



LUNDS
UNIVERSITET

INSTITUTIONEN FÖR PSYKOLOGI

***Det är utsidan som räknas: effekter av fysisk
attraktivitet och beteendeinformations inverkan på
bedömningen av kvinnors värme***

**Elisabeth Pihl
Sara Nilsson**

Kandidatuppsats VT 2016

Handledare: Martin Bäckström
Bihandledare: Fredrik Björklund
Examinator: Sverker Sikström

Sammanfattning

Studien syftade till att undersöka i vilken utsträckning som bedömningen av kvinnors värme modereras av deras fysiska attraktivitet och information om deras beteende. Detta undersöktes med hjälp av en dataapplikation där deltagarnas uppgift var att bilda sig en uppfattning om värmen hos åtta kvinnor, som varierade i grad av attraktivitet, utifrån den beteendebeskrivning som presenterades. 96 studenter vid Lunds Universitet deltog i studien och rekryterades enligt ett bekvämlighetsurval.

Studien testade hypotesen att "fysisk attraktivitet har en modererande effekt på människors bedömningar av personer som utfört kalla beteenden". Hypotesen grundades i tidigare studier som har visat att fysisk attraktivitet färgar bedömningen av personers egenskaper och har som störst påverkan på uppfattningen om personer som har utfört kalla beteenden. Resultatet gav stöd åt hypotesen; attraktiva kvinnor upplevdes som varmare än oattraktiva, när samtliga påstås ha utfört kalla beteenden. Däremot behövde omgivningen få en djupare uppfattning om kvinnornas beteende för att attraktivitet skulle moderera bedömningen av deras värme.

Tidigare studier har funnit att en så kallad negativitetseffekt kan uppstå vid uppfattningen om en persons moral, eftersom negativ information om moralen väger tyngre än positiv. Detta resulterar ofta i att ett generellt negativt intryck om en person uppstår. Med tanke på att attraktivitet kan färga personbedömningar är det troligt att attraktivitet även kan moderera negativitetseffekten. Därmed testades den andra hypotesen att "attraktivitet modererar negativitetseffekten", vilken studien inte kunde ge stöd åt. Sammanfattningsvis kan studien endast ge stöd för att attraktivitet har en modererande effekt på människors bedömningar av personer som utfört kalla beteenden.

Nyckelord: *Haloeffekt, negativitetseffekt, attraktivitet, kvinnor.*

Abstract

The purpose of the study was to investigate to what extent judgments of women's warmth are moderated by their physical appearance and information about their behavior. Participants estimated the warmth of eight women, based on statements about their behavior and on their level of attractiveness, in a data application that was developed for this research. A convenience sample of 96 students from Lund University participated in the study.

The first hypothesis stated that "physical attractiveness moderates the perception of people who show cold behavior". It was based on previous research indicating that attractiveness influences judgments about traits, and that the influence is strongest when the target person has acted cold. The results support the hypothesis; attractive women are perceived as warmer than unattractive, even though they all have acted cold. This result was only found when there was a great deal of information about the women's behavior.

Moreover, previous studies have shown that a negativity effect can occur when there is negative information about a person's morality. Because negative information concerning a person's morality tends to have a higher impact than positive, the result is usually a negative general impression. Considering that attractiveness can influence the perception of other people, it is also likely to moderate the negativity effect. This was the rationale behind the second hypothesis, stating that "attractiveness moderates the negativity effect", which was not supported by the results. To conclude, the study can only support that attractiveness moderates the perception of people who show cold behavior.

Keywords: *Halo effect, negativity effect, attractiveness, women.*

egenskaper. Därmed antog Miller att fysisk attraktivitet har en potentiell stark inverkan på det första intrycket, där attraktiva personer har en fördel av sitt fysiska yttre.

Millers (1970) forskning låg till grund för vad som senare benämndes som en attraktivitetsstereotyp, vilken fick stöd i forskning av Dion et al. (1972). Inom den socialpsykologiska forskningen har begreppet undersökts utifrån teorin "what is beautiful is good" (Dion et al., 1972; Feingold, 1992; Landy & Sigall, 1974). Teorin menar att fysiskt attraktiva personer, i jämförelse med fysiskt oattraktiva, antas besitta mer socialt önskvärda personlighetsdrag som exempelvis vänlighet och värme (Dion et al., 1972). Dessutom förväntas attraktiva personer inneha mer prestigefyllda jobb och leva lyckligare liv än oattraktiva personer.

Attraktivitet har dessutom undersökts i relation till haloeffekten (Kaplan, 1978; Landy & Sigall, 1974). Bland annat upptäckte Landy och Sigall (1974) att attraktivitet kan frambringe en haloeffekt då de fann en skillnad i mäns bedömning av uppsatser av låg kvalitet, beroende på den kvinnliga författarens grad av attraktivitet. De uppsatser som påstods vara skrivna av attraktiva kvinnor fick högre betyg, ett resultat som även Kaplan (1978) fann. Fortsättningsvis har forskning uppmärksammat en stark relation mellan uppfattningen av attraktivitet, intelligens, samvetsgrannhet och akademisk prestation (Talamas, Mavor & Perrett, 2016). Denna korrelation tyder på att fysisk attraktivitet kan generera en haloeffekt, vilken påverkar uppfattningen om personers egenskaper. Med utgångspunkt i dessa fynd vore det intressant att undersöka i vilken utsträckning som fysisk attraktivitet kan moderera personbedömningen och därmed utveckla förståelsen för attraktivitetens påverkan.

Även om mycket forskning har givit stöd åt att attraktivitet är fördelaktigt, finns det stöd för att så inte alltid är fallet (Dermer & Thiel, 1975; Heilman & Suruwatari, 1979). När Dermer och Thiel (1975) undersökte ovannämnda attraktivitetsstereotyp gav deras resultat stöd åt teorin "what is beautiful is good" samtidigt som forskarna även fann negativa egenskaper associerade till stereotypen. De upptäckte att attraktiva kvinnor bland annat antas vara mer egenkära och troliga att begå äktenskapsbrott än oattraktiva kvinnor. Därmed föreslog författarna att attraktiva kvinnor inte alltid har ett socialt övertag, utan att fördelarna verkar vara beroende av vilka egenskaper hos kvinnan som lyfts fram och i vilken kontext.

En annan begränsning för attraktiva kvinnors fysiska utseende påvisades av Heilman och Suruwatari (1979). De undersökte om fysisk attraktivitet kunde vara ett hinder för kvinnor i anställningssammanhang. Resultatet påvisade att typen av tjänst och den arbetssökandes kön låg till grund för huruvida fysisk attraktivitet är av fördel eller nackdel

för den arbetssökande. Till skillnad från attraktiva män, verkade attraktiva kvinnor straffas av sitt utseende då de sökte chefspositioner.

Trots att det finns bevis för att attraktivitet inte alltid är fördelaktigt, förväntas denna studie framförallt uppväcka positiva associationer vid exponering av foton föreställande attraktiva kvinnor. Av denna anledning förväntas fysisk attraktivitet vara fördelaktigt snarare än ett hinder vid personbedömning i denna studie.

Personbedömningar. Som nämnt kan fysisk attraktivitet påverka intrycket av en person (Dermer & Thiel, 1975; Dion et al., 1972; Heilman & Suruwatari, 1979; Miller, 1970), vilket kan komma att förstärkas eller förändras av vidare information om personens beteende (Willis & Todorov, 2006). Krueger och Rothbart (1988) påvisade att information om personens egenskaper är av större vikt vid personbedömning än information som är associerad till personens tillhörande kategori, exempelvis kön. Detta innebär att personbedömningen främst baseras på personens faktiska handlande, snarare än hur den förväntas agera utifrån stereotypen.

I både klassiska och moderna studier av personperception, där forskare undersöker hur individer uppfattas utifrån olika faktorer som exempelvis ansiktsuttryck eller något de gjort, har värmedimensionen använts frekvent (Asch, 1946; Rosenberg, Nelson & Vivekananthan, 1968; Wojciszke, Bazinska & Jaworski, 1998). Värmedimensionen är betydelsefull då den innefattar grundläggande egenskaper som är viktiga för att leva och trivas i en social värld (Fiske et al., 2008). Bland annat består den av egenskaper som moral, pålitlighet och lojalitet, vilka gör det möjligt att bedöma andras avsikt i sociala sammanhang. Tillsammans med kompetensdimensionen utgör de två universella dimensioner som kan användas för att förtydliga skillnader och likheter i uppfattningen mellan olika sociala grupper. Det innebär att den generella uppfattningen om en grupp kan förstås utifrån vilken grad av värme och kompetens som gruppen antas besitta.

I de studier där värmedimensionen har använts, förekommer den ofta under andra benämningar (Fiske et al., 2008). Exempelvis användes dimensionen moral i en studie av Wojcizke et al. (1998). Eftersom moral överlappas helt av värme (Fiske et al., 2008), går det att anta att även information från värmedimensionen påverkar personbedömningar likt information från dimensionen moral. Inom moraldimensionen har negativ information visat sig väga tyngre än positiv (Birnbbaum, 1972; 1973), vilket ofta resulterar i att ett generellt negativt intryck om personen uppstår (Wojciszke, Brycz & Borkenau, 1993). Detta har kommit att benämnas som negativitetseffekten, vilken uppstår på grund av olika förväntningar i förhållandet mellan egenskaper och beteende (Reeder, 1993; Reeder &

Brewer, 1979). En person som anses vara av hög moral förväntas enbart kunna agera moraliskt, medan en omoralisk individ antas vara förmögen till att både kunna agera omoraliskt och moraliskt. På grund av att omoraliska handlingar inte förväntas utföras av moraliska personer, får denna typ av handling större inverkan på personbedömningen. Slutligen har forskning påvisat att attraktiva kvinnor antas vara mer moraliska än oattraktiva kvinnor (Byrne et al., 1968).

Sammanfattningsvis går det att konstatera att utöver en persons fysiska attraktivitet, påverkar information om personens beteende hur denne uppfattas. Mer specifikt har negativ information om personers moral visat sig väga tyngre än positiv information vid personbedömning. Eftersom moral överlappas av värme, är det tänkbart att negativ information om personens värme har liknande inverkan på intrycket som negativ information om moralen har. Ovanstående forskning ligger till grund för studiens syfte, att undersöka hur fysisk attraktivitet modererar bedömningen av en person som har utfört negativa beteenden, det vill säga kalla beteenden, inom värmedimensionen.

Attraktivitetens inverkan på haloeffekten. Haloeffekten undersöktes i en studie av Gräf och Unkelbach (2016), vars syfte var att öka förståelsen för hur haloeffekter från positiv och negativ information påverkar inom och mellan de olika dimensionerna "agency" och "communion". Den sistnämnda är jämförbar med värmedimensionen, eftersom de till stor del liknar varandra om ej är identiska (Fiske et al., 2008). Studien bestod av fyra olika experiment, varav endast de tre sista är relevanta för denna studie och beskrivs därför mer detaljerat. I två av experimenten presenterades deltagarna för foton föreställande kvinnor och mäns ansikten (attraktiva och oattraktiva) tillsammans med ett beteende eller en egenskap som beskrev personen. Samtliga ansikten presenterades endast en gång för varje deltagare.

I det andra experimentet testades hypotesen att haloeffekter från negativ information ökar av att presenteras med överensstämmande ansikten, till skillnad från haloeffekter från positiva egenskaper vilka endast förväntades influeras måttligt av presentationen av överensstämmande ansikten. Med andra ord, om graden av attraktivitet påverkade haloeffekterna från positiva och negativa egenskaper. Detta undersöktes genom att presentera attraktiva ansikten tillsammans med positiva egenskaper och oattraktiva ansikten med negativa egenskaper. Med andra ord stämde ansiktenas grad av attraktivitet överens med egenskapernas valör. Resultatet visade att haloeffekter av positiva egenskaper inte påverkades av att presenteras tillsammans med attraktiva ansikten. Detta innebar att de positiva egenskaperna inte färgade av sig på bedömningen av andra egenskaper när

egenskapen presenterades tillsammans med ett attraktivt ansikte. Exempelvis bedömdes en ärlig person med ett attraktivt ansikte inte vara mer arbetsam. Däremot förändrades halo effekter från negativa egenskaper av att presenteras tillsammans med oattraktiva ansikten, speciellt mellan dimensionerna. Detta innebar att en lögnare med ett oattraktivt ansikte också bedömdes vara lat. Således färgade en negativ egenskap bedömningen av en annan egenskap när egenskapen presenterades tillsammans med ett oattraktivt ansikte. Sammanfattningsvis innebär detta att hypotesen fick stöd; halo effekter från negativa egenskaper ökar av att presenteras tillsammans med överensstämmande ansikten, till skillnad från halo effekter från positiva egenskaper.

Negativa beteenden har ofta en starkare påverkan på intrycket av personer än positiva beteenden (Skowronski & Carlston, 1989). I det tredje experimentet testades därför hypotesen att halo effekter från negativa beteenden påverkas starkare av motsägande ansiktens närvaro, än halo effekter från positiva beteenden. De beteenden som presenterades var således motsägande ansiktens grad av attraktivitet i detta experiment. Det vill säga, attraktiva ansikten presenterades tillsammans med negativa beteenden och oattraktiva med positiva beteenden. Resultatet påvisade att det inte spelade någon roll om personerna var attraktiva eller ej, så länge de uppvisade positiva beteenden. Detta stämde överens med resultatet från det andra experimentet där halo effekter från positiva egenskaper inte påverkades av att presenteras tillsammans med attraktiva ansikten. Däremot gick det att utläsa att halo effekter från negativa egenskaper, speciellt mellan dimensionerna, påverkades av motsägande ansikten. På så vis bedömdes en attraktiv lögnare som mindre egoistisk, till och med en aning arbetsam. Sammanfattningsvis fick hypotesen stöd då Gräf och Unkelbach (2016) fann den förväntade påverkan av attraktivitet på halo effekter från negativa beteenden.

I det fjärde experimentet undersöktes hur information om ett positivt eller negativt beteende påverkar intrycket av en person, när denna information är oförenlig med tidigare information som presenterats. Därmed testade experimentet hypotesen att positiv information har en starkare påverkan än negativ information, vilket förväntades uttryckas genom att ett enda positivt beteende skulle påverka halo effekter från fyra negativa beteenden mer än ett negativt beteende på halo effekter från fyra positiva beteenden. Experimentet bestod av en experimentgrupp och en kontrollgrupp, där deltagarna i den sistnämnda presenterades för fyra konsekventa beteenden inom en dimension (exempelvis fyra positiva beteenden inom agency-dimensionen). Utöver dessa fyra beteenden presenterades experimentgruppen även för ett motsägande från en annan dimension. Detta

Tidigare forskning menar att en negativitetseffekt tenderar att uppstå då det förekommer både positiv och negativ information om en persons moral (Wojcizke, 2005). I och med att moral- och värmedimensionerna liknar varandra (Fiske et al., 2008) är det tänkbart att negativitetseffekten även uppstår vid samma situation inom värmedimensionen. Eftersom attraktivitet kan färga personbedömningar (Dion et al., 1972), är det troligt att attraktivitet även kan moderera negativitetseffekten. Därmed är den andra hypotesen att "negativitetseffekten modereras av fysisk attraktivitet". Detta innebär att när negativitetseffekten uppstår, uppfattas attraktiva personer som varmare än de oattraktiva.

Metod

Deltagare

Antalet deltagare som inkluderades i studien var 96, varav 47 kvinnliga och 49 manliga deltagare. Dessutom förekom ytterligare 16 deltagare som bedömdes som bortfall då dessa inte hade komplett data från testet. Medelåldern var 23,21, minimumåldern 19, maximumåldern 52 och $SD = 4,1$. Samtliga deltagare som inkluderades var universitetsstudenter.

Material

Studien genomfördes med hjälp av en dataapplikation som utvecklades för denna forskning. Deltagarnas uppgift var att bilda sig en uppfattning om värmen hos åtta kvinnor. Vid två separata mättillfällen fick deltagarna bedöma kvinnornas värme baserat på den beteendeeinformation som presenterades. En förskattning skedde innan testets början då deltagarna uppmanades att skatta värmen enbart baserat på deras intryck av de foton som presenterades. Värmeskalen gick från 0-100 där 0 var mycket kall och 100 mycket varm. Innan det första och andra mättillfället presenterades deltagarna för beteendeeinformation, som innan det första mättillfället antingen var genomgående varm eller kall och innan det andra även blandad (varmkall eller kallvarm). Tillsammans med fotona utgjorde beteendeeinformationen grunden för personbedömningen. Innan första och andra mättillfället ombads deltagarna att rangordna samtliga kvinnor på en skala från mycket kall till mycket varm. Deltagarna fick även genomföra en konfidensskattning av sina värmeskattningar vid de två mättillfallen, det vill säga, skatta hur säkra de kände sig på värmeskattningen.

Tidigt i datainsamlingen upptäcktes ett fel i applikationen då ändarna på värmedimensionens skala hade bytt plats vid det andra mättillfället. Till skillnad från förskattningen och det första mättillfället då skalan gick från (0) mycket kall till (100) mycket varm, gick skalan vid det andra mättillfället från (0) mycket varm till (100) mycket kall. Resterande deltagare blev informerade om detta innan de påbörjade experimentet.

Testet avslutades med demografiska frågor om kön, ålder, sysselsättning och eventuell studieinriktning.

Foton. Samtliga deltagare presenterades för samma åtta foton av kvinnors ansikten. Kvinnorna såg ut att vara jämnåriga och ha samma etniska bakgrund. Däremot skiljde sig kvinnorna i grad av attraktivitet; hälften var skattade som generellt attraktiva och andra hälften som generellt oattraktiva vid en förskattning i en tidigare studie. Kvinnorna hade sedan tidigare givit sitt godkännande till att deras foto används i forsknings-sammanhang.

Beteenden. Beteendeeinformationen bestod av påståenden om beteenden som kvinnorna utfört. Påståendena var framtagna och förskattade med avseende på grad av värme i en tidigare studie. Samtliga foton i testet var kopplade till åtta beteenden, vilka var antingen genomgående varma, kalla eller förändrades från varma till kalla eller tvärt om. Innan det första mättillfället presenterades deltagarna för fyra beteenden om varje kvinna som antingen var genomgående varma eller kalla. Ytterligare fyra beteenden presenterades om varje kvinna innan det andra mättillfället. Beteendena var antingen genomgående varma, kalla eller blandade (varmkall eller kallvarm). Vid de tillfällen som beteendeserien förändrades började serien med sex beteenden av en valör och därefter presenterades två av den motsatta, exempelvis sex kalla och två varma. Samtliga deltagare presenterades för totalt 64 beteenden. Ett exempel på ett varmt beteende är "X var hjälpsam mot en äldre person" och kallt beteende är "X lämnade sin partner på grund av dennes arbetslöshet".

Design

Experimentet var en inom-individ-design där balanseringen baserades på latin square. Det fanns fyra olika varianter av beteendeeinformation. Alla foton kombinerades med alla serier av beteenden, vilka utgjorde en talserie. Experimentet innehöll totalt tre talserier med 32 deltagare i varje serie. För att kontrollera för ordningseffekter och för att foton i sig inte skulle påverka resultatet, var de kopplade till olika beteenden för varje deltagare i serien och balanserades enligt latin square. Samma ordning och kombination av foto och beteende presenterades således för tre av deltagarna i studien.

Procedur

Deltagarna rekryterades enligt ett bekvämlighetsurval vid olika fakulteter vid Lunds Universitet. Resultatets generaliserbarhet påverkades sannolikt inte av att urvalet endast bestod av studenter i ungefär samma ålder eftersom vem som anses vara attraktiv respektive oattraktiv är relativt oberoende av kön, ålder och kulturtillhörighet (Langlois et al., 2000). Experimentet tog cirka 15 minuter att genomföra och beskrevs för deltagarna som en studie om personbedömning. Samtliga deltagare blev informerade om att det var frivilligt att delta,

att testet var anonymt och att de kunde avbryta när som helst om så önskades. Experimentet kunde inte påbörjas innan deltagarna bekräftat att de var införstådda med ovanstående information och givit sitt samtycke till att delta. Därefter fick deltagarna vidare instruktioner om testet och efter sitt deltagande blev de erbjudna en kaka som tack. Innan analysen påbörjades granskades data för att kontrollera att felet med utformningen av värmeskalans ändrar vid det andra mättillfället inte orsakade missvisande resultat. Data som tydde på att en deltagare inte uppmärksammat felet klassificerades som bortfall och ersattes av en ny deltagare.

Analys

Data undersöktes med hjälp av en faktoriell (univariat) analys i SPSS där signifikansnivån var $p < 0,05$. Data analyserades med foton som lägsta nivå. Dessutom presenterades inte alla deltagare för lika många kalla och varma individer som var attraktiva respektive oattraktiva.

Resultat

För att undersöka om det inledningsvis fanns en skillnad i upplevd värme mellan de attraktiva och de oattraktiva kvinnorna, oberoende av beteendeeinformation, gjordes ett oberoende t -test med stickprov där $p < 0,05$. Varje foto räknades som en person (N). Den beroende variabeln utgjordes av värme och den oberoende av attraktivitet, vilken hade två nivåer (attraktiv och oattraktiv). Levenes test för homogen varians var signifikant ($p = 0,01$), vilket inte ansågs vara något problem eftersom det fanns lika stort antal deltagare i båda grupperna, samt att resultatet med och utan antagandet om homogen varians inte skiljde sig åt. På grund av detta användes resultatet med antagandet om homogen varians. Resultatet visade att det fanns en signifikant skillnad i värme mellan de attraktiva ($M = 52,98$, $SD = 18,22$) och de oattraktiva kvinnorna ($M = 46,81$, $SD = 16,34$); $t = -4,94$, $p < 0,001$. Alltså, enbart baserat på fotona upplevdes de attraktiva kvinnorna vara signifikant varmare än de oattraktiva.

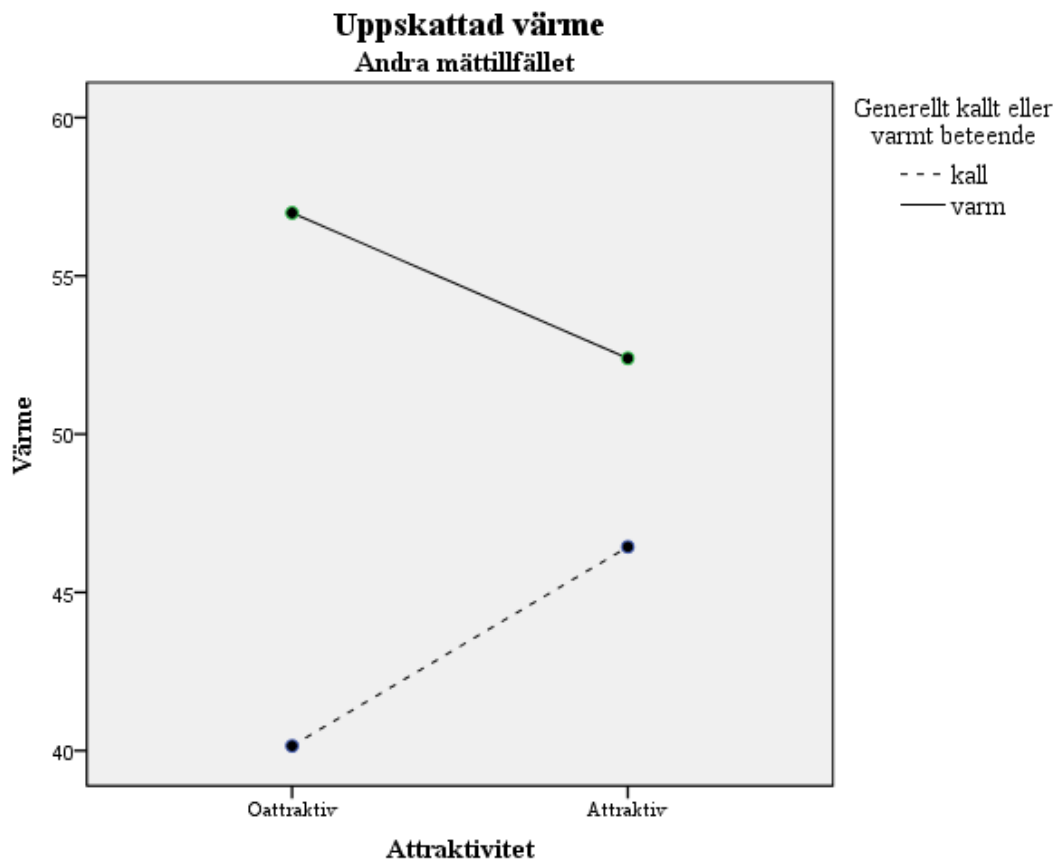
För att kontrollera att manipulationen fungerade gjordes en univariat analys av det första och andra mättillfället, vilka analyserades separat. Analysen tyder på att det fanns en signifikant skillnad vid det första mättillfället, $F(1,760) = 575,26$, $p < 0,001$, $\eta_p^2 = 0,43$, i upplevd värme mellan kvinnor med generellt kalla och varma beteenden. Det som benämns som generellt kalla beteenden består av genomgående kalla och kallvarma beteenden (sex kalla och två varma) och de som benämns som generellt varma av genomgående varma och varmkalla beteenden (sex varma och två kalla). Resultatet visade att de kvinnor som

presenterades som generellt kalla ($M = 32,47$, $SD = 20,66$) uppfattades som mindre varma än de kvinnor som presenterades som generellt varma ($M = 68,35$, $SD = 20,79$). Detsamma gäller resultatet från det andra mättillfället, $F(1,760) = 36,45$, $p < 0,001$, $\eta_p^2 = 0,05$, där de generellt kalla ($M = 43,29$, $SD = 26,45$) upplevdes mindre varma än de generellt varma ($M = 54,69$, $SD = 26,21$). Resultaten tyder på att manipulationen fungerade vid de båda mättillfällena.

Fortsättningsvis gjordes en univariat analys av första och andra mättillfället, vilka analyserades separat. Vid analysen av det första mättillfället utgjordes den beroende variabeln av värme, och de två oberoende, vilka hade två nivåer vardera, av attraktivitet (attraktiv, oattraktiv) och beteende (kall, varm). Dessa variabler användes även vid analys av det andra mättillfället, tillsammans med den tredje oberoende variabeln förändring av beteende (ja, nej). Vid det första mättillfället fanns ingen signifikant skillnad i värme mellan attraktivitet och beteende; $F(1,760) = 0,85$, $p = 0,357$, $\eta_p^2 = 0,001$. De attraktiva ($M = 32,35$, $SD = 1,50$) och oattraktiva kvinnorna ($M = 32,58$, $SD = 1,50$) som uppvisade generellt kalla beteenden upplevdes ungefär lika varma. Detsamma avser de attraktiva ($M = 69,61$, $SD = 1,50$) och oattraktiva kvinnorna ($M = 67,09$, $SD = 1,50$) som uppvisade generellt varma beteenden.

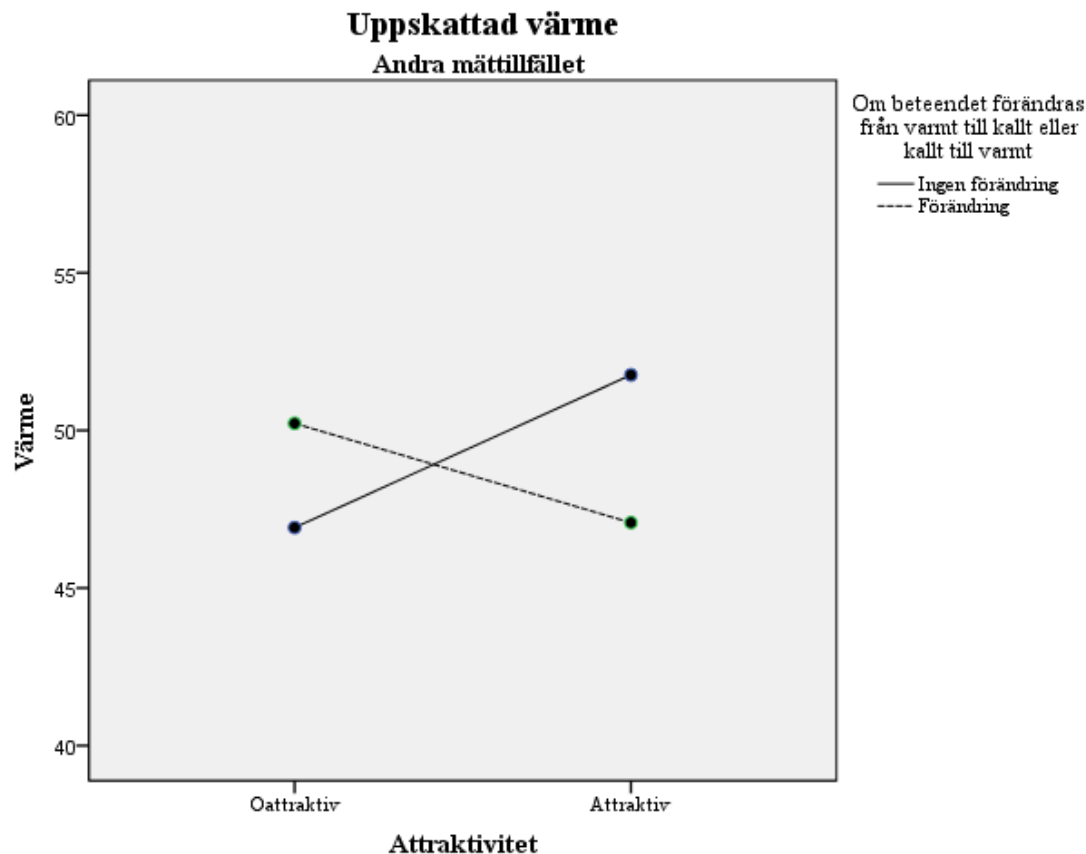
Därefter testades hypotesen att fysisk attraktivitet har en modererande effekt på människors bedömningar av personer som utfört kalla beteenden. En attraktiv person som utfört ett kallt beteende förväntades alltså upplevas som varmare än en oattraktiv person som utfört samma beteende. Detta undersöktes vid det andra mättillfället där attraktivitet och beteenden analyserades i förhållande till värme. Som visas i figur 1 fanns det en signifikant interaktionseffekt mellan attraktivitet och beteende; $F(1,760) = 8,30$, $p = 0,004$, $\eta_p^2 = 0,01$. Vidare analyser av enkla effekter visade en signifikant skillnad i värme mellan de attraktiva och oattraktiva kvinnorna som uppvisade kalla beteenden; $F(1,760) = 5,54$, $p = 0,019$, $\eta_p^2 = 0,01$. De oattraktiva kvinnorna ($M = 40,15$, $SD = 1,89$) upplevdes således som kallare än de attraktiva kvinnorna ($M = 46,44$, $SD = 1,89$) när samtliga uppvisat ett generellt kallt beteende, vilket gav stöd åt hypotesen att fysisk attraktivitet har en modererande effekt på människors bedömningar av personer som utfört kalla beteenden. Inget signifikant resultat av enkla effekter fanns i skillnaden av värme mellan attraktiva ($M = 52,40$, $SD = 26,31$) och oattraktiva kvinnor ($M = 56,99$, $SD = 25,98$) som uppvisat ett generellt varmt beteende; $F(1,760) = 2,96$, $p = 0,086$, $\eta_p^2 = 0,004$. För de attraktiva fanns däremot en signifikant

skillnad mellan de som uppvisat kallt respektive varmt beteende; $F(1,760) = 4,98, p = 0,026, \eta_p^2 = 0,01$. Detsamma gäller de oattraktiva där det fanns en signifikant skillnad mellan de som uppvisade kalla respektive varma beteenden; $F(1,760) = 39,77, p < 0,001, \eta_p^2 = 0,05$.



Figur 1

Det går att utläsa i figur 2 att analysen av det andra mättillfället även visade att det fanns en signifikant interaktionseffekt mellan attraktivitet och förändring av beteende i förhållande till värme; $F(1,760) = 4,48, p = 0,035, \eta_p^2 = 0,01$. Vidare analys av enkla effekter visade att inga skillnader var signifikanta. Däremot går det att utläsa en viss tendens till ett mönster mellan de attraktiva kvinnorna vars beteende förändrades ($M = 47,07, SD = 24,08$) och inte förändrades ($M = 51,76, SD = 28,11$); $F(1,760) = 3,08, p = 0,08, \eta_p^2 = 0,004$. För de oattraktiva kvinnorna fanns det heller ingen signifikant skillnad ($p > 0,05$) mellan förändrade ($M = 50,22, SD = 22,58$) och inte förändrade beteenden ($M = 46,92, SD = 31,84$). För de som inte förändrades går det även här att se ett visst mönster mellan de attraktiva och oattraktiva kvinnorna; $F(1,760) = 3,29, p = 0,07, \eta_p^2 = 0,004$. För de vars beteenden inte förändrades fanns ingen signifikant skillnad ($p > 0,05$).



Figur 2

Fortsättningsvis kunde analyserna inte påvisa någon signifikant skillnad mellan typ av beteende och förändring av beteende ($p > 0,05$). Det fanns heller ingen signifikant trevägsinteraktion mellan attraktivitet, beteende och förändring av beteende i förhållande till värme ($p > 0,05$). Detta tyder på att hypotesen, att negativitetseffekten modereras av fysisk attraktivitet, inte fick stöd.

Sammanfattningsvis fanns ingen interaktion mellan attraktivitet och beteende vid det första mättillfället, till skillnad från det andra mättillfället då interaktionen var signifikant. Detta uttrycktes genom att en oattraktiv kvinna upplevdes vara mindre varm än en attraktiv, när samtliga påstås ha utfört kalla beteenden. Studien fann även en signifikant interaktion mellan variablerna attraktivitet och förändring av beteende vid det andra mättillfället. Däremot fanns ingen signifikant trevägsinteraktion mellan attraktivitet, beteende och förändring av beteende.

Diskussion

Studiens resultat antyder att attraktivitet har en modererande effekt på uppfattningen om kvinnors värme, då omgivningen får ta del av mycket information om kvinnors

varmare än oattraktiva. Detta överensstämmer med “what is beautiful is good” (Dion et al., 1972). Vidare analyser av enkla effekter gav inga signifikanta resultat vilket medför att det är svårare att tolka interaktionen. Troligtvis är interaktionen beroende av beteende och inte enbart huruvida beteendena förändras eller inte.

Negativitetseffekten

Studien fann inget stöd för hypotesen att attraktivitet modererar negativitetseffekten, eftersom interaktionen mellan attraktivitet, beteende och förändring av beteende inte var signifikant. Resultatet kan bero på att metoden möjligtvis inte genererade en tillräckligt stark negativitetseffekt. Det vill säga, de kalla beteendena som presenterades hade eventuellt inte tillräckligt stor påverkan på deltagarna för att en modererande effekt skulle uppstå. Detta kan bero på att de kalla beteenden som presenterades var för få eller att beteendena inte var kalla nog. Exempelvis menar Gräf och Unkelbach (2016) att ett motsägande negativt beteende har mycket mindre påverkan på ett positivt helhetsintryck om en person, än vad ett positivt beteende har på ett negativt helhetsintryck. Slutligen är det svårt att avgöra huruvida attraktivitet har en modererande inverkan på negativitetseffekten på grund av att trevägsinteraktionen inte var signifikant.

Vackert är inte alltid bra

I enlighet med teorin “what is beautiful is good” av Dion et al. (1972), borde attraktivitet vara fördelaktigt även när beteendena är varma, alltså att attraktiva kvinnor borde uppfattas som varmare än oattraktiva när samtliga påstås ha utfört generellt varma beteenden. Studiens resultat kunde inte ge stöd till detta då skillnaden inte var signifikant och dessutom till viss del motsägande, eftersom de oattraktiva kvinnorna upplevdes som något varmare. Därmed verkar attraktivitet inte spela någon roll när kvinnor uppvisar generellt varma beteenden, vilket överensstämmer med forskning av Gräf och Unkelbach (2016). Även de fann att attraktiva individer inte uppfattas mer fördelaktigt än oattraktiva, när samtliga uppvisat positiva egenskaper. Att attraktivitet inte verkar påverka bedömningen av värmen hos kvinnor som utfört generellt varma beteenden, trots att de attraktiva kvinnorna uppfattades som varmare inledningsvis, tyder på att beteendeförändringen är betydelsefull för uppfattningen om personen. Resultatet stämmer överens med forskning av Krueger och Rothbart (1988), som visar att information om personens egenskaper är av större vikt än egenskaper associerade till stereotypen.

Även om ovanstående resultat inte var signifikant, går det att utläsa att de oattraktiva kvinnorna uppfattades som varmare än attraktiva när samtliga uppvisat generellt varma beteenden. Det är möjligt att detta mönster skulle kunna förstås utifrån Dermer och Thiels

(1975) forskning, som föreslår att det även finns negativa egenskaper associerade med attraktivitetsstereotypen. De menar att attraktiva kvinnor inte alltid har en fördel gentemot oattraktiva eftersom vissa beteenden som är associerade till attraktivitet kan vara missgynnande. Möjligtvis har experimentet aktiverat den negativa sidan av attraktivitetsstereotypen, vilket har resulterat i att attraktivitet inte har en modererande effekt på varma beteenden.

En annan förklaring av resultatet går att finna i forskning av Reeder (1993), vars teori menar att moraliska individer enbart förväntas agera moraliskt, medan omoraliska individer förväntas kunna agera både moraliskt och omoraliskt. Eftersom attraktiva kvinnor förväntas vara mer moraliska än oattraktiva (Byrne et al., 1968), är det möjligt att kontrasten blev större när de attraktiva kvinnorna som inledningsvis uppvisade varma beteenden plötsligt även uppvisade kalla beteenden. Eftersom förändringen inte var förväntad, är det tänkbart att helhetsintrycken av de attraktiva kvinnorna påverkades mer negativt än de oattraktiva. Detta uttrycks genom att de oattraktiva bedömdes vara varmare, något som inte går hand i hand med hypotesen om att attraktivitet modererar negativitetseffekten.

Metoddiskussion

På grund av att forskningen har bedrivits i en laboratoriemiljö, är det möjligt att diskutera huruvida studien har låg ekologisk validitet. Trots laboratoriemiljön, är experimentet till viss del jämförbart med en naturalistisk situation. Precis som vid ett verkligt möte där det fysiska utseendet tillsammans med kön är de egenskaper som är mest framträdande och tillgängliga (Dion et al, 1972), var deltagarnas uppgift i experimentet att snabbt bilda sig ett intryck utifrån dessa egenskaper presenterade genom ett foto.

Fortsättningsvis blir experimentet mer verklighetstroget och därmed generaliserbart eftersom personbedömningen gjordes på foton föreställande verkliga kvinnor. Trots detta kan datagenererade foton, det vill säga foton föreställande virtuella människor, möjligen varit mer fördelaktigt framför fotona i studien. Även om kvinnornas ansiktsuttryck var ”neutrala”, kan det förekomma subtila skillnader vilka kan tänkas påverka intrycket av dem. Exempelvis är det tänkbart att någon av kvinnorna uppfattades ha ett “naturligare” leende eller såg friskare ut, vilket kan ha resulterat i att de uppfattades som varmare. Genom att använda datagenererade foton är det möjligt att skapa ansiktsuttryck som liknar varandra mer än ansiktsuttrycken hos verkliga kvinnor, vilket gör det möjligt att kontrollera för subtila skillnader (Todorov, 2010).

Utöver att fotona är verklighetstroga är det en styrka att kvinnorna på fotona ser ut att vara i samma ålder och av samma etnicitet, vilket underlättar tolkningen av analysens

resultat eftersom dessa variabler har hållits konstanta. Dessutom har kvinnorna på fotona klassificerats som generellt attraktiva och oattraktiva av en stor grupp människor i en förskattning. Detta ökar trovärdigheten för resultatet eftersom vad som anses attraktivt varken är köns- eller åldersspecifikt (Langlois et al., 2000). Med detta i åtanke är det sannolikt att även deltagarna i studien upplevde de attraktiva som attraktiva och oattraktiva som oattraktiva. Slutligen var skillnaden i attraktivitet mellan kvinnorna subtil för att minska sannolikheten för kontrasteffekter. Därmed är det troligt att manipulationen av attraktivitet inte varit uppenbar för deltagarna, vilket minskar risken för reaktivitet.

Det är möjligt att argumentera för att resultatets trovärdighet har påverkats av det fel i applikationen som upptäcktes tidigt i datainsamlingen. Som nämnt bytte skalans ändrar plats på värmedimensionen vid det sista mättillfället utan att deltagarna hade blivit informerade om detta. Efter att felet upptäcktes vidtogs åtgärder, bland annat uppmanades resterande deltagare att vara uppmärksamma på skalans utformning. Dessutom har data granskats innan analysen genomfördes för att kontrollera att deltagarnas svar vid det andra mättillfället inte var motsägande deras svar vid det första mättillfället. Granskningen tyder på att deltagarna uppmärksammade felet, vilket gör det möjligt att anta att felet inte har påverkat studiens reliabilitet.

Slutsats och framtida forskning

Sammanfattningsvis tyder resultaten på att det inte spelar någon roll om kvinnor är attraktiva eller inte när omgivningen har begränsad information om dem. Först när omgivningen får en djupare uppfattning modererar attraktivitet bedömningen av deras värme. Detta uttrycks genom att de oattraktiva kvinnorna upplevs som signifikant mindre varma än de attraktiva, trots att samtliga påstås ha utfört generellt kalla beteenden. Resultatet stämmer följaktligen överens med hypotesen att fysisk attraktivitet har en modererande effekt på människors bedömningar av personer som utfört kalla beteenden, vilket kan förstås utifrån teorin "what is beautiful is good".

När kvinnor däremot påstås ha utfört generellt varma beteenden, verkar det inte spela någon roll om de är attraktiva eller inte, vilket går i linje med tidigare forskning av Gräf och Unkelbach (2016). Resultatet antyder dock att oattraktiva kvinnor upplevs varmare än attraktiva när samtliga påstås ha utfört generellt varma beteenden, även om skillnaden inte är signifikant. Detta mönster motsäger "what is beautiful is good" men skulle kunna förstås med hjälp av tidigare forskning, som menar att det även finns negativa egenskaper associerade med attraktivitet (Dermer & Thiel, 1975). Möjligtvis har dessa egenskaper haft en större inverkan än förväntat på kvinnornas värme.

Referenser

- Asch, S. E. (1946). Forming impressions of personality. *Journal of Abnormal Psychology*, 41(3), 258-290.
- Bar-Tal, D., & Saxe, L. (1976). Perceptions of similarly and dissimilarly attractive couples and individuals. *Journal of Psychology and Social Psychology*, 33(6), 772-781.
- Birnbaum, M. H. (1972). Morality judgments: Test of an averaging model. *Journal of Experimental Psychology*, 93(1), 35-42. DOI: 10.1037/h0032589
- Birnbaum, M. H. (1973). Morality judgments: Test of an averaging model with differential weights. *Journal of Experimental Psychology*, 99(3), 395-397. DOI: 10.1037/h0035216
- Byrne, D., London, O., & Reeves, K., (1968). The effects of physical attractiveness, sex, and attitude similarity on interpersonal attraction. *Journal of Personality*, 36(2), 259-271. DOI: 10.1111/1467-6494.ep8935352
- Clifford, M. M., & Walster, E. (1973). The effects of physical attractiveness on teacher expectation. *Sociology of Education*, 46(2), 248-258.
- Dermer, M., & Thiel, L.B. (1975). When beauty may fail. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31(6), 1168-1176.
- Dion, K., Berscheid, E., & Walster, E. (1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24(3), 285-290.
- 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
- Fiske, S., Cuddy, A., & Glick, P. (2008). Warmth and competence as universal dimensions of social perception: The stereotype content model and the BIAS map. *Advances in Experimental Social Psychology*, 40, 61-149. DOI: 10.1016/S0065-2601(07)00002-0
- Gräf, M., & Unkelbach, C. (2016). Halo effects in trait assessment depend on information valence. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 42(2), 290-310. DOI: 10.1177/0146167215627137
- Heilman, M., & Suruwatari, L. R. (1979). When Beauty is Beastly: The Effects of Appearance and Sex on Evaluations of Job Applications for Managerial and Non-Managerial Jobs. *Organizational Behavior and Human Performance*, 23(3), 360-372. DOI: 10.1016/0030-5073(79)90003-5
- Kaplan, R. M. (1978). Is beauty talent? Sex interaction in the attractiveness halo effect. *Sex Roles*, 4(2), 195-204.
- Krueger, J., & Rothbart, M. (1988) Use of categorical and individuating information

- in making inferences about personality. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55(2), 187-195.
- Landy, D., & Sigall, H. (1974). Beauty is talent: Task evaluation as a function of the performer's physical attractiveness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 29(3), 299-304. DOI: 10.1037/h0036018
- Langlois, J. H., Kalakanis, Lisa., Adam J., Rubenstein, A., Larson, Hauam, M., & Smoot, M. (2000). Maxims or myths of beauty? A meta-analytic and theoretical review. *American Psychological Association*, 126(3), 390-423. DOI: 10.1037//0033-2909.126.3.390
- Miller, A. (1970). Role of physical attractiveness in impression formation. *Psychonomic Science*, 19(4), 241-243. DOI: 10.3758/BF03328797
- Reeder, G. (1993). Trait-behavior relations and dispositional inferences. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 19(5), 586-593. DOI: 10.1177/0146167293195010
- Reeder, G. D., & Brewer, M. B. (1979). A schematic model of dispositional attribution in interpersonal perception. *Psychological Review*, 86(1), 61-79. DOI: 10.1037/0033-295X.86.1.61
- Rosenberg, S., Nelson, C., & Vivekananthan, P. S. (1968). A multidimensional approach to the structure of personality impressions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9(4), 283-294.
- Skowronski, J., & Carlston, D. E. (1989). Negativity and extremity biases in impression formation: A review of explanations. *Psychological Bulletin*, 105(1), 131-142. DOI:10.1037/0033-2909.105.1.131
- Talamas, S. N., Mavor, K. I., & Perrett, D. I. (2016). Blinded by beauty: Attractiveness bias and accurate perceptions of academic performance. *Plos One*, 11(2). DOI:10.1371/journal.pone.0148284.
- Thorndike, E. (1920). A constant error in psychological ratings. *Journal of Applied psychology*, 4(1), 25-29. DOI: 10.1037/h0071663
- Todorov, A. (2010). Mapping the social space of the face. *Psychological Science Agenda*, 24(3). DOI: 10.1037/e554762011-002
- Willis, J., & Todorov, A. (2006). First impressions: making up your mind after 100 ms exposure to a face. *Psychological Science*, 17(7), 592-598. DOI: 10.1111/j.1467-9280.2006.01750.x
- Wojciszke, B. (2005). Morality and competence in person- and self-perception. *European Review of Social Psychology*, 16(1), 155-188. DOI: 10.1080/10463280500229619

- Wojciszke, B., Bazinska, R., & Jaworski, M. (1998). On the dominance of moral categories in impression formation. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 24(12), 1245-1257. DOI: 10.1177/01461672982412001
- Wojciszke, B., Brycz, H., & Borkenau, P. (1993). Effects of information content and evaluative extremity on positivity and negativity biases. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64(3), 327-336. DOI: 10.1037/0022-3514.64.3.327