

# JÄMFÖRELSE SOM FORMAR

ANDERS CARLANDER

## Sammanfattning

Människor jämför sig i regel med andra människor genom hela livet. Det är ett medfött beteende som gör att vi kan förhålla oss till normer och sammanhang, men samtidigt lära oss en del om oss själva. Oftast jämför vi oss med andra som har det bättre eller med personer vi ser upp till. Men vad säger det egentligen om oss själva? Respekterar vi främst människor som är lika oss själva? Eller handlar det om vilka människor vi vill bli? Det här kapitlet kopplar sjutton olika personliga egenskaper hos andra som väcker respekt och visar hur de förhåller sig till ålder, kön, utbildning, ideologi samt boende. Det övergripande resultatet indikerar att vi främst verkar respektera prosociala egenskaper som berör familj och vänskap framför karriär, miljö och kändisar. Resultaten visar också på en tendens att vi också verkar respektera människor som är lika oss själva.

Att jämföra sig själv gentemot andra individer är en djupt rotad psykologisk process för att kunna förstå och förhålla sig till omvärlden. Sociala jämförelser (eng. *Social Comparison Theory* efter Festinger, 1954) pågår genom hela livet och tjänar ett antal olika syften, oftast handlar det om att motiveras till att uppnå nya mål eller som ett psykologiskt försvar för att skydda självkänslan. Sociala jämförelser görs både ”uppåt”, gentemot individer som verkar ha det bättre (motiverande) men även ”nedåt”, i relation till individer som verkar ha det sämre (bra för självkänslan). Det tycks emellertid finnas en generell preferens för att jämföra sig med människor som har det bättre, snarare än med de som har det sämre (för en översikt se Gerber, Wheeler & Suls, 2017). Det innebär att egna attityder, och i förlängningen beteenden, till stor del formas av social information från andra individer som vi respekterar. Jag vågar dessutom hävda att arenan för sociala jämförelser både växer och krymper genom livets olika faser. Ett litet barn jämför sig måhända primärt med föräldrar och andra personer i sin fysiska närhet. För en vuxen inkluderas däremot ett alltmer omfattande nätverk där alltifrån vänner, kollegor, kändisar eller fiktiva porträtt kan utgöra jämförelseobjekt. Det är heller inte orimligt att de senaste tio årens teknikutveckling i form av internet och smartphones har banat väg för mer tillgänglig information för sociala jämförelser. Den digitala utvecklingen har till exempel möjliggjort en ny plattform för marknadsföring där sociala jämförelser är en nyckelkomponent. Att företag använder kändisar (en s.k. ”influencer”) för att marknadsföra produkter eller varumärken är i sig inget nytt, men att också

använda personer som är kända enbart genom sociala medier (en s.k. ”social media influencer”, hädanefter förkortat ”influencer” i det här kapitlet) är emellertid nytt. Marknadsföring genom sociala medier måste ses som ett effektivt sätt att nå rätt målgrupp då en enskild influencer kan utöva en stark påverkan på sina följare. En anledning till det är att följare i regel själva väljer att följa en influencer, inte sällan baserat på en uppåtriktad social jämförelse, vilket kan skänka legitimitet (se t.ex. Jin, Muqaddam & Ryu, 2019 och Lou & Yuan, 2019). Det innebär att en produkt som framhålls av en beundrad och respekterad influencer kan betraktas som mer äkta jämfört med produkten i en uppenbart producerad reklamfilm som t.ex. visas på TV för alla som råkar titta just då.

Hur fångas samtiden och kulturen på bästa sätt? Kritisk samtidsanalys låter sig lättast göras i efterhand, säg ett decennium senare eller så. Det är alltså ingen lätt uppgift att fånga sin samtid, men två tydliga och ofta ganska väldokumenterade domäner som kan säga ganska mycket om samtiden är mode och humor. Vad folk i allmänhet har skrattat åt och hur de har sett ut är två markörer som obemärkt seglar förbi i samtiden men som ofta framstår som väldigt karakteristiska en generation senare. Vare sig Lennart Swahns underhållningsprogram *Gäster med gester* (charader med kändisar, SVT, tidigt 80-tal) eller 90-talets ironiska och sarkastiska humor känns speciellt fräscht i dagens samhällsklimat.

Vad beträffar mode brukar 80-talet återkomma som ett slags lågvattenmärke. Det dröjde inte många år in på 90-talet innan 80-talet mest utgjorde stoff för hån jämfört med nya hippa kreationer sprungna ur grunge (slitna kläder, flannel, grova kängor) eller eurodisco (plast och syntet, färgglatt, höga sulor). Ett annat konkret men någorlunda nutida exempel både vad det gäller mode, men även livsstil, är den så kallade ”hipstern”. Sedan några år tillbaka värderar unga, trendkänsliga människor individualitet och autenticitet snarare än att följa några förutbestämda och uppenbara trender (Michael, 2015). Ironiskt nog verkar den här gruppen agera individualistiskt och autentiskt på mer eller mindre exakt samma sätt (Touboul, 2019) vilket gör att en stark subkultur i form av hipsters istället uppstår. Socialpsykologiskt kan fenomenet beskrivas med hjälp av teorin om optimal distinkthet (eng. *Optimal Distinctiveness Theory*, Brewer, 1991), där viljan att ses som annorlunda är så stark att kulturella attribut som är *tillräckligt* distinkta anammas. Det innebär t.ex. att ett klädesplagg som är *alltför* alternativt eller rentav relativt okänt (ex. en struthätta) väljs bort till förmån för något som tydligt signalerar en alternativ livsstil (ex. en sotarmössa). Här riskerar det förstås att bli en katt-och-rätta-lek mellan den trendsättande hipsterkulturen och den breda medelklassen, vilket till slut mynnade ut i vad som kom att kallas ”normcore” (Bernardini, 2018). Begreppet är ett sammansatt ord av normal och hardcore och går helt enkelt ut på att semi-ironiskt gestalta en ytterst ordinär medelklassperson utan koll på mode eller trender. Ett tydligt exempel på normcore var trenden att bära Birkenstock-sandaler över vita tubsockor.

Det här kapitlet utgår från antagandet om att egenskaper som respekteras också anses vara relativt åtråvärda och eftersträvansvärda. Men vad som respekteras och eftersträvas i form av mänskliga egenskaper varierar sannolikt i hög grad över tid och kultur eller geografi (se t.ex. Hofstedes kulturella dimensioner, Hofstede, Hofstede & Minkov, 2010). Lägg därtill att det med största sannolikhet finns en stor variation inom grupper. Det är således en relativt komplex process att följa vilka individer som åtnjuter respekt, hos vilka och i vilken tidsperiod. Det är därför intressant att studera hur egenskaper som väcker respekt inför någon annan eventuellt kan relatera till egna attityder. Sannolikt finns det en ganska stor överensstämmelse mellan personer man ser upp till och egna värderingar. Det här kapitlet handlar om hur invånarna i Västra Götaland ser på egenskaper hos andra människor, mer specifikt vilka egenskaper hos andra som gör att de respekterar dem extra mycket. Empiriskt utgår analysen från den västsvenska SOM-undersökningen 2018 och frågan som ligger till grund för kapitlet innehåller sjutton olika personliga egenskaper. Jag kommer att visa hur olika komponenter bland de här egenskaperna förhåller sig till kön, ålder, utbildning, boende samt politisk orientering. Kapitlets inramning kan silas ned till att parafrasera François Mauriac: visa mig dina hjältar och jag ska berätta vem du är.

### **Egenskaper som respekteras**

Frågan som ligger till grund för det här kapitlet innehåller 17 egenskaper hos andra som gör att man respekterar dem extra mycket. Svarsskalan går från 1 (Inte alls) till 5 (Mycket). En initial beskrivande analys av hur svaren fördelade sig indikerar att det verkar finnas en relativt jämfördelad rangordning av egenskaperna (tabell 1). Resultaten visar även att det verkar finnas en hög samstämmighet om att sociala egenskaper är viktiga när det kommer till att bli respekterad av andra. Det verkar å andra sidan inte lika viktigt att göra karriär eller vara känd för att kunna bli respekterad extra mycket.

**Tabell 1 Egenskaper hos andra som respekteras extra mycket, 2018 (procent)**

Egenskaper	Svarsskala				
	1 (Inte alls)	2	3	4	5 (Mycket)
Är bra vänner och bryr sig om andra	0,9	0,7	4,6	24,6	64,7
Tar hand om sin familj	1,9	1,5	8,9	28,3	54,5
Är bra föräldrar	2,9	2,6	13,9	33,3	42,4
Går sin egen väg – oavsett vad andra tycker	5,6	5,6	21,5	29,3	33,3
Är allmänbildade	11,3	7,5	23,8	31,5	21,2
Lever miljömedvetet	11,7	13,3	27,9	25,9	16,0
Har en livslång kärleksrelation	17,7	12,9	30,7	19,2	14,2
Är entreprenörer/driver företag	23,5	16,1	24,9	21,8	8,7
Är engagerade i föreningsliv	17,9	17,8	32,9	19,8	6,1
Motionerar eller tränar mycket	21,8	17,1	30,5	20,2	5,5
Är politiskt engagerade	23,2	18,4	32,3	16,4	4,4
Gör karriär	28,4	21,4	31,0	10,4	3,8
Reser mycket	36,6	23,7	24,2	7,6	2,4
Är vegetarianer eller veganer	50,0	17,6	17,4	6,8	2,3
Hänger med i mode, musik, filmer/tv-serier	38,9	27,0	22,0	5,5	1,4
Är förmögna	56,0	18,8	15,8	3,2	0,9
Är kända genom sociala medier	65,1	17,8	9,5	1,9	0,5

**Kommentar:** Frågan löd "Vilka egenskaper hos andra gör att du respekterar dem extra mycket? Är det för att de...". Svarsskalan är femgradig och går från 1 "Inte alls" till 5 "Mycket". Procentbasen är beräknad på totalen. Antalet saknade svar för varje egenskap i frågan varierar mellan 4,6 och 5,6 procent.

**Källa:** Den västsvenska SOM-undersökningen 2018.

För att undersöka om de sjutton egenskaperna som respekteras hos andra kan grupperas i några större kluster går jag vidare med en principalkomponentanalys. Anledningen är delvis att på ett utforskande sätt visa vilka egenskaper som har en relation men även för att lättare kunna koppla de eventuella resulterade komponenterna till andra frågor. Resultaten från den västsvenska SOM-undersökningen 2018 visar att det finns fyra relativt tydliga komponenter bland de egenskaper som gör att deltagarna respekterar andra extra mycket. Tabell 2 redovisar resultaten från en principalkomponentanalys, vars syfte är att hitta ett samvarierande mönster bland frågorna för att indikera vilka som hör ihop. Varje fråga har en enskild laddning vilket i praktiken indikerar hur mycket varje påstående bidrar till varje underliggande komponent. Frågorna i tabell 2 är sorterade i storleksordning och svagare laddningar (<.30) är borttagna för att tydliggöra strukturen. Ur ett metodologiskt perspektiv är det också ganska vanligt att etablera en nedre gräns för laddningarna där endast de starkare laddningarna rapporteras. Den första komponenten (kompo-

nent 1 i tabell 2) berör vad som verkar vara ganska traditionella familjeorienterade och prosociala egenskaper. Den fjärde egenskapen, om att gå sin egen väg, verkar dock ha en väsentligen mycket svagare laddning. Per definition kan påståendet eventuellt ses som en motpol till de flesta andra egenskaper och det är därför inte konstigt att den laddar svagt eller uppvisar ett oberoende jämfört med de andra egenskaperna. Den andra och tredje komponenten (komponent 2 respektive 3 i tabell 2) åskådliggör två typer av karriärsegenskaper. Måhända består komponent 3 av mer traditionella karriärsegenskaper medan komponent 2 mer kan tolkas som en syn på egenskaper som berör karriär och kändisskap genom internet och sociala medier.

**Tabell 2 Principalkomponentanalys av samtliga respekterade egenskaper, 2018**

Egenskaper	Komponenter			
	1	2	3	4
Tar hand om sin familj	.84			
Är bra vänner och bryr sig om andra	.78			
Är bra föräldrar	.78			
Går sin egen väg – oavsett vad andra tycker	.40			
Är kända genom sociala medier		.75		
Hänger med i mode, musik, filmer/tv-serier		.71		
Har en livslång kärleksrelation	.36	.69		
Är förmögna		.47	.37	
Är allmänbildade		-.35	.87	
Gör karriär			.76	
Reser mycket			.64	
Är entreprenörer/driver företag			.47	
Lever miljömedvetet				.83
Är vegetarianer eller veganer				.78
Är politiskt engagerade				.71
Är engagerade i föreningsliv				.46
Motionerar eller tränar mycket		.32		.39

**Kommentar:** Frågan löd "Vilka egenskaper hos andra gör att du respekterar dem extra mycket? Är det för att de...". Svarsskalan är femgradig och går från 1 "Inte alls" till 5 "Mycket". Analysen utgörs av en principalkomponentanalys (PCA), 55% förklarad varians, Eigenvalue >1 (Kaiser), Promax rotation, laddning <.30 exkluderade.

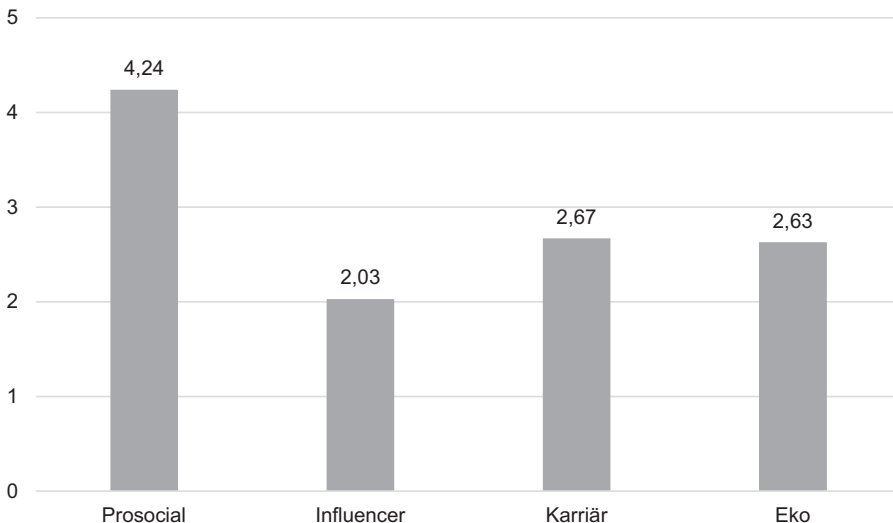
**Källa:** Den västsvenska SOM-undersökningen 2018.

Den fjärde komponenten (komponent 4 i tabell 2) har tydliga drag av miljö, hållbarhet och politiskt engagemang. Hädanefter i det här kapitlet kommer komponenterna refereras till som "prosocial" (komponent 1), "influencer" (komponent 2), "karriär" (komponent 3) samt "eko" (komponent 4). Strukturen i de

fyra komponenterna förklarar relativt mycket av egenskapernas variation (cirka 55 procent) och det finns få korsladdningar (när en egenskap relaterar till flera komponenter samtidigt). Att ha en livslång kärleksrelation är en respekterad egenskap i den prosociala komponenten, men även för influencer-komponenten. Motionera eller träna mycket ses också som något positivt både för eko-komponenten och för influencer-komponenten. Allmänbildning verkar vara en viktig egenskap för den mer traditionella karriärkomponenten, samtidigt som det verkar vara helt orelaterat till influencer-komponenten, vilket den negativa laddningen indikerar (tabell 2).

De fyra komponenterna har inbördes olika nivåer på den underliggande femgradiga skattningsskalan. Resultatet visar att de prosociala egenskaperna generellt respekteras högst följt av i storleksordning karriäregenskaperna, ekoegenskaperna och influencer-egenskaperna (figur 1). Medelvärdeskillnaderna är statistiskt säkerställda ( $p < .001$ ) förutom den minimala skillnaden mellan karriär och eko som är på gränsen. När det kommer till hur män och kvinnor har svarat på de fyra komponenterna är skillnaderna på det stora hela signifikant åtskilda (figur 2). En skillnad på över 0,10 mellan två medelvärden indikerar en signifikant skillnad ( $p < .05$ ). Resultatet indikerar att kvinnor skattar de prosociala och eko-egenskaperna högre medan männen skattar både influencer samt karriäregenskaperna högre.

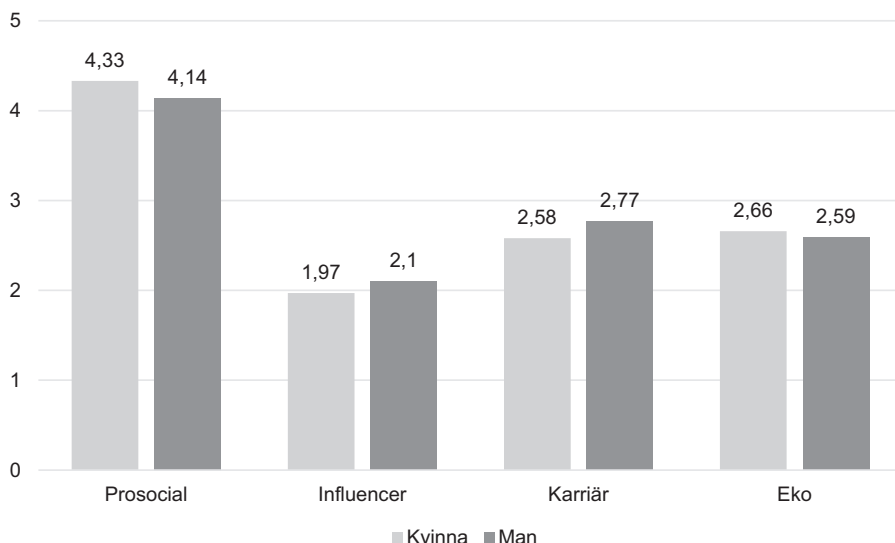
**Figur 1** Medelvärden för de fyra egenskapskomponenterna



**Kommentar:** Figuren visar konstruerade variabler (medelvärde) baserade på principalkomponentanalysen (tabell 2). Frågan löd "Vilka egenskaper hos andra gör att du respekterar dem extra mycket? Är det för att de...". Den aggregerade svarsskalan är femgradig och går från minimum 1 "Inte alls" till maximum 5 "Mycket".

**Källa:** Den västsvenska SOM-undersökningen 2018.

**Figur 2** Medelvärden för de fyra egenskapskomponenterna i relation till kön, 2018

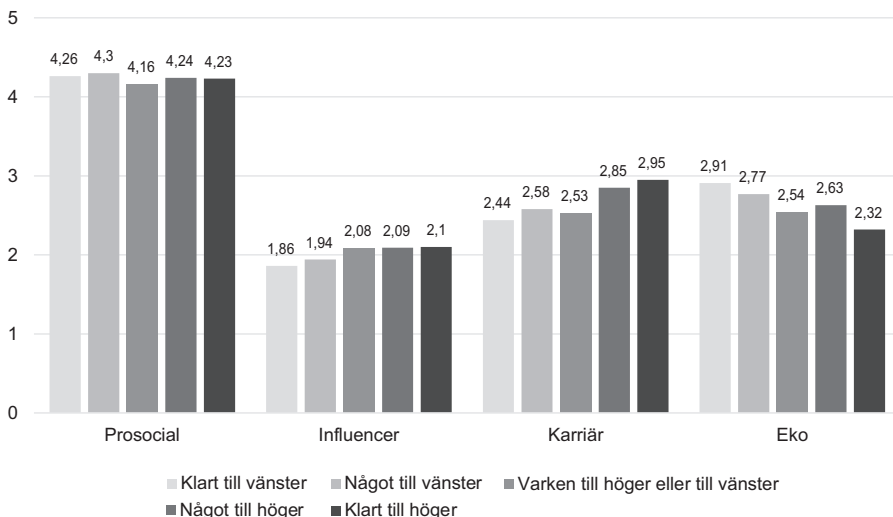


**Kommentar:** Figuren visar konstruerade variabler (medelvärde) baserade på principalkomponentanalysen (tabell 2). Frågan löd "Vilka egenskaper hos andra gör att du respekterar dem extra mycket? Är det för att de...". Den aggregerade svarsskalan är femgradig och går från minimum 1 "Inte alls" till maximum 5 "Mycket".

**Källa:** Den västsvenska SOM-undersökningen 2018.

Individuella ideologiska sympatier i form av vänster eller höger brukar kunna kopplas till en mängd olika attityder och beteenden (Jou & Dalton, 2017). Resultaten i det här kapitlet visar att egenskaper som respekteras hos andra inte är något undantag, utan skiljer sig mellan vänster och högersympatier. I den prosociala familjeorienterade komponenten är det relativt jämnt mellan höger och vänstersympatisörer (figur 3). Däremot verkar det vara högersympatisörer som i högre utsträckning respekterar människor som gör traditionell karriär, men även influencers. Slutligen är det kanske ingen överraskning att egenskaperna från eko-komponenten respekteras i högre utsträckning av vänstersympatisörer. De flesta medelvärdeskillnader är signifikant åtskilda men en skillnad mellan två värden i figur 3 nedan som understiger 0,13 kan sägas vara för liten för att vara statistiskt säkerställd ( $p < .05$ ).

**Figur 3 Medelvärden för de fyra egenskapskomponenterna i relation till höger/vänster-orientering, 2018**



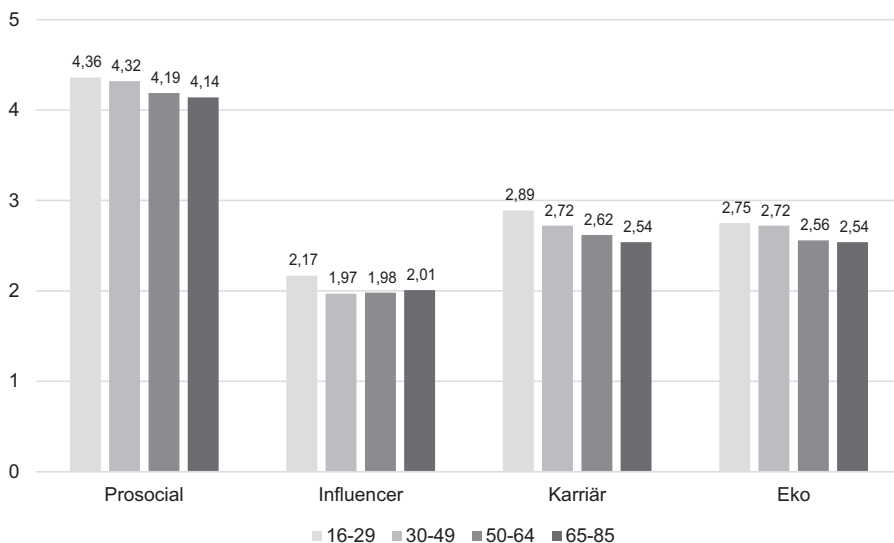
**Kommentar:** Figuren visar konstruerade variabler (medelvärde) baserade på principalkomponentanalysen (tabell 2). Frågan löd "Vilka egenskaper hos andra gör att du respekterar dem extra mycket? Är det för att de...". Den aggregerade svarsskalan är femgradig och går från minimum 1 "Inte alls" till maximum 5 "Mycket".

**Källa:** Den västsvenska SOM-undersökningen 2018.

Resultaten indikerar även att det finns en viss ålderseffekt där de äldre åldersgrupperna uppenbarligen inte är lika lättimponerade. Yngre tenderar att respektera samtliga fyra egenskaper i högre utsträckning jämfört med äldre (figur 4). Att göra karriär är måhända inte lika prioriterat efter pensionsåldern (65–85 år), men att de prosociala egenskaperna samt ekoegenskaperna följer i princip samma generella mönster är möjligen något förvånande. En intressant fråga är om mönstret kan förklaras av ämnesfrågorna för de fyra komponenterna eller om äldre helt enkelt respekterar andra lite mindre på ett generellt plan. Det vill säga, finns det helt andra egenskaper som blir mer viktiga med högre ålder (ex. hälsa) eller kan det bero på att äldre individer i lägre utsträckning jämför sig med andra?



**Figur 4 Medelvärden för de fyra egenskapskomponenterna i relation till ålder, 2018**

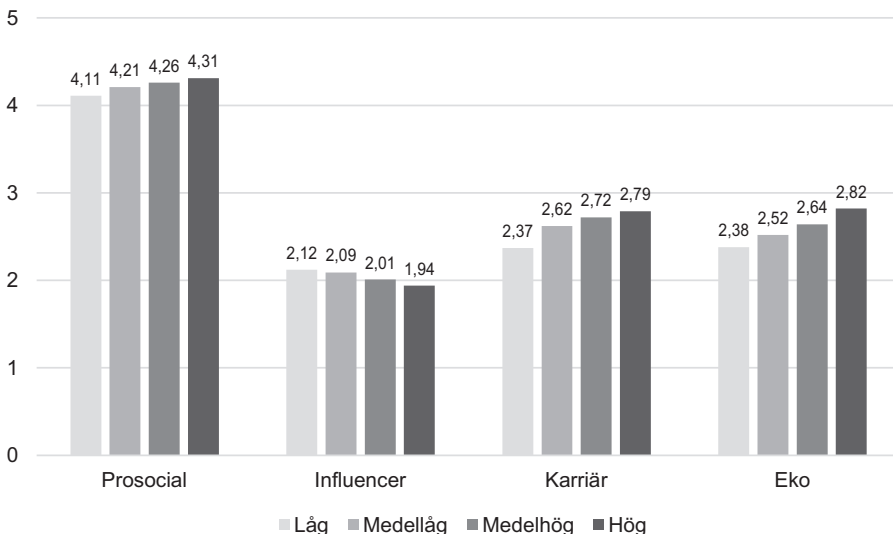


**Kommentar:** Figuren visar konstruerade variabler (medelvärde) baserade på principalkomponentanalysen (tabell 2). Frågan löd "Vilka egenskaper hos andra gör att du respekterar dem extra mycket? Är det för att de... ". Den aggregerade svarsskalan är femgradig och går från minimum 1 "Inte alls" till maximum 5 "Mycket".

**Källa:** Den västsvenska SOM-undersökningen 2018.

Utbildningsnivå verkar ha en inverkan på vilka egenskaper hos andra som respekteras extra mycket. Ett generellt mönster är att högre utbildning verkar indikera en högre grad av respekt för de prosociala egenskaperna, karriäregenskaperna men även ekoegenskaperna. Däremot är mönstret omvänt när det gäller influencer-egenskaperna, där en högre utbildning är associerat med en något lägre grad av respekt inför dessa egenskaper. Det är förvisso inga dramatiska skillnader men resultaten fångar möjligen in en alternativ motivationskraft för individer med lägre grad av traditionell utbildning eller intresse för ny teknik samt kändisskap. Figur 5 innehåller nivåskillnaderna mellan de olika utbildningsnivåerna och medelvärdeskillnader som är större än 0,12 är signifikant åtskilda ( $p < .05$ ).

**Figur 5** Medelvärden för de fyra egenskapskomponenterna i relation till utbildning, 2018

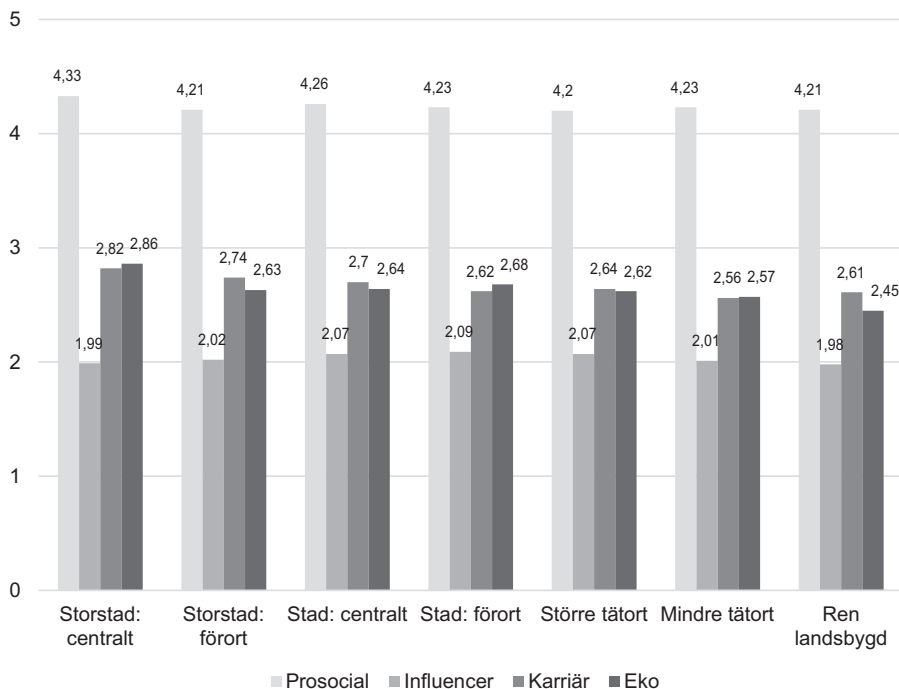


**Kommentar:** Figuren visar konstruerade variabler (medelvärde) baserade på principalkomponentanalysen (tabell 2). Frågan löd "Vilka egenskaper hos andra gör att du respekterar dem extra mycket? Är det för att de...". Den aggregerade svarsskalan är femgradig och går från minimum 1 "Inte alls" till maximum 5 "Mycket".

**Källa:** Den västsvenska SOM-undersökningen 2018.

I tidigare forskningsantologier från SOM-institutet presenteras en bild av att var människor bor kan utgöra lite av en vattendelare för många faktorer, som t.ex. hälsa eller karriärmöjligheter (se Carlander & Rönnerstrand, 2018). Politiska förslag kan också engagera olika mycket beroende på om man är bosatt på landsbygden eller innanför vägtullarna i en större stad. Den svenska vargdebatten är ett äldre typexempel på just en sådan fråga. Bensinupproret 2.0 kan eventuellt ses som en liknande och lite mer aktuell fråga i samma kategori. Det är kanske därför ingen överraskning att det finns skillnader mellan stad och land när det gäller egenskaper hos andra som respekteras extra mycket, men det gäller inte samtliga egenskaper. Det är för det första för små skillnader för att säga något om både den prosociala komponenten och influencer-komponenten, analyserat mellan de sju geografiska områdena (figur 6). Däremot verkar det som att personer som gör karriär och som är engagerade i miljön åtnjuter lite högre respekt i storstädernas mer centrala delar. En medelvärdesskillnad på över 0,20 är signifikant åtskild ( $p < .05$ ).

**Figur 6 Medelvärden för de fyra egenskapskomponenterna i relation till stad/land, 2018**



**Kommentar:** Figuren visar konstruerade variabler (medelvärde) baserade på principalkomponentanalysen (tabell 2). Frågan löd "Vilka egenskaper hos andra gör att du respekterar dem extra mycket? Är det för att de... ". Den aggregerade svarsskalan är femgradig och går från minimum 1 "Inte alls" till maximum 5 "Mycket".

**Källa:** Den västsvenska SOM-undersökningen 2018.

## Avslutande diskussion

Det här kapitlet har demonstrerat hur olika personliga egenskaper hos andra kan sammanställas i fyra olika profiler baserat på statistiska komponenter (tabell 2). De här fyra egenskapsprofilerna kopplades därefter till kön, ålder, utbildning, politisk orientering samt boendeort. Det är tydligt att samma rangordning av profilerna återkommer oberoende av gruppjämförelserna. Det vill säga, den prosociala profilen verkar högst respekterad medan influencer-profilen är minst respekterad. Ett nedslag och jämförelse mellan det här kapitlets övergripande resultat och den senaste partisympatiundersökningen (SCB, 2019) indikerar att det finns viss överensstämmelse. Det faktum att kvinnor respekterar de prosociala och ekoinriktade egenskaperna något högre och att män respekterar karriäregenskaperna högre kan eventuellt kopplas till att kvinnor generellt röstar lite mer åt vänster och män lite

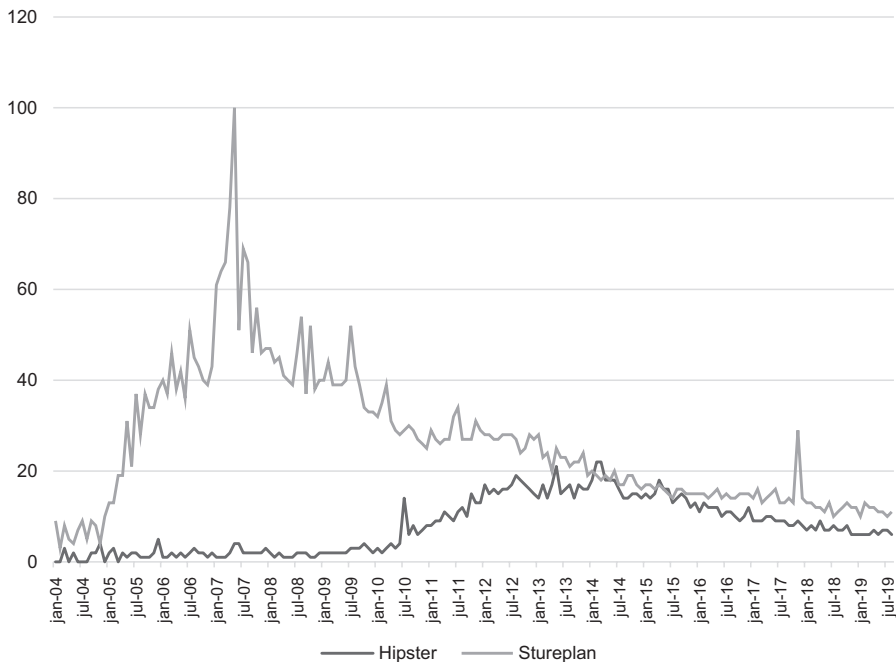
mer åt höger. En annan aspekt som tar fasta på vilka egenskaper som respekteras inne i storstaden respektive landsbygden är att både karriär och ekoegenskaperna värderas något högre i städerna. En närmare undersökning av deltagarnas bakgrund visar också att det finns skillnader mellan egenskapsprofilerna beroende på inkomst men även huruvida man har barn. Resultaten indikerar att den prosociala komponenten respekteras i högre grad av de som har barn ( $M = 4,3$ ) jämfört med de som inte har barn ( $M = 4,21$ ). Skillnaden är förvisso signifikant ( $p < 0,5$ ) men relativt liten. När det kommer till egen inkomst verkar både de som respekterar karriär samt eko rapportera en högre inkomst. Gruppkillnaderna är signifikanta ( $p < 0,5$ ) på en tregradig skala mellan låg, mellan och hög inkomst men det finns även en positiv korrelation mellan inkomst och eko ( $r = ,08$ ,  $p < ,001$ ), samt mellan inkomst och karriär ( $r = ,16$ ,  $p < ,001$ ).

Det verkar alltså finnas en relativt stor överensstämmelse mellan människors livssituation, attityder, vilka egenskaper som respekteras hos andra och politisk orientering. Det är emellertid rimligt att föra en diskussion om vad som kommer först och hur de här faktorerna eventuellt påverkar varandra under en livstid. Inom statsvetenskaplig forskning har Michigan-modellen alltsedan 50-talet dikterat att röstbeteende formas av en rad olika faktorer och över relativt lång tid. Det är förstas svårt att mäta och kontrollera för all påverkan men det har gjorts en del forskning om så kallad ekonomisk röstning, där politisk orientering antas vara starkt kopplat antingen till den egna ekonomiska situationen eller utifrån vad som bedöms gynna den stora massan ekonomiskt. Det verkar överlag som att väljarbeteende inte är så ekonomiskt närsynt eller egocentrerat som många verkar tro (se t.ex. Healy, Persson & Snowberg, 2017), men egenintresset måste ändå ses som en betydande drivkraft vilket resultaten ovan visar. Det är inte konstigt att de som har barn i högre grad respekterar andra som har mer prosociala egenskaper (ex. ”är en bra förälder”). Det är heller inte förvånande att de som i högre grad respekterar andra som gör karriär rapporterar en högre lön, vilket kan indikera att de själva har prioriterat karriär (även ifall karriär innehåller fler dimensioner än lön). Det är också rimligt att resonera utifrån att andra respekteras i relation till omgivande samhälle och normer, då respekt är en selektiv och diskriminerande process. Hur normer påverkar individer har studerats länge inom socialpsykologin och generellt kan sägas att en normativ påverkan innebär att en beskrivande norm (vad andra gör) påverkar egna attityder och beteenden genom tre principer (eng. ”*Theory of Normative Social Behavior*”, Rimal & Real, 2005). En av de här principerna bygger på att en norm får starkare effekt om det finns en tydlig gruppidentitet, det vill säga att människor i allmänhet påverkas mer av likasinnade eller om det finns en önskan att bli en i gruppen. De andra två principerna bygger på att det finns tydliga fördelar med att eventuellt följa normen eller om det finns en moralisk dimension i att vi *bör* följa en norm för att det anses rätt.

Det kan till stor del sägas vara den omkringliggande normen eller trenden som styr vem eller vilka som kommer att åtnjuta respekt i ett givet ögonblick. Resul-

taten i det här kapitlet visar att de prosociala egenskaperna verkar vara viktigast och det går även att resonera utifrån att de egenskaperna är äldst (i relation till de övriga tre egenskapsfaktorerna) och viktigast för samhället i stort. Måhända är influencer-egenskaperna mest flyktiga men det är svårt att veta då det är ett relativt nytt fenomen. Det är för det mesta lättare i efterhand att kunna avgöra vad som var en trend och vad som består. För att på ett pedagogiskt vis exemplifiera kan vi undersöka hur två relativt välkända modeorienterade och kulturella trender sett ut över tid i Sverige kan Google Trends ge en del av svaren. Förvisso ger sökintresse över tid inget svar på varför människor söker men kan ändå tjäna som en indikation på en trend. En sökning på ordet "hipster" indikerar att intresset var som störst våren 2014 och att söktrycket verkar kunna kondenseras ungefärligt till en tioårsperiod (figur 7). En annan populär trend som föregick hipster-trenden var bland andra trenden om att vara en "stekare", som handlade om lyx och flärd, champagne och nattklubbsliv kring Stureplan. Google Trends visar att intresset för sökordet "Stureplan" nådde sin topp omkring våren 2007 och att även denna period kan popularitetsmässigt sägas rymmas inom ett tioårsspann, mellan 2004 och 2014 (figur 7). De fyra komponenterna från listan med egenskaper som respekteras hos andra verkar inte vara lika slagkraftiga för att kunna ge någon kraftigare indikation på Google Trends. Det verkar emellertid som att sökintresset för både "familj" och "eko" har ökat marginellt de senare åren och intresset för "influencer" är främst stort kring vissa specifika datum under våren 2019. Den miljöorienterade profilen "eko" ovan kan förstås ha många olika konnotationer men sannolikt har intresset för miljö och klimatet ökat alltjämt sedan Al Gores film om global uppvärmning, "*En obehövlig sanning*", släpptes. Som exempel kan nämnas att sökintresset för begreppet "klimataktivist" var enligt Google Trends i princip obefintligt fram till hösten 2018. Måhända kliver vi nu in i en ny tidsperiod av sociala jämförelser där klimatkampar kommer ses som samhällets främsta förebilder och trendsättare. Vem vet.

**Figur 7 Sökintresse för nyckelorden "Hipster" respektive "Stureplan" mellan januari 2004 och augusti 2019**



**Kommentar:** Sökintresse för nyckelorden "Hipster" respektive "Stureplan" mellan januari 2004 och augusti 2019. Sökningen avgränsades till Sverige.

**Källa:** Google Trends.

Ovan analyserades två relativt tydliga, måhända ganska ytliga, men ändå välkända kulturella attribut som tjänar en god pedagogisk poäng för hur sociala jämförelser kan interagera med kulturen runtomkring. Det är också värt att komma ihåg att det här är en process som sannolikt råder i olika stor omfattning, för olika människor, och parallellt över tid. Det finns oftast fanbärare eller arketyper som banar väg för nya normer och trender och det ligger i vår natur att jämföra oss med dem – oavsett skala. Det här kapitlet har visat att en lista med egenskaper hos andra som gör att man respekterar dem extra mycket kan utgöra en empirisk grund för att sortera ut individer i fyra olika grupper. I de här fyra grupperna görs sannolikt uppåtriktade sociala jämförelser gentemot fyra distinkta typer av personer och de här fyra karaktärstyperna verkar ha en del gemensamt med de som respekterar dem. Kort och gott, dina hjältar säger mycket om vem du är men förmodligen också ganska mycket om vem du vill bli.

## Referenser

- Bernardini, Ilaria (2018). Normcore: the new trend. *Vogue* n. 814, 188. Tillgänglig online: <https://www.vogue.it/en/news/daily-news/2018/06/08/the-normcore-trend-vogue-italia-june-2018/>
- Brewer, Marilynn B. (1991). The social self: On being the same and different at the same time. *Personality and Social Psychology Bulletin* 17(1), 475-482.
- Carlander, Anders, Rönnerstrand, Björn (2018). Hemma Väst. Göteborgs universitet: SOM-institutet.
- Festinger, Leon (1954). A theory of Social Comparison processes. *Human Relations* 7(2), 117-140.
- Gerber, J.P., Wheeler, Ladd & Suls, Jerry (2017). A Social Comparison Theory meta-analysis 60 + years on. *Psychological Bulletin* 144(2), 177-197.
- Healy, Andrew J, Persson, Mikael & Snowberg, Erik (2017). Digging into the pocketbook: Evidence on economic voting from income registry data matched to a voter survey. *American Political Science Review* 111(4), 771-785.
- Hofstede, Geert, Hofstede, Gert Jan, Minkov, Michael (2010). *Cultures and Organizations: Software of the Mind*, Third Edition. McGraw-Hill Education.
- Jin, Venus S., Muqaddam, Aziz & Ryu, Ehri (2019). Instafamous and social media influencer marketing. *Marketing Intelligence & Planning* 37(5), 567-579.
- Joi, Willy., Dalton, J. Russell (2017). Left-Right Orientations and Voting Behavior. *Oxford Research Encyclopedia of Politics*. Online publication. DOI: 10.1093/acrefore/9780190228637.013.581
- Lou, Chen & Yuan, Shupe (2019). Influencer Marketing: How message value and credibility affect consumer Trust of branded content on social media. *Journal of Interactive Advertising* 19(1), 58-73.
- Michale, Janna (2015). It's really not hip to be a hipster: Negotiating trends and authenticity in the cultural field. *Journal of Consumer Culture* 15(2), 163-182.
- Rimal, Rajiv N., Real, Kevin (2005) How behaviors are influenced by perceived norms: A test of the theory of normative social behavior. *Communication Research* 32(3) 389-414.
- SCB (2019). Partisypatiundersökningen maj 2019. Tillgänglig online: <https://www.scb.se/publikation/37246>
- Touboul, Jonathan D. (2019). The hipster effect: When anti-conformists all look the same. *Discrete & Continuous Dynamical Systems* 24(8), 4379-4415.

