

333323

333514

333525

HØYSKOLEN KRISTIANIA
INSTITUTT FOR MARKEDSFØRING

Bacheloroppgave

BCR 3102

”Kle deg for suksess! En studie av hvordan bekledning kan påvirke prestasjon”



VÅR 2018

ORD: 13088

”Denne oppgaven er utført som en del av utdannelsen ved Høyskolen Kristiania. Høyskolen Kristiania er ikke ansvarlig for oppgavens metoder, resultater, konklusjoner eller anbefalinger.”

Forord

Med denne oppgaven avslutter vi vår bachelorgrad i markedsføring og salgsledelse ved Høyskolen Kristiania. Oppgaven baserer seg på teori fra flere akademiske disipliner, for å skape en helhetlig forståelse av fenomenet vi studerer. Det har vært en lærerik og givende prosess, som til tider også har vært utfordrende. Vi er utrolig stolte over å endelig kunne dele en oppgave som har gitt oss utrolig mye lærdom, som vi kan ta med oss videre i markedsførings- og salgssyrket.

En spesiell stor takk til Cathrine von Ibenfeldt, som har bidratt ved å være en utrolig kompetent veileder, med et utrolig engasjement for temaene. Det er virkelig fantastisk å motta hjelp fra en som er så lidenskapelig opptatt av det hun jobber med, som det Cathrine er.

Tusen takk til alle deltakerne som hjulpet oss med å gjennomføre undersøkelsene. Uten dere ville vi aldri kommet i mål. Tusen takk til Red Bull Norge, som gjorde det mulig for oss å tilby deltakerne av undersøkelsen en energidrikk hver, som takk for tiden deres.

Til slutt vil vi takke Høyskolen Kristiania, alle forelesere og ikke minst alle medstudenter som har gitt oss tre fantastiske studieår på Høyskolen Kristiania i Oslo.

God lesing!

Oslo 4 juni 2018, 333323, 333514 og 333525

Sammendrag

Er det noen korrelasjon mellom den symbolske betydningen bak bekledding og en persons prestasjon? Dette er et spørsmål vi har forsøkt å finne svar på de siste seks månedene. Hva om noe så enkelt som et klesplagg kan påvirke deg til å prestere bedre? Det teoretiske rammeverket tar utgangspunkt i *kroppslig situert kognisjon*, som omhandler effekten bekledding har på menneskers psykologiske prosesser. I tillegg redegjøres det for andre psykologiske fenomener, som kan forklare dette fenomenet. Som følge av det teoretiske rammeverket ble det utviklet fire hypoteser, som har som hensikt å besvare våre studier.

Metodekapittelet starter med å introdusere metodetilnærmingen, samt redegjør for selve gjennomføringen av eksperimentet. Hensikten med forskningen var å finne årsakssammenhenger mellom den avhengige variabelen og de uavhengige variablene. Utvalget bestod av studenter ved Høyskolen Kristiania. Vi valgte å begrense prestasjon til *selektiv oppmerksomhet*, som vi målte ved hjelp av en Stroop-Effect test. Utviklingen av stimuli vokste ut i fra antagelser om at visse klesplagg er *stereotypiske* for oppmerksomhetsrelaterte attributter. Antagelser som vi videre bekreftet i to pre-tester. Pre-test 1, hadde som hensikt å undersøke om en hvit frakk som ble presentert som en labfrakk kunne assosieres med oppmerksomhetsrelaterte attributter. Pre-test 2, hadde som hensikt å undersøke om den samme hvite frakken kunne assosieres med oppmerksomhetsrelaterte attributter, om den ble presentert som en malefrakk.

Resultatene viser at vi ikke fikk noen signifikant støtte for noen av våre fire hypoteser. Vi kan derfor ikke påvise at det er noen korrelasjon mellom den symbolske betydningen bak bekledding og en persons prestasjon. Da *kroppslig situert kognisjon* er et tema det er forsket lite på, mener vi at vår forskning kan bidra med et teoretisk grunnlag for videre forskning.

Innholdsfortegnelse

1.0 Innledning	6
1.1 Tema	6
1.2 Formål og bakgrunn for problemstillingen	6
1.3 Problemstilling	7
1.4 Avgrensninger	7
1.5 Oppgavens struktur	7
1.6 Begrepsliggjøring	8
2.0 Teoretisk rammeverk	9
2.1 Stereotypier	9
2.2 Kjønn	10
2.3 Merkeassosiasjoner	11
2.4 Sosial persepsjon: koblingen mellom persepsjon og atferd	11
2.5 Identitet og konsumer-atferd	12
2.6 Identitetsbasert motivasjon	12
2.7 Selektiv oppmerksomhet	13
2.8 Priming	13
2.9 Framing	15
2.10 Encloded cognition	15
3.0 Hypoteser	16
3.1 Hypotese 1a, hypotese 1b og hypotese 1C (H1a, H1b og H1c)	16
3.1.1 H1a	17
3.1.2 H1b	18
3.1.3 H1c	18
3.2 Hypotese 2 (H2)	18
3.2.1 H2	19
4.0 Design og metode	19
4.1 Strategi	19
4.2 Kausalitetskrav, gyldighet og troverdighet	20
4.3 Forskningsdesign	21
4.4 Utvikling av stimuli	23
4.5 Strategi for datainnsamling	23
4.6 Strategi for utvalg	24
4.7 Forskningsetikk	24
4.8 Gjennomføringen	25
4.8.1 Pre-test	25
4.8.2 Hovedundersøkelse	26
4.8.3 Selve forskningsscenarioet	27
5.0 Analyse og resultater	29
5.1 Pre-testen	29
5.1.1 Gruppe 1	29
5.1.2 Gruppe 2	30
5.2 Analyse av eksperimentet	30
5.3 Forutsetninger for Anova	30
5.4 Hypotesetesting	32
5.4.1 H1a, H1B og H1C	32

5.4.2 H1a	32
5.4.3 H1b	32
5.4.4 H1c.....	32
5.4.5 Hypotese 2.....	34
6.0 Diskusjon.....	35
6.1.1 Hypotese 1A (H1a)	36
6.1.2 Hypotese 1B (H1b)	36
6.1.3 Hypotese 1C (H1c)	37
6.1.4 H1a, H1b og H1c sammenlignet med annen forskning	37
6.2 Hypotese 2	39
6.3 Kritikk til egen oppgave.....	39
6.4 Anbefalinger til videre forskning.....	40
7.0 Litteraturliste	43
8.0 Vedlegg	54
8.2 Vedlegg 2: Pre-test labfrakk	54
8.3 Vedlegg 3: Pre-test malefrakk.....	55
8.4 Vedlegg 4: Pre-test gruppe 1.....	55
8.5 Vedlegg 5: Pre-test gruppe 2.....	55
8.6 Vedlegg 6: Deskriptiv analyse	56
8.7 Vedlegg 7: Levenes test	56
8.8 Vedlegg 8: Anova	56
8.9 Vedlegg 9: Post-hoc test	56
8.10 Vedlegg 10: Estimer.....	56
8.11 Vedlegg 11: Parvis sammenligning	56
8.12 Vedlegg 12: Uni-variat test.....	57
8.13 Vedlegg 13.....	57
8.14 Vedlegg 14.....	57
8.15 Vedlegg 15: Forsidebilde (Kilde i bibliografien).....	57

1.0 Innledning

Se for deg at det er dagen før du skal ha eksamen, og du er stresset for hvordan det kommer til å gå. Du er nødt til å få en A på denne eksamenen, for å kunne komme inn på videre studier. For å prestere godt på eksamenen er du avhengig av å ha et bredt og objektivt perspektiv, da du skal drøfte pensum mot situasjoner fra virkeligheten. Du finner en amerikansk studie som viser at om du går kledd i mer formelle klær, vil du tenke bredere og mer objektivt (Slepian, Ferber, Gold og Rutchick, 2015). Hva gjør du?

Tenk om ditt valg av bekledding kan påvirke deg til å prestere bedre? Forskning viser at profesjonelle idrettslag som bruker svarte drakter er mer aggressive, enn idrettslag som ikke bruker svarte drakter (Frank og Gilovich, 1988). Betyr det at ditt valg av klesbruk dikterer dine handlinger? Identitetsforskning viser at valg av klær fører til at individet føler seg mer kongruent med sin egen identitet. Videre viser identitetsforskning at identiteten dikterer individets handlinger (Stone, 1962). Hva om noe så enkelt som et klesplagg kan hjelpe deg med å nå dine mål?

1.1 Tema

Vår bacheloroppgave relateres til menneskelig psykologi og atferd, der tyngden blir forankret i det som er kjent som *kroppslig situert kognisjon*. *Kroppslig situert kognisjon* er påvirkningen som bekledding har på menneskers psykologiske prosesser (Barsalou, 1999, 2008; Glenberg, 1997; Niedenthal, Barsalou, Winkielman, Krauth-Gruber og Ric, 2005).

1.2 Formål og bakgrunn for problemstillingen

Formålet med oppgaven er å belyse klær sin påvirkning på menneskers tankesett og atferd. Om det viser seg å være en korrelasjon mellom bekledding og prestasjon, vil det være fordelaktig informasjon som kan brukes i situasjoner hvor man må prestere. Verdens beste idrettsutøvere er i stand til å prestere sitt beste, når det gjelder som mest. Hvordan klarer de å sette seg selv i en slik mental tilstand? Jean Williams og Vikki Krane har gjort en rekke studier, der de har konkludert med hvilke psykologiske egenskaper som er typiske for topp prestasjoner. Studiene kom frem til følgende psykologiske egenskaper: Bruk av målsetting, høy selvtilitt, bedre konsentrasjon, evne til å regulere spenningsnivå, velutviklede evner til å takle uforutsette hendelser og distraksjoner og høy besluttsomhet (Williams og Krane, 1993).

Er det mulig for en person å sette seg selv i en mental tilstand der han eller hun får tilgang til disse psykologiske egenskapene? Bekledning kan ha en påvirkning på menneskers psykologiske prosesser, men det er avhengig av at klærne har en symbolsk mening, samt at man bruker klærne (Barsalou, 1999, 2008; Glenberg, 1997; Niedenthal, Barsalou, Winkielman, Krauth-Gruber og Ric, 2005)

1.3 Problemstilling

I følge Kristen Ringdal (2014, s 35) er problemstilling grunnlaget for vitenskapelige studier, som kan videreutvikles til hypoteser eller spørsmål.

“ Er det noen korrelasjon mellom den symbolske betydningen bak bekledning og en persons prestasjon? ”

1.4 Avgrensninger

For at vi skal kunne svare på vår problemstilling så presist som mulig, er det viktig at vi avgrenser oppgavens teoretiske rammeverk og metodebruk. Det teoretiske rammeverket og metodevalget er avgrenset til det vi anser som mest relevant og hensiktsmessig for oppgaven.

Vi ønsket å teste en persons prestasjon, men dette ble alt for bredt å måle. Derfor valgte vi å avgrense prestasjon til *selektiv oppmerksomhet*. *Selektiv oppmerksomhet* er evnen til å fokusere på relevant stimuli, samtidig som man ignorerer irrelevant stimuli (Davies, Jones, og Taylor, 1984).

1.5 Oppgavens struktur

For å gjøre det enkelt for leseren, vil vi nå presentere oppgavens struktur. Etter at oppgaven er innledet med oppgavens bakgrunn, oppgavens formål, problemstillingen, og oppgavens avgrensninger, vil vi presentere det teoretiske rammeverket. Dette kapittelet inneholder teori som dekker oppgavens problemstilling, i tillegg til oppgavens formål. Rekkefølgen på teoriene er satt opp fra minst relevant til mest relevant. Etter det teoretiske rammeverket presenteres hypotesene. Hypotesene er dannet på bakgrunn av det teoretiske rammeverket, slik at det er mulig å svare på problemstillingen. Neste kapittel er design og metode. Her presenterer vi metodevalg og forskningsdesign i oppgavens helhet, samt gjennomføringen av eksperimentet. Videre kommer analyse og resultatkapittelet. Her presenteres valg av analysemetode, i tillegg til analyser og resultatene som kommer fra analysene. Da analysene

er gjennomført og resultatene er endelige, går vi videre til kapittelet hvor resultatene diskuteres. I dette kapittelet beskriver vi hva resultatene betyr og sammenlikner de med eksisterende teori. Målet med dette kapittelet er å arbeide mot neste kapittel, som er oppgavens konklusjon. Helt til slutt i oppgaven kommer kritikk av egen oppgave og anbefalinger til videre forskning. Våre anbefalinger er på bakgrunn av hva vi har funnet eller ikke har funnet i vår forskning.

1.6 Begrepsliggjøring

Noen ord og begreper kan være uklare eller uforståelige. I noen tilfeller er det norske ordet mer misvisende enn det engelske ordet. Derfor akter vi å redegjøre for begrepene, samt avklare hvilke ord som kommer til å bli brukt videre i oppgaven.

Kroppslig situert kognisjon er effekten som bekleddning har på menneskers psykologiske prosesser (Barsalou, 1999, 2008; Glenberg, 1997; Niedenthal, Barsalou, Winkielman, Krauth-Gruber og Ric, 2005). Videre i oppgaven kommer vi til å ta i bruk ordet, *encloded cognition*, da vi omtaler *kroppslig situert kognisjon*.

Forhåndspåvirkning er en kognitiv psykologisk effekt, som aktiveres ved gjentatte eksponeringer av et gitt stimuli. Gjentatte eksponeringer påvirker den kognitive prosesseringen, som videre kan få subjektet til å identifisere seg med det gitte stimuli (Psychologydictionary.org, 2018). Videre i oppgaven kommer vi til å ta i bruk ordet *priming*, da vi omtaler *forhåndspåvirkning*.

Psykologisk rammeverk er en kognitiv psykologisk effekt, som innebærer at måten noe blir presentert kan påvirke om det resonnerer med individet eller ei (Shoemaker og Reese, 1996). Videre i oppgaven kommer vi til å ta i bruk ordet, *framing*, når vi omtaler *psykologisk rammeverk*.

Oppmerksomhets relaterte attributter: Kan være egenskaper som kan kobles til oppmerksomhet. For eksempel: Fokus, forsiktighet og oppmerksomhet.

En rask respons-kode er en type strekkode som kan leses av ved hjelp av en rask respons-skanner eller smarttelefon. For eksempel så kan du skanne en rask respons-kode med smarttelefonen din, som videre gjør at smarttelefonen åpner en hjemmeside, video eller annen informasjon som er knyttet til rask respons-koden (Techterms.com, 2015). Videre i oppgaven kommer vi til å ta i bruk ordet, *QR-kode* da vi omtaler Rask respons-kode.

2.0 Teoretisk rammeverk

I dette kapittelet skal vi presentere teoriene som ligger til grunn for vår oppgave. Dette er de teoriene vi anser som mest relevant for vårt studium. Da det er lite forskning på *enclothed cognition*, har vi vært nødt til å ta i bruk andre teorier som kan hjelpe oss med å forklare fenomenet. Rekkefølgen på teoriene er rangert fra minst relevant til mest relevant.

2.1 Stereotypier

Vi lager oss et bilde av hvordan ulike roller skal opptre. En politimann er autoritær, en advokat går i dress, og studenter drikker mye kaffe. Hvordan har det seg slik? *Stereotypi* er en kategori-basert kognitiv respons til en annen person, ved at menneskers tanker om et individ er basert på gruppetilhørighet. Kategori-basert eller *stereotypisk* respons skiller seg fra attributt-til-attributt vurderingen av en annen person (Fiske og Neuberg, 1990).

Definisjonen av *stereotypi* gir et klart bilde på hvordan vi velger å generalisere medlemmer av grupper. Det er nyttig å diskutere to aspekter ved *stereotypi*, i konteksten av *stereotypi* og kontroll: deskriptiv og normativ tro (Terborg, 1977). James Terborg (1977) og Susan Fiske (1993) hevder at deskriptiv *stereotypi* forteller hvordan mennesker i en gruppe antageligvis vil ha en atferd som de foretrekker, og hvor deres kompetanse ligger. Med disse antagelsene, lurer det et underforstått press til å passe i en spesifikk rolle. Med andre ord, andre menneskers forventninger skaper startpunktet for hvordan en person kommuniserer med dem. Den enkleste for en person som er utsatt for *stereotypi* er å forbli innenfor forventningenes retningslinjer, som blir satt av menneskene rundt. Selv om personen som blir utsatt for *stereotypi* kan motstride forventningene, må personen uansett håndtere *stereotypien* (Terborg, 1977, Fiske, 1993).

Den normative *stereotypien* forteller angivelig hvordan visse grupper skal tenke, føle og oppføre seg. Normativ *stereotypi* krever dermed at individet tar henhold til, eller skuffer personen som besitter *stereotypien* (Terborg 1977; Fiske, 1993). Fiske hevder videre at denne formen for stereotypi er begrensende, og utgjør en form for sosial kontroll. Det viser seg at tanker og atferd blir automatisk påvirket av stimuli, som videre påvirker selvoppfattelse og følelser. Fysiske funksjoner som kan relateres til en gitt *stereotypisk* gruppe blir aktivert automatisk (Brewer, 1988; Devine, 1989; Perdue og Gurtman, 1990; Pratto og Bargh, 1991). Vi anser *stereotypi* som relevant teori, da vi ønsker å sammenligne *stereotypi* med symbolsk betydning, og hvordan en person faller inn i visse roller.

2.2 Kjønn

Har kjønn noen påvirkning på våre atferd og handlinger? Kjønn er en kjerneidentitet som er tydelig etablert hos en person allerede før deres andre fødselsdag (Martin og Ruble, 2009). Rhodes og Brickman hevder at kunnskapen om man er en gutt eller jente påvirker hva man foretrekker å gjøre, og hvilke tilbakemeldinger som betyr noe (Rhodes og Brickman, 2008). Både jenter og gutter automatisk skanner sine omgivelser etter kjønnsrelatert informasjon. Den informasjonen blir videre brukt til å konstruere *stereotyper*, som omhandler evner, egenskaper og atferd av gutter og jenter (Bigler og Liben, 2007; Patterson og Bigler 2007). Da kunnskapen om eget kjønn er innebygget i identiteten, foretrekker jenter atferd som relateres til jenter, mens gutter foretrekker atferd som er koblet til gutter (Martin og Ruble 2009). Har dette en sammenheng med hvilke yrker vi velger? Liben, Bigler og Krogh (2001) hevder at når barn blir spurt om fremtidige yrker, uttrykker jenter større interesse for yrker som er *stereotypiske* for jenter, mens gutter er mer interessert i yrker som er *stereotypiske* for gutter. Martin, Eisenbud og Rose (1995) har et annet eksempel, der barn blir presentert for nye leker som er foretrukket av gutter eller jenter. Jenter velger leker som de blir fortalt er foretrukket av jenter, og gutter velger leker som de blir fortalt er foretrukket av gutter, selv om det er en mindre attraktiv leke. Disse kjønns-stereotypiene kan bli mer fleksible under ungdomstiden, men det betyr ikke at påvirkningen blir borte. Forskning viser at både gutter og jenter fortsetter å engasjere seg i handlinger som er kongruent med kjønn gjennom ungdomsårene (Martin og Ruble, 2004; Alfieri, Ruble og Higgins, 1996). Claude Steele, Steven Spencer og Joshua Aronson (2002) hevder at kjønnsidentitetens effekt på atferd ikke nødvendigvis er et bevisst valg. I et studie om matteprestasjoner, viser jenter en nedgang, om kjønnsforskjeller ble tatt opp på forhånd. I samme studie ble kjønnseffekten nesten eliminert, om forskningsdeltakerne ble fortalt at ville være usannsynlig at det er noen forskjell på gutter og jenters prestasjoner (Spencer, Steele og Quinn, 1999; Johns, Schmader og Martens, 2005). Er det mest rollepress på guttene eller jentene? Patricia Bauer (1993) hevder at kjønnsrollen påvirker guttene mer enn jentene, fordi mansrollens handlinger og fremtredelse er mer definert enn kvinnerollen. I tillegg er det større sjanse for at gutter blir sanksjonert enn jenter, om de ikke foretar seg handlinger som er kongruent med gutter. Gutter foretar seg også kjønnskongruente handlinger tidligere enn jenter (Bauer, 1993). Fra et annet perspektiv er det forskning som indikerer at gutter er mer følsomme for flere typer miljøpåvirkning, enn det jevnaldrende jenter er (Morisset, Bernard og Booth, 1995; Bee m.fl, 1984). Vi anser dette som relevant teori, da vi skal ta i bruk kjønn som årsaksvariabel på prestasjon.

2.3 Merkeassosiasjoner

Hvordan kan vi tilføre informasjon til et objekt? All informasjon om en merkevare som er lagret i kundenes hukommelse, kaller vi *merkeassosiasjoner*. Dette vil i praksis si alt kundene kan om merket, alt de tror om merket, alt de føler for merket, alt de mener om merket, og alt de kobler til situasjoner som utløser behov for merket. Selve assosiasjonsbegrepet forklarer hva vi forbinder med et objekt (Samuelsen, Peretz og Olsen 2016, 169). I hjernen skjer det en prosess som kalles for spredningsaktivering. Her er våre kunnskaper lagret i hjerneceller, og disse hjernecellene er koblet sammen gjennom synapser. Når en hjernecelle aktiveres, vil den i sin tur aktivere alle de omkringliggende hjernecellene ved å sende et signal langs synapsene. Videre vil denne aktiveringen fortsette til alle omkringliggende noder, som inneholder den informasjonen hjernen er på jakt etter (Samuelsen, Peretz og Olsen 2016, 169). Vi anser dette som en relevant teori, da vi ønsker å sammenligne teorien med *encloded cognition*, og assosiasjonene som ligger bak den symbolske betydningen bak bekledning.

2.4 Sosial persepsjon: koblingen mellom persepsjon og atferd

Vi har en tendens til å imitere andres atferd. Vi snakker høyere når andre også gjør det, vi hvisker til de som hvisker til oss, og vi klør oss i hodet når vi ser andre gjøre det samme (Dijksterhuis og Bargh, 2001). Hvordan skjer dette? De første atferdsteoretikerne hevdet at respons hos mennesker skjedde som direkte resultat av stimuli. Med andre ord; oppfattelse av et stimuli leder direkte til handling hos mennesket (Skinner, 1938; Watson, 1913). Nyere teoretikere hevder at individets respons ikke er basert på en representasjon av den oppfattede hendelsen, men heller basert på en mental konstruksjon som ligger lagret i individets hukommelse. Med andre ord, en stimuli-respons kobling som stammer fra individets tidligere historie (Gibson 1979; McArthur og Baron, 1983). Det kan derfor oppstå en atferd som direkte følge av et persepsjonelt stimuli. For eksempel; en grillet hummer aktiverer “spis meg” og en iskald øl aktiverer “drikk meg”. Diskusjonen eksisterer rundt om responsen er en respons som er lært over tid, hvor responsen er basert på individets historie. En historie som består av enten belønnings- eller straff-relasjon til stimuliet (Dijksterhuis og Bargh, 2001). Persepsjon er essensielt for at vi skal kunne forstå det som foregår rundt oss, men det betyr ikke at det er målet ved persepsjon. Ap Dijksterhuis og John Bargh (2001) hevder at vi kan tilføre effektiv atferd om vi forstår omverden. Videre hevder de at *adaptiv persepsjon* er hovedfunksjonen som forklarer båndet mellom responsiv atferd og miljøet. Vi anser dette som

relevant, da vi ønsker å sammenligne teoriene som omhandler stimuli-respons med *encloded cognition*.

2.5 Identitet og konsumer-atferd

Vi har i lang tid vært klar over at merker og produkter er koblet til identitet, men hva betyr det? Utover kvalitet, funksjonalitet og pris bruker vi merker og produkter som et hjelpemiddel for å identifisere hvem vi er. Kan bekledning også være et hjelpemiddel for at vi kan identifisere oss med hvem vi ønsker å være, som videre kan føre til spesifikk atferd? Dette fungerer spesielt bra om produktet kan kobles til en kongruent bruker. Det vil si at individets identitet, attributter og personlighet passer overens med produktet eller merkets personlighet (Belk, 1988; Sirgy, 1982). Folk foretar valg som signaliserer en tilkobling til viktige grupper som han eller hun ønsker å assosiere seg med, og unngår signalement som kan assosieres med ut-grupper (Akers, 1968; Berger og Health, 2007). Daphna Oyserman (2009) hevder at produkter og merker som tillater uttrykkelse av identitet burde være verdsatt, fordi det utløser *identitetsbasert motivasjon* hos individet. Det betyr at valget har en større mening hos individet, og han eller hun føler at det er en viktig avgjørelse. Dette betyr at produkter som er identitetsbaserte, har større sjanse for å ha en lojal konsumer-gruppe. Vi anser dette som relevant teori, da vi ønsker å sammenligne merkepersonlighet med den symbolske betydningen bak klær.

2.6 Identitetsbasert motivasjon

Vi har alle en identitet, eller så jobber vi for å finne ut hvem identitet vi ønsker å være. Hvordan fungerer det? *Identitetsbasert motivasjon* er en teoretisk modell, som fokuserer på handlinger og kognitive prosedyrer som er kongruent mot en persons egen identitet (Oyserman, 2007; Oyserman, Brickman, Bybee og Celious, 2006; Oyserman, Fryberg og Yoder 2007; Schwarz, 2007). Grunnlaget for et *identitetsbasert motivasjons-perspektiv* er at folk tar i bruk identiteter for å forberede handlinger, slik at de kan forstå hvordan de skal bevege seg rundt i verden. For eksempel; Man kan spørre seg selv om hvilken handling denne identiteten ville gjort i en gitt situasjonen? (Fiske, 1992). Er det sånn at identitet kun eksisterer som et kompass for våre handlinger? Vi ønsker en identitet som er av stor betydning i gitt situasjon, som øker relevans og innflytelse (McGuire, McGuire, Child og Fujiota, 1979). Fungerer det likt i alle situasjoner? Norbert Schwarz (2007) hevder at identiteter er situasjonsbasert til gitt kontekst. At du mottar signaler en fra gitt situasjon, som

videre aktiverer en viss identitet eller en sammensetning av flere identiteter inne i deg. Fra en annen side hevder Rebecca S Bigler og Lynn S Liben (2006) at bredere og dypere identiteter som kjønn og rase etnisitet ofte er mer stabile og psykologisk sentrale. Individet er ikke avhengig av situasjon for at de skal bli aktivert. Vi anser at dette som en teori som kan hjelpe oss med å forklare hvordan en person kan være kongruent med handlinger og roller.

2.7 Selektiv oppmerksomhet

Hvordan kan man lytte til en bestemt samtale, og være tydelig begeistret for andre samtaler? Hvordan kan vi fokusere på bestemte typer informasjon, og samtidig være sensitive for andre kilder? Hvordan kan vår oppmerksomhet være både fokusert og delt på samme tid? Davies, Jones og Taylor (1984) definerer *selektiv oppmerksomhet* som evnen til å fokusere på relevant stimuli, og ignorere irrelevant stimuli. Oppmerksomhet kan forklares som en mental innsats, samt en selektiv behandling. Synspunktet for oppmerksomhet som mental innsats, stammer fra antagelsen om at behandlingsskapasiteten er begrenset i en sentral mekanisme. Denne mekanismen er knyttet til bevissthet og kontrollert prosessering, hvor den avgrenser delt oppmerksomhet (Johnston og Dark, 1986). Delt oppmerksomhet vil si i hvilken grad ulike kilder som kan behandles samtidig. Vi kan skille mellom data-drevet prosessering og intern-drevet prosessering (Johnston og Dark, 1986). I datastyrt prosess aktiviserer man stimulus koder på ulike nivåer av analyse, som spenner fra enkel fysisk analyse eller sensorisk analyse, til kompleks semantisk og skjematisk analyse. Nivået som behandlingen kommer fram til bestemmes av klarheten til stimulusen, og nivået av analyse om hvilke koder som er tilgjengelige for stimulansen (Johnston og Dark, 1986). Når det kommer til intern-styrt kontroll av selektiv behandling, er det *priming*-effekter som definerer grunnlaget for dette. *Priming* skjer når en stimulus påvirker behandlingen av en annen stimulus, og kan oppfattes som aktivisering eller etablering av interne koder ved primære stimulus. *Priming* kan forekomme på hvilket som helst nivå av stimulusanalyse, alt fra sensorisk analyse på lavt nivå, til semantisk analyse på høyt nivå (Johnston og Dark, 1986). Vi har valgt å redegjøre for *selektiv oppmerksomhet*, fordi det er prestasjonen som vi har valgt å måle deltakerne på.

2.8 Priming

Vi har en tendens til å like det vi gjenkjenner. Vi liker sanger som vi har hørt før, vi liker å møte personer vi kjenner, og vi kjøper merkevarer som vi kjenner igjen. Hvorfor er det sånn? Det er en kognitiv psykologisk effekt ved navn *priming*, som aktiveres ved gjentatte

eksponeringer av et gitt stimuli. Gjentatte eksponeringer påvirker den kognitive prosesseringen, som videre kan få subjektet til å identifisere seg med det gitte stimuli (Psychologydictionary.org, 2018). Det samsvarer med Prakash Nedungadi (1990) og Stewart Shapiro (1999) sine påstander, om at *priming* påvirker menneskers evne til å vurdere og ta avgjørelser. For eksempel, det er større sjanse for at en merkevare blir inkludert i en konsumer sin vurdering, om kunden nylig er blitt primet av merkevaren. Robert Zajonc (1968) hevder at et objekt kan bli favorisert som et resultat av gjentatt eksponering. Dette samsvarer med Richard Moreland, Scott Beach (1992), William Baker (1999), Chris Janiszewski (1993) sine påstander, hvor de hevder at gjentatte eksponeringer av en person eller merkevare kan øke oppfattelsen av hvor attraktiv personen eller merkevaren er. Psykologisk forskning sier at *priming* fra en gitt situasjon automatisk kan aktivere en relevant representasjon fra minnet til gitt person (Higgins, Tory, Rholes og Jones, 1977), som videre sprer seg til andre relevante assosiasjoner (Anderson, 1983; Collins og Loftus, 1975; Neely 1977). Kan man bli primet av den symbolske betydningen bak et klesplagg? John Bargh, Mark Chen og Lara Burrows (1996) primet eksperiment-deltakerne sine med ord som assosieres med frekkhet, noe som videre aktiverte frekk atferd hos deltakerne. I et annet eksperiment konkluderer Bargh, Chen og Burrows (1996) med at eksponering av en *stereotypisk* person kan legge føringer for kompleks atferd, som den stereotypiske personen er i besittelse av. I forsøket ble deltakere primet med en gammel person, som førte til at deltakerne gikk saktere. Det skjer en kobling mellom persepsjon og atferd hos subjektet som blir primet, og han eller henne handler etter en intern konstruksjon. For eksempel, folks mentale representasjon av en gammel person er assosiert til en mental konstruksjon som består av "sakte". Siden det er en kobling mellom persepsjon og atferd er det stor sjanse for at den mentale konstruksjonen aktiverer handling. I dette tilfellet sakte gange (Dijksterhuis og Bargh, 2001). Menneskene som blir primet er ikke bevisst over *priming*-effekten, eller atferden som blir aktivisert (Shah, 2003). Kan priming av merkevarer føre til atferdsendring? Forskere har funnet bevis på at forbrukere oppfatter en kobling mellom merkevarer og menneskelige karaktertrekk (Aaker 1997; Bem and Funder 1978; Gardner and Levy, 1955; Keller 1993; Sentis and Markus 1986). Vi anser dette som en relevant teori, da vi ønsker å sammenligne *priming* med hvordan *encloded cognition* fungerer i praksis.

2.9 Framing

En stor del av hverdagen til mennesker er basert på valg vi tar. Hva gjør at vi tar de valgene, og hvordan kan innflytelse påvirke våre beslutninger? *Framing* er et viktig tema siden det kan påvirke hvordan vi mennesker tenker og presterer. Det sosiologiske grunnlaget for *framing* ble grunnlagt av Goffman (1974). Han antok at enkeltpersoner ikke kunne forstå verden fullstendig, og kan ha vanskeligheter med å tolke sine livserfaringer. Goffman (1974) hevder at for å behandle informasjon effektivt, bruker individer tolkingsskjemaer eller primære rammer for å klassifisere og tolke informasjon så det blir meningsfylt. I et makroperspektiv refererer begrepet *framing* til presentasjonsformer, som blir brukt av journalister og andre kommunikatorer (Shoemaker og Reese, 1996). I et mikroperspektiv kan *framing* beskrives som hvordan folk prosesserer informasjon angående problemer som de danner inntrykk av (Shoemaker og Reese, 1996).

Goffman presenterer to typer for *framing* som kalles for naturlig og sosial *framing*. Naturlig *framing* identifiseres som ubestemt, uorientert, uanimert, og ikke retningsstyrt (Goffman, 1974). Det vil si at naturlige *framing* identifiseres som fysiske hendelser. Sosial *framing* skaper forståelse for hendelser som inkluderer vilje, mål og kontrollering av intelligens, som følger med det å være et menneske (Goffman, 1974, 22).

Begge *framing*-typene går ut på å hjelpe enkeltpersoner med å tolke data, slik at deres erfaringer kan forstås i en bredere sosial sammenheng. Forskjellen mellom de to er funksjonalitet. Rammene som blir konstruert i vår kommunikasjon påvirker i stor grad hvordan data tolkes, behandles og kommuniseres. (Goffman, 1974, 24). Vi anser dette som relevant informasjon, da vi vil sammenligne *framing* med *encloded cognition*. Kan presentasjonen av klesplagget påvirke individets oppfatning av klesplagget?

2.10 Encloded cognition

Vi gjør alle en ekstra innsats for å se fin ut for spesielle anledninger, eller kle oss etter omgivelsene. Ønsker vi å kle oss bedre for vår egen del, eller har vi en skyldfølelse for å opptre slik samfunnet mener er riktig? Hvilken symbolsk betydning har bekledning, og hvordan blir vi påvirket ved fysisk bruk? Vitenskapen sier at klærne vi har på oss, påvirker vår atferd, holdninger, personlighet, humør, selvtillit, og til og med måten vi samhandler med andre. I hovedsak tar vi utgangspunkt i teorien om *encloded cognition*, som beskriver den systematiske innflytelsen som klær har på brukerens psykologiske prosesser. For å få en bredere forståelse for *encloded cognition* har vi tatt i bruk relevante teorier fra Lawrence Barsalou, Arthur Glenberg, Paula Niedenthal, Piotr Winkielman, Silvia Krauth-Gruber og

Francois Ric. Kognitive representasjoner er basert på perseptuell innhold, som videre er basert i hjernens sensoriske systemer for oppfatning, handling, og refleksjon. Fysiske erfaringer som er lagret i minne er med på å forme kognitive representasjoner, som gir en symbolsk betydning. (Barsalou, 1999, 2008; Glenberg, 1997; Niedenthal, Barsalou, Winkielman, Krauth-Gruber og Ric, 2005). I *encloded cognition* er sammenhengen mellom den fysiske erfaringen hos individet og den symbolske betydningen bak bekleddingen, da det er klærne som bærer den symbolske betydningen. Med andre ord, den symbolske betydningen er ikke automatisk legemliggjort fordi den stammer fra klærne. For at *encloded cognition* skal ha noen effekt på en persons psykologiske prosesser, er det avhengig av den symbolske betydningen av klærne, og at individet faktisk fysisk bærer klærne (Adam og Galinsky, 2012).

3.0 Hypoteser

Når vi driver med forskning undersøkelser ønsker vi å få svar på visse spørsmål, og i den sammenheng tar vi i bruk hypoteser. I følge Kristen Ringdal (2014, s 35) er hypotese en påstand, som har indirekte eller direkte kobling til et saksforhold fra virkeligheten.

Hypotesene er utviklet på bakgrunn av teorikapittelet, og skal kunne hjelpe oss med å svare på problemstillingen vår.

3.1 Hypotese 1a, hypotese 1b og hypotese 1C (H1a, H1b og H1c)

Oppgavens første hypotese starter med å ta for seg *encloded cognition*, som fordyper seg i den systematiske påvirkningen som klær har på brukerens psykologiske prosesser. Med det menes at klærne vi bruker har en påvirkning på vår atferd, holdninger, personlighet, humør, selvtillit, og til og med måten vi samhandler med andre på. Betyr det at klærne også kan påvirke hvordan vi presterer? Fysiske erfaringer som er lagret i hukommelsen er med på å forme kognitive representasjoner, som gir en symbolsk betydning hos en person (Barsalou, 1999, 2008; Glenberg, 1997; Niedenthal, Barsalou, Winkielman, Krauth-Gruber og Ric, 2005). Hajo Adam og Adam Galinsky (2012) hevder at om *encloded cognition* skal ha en påvirkning på folks indre psykologiske prosesser, er det avhengig av kombinasjonen av den fysiske opplevelsen av å faktisk bruke klærne og den symbolske betydningen bak klærne. Med andre ord, en person må fysisk ha på seg et plagg som har en symbolsk betydning (Adam og Galinsky, 2012). Er det da sånn at en politimanns autoritære atferd rett og slett blir aktivert

ved at personen har på seg en politiuniformen? All informasjon som en forbruker har lagret om en merkevare, kaller vi *merkeassosiasjoner*. I praksis vil det si at all kunnskapen en forbruker har om et merke, alt de føler for et merke, alt de mener om et merke, og alt de kobler til situasjoner som utløser behov for merket (Samuelsen, Peretz og Olsen 2016). Er det en sammenheng mellom *merkeassosiasjoner*, og de assosiasjonene vi kobler til den symbolske betydningen bak klesplagg? *Identitetsbasert motivasjons-teori* sier at folk er motivert til å fungere på forskjellige måter for å skape mening i verden, ved hjelp av prosedyrer som er kongruente med deres identiteter (Oyserman, 2007; Oyserman, Brickman, Bybee og Celious, 2006; Oyserman, Fryberg og Yoder 2007; Schwarz, 2007). Vil det si at en person som bruker et plagg med symbolsk mening vil jobbe for å bli kongruent med det som klesplagget symboliserer? Psykologisk forskning viser at *priming* fra en gitt situasjon, kan automatisk aktivere en relevant representasjon fra hukommelsen hos en gitt person (Higgins, Tory, Rholes og Jones, 1977). En representasjon som deretter sprer seg videre andre relevante assosiasjoner (Anderson, 1983; Collins og Loftus, 1975; Neely 1977). Kan det sammenlignes med en person som hele livet er blitt primet med en symbolsk betydning bak et gitt klesplagg, hvor så møte med klesplagget aktiverer en relevant representasjon i hukommelsen hos individet. Det kan oppstå en atferd som direkte følge av et persepsjonelt stimuli. For eksempel: en grillet hummer aktiverer “spis meg” og en iskald øl aktiverer “drikk meg” (Dijksterhuis og Bargh, 2001). Er det mulig at samme stimuli-responsituasjon kan forekomme, ved bruk av et klesplagg som symboliserer gode prestasjoner? Altså, at bruk av klesplagg aktiverer gode prestasjoner hos individet. I følge James Terborg (1977) og Susan Fiske (1993) ligger det et underforstått press innad i en gruppe for å passe inn i en spesifikk rolle. Med andre ord, andre menneskers forventninger skaper utgangspunktet for hvordan en persons atferd er med dem. Betyr det at folks forventninger til deg kan påvirke deg til å prestere bedre. Hva om du har på deg et *stereotypisk* klesplagg for en som er assosiert med å være smart? For eksempel en labfrakk. På bakgrunn av denne argumentasjonen har vi kommet med følgende hypoteser:

3.1.1 H1a: *Symbolsk betydning bak klær har en effekt på individers selektive oppmerksomhet, der individer som har på seg det de oppfatter som en labfrakk presterer bedre enn individer som har på seg det de oppfatter som en malefrakk.*

3.1.2 H1b: *Symbolsk betydning bak klær har en effekt på individers selektive oppmerksomhet, der individer som har på seg det de oppfatter som en labfrakk presterer bedre enn individer som ikke bruker frakk.*

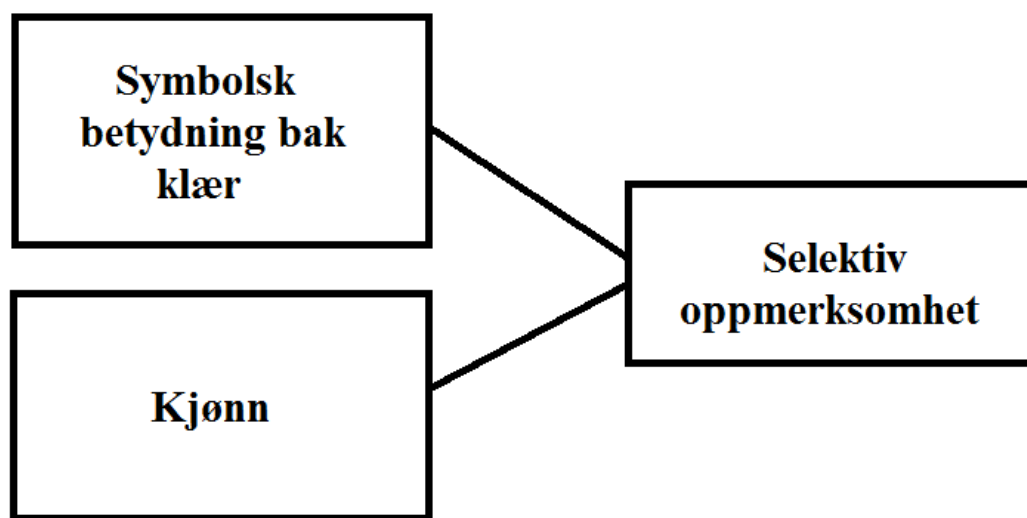
3.1.3 H1c: *Symbolsk betydning bak klær har en effekt på individers selektive oppmerksomhet, der individer som har på seg det de oppfatter som en malefrakk presterer dårligere enn individer som ikke bruker frakk.*

3.2 Hypotese 2 (H2)

Hypotese to tar utgangspunkt i kjønn som årsaks-variabel mot *selektiv oppmerksomhet*. I følge Carol Lynn Martin og Diane Ruble (2004) er kjønn en identitet som blir etablert hos et barn før han eller hun er to år gammel. Er det sånn at gutter og jenter er tilknyttet assosiasjoner som dikterer deres atferd i forhold til hvordan de presterer? I følge Marjorie Rhodes og Daniel Brickman (2008) har en persons kunnskap om at man er en gutt eller jente stor påvirkningskraft på hva man foretrekker å gjøre og, hvilke tilbakemeldinger som betyr noe. Er dette noe vi har kontroll på selv? Både gutter og jenter skanner automatisk sitt miljø etter kjønnsrelatert informasjon, som de videre bruker til å konstruere *stereotypier*. *Stereotypier* som omhandler evner, egenskaper og atferd av gutter og jenter (Bigler og Liben, 2007; Patterson og Bigler 2007). Det er mye som peker mot at gutter er mer følsomme for forskjellige typer miljøpåvirkning, enn det jevnaldrende jenter er (Morisset, Bernard og Booth, 1995; Bee m.fl, 1984). Claude Steele, Stevn Spencer og Joshua Aronson (2002) hevder at kjønnsidentitetens effekt på atferd ikke nødvendigvis er et bevisst valg. I en studie av Spencer, Steele og Diane Quinn (1999), viser det seg at jenter viser en nedgang i matteprestasjoner, om kjønnsforskjeller er tatt opp på forhånd. Betyr det at det vil være forskjell på andre prestasjoner enn matte, om man nevner kjønnsforskjeller på forhånd? Brede og dype identiteter som kjønn er ofte mer stabile og psykologisk sentrale. Det betyr at individet er ikke avhengig av en situasjon for at de skal bli aktivert (Bigler og Liben, 2006). Her kan vi trekke inn *identitetsbasert motivasjons-teori*, som går ut på at individet fokuserer på handlinger og kognitive prosedyrer som er kongruent mot sin egen identitet (Oyserman, 2007; Oyserman, Brickman, Bybee og Celious, 2006; Oyserman, Fryberg og Yoder 2007; Schwarz, 2007). Hvis det er *stereotypisk* for gutter å ha høyt konkurranseinstinkt og ha fokus på å vinne, vil de prestere bedre enn jenter? James Terborg (1977) og Susan Fiske (1993) hevder at deskriptiv *stereotypi* forteller hvordan de fleste mennesker i en gruppe mest

sannsynlig vil utøve en atferd som de selv foretrekker, og hvor deres kompetanse ligger. På bakgrunn av dette konkluderer Terborg og Fiske med at det lurte det et underforstått press til å passe i en satt rolle. Med andre ord, andre menneskers forventninger skaper utgangspunktet for hvordan en persons atferd samhandler med dem (Terborg, 1977; Fiske, 1993). Om det viser seg å at det er stereotypisk for gutter prestere bedre enn jenter, vil det underforståtte presset som Terborg og Fiske snakker om være en faktor? På bakgrunn av disse argumentene har vi utformet følgende hypotese:

3.2.1 H2: *Kjønn påvirker selektiv oppmerksomhet, der gutter prestere bedre enn jenter.*



Vedlegg 1. Konseptuell modell

4.0 Design og metode

I dette kapittelet vil vi presentere hvordan vi har gått frem for å svare på problemstillingen. Det innebærer oppgavens undersøkelsesdesign, kausalitet, utvikling av stimuli, strategi for datainnsamling, strategi for utvalg, forskningsetikk, og til slutt en detaljert beskrivelse av gjennomføringen av eksperimentet.

4.1 Strategi

I følge metodeteori er det to strategier man kan ta i bruk for å samle inn data. Kvalitativ og kvantitativ forskningsstrategi. Kvalitativ forskningsstrategi går dypt inn i individets subjektive opplevelse, der forskeren som oftest samler inn informasjon ved hjelp av intervjuer av informanter. Stikkordene som er typiske for en kvalitativ forskningsstrategi er

formålsforklaringer, søken etter mening, nærhet og få antall deltakere. Kvalitativ metode passer best om man ønsker å undersøke dybden av et fenomen, slik at man tilegner seg en dypere forståelse av fenomenet (Ringdal, 2014, s 104-105). Kvantitativ forskningsstrategi er en statistisk analyseteknikk, som er teoristyrte og går i bredden. Dette foregår ved at man registrerer korrelasjoner og strukturert informasjon hos et stort utvalg deltakere. I følge Kristen Ringdal (2014, s 104) er kvantitative undersøkelser så stabile at kvantitative beskrivelser, og målinger blir meningsfulle. Kvantitativ metode egner seg til å bekrefte eller avkrefte antakelser.

Vi har valgt å ta i bruk en kvantitativ forskningsstrategi, som er deduktiv. En deduktiv oppgavestrategi starter med presentasjon av teori. Hypotesene blir konstruert ut i fra teorien, som deretter etterfølges av empiri (Jacobsen, 2016, s 34-35). Vi anser dette som det beste valget, da vårt mål er å teste ut teori og hypoteser. Med kvantitativ metode kan også nå ut til flest mulig deltakere på kortest mulig tid. Vi forsøker gjennom vår problemstilling å skape en bedre forståelse om det er flere faktorer som kan påvirke en person til å prestere bedre.

4.2 Kausalitetskrav, gyldighet og troverdighet

I kvantitative undersøkelser er det viktig å være kritisk til hvordan man analyserer samvariasjon av årsakssammenhenger. I følge Dag Ingvar Jacobsen (2016, s 93) bruker vi varianstilmærmingen for å konstatere en kobling mellom årsak og virkning.

Varianstilmærmingen stiller følgende tre krav, før vi kan fastslå årsakssammenheng mellom årsak og virkning: Korrelasjon, årsaksretning og kontroll.

Det første kriteriet tilsier at det er nødt til å være samvariasjon mellom det vi mener er årsaken, og det vi mener er virkningen (Jacobsen, 2016, s 93). Det andre kriteriet går ut på årsaksretningen. Altså årsaken er nødt til å komme før virkningen i tid. I tillegg er det nødt til å være en viss tidsmessig nærhet mellom årsaken og virkningen (Jacobsen, 2016, s 94). Det tredje kriteriet går ut på kontroll for alle relevante faktorer. Dette kravet er veldig vanskelig å tilfredsstille, fordi det vil alltid være noen faktorer som man overser (Jacobsen, 2016, s 95). I følge Jacobsen (2016, s 16-17) så stilles det to krav til empiri. Empirien må være relevant og gyldig. For det andre må empirien være troverdig og pålitelig. Om empirien er relevant og gyldig, gir den svar på spørsmålene som er stilt. Om empirien er troverdig og pålitelig er undersøkelsene gjennomført på en måte som er troverdig, og skaper tillit hos leseren.

Ringdal (2014, s 133) hevder også at selve styrken i det ekte eksperimentet ligger i studiens interne validitet. Den interne validiteten gjør det mulig for forskeren å gjøre sikre beslutninger om årsakssammenhenger i et eksperiment. Jo mer kontroll og styring forskeren har over eksperimentet, jo bedre blir den interne validiteten. Vi har sikret høy intern validitet ved å ha stort fokus på høy standardisering og kontroll når det gjelder gjennomføringen av eksperimentet. Alle 150 testene ble gjennomført og målt på nøyaktig samme måte. Antall riktige og feil som deltakerne gjorde ble målt på samme måte, på samme telefon. Alle resultatene ble deretter skrevet inn i et Excel regneark. Måten de tre gruppene ble presentert for oppgaven var også standardisert. Alle i gruppe 1 ble gitt en hvit frakk, som ble presentert som en labfrakk. Videre ble alle i gruppe 2 gitt en hvit frakk, som ble presentert som en malefrakk. Til slutt ble alle i gruppe 3 kun presentert for oppgaven de skulle utføre (Gruppe 3 brukte egne klær). I følge Ringdal (2014, s 128) har forskeren størst kontroll over eksperimentet ved at han eller hun studerer virkningen av en eller maks to eller tre årsaksfaktorer, på samme tid som forskeren kontrollerer mulig påvirkning av andre variabler. I dette tilfellet kontrollerer vi årsaksfaktorene (X), som er symbolske betydningen av klær og kjønn. Den symbolske betydningen ble kontrollert ved at femti deltakere brukte en hvit frakk som ble presentert som en labfrakk, og femti deltakere brukte en hvit frakk som ble presentert som en malefrakk. Kjønnsvariabelen kontrolleres ved at hver gruppe på femti deltakere var fordelt med tjuefem gutter og tjuefem jenter. Når det er sagt, trues den eksterne validiteten da standardiseringen og kontrollen av eksperimentet er høyt rangert (Ringdal, 2014, s 128). Ringdal (2014, s 129) hevder at den eksterne validiteten ikke settes i fare om man foretar randomisering av utvalget. Randomisering kan bidra med å kontrollere andre utenforstående variabler, ved at forsøkspersonene blir tilfeldig fordelt på eksperimentgruppen og kontrollgruppen.

4.3 Forskningsdesign

I denne delen av oppgaven vil vi legge frem forskningsdesignet vårt, samt hvilke valg vi har tatt i forhold til metoden vi har valgt, og hvordan vi har gjennomført forskningsprosessen. Vi vil også presentere hvordan vi har gjennomført datainnsamlingen, og hvordan vi har analysert og bearbeidet dataene vi har samlet inn.

I følge Ringdal (2014, s 105) er det fem typer forskningsdesign: eksperimentell design, tverrsnittdesign, langsgående design, casedesign og komparativ design. Vi har valgt å ta for

oss et eksperimentelt forskningsdesign. Ringdal (2014, s 105) hevder at eksperimentet er det klassiske design for å studere årsakssammenhenger. Det finnes flere empiriske tilnærminger til årsaksslutninger, men vi kommer til å ta i bruk den som er kjent som den kontrafaktiske tilnærmingen til årsaksslutninger. Kjernen i denne tilnærmingen er at noen analyseenheter utsettes for den eksperimentelle faktoren, mens kontrollgruppen ikke utsettes for noen eksperimentell faktor.

Ringdal (2014, s 132-133) nevner to typer eksperimentelle design: Kvasieksperimenter og ekte eksperimenter, som går ut på kontrollen over forsøksbetingelsene. Hver av disse typene for eksperimentell design kan fordeles i forskjellige varianter. Noen etter eksperimentelle faktorer eller antall eksperimentelle faktorer. Andre kan fordeles etter om eksperimentet er et laboratorieeksperiment eller et felteksperiment, i tillegg til naturlige eksperimenter. Vi har valgt å ta i bruk ekte eksperiment med post-test, der den avhengige variabelen blir målt etter at testen er utført. Et kriterium for ekte eksperiment er posttest av alle gruppene Ringdal (Ringdal, 2014, s 132-133). Dette gjennomførte vi ved å teste prestasjonen deres etter at de ble eksponert for den eksperimentelle faktoren (den hvite frakken), uavhengig om tilhørte eksperimentgruppene eller kontrollgruppen. Alle gruppene fikk den samme prestasjonstesten fordi vi ønsket å finne ut om deltakerne presterte forskjellig ut ifra om de ble eksponert for den eksperimentelle faktoren eller ikke. I følge Ringdal (2014, s 132-133) vil denne metoden beskytte mot flere alternative forklaringer. I våre studier ble randomiseringen av hovedeksperimentet sikret ved at det var tilfeldig hvem som ble fordelt i eksperimentgruppene og kontrollgruppen. Det betyr at det var tilfeldig hvem som ble eksponert for den eksperimentelle faktoren og hvem som ikke ble eksponert for den.

Det finnes tre empiriske tilnærminger til årsaksslutninger: Årsaksslutninger kan baseres på forskjellige sammenhenger mellom årsak (X) og effekt (Y). Årsaksrekkefølgen mellom X og Y må kontrolleres, ved at forskeren bestemmer når eksperimentgruppen skal eksponeres for årsaksvariabelen (X). Kontroll av andre påvirkende faktorer sikres ved hjelp av randomisering. De tre sammen gir et godt utgangspunkt for årsaksslutninger (Ringdal, 2014, s 126). La oss illustrere dette ut i fra vårt eget eksperiment. Et utvalg deltakere ble tilfeldig fordelt på to eksperimentgrupper og en kontrollgruppe. Eksperimentgruppene ble tildelt en hvit frakk, hvor den samme frakken ble presentert på to forskjellige måter. For gruppe 1 (eksperimentgruppe) ble frakken presentert som en labfrakk, og for gruppe 2 (eksperimentgruppe) ble frakken presentert som en malefrakk. Gruppe 3 (kontrollgruppen) var kun iført sine egne klær. I hver gruppe var det tjuefem gutter og tjuefem jenter. Dette

sikrer at det ikke er systematiske forskjeller mellom eksperimentgruppene og kontrollgruppene (Ringdal, 2014, s 106).

4.4 Utvikling av stimuli

I et eksperiment blir de uavhengige variablene manipulert, som i vår forskning er den symbolske betydningen bak bekledding og kjønn. For å teste den symbolske betydningen bak bekledding, tok vi i bruk en hvit frakk som stimuli. Vi valgte en hvit frakk fordi det er et *stereotypisk* antrekk for både forskere og malere. En hvit frakk kan kommunisere flere ting, avhengig av hva den blir presentert som. Kan dette sammenlignes med *framing*? Med *framing* menes at mennesker effektivt behandler ny informasjon, ved å bruke indre skjemaer og primære rammer for å klassifisere informasjonen, samt skape mening (Goffman, 1974). Videre hevdes det at *framing* er en presentasjonsform, som journalister og andre kommunikatorer bruker for å presentere informasjon, slik at det resonnerer med individens eksisterende interne skjemaer (Shoemaker og Reese, 1996). Disse rammene som de lager i vår kommunikasjon, påvirker i stor grad hvordan data tolkes, behandles og kommuniseres. (Goffman, 1974, 24). Blir frakken presentert som en labfrakk vil den signalisere vitenskapelig fokus, oppmerksomhet, forsiktighet og bestemthet. Dette er menneskelige attributter som er essensielle for å holde fokus på en gitt oppgave, og ikke gjøre feil. Menneskelige attributter som vi har bekreftet i en pre-test. I en annen pre-test bekreftet deltakerne at de oppfattet at den hvite frakken hadde lav assosiasjon til de samme menneskelige attributtene, om den ble presentert som en malefrakk. For å utvikle kjønn som stimuli, delte vi opp gruppene i et likt antall gutter og jenter. Manipulasjonen av kjønn blir sikret ved at det er tilfeldig hvem gutt eller jente som er blant de tjuefem guttene og tjuefem jentene i hver gruppe. Manipulasjonen av labfrakk, malefrakk og kontrollgruppen fungerte slik at det var tilfeldig hvem som ble plassert i de tre gruppene. Deretter kunne vi observere effekten, ved å måle selektiv *oppmerksomhet* gjennom en Stroop-test.

4.5 Strategi for datainnsamling

Datainnsamlings-strategien går ut på hvordan man innhenter dataene man skal analysere, for å få informasjonen man ønsker. Vi har valgt å ta for oss primærdata, som både er planlagt og samlet inn av oss som forskere. Vi kan skille mellom samtaleintervjuer, observasjon og spørreundersøkelser. Vi ser etter spesifikke handlinger i eksperimentet, så vi har derfor valgt å ta for oss observasjon av et eksperiment med en høy grad av standardisering. Da vi har valgt et eksperimentell design, vil undersøkelsene foregå i et gitt lokale. Dette vil sikre

standardiseringen og kontrollen av eksperimentet. Høyt standardiserte tester betyr at alle deltakerne blir testet på samme identiske måte. Da standardisering og kontroll av eksperimentet er sikret vil det være lite rom for improvisasjon og tilfeldige målefeil vil elimineres (Ringdal, 2014, s 117-119).

4.6 Strategi for utvalg

Populasjon som vi valgte å undersøke var studenter ved Høyskolen Kristiania. Dette gjorde oppgaven mer effektivt, da vi hadde begrenset med tid og ressurser til tilgjengelig til bruk. Utvalget til eksperimentet er basert på enkel tilfeldig trekking, for å bedre treffe populasjonen på Høyskolen Kristiania. Dette samsvarer med det Ringdal (2014) kaller ETT, som vil si at hver enhet i populasjonen har lik sannsynlighet for å trekkes til eksperimentet. Gjennom dette prinsippet valgte vi tilfeldige personer fra Høyskolen Kristiania til undersøkelsen, som ikke har tilknytning til hverken lab-relatert praksis, eller malingsrelatert praksis. På bakgrunn av samme prinsipp fordelte vi et likt antall gutter og jenter i hver gruppe, fordi alle guttene og jentene har lik sjanse for å bli trukket. På dette grunnlaget vil vi anta at utvalget er representativt for å svare på våre hypoteser. Til pre-testen plukket vi tilfeldig ut tjue gutter og tjue jenter, som vi videre fordelte opp i to grupper. Hver gruppe hadde et likt antall gutter og jenter. Gjennomsnittsalderen i gruppe 1 var 21,75 år, og gruppe 2 var 22,4 år. For hoved-eksperimentet plukket vi tilfeldig ut 75 gutter og 75 jenter, som vi videre fordelte på tre grupper. Disse tre gruppene hadde et likt antall gutter og jenter. Den totale gjennomsnittsalderen hos de 150 deltakerne er 23,11 år.

4.7 Forskningsetikk

I følge Dag Ingvar Jacobsen (2016, s 47) må deltakeren som undersøkes selv avgjøre om han eller hun ønsker å delta i forskningen. Videre hevder han at forskeren er pliktig til å tenke grundig gjennom på hvilken måte undersøkelsene kan påvirke deltakerne som studeres, i tillegg til hvilken måte studiene vil bli brukt og tolkes av andre (Jacobsen, 2016, s 45). Om deltakeren har all informasjon om forskningens mål, vil det øke sjansen for at han eller hun tilpasser sine svar og atferd etter informasjonen (Jacobsen, 2016, s 48). På bakgrunn av dette valgte vi å ikke fortelle deltakerne om målet med bruk av frakken, i frykt om at viten om dette kunne påvirke deltakernes atferd. Etter at hver deltaker hadde fullført eksperimentet ga vi deltakerne fullstendig informasjon om hensikten med frakken, og forsøket i sin helhet. Dag Ingvar Jacobsen (2016, s 51) hevder at man bør jobbe for at deltakerne som undersøkes forblir

anonyme. Det har vi sikret ved sletting av alle personlige data, lav detaljeringsgrad og full konfidensialitet (Jacobsen, 2016, s 51).

4.8 Gjennomføringen

4.8.1 Pre-test


Vi rekrutterte tjue gutter og tjue jenter fra Høyskolen Kristiania, for å bekrefte hvilke menneskelige attributter som folk assosierer med labfrakk og malefrakk. Disse førti fordelte vi i to grupper, med tjue deltakere per gruppe. Fordelingen var femti prosent gutter, og femti prosent jenter. For å utvikle pre-testen tok vi i bruk Qualtrics, som er et internettværktøy. En Qualtrics pre-test fungerer slik at vi utvikler pre-testen på hjemmesiden til Qualtrics, hvor programmet videre konstruerer en QR-kode. Deltakeren leser av denne koden ved hjelp av sin smarttelefon, hvor deltakeren deretter utfører pre-testen på sin egen telefon. Videre blir resultatene sendt til vår brukerkonto, på Qualtrics sin internettside.

Hver gruppe utførte to forskjellige pre-tester, men gruppene fikk tre identiske innledningsspørsmål. Innledningsspørsmålene stilte vi for å danne et bilde av utvalget: *“Hvor gammel er du? Mann / Kvinne? Hvilken studieretning går du på Høyskolen Kristiania?* I gruppe 1, ble deltakerne vist et bilde av en hvit frakk, som er lik den som senere ble brukt i selve eksperimentet. Den hvite frakken ble presentert som en labfrakk. Deltakerne vurderte hvilken grad de assosierer labfrakken med oppmerksomhet, forsiktighet, ansvarsfull og et vitenskapelig fokus på en skala fra en (ingen grad av assosiasjon) til fem (høy grad av assosiasjon). I gruppe 2 ble deltakerne vist det samme bildet av den hvite frakken som gruppe 1, men den hvite frakken ble presentert som en malefrakk, istedenfor en labfrakk. Dette ble gjort for å teste vår teori om at en malefrakk symboliserer det motsatte av en labfrakk. Videre kunne vi teste om den symbolske betydningen bak den hvite frakken påvirker prestasjonene til deltakerne. I følge Galinsky og Moskowitz (2000) så eksisterer det en assosiasjon om hver attributt blir målt betydelig over midtpunktet av skalaen. I følge Ringdal (2014, s 118) gir spørreundersøkelser med lukkede spørsmål og faste svaralternativer lav nærhet til deltakerne, og en høy grad av standardisering. Dette er med på å fjerne tilfeldige målefeil slik at dataene blir troverdige.

Online Survey | Built with Qualtrics

Sikker | https://qtrial2018q1az1.az1.qualtrics.com/jfe/preview/SV_c20mg7aeuYPQAex7Q_SurveyVersionID=current&Q_CHL=preview

Hvilke assosiasjoner har du til labfrakken?



Oppmerksom (Ingen grad av assosiasjon)	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	Oppmerksom (Høy grad av assosiasjon)
Forsiktighet (Ingen grad av assosiasjon)	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	Forsiktighet (Høy grad av assosiasjon)
Ansvarsfull (Ingen grad av assosiasjon)	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	Ansvarsfull (Høy grad av assosiasjon)
Vitenskapelig fokus (Ingen grad av assosiasjon)	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	Vitenskapelig fokus (Høy grad av assosiasjon)

Vedlegg 2: Pre-test – Labfrakk

Online Survey | Built with Qualtrics

Sikker | https://qtrial2018q1az1.az1.qualtrics.com/jfe/preview/SV_c20mg7aeuYPQAex7Q_SurveyVersionID=current&Q_CHL=preview

Hvilke assosiasjoner har du til malerfrakken?



Oppmerksom (Ingen grad av assosiasjon)	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	Oppmerksom (Høy grad av assosiasjon)
Forsiktighet (Ingen grad av assosiasjon)	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	Forsiktighet (Høy grad av assosiasjon)
Ansvarsfull (Ingen grad av assosiasjon)	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	Ansvarsfull (Høy grad av assosiasjon)
Vitenskapelig fokus (Ingen grad av assosiasjon)	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	Vitenskapelig fokus (Høy grad av assosiasjon)

Vedlegg 3: Pre-test - Malefrakk

4.8.2 Hovedundersøkelse

Ettersom vi ønsket å måle deltakernes *selektive oppmerksomhet* tok vi i bruk en Stroop-effect test, som måler akkurat det. Målet med en stroop-test er å ignorere relevant informasjon, og fokusere på relevant informasjon (Stroop, 1935). En Stroop-test fungerer på følgende måte: Deltakeren får opp navnet på en farge, hvor selve navnet også er dekket av en farge. Det kan for eksempel stå “rød”, men ordet “rød” kan være farget blått. Deltakerens oppgave er å

ignorere navnet på fargen som står skrevet, og fokusere på selve fargen som er inne i bokstavene, hvor så trykke på riktig svar ut i fra de seks alternativene (Blå, gul, grønn, svart, oransje og rød). Med andre ord, deltakeren utøver *selektiv oppmerksomhet* (Davies, Jones, og Taylor, 1984; Stroop, 1935). Vi tok i bruk et Stroop-test applikasjon ved navn Stroop Effect Test, som vi lastet ned på en Sony mobiltelefon (Play.Google.com, 2018). Selve Stroop-testen bestod av femti spørsmål, hvor tjue av femti spørsmål var inkongruente (for eksempel, rød er farget blå), og tretti av femti spørsmål var kongruente (for eksempel, rød er farget rød). Dette styrket standardiseringen av eksperimentet. Rekkefølgen på spørsmålene var tilfeldig, og deltakerne ble målt om de valgte riktig farge i tillegg til den totale tiden de brukte på å gjennomføre alle femti spørsmålene. Stroop-testen, som vi valgte å bruke tok for seg følgende farger; blå, gul, grønn, svart, oransje og rød. Vi vurderte deltakerne ut i fra antall riktige og feil svar.

4.8.3 Selve forskningsscenarioet

Vi har tatt for oss den empiriske tilnærmingen til årsaksslutninger, som er kjent som kontrafaktiske tilnærmingen til årsaksslutninger. En hvit frakk er den eksperimentelle faktor, mens kontrollgruppen ikke utsettes for noen eksperimentell faktor (ingen hvit frakk) (Ringdal, 2014, 126-127). Under eksperimentet hadde vi også kjønn som variabel, siden vi anså det som en mulighet at kjønn kunne være en påvirkende faktor på prestasjon.

Mandag i uke seksten, 2018 inntok vi skolebiblioteket til Høyskolen Kristiania i Oslo, med mål om å gjennomføre testing av 150 deltakere i løpet av fem dager. Det betyr at vi var nødt til å gjennomføre testing av tretti deltakere per dag. Vi lagde en base ved et av bordene i fjerde etasje på skolebiblioteket, hvor vi kunne utføre alle forsøkene. Av Red Bull Norge fikk vi nok energidrikk til å tilby alle 150 deltakerne en boks energidrikk hver, som takk for noen minutter av deres tid. Dette gjorde det enkelt for oss å rekruttere deltakere, da vi oppdaget at de aller fleste studenter er glad i Red Bull. Vi streifet rundt på biblioteket og rekrutterte potensielle deltakere med følgende spørsmål: *“Har du lyst til å delta i et eksperiment for vår bacheloroppgave, hvor vi skal teste selektiv oppmerksomhet. Du får en Red Bull for fire minutter av din tid, og eksperimentet er helt anonymt”*. Av en bekjent anskaffet vi en hvit frakk, som var identisk med den som var avbildet i pre-testen. Fordelingen i grupper var som følgende: Gruppe 1 bestod av tjue fem gutter og tjuefem jenter, og ble tildelt en hvit frakk, som ble presentert som en labfrakk. Gruppe 2 bestod av tjuefem gutter og tjuefem jenter, og ble tildelt den samme hvite frakken som gruppe 1, men den ble presentert som en malefrakk.

Gruppe 3 bestod av tjudefem gutter og tju fem jenter, hvor deltakerne brukte sine egne klær. Vi presenterte oppgaven for deltakerne på tre forskjellige måter, slik at hver presentasjon var tilpasset de tre gruppene. Presentasjonen av oppgaven for gruppe 1: *“Du skal nå utføre en Stroop-effect test på denne telefonen. En Stroop-Effect test måler din selektive oppmerksomhet, som er din evne til å fokusere på relevant stimuli og ignorere irrelevante stimuli. Du vil få femti spørsmål, der hvert spørsmål fungerer på samme måte. Du får opp navnet på en farge, hvor selve ordet også dekket av en farge. Det kan for eksempel stå rød, men ordet rød kan være farget blått. Din oppgave er å trykke på hvilken farge som er på ordet, ut i fra seks svaralternativer. Blå, gul, grønn, svart, oransje og rød. Forstått? Du må også ta på deg denne labfrakken, fordi alle de andre deltakerne har gjort det samme, og det er viktig at alle forsøkene blir gjort på samme måte.”*

I følge Robert B. Cialdini (2011, s 143) kan vi påvirkes til å tro at en handling er mer riktig dersom andre også har utført den. Dette kaller Cialdini sosiale bevis, og det er en av seks universelle påvirkningsverktøy. Presentasjonen av oppgaven for gruppe 2 ble gjort på samme måte som for gruppe 1, helt frem til frakken ble introdusert. For gruppe 2, ble frakken introdusert på følgende måte: *“Du må ta på deg denne malefrakken, fordi alle de andre deltakerne har gjort det samme, og det er viktig at alle forsøkene blir gjort på samme måte”*. Siden gruppe 3 er kontrollgruppen var det ingen presentasjon av noen frakk, fordi deltakerne utførte Stroop-testen i egne klær. De fikk den samme presentasjonen av selve Stroop-testen som gruppe 1 og to. Etter at hver deltaker hadde gjennomført Stroop-testen noterte vi deltakerens resultater (antall riktige, antall feil) inn i et dokument (Excel regneark). Vi lagret resultatene til hver gruppe i egne dokumenter, slik at vi kunne sikre at resultatene ikke ble blandet. Da hver deltaker var ferdig mottok de en Red Bull, som takk for bidraget. I tillegg fortalte vi deltakeren om formålet med frakken og hensikten med eksperimentet. Ved at vi gjennomførte alle Stroop-testene på den samme telefonen, sikret det reliabiliteten og påliteligheten. I følge Ringdal (2014, s 96) går ut på at gjentatte målinger med det samme måleinstrumentet gir samme resultat. Dette sikrer høy kvalitet og kontroll av datainnsamlingen.

5.0 Analyse og resultater

I dette kapitlet skal vi presentere dataene som vi har samlet inn og analysert. Først skal vi presentere resultatene fra pre-testen, hvor vi tok i bruk internettprogrammet Qualtrics til å lage pre-testen. Videre akter vi å presentere resultatene fra hovedundersøkelsen, hvor vi brukte en Stroop-effect test for å teste deltakernes *selektive oppmerksomhet*. Vi tok i bruk analyseverktøyet SPSS versjon 24, hvor vi på en enkel måte kunne analysere alle de påvirkende faktorene vi satte opp i mot *selektiv oppmerksomhet*.

5.1 Pre-testen

Vi tok i bruk en pre-test slik at vi kunne bekrefte hvilke assosiasjoner som deltakerne koblet til labfrakken og malefrakken. Begge gruppene fikk det samme utvalget av assosiasjoner som de skulle vurdere fra en (ingen grad av assosiasjon) til fem (høy grad av assosiasjon).

Gruppene vurderte følgende assosiasjoner: Oppmerksom, forsiktighet, ansvarsfull og vitenskapelig fokus. Med sine egne smarttelefoner leste alle deltakerne av QR-koden, som Qualtrics hadde opprettet ut i fra undersøkelsene vi konstruerte.

5.1.1 Gruppe 1 bestod av ti tilfeldige gutter og ti tilfeldige jenter fra Høyskolen Kristiania, med en gjennomsnittsalder på 21,75 år. Etter at deltakerne i gruppe 1 hadde lest av QR-koden, fikk de opp et bilde av en hvit frakk med skriften: “*Hvilke assosiasjoner har du til labfrakken?*”. Under er en tabell med gjennomsnittet av alle svarene fra deltakerne i gruppe 1:

Oppmerksomhet	4,4
Forsiktighet	4,0
Ansvarsfull	4,1
Vitenskapelig fokus	4,7

Vedlegg 4: Pre-test gruppe 1

Galinsky og Moskowitz (2000) hevder at det eksisterer en assosiasjon om hver attributt blir målt betydelig over midtpunktet av skalaen. I henhold til Galinsky og Moskowitz påstand, så

bekrefter gruppe 1 at de menneskelige attributtene har en sterk assosiasjon til den hvite labfrakken.

5.1.2 Gruppe 2 bestod av ti tilfeldige gutter og ti tilfeldige jenter fra Høyskolen Kristiania, med en gjennomsnittsalder på 22,4 år. Etter at deltakerne i gruppe 2 hadde lest av QR-koden, fikk de opp et bilde av den samme hvite frakken som gruppen en, med skriften: *“Hvilke assosiasjoner har du til malefrakken?”*. Under er en tabell med gjennomsnittet av alle svarene fra deltakerne i gruppe 2:

Oppmerksomhet	2,4
Forsiktighet	2,3
Ansvarsfull	2,1
Vitenskapelig fokus	1,9

Vedlegg 5: Pre-test Gruppe 2

Igen trekker vi inn Galinskys og Moskowitz (2000) sin påstand, om at det eksisterer en assosiasjon om hver attributt blir målt betydelig over midtpunktet av skalaen. I henhold til Galinsky og Moskowitz, bekrefter gruppe 2 at det ikke eksisterer en assosiasjon mellom gitte menneskelige attributter og malefrakk.

5.2 Analyse av eksperimentet

I dette kapittelet ønsker vi å gjøre en analyse av datamaterialet vi har samlet inn gjennom eksperimentet. Analysen har som formål å tydeliggjøre sammenhenger mellom prestasjonen til de forskjellige gruppene. Verktøyet vi bruker for analysen er programmet SPSS. Først vil vi gå igjennom de fire kravene som er gjeldende for å kunne utføre en ANOVA analyse. Deretter vil vi teste hypotesene ved å gjennomføre ANOVA, først på hypotese 1a,1b og 1c. Deretter undersøker vi hypotese 2.

5.3 Forutsetninger for Anova

Vi ønsker å se i hvilken grad besvarelsene er forskjellige mellom de forskjellige gruppene. Dette gjøres ved å gjøre en analyse av varians. Eksperimentet inneholder tre forskjellige

grupper som skal vurderes opp mot hverandre mot en avhengig variabel (resultater). For å kunne analysere forsøket må det benyttes ANOVA. Anova benyttes når det skal sammenlignes to eller flere tilstander for å analysere varians (Andy Field, 2015). Vi benytter oss av en-veis-ANOVA fordi vi i alle hypotesene har en avhengig variabel. For at analysen i større grad skal bli korrekt, er det fire forutsetninger som burde oppfylles.

Forutsetningen for linearitet må ligge til grunn ettersom anova er en lineær modell hvor utfallsvariabelen er lineært relatert til alle prediktorer (Field 2015, s. 167). Field hevder videre at dette er den viktigste forutsetningen, fordi modellen ikke fungerer riktig om datasettet ikke er lineært (Field 2015, s. 168). Besvarelsene vi har fått ved å gjennomføre vår undersøkelse, ligger mellom 36 til 50 og 37 til 50. Det vil si at besvarelsene kan vises lineært, hvor vi da er innenfor kravet om linearitet.

Forutsetningen for normalfordeling vil i vårt tilfelle vurderes gjennom normalfordelingen i de forskjellige gruppene (Field 2015, s. 169).

	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Std.Error	Statistic	Std.Error
Malefrakk	43,60	3,85450	,091	,337	-1,154	,662
Labfrakk	45,46	4,13650	-,702	,337	-,764	,662
Kontroll	44,52	3,73205	-,236	,337	-,913	,662

Standardavviket forteller oss hvor mye besvarelsene varierer rundt gjennomsnittet, og vurderes etter hvor mye det avviker fra gjennomsnittet (Field 2015, s. 28). I vår tabell ser vi at det er en stor forskjell på gjennomsnittet og standardavviket i hver gruppe. For å kunne vurdere om gruppene er normalfordelt, skal verdiene for skjevhet og kurtosis være i mellom -2 og 2 (George og Mallery, 2010). Ved å se på tabellen er alle verdiene tydelig innenfor reglene, hvor alle tre gruppene er normalfordelte etter vurdering av standardavvik, skjevhet og kurtosis.

I design hvor en tester forskjellige grupper, tar denne forutsetningen om homogenitet i varians for seg at populasjonen i hver gruppe skal ha lik varians (Field 2015, s. 174). Det vil si at det ikke skal foreligge stor spredning på besvarelsene innad i hver enkelt gruppe. Ettersom vår Levene's test ikke ble signifikant, vil det si at det foreligger homogenitet i varians. Vi oppfyller derfor forutsetningen om homogenitet i varians.

Den siste forutsetningen går ut på at uavhengighet, som vil si at respondentene ikke skal bli påvirket av hverandre (Field 2015, s. 176). Det vil si at vi må forme eksperimentet vårt slik at vi forhindrer at de forskjellige deltakerne har muligheten til å påvirke hverandre. I vårt eksperiment beskrev vi lik situasjon til alle deltakerne. I tillegg observerte vi hver enkelt som gjennomførte undersøkelsen, hvor ingen hjalp hverandre med å velge de riktige fargene. Vi vil derfor påstå at vi er innenfor forutsetningen for uavhengighet.

I tillegg til de fire forutsetningene vil vi benytte oss av den vanligste verdien for å vurdere signifikans $P=0,05$, hvor vi med 95% sikkerhet kan si at det ikke foreligger tilfeldighet for resultatene (Ringdal 2013, 268).

5.4 Hypotesetesting

5.4.1 H1a, H1B og H1C

5.4.2 H1a: Symbolsk betydning bak klær har en effekt på individers selektive oppmerksomhet, der individer som har på seg det de oppfatter som en labfrakk presterer bedre enn individer som har på seg det de oppfatter som en malefrakk.

5.4.3 H1b: Symbolsk betydning bak klær har en effekt på individers selektive oppmerksomhet, der individer som har på seg det de oppfatter som en labfrakk presterer bedre enn individer som ikke bruker frakk.

5.4.4 H1c: Symbolsk betydning bak klær har en effekt på individers selektive oppmerksomhet, der individer som har på seg det de oppfatter som en malefrakk presterer dårligere enn individer som ikke bruker frakk.

Levenes Statistic	df1	df2	Sig
,391	2	147	,677

I en enveis-ANOVA tester Levenes testen i hvilken grad variansen i de forskjellige gruppene er signifikant forskjellige (Field, 2015, s. 466). Videre forklarer Field (2015, s. 466-467) at hvis testen er signifikant, er variansen i de forskjellige gruppene signifikant forskjellige, noe som vil si at de statistiske resultatene ikke er homogene i varians. Levenes test av

homogenitet av varians er ikke signifikant, med et signifikansnivå på $P=0,677$. Det vil si at det foreligger homogenitet i varians innad i gruppene.

Anova

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	86,493	2	43,247	2,827	,062
Within Groups	2248,900	147	15,299		
Total	2335,393	149			

F-verdien gir en indikasjon på om det er noen av gruppene som skiller seg fra hverandre i varians (Field 2015, s.445). Det betyr at gjennom F-verdien som fremkommer i ANOVA analysen, får vi ikke støtte for H1A, H1B, og H1C. Bekledning har ikke en signifikant effekt på prestasjon, $F(2,827)$, $p=,062$. Det vil si at det er ikke noen av gruppene som skiller seg så mye fra hverandre i besvarelsene at det blir signifikant.

Field hevder videre at F-verdien ikke viser hvor forskjellene mellom gruppene ligger. Ved å se på signifikansnivået som er $P=,062$, ser vi at det ikke ligger langt unna kravet på 95% sikkerhet. Derfor ønsker vi å kartlegge eventuelle tendenser som kan fremkomme ved å gjennomføre en Post Hoc test, fordi våre H1 hypoteser går ut på å vurdere gruppene mot hverandre.

(I)	(J)	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	Lower Bound	Upper Bound
Bekledning1	Labfrakk	-1,860	,782	,056	-3,75	,03
	Kontroll	-,920	,782	,724	-2,81	,97
Labfrakk	Malefrakk	1,860	,782	,056	-,03	3,75
	Kontroll	,940	,782	,694	-,95	2,83
Kontroll	Malefrakk	,920	,782	,724	-,97	2,81
	Labfrakk	-,940	,782	,694	-2,83	,95

En Post Hoc test sammenligner gjennomsnittet mellom tre forskjellige grupper (Field, 2015, s. 470). Field hevder at en post hoc test ikke benyttes når det er en spesifikk hypotese som skal besvares, men for å undersøke forholdene parvis mellom de forskjellige gruppene (Field, 2015, s. 470, 881). Som vi så i F-testen, er det ingen signifikant forskjell i prestasjonen til de forskjellige gruppene. Det vi antar å være en tendens i F-verdien er mellom gruppene som

hadde på seg labfrakk og malefrakk. Forskjellen i gjennomsnitt er 1,860, med et signifikansnivå på $P=,056$. Dette er ikke signifikant etter 95% regelen, men vi kan anta at det er en tendens siden signifikansnivået er nærme.

H1 hypotesene er ikke signifikante med den generelle F-verdien $F(2,827)$, $p=,062$, og det er heller ingen signifikante funn etter å ha undersøkt hver gruppe i Post Hoc testen. Det vil si at vi ikke trenger å gå videre for å sjekke korrigerede varianter av F-verdier med Brown-Forsythe F eller Welch's F (Field 2015, s. 443).

5.4.5 Hypotese 2

H2: Kjønn påvirker selektiv oppmerksomhet, der gutter presterer bedre enn jenter.

Kjønn	Mean	Std. Error	Lower Bound	Upper Bound
Mann	44,893	,452	44,001	45,786
Kvinne	44,160	,452	43,268	45,052

(I) Kjønn	(J) Kjønn	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig. a	Lower Bound	Upper Bound
Mann	Kvinne	,733	,639	,253	-,529	1,995
Kvinne	Mann	-,733	,639	,253	-1,995	,529

Gjennomsnittet viser at det er lite forskjell mellom antall riktige mellom kjønn med en verdi på 0,733. Videre ser vi at det ikke er en signifikant forskjell med en verdi på $P=,253$, som da faller utenfor kravet på 95% signifikans (0,05). Det vil si at det ikke foreligger noen statistisk signifikans i forskjellen på prestasjon mellom menn og kvinner.

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Contrast	20,167	1	20,167	1,319	,253
Error	2201,760	144	15,290		

F-testen viser at det ikke er noen signifikant forskjell mellom prestasjonen til menn og kvinner $F(1,319)$, $P=,253$. Vi kan fastslå at i vårt eksperiment er det ikke signifikant at kjønn påvirker *selektiv oppmerksomhet*, hvor menn ikke presterer bedre enn kvinner. Vi får ikke støtte for hypotesen, hvor $0=$ hypotesen er gjeldende.

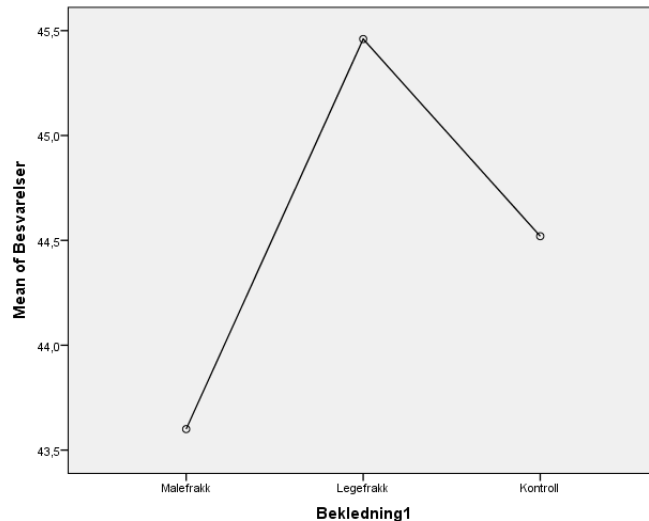
Bekledning1	Kjønn	Mean	Std. Error	Lower Bound	Upper Bound
Malefrakk	Mann	44,080	,782	42,534	45,626
	Kvinne	43,120	,782	41,574	44,666
Labfrakk	Mann	46,280	,782	44,734	47,826
	Kvinne	44,640	,782	43,094	46,186
Kontroll	Mann	44,320	,782	42,774	45,866
	Kvinne	44,720	,782	43,174	46,266

Ved å se på forskjellen i gjennomsnitt på kjønn i de forskjellige gruppene er det generelt sett et homogent gjennomsnitt, med lite forskjeller. De eneste som skiller seg ut fra gjennomsnittet er menn med labfrakk (46,280), og kvinner med malefrakk (43,120). Dette kan vurderes som en tendens, ettersom de er de eneste som skiller seg ut.

6.0 Diskusjon

I dette kapittelet er formålet å diskutere resultatene av vår forskning, samt sammenligne de med annen teori og forskning. Videre vil vi redegjøre for kritikk av egen oppgave, hvor vi til slutt kommer med anbefalinger for videre forskning.

Formålet med forskningen var å studere om det fantes noen korrelasjon mellom den symbolske betydningen bak klær, og prestasjonen til et individ. Ut i fra problemstillingen og teorikapittelet utviklet vi fire hypoteser, som vi videre testet ut i et eksperiment. Vi fikk ingen støtte for våre teorier, som betyr at vi ikke kan konkludere med at den symbolske betydningen bak bekledning har noen påvirkning på prestasjon. Selv om resultatet fra forskningen ikke ble signifikant, er det flere tendenser som vekker interesse. Disse tendensene skal vi gå nærmere, men det er også en overordnet tendens som gjelder alle gruppene. Den overordnede tendensene innebærer hvor gruppenes gjennomsnittsverdier er plassert på skalaen. Kontrollgruppen er plassert i midten av skalaen, hvor man kan spekulere om at dette er normalprestasjonen. Gruppen som brukte labfrakk er plassert over kontrollgruppen, og gruppen som brukte malefrakk er plassert rett under kontrollgruppen (bildet etter dette avsnittet). Det er en interessant tendens, som kan overføres til videre forskning. Det kan også være tilfellet at denne tendensen skyldes tilfeldigheter.



Vedlegg: Gruppenes plassering

6.1.1 Hypotese 1A (H1a)

Våre grunnleggende antagelser for H1a kommer fra teorien om *enclothed cognition*, som beskriver den systematiske innflytelsen som klær har på brukerens psykologiske prosesser (Barsalou, 1999, Glenberg, 1997, Niedenthal, Winkielman, Krauth-Gruber og Ric, 2005). Hensikten med H1a var å teste om gruppen som bruker en labfrakk, presterer bedre enn gruppen som bruker en malefrakk. Våres grunnleggende antagelser ble forsterket på bakgrunn av resultatene i pre-testene i kapittel 5.1.1 og 5.1.2. Her ser vi at labfrakken kan assosieres til oppmerksomhetsrelaterte attributter (Oppmerksomhet, forsiktighet, ansvarsfull og vitenskapelig fokus), og malefrakken kan ikke kobles til disse. Vi kan se sterke tendenser til at gruppen som brukte labfrakk presterte bedre, enn gruppen som brukte malefrakk, men forskjellene er signifikant. H1a viser 94 % signifikans, noe som tilsier at det ligger sterke tendenser. Selv om H1a kun er en prosent unna å bli signifikant, kan ikke studien påvise at mennesker presterer bedre ved bruk av bekledning som labfrakk i forhold til malefrakk. Det er også muligheter for at de sterke tendensene skyldes tilfeldigheter.

6.1.2 Hypotese 1B (H1b)

På bakgrunn av teori om *enclothed cognition* var våre grunnleggende antagelser at gruppen med labfrakk, ville prestere bedre enn gruppen som ikke bruker frakk i det heletatt. Disse antagelsene fikk vi videre støtte til da vi utførte pre-testen, som en kan finne i kapittel 5.1.1. Der målte vi deltakere sine assosiasjonsnivåer mellom oppmerksomhetsrelaterte attributter (Oppmerksomhet, forsiktighet, ansvarsfull og vitenskapelig fokus) og labfrakken. I henhold Galinskys og Moskowitz (2000) sin teori, var det høy assosiasjon mellom de

oppmerksomhetsrelaterte attributtene og labfrakken, fordi assosiasjonsverdiene målte betydelig over halve skalaen. På bakgrunn av pre-testen styrket det våre antagelser om at bruk av labfrakk ville prestere bedre på Stroop-testen. Vi fikk ingen signifikant støtte for H1b, men vi kunne se tendenser til at prestasjonene hos deltakerne med labfrakk, var bedre enn deltakerne som ikke brukte frakk. Disse tendensene kan også skyldes tilfeldigheter.

6.1.3 Hypotese 1C (H1c)

I likhet med H1a og H1b, stammer også våre grunnleggende antagelser om H1c hovedsakelig fra *enclothed cognition*. Hensikten bak H1c var å teste om gruppen som brukte malefrakk presterte dårligere, enn gruppen som ikke brukte frakk. For å finne støtte i våre antagelser, var vi nødt til å ta en pre-test (*kapittel 5.1.2*), som målte assosiasjonsnivået mellom oppmerksomhetsrelaterte attributter (oppmerksomhet, forsiktighet, ansvarsfull og vitenskapelig fokus) og malefrakken. Pre-testen bekreftet at det ikke eksisterer noen assosiasjon mellom de oppmerksomhetsrelaterte attributtene og malefrakken. På bakgrunn av resultatet fra pre-testen, antok vi at malefrakken ville fungere som motpolen til labfrakken. Vi fikk ingen signifikant støtte for H1c, men vi kunne se tendenser til at gruppen som brukte malefrakk presterte dårligere, enn gruppen som ikke brukte frakk (kontrollgruppen). Tendensene kan også skyldes tilfeldigheter, da resultatet ikke er signifikant.

6.1.4 H1a, H1b og H1c sammenlignet med annen forskning

I en studie av Hajo Adam og Adam Galinsky (2012) ble det påvist signifikant forskjell på tre lignende aspekter. (1) Deltakere som brukte labfrakk presterte bedre enn de som ikke brukte frakk. (2) Deltakere som brukte en legefrakk presterte bedre enn de som brukte en malefrakk. (3) De som fysisk har på seg legefrakken presterte bedre enn de som ble primet med legefrakken, og de som brukte malefrakk. Hvordan var Adam og Galinskys gjennomføring av eksperimentet, og var det noen forskjeller fra gjennomføringen vår?

Vi startet med en pre-test, hvor vi målte assosiasjonene både for labfrakk og malefrakk, noe vi antok ville lage et bedre grunnlag for eksperimentet. Utvalget vårt bestod totalt av førti gutter og jenter, fordelt på to grupper (ti gutter og ti jenter pr gruppe; Gjennomsnittsalder i gruppe 1: 21,75 år; Gruppe 2: 22,4 år) Kan det være at vi skulle hatt et større utvalg for pre-testen? Adam og Galinsky (2012) gjennomførte kun en pre-test, med et utvalg på 38 mennesker (22 gutter, 16 jenter; Gjennomsnittsalder 36,47). Adam og Galinsky (2012) hadde kun en type

pre-test, hvor de testet om folk assosierer labfrakken med oppmerksomhets relaterte attributter. En pre-test som i likhet med vår bekreftet assosiasjon mellom labfrakk og oppmerksomhet relaterte attributter. På bakgrunn av at vi fikk bekreftet assosiasjon i pre-test, er det mulig at pre-testen ikke var problemet vårt.

I våre undersøkelser testet vi *encloded cognition* kun opp mot deltakernes *selektive oppmerksomhet*. Kan det være at vi skulle ha testet flere ting? Adam og Galinsky (2012) testet *encloded cognition* opp mot både *selektiv oppmerksomhet* og vedvarende oppmerksomhet. Vedvarende oppmerksomhet går ut på å holde oppmerksomheten på en oppgave over lengre tid (Davies, Jones og Taylor, 1984). Kan det være at den eksperimentelle faktoren ville hatt en annerledes effekt på vedvarende oppmerksomhet, enn *selektiv oppmerksomhet*? Vi gjennomførte kun et eksperiment, hvor vi testet deltakerne gjennom en Stroop-test. Deltakerne var delt opp i tre forskjellige grupper. (1) bruk av labfrakk, (2) bruk av malefrakk og (3) ingen frakk. Kan det være at resultatet hadde blitt annerledes, om vi hadde gjort flere tester? Adam og Galinsky (2012) gjennomførte tre forskjellige eksperimenter. I eksperiment 1 testet bruk av labfrakk mot ikke bruk av frakk, gjennom en Stroop-test. Stroop-testen skulle kun måle selektiv oppmerksomhet. Eksperiment to skulle teste den symbolske betydningen bak frakken, hvor noen deltakere hadde på seg en legefrakk, andre hadde på seg en malefrakk, i tillegg til kontrollgruppen som ikke hadde på seg frakk. Deltakerne ble videre målt på vedvarende oppmerksomhet, ved å sammenligne en visuell søke oppgave (Adam og Galinsky 2012 ; Pomplun, Reingold og Shen, 2001). Eksperiment tre testet også vedvarende oppmerksomhet, der noen deltakere brukte legefrakk, andre brukte malefrakk og resten brukte ingen frakk. De som ikke brukte frakk hadde derimot en frakk foran seg, som de ble primet med. I tillegg ble deltakerne i eksperiment 3 bedt om å skrive et essay om hvordan de identifiserer seg med frakken (Adam og Galinsky 2012). Kan det være at Adam og Galinsky fikk et signifikant resultat, fordi de testet fenomenet dypere enn oss?

Vårt utvalg for hoved eksperimentet bestod av 150 tilfeldige deltakere fra Høyskolen Kristiania, med en gjennomsnittsalder på 23,11 år. Kan det være at vårt resultat ville vært annerledes om vi hadde hatt et større utvalg? Adam og Galinsky (2012) hadde et utvalg på 233, som de hadde tilfeldig plukket ut fra et stort universitet i Midtvesten av USA. Eksperiment en hadde 60 deltakere, med en gjennomsnittsalder på 20,29 år. Eksperiment to hadde 74 deltakere, med en gjennomsnittsalder på 19.85. Eksperiment tre hadde 99 deltakere, med en gjennomsnittsalder på 20,02 år. Dette samsvarer med Ringdal (2014, s 135), som hevder at gruppene er nødt til å være store nok til å kunne påvise de forventede eksperimentelle effektene.

6.2 Hypotese 2

På bakgrunn av studier som viser at kunnskapen om man er gutt eller jente påvirker handlinger og hvilke tilbakemeldinger som betyr noe (Rhodes og Brickman, 2008), var hensikten med H2 å studere om kjønn har noen effekt på *selektiv oppmerksomhet*. Videre spesifiserer H2 en antagelse om at gutter presterer bedre enn jenter. Vi fikk ingen signifikant støtte for H2, men vi kunne se tendenser til at gutter med som brukte labfrakk presterte over gjennomsnittet. Vi kunne også se tendenser til at jenter som brukte malefrakk presterte under gjennomsnittet. Det kan også forekomme at disse tendensene skyldes tilfeldigheter.

I en studie av Spencer, Steele, Quinn (1999), Johns, Schmader og Martens (2005) viser jenter en nedgang i matte prestasjoner, om kjønnsforskjellene ble tatt opp på forhånd. Videre viser samme studie at kjønns effekten nesten ble eliminert, om forsknings deltakerne ble fortalt at det var usannsynlig at det ville være noen forskjell på prestasjonene hos gutter og jenter. Vi fortalte ikke våre deltakere om noen kjønnsforskjeller under våre undersøkelser. Ville det vært større forskjeller mellom gutter og jenter i vår forskning, om vi hadde tatt opp kjønnsforskjellene på forhånd?

6.3 Kritikk til egen oppgave

Manglende signifikant støtte kan skyldes svakheter i metode, design og selve gjennomføringen av undersøkelsene. Nedenfor skal vi belyse de mest sentrale svakhetene ved vår oppgave.

I følge Ringdal (2014, s 128) vil et eksperiment med mye kontroll påvirke situasjonen som studeres til å bli unaturlig, og langt fra virkeligheten. Vi har valgt et eksperiment som er nærmere et laboratorieeksperiment, enn et felteksperiment. Dette betyr at vårt eksperiment i utgangspunktet gir god intern validitet, men den eksterne validiteten blir svekket. Det gjør at funnenes evne til å bli overført til lignende situasjoner blir svekket.

Ringdal (2014, s 130) siterer Cook og Campell sine viktigste feilkilder, som kan true eksperimentets interne validitet. Vi har valgt å trekke inn modning og seleksjon. Modning kan være tilstanden som deltakeren er i da han eller hun utfører eksperimentet. For eksempel trøtte og kjedsomme deltakere (Ringdal, 2014, s 130). Under de fem eksperiment dagene på skolebiblioteket til Høyskolen Kristiania, kunne vi observere at oppgaven kunne være lite engasjerende for noen av deltakerne. I tillegg ble noen av undersøkelsene utført sent på dagen,

der deltakernes energinivå og fokus kan ha påvirket deres resultater. Modning kan ha påvirket seleksjon, som er en annen viktig feilkilde, som kan påvirke den interne validiteten (Ringdal, 2014, s 130). Det går ut på at da gruppene er forskjellige, vil det påvirke resultatene. I ettertid har vi reflektert over muligheten for at en andel av deltakerne kan ha vært fargeblinde, som kan ha skapt ytterlige gruppeforskjeller. Fargeblindhet er ikke fordelaktig for resultatet, da Stroop-testen går ut på å bekrefte riktige farger. Vi valgte å utføre eksperimentet i fellesområdet på skolebiblioteket til Høyskolen Kristiania, noe som kan ha påvirket resultatene. Støy og distraksjoner fra andre mennesker, kan ha skapt store forskjeller mellom gruppene. Under utvikling av stimuli gikk vi ut i fra at labfrakken var et *stereotypisk* plagg, som kunne assosieres med oppmerksomhets relaterte attributter. Vi gjennomførte derfor en pre-test som bekreftet at labfrakken kunne assosieres med de oppmerksomhets relaterte attributter. I retrospekt har vi vurdert muligheten for at labfrakken ikke er *stereotypisk* nok, for at de oppmerksomhets relaterte attributtene skal ha noen signifikant effekt på selektiv oppmerksomhet.

Da vi har gjennomgått det teoretiske rammeverket, har vi kommet over en begrenset mengde forskning som beskriver *enclothed cognition*. Dette kan komme av at det er et relativt nytt begrep. Vi valgte derfor å ta i bruk andre teorier, som kunne forklare *enclothed cognition*. Da vi kun var i stand til å se tendenser på effekt hos deltakerne, kan vi anta at størrelsen på utvalget (150 deltakere) kan ha vært en svakhet. Dette samsvarer med Ringdal (2014, s 135), som hevder at gruppene er nødt til å være store nok til å kunne påvise de forventede eksperimentelle effektene.

6.4 Anbefalinger til videre forskning

Selv om forskningen vår har noen faktorer som er kritikkverdig, mener vi at oppgaven bidrar med å være et solid grunnlag for et nytt forskningsprosjekt. Det mener vi da våre undersøkelser viser noen interessante tendenser, men forskningen bør gjøres på nytt da resultatet ikke ble signifikant. I tillegg til noen faktorer vi anbefaler å endre, mener vi at videre forskning bør diktere studien til Adam og Galinsky (2012). Dette mener vi er lurt, da Adam og Galinsky har fått signifikante funn (Adam og Galinsky 2012).

For videre forskning bør selve eksperimentet utføres i et rom, som er isolert fra andre mennesker. Under dette eksperimentet utførte vi undersøkelsene i fellesområdet på et skolebibliotek, noe som kan ha distraheret deltakerne av eksperimentet. Vi anbefaler at videre

forskning bør gjennomføres i et laboratorium, som i følge Ringdal (2014, s 128) sikrer den høyeste standardiserte gjennomføringen. For fremtidig forskning anbefaler vi at deltakerne av eksperimentet bør utføre en pre-test, som gir en mer detaljert forståelse av utvalget. En pre-test som kartlegger om deltakernes er fargeblinde, har dysleksi, har jobbet, eller jobber i stillinger som kan relateres til labfrakk, legefakk eller malefrakk. Det kunne vært interessant å se om de ville blitt større forskjeller mellom prestasjonene hos gutter og jenter, om kjønnsforskjellen ble påpekt på forhånd. Som i denne studien, der jenter viser nedgang i matte prestasjoner, om kjønnsforskjeller er tatt opp på forhånd. Om forskningsdeltakerne blir på forhånd fortalt at det er usannsynlig at det er noen forskjell på gutter og jenters prestasjoner, så er kjønns-effekten nesten eliminert (Spencer, Steele og Quinn, 1999; Johns, Schmader og Martens, 2005).

Videre anbefalinger er i henhold til Adam og Galinskys (2012), da deres forskning av *enclothed cognition* førte til signifikante funn. I likhet med forskningen til Adam og Galinsky (2012), bør stimuliet for den symbolske betydning bak bekledding, utvides til å også bruke legefakk, i tillegg til labfrakk og malefrakk. Dette kan være ut i fra en antagelse om at en legefakk er mer *stereotypisk* for oppmerksomhets relaterte attributter, enn en labfrakk. For å følge Adam og Galinsky (2012) sitt eksempel, bør det totale utvalget økes. Selv om Adam og Galinsky (2012) kun hadde en pre-test, var utvalget deres for denne ene pre-testen dobbelt så stort som våres (38 stykker). Vi mener det også er fordelaktig å bekrefte folks assosiasjoner til alle frakkene, ved å gjøre tre pre-tester (tre forskjellige frakker). Dette kan være med å styrke antagelser for hovedundersøkelsene. Det totale utvalget deres for hoved eksperimentene var på 233 deltakere. Ringdal (2014, s 135) hevder at gruppene er nødt til å være store nok for å kunne påvise de forventede effektene. Gjennom eksperimentene testet de ut kjerne hypotesen, som er at *enclothed cognition* er av avhengig av at deltakeren har på seg klesplagget og den symbolske betydningen, for at fenomenet skal fungere (Adam og Galinsky, 2012). I eksperiment 1 varierte de om deltakerne brukte en labfrakk eller ikke, hvor *selektiv oppmerksomhet* ble målt ved en Stroop-test. I eksperiment 2 og 3 varierte de med den symbolske betydningen bak den hvite frakken. Der den symbolske betydningen enten kunne være legefakk eller malefrakk. Under eksperiment 2 og 3 målte Adam og Galinsky (2012) vedvarende oppmerksomhet, ved å sammenligne en visuell søke oppgave (Adam og Galinsky 2012 ; Pomplun, Reingold og Shen, 2001).

Under eksperiment 3 primet de deltakerne som ikke hadde på seg noen frakk, ved å plassere en legefakk foran de, da de utførte testingen. Dette samsvarer med forskningen til John

Bargh, Mark Chen og Lara Burrows (1996), der de primet eksperiment deltakere sine med ord som assosieres med frekkhet, noe som videre aktiverte frekk atferd hos deltakerne.

Oppsummering: Vi har ingen signifikante funn, men vi har funnet noen tendenser som kan være interessante for videre forskning. Vi anser vår oppgave som et godt bidrag for videre forskning, da den vil være et godt grunnlag til et nytt prosjekt.

7.0 Litteraturliste

Aaker, 1997

Aaker, Jennifer, 1997, Dimensions of Brand Personality, *Journal of Marketing Research*, 34 (3), 347–56. Lesedato: 25.02.18

Adam og Galinsky, 2012

Adam, Hajo og Galinsky, Adam, Daniel, 2012, *Journal of Experimental Social Psychology* xxx Encloded cognition, Northwestern University, Evanston, IL 60208, USA. Lesedato: 26.02.18

Akers, 1968

Akers, Fred, 1968, Negro and white automobile buying behavior: new evidence, *Journal of Marketing Research*, 5, 283–289. Lesedato: 25.02.18

Alfieri, Ruble og Higgins, 1996

Alfieri T, Ruble DN og Higgins ET, 1996, Gender stereotypes during adolescence: Developmental changes and the transition to junior high school, *Developmental Psychology*, 32:1129–1137, Lesedato: 25.02.18. Lesedato: 28.02.18

Anderson, 1983

Anderson, John, 1983, *The Architecture of Cognition*, Cambridge, MA: Harvard University Press. Lesedato: 04.03.18

Baker, 1999

Baker, William E, 1999, When Can Affective Conditioning and Mere Exposure Directly Influence Brand Choice, *Journal of Advertising*, 28 (Fall), 31–46. Lesedato: 18.03.18

Barsalou, 1999

Barsalou, Lawrence W. 1999, Perceptual symbol systems, *The Behavioral and Brain Sciences*, 22, 577–609. Lesedato: 25.01.18

Barsalou 2008

Barsalou, Lawrence W. 2008, Grounded cognition, *Annual Review of Psychology*, 59, 617–645. Lesedato: 01.02.18

Bargh, Chen og Burrows, 1996

Bargh, John A, Mark Chen og Lara Burrows, 1996, Automaticity of Social Behavior: Direct Effects of Trait Construct and Stereotype Activation on Action, *Journal of Personality and Social Psychology*, 71 (2), 230–44. Lesedato: 25.02.18

Bauer, 1993

Bauer, Patricia J, 1993, Memory for gender consistent and gender inconsistent event sequences by twentyfive month old children, *Child Development*;64:285–297. Lesedato: 18.03.18

Bee m.fl, 1984

Bee, Helen L, Mitchell, Sandra K, Barnard, Kathryn E, Eyres, Sandra J og Hammond, Mary A, 1984, Predicting intellectual outcomes: Sex differences in response to early environmental stimulation, *Sex Roles*. 10:783–803. Lesedato: 01.02.18

Belk, 1988

Belk, Russell W, 1988, Possessions and the extended self, *Journal of Consumer Research*, 15, 139-168, Lesedato: 11.02.18

Bem and Funder 1978

Bem, David J og Funder, David C, 1978, Predicting More of the People More of the Time: Assessing the Personality of Situations, *Psychological Review*, 85 (6), 485–501. Lesedato: 04.03.18

Berger og Health, 2007

Berger, Jonah og Health, Chip, 2007, Where consumers diverge from others: Identity signaling and product domains. *Journal of Consumer Research*, 34, 121 134. Lesedato: 25.02.18

Bigler og Liben, 2006

Bigler, Rebecca S og Liben, Lynn S, 2006, A developmental intergroup theory of social stereotypes and prejudice, *Advances in Child Development and Behavior*, 34, 39-89.

Lesedato: 18.03.18

Bigler og Liben, 2007

Bigler Rebecca S og Liben, Lynn S, 2007, Developmental intergroup theory: Explaining and reducing children's social stereotyping and prejudice, *Current Directions in Psychological Science*. 16:162–166 Lesedato: 28.02.18

Brewer, 1988

Brewer, Marilynn B, 1988, A dual process model of impression formation, In T. K. Srull og R. S. Wyer, Jr. (Eds.), *Advances in social cognition*, Vol. 1, pp. 1-36. Hillsdale, NJ: Erlbaum,

Lesedato: 25.02.18

Collins og Loftus, 1975

Collins, Allan og Loftus, Elizabeth F., 1975, A Spreading Activation Theory of Semantic Processing, *Psychological Review*, 82 (6), November, 407–428. Lesedato: 11.02.18

Davies, Jones, og Taylor, 1984

Davies, D.R, Jones, D.M, og Taylor, A, 1984, Selective and sustained attention tasks: Individual and group differences, In R. Parasuraman, R. Davies, og J. Beatty (Eds.), *Varieties of attention* (pp. 395-447). New York: Academic Press. Lesedato: 04.03.18

Devine, 1989

Devine, Patricia G, 1989, Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components, *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 5-18 Lesedato: 21.02.18

Dijksterhuis og Bargh, 2001

Dijksterhuis, Ap og Bargh, John A, 2001, The Perception Behavior Expressway: Automatic Effects of Social Perception on Social Behavior, in *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol. 33, ed. M. P. Zanna, San Diego: Academic Press, Lesedato: 21.02.18

Field, 2015

Field, Andy, 2013, Discovering statistics using IBM SPSS statistics: and sex and drugs and rock 'n' roll, 4th edition, London: Sage Publications LTD.

Fiske og Neuberg 1990

Fiske, Susan T og Neuberg, Steven L, 1990, A continuum model of impression formation, from category based to individuating processes: Influence of information and motivation on attention and interpretation, In M. P. Zanna (Ed). Advances in experimental social psychology (Vol. 23, pp 1-74). San Diego, CA: Academic press. Lesedato: 28.02.18

Fiske, 1992

Fiske, Susan, T, 1992, Thinking is for doing: portraits of social cognition from daguerreotype to laserphoto, Journal of Personality and Social Psychology, 63, 877 889. Lesedato: 25.02.18

Fiske, 1993

Fiske, Susan T, 1993, Controlling other people: The impact of power on stereotyping, American Psychologist, 48(6), 621-628. Lesedato: 26.02.18

Forsidebilde

Bildet som er brukt til å dekke forsiden av bacheloroppgaven

<http://avsandpaper.org/620/opinion/dress-code-at-av/> Publisert 25.09.17 Lesedato: 25.05.18

Frank og Gilovich, 1988

Frank, Mark G og Gilovich, Thomas, 1988, The dark side of self and social perception: Black uniforms and aggression in professional sports, Journal of Personality and Social Psychology, 54, 74-85. Lesedato: 04.06.18

Galinsky og Moskowitz, 2000

Galinsky, Adam Daniel og Moskowitz, Gordon B, 2000, Perspective taking: Decreasing stereotype expression, stereotype accessibility, and ingroup favoritism, Journal of Personality and Social Psychology, 78, 708–724. Lesedato: 21.02.18

Gardner and Levy, 1955

Gardner, Burleigh B og Sydney Levy, 1955, The Product and the Brand, Harvard Business Review, 33, 33–39. Lesedato: 20.03.18

George og Mallery, 2010

George, Darren, og Paul Mallery, 2010. SPSS for Windows Step by Step: A simple Guide and Reference, 17.0 Update, Allyn og Bacon.

Gibson, 1979

Gibson, James J, 1979, The ecological approach to visual perception, Boston: Houghton Mifflin. Lesedato: 20.03.18

Glenberg, 1997

Glenberg, Arthur M, 1997, What memory is for, The Behavioral and Brain Sciences, 20, 1–55. Lesedato: 12.03.18

Goffman, 1974

Goffman, Erving. 1974. Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience. New York, NY et al.: Harper og Row. Lesedato: 03.04.18

Higgins, Tory, Rholes og Jones, 1977

Higgins, Tory E, William S. Rholes og Carl R. Jones, 1977, Category Accessibility and Impression Formation, Journal of Social Psychology, 13, 141-154. Lesedato: 28.02.18

Jacobsen, 2016

Jacobsen, Dag Ingvar, 2016, Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelig metode, 3.utgave, 2. opplag, Cappelen Damm AS

Janiszewski, 1993

Janiszewski, Chris, 1993, Preattentive Mere Exposure Effects, Journal of Consumer Research, 20, 376-392. Lesedato: 04.03.18

Johns, Schmader og Martens, 2005

Johns, Michael, Schmader, Toni og Martens, Andy, 2005, A Knowing is half the battle: Teaching stereotype threat as a means of improving women's math performance, *Psychological Science*, 16:175–179. Lesedato: 04.04.18

Johnston og Dark 1986

Johnston A. William og Dark J. Veronica, 1986, *Selective Attention*: Department of Psychology, University of Utah, Salt Lake City, Utah 84112. Lesedato 12.03.18

Keller 1993

Keller, Kevin L, 1993, Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer Based Brand Equity, *Journal of Marketing*, 57 (1), 1–22. Lesedato: 20.03.18

Liben, Bigler og Krogh, 2001

Liben, Lynn S, Bigler, Rebecca S, Krogh, Holleen R, 2001, Pink and blue collar jobs: Children's judgments of job status and job aspirations in relation to sex of worker, *Journal of Experimental Child Psychology*, 79:346–363. Lesedato: 20.01.18

Martin, Eisenbud og Rose, 1995

Martin, Carol Lynn, Eisenbud, Lisa, Rose, Hilary, 1995, Children's gender based reasoning about toys, *Child Development*, 66:1453–1471 Lesedato: 22.02.18

Martin og Ruble, 2004

Martin, Carol Lynn, Ruble, Diane N, 2004 Children's search for gender cues, *Current Directions in Psychological Science*; 13:67–70. Lesedato: 25.02.18

Martin og Ruble, 2009

Martin, Carol Lynn, Ruble, Diane N, 2009, Patterns of gender development, *Annual Review of Psychology*. 61:353–381. Lesedato: 04.04.18

McArthur og Baron, 1983

McArthur, Leslie Z og Baron, Reuben M, 1983, Toward an ecological theory of social perception, *Psychological Review*, 90, 215-238. Lesedato: 28.02.18

McGuire, McGuire, Child og Fujiota, 1978

McGuire, W, McGuire, C, Child, P og Fujiota, T, 1978, Salience of ethnicity in the spontaneous self concept as a function of one's ethnic distinctiveness in the social environment, *Journal of Personality and Social Psychology*, 36, 20 511. Lesedato: 04.03.18

Moreland and Beach, 1992

Moreland, Richard L og Beach, Scott R, 1992, Exposure Effects in The Classroom: The Development of Affinity Among Students, *Journal of Experimental Social Psychology*, 28 (3), 527-555. Lesedato: 25.02.18

Morisset, bernard og Booth, 1995

Morisset Colleen, Barnard, Kathryn og Booth, Cathryn, 1995, Toddlers language development: Sex differences within social risk. *Developmental Psychology*, ;31:851–865. Lesedato: 04.04.18

Neely, 1977

Neely, James H, 1977, Semantic Priming and Retrieval from Lexical Memory: Roles of Inhibitionless Spreading Activation and Limited Capacity Attention, *Journal of Experimental Psychology: General*, 106 (3), 226-254. Lesedato: 07.04.18

Nedungadi, 1990

Nedungadi, Prakash, 1990, Recall and Consumer Consideration Sets: Influencing Choice without Altering Brand Evaluations, *Journal of Consumer Research*, 17 (December), 263– 76. Lesedato: 25.02.18

Niedenthal, Barsalou, Winkielman, Krauth-Gruber og Ric, 2005

Niedenthal, Paula M, Barsalou, Lawrence W, Winkielman, Piotr, Krauth-Gruber, Silvia og Ric, Francois, 2005, Embodiment in attitudes, social perception, and emotion, *Personality and Social Psychology Review*, 9, 184–211. Lesedato: 07.04.18

Oyserman, 2009

Oyserman, Daphna, 2009, Identity based motivation: Implications for action readiness, procedural readiness, and consumer behavior, *Journal of Consumer Psychology* 19, 250–260, Institute for Social Research, University of Michigan, Ann Arbor, MI 48106-1248, USA.

Lesedato: 11.03.18

Oyserman, 2007

Oyserman, Daphna, 2007, Social identity and self regulation, In A Kruglanski og T. Higgins (Eds.), *Handbook of social psychology* (pp. 432-453), 2nd Ed NY: Guilford Press. Lesedato:

11.03.18

Oyserman, Brickman, Bybee og Celious, 2006

Oyserman, Daphna, Brickman, Daniel, Bybee, Debroah og Celious, Aaron, 2006, Fitting in matters: Markers of ingroup belonging and academic outcomes, *Psychological Science*, 17,

854-861. Lesedato: 11.03.18

Oyserman, Fryberg og Yoder 2007

Oyserman, Daphna, Fryberg, Stephanie og Yoder, Nicholas, 2007, Identity based motivation and health, *Journal of Personality and Social Psychology*, 93, 1011-1027. Lesedato: 07.04.18

Patterson og Bigler, 2007

Patterson Meagan M, Bigler, Rebecca S, 2007, Relations among social identities, intergroup attitudes, and schooling: Perspectives from intergroup theory and research, In: Fulgini AJ, editor, *Contesting Stereotypes and Creating Identities: Social Categories, Social Identities, and Educational Participation*, New York: Russell Sage Foundation; Lesedato: 14.04.18

Perdue og Gurtman, 1990

Perdue, Charles W og Gurtman, Michael B, 1990, Evidence for the automaticity of ageism, *Journal of Experimental Social Psychology*, 26, 199-216. Lesedato: 28.02.18

Play.Google.com, 2018

https://play.google.com/store/apps/details?id=com.stroop.islam_000.strooptest&hl=en

Link til Stroop Effect testen som ble brukt i eksperimentet. Lesedato: 22.05.18

Pomplun, Reingold og Shen, 2001

Pomplun, Marc, Reingold, Eyal M, og Shen, Jiye, 2001, Investigating the visual span in comparative search: The effects of task difficulty and divided attention. *Cognition*, 81, B57–B67. Lesedato: 01.06.2018

Pratto og Bargh, 1991

Pratto, Felicia og Bargh, John A, 1991, Stereotyping based on apparently individuating information: Trait and global components of sex stereotypes under attention overload, *Journal of Experimental Social Psychology*, 27, 26-47. Lesedato: 14.04.18

Psychologydictionary.org, 2018

Definisjon på priming

<https://psychologydictionary.org/priming/>

Publisert: 28.04.2013 Lesedato: 12.01.2018

Ringdal 2014

Ringdal, Kristen, 2014, Enhet og mangfold: Samfunnsvitenskapelig forskning og kvantitativ metode. 3. utgave, 2.opplag. Oslo: Fagbokforlaget.

Rhodes og Brickman, 2008

Rhodes, Marjorie og Brickman, Daniel, 2008 Preschoolers' responses to social comparisons involving relative failure, *Psychological Science*, 19:968–972. Lesedato: 11.03.18

Samuelsen, Peretz og Olsen 2016

Samuelsen, Bendik M., Peretz, Adrian og Olsen, Lars E, 2016, Merkevareledelse, 1. Utgave, 1. Opplag, Cappelen Damm AS

Schwarz, 2007

Schwarz, Norbert, 2007, Attitude construction: Evaluation in context, *Social Cognition*, 25, 638-656. Lesedato: 11.03.18

Sentis and Markus 1986

Sentis, Keith and Hazel, Markus, 1986, Brand Personality and Self, in Advertising and Consumer Psychology, Vol. 3, ed. Jerry C. Olson and Keith Sentis, New York: Praeger, 132–48. Lesedato: 26.02.18

Shah, 2003

Shah, James, 2003, Automatic for the People: How Representations of Significant Others Implicitly Affect Goal Pursuit, *Journal of Personality and Social Psychology*, 84 (4), 661–81. Lesedato: 11.03.18

Shapiro, 1999

Shapiro, Stewart, 1999, When an Ad's Influence Is Beyond Our Conscious Control: Perceptual and Conceptual Fluency Effects Caused by Incidental Ad Exposure, *Journal of Consumer Research*, 26(1), 16-36. Lesedato: 18.03.18

Shoemaker, 1996

Shoemaker, Pamela. J, og Reese, Stephen. D, 1996, Mediating the message: Theories of influences on mass media content (2nd ed.), White Plains, NY: Longman. Lesedato: 03.04.18

Sirgy, 1982

Sirgy, Joeseeph, 1982, Self concept in consumer behavior: A critical review. *Journal of Consumer Research*, 9, 287 300. Lesedato: 14.01.18

Skinner, 1938

Skinner, Frederic Burrhus, 1938, The behavior of organisms: An experimental analysis, New York: Appleton. Lesedato: 26.02.18

Slepian, Ferber, Gold og Rutchick, 2015

Slepian, Michael L, Ferber, Simon N, Gold, Joshua M og Rutchick, Abraham M, 2015, The Cognitive Consequences of Formal Clothing, *Social Psychological and Personality Science*, Lesedato: 04.06.18

Spencer, Steele og Quinn 1999

Spencer, Steven J, Steele, Claude M, Quinn, Diane M, 1999, Stereotype threat and women's math performance, *Journal of Experimental Social Psychology*; 35:4–28. Lesedato: 14.01.18

Steele, Spencer og Aronson, 2002

Steele, Claude M, Spencer, Steven J og Aronson, Joshua, 2002, Contending with group image: The psychology of stereotype and social identity threat. *Advances in Experimental Social Psychology*. 34:379–440. Lesedato: 28.02.18

Stone, 1962

Stone, Gregory P, 1962, Appearance and the self, In A. M. Rose (Ed.), *Human behavior and social process* (pp. 86-118), Boston: Houghton Mifflin, Lesedato: 04.06.18

Stroop, 1935

Stroop, John Ridley, 1935, Studies of interference in serial verbal reaction, *Journal of Experimental Psychology*, 18, 643–662. Lesedato: 26.02.18

Techterms.com, 2015

Definisjon på rask respons-kode

https://techterms.com/definition/qr_code

Publisert: March 5, 2015 Lesedato: 23.05.18

Terborg, 1977

Terborg, James R, 1977, Women in management: A Research review. *Journal of Applied Psychology*, 62, 647-664. Lesedato: 26.02.18

Watson, 1913

Watson, John B, 1913, Psychology as the behaviorist views it, *Psychological Review*, 20, 158-177. Lesedato: 14.01.18

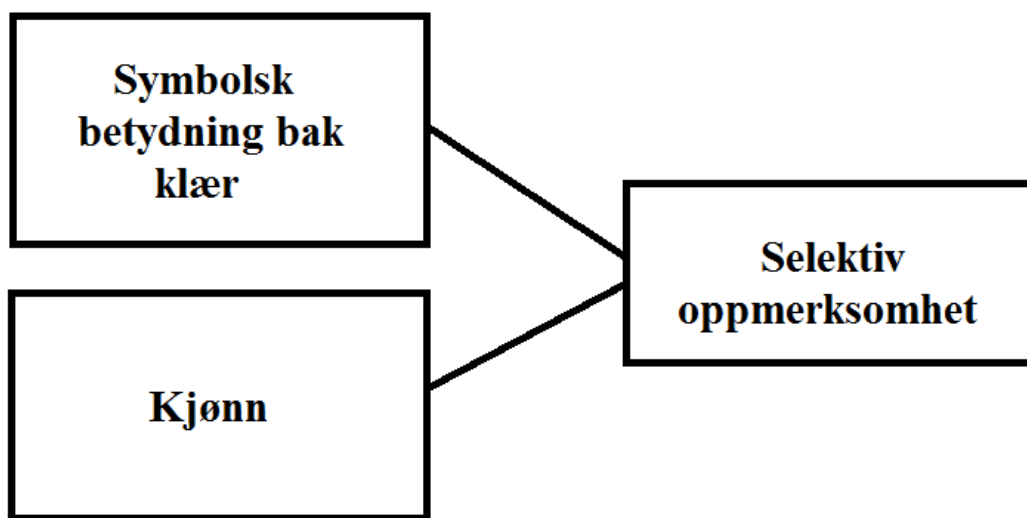
Williams og Krane, 1993

Williams, Jean M og Krane, Vikki, 1993, Psychological characteristics of peak performance: Personal growth to peak performance (2nd ed), Palo Alto, CA: Mayfield Lesedato: 18.03.18

Zajonc, 1968

Zajonc, Robert B, 1968, Attitudinal Effects of Mere Exposure, Journal of Personality and Social Psychology: Monograph Supplement, 9(2), 1-27. Lesedato: 26.02.18

8.0 Vedlegg



8.1 Vedlegg 1: Kausal-modell

Online Survey | Built with Qualtrics

Sikker | https://qtrn2018q1az1.qualtrics.com/jfe/preview/SV_cZ0mg7euYFGAex7Q_SurveyVersionID=current&Q_CHL=preview

Hvilke assosiasjoner har du til labfrakken?



Oppmerksom (Ingen grad av assosiasjon)	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	Oppmerksom (Høy grad av assosiasjon)
Forsiktighet (Ingen grad av assosiasjon)	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	Forsiktighet (Høy grad av assosiasjon)
Ansvarsfull (Ingen grad av assosiasjon)	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	Ansvarsfull (Høy grad av assosiasjon)
Vitenskapelig fokus (Ingen grad av assosiasjon)	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	Vitenskapelig fokus (Høy grad av assosiasjon)

8.2 Vedlegg 2: Pre-test labfrakk

Hvilke assosiasjoner har du til malerfrakken?



- | | | |
|---|---|---|
| Oppmerksom (Ingen grad av assosiasjon) | <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> | Oppmerksom (Høy grad av assosiasjon) |
| Forsiktighet (Ingen grad av assosiasjon) | <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> | Forsiktighet (Høy grad av assosiasjon) |
| Ansvarsfull (Ingen grad av assosiasjon) | <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> | Ansvarsfull (Høy grad av assosiasjon) |
| Vitenskapelig fokus (Ingen grad av assosiasjon) | <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> | Vitenskapelig fokus (Høy grad av assosiasjon) |

8.3 Vedlegg 3: Pre-test malefrakk

Oppmerksomhet	4,4
Forsiktighet	4,0
Ansvarsfull	4,1
Vitenskapelig fokus	4,7

8.4 Vedlegg 4: Pre-test gruppe 1

Oppmerksomhet	2,4
Forsiktighet	2,3
Ansvarsfull	2,1
Vitenskapelig fokus	1,9

8.5 Vedlegg 5: Pre-test gruppe 2

	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Malefrakk	43,60	3,85450	,091	,337	-1,154	,662
Labfrakk	45,46	4,13650	-,702	,337	-,764	,662
Kontroll	44,52	3,73205	-,236	,337	-,913	,662

8.6 Vedlegg 6: Deskriptiv analyse

Levenes Statistic	df1	df2	Sig
,391	2	147	,677

8.7 Vedlegg 7: Levenes test

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	86,493	2	43,247	2,827	,062
Within Groups	2248,900	147	15,299		
Total	2335,393	149			

8.8 Vedlegg 8: Anova

(I) Bekledning1	(J) Bekledning1	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	Lower Bound	Upper Bound
Malefrakk	Labfrakk	-1,860	,782	,056	-3,75	,03
	Kontroll	-,920	,782	,724	-2,81	,97
Labfrakk	Malefrakk	1,860	,782	,056	-,03	3,75
	Kontroll	,940	,782	,694	-,95	2,83
Kontroll	Malefrakk	,920	,782	,724	-,97	2,81
	Labfrakk	-,940	,782	,694	-2,83	,95

8.9 Vedlegg 9: Post-hoc test

Kjønn	Mean	Std. Error	Lower Bound	Upper Bound
Mann	44,893	,452	44,001	45,786
Kvinne	44,160	,452	43,268	45,052

8.10 Vedlegg 10: Estimer

(I) Kjønn	(J) Kjønn	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.a	Lower Bound	Upper Bound
Mann	Kvinne	,733	,639	,253	-,529	1,995
Kvinne	Mann	-,733	,639	,253	-1,995	,529

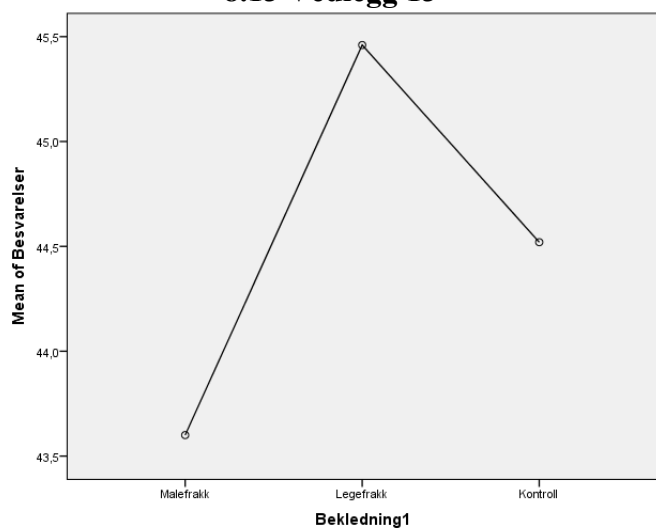
8.11 Vedlegg 11: Parvis sammenligning

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Contrast	20,167	1	20,167	1,319	,253
Error	2201,760	144	15,290		

8.12 Vedlegg 12: Uni-variats test

Bekledning1	Kjønn	Mean	Std. Error	Lower Bound	Upper Bound
Malefrakk	Mann	44,080	,782	42,534	45,626
	Kvinne	43,120	,782	41,574	44,666
Labfrakk	Mann	46,280	,782	44,734	47,826
	Kvinne	44,640	,782	43,094	46,186
Kontroll	Mann	44,320	,782	42,774	45,866
	Kvinne	44,720	,782	43,174	46,266

8.13 Vedlegg 13



8.14 Vedlegg 14



8.15 Vedlegg 15: Forsidebilde (Kilde i bibliografien)