

SENSORVEILEDNING SOSIALPSYKOLOGI I (PSY1014/PSYPRO4114)

Pensum: Gilovich, Keltner, Chen & Nisbett (2019) Social Psychology, Norton, kapitlene 1–10, og 12–14. Kapittel 11 er erstattet av Kapittel 11 i Sutton & Douglas (2020) som studentene har pdf-kopi av.

(Annen litteratur kan benyttes, men denne vil ofte ikke være fullstendig dekkende og i noen tilfeller foreldet).

NB! Det gjøres oppmerksom på at alle hjelpemidler er tillatt på hjemmeeksamen men at det kun er fire timers eksamen. Det er opplyst om at kandidatene bør identifisere relevante studier med navn på forfattere og årstall (men det kreves ikke referanseliste).

Tre oppgaver fra første del (**kortsvarsoppgaver, vektet 60%**) skal være besvart. Én av de tre kan være stryk (F), og kandidaten vil likevel kunne få karakter på denne delen om de to andre oppgavene er gjennomgående godt besvart (C eller bedre). Er den valgte **drøftingsoppgaven (som vektet 40%)** ikke bestått vil studenten få karakteren stryk (F) uavhengig av resultatet på første del.

Drøftingsoppgaven (*ingen ordbegrensning*) evalueres etter følgende fire dimensjoner: (1) innhold, (2) argumentasjon, (3) organisering, og (4) i en viss grad stil/format.

1. INNHOLD

Presenterer studenten relevant teori og forskning (materiale) fra læreboken (faglitteraturen)?

Er materialet presentert korrekt?

Integrerer studenten ulike teorier og forskning?

Evaluerer studenten materialet kritisk?

Viser studenten forståelse for feltet?

2. ARGUMENTASJON

Ble argumentasjonen utviklet og kritisk analysert?

Er argumentasjonen logisk konsistent?

Er det tatt hensyn til vesentlige motargumenter?

3. ORGANISERING

Er det en systematisk utvikling av ideer som leder fram mot en konklusjon uten avsporinger fra temaet?

Er besvarelsen godt strukturert og generelt forståelig?

4. STIL/FORMAT

Formuleringsevne: språklig stil og grammatikk (men ikke enkle skrivefeil)

Spesifikk sensorveiledning for de enkelte oppgavene

Del 1. kortsvarsoppgaver (Vektes med 60% av den samlede karakteren).

Tre av fire oppgaver skal være besvart (Inntil 350 ord for hver av oppgavene):

1. Mange linjeforeninger ved NTNU har opptaksprøver hvor deltakerne må gå gjennom til dels ubehagelige prøvelser for å bli fullverdige medlemmer. Dette er noe vi ser også andre sammenhenger hvor innsatsen ikke nødvendigvis står i forhold gevinsten ved å være medlem. I slike tilfeller viser det seg ofte at tross ubehaget man må gjennom rapporterer man i etterkant at man liker gruppen bedre enn om man ikke har gått gjennom tilsvarende prøvelser. Hvordan kan vi forstå dette med utgangspunkt i sosialpsykologisk teori og forskning?

Dette handler om kognitiv dissonans (dekket av kapittel 7, sidene 213 og utover). Festinger (1957) omtaler kognitiv dissonans som en ubehagelig (Eng. Aversive) psykologisk/emosjonell tilstand som oppstår når folk legger merke til at deres holdninger ikke er internt konsistente eller ikke stemmer med atferden. For å redusere eller håndtere dissonans endrer folk måten de tenker på heller enn å endre på atferden; det vil si: de endrer sine holdninger og oppfatninger. Beslutninger eller valg man gjør som ikke kan omgjøres medfører ofte dissonans. Et av de mest kjente studiene som viser dette er studien til Festinger og Carlsmith (1959) hvor de inducerer ettergivenhet. Effekten omtales ofte som «utilstrekkelig rettferdiggjøring» og opptrer når folk gjør ting de ikke finner grunner for å rettferdiggjøre (f.eks, de har få eller ingen incentiver for å lyve). Det fenomenet som er beskrevet i oppgave peker tilbake på en studie gjennomført av Aronson & Mills (1959) og avdekker effekter av ubehagelige anstrengelser for å bli med i en gruppe (Eng. Effort justification) som senere viser seg ikke å leve opp til forventningene. Kognitiv dissonans opptrer oftere under visse *betingelser*. Disse er: (1) når man kan gjøre beslutningen selv (fritt valg), (2) når valget ikke er tilstrekkelig rettferdiggjort (se over), (3) når valget har negative konsekvenser, og (4) hvis det er mulig å forutse konsekvensene av valgene.

Kommentar: En besvarelse som ikke klarer å identifisere at dette handler om kognitiv dissonans bør vurderes til strykkarakter (F). Grunnleggende god beskrivelse av hva kognitiv dissonans innebærer og hvordan man har studert fenomenet eksperimentelt vil gi C. Identifikasjon av effort justification (No. rettferdiggjøring av innsats) og betingelser for kognitiv dissonans vil trekke opp.

2. To venner av deg, Per og Pål, sitter og snakker om hva som skjedde under siste presidentvalg i USA. Per mener Trump har gjort mye bra i perioden som president, og at han har en egen evne til å nå fram til den vanlige amerikaner med sitt politiske budskap. Han mener også at Trump hadde helt rett i sine beskyldninger om valgjuks og at det er gode bevis for at falske stemmesedler er blitt godkjent til fordel for Biden. Pål bestrider dette og avfeier det hele som en konspirasjonsteori. Hvordan kan vi forstå denne uenigheten omkring stemmesedlene med utgangspunkt i sosialpsykologisk teori og forskning?

Dette handler om bekreftelsesbias (Eng: Confirmation Bias) og er dekket av kapittel 4, sidene 113–117. Bekreftelsebias er en tendens folk har til å søke etter informasjon (evidens) som støtter en opprinnelig antakelse (Eng: proposition eller belief). Mulige utfall av denne biasen er at man tror på ting som ikke korrekte (Eng: false beliefs) og at man begynner å tro på ulike konspirasjonsteorier. Folks har mange ulike antakelser om årsaks- og saksforhold, og informasjonssøkingen knyttet til testing av sannhetsgehalten av denne er ofte ikke balansert. Folk kan for eksempel ha antakelser om månefasenes betydning for barnefødsler eller sjansen for å skade seg (For eksempel «Det er mange flere barnefødsler rundt fullmåne»). For å teste ut om en slik antakelse er sann må man systematisk registrere antall barnefødsler over et lengre tidsrom i en populasjon og markere dagene rundt fullmåne. Så kan man statistisk sammenligne antall barnefødsler på dager rundt fullmåne med de andre dagene i måneden. Et annet eksempel er studien til Crocker, 1982 som undersøkte om grupper av deltakere som enten trodde man økte eller minsket sjansene til å vinne en viktig tenniskamp om man trente dagen før kampen. Måten deltakerne søke informasjon på gjenspeilte bekreftelsesbias i begge gruppene, og det var påfallende lite informasjonssøking knyttet til at man IKKE trente dagen før kamp (Fig 4.2). Man søkte med andre ord ikke etter evidens som kunne avkrefte den opprinnelige antakelsen slik man gjør ved bruk av vitenskapelige metoder.

Farene ved denne type bias i et samfunn hvor informasjonen på internett er enorm og lett tilgjengelig, er polarisering av politiske oppfatninger. Det vil alltid være NOE støtte for de mest underlige, eksentriske og aparte antakelser i et åpent informasjonssamfunn, og politikere (andre som ønsker å påvirke) kan spille på dette i sine argumenter, slik Trump gjorde etter valget i november. I et valg vil det alltid være stemmer som telles feil eller stemmer som forkastes.

Kommentar: En besvarelse som ikke klarer å identifisere at dette handler om bekreftelsesbias bør vurderes til strykarakter (F). Grunnleggende god beskrivelse av hva dette innebærer og hvordan man har studert fenomenet eksperimentelt vil gi C. Koblingen opp mot konspirasjonsteorier og betydningen av motivert søking etter bekreftelse på opprinnelige standpunkter vil trekke opp.

3. Du sitter og ser på TV og irriterer deg litt over all reklamen. Du legger merke til at det ofte er veldig vakre eller kjente personer som forsøker å selge et produkt eller påvirke deg på andre måter. Du tenker: «Folk kan ikke være så dumme at de faller for slike enkle triks», men er det mulig du tar feil?

Dette handler om faktorer som er viktige for overtalelse og sosial påvirkning (dekket av kapittel 8, sidene 246–248 «Elements of persuasion: Source characteristics», men også deler av kapittel 9 om sosial påvirkning kan være relevant). Under egenskaper ved kilder finner vi attraktivitet, kredibilitet og visshet (Eng: certainty). Personer som er velstående, berømte, og som ser bra ut benyttes ofte som talspersoner for ulike sosiale bevegelser eller saker. Studier viser at personen som er attraktive har større overtalelsesevne enn mindre attraktive når budskapet ikke er personlig viktig og når folk ikke har mye kjennskap til produktet eller feltet. Dette gjør at folk fokuserer på såkalte perifere cues, men overtalelse ved hjelp av attraktive personer kan også skje på andre måter (through the Central route) som viser at det å benytte attraktive personer for sosial påvirkning uansett er effektiv (kilder: Chaiken, Petty et al., Wood & Kallgren). I kontrast til attraktivitet står kredibilitet (ekspertise og høyt aktede personer) samt visshet. Det siste handler om hvor selvsikkert man fremfører et syn eller standpunkt. En rekke studier viser at folk lar seg påvirke sterkere desto mer selvsikker kilden fremstår, og også hvor mye jurymedlemmer blir påvirket av vitneutsagn.

Kommentar: En besvarelse som ikke klarer å identifisere at dette handler om kilders karakteristika for overtalelse bør vurderes til strykkarakter (F). Grunnleggende god beskrivelse av betydningen av attraktivitet og hva dette innebærer vil gi C. Det er ikke kun snakk om fysisk attraktivitet, men hele totaliteten av hva som gjør en person attraktiv (sosial posisjon, personlige egenskaper, med mer). Å trekke inn de andre kilder til overtalelse i tillegg til attraktivitet vil trekke opp.

4. I kjølvannet av #metoo-bevegelsen ble det avdekket en rekke tilfeller hvor menn i maktposisjoner hadde utnyttet og lagt press på kvinner seksuelt. I vennegjengen din er dere uenige om dette skyldes enkelte menns tilbøyelighet til å misbruke sin maktposisjon eller om det å bli gitt maktposisjon i seg selv kan øke sjansen for å misbruke denne. Hvordan kan sosialpsykologisk forskning bidra til at vi forstår dette bedre?

Oppgaven handler om hvordan makt kan på virke atferd (dekket av kapittel 12, sidene 429–432). En sentral forståelse innenfor dette området er teorien om tilnærming og hemming (Eng: approach/inhibition theory). Makt i seg selv karakteriseres av manglende restriksjoner på den ene siden og frihet til å handle som man ønsker på den andre. Når folk opplever at deres maktposisjon øker (dvs. de kommer i en posisjon hvor de får økt frihet til å handle som de ønsker) blir de mindre opptatt av andres evaluering og mer opptatt av å gjøre det som tilfredsstillende deres mål og ønsker. Tap av makt og posisjon forventes å medføre at man blir mer på vakt og omhyggelig med de bedømmelser og beslutninger man tar. Teorien predikerer to utfall: (1) at de med høy grad av makt vil være mindre grundige i hvordan de vurderer andre (dvs. mer stereotypisk persepsjon), men også at de i mindre grad klarer å ta en annens perspektiv (vist i studier av Magee og flere), og (2) at de med høy grad av makt vil opptre på mer upassende og umoralske måter (blant annet seksuell berøring og det å ikke stoppe for forgjengere i fotgjengerfelt).

Kommentar: En besvarelse som ikke klarer å identifisere at dette handler om hvordan det å bli gitt makt kan på virke atferd bør vurderes til strykkarakter (F). Klargjøring av teorien om tilnærming og hemming og grunnleggende om de ulike utfallene av det å ha eller få makt vil C. Mer spesifikk henvisning til empirisk studier og utfall av disse vil klart trekke opp, blant annet perspektivstudiene.

Del 2 drøftingsoppgave (Vektes med 40% av den samlede karakteren).

En av to skal være besvart (Det er ingen ordbegrensning):

Oppgave 1

Selvet står sentralt i sosialpsykologien. Gjør kort rede for hva selvet består av og faktorer som kan påvirke selvet. Diskuter deretter hvordan internett og sosiale medier kan påvirke både hvordan vi ser på oss selv og hvordan vi presenterer oss for andre. Gitt denne kunnskapen, hvilke praktiske råd ville du gitt unge mennesker om bruk av sosiale medier?

Oppgaven i sin helhet er dekket av kapittel 3 i læreboken (sidene 63-97).

Sensorveiledningen for denne oppgaven gir bare en viss pekepinn på innholdet i en besvarelse, den er ikke uttømmende.

I sosialpsykologien ble begrepet «Det sosiale selvet» først introdusert av William James. Han definerte det sosiale «meg» som hva vi vet om oss selv ut fra sosiale relasjoner og interaksjoner med andre, og at vi kan ha mange sosiale selv avhengig av hvem vi er sammen med i ulike situasjoner. James påstår at i prinsippet kan en person ha like mange selv som personer som gjenkjenner vedkommende. Kunnskapen om oss selv organiseres i selvskjema. Dette er «kognitive strukturer som springer ut fra tidligere erfaringer og representerer en persons oppfatninger og følelser om en selv, både generelt og i spesifikke situasjoner» (side 66). Selv om det er mange studier som viser at kunnskapen om oss selv ikke alltid er like presis (se sidene 65-66), er selvskjema nyttig i vår navigering i den sosiale verden. For eksempel vil selvskjema-relevant informasjon innenfor et bestemt domene (e.g., hvor ekstrovert man er) behandles raskere. Skjemakonsistent informasjon vil også i regelen også behandles raskere (dvs. bekrefte informasjon som er i overensstemmelse med selvskjemaet og samtidig avvise ikke-konsistent informasjon). Relevant studie er Markus (1977).

Det er en rekke faktorer som kan påvirke selvet. Kandidaten bør her kort oppsummere disse og vise til enkelte studier: kultur (uavhengig vs. gjensidig avhengig); kjønn; familie og andre sosialiseringsagenter (herunder søsken), og situasjoner/sosiale kontekster. Cooleys idé om «looking-glass self» kan nevnes her, hvor deler av kunnskapen om oss selv kommer fra reflekterte selvvurderinger (våre oppfatninger om andres reaksjoner på oss). Vi internaliserer hvordan vi *tenker* andre oppfatter oss, ikke nødvendigvis hvordan andre faktisk ser oss. Det er god empiri på at våre egne oppfatninger om hvordan andre ser oss korrelerer dårlig med hvordan andre oppgir å se oss (se referanser side 69).

Under diskusjonsdelen om internett og sosiale medier betydning for hvordan vi ser på oss selv er det naturlig å ta utgangspunkt i teorien om sosial sammenligning til Festinger (1954) (Eng: Social comparison Theory). Folk synes motivert til å få sikker og nøyaktig kunnskap om seg selv gjennom introspeksjon, men ofte gir ikke dette spesielt presis kunnskap om blant annet *grunnene* til at vi gjør som vi gjør (Nisbett & Wilson, 1977). Sosial sammenligning handler om at vi kan oppnå et mer nøyaktig mål på egne meninger, evner, og indre tilstander (følelser, egenverdi) gjennom sammenligning med andre. Det finnes imidlertid ingen objektiv standard for denne type sammenligning, og folk kan være «biased» i sine valg av sammenlignings-

objekter (jfr. sammenligninger kan skje «nedover» og «oppover») som igjen kan påvirke vår selvaktelse/selvfølelse (Eng: Self-esteem). Mye av denne type prosessering er automatisk og utenfor vår kontroll. Dagens moderne samfunn gir rikelig med muligheter for sosial sammenligning ikke minst på sosiale medier. En refleksjon rundt betydningen av dette kreves for en god besvarelse, hvor man med utgangspunkt i empiriske funn kan se både opp- og nedsider ved bruk av sosiale medier. Studien til Verduyn et al. (2015) gir visse pekepinner og fokuserer også på effektene av å være passiv eller aktiv i sin bruk av Facebook. Det er gjort en rekke nyere studier på effekter av Facebook-bruk (og andre sosiale medier) på folks selvfølelse, men læreboken går ikke inn på disse i særlig grad. Funnene viser i utstrakt grad at effektene er negative på folks selvfølelse. Dette skyldes trolig bias i måten sosiale medier presenterer den sosiale virkeligheten på, men også hvordan folk presenterer seg selv.

Selvpresentasjon (sidene 91-95) handler om hvilke sider ved en selv man ønsker at andre skal tro på) og begrepet «ansikt» (Eng: face) er det offentlige bilde av oss selv vi ønsker andre skal tro på. Studier viser at folk synes presentere seg selv online på måter som i stor grad stemmer overens med deres «offline» selv (Waggoner et al., 2009) og i overensstemmelse med nære venners oppfatninger av dem. Deres online-selv var altså relativt presise og ikke veldig dreid mot deres ideelle selv (hvem man ønsker å være). Men dette funnet gjelder ikke alle sidene ved selvet, og folk synes å fremstille fysiske attributter (vekt, høyde, etc.) mer fordelaktig enn for eksempel personlighet og jobb/studiestatus (Toma & Hancock, 2010). En god diskusjon rundt hvor presist folk presenterer seg selv og hvilke motiver som driver dette vil klart trekke opp.

Det å gi råd til unge brukere av sosiale medier vil kunne dreie seg om flere forhold: En bevisstgjøring omkring betydningen av sosial sammenligning for folk selvfølelse, at man kan velge hvem man vil sammenligne seg med, at det kan forekomme avik i folks presentasjon av seg selv «offline» og online, og råd om hvordan man troverdig og nøyaktig kan presentere seg selv i sosiale medier (og eventuelt farene ved å gi feilaktige opplysninger).

Oppgave 2

En venn av deg, som ikke studerer psykologi, mener at vi ikke kan forstå mennesker med utgangspunkt evolusjonære forklaringsmodeller, men kun ut fra normative forventninger som overføres i den enkelte kultur. Du er ikke enig i dette og ønsker å overbevise din venn ved å vise til og diskutere empiriske funn fra forskningen på emosjoner, og relasjoner og tiltrekning.

Oppgaven er dekket av kapittel 1 (sidene 18-30), kapittel 6 (sidene 176-184) og kapittel 10 (sidene 336-344+354-355) i læreboken. Sensorveiledningen for denne oppgaven gir bare en viss pekepinn på innholdet i en besvarelse, den er ikke uttømmende.

Dette er en oppgave hvor kandidaten kan vise overblikk. Læreboken gir relativt stort fokus til det evolusjonære perspektivet (Eng: evolution and human behavior) og ser dette opp mot kulturell påvirkning. I beskrivelsen av evolusjonsperspektivet (EP) er menneskelige universalier (det som gjør oss like) som er sentralt. I Kapittel 1 (Tabell 1.1) gis en oversikt over domener av universalier. Det er viktig at kandidaten forklarer og viser forståelse for sentrale begreper som «naturlig seleksjon» og «adaptive trekk/adaptasjoner». Teorien om foreldreinvestering er sentral for forståelsen av universalier innenfor blant annet kjønnsroller og seksuelle strategier. Menneskets evne til tilpasning (adaptivitet) til ulike miljøbetingelser har resultert i et mangfold kulturelle forskjeller. Kulturelle forskjeller omfatter går langt dypere enn forskjeller i oppfatninger (Eng: Beliefs), preferanser og verdier. Det omfatter også selvbegrepet, sosial interaksjon, og de perseptuelle og kognitive prosesser som ligger til grunn for tenkning og oppfatninger.

Det skilles mellom såkalte uavhengige (individualistiske) og gjensidig avhengige (kollektivistiske) kulturer. Karakteristika ved disse er gjengitt i Tabell 1.2. En klargjøring av disse er viktig for en diskusjon. Ikke alle kulturer lar seg plassere innenfor rammene over. Den latin-amerikanske kulturen synes for eksempel å ha distinkte kjennetegn (sterk familieorientering).

Innenfor domenet *emosjoner* (begrepet bør klargjøres i besvarelsen) er det god forskningsmessig støtte for at Darwins hypotese om universelle emosjonelle uttrykk ved måling av ansiktsuttrykk. Sentrale studier her er gjort av Tomkins (1960-tallet), og Ekman og Friesen og deres team fra 1960-tallet og utover. Funnene fra disse er bekreftet (reprodusert) i en lang rekke senere studier. Det synes være seks grunnleggende følelser som uttrykkes gjennom ansiktsuttrykk: glede, sinne, avsky, tristhet, frykt og overraskelse. Hvert av disse uttrykkene har bestemte kjennetegn (muskulære bevegelser), og synes i stor grad uttrykkes likt i ulike kulturer og bli gjenkjent på tvers av ulike kulturer.

Det å uttrykke følelser synes både være universelt og kulturspesifikt. Universaliteten i følelsesuttrykk synes også strekke seg våre nære slektninger, apene. Andre uttrykk for følelser inkluderer blant annet stolthet og skam. Studier av Ekman og kolleger har vist at vi mennesker ikke bare uttrykker ulike følelser likt på tvers av kulturer, vi er også er i stand til å gjenkjenne disse hos andre folkeslag med meget høy grad av presisjon. Barn har den samme egenskapen og blinde som aldri har sett, uttrykker følelser på samme måte som seende. Det er altså god evidens for at det eksisterer

universelle måte å uttrykke følelser på og at dette ikke er betinget av erfaring og sosial stimulering. Men det som varierer med kultur er hvilke grunnleggende følelser som uttrykkes *offtest* (eng. focal emotions) og hvordan, når og overfor hvem man uttrykker følelser (eng. display rules). En god redegjørelse av funn fra studier på dette vil klart trekke opp.

Innenfor domenet *relasjoner og tiltrekning* ansees behovet for tilhørighet og tilknytning å være universalt (Baumeister & Leary, 1995, Bowlby, 1982). Etablering av følelsesmessige bånd og ønsket om trygge relasjoner preget av gjensidighet understøtter reproduksjon (men er ikke en forutsetning), på den måten av de som dannet langvarige relasjoner og formerte seg etterlot seg flere avkom som overlevde enn de som ikke dannet langvarige relasjoner. Vi er i stor grad etterkommere av de førstnevnte og vi danner uten anstrengelse følelsesmessige bånd (knytter oss) til andre som vi opplever som smertefullt å bryte. Læreboken viser til en stor mengde evidens for tilhørighetsbehovet (s.314-315) og viser til foreldres evolverte trekk hos foreldre som understøtter tilknytning (s.319). Ulike kulturer legger ulik vekt på viktigheten av et barns autonomi (viktigere i vestlige kulturer), og dette kan ha betydning for hvordan man tolker barns reaksjoner på adskillelse i Ainsworths Strange situation (s. 323).

Selv om det er kulturelle og historiske variasjoner i hva som ansees som fysisk attraktivt til enhver tid (for eksempel kroppstype, grad av slankhet) er det likevel stor grad av universalitet (dvs. klare likheter mellom kulturer) i hva folk bedømmer som fysisk attraktivt og ikke. En rekke studier har undersøkt dette (sidene 336–339), og også hos spebarn ser man en preferanse for å se på fysisk attraktive ansikter. For ansikter synes det være en preferanse for såkalt «gjennomsnittlighet» (eng. averageness), det vil si *mangel på avvik* som gir asymmetri, hvor langt øynene står fra hverandre, og andre uvanlige trekk. Dette er undersøkt gjennom vurdering av datamanipulerte bilder. Det er også evidens for at ansikter hvor forskerne har «blåst opp» (eng. exaggerated) attraktive trekk blir bedømt mer attraktive (Perrett et al., 1994). Karakteristisk nok er dette større øyne og mindre nese. Det som varierer med kultur, og også gjennom menneskets historie, er vektleggingen av tynnhet hos kvinner. En større krysskulturell studie av Anderson og kolleger (1992) finner at graden av stabil ressurstilgang (mat) i en kultur påvirker hvor attraktive man fant overvektige og slanke kvinner. I vestlige kulturer har det være en stabil tilgang til mat i flere hundre år, og preferansen for stadig slankere kvinner er blitt sterkere (men menn vil i regelen likevel foretrekke middelsvektige kvinner fremfor svært tynne). Ingen ting av det ovennevnte er direkte knyttet til partnerpreferanser, men man kan diskutere i oppgaven hvor viktig utseende er for partnervalg. Det er også mulig å trekke litt på litteraturen fra personlighetspsykologien her (men ikke nødvendig).

Det er evidens for stor grad av universalitet i *kjønnforskjeller* i partnerpreferanser (denne kunnskapen overlapper med læreboken i personlighetspsykologi). Store krysskulturelle studier av Buss og Lippa og hvor forskjellene ligger bør nevnes her. En diskusjon om grad av universalitet kan trekke inn Eagly & Woods (1999, 2002) kritikk av Buss' krysskulturelle studie. De mener spesielt kvinners partnerpreferanser varierer systematisk med grad av likestilling i en kultur etter å ha re-analysert Buss' data. Menns preferanse for vakre og attraktive yngre kvinner var imidlertid ikke kulturelt betinget. Læreboken nevner også den nyere forskningen på kvinners preferanser for symmetriske maskuline, høystatus ansikter i perioden rundt

eggløsningen (den synes å variere over menstruasjonssyklusen). Studiene på dette er ikke entydige og ikke alltid replikert, men det er noen støtte for evolusjonsperspektivet på dette feltet. Kjærlighet og kulturelle forskjeller i frihet for partnervalg og giftemål kan også nevnes, men dette er veldig knapt omtalt i denne læreboken uten andre referanser enn Dion & Dion, 1993 (sidene 354–355).