av attraktiva och oattraktiva personers anställningslämplighet i varnings- och ickevarningsbetingelsen.

	Varning	Anställningslämplighet	Icke-varning	Anställningslämplighet
Attraktiva	M	4.86	M	4.98
	SD	0.93	SD	0.89
Oattraktiva	M	4.39	M	4.42
	SD	0.90	SD	1.01

Ur figur 2 kunde vi se avsaknaden av en interaktionseffekt, $F(1,64) = 0.256$; $p = 0.615$; $\eta^2 = 0.004$, där huvudeffekten av attraktivitet på skattningen av anställningslämplighet inte signifikant varierade mellan varningsbetingelserna.



Figur 2. Diagram över den uteblivna interaktionseffekten i ANOVA 2, där huvudeffekten av faktorn attraktivitet på skattningen av anställningslämplighet inte signifikant varierar mellan varningsbetingelserna.

Genom att subtrahera alla deltagares medelvärdesskattning av attraktiva personers egenskaper med alla deltagares medelvärdesskattning av oattraktiva personers egenskaper, skapades ett Index A vars deskriptiva statistik kunde utläsas från Tabell 3. Utifrån Tabell 3 kunde man se att mellan variabeln "Ease" och Index A fanns det ingen signifikant korrelation, $r = -.054$, $n = 31$, $p = 0.774$, och att mellan Index A och variabeln "MCPRS" fanns det inte heller någon signifikant korrelation, $r = .023$, $n = 66$, $p = 0.857$, där den högre skattningen av attraktiva personers egenskaper inte hade något samband med personers

självupplevda motivation att vara fördomsfria eller lätthet att undvika påverkan av attraktivitetsstereotypen.

Genom att subtrahera alla deltagares medelvärdesbetyg av attraktiva personers anställningslämplighet med alla deltagares medelvärdesbetyg av oattraktiva personers anställningslämplighet, skapades ett Index B vars deskriptiva statistik kunde utläsas från Tabell 3. Mellan Index B och med variabeln "Ease" fanns en insignifikant svag negativ korrelation, $r = -.178$, $n=31$, $p=0.337$, och mellan Index B och variabeln "MCPRS" fanns ingen signifikant korrelation, $r = -.070$, $n=66$, $p=0.574$, där den högre betygsningen av attraktiva personers anställningslämplighet inte hade något samband med personers självupplevda motivation att vara fördomsfria eller lätthet att undvika påverkan av attraktivitetsstereotypen.

Tabell 3. Medelvärden och standardavvikelser för Index A, Index B, Ease samt MCPRS

	Index A ³	Index B ⁴	Ease ⁵	MCPRS ⁶
M	0.48	0.52	M	3.52
SD	0.74	0.68	SD	1.73

Diskussion

Sammanfattning av resultat

Vårt syfte med denna studie var att beskriva om bedömningar av attraktiva och oattraktiva personers egenskaper och anställningslämplighet varierar beroende på om bedömaren varnas eller inte om attraktivitetsstereotypens potentiella påverkan vid personbedömningar. Våra resultat bekräftade vår forskningshypotes om attraktivitets påverkan på skattning av värme- och kompetensegenskaper och attraktivitets påverkan på skattning av anställningslämplighet. Attraktiva personer bedömdes vara både varmare (socialare och vänligare) och mer kompetenta (intelligentare och noggrannare) än oattraktiva personer. Dessutom ansågs de attraktiva som mer lämpliga för den fiktiva anställningen som programmerare. Personernas formella meriter för arbetet som programmerare var lika kvalificerande och det enda som skiljde personerna åt väsentligt var fysisk attraktiv status. Trots detta bedömdes attraktiva personer som varmare, mer kompetenta samt mer anställningslämpliga än oattraktiva personer.

³ n=66

⁴ n=66

⁵ n=31

⁶ n=66

Det oroväckande i detta är att ett yttre attribut som attraktivitet har ett fällande avgörande vid bedömningen av inre attribut som värme- och kompetensegenskaper. Det finns ingen tidigare vetenskaplig forskning som har bevisat ett signifikant samband mellan yttre attribut och inre attribut, där attraktivitet är en förutsättning för existensen av t.ex. en värmeegenskap så som social kompetens eller vänlighet. Attraktiva personer är inte överlag mer socialt kompetenta än oattraktiva personer. Dock har det i tidigare forskning framkommit att det finns en attraktivitetsstereotyp om just detta. Dion et al. (1972) påvisade existensen av en attraktivitetsstereotyp, en existens av en felaktig uppfattning om att attraktiva personer har fler positiva och socialt önskvärda egenskaper än oattraktiva personer. Eagly et al. (1991) visade att denna attraktivitetsstereotyp var speciellt stark när det gällde värmeegenskaper, såsom social kompetens och vänlighet. I samma studie påvisade även Eagly et al. (1991) att attraktivitetsstereotypen för kompetensegenskaper såsom intelligens är svagare, där attraktiva personer inte lika ofta och starkt bedöms vara intelligentare än oattraktiva personer. Vårt resultat påvisade dock en skillnad mellan bedömningen av attraktiva och oattraktiva personers kompetensegenskaper, där attraktiva bedömdes vara intelligentare och noggrannare. Detta kan dock bero på att vi, till skillnad från Eagly et al. (1991), sammanfogar intelligens med begreppet noggrannhet och attraktivitetsstereotypen kanske då har en effekt på det sammanfogade begreppet kompetensegenskaper. Om vi endast skulle ha begreppet intelligens, så skulle kanske inte attraktivitetsstereotypen ha någon effekt på skattningen.

Dock fann vi, som Eagly et al. (1991), en måttlig interaktionseffekt mellan attraktivitet och egenskapstyp, där skillnaden mellan attraktiva och oattraktiva personer var större vid bedömning av värmeegenskaper än kompetensegenskaper. Attraktivitetsstereotypen i vår studie påvisades alltså vara mer påtaglig när det gällde bedömning av t.ex. en persons sociala kompetens än när det gällde t.ex. intelligens. Samma resultat fick Feingold (1992) där attraktivitetsstereotypens effekt var starkare för värmeegenskaper. Både tidigare forskning och vårt resultat om attraktivitets påverkan vid personbedömning, går hand i hand med Thorndikes teori om haloeffekten från 1920. Bedömningen av de nya okända värme- och kompetensegenskaperna, blir påverkade av det redan uppfattade, men objektivt irrelevanta, attributet attraktivitet.

Vårt resultat påvisade en starkt, signifikant effekt av attraktivitet på skattningen av anställningslämplighet, där attraktiva personers ansågs som mer anställningslämpliga som programmerare än oattraktiva personer. Att ovanstående attraktivitetsstereotypen existerar i anställningssituationer är ingen nyhet. Dipboye et al. (1975) och Schuler et al. (1989) har redan påvisat i sina studier att fysiskt attraktiva arbetssökande ses som mer

anställningslämpliga och har större chans till att få arbetet än oattraktiva arbetsökande. Precis som med attraktivitets påverkan av personbedömningar, kan även attraktivitets påverkan av anställningslämplighetsbedömning kopplas till Thorndikes haloeffekt från 1920. Den irrelevanta attraktivitetsstereotypen gör att rekryteraren bedömer personens okända anställningslämplighet som mer socialt önskvärd än vad den egentligen är. Således kan ett anställningsförfarande grunda sig på något så irrelevant som attraktivitetsstereotypen, istället för att grunda sig på formella meriter som tidigare erfarenhet, utbildning, personegenskaper etc.

Det finns de som däremot betonar attraktivitets betydelse och menar att det är en formell merit som legitimt kan utgöra grunden för en anställning. T.ex. för vissa yrken inom kund- och servicebranschen ingår det i arbetsuppgifterna att representera sitt företag och vara ”ansiktet utåt”, och där kan det förekomma att attraktivitet prioriteras. I vår studie rörde dock anställningen en tjänst som programmerare; ett yrke där ens kunskap om data- och informationsteknik är av yttersta betydelse samtidigt som ens fysiska attraktivitet egentligen är oväsentlig eftersom man snarare är företagets ”ansikte inåt”. Trots detta skattades attraktiva personer i vår studie som betydligt mer anställningslämpliga som programmerare och bedömningen grundades på attraktivitet. Man kan verkligen ifrågasätta om attraktivitet i det här fallet är legitimt och passande som formell merit. Vi påstår att det ännu en gång är attraktivitetsstereotypen som har påverkat utfallet.

Ur våra resultat kunde vi även utläsa att den högre skattningen av egenskaper och anställningslämplighet hos attraktiva personer än oattraktiva personer inte hade någon signifikant samvariation med deltagarnas förmåga att undvika attraktivitetsstereotypisering eller deltagarnas motivation till att kontrollera attraktivitetsstereotypisering samt andra fördomar om oattraktiva. Den högre skattningen av attraktiva personers anställningslämplighet och värme- och kompetensegenskaper kan alltså inte härledas till deltagarnas oförmåga eller bristande motivation för att undvika attraktivitetsstereotypisering (m.a.o. deltagarna attraktivitetsstereotypiserar). Detta resultat stärker de resultat som Dion et al. (1972) fick genom att skildra attraktivitetsstereotypens existens. Oavsett om deltagaren såg sig själv som en fördomsfri person som inte påverkades av fördomar eller en fördomsfull person som gärna uttryckte fördomar, så påverkades deltagaren av attraktivitetsstereotypen.

Trots att deltagarna varnades om att attraktivitet kunde påverka deras bedömningar skattades attraktiva personer som varmare, mer kompetenta och mer lämpliga för anställning än oattraktiva personer av både deltagare som varnades om attraktivitets påverkan och av de deltagare som inte varnades. Attraktivitetsstereotypen gav effekt trots att

deltagarna varnades om stereotypen och dess potentiella påverkan. Detta stärker de resultat som Dion et al. (1972) fick genom att vi skildrar attraktivitetsstereotypens styrka på bedömningar av personegenskaper men även anställningslämplighet. Detta överensstämmer även med Payne et al. (2005) och deras resultat om att de attityder som uttryckts (i vårt fall skattningar av attraktiva som varmare, mer kompetenta och mer anställningslämpliga) egentligen inte borde ha uttryckts på grund av att deltagarna hade blivit varnade. Men attityderna uttrycktes ändå.

Att varna om attraktivitetsstereotypens påverkan dämpade alltså inte attraktivitets effekt på skattningen av personegenskaper och anställningslämplighet. Således uteblev, som vi antog, en signifikant interaktionseffekt både mellan varning, egenskaper, attraktivitet och mellan varning, anställningslämplighet, attraktivitet. Mellan varningsbetingelserna varierade inte den högre skattningen av attraktiva personers egenskaper och anställningslämplighet, och att varna deltagarna dämpade alltså inte attraktivitetsstereotypens verkan. Detta visar ytterligare prov på stereotypens starka effekter, både på varnings- och ickevarningsnivå. Precis som vid mätning med Affect Missattribution Procedure (AMP) så påvisas våra deltagares egentliga attityder (attraktivitetsstereotypa uppfattningar) utifrån deltagarnas beteende (hur de skattar attraktiva och oattraktiva personer). Payne et al. (2005) visade som sagt i sin studie en nolleffekt av varning, men inte att varningens nolleffekt även gällde för faktorn attraktivitet. Att attraktivitetsstereotypen fortfarande påverkar en deltagares bedömning även när denne har blivit varnad om den, är för oss något nytt inom det psykologiska forskningsområdet attraktivitet och dess påverkan.

Brister i undersökningen

Att vi lät kvinnor fylla i en av två varningsversioner och en av två icke-varningsversioner av enkäten och lät män fylla i den andra varningsversion och den andra icke-varningsversionen, berodde på att vi med denna metod trodde att vi skulle få samma antal kvinnor som män att fylla i vår enkät. Detta var dock helt onödigt då attraktivitets påverkan inte beror på kön. Om till exempel fler kvinnor än män eller vice versa hade fyllt i vår enkät, hade detta troligtvis gett samma resultat. Vi blev varse detta efter att metoden var genomförd. Dessutom dämpade vi förmodligen attraktivitetsstereotypens effekt genom att kön kunde bli en störande faktor som påverkade skattning.

Vår förstudie kan kritiseras då den enbart utfördes på sex personer, vilket är väldigt få när uppgiften består av att bedöma vem som är attraktiv och vem som är oattraktiv. En förstudie utförd på ett större antal personer hade givit tillförlitligare resultat, vilket bör tas

med i beräkningen vid eventuella fortsatta studier. Oavsett förstudie, så krävs egentligen fler än 6 personer för att signifikant avgöra skillnader mellan två faktorer. När ansiktena sedan användes i vår huvudsakliga studie visade det sig tydligare än vad det gjorde i förstudien vilka ansikten som var attraktiva och oattraktiva. Att vi har valt ut fel bilder är därför inte troligt. Att vi själva satte gränsen för vid vilket medelvärde attraktivitet skulle gälla kan också kritiserars. Det minst attraktiva ansiktet och det mest attraktiva av de oattraktiva ansiktenas medelvärde skiljde sig åt med 0.1 poäng. Även här verkade det dock som att vårt större antal deltagare i vår huvudsakliga studie bekräftade att det faktiskt rörde sig om attraktiva och oattraktiva ansikten. Detta eftersom det i resultatet var tydligt vilka ansikten som skattats högre/lägre både vad gäller egenskaper och anställningslämplighet och det enda som skiljde personerna åt var bilderna. Således måste attraktivitet vara faktorn som leder till variation i skattningen. Studier med skattning av ansikten har förekommit tidigare. Dessutom har ett sådant tillvägagångssätt varit reliabelt, t.ex. i Dion et al. studie (1972).

Vid feedback av deltagare har det framkommit att det fanns de som reagerade på att vissa personer på bilderna som såg unga ut hade mer erfarenhet än vad som verkade troligt. Detta var en effekt vi inte hade förutsett och den var inte önskvärd, då vi inte ville att våra deltagare skulle fundera över om mängden erfarenhet var rimlig för personen på bilden, utan enbart hur anställningslämplig personen var. Om deltagarnas bedömning av en attraktiv/oattraktiv person tog hänsyn till rimligheten i mängd erfarenhet med tanke på ålder, kan detta i resultatet ha gett en felaktig bild av hur pass mycket attraktivitet påverkade deltagarens bedömning. Dessutom kan information som var menad att vara irrelevant för bedömning av egenskaperna och anställningslämplighet (relationsstatus, intressen etc.) haft en effekt på enstaka deltagares bedömningar, och därmed gett en felaktig bild av hur pass mycket attraktivitet påverkade deltagares bedömningar.

Studerar man de personer vi har valt är det inte svårt att se att de attraktiva övergripande är yngre och smalare än de oattraktiva, som är noterbart äldre och korpulentare. Är det då attraktiviteten i sig som har påverkat bedömningen av anställningslämplighet eller är det ålder och kroppsstorlek och de värderingar dessa begrepp tar med sig som har påverkat deltagarnas bedömningar? Ur ett annat perspektiv kan man istället se det som att begreppen ålder och fetma ingår i begreppet attraktivitet och att de tillsammans med andra termer, som till exempel social kompetens, utgör summan av attraktivitet. Då är det ju attraktiviteten som har påverkat bedömningen av anställningslämplighet.

Eftersom deltagarna i vår undersökning var ett bekvämlighetsurval, är det inte troligt att de erhållna resultaten är externt valida. Således är en generalisering till en större

population inte möjlig, vilket är beklagligt. Hade en sådan generalisering varit möjlig hade det varit intressant att se om beslut som fattas, vid till exempel anställning, påverkas till samma grad av attraktivitet som deltagarnas bedömningar gjorde i vår studie.

Framtida forskning

Värderingarna som ligger i begreppen smal/tjock är inte konstanta. Det är otvivelaktigt så att kroppsidealen förändras över tid och kulturer. Idag har vi till exempel ett smalare ideal, och det är troligt att detta har ett finger med i spelet när det gäller våra deltagares bedömningar av personerna. Hade denna studie gjorts i en oviss, annorlunda sociokulturell framtid där kroppsligt hull skulle vara ett bevis på rikedom och överflöd istället för den lathet och ohälsosamhet som fetma representerar idag, hade kanske resultatet blivit annorlunda.

Det förelåg inte någon signifikant skillnad mellan bedömningar av attraktiva och oattraktiva personer vid varning och bedömningar av attraktiva och oattraktiva personer vid icke-varning. Attraktivitet påverkade alltså våra deltagare på en implicit nivå. Skulle detta resultat ha erhållits om varningen gavs på subliminal nivå? Alltså skulle de deltagare som blev varnade om attraktivitetsstereotypens potentiella påverkan vid personbedömning göra liknande bedömningar även om varningen istället skedde på en omedveten nivå? Greenwald et al. (2002) har visat att affektiv påverkan har effekt även om effekten sker subliminalt. Hur detta skulle genomföras i praktiken (att ge en varning på subliminal nivå) är oklart och något som skulle vara intressant att studera i framtida forskning. Vid studier där varningen är mer ”lättöversatt” till subliminal nivå än vad en uttalad varning är, skulle detta vara intressant att studera.

I potentiella fortsatta studier på denna studie skulle det vara intressant att be deltagarna att lista de kvalitéer de anser att de attraktiva och de oattraktiva personerna på bilderna har, istället för att de får gradera av oss redan bestämda egenskaper. På grund av haloeffekten lär det vara så att mer positiva egenskaper kommer tillskrivas de attraktiva än de oattraktiva personerna. Vilka egenskaper, och i vilken utsträckning dessa egenskaper tillskrivs de attraktiva respektive de oattraktiva, skulle vara intressant att se då ett resultat i linje med tidigare forskning skulle ge stöd åt både vår och tidigare studiers resultat. Kommer egenskaperna våra deltagare listar på olika nivåer överensstämma med tidigare studiers nivåer av egenskaper som tillskrevs attraktiva och oattraktiva personer?

Vårt fynd om attraktivitetsstereotypens ovillkorlighet mot varning är som sagt något nytt inom forskningsområdet som skulle vara intressant att fortsätta undersöka i en

framtida studie där nuvarande studies brister är korrigerade och åtgärdade. Dessutom har vi i vår studie fått resultatet att attraktivitet blir utslagsgivande vid likställdhet. Men det hade även varit intressant att undersöka om deltagarna fortfarande hellre hade anställt attraktiva än oattraktiva personer även om de oattraktiva personerna varit mer meriterade och kompetenta för tjänsten. Om så skulle varit fallet, skulle attraktivitet praktiskt sett vara en viktigare faktor för anställningslämplighet än formella meriter. Som praktiska implikationer skulle man då kunna tala om diskriminering i arbetslivet genom att oattraktiva negativt särbehandlas jämfört med attraktiva personer. Denna negativa särbehandling skulle då skapa ett rättsligt diskussionsforum om huruvida attraktivitet bör införas som en ny diskrimineringsgrund i Diskrimineringslagen. Dessutom skulle den svårbesvarade frågan väckas; hur förhindrar man diskriminering av oattraktiva personer?

Referenser

Bargh, J. A. (1992). The ecology of automaticity. Toward establishing the conditions needed to produce automatic processing effects. *American Journal of Psychology*, *105*(2), 181–199.

Retrieved from:

<http://www.jstor.org.ludwig.lub.lu.se/stable/pdfplus/1423027.pdf?acceptTC=true> (2011-03-25).

Borsboom, D., Mellenbergh, G. J., & van Heerden, J. (2004). The concept of validity. *Psychological Review*, *111*(4), 1061-1071. doi: 10.1037/0033-295X.111.4.1061 1061.

Borsboom, D. (2006). The attack of the psychometricians. *Psychometrika*, *71*(3), 425-440. doi: 10.1007/s11336-006-1447-6.

De Houwer, J., Teige-Mocigemba, S., Spruyt, A., & Moors, A. (2009). Implicit Measures: A Normative Analysis and Review. *Psychological Bulletin*, *135*(3), 347-368. doi: 10.1037/a0014211.

Devine, P. G. (1989). Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components. *Journal of Personality and Social Psychology*, *56*(1), 5-18. doi: 10.1037//0022-3514.56.1.5.

Dunton, B. C., Fazio, R. H. (1997). An Individual Difference Measure of Motivation to Control Prejudiced Reactions. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *23*(3), 316-326. doi: 10.1177/0146167297233009.

Eagly, A. H., Ashmore, R. D., Makhijani, M. G., & Longo, L. C. (1991). What is beautiful is good, but...: A meta-analytic review of research on the physical attractiveness stereotype. *Psychological Bulletin*, *110*(1), 109-128. doi: 10.1037//0033-2909.110.1.109.

Fat, J. P. T. (2000). Attractiveness and outcomes of job interviews. *Management Research News*, *23*(1), 11-18. doi: 10.1108/01409170010781948.

Fazio, R. H., Jackson, J. R., Dunton, B. C., & Williams, C. J. (1995). Variability in automatic activation as an unobtrusive measure of racial attitudes: A bona fide pipeline? *Journal of Personality and Social Psychology*, *69*(6), 1013–1027. doi: 10.1037//0022-3514.69.6.1013.

Feingold, A. (1992). Good-looking people are not what we think. *Psychological Bulletin*, *111*(2), 304-341. doi: 10.1037/0033-2909.111.2.304.

Goldstein, M. D. (1998). Forming and testing implicit personality theories in Cyberspace. *Teaching of Psychology*, *25*(3), 216-220. doi: 10.1207/s15328023top2503_16.

Greenwald, A. G., & Banaji, M. R. (1995). Implicit social cognition: Attitudes, self-esteem, and stereotypes. *Psychological Review*, *102*(1), 4-27. doi: 10.1037//0033-295X.102.1.4.

Greenwald, A. G., Banaji, M. R., Rudman, L. A., Farnham, S. D., Nosek, B. A., & Mellott, D. S. (2002). A unified theory of implicit attitudes, stereotypes, self-esteem, and self-concept. *Psychological Review*, *109*(1), 3-25. doi: 10.1037//0033-295X.109.1.3.

Hermans, D., De Houwer, J., & Eelen, P. (1994). The affective priming effect: Automatic activation of evaluative information in memory. *Cognition & Emotion*, *8*(6), 515–533. doi: 10.1080/02699939408408957.

Langlois, J. H., Kalakanis, L., Rubenstein, A. J., Larson, A., Hallam, M., & Smoot, M. (2000). Maxims or myths of beauty? A meta-analytic and theoretical review. *Psychological Bulletin*, *126*(3), 390-423. doi: 10.1037//0033-2909.126.3.390.

Nisbett, R. E., & Wilson, T. D. (1977). The halo effect: Evidence for unconscious alteration of judgments. *Journal of Personality and Social Psychology*, *35*(4), 250-256. doi: 10.1037/0022-3514.35.4.250.

Olson, M. A., & Fazio, R. H. (2002). Implicit acquisition and manifestation of classically conditioned attitudes. *Social Cognition*, *20*(2), 89 –104. doi: 10.1521/soco.20.2.89.20992.

Payne, B. K., Jacoby, L. L., & Lambert, A. J. (2003). Memory monitoring and the control of stereotype distortion. *Journal of Experimental Social Psychology, 40*(1), 52-64. doi: 10.1016/S0022-1031(03)00069-6.

Payne, B. K., Cheng, C. M., Govorun, O., & Stewart, B. D. (2005). An inkblot for attitudes: Affect misattribution as implicit measurement. *Journal of Personality and Social Psychology, 89*(3), 277-293. doi: 10.1037/0022-3514.89.3.277.

Payne, B. K., & Gawronski, B. (2010). A history of implicit social cognition: Where is it coming from? Where is it now? Where is it going? In B. Gawronski, & B. K. Payne (Eds.), *Handbook of implicit social cognition: Measurement, theory, and applications* (pp. 1-15). New York: Guilford Press.

Teige-Mocigemba, S., & Klauer, K. C. (2008). “Automatic” evaluation? Strategic effects on affective priming. *Journal of Experimental Social Psychology, 44*(5), 1414 –1417. doi: 10.1016/j.jesp.2008.04.004.

Verhulst, B., Lodge, M., & Lavine, H. (2010). The Attractiveness Halo: Why Some Candidates are Perceived More Favorably than Others. *Journal of Nonverbal Behavior, 34*(2), 11-117. doi: 10.1007/s10919-009-0084-z.