



LUNDS
UNIVERSITET

INSTITUTIONEN FÖR PSYKOLOGI

**Kan man bortse från attraktivitetsstereotypen vid
rekrytering – En kvantitativ studie**

**Pontus Carlsson
Annika Walden**

Kandidatuppsats vt 2012

Handledare: Jean-Christophe
Rohner

ABSTRACT

Syftet med denna studie var att ta undersöka om det går att påverka attraktivitetsstereotypen. Vi valde att studera detta genom en rekrytering där uppgiften var att tillsätta en tjänst där utseende inte har någon relevans för arbetsuppgifterna, i detta fall en tjänst som programmerare. Genom en enkätundersökning med 90 deltagare från olika områden vid Lunds universitet mätte vi tre dimensioner: *värme*, *kompetens* och *anställning*. Deltagarna i studien gjorde bedömningar av kandidater som besatt likvärdig kompetens men skiljde sig åt i grad av attraktivitet. Resultaten visade att vår manipulation skapade förutsättningar för deltagarna att göra mer jämna bedömningar oavsett grad av attraktivitet hos kandidaterna. Avslutningsvis diskuteras resultaten utifrån ett arbetslivsperspektiv och även vilka implikationer attraktivitetsstereotypen kan ha på individers bedömning av andra i sin omgivning.

Nyckelord: attraktivitet, stereotyp, attityder, motivation, anställning

INLEDNING

Vackra människor har det lättare. De får bättre service, mer uppmärksamhet och blir mer positivt behandlade i sociala sammanhang. Attraktivitet ger en fördel i hur vi uppfattar människor i vår omgivning (Langlois, 2000).

Vi förväntar oss av vackra människor att de är bättre rustade för att hantera den sociala sfären, därför tillskriver vi dem positiva egenskaper i större utsträckning än icke attraktiva människor (Eagly, Ashmore, Makhijani & Longo, 1991). Vackra människor beskrivs som bättre på vissa positiva egenskaper vilket identifierar en stereotyp kring attraktivitet och positiva personegenskaper (Eagly et al., 1991). Forskning på ämnet visar att individer är mer benägna att skatta vackra människor som lyckligare, mer framgångsrika på både det privata och professionella planet (Dion, Berscheid & Walster, 1972). På grund av att denna stereotyp är så omfattande i samhället anser vi att det är av intresse att undersöka den närmare för att ta reda på vilka effekter den har och om det är möjligt för individer att kontrollera sin bedömning av attraktiva såväl som oattraktiva individer.

Bakgrund

För att underlätta för läsaren kommer vi först gå igenom relevanta teorier kring attityder och de faktorer som ligger till grund för att kontrollera dessa. Vi fortsätter med att ta upp relevant forskning som gjorts för att undersöka hur individer kontrollerar sina attityder gentemot stereotyper. Sedan tar vi upp relationen mellan affektmissattribution och attityder. Vi kommer också ta upp Ajzens och Fishbein Theory of Planned Behavior. Denna förväntan-värde teori har fått stort utrymme sedan den formulerats och den tar upp olika delar av interna processer som kan förklara hur vi motiverar en framtida handling.

Attityder. Forskare har länge intresserat sig för hur attityder kommer till och hur dessa kan påverka och förutspå ett visst beteende och därmed också vilken roll de har i hur vi förhåller oss till vår omvärld (Bohner & Schwarz, 2003). Genom att vi lär oss känna igen ett beteende eller upplever en situation/händelse så kommer vi också förhålla oss till den på ett sätt som stämmer överens med våra förväntningar (Passer et al., 2009).

När forskare skall mäta attityder så är det vanligt att de använder sig av självskattningsformulärer. Det är användbart när man skall genomföra studier i större omfattning då man kan administrera dem till ett stort antal personer vid ett tillfälle. En sådan design tillåter även deltagaren att vara mer anonym och därmed också mer fri att presentera sina åsikter. Dunton & Fazio (1997) var intresserade av att mäta attityder gentemot svarta människor vid ett universitet och använde sig då av den ledande formuläret för detta, ”Modern Rasism

Scale” (McConahay, Hardee & Batts, 1981). Det var stora skillnader i poäng för studenter som först fyllt i formuläret som del av en större anonym testomgång jämfört med när de fyllde i den i en mindre, mer intim miljö som dessutom leddes av en svart försöksledare som skulle ha tillgång till deras svar (Dunton & Fazio, 1997). Det visade sig att den formulären var öppen för påverkan beroende på den sociala kontexten inom vilken studenterna gjorde den och resultaten varierade när studenterna skattade sig igen vid ett senare tillfälle. De formulerade detta som att individer skiljer sig åt i avseende till motivation huruvida den var formulerad internt eller externt. Om man är motiverad att inte agera fördomsfullt för att det strider mot sina principer styrs man av *intern motivation*. Motivationen att inte låta sina negativa attityder komma till tals på grund av hur det kommer uppfattas av omgivningen benämner de som *extern motivation*. Vidare identifierade de olika tre typer av individer som agerar olika när de ställs inför ett möte med en svart individ. Den första typen upplever inga negativa attityder, helt enkelt för att de inte hyser några negativa attityder gentemot svarta. Den andra typen upplever negativa attityder men håller tillbaka dessa på grund av hur de kommer uppfattas av omgivningen. Den sista typen upplever också negativa attityder och har inga problem att låta dem komma till tals. Deras resonemang stämmer med annan forskning som visat att sådana formulär inte nödvändigtvis mäter deltagarnas sanna attityder utan istället visar på deltagarnas foglighet med samhällets normer, inte nödvändigtvis att de håller dessa attityder som sina egna (Crosby, Bromely & Saxe, 1980). Forskarna var osäkra på om detta grundade sig extern motivation eller intern motivation att inte agera fördomsfullt. De slog fast att en individ som är intern motiverad att inte agera fördomsfullt för att det går emot deras egna principer troligtvis också är motiverade att inte agera fördomsfullt på grund av hur omgivningen skulle uppfatta dem, alltså både internt och externt motiverade (Dunton & Fazio, 1997).

Fynden från deras arbete ledde vidare till Plant & Devine (1998) arbete kring just vad det var som gjorde att vissa individer var benägna att justera sina skattningar beroende på social kontext medan andra inte var det. Utifrån tidigare skalor formulerade de två nya skalor som ämnade mäta just denna skillnad i motivation. InternalMotivationScale (IMS) och ExternalMotivationScale (EMS) användes för att separera de två olika typer av motivation. För de höll inte med resonemanget som menade att om en individ är internt motiverad så måste den även vara externt motiverad. Det visade sig att dessa två skalor mätte olika aspekter och en hög poäng på ena förutsatte inte en hög poäng på den andra. Ett viktigt resultat Plant & Devine nådde var att deltagare med hög poäng på den interna skalan i mindre grad påverkades av inom vilken social kontext de utförde bedömningen.

I och med att vi undersöker attraktivitetsstereotypen anser vi det viktigt att presentera en teoretisk bakgrund kring stereotyper. I kommande avsnitt tar vi upp hur stereotyper interagerar med våra attityder och därmed också vårt beteende. Vi inleder med en generell bakgrund och går sedan vidare med att presentera attraktivitetsstereotypen.

Stereotyper. Hur skapar vi stereotyper och varför är dessa ett nödvändigt ont? När vi tolkar intryck från andra sker detta genom den lins vi har i vårt medvetande vid tidpunkten för tolkningen (Sedikides & Skowronski, 1990). Vad är det då vi tolkar? Enligt Lewin är det vanligt att vi utifrån andras beteende skapar en förklaring till förekomsten av detta beteende genom att de också besitter vissa karaktärsdrag som är kopplade till detta beteende (Banaji, Lemm & Carpenter, 2003). Detta kan vara en förklaring till hur vi skapar en bild av människor som vi inte har fullständig information kring. Att vi utifrån den mindre portionen av information fyller i luckorna för att skapa en helhets bild (Winter & Uleman, 1984).

Vi generaliserar angående vår omgivning varje dag (Banaji & Hardin, 1996). Vi gör detta för att underlätta bearbetningen av den stora mängd information vi tar in våra sinnen. Detta pågår hela tiden utan vi behöver ägna allt för mycket tanke åt det, det sker omedvetet, och utan dem så skulle vi bli förlamade då all vår mentala kapacitet skulle gå åt till att separera och kategorisera på mikro nivå (Fiske, 1998). Enkelt formulerat så är det en omedveten process som utförs för att vi snabbt skall kunna skapa en förståelse av vår omgivning och snabbt kunna applicera relevanta erfarenheter från tidigare liknande händelser som passar just den kategorin.

Stereotyper som inlärning. Vår sociala tillvaro är designad utifrån relationer till annat. Motsatser om man så vill. Attraktiv är motsatsen till oattraktiv, utan den ena kan vi inte definiera den andra. Trevlig är i relation till otrevlig och därmed beskriver motsatsen till ett osympatiskt beteende. Samma processer är aktiva när vi gör en bedömning av status. I många situationer blir vi påverkade av statussymboler vars syfte är att visa på medlemskap av en viss grupp och som därför också påverkar hur vi uppfattar personen ifråga. Det gäller för allt från kläder och smycken till bilar och bostadsområden. Stereotyper är alltså generaliserad klassificering som tillåter oss att uttala oss angående en grupp och dess medlemmar samtidigt som vi tillskriver dem en samling egenskaper (Ashmore, 1981). Detta är en process där vi genom slutledning skapar bevis för och därmed också finner en relation mellan medlemskap av grupp och personliga egenskaper. Detta gäller för många dimensioner såsom kön, längd, vikt, etnisk bakgrund och det som för oss är ämnet: attraktivitet. Det som händer när vi generaliserar är att vi minskar vårt intresse för detaljer som skulle kunna vara avgörande för tolkningen. Istället nöjer vi oss med att se mer övergripande på det vi beskådar just för att göra det möjligt att göra denna förenkling. Ett

problem med denna förenklade tolkning är att det gör det så enkelt att placera en individ eller grupp inom ramarna för en kategori genom att spela på stereotyper. Detta är framförallt vanligt i berättelser och filmer. Redan de gamla grekerna använde sig av stereotyper för att med lätthet beskriva karaktärer i sina dramer utan att behöva gå in på detaljnivå. Eftersom vi redan omedvetet tillskriver en individ en samling egenskaper enbart på grunderna att hon/han är medlem av en grupp så slipper vi gå in på djupet för att ta reda på mer om individen (Banaji & Hardin, 1996). Det har genomförts mycket forskning på ämnet och det har då visat sig att om vi presenteras för en individ som borde stämma överens med en stereotyp men som inte fullt ut passar i densamma så är vi inte motiverade nog att ändra stereotypen utan istället konstatera att individen i fråga inte hör till den gruppen (Trope & Thompson, 1997).

Attraktivitetsstereotypen. Då vi etablerat att stereotyper är en automatisk aktiverad process som sker utanför individens medvetande så betyder det också att det är svårare att kontrollera effekterna av den (Devine, 1989). Egenskaper såsom fysisk attraktivitet kan som vi tidigare nämnde ligga till grund för vilken grupp man tillhör. Dion och hennes kollegor (1972) studerade detta empiriskt genom att undersöka hur college studenter tillskrev egenskaper till bilder som varierade i grad av attraktivitet. De kom fram till att de attraktiva individerna tillskrevs socialt önskvärda egenskaper i större utsträckning än de oattraktiva vilket, enligt dem, indikerar en halo effekt av attraktivitet som menar att ”det som är vackert är bra”. Detta lade grunden till vad som idag benämns som ”beauty-is-good stereotype” (attraktivitetsstereotypen) (Dion et al., 1972). Senare forskning som ämnade att undersöka detta vidare konstaterade att denna stereotyp är aktuell, framförallt när det kommer till bedömning av främlingar (Eagly et al., 1991; Feingold, 1992b)

Även om attraktivitetsstereotypen är ett accepterat fenomen så finns det undantag (Dion et al. 1981;1986). Deras forskning visar att attraktivitetsstereotypen korrelerar starkast till social kompetens och inter-personell trygghet. Även Bassili (1981) nådde samma resultat men använde istället dimensionerna extraversion och social vitalitet. Det betyder att även om personer tillskriver positiva egenskaper till attraktiva människor så stämmer dessa egenskaper till största del inom den sociala ramen. Studier har också identifierat en baksida som indikerar att attraktiva människor skattas högre på skalor som mäter fåfänga och egoism (Cash & Janda, 1984). För att sammanfatta så finns det bevis i forskningen att attraktiva människor uppfattas som bättre rustade för sociala interaktioner men att det inte finns några belägg för att denna uppfattning också gäller för intellektuell kompetens (Rosenberg, 1977).

Feingolds (1992b) metanalys visar att det finns ett samband mellan attraktivitet, social kompetens, förmågan att anpassa sig till olika sociala sammanhang och en avsaknad av blyghet och social oro. I alla fall enligt andras skattning. Resultaten visar också att attraktiva människor skattas mindre positivt än oattraktiva på endast två dimensioner och de är att de skulle vara mer fåfänga och mindre blygsamma (Eagly et al. 1991). De argumenterar för en förklaring av detta och når slutsatsen att genom interaktion med och observation av attraktiva människor, upplever man att de blir bemötta på ett mer positivt sätt av sin omgivning och behandlas mer fördelaktigt av andra. Detta leder till att man tillskriver attraktiva människor alla de (positiva) egenskaper som är nödvändiga för och som leder till denna behandling. Detta är vad socialpsykologer har valt att kalla affektmissattribution. Vi tar upp detta mer ingående i nästa stycke.

Affektmissattribution. Affektmissattribution är ett fenomen som ämnar till att förklara hur vi uppfattar en sak och tillskriver det till en annan ibland felaktig, källa. Det sker framförallt när individer, av olika anledningar, har svårt att övervaka och kontrollera vad som i grunden påverkar deras attityder och/eller handlingar (Payne, 2005). Som vi tog upp tidigare så upplevs attraktiva människor som bättre lämpade socialt och att det skulle vara attraktiviteten i sig som ligger till grund för deras framgång. Det är ett typiskt exempel på affektmissattribution.

Vårt minne är också till viss utsträckning påverkat av detta. Vi har svårt att skilja på källan till något och ofta tillskriver vi en historia som vi tagit del av till en felaktig källa (Jacoby, Kelley & Dywan, 1989). Andra studier har fått resultat som visar att vi har en tendens att sammanfatta och se saker på ett övergripande sätt (Payne et al., 1996). I ett experiment bad man deltagare återge ord som de presenterats för dagen innan och resultatet visade att de som deltog i studien i större omfattning återgav ord som stämde överens med temat men som i själva verket inte presenterats tidigare (Deese, 1959). Detta är i enlighet med Payne, att vi som individer i denna värld ser det stora men att det i sin tur leder till att vi har svårare att återge i detalj. Detta kan användas för att förklara uppkomsten av attraktivitetsstereotypen. Att det är lättare att döma en person utifrån deras yttre beskafterheter då detta är vad man oftast möts av först i ett face-to-face möte.

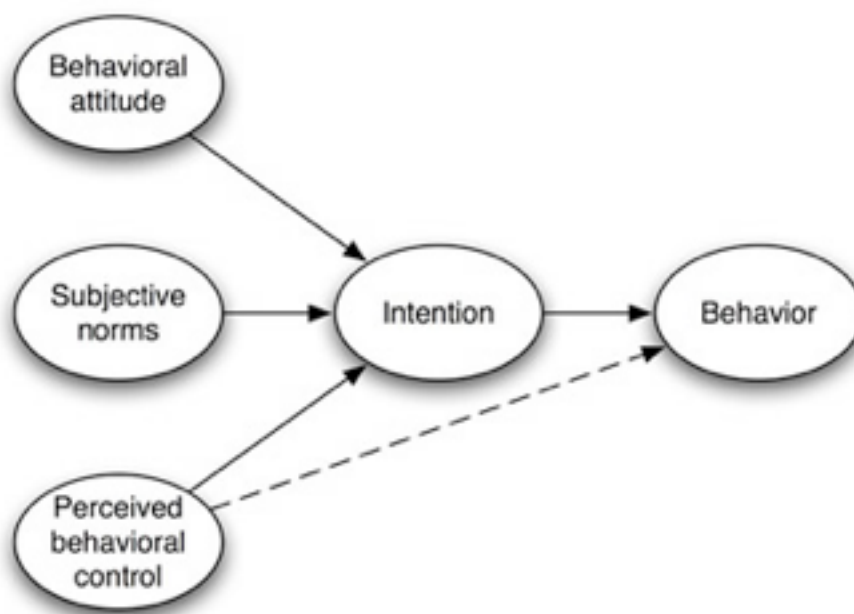
Attityder och beteende. Det vi i tidigare stycken tagit upp är alla till en viss grad omedvetna processer. Med det menar vi att de ligger utanför vår kontroll att reglera och att de är automatiska (Banaji et al., 2003). I vissa avseenden är det en fördel då vi inte behöver ägna allt för mycket kognitiv ansträngning när vi tar in intryck för tolkning. Vissa av dessa är top-down processer vilket betyder att vi tolkar input genom att passa in dem inom ramarna för vad vi redan konstaterat och andra är bottom-up vilket innebär att vi tolkar en händelse och sedan använder

det som grund för att skapa förståelse (Passer et al., 2009). Som vi konstaterat ligger dessa processer utanför vår kontroll men ändå påverkar de vårt beteende i stor utsträckning.

Hur går man tillväga för att kontrollera något som är okontrollerbart? Vi föreställer oss att genom att göra medvetet ett tidigare oreflekterat beteende som orättvist så borde det leda till en högre grad av kontroll och även försök att motbalansera beteendet i fråga. Det har dock visat sig att stereotyper har en tendens att försvara sig mot försök att besegra dem och detta kan istället leda till att dessa stereotyper blir mer tillgängliga i medvetandet och därför också starkare (Banaji & Greenwald, 1995). En annan förklaring kan vi finna i kognitiv dissonansteori. Den formulerades av Leon Festinger (1957) och innebär i korta drag att människan har en önskan att skapa balans mellan handling och tanke. Detta stämmer med Plant och Devines interna skala som vi tog upp tidigare. En individ motiveras att bibehålla balans mellan sina principer och sitt agerande för att undvika ångest. Annan forskning styrker detta då de visat att sådana försök kan slå bakut då man ämnade punktera stereotypen genom att presentera en varning som försöksledarna hoppades skulle få deltagarna att bli motiverade att kontrollera sina attityder gentemot ett attraktivt stimuli (Payne et al., 2005). Denna varning var uttryckt på ett sätt som skulle uppmärksamma deltagaren på det faktum att det är vanligt att man blir påverkad av en priming effekt och att de troligtvis skulle skatta bilderna mer positivt efter att de presenterats för ett positivt prime. De blev instruerade att försöka bortse från denna påverkan. Resultaten från dessa studier är intressanta då man antog att försökspersonerna skulle bli mer öppna för informationen och att detta skulle hjälpa till att skapa nya regler för hur tolkningen skall gå till. Dock visade det sig att denna effekt inte var så stor man tidigare trott och anledningen till detta skulle kunna vara skillnaden mellan grader av intern/extern motivation (Higgins, 1996). En anledning till varför vi utför en handling kan också vara att handlingen i sig har blivit automatiserad. Det krävs inte mycket ansträngning för att sätta på sig säkerhetsbälten när vi sätter oss i bilen och många gör säkert detta utan att ens tänka på det. Det är en så simpel uppgift att det sker nästintill omedvetet (Ouellette & Wood, 1998). Det finns ytterligare förklaringar som passar i detta. En av de är att vi utför handlingar för att vi har gjort så tidigare och att de blivit en vana vilket i sin tur leder till minskad motivation att ändra oss. Dessa handlingar är nödvändigtvis inte grundade i våra attityder, normer eller intentioner (Bentler & Spekart, 1979).

Motivation och handling. De främsta teorierna som tar upp attityd, beteende och motivation är formulerade av Ajzen och Fishbein (1975) och är deras Theory of Reasoned Action samt Theory of Planned Behavior (TPB) som utvecklats ur den förra. Grunden till dessa teorier ligger i vår motivation att utföra en uppgift. Denna motivation kommer utifrån våra

förväntningar på en handling och värdet resultatet av denna handling har för oss. Det är vad som kommer bestämma huruvida vi gör det eller inte. Utvecklingen till TPB tar upp ytterligare en faktor som de döper till "percieved behavioral control" vilken översätts till upplevt kontroll över beteendet. Se figur 1 för illustration av TPB.



Figur 1. Theory of Planned Behavior. Formulerad av Fishbein & Ajzen 1975

TPB kan användas för att förklara båda delarna av attraktivitetsstereotypen. Den bidrar till att belysa hur det kommer sig att attraktiva behandlas bättre men den kan också förklara motsatsen, att diskriminering sker på grund av oattraktivitet. Om vi utgår från bilden så skall vi försöka leda detta beteendet genom teorin.

Människor håller i regel en uppfattning huruvida ett beteende i grunden kommer generera ett positivt eller negativt resultat för oss, detta är behavioral attitude. Ofta vet de också vad som är korrekt enligt samhällets normer, trots att dessa normer är flytande och ibland gäller för vissa grupper men inte andra. Den upplevda kontrollen över ens eget beteende påverkas ibland av yttre faktorer såsom resurser eller tidspress. Dessa tre faktorer tillsammans leder till formulering av en mening för ett kommande beteende och denna mening leder i sin tur till det faktiska beteendet. Alltså finns det utrymme att påverka motivationen för ett beteende. Om normerna menar på ett beteende, att man inte skall lägga för mycket vikt vid utseende som beslutsgrund så bör individen bli mindre benägen att utföra en handling som motsätter sig normen. Om de själva däremot tycker att det spelar mindre roll vilka grunder som använts för att fatta beslutet så

minskar inflytandet av normer. Många teorier tar upp liknande processer med lite variation i definitioner och många konstaterar att attityder gentemot något kan fungera som prediktor om förutsättningarna stämmer överens med den undersökta situationen. Det är fortfarande öppet för diskussion huruvida attityder är långvariga eller skapas här och nu, vad som triggar dem och framförallt om och i så fall hur de påverkas.

En ytterligare teori var att individer helt enkelt väljer utifrån den känsla som objektet i sig skapar (Dulany, 1962). När individen står inför ett val och ett av alternativen ger individen en positiv känsla medan den andra inte utlöser en känsla eller till och med en negativ, så borde vi vara mer benägna att välja alternativet som utlöste den positiva. Utifrån denna teori är det väldigt lätt att förstå varför attraktiva bedöms bättre, de utlöser oftast en positiv affekt inom oss. I denna teori finns det dock fallgropar. Det är svårt för en individ att skilja på känslan man får från objektet och känslorna man höll sedan tidigare av olika anledningar. Forskningen har visat att människor är mer benägna att skatta ett objekt på ett positivt sätt om de är på bra humör och tvärtom. Schwarz (1990) menar att det finns en stor varians i hur man bedömer ett objekt då ens egna humör påverkar bedömningen. Detta konfirmerar ståndpunkten att vi har svårt att skilja på källan till våra känslor och därmed också källan till våra attityder. Det skapar problem för de som är intresserade av att finna en koppling mellan attityder och ens benägenhet att utföra en viss handling.

En sak som är gemensamt för dessa teorier är att vi skapar attityder relativt enkelt utan att tänka på det och att dessa är öppna för påverkan utifrån. Ytterligare forskning har däremot visat att vi håller starkare och mer långsiktiga attityder gentemot något om vi har en faktisk och direkt erfarenhet av det (Regan & Fazio, 1977). Dessa attityder är bättre tillgängliga i vårt medvetande och därmed också mer troliga att påverka våra handlingar (Fazio, 1986).

Vi kan konstatera att den tidiga forskningen inom attityd-beteende fokuserade på hur vi skapar våra attityder utifrån interaktioner. Sedan rörde sig fältet mot en mer kognitiv syn på det och inkorporerade in hur vi tolkar meddelanden och dess källor och att det skulle påverka våra attityder (Allport, 1954). Det senaste rönen går dock tillbaka till det tidigare och konstaterar att attityder som grundar sig i direkt erfarenhet är bättre på att förutspå ett beteende då dessa är internt konstruerade och mer lättillgängliga i vårt medvetande och därför har en starkare koppling till ett framtida beteende (Higgins, 1998).

Syfte

Syftet med denna undersökning var att ta reda på om IMS går att använda som manipulation för att skapa förutsättningar för deltagaren att inte falla för attraktivitetsstereotypen i lika stor

utsträckning som om den inte använts. Vi formulerade vår manipulation utifrån två grader, den ena som vi valt att döpa till direkt manipulation och den mer ingående som vi valt att kalla indirekt manipulation. Den direkta manipulationen hade som syfte att undersöka om det räckte med att presentera påståendena för deltagaren för att skapa skillnad och den indirekta manipulationen var designad som så att deltagarna fick fylla i en justerad skala där det bara var möjligt att hålla med påståendena till olika grad, från håller delvis med till håller helt med. Idéen bakom denna design fick vi från forskningen som gjordes av Dunton och Fazio samt Plant och Devine som vi presenterat ovan. Enligt deras fynd så var deltagare som hade hög poäng på den interna skalan mindre påverkade av den sociala kontexten i vilken den fylldes i vilket stämmer bra med situationen vi valt att undersöka. Vårt resonemang kring användande av den justerade skalan var att vi skapar motivation för deltagaren att söka balans i deras skattade attityder och vidare skattningen de gjorde på kandidaterna genom att "tvinga" dem att hålla med påståendena. Detta resonemang ledde oss vidare till vår frågeställning som var: Är attraktivitetstereotypen aktuell i denna formulär och kan IMS påverka skattningen av kandidaterna trots att den är framtagen för att mäta attityder gentemot svarta människor? Vi formulerade följande hypoteser för att undersöka detta:

Hypotes 1: Om attraktivitetstereotypen är sann så bör de attraktiva kandidaterna skattas högre än de oattraktiva på sociala värden, i vår studie *Värme*, genomgående i de tre grupperna.

Hypotes 2: Eftersom attraktivitetstereotypen är relaterad till social färdigheter bör det inte vara någon skillnad i skattningen på variabeln *Kompetens* mellan grupperna.

Hypotes 3: Om vår manipulation har effekt så borde skattningarna skilja sig mellan gruppen som utsattes för den indirekt manipulationen och de andra två grupperna, åtminstone på variabeln *värme*.

Hypotes 4: Attraktiva kandidater kommer att skattas högre på anställningsbarhet än icke-attraktiva kandidater.

METOD

Deltagare

För huvudstudien behövde vi 90 deltagare, 15 deltagare per grupp/version. Vi strävade efter ett sample med hög grad av extern validitet och fann detta genom att randomisera ordningen av enkäterna som vi sedan delade ut. Vi sökte en spridning av deltagarna på kön, ålder, studieinriktning och geografiska områden inom Lunds universitet. Av deltagarna var 39 män och 50 kvinnor samt en som saknade information. Deltagarna var mellan 19 - 39 år och åldersfördelningen såg ut som följande $M=23,43$ ($SD=3,261$). Vi varierade sökområde på ett sätt som skulle uppfylla vårt krav på extern validitet och frågade helt enkelt människor om de var villiga att fylla i vår enkät. Genom detta fick vi tillräckligt med försökspersoner på ett sätt som stämde överens med tidigare nämnda krav¹.

Material

Tillsammans med vår handledare skapade vi 2 versioner av enkäten vi skulle använda för studien med 3 grader av manipulation per version (Rohner, 2012). En kontrollgrupp samt två grader av manipulation som vi valt att kalla för direkt manipulation (DM) och indirekt manipulation (IM). Manipulationen bestod av en översatt version av Plant & Devine (1998) IMS skala för intern motivation. Den är ursprungligen framtagen för att mäta fördomar gällande beteende gentemot svarta människor. För att den skulle vara användbar i denna studie var vi tvungna att översätta den och formulera om den så att den berörde beteende gentemot attraktiva/oattraktiva människor istället. Skillnaden mellan grupperna var att direkta manipulationsgruppen fick enbart läsa påståenden från IMS skalan medan den indirekta manipulationsgruppen även fick skatta sig på den. Skalan var justerad så det enbart gick att skatta sig positivt på den från där en 1a var ”stämmer till viss del” och en 3a stod för ”stämmer helt”. Den fullständiga versionen av enkäten bestod av en fiktiv annons för en tjänst som programmerare. Annonsen var utformad med en lättare genomgång av arbetsplatsen och arbetsuppgifterna med en tillhörande kravprofil. Instruktionerna var att läsa igenom denna och sedan bedöma de sökande på 8 egenskaper samt hur trolig man var att anställa kandidaten. Egenskaperna var social, inåtvänd, intelligent,

¹ Innan vi utformade enkäten vi skulle använda för huvudstudien var vi tvungna att undersöka vilka ansikten vi kunde använda. Detta gjorde vi genom att testa 68 ansikten som varierade i attraktivitet. Dessa 68 bilder valde vi från: KDF, IAPS, Ekman, Radboud, Cal/Pal. Skattningarna utfördes av 26 bedömare (14 kvinnor, 12 män) på skalan 1-5 där 1 var väldigt oattraktiv och 5 var väldigt attraktiv. Vi sökte deltagare som varierande i ålder, sysselsättning och kön. Dessa kontaktade vi genom att fråga förbipasserande om de kunde tänka sig att hjälpa oss med vår studie. Vi sökte ingen demografisk information från dessa. Sedan räknade vi ut ett medelvärde för varje ansikte och valde sedermera ut de 16 som fått lägst respektive högst poäng.

obegåvad, noggrann, vårdslös, vänlig och ovänlig. Anledningen till dessa var att fyra av dem är värden för värme och de andra fyra är värden för kompetens. Av de fyra så var två av dem vända för att ytterligare öka enkätens validitet. Sedan följde 16 st kandidater som alla hade ett cv med bild, tidigare erfarenhet och en kortare text kring deras profil. Utformningen av de CV vi skulle använda var samma för alla. De innehöll relevant arbetslivserfarenhet som varierade mellan ca 2 - 10 år. Även information rörande utbildning var inkluderad med examen och lärosäte. För varje kandidat var det också en kortare text ”om mig” som innehöll information om deras levnadssituation, till exempel om de var gifta, sambo eller singel, huruvida de hade barn, deras intressen och vilka egenskaper de värderade hos andra människor. Med hjälp av vår handledare försökte vi i så stor utsträckning som möjligt skapa likvärdiga CV för alla kandidater för att begränsa eventuell påverkan från en utomstående variabel. Tanken var att de CV vi använde oss av skulle vara liknande i värde. Det vill säga de varierade i erfarenhet och profil men på det stora hela var likvärdiga.

Dessa 16 CV var sedan skiftade i den andra versionen som kontroll för undvika skillnader kopplade till ett enskilt CV. Vi var intresserade av att undersöka variabeln attraktivitet, därför skiftade vi vilket CV som var kopplat till ett ansikte. Vi ville gardera oss emot eventuella sammanblandade ordningseffekter mellan de olika CV som skulle kunna påverkat resultaten. Alltså det som skiljde de två versionerna åt var vilket ansikte som var kopplat till ett visst CV. De tre graderna av manipulation gjorde att vi sammanlagt hade 6 uppsättningar av enkäten med 15 deltagare per grupp. Manipulationen var att innan de presenterades för annonsen så fick DM läsa 5 st påståenden som alla berör rättvist agerande gentemot attraktiva/oattraktiva människor . De fick instruktionen att läsa dessa noggrant och sedan fortsätta till annonsen. I IM versionen så fick deltagarna ta ställning till dessa påståenden och skatta sig huruvida dessa stämde delvis (1) till stämmer mycket bra (3). Sedan skulle de läsa annonsen och bedöma kandidaterna. Kontrollgruppen fick inte några påståenden utan presenterades för annonsen direkt och sedan de 16 kandidaterna. Enkäten avslutades med 4 stycken frågor som ämnade ta reda på hur lätt deltagarna tyckte det var att bortse från kandidatens attraktivitet när det kom till bedömningen. Två av dessa items var omvända så att en 4 indikerade ett lågt svar och en 1 tvärtom. Se appendix 1-3 för Plant och Devines InternalMotivationScale, exempel på CV och vilken ordning som användes för att matcha CVn med bild i de olika versionerna av enkäten.

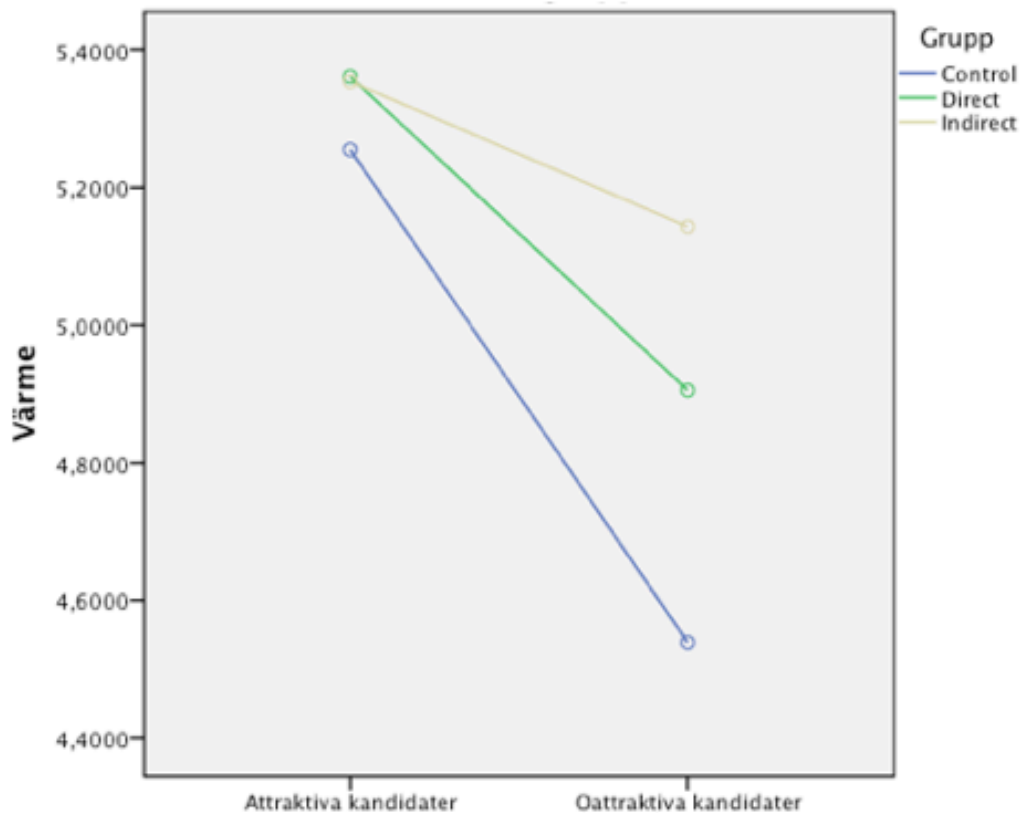
Procedur

Deltagarna som skulle fylla i enkäten fick muntliga instruktioner att inte prata om innehållet eller dela med sig med andra under tiden de fyllde i enkäten. De fick också

instruktioner att det skulle ta ca 15 minuter att fylla i och om de inte hade en penna så kunde vi tillhandahålla en. När de var klara skulle de lägga den åt sidan så att vi kunde samla in dem. Om de hade frågor kring studien var de mer än välkomna att ställa dessa när vi samlade in dem. Vi informerade dem om att deras uppgifter skulle behandlas korrekt och inte spridas. Den demografiska informationen vi samlade in var: kön, ålder och sysselsättning.

RESULTAT

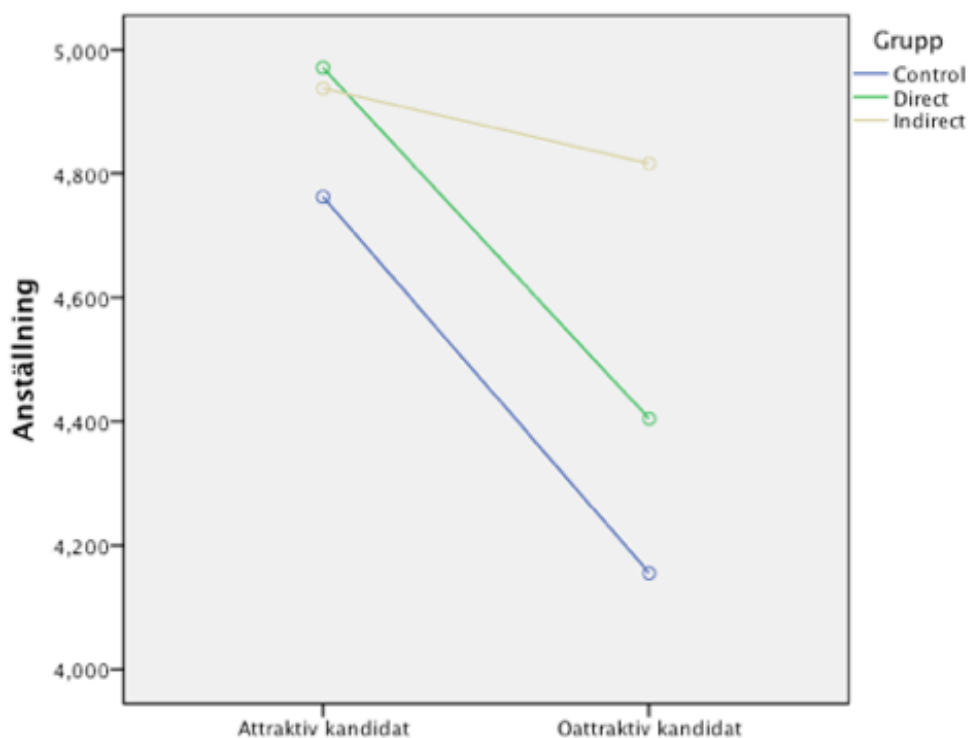
Vi var intresserade av huruvida attraktivitet påverkar hur man uppfattar och bedömer individer. Genom att räkna en repeated measure ANOVA på grupperna (3, kontroll, direkt, indirekt) och attraktivitet (2: attraktiv, oattraktiv) med skattningar av värme som beroendevariabeln (2: attraktiv värme, oattraktiv värme) fick vi resultatet för interaktionseffekt Wilks Lambda = 0.85, $F(2, 87) = 7.71$, $p < .005$, $\eta^2 = .15$. Detta resultat indikerar en statistiskt signifikant interaktionseffekt mellan attraktivitet och skattningar av värme. Huvudeffekten av attraktivitet på bedömningen var Wilks Lambda = .53, $F(1, 87) = 77.04$, $p < .0005$, $\eta^2 = .47$. Huvudeffekten av attraktivitet indikerar att det var en signifikant skillnad i bedömningen av värme hos kandidaterna beroende på vilken grupp som bedömde dem. Detta presenteras i figur 2.



Figur 2. De olika gruppernas poäng för kandidaterna på beroendevariabeln Värme

Interaktionseffekten visar att manipulationen var en anledning till att de oattraktiva kandidaterna skattades mer likvärdigt de attraktiva kandidaterna på skalan värme. Detta resultat stämmer överens med vår hypotes att de som utsattes för den indirekta manipulationen skulle ha en mer jämn skattning för både de attraktiva som de oattraktiva kandidaterna. Dock finns det fortfarande en benägenhet att skatta oattraktiva lägre än attraktiv genom alla grupper.

Vi fortsatte med en repeated measure ANOVA för grupperna (3 kontroll, direkt, indirekt) och beroendevariabeln kompetens (2: Attraktiv kompetens, oattraktiv kompetens) för att undersöka huruvida skattningar rörande kandidaternas kompetens påverkades av vilken grupp som skattade dem. Resultatet för interaktionseffekten var Wilks Lambda = .86, $F(2, 87) = 7.26$, $p < .005$, $\eta^2 = .14$. Också här var det en signifikant interaktionseffekt mellan attraktivitet och kompetens. Huvudeffekten av attraktivitet var Wilks Lambda = .95 $F(1, 87) = 5.06$, $p < .05$, $\eta^2 = 0.05$. Se figur 3.

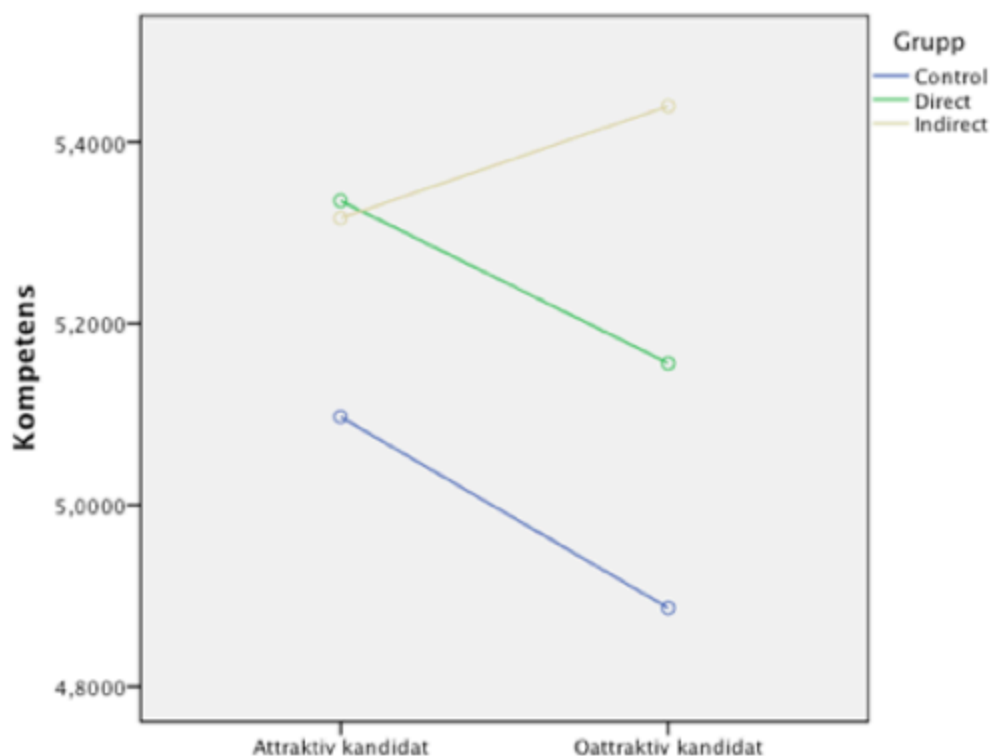


Figur 4. De olika gruppernas poäng för kandidaterna på beroendevariabeln Anställning

Resultaten från ANOVAn visar återigen en skillnad mellan grupperna. Denna gång var det kompetens som mättes och vi kan läsa från figur 3 att deltagarna i den indirekta manipulationen skattade de oattraktiva högre än de attraktiva på skalan som mäter kompetens, både inom gruppen och mot de andra grupperna. Det vi kan se är också att de oattraktiva skattas

lägre än attraktiva i de andra grupperna. Nämnvärt är dock att den direkta manipulationen leder till en konsekvent högre skattning på kompetens än kontrollgruppen, både för de oattraktiva kandidaterna som de attraktiva.

Vi ville även undersöka i vilken utsträckning deltagarna var villiga att anställa kandidaterna. Vi gjorde återigen en repeated measure ANOVA med grupperna (3, kontroll, direkt, indirekt) och anställning (2: attraktiv anställning, oattraktiv anställning). Resultatet för interaktionseffekten var Wilks Lambda = .93, $F(2, 87) = 3.50$, $p < .005$, $\eta^2 = .07$. Interaktionseffekten visar på en signifikant effekt av vilken grupp man tillhörde och skattningar på anställning. Huvudeffekten var Wilks Lambda = .76, $F(1, 87) = 25.86$, $p < .0005$, $\eta^2 = .24$. Det innebär att huvudeffekten av attraktivitet har en signifikant effekt även på anställning. Se figur 4.



Figur 3. De olika gruppernas poäng för kandidaterna på beroendevariabeln Kompetens

I figur 4 ser vi återigen att oattraktiva skattas lägre än attraktiva, denna gång på anställning. Trots att resultaten från figur 3 visar på en högre skattning av kompetens för de oattraktiva kandidaterna så var deltagarna i studien mer benägna att anställa de attraktiva kandidaterna.

DISKUSSION

Som vi kan se i resultaten skiljde sig grupperna åt i hur kandidaterna skattades på de olika variablerna. Detta var i enlighet med våra hypoteser. Kontrollgruppen och gruppen med direkt manipulation skattade genomgående attraktiva kandidater högre än de oattraktiva på två av variablerna, *värme* och *anställning*. I den indirekta gruppen skattades de oattraktiva nästan lika högt som de attraktiva, med undantag för *kompetens* då de oattraktiva hade högre värde än de attraktiva. Detta resultat strider mot vår hypotes 2, då vi antog att det inte skulle vara någon skillnad mellan grupperna på variabeln *kompetens* i och med att attraktivitetsstereotypen har en koppling till social färdigheter.

Analys av resultaten för de olika hypoteserna

Hypotes 1: Om attraktivitetsstereotypen är sann så bör de attraktiva kandidaterna skattas högre än de oattraktiva på sociala värden, i vår studie *Värme*, genomgående i de tre grupperna. Vi kan utifrån resultaten se att den indirekta manipulationen gav en mer jämn bedömning av kandidaterna på dimensionen värme. Attraktiva hade dock fortfarande en högre poäng. Detta stödjer vår hypotes då vi antog att attraktivitetsstereotypen skulle leda till en mer positiv bedömning av de attraktiva kandidaterna i och med att den är relaterad till värden vi formulerat i variabeln *värme*. Vi tolkar det som att attraktivitetsstereotypen är sann och faktiskt påverkar hur vi uppfattar andra individer.

Hypotes 2: Eftersom attraktivitetsstereotypen är relaterad till social färdigheter bör det inte vara någon skillnad i skattningen på variabeln *Kompetens* mellan grupperna. Även här har båda manipulationerna lett till en högre skattning av de attraktiva kandidaterna jämfört med kontrollgruppen. Vad som är extra intressant är dock att den indirekta manipulationen ledde till högre poäng för de oattraktiva än de attraktiva. Detta stämmer inte överens med vår hypotes i och med att vi antog att det inte skulle vara skillnad på variabeln kompetens eftersom den inte är relaterad till *kompetens*. En tänkbar förklaring till detta kan vara att deltagarna överkompenserade på denna dimension på grund av den svaga kopplingen mellan attraktivitetsstereotypen och intellektuell kompetens (Rosenberg, 1977). Skillnaden mellan kontrollgruppens bedömning på båda kategorierna av kandidater och den direkta manipulationsgruppens bedömning kvarstår dock, den direkta manipulationen leder till högre poäng för båda kategorier av kandidater. Alltså en motsatt effekt från den indirekta manipulationen. Detta är i enlighet med vad vi tidigare presenterat, att attraktivitet har störst implikationer för de sociala färdigheterna hos kandidaterna.

Hypotes 3: Kommer attraktiva kandidater skattas högre på anställningsbarhet i och med att attraktivitet påverka bedömningen av individer på ett positivt sätt? Den indirekta gruppen var mer jämn i sin bedömning på huruvida de skulle anställa kandidaten än de andra två grupperna. För alla tre grupper kvarstår dock det faktum att attraktiva får högre poäng. Skillnaden mellan kontroll och direkt manipulation stämmer överens med de tidigare dimensionerna. En anledning till detta skulle kunna vara att deltagarna använde mer av den givna informationen i CV när de beslutade om anställning än när de bara skulle uppskatta kandidaten på värme/kompetens. Resultaten stödjer vår hypotes att de attraktiva skulle "anställts" i större omfattning än de oattraktiva.

Hypotes 4: Om vår manipulation har effekt så borde skattningarna skilja sig mellan gruppen som utsattes för den indirekt manipulationen och de andra två grupperna, åtminstone på variabeln värme. Vi anser att resultaten vi fått från undersökningen styrker denna hypotes. Vi ser att de som utsattes för den indirekt manipulationen skiljde sig i skattningar avsevärt med de andra två grupperna. Detta gäller för alla tre variabler vilket vi tolkar som att manipulationen hade en effekt.

Tidigare forskning

Attraktivitetsstereotypen är påtaglig och vanligt förekommande, det har vi konstaterat. Många forskare har undersökt detta fenomen många gånger om. De har varierat i tillvägagångssätt men oftast nått samma slutsats. Att attraktivitet påverkar vår uppfattning av andra. Det finns exempel på studier som undersökt om det räcker med en klar varning gällande attraktivitetsstereotypen funktioner (Payne et al., 2005). De konstaterade dock att resultaten var mer eller mindre lika oavsett hur varningen formulerades eller om den var skriven i en större font. Alltså räcker det inte bara med information för att deltagarna skall revidera sin bedömning utan det krävs att det aktiveras på ett djupare plan. Det faktum att attraktivitetsstereotypen korrelerar bättre med sociala färdigheter har också stöd i tidigare forskning (Ashmore, Tuma, and Schreier's, 1980). Skillnaden mellan vår studie och de som genomförts tidigare är att vi fokuserade på att påverka deltagarnas bedömning i hopp om att det skulle leda till mer jämlik bedömning av attraktiva som oattraktiva kandidater. Mycket av den tidigare forskningen har varit intresserade av det faktum att stereotypen existerar och under vilka förutsättningar. Vad vi var intresserade av var hur vi kunde påverka den. Därav vår design av manipulationen. Vi anser att vi i och med denna studie tagit ett steg in i nästa del av processen vilket vi hoppas att fler forskningsprojekt gör i framtiden.

Allmänt om resultaten och framtida forskning

En förklaring till varför den direkta gruppen konsekvent skattade kandidaterna bättre än kontrollgruppen skulle kunna bero på att angreppet på stereotypen inte var kraftigt nog utan istället bidrog den till att göra stereotypen starkare. Denna förklaring har stöd i forskning av Banaji & Greenwald (1995). En ytterligare förklaring kan vi finna i affektmissattribution. Deltagarna i den direkta gruppen var konsekvent högre i sin bedömning av kandidaterna, oberoende av grad av attraktivitet och det skulle kunna bero på att de omedvetet var påverkade av påståendena men utan att skapa koppling till uppgiften. Det skulle kunna förklara varför de blev mer benägna att skatta alla kandidater högre. självklart kan vi inte skydda oss från att ta social önskvärdhet som en förklaring till varför resultatet skiljde sig åt mellan grupperna. Deltagare i den indirekta gruppen kan ha insett vad vi var intresserade av att mäta och därmed kan de ha justerat sina svar på ett sätt som skulle stämma överens med vad vi sökte. Det skulle varit intressant att föra in EMS skattningar här som en eventuell förklaringsmodell. Men som i all forskning är vi försiktiga med att uttala oss absolut kring våra resultat då det kan finnas yttre variabler som kan ha påverkat resultatet.

Vad vi har kommit fram till är att det går att skapa förutsättningar som gör det möjligt för deltagaren att begränsa påverkan av stereotyper, i detta fall attraktivitetsstereotypen, på bedömningen av kandidater. Vad som skulle varit spännande och intressant skulle vara om man införde en longitudinell aspekt i testet för att se om detta lett till en mer djuptgående effekt än bara under de 20 minuterna de fyllde i enkäten. Vi kan helt enkelt inte med säkerhet uttala oss om huruvida deltagarna i studien skapat nya hållbara attityder och ramverk för sin bedömning av individer eller om det bara gäller för just denna specifika situation. Det skulle också vara intressant om detta undersöktes i en skarp situation, det vill säga med deltagare som faktiskt arbetar med rekrytering och urval och speciellt om det var ett urval för en riktig tjänst.

Slutsats

Om vi ser till situationen vi studerat så skulle våra resultat kunna användas för att argumentera att det inte är god praxis att kräva en bild på CV vid urval eftersom det visat sig att attraktiva skattas högre på grund av deras utseende. Det blir allt mer vanligt att CV innehåller avsnitt som inte är relevanta för arbetsuppgiften i sig och detta bör, enligt oss, begränsas. Vad som inte berörs lika ofta är det faktum att detta börjar redan i tidig ålder då barn utsätts för reklam och meddelanden från omgivningen som spär på denna illusion att ”det som är vackert är bra”. Visst går det att argumentera för god design och ett välvårdat yttre men vi anser inte att det skall få mer utrymme än själva innehållet, varken i design eller i interpersonella-interaktioner.

Det vi kommit fram till i denna studie har implikationer även för andra situationer i vår vardag. Vad vi har identifierat är ett sätt som, i alla fall till viss del, kan skapa balans mellan uppfattning och bedömning. Det är uppfriskande att det finns ett sätt som kan korrigera uppfattningen vi får av face-value och vikten vi sedermera lägger hos detta värde. Om det kan skapas en modell utifrån detta som är användbar, inte bara gällande attraktivitet, utan även andra områden där individer diskriminerar på liknande sätt så är det ett steg i rätt riktning. Det finns ett värde i att ta reda på detta då vi i dagens samhälle står inför många områden där gamla attityder inte längre har någon plats om det skall vara möjligt för mänskligheten att gå vidare, tillsammans

REFERENSLISTA

- Ashmore, R. D.(1981). Sexstereotypes and implicit personality theory. In D. L. Hamilton (Ed.), *Cognitive processes in stereotyping and intergroup behavior* , 37-81. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Ashmore, R. D., Del Boca, E K., & Wohlers, A. J. (1986). Gender stereotypes. In R. D. Ashmore & E K. Del Boca (Eds.), *The social psychology of female-male relations: A critical analysis of central concepts* 69-119. Orlando, FL: Academic Press.
- Ashmore, R.D., Tumia, M., & Schreier, P.(1980). *Forming impressions of personality: A re-analysis of the central trait effect through multidimensional scaling*. Unpublished manuscript, Rutgers University, New Brunswick, NJ.
- Allport, G. W. (1954). *The nature of prejudice*. Reading, MA: Addison- Wesley.
- Banaji, M. R., & Hardin, C. (1996). Automatic stereotyping. *Psychological Science*, (7), 136-141.
- Banaji, M. R., & Greenwald, A. G. (1995). Gender stereotyping in judgments of fame. *Journal of Personality and Social Psychology*, (68) , 181-198.
- Banaji, M.R., Lemm K.,& Carpenter, S. (2003). The Social Unconscious: Interpersonal Processes. I Norbert, Schwartz, & Tesser, Abraham. *Blackwell Handbook of Social Psychology* (pp.134-159). Malden: Blackwell Publishers Ltd.
- Bassili, J. N. (1981). The attractiveness stereotype: Goodness or glamour? *Basic and Applied Social Psychology*, (2), 235-252.
- Bentler, P.M., & Spekart, G.(1979) Attitudes, Persuasion, and Behavior. I Norbert, Schwartz, & Tesser, Abraham.. *Blackwell Handbook of Social Psychology* (pp.413-436). Malden: Blackwell Publishers Ltd.
- Bohner, G., Schwarz, N. (2003) The Construction of Attitudes. I Norbert, Schwartz, & Tesser, Abraham. *Blackwell Handbook of Social Psychology* (pp.439-458). Malden: Blackwell Publishers Ltd.
- Bohner, G., Schwarz, N. (2003) Attitudes, Persuasion, and Behavior. I Norbert, Schwartz, & Tesser, Abraham. *Blackwell Handbook of Social Psychology* (pp.413-436). Malden: Blackwell Publishers Ltd.
- Crosby, F , Bromley, S., & Saxe, L . (1980). Recent unobtrusive studies of Black and White discrimination and prejudice: A literature review, *Psychological Bulletin* (87), 546-563.
- Deese, J. (1959). On the prediction of occurrence of a particular verbal intrusions in immediate recall. *Journal of Experimetal Psychology* (58), 17-22
- Dion, K. K. (1981). Physical attractiveness, sex roles and heterosexualattraction. In M. Cook (Ed.), *The bases of human sexual attraction*, 3-22 . London: Academic Press.

- Dion, K. K. (1986). Stereo typing based on physical attractiveness:and conceptual perspectives. In C. E Herman, M. E Zanna, & E. T.Higgins (Eds.), *Physical appearance, stigma and social behavior: The Ontario Symposium (3)*, 7-21. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Dion, K.K, Berscheid E, Walster E. (1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality & Social Psychology*, (25), 285–290. [[PubMed](#)]
- Dulany, D.E., (1962) Attitudes, Persuasion, and Behavior. I Norbert, Schwartz, & Tesser , Abraham. *Blackwell Handbook of Social Psychology* (pp.413-436). Malden: Blackwell Publishers Ltd.
- Eagly, Alice H.; Ashmore, Richard D.; Makhijani, Mona G.; Longo, Laura C.(1991) *Psychological Bulletin*, (110), 109-128
- Ekman, P., & Friesen, W. (1976). *Pictures of facial affect*. Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press.
- Radboud: Langner, O., Dotsch, R., Bijlstra, G., Wigboldus, D.H.J., Hawk, S.T., & van Knippenberg, A. (2010). Presentation and validation of the Radboud Faces Database. *Cognition & Emotion*, 24(8), 1377—1388. DOI: 10.1080/0269993090348
- Fazio, R.H., & Dunton, B.C. (1997) Categorization by race: The impact of automatic and controlled components of racial prejudice. *Journal of Social Psychology*, 33(5), 451-470
- Fazio, R. H., & Williams, C. J. (1986). Attitude accessibility as a moderator of the attitude-perception and attitude-behavior relations: An investigation of the 1984 presidential election. *Journal of Personality and Social Psychology*, (51), 505-514.
- Feingold, A. (1990b). Good-looking people are not what we think. Unpublished manuscript.
- Festinger, L. (1957). *A Cognitive Theory of Dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Fiske, S.T. (1998). Stereotyping, prejudice, and discrimination. In D. Gilbert, S. Fiske, & G. Lindzey (Eds.), *The handbook of social psychology*, 4(2), 357–411. New York: McGraw-Hill.
- Higgins, E. T. (1996). Knowledge activation: Accessibility, applicability, and salience. In E. T. Higgins & A. W. Kruglanski (Eds.), *Social psychology: Handbook of basic principles*, 133-168. New York:Guilford.
- Jacoby, L. L., Kelley, C. M., & Dywan, J. (1989). Memory attributions. In H. L. Roediger & F. I. M. Craik (Eds.), *Varieties of memory and consciousness: Essays in honour of Endel Tulving*, 391–422. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Langlois, J. H. (1986). From the eye of the beholder to behavioral reality: Development of social behaviors and social relations as a function of physical attractiveness. In C. E Herman, M. E

Zanna, & E. T. Higgins(Eds.), Physical appearance, stigma, and social behavior : The Ontario Symposium (3), 23-51. Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Langlois JH, Kalakanis L, Rubenstein AJ, Larsen A, Hallam M, Smoot M. (2000). Maxims or myths of beauty? A meta-analytic and theoretical review. *Psychological Bulletin*, (126) , 390–423.

Lundkvist, D., Flykt, A., & Öhman, A. (1998). The Karolinska Directed Emotional Faces, KDEF: Department of Clinical Neuroscience, Psychology Section Karolinska Institute Stockholm.IAPS: Lang, P. J., Bradley, M. M., & Cuthbert, B. (1995). The International Affective Picture System [Photographic Slides]. Gainesville: Center for Research in Psychophysiology, University of Florida.

McConahay, J. B., Hardee, B. B., & Batts, V. (1981). Has racism declined? It depends on who's asking and what is asked. *Journal of Conflict Resolution* (25), 563-579.

Ouellette, J. A., & Wood, W.(1998). Attitudes, Persuasion, and Behavior. I Norbert, Schwartz, & Tesser, Abraham. Blackwell Handbook of Social Psychology (pp.413-436). Malden: Blackwell Publishers Ltd.

Passer Michael, Smith Ronald, Holt Nigel, Bremner Andy, Sutherland Ed & Vliek Michael (2009). *Psychology: The Science of Mind and Behavior*. Maidenhead, Berkshire: McGraw- Hill Higher Education

Payne, K. B., 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.

Plant, E. A., & Devine, P. G. (1998). Internal and external motivation to respond without prejudice. *Journal of Personality and Social Psychology*, (75), 811–832.

Rohner, J.C (2012). Employability ratings for faces varying in physical attractiveness. Department of Psychology. Lund University.

Rosenberg, S. (1977). New approaches to the analysis of personal constructs in person perception. In A. L. Land & J. K. Cole (Eds.), *Nebraska Symposium on Motivation*, (24), 179-242. Lincoln: University of Nebraska Press.

Schacter, D. L. (1999). The Seven Sins of Memory: Insight from psychology and cognitive neuroscience. *American Psychologist*, 54(3), 182-203.

Sedikides, C., & Skowronski, J. J. (1990). Towards reconciling personality and social psychology: A construct accessibility approach. *Journal of Social Behavior and Personality*, (5) , 531-546.

Trope, Y., & Thompson, E.P. (1997). The Social Unconscious: Interpersonal Processes. I Norbert, Schwartz, & Tesser, Abraham. Blackwell Handbook of Social Psychology (pp. 134-159). Malden: Blackwell Publishers Ltd.

Winter, L., & Uleman, J.S. (1984). The Social Unconscious: Interpersonal Processes. In Norbert, Schwartz, & Tesser, Abraham. *Blackwell Handbook of Social Psychology* (pp.134-159). Malden: Blackwell Publishers Ltd.

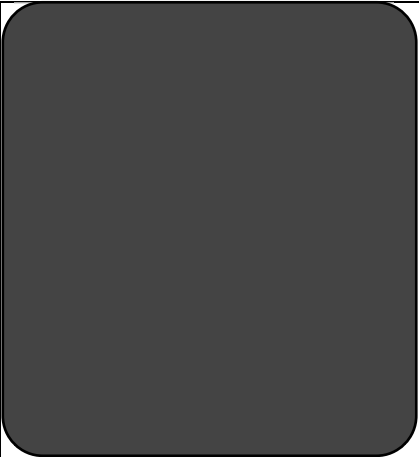
Appendix 1. Plant och Devines InternalMotivationScale som användes som manipulation

Instruktion

Var vänlig och ta ställning till följande påståenden genom att markera det alternativ som passar bäst med hur du ser på dig själv. Det finns inga korrekta eller felaktiva svar. Ange det alternativ som passar bäst med hur du upplever dig själv.

	Stämmer delvis	Stämmer ganska bra	Stämmer mycket bra
1. Jag upplever det som viktigt för mig personligen att agera utan fördomar mot oattraktiva personer	1	2	3
2. Enligt mina personliga värderingar är användandet av stereotyper mot oattraktiva personer inte OK	1	2	3
3. Jag motiveras av mina personliga värderingar att inte vara fördomsfull mot oattraktiva personer	1	2	3
4. Enligt mina värderingar tycker jag att det är fel att använda stereotyper om oattraktiva personer	1	2	3
5. Att vara fördomsfri gentemot oattraktiva personer är viktigt för min självbild	1	2	3

Appendix 2. Exempel på CV som användes för enkäten



Nuvarande arbete: Systemutvecklare Favoptic

Erfarenhet:
 Systemutvecklare Bokbutiken, 3 år
 Programmerare El shoppen, 2 år

Utbildning: Civilingenjör Uppsala Universitet

Om mig: Jag är singel och bor i lägenhet med 2 barn. På min fritid tycker jag om att spela golf och att resa. När det gäller andra människors egenskaper värderar jag särskilt integritet och spontanitet.

	Stämmer						Stämmer
	inte						bra
1: Social	1	2	3	4	5	6	7
2: Inåtvänd	1	2	3	4	5	6	7
3: Intelligent	1	2	3	4	5	6	7
4: Obegåvad	1	2	3	4	5	6	7
5: Noggrann	1	2	3	4	5	6	7
6: Vårdslös	1	2	3	4	5	6	7
7: Vänlig	1	2	3	4	5	6	7
8: Otrevlig	1	2	3	4	5	6	7
9: Jag hade anställt personen	1	2	3	4	5	6	7

Appendix 3. Matchordning av ansikten/CV i de två versionerna

A

Ordning	Ansikte	Kön	Att
1	15k		a
2	61k		o
3	69m		o
4	26k		a
5	27m		a
6	65k		o
7	39k		o
8	22m		a
9	23k		a
10	59k		o
11	48m		o
12	51m		o
13	4m		a
14	52m		o
15	30m		a
16	9k		a

B

Ordning	Ansikte	Kön	Att
1	61k		o
2	15k		a
3	27m		a
4	65k		o
5	69m		o
6	26k		a
7	23k		a
8	48m		o
9	39k		o
10	9k		a
11	22m		a
12	30m		a
13	52m		o
14	4m		a
15	51m		o
16	59k		o