

Trendbubblan

Erik Thorslund, Jesper Olsson Hemmälén, Tove Isaksson, Clara Sundgren, Tea Eldestrand

Om oss

Hej och välkommen till Trendbubblan! 🥳 Här dyker vi ner i både nya och nostalgiska trender för att ge dig spännande insikter och intressanta diskussioner. Oavsett om du är ute efter smarta knep för att hoppa på en trend eller vill få ett helt nytt perspektiv på hur trender påverkar samhället på lång sikt, är det här forumet för dig. Häng med oss och få ut det lilla extra ur trender 😊

Sociala medier

[Instagram](#)

[Facebook](#)

[TikTok](#)

Detta är en återpublicering av bloggen [Trendbubblan](#)

Ett projektarbete i kursen *Att publicera i den medierade offentligheten* vt 2025 som publicerats av

Linköping University Electronic Press i serien: [Linköping Electronic Press Workshop and Conference Collection](#), Nummer 36

ISSN: 2003-6523

© Författarna. Denna publikation är licensierad under en [Creative Commons Erkännande 4.0 Internationell Licens](#).

Vad är vi bortom trenderna? Låt marulken visa vägen!

Krönika

Det dyker ständigt upp nya trender att förhålla sig till. Vi ska ha den rätta livsstilen, rätta frisyren, rätta kläderna och rätta kroppsformen, för det är väl ändå då man mår som allra bäst? Eller så vågar man göra motstånd.

Det är intressant att se hur sociala medier har påskyndat trendernas livscykel, från ena veckans trend till nästa. Sociala medier har skapat en illusion om hur man ska se ut, vara och tycka. I takt med att sociala medier och deras algoritmer accelererar trendernas livscykel, skapas också en bubbla av liknande åsikter, beteenden och tankesätt på olika plattformar. Det går också att förstå varför människor håller sig inom denna bubbla; den ger en illusion av gemenskap och att man är del av ett sammanhang. Man behöver inte känna sig utanför. Trenderna lever på fomo. Men är det bara de lättpåverkade, okritiska och unga som faller offer? Nej, de flesta är en del av det ständiga sökandet efter att passa in i trendernas linje, förutom de som vågar följa sin egen väg, vilket både kan kännas läskigt och otryggt.



Bild genererad av AI

I februari kom jag över en video på TikTok som visade en liten fisks resa från havets botten upp till ytan. Det var en djuphavsmarulk, en art som är skapad för att leva på den mörka havsbotten, men som valde att simma upp till vattenytan och dagsljuset. Videoklipppet berörde många och blev på bara någon dag en viral sensation på TikTok, och kommentarsfälten fylldes med känslosamma reflektioner om livet, friheten och modet att bryta sig loss från det trygga och ge sig ut i det okända.

Så den kanske viktigaste frågan att ställa oss själva är - vad är vi bortom alla trender i en värld där vi ständigt matas med förväntningar och krav och ständigt jämför oss med andra? Jag tycker att den märklige lilla djuphavsmarulken kan ses som en symbol för vår samtid, för livet och friheten vi har över oss själva. Djuphavsmarulken är en metafor för något större - den som vågar tro på sig själv och satsar på sin dröm eller den som slutar låta sig styras av kortlivade trender.

Att våga följa sin egen väg, som den lilla fisken, kräver mod. Men är det inte värt det? Sann frihet handlar väl ändå om att följa det som känns äkta och rätt, oavsett vad det innebär för var och en av oss. Om vi vågar släppa taget om trendernas ström, kanske vi, precis som fisken, får möjlighet att upptäcka något nytt och oförutsägbart - något vi tidigare kanske inte hade vågat drömma om.

Krönikör: Clara Sundgren

Trender genom experternas ögon – insikter och påverkan

Trender är något som funnits länge, i många olika former; allt från olika klädstilar till hur man ska vara som människa eller vilken musik man lyssnar på. Det är något som på ett eller annat sätt påverkar oss alla, men frågan är på vilka sätt? TrendBubblan har pratat med två olika experter på området för att ta reda på vad trender gör med oss som människor och hur trenderna kan påverka samhället i stort.

Eva forskar om varumärken och konsumtion

Eva Ossiansson är ekonomie doktor i marknadsföring med en passion för varumärken, kommunikation och konsumtion. Genom att analysera trender och beteendemönster ger hon insikter i hur vi bygger identitet genom konsumtion och kommunikation.

Ossiansson menar på att trender kan påverka människors beteende, självbild och sociala identitet. Vidare utvecklar hon detta och förklarar att virala trender kan skapa en känsla av delaktighet och tillhörighet, men också påverka hur människor utvecklas och engagerar sig.



Det handlar ju oftast om att du som individ vill känna dig delaktig i någonting som verkar relevant och intressant och som också stärker dig och din bekräftelse i relation till din omgivning, det vill säga din sociala identitet, vem du vill vara och hur du vill uppfattas som person. Och då samverkar liksom både det här som berör dig själv som individ, men också din vilja att tillhöra en grupp som delar samma

beteende och kläder. Grejer är ju då mer symboler för den livsstil som du anammar eller det liv du lever. Det säger någonting om dig som person.

Enligt Ossiansson kan trender även ha långsiktiga psykologiska effekter, både på gott och ont. Forskning visar att vi gärna delar innehåll som väcker starka känslor, och att vi skapar sociala band även med personer vi aldrig träffat – som influencers eller andra vi inspireras av. Detta påverkar inte bara våra relationer utan även hur vi uppfattar världen och reagerar på olika händelser i vardagen.

- Det finns studier som visar på att vi sprider saker som väcker starka känslor, både positiva och negativa. Och vi vet också att när det gäller sociala medier så kan vi, till exempel, när vi följer influencers eller människor som vi gillar och så kan vi till och med utveckla det vi kallar för en social relation. Alltså att vi ser de här personerna som är väldigt nära vänner med oss och vi agerar och reagerar på saker och ting som rör dem. Och därmed påverkar de ju oss i våra liv på det viset.

Trender, enligt Ossiansson, varierar också mellan olika grupper beroende på faktorer som ålder, kön och kulturell bakgrund. Samtidigt spelar även individuella intressen och livsstilar en stor roll i hur vi använder digitala plattformar och hur vi påverkas av olika trender.

- Hur vi påverkas av trender hänger ju inte alltid samman med vår ålder eller vårt kön, utan väldigt mycket handlar om vår livsstil och hur vi lever våra liv och vad vi delar för gemensamma intressen. Om vi till exempel tillhör en spelcommunity eller om vi tillhör en grupp som gillar att göra vissa speciella saker kan ju detta gå över åldersgränserna. Men sen brukar man prata om att det finns saker som vi ibland delar med våra generations-kompisar. De som är i liknande ålder som oss själva delar ofta en gemensam nämnare.

Johanna är expert på livsstil



Johanna Göransson jobbar idag på *Ungdomsbarometern* och är expert på livsstil och konsumtion. Göransson är i grunden utbildad företagsekonom med en master i marknadsföring, och har jobbat i flera år på en kommunikations- och insiktsbyrå som analytiker och projektledare. Hennes fokus har alltid varit att på ett eller annat sätt förstå sig på människor.

Vi ställde frågan till Göransson om varför vi går på trender. Hon menar att det är en väldigt bred och svår fråga att svara på, men hon säger att man kan tänka att trender ger uttryck för olika behov som vi människor har. Det kan vara saker man längtar till. Göransson lyfter också att trender kan vara en del av en grupptillhörighet och känslan av att vara en del av något större.

Vi ställde också frågan om hur virala trender påverkar människors beteende och självbild eftersom vi själva upplever att de sociala mediernas framväxt har gjort att virala trender har fått en allt större påverkan på vår vardag och självbild. Göransson svarar att hon tror att vissa trender erbjuder en nostalgisk trygghet, där ett exempel som tas upp är retro-tech.

- Det kan vara ett sätt att finna trygghet i dagens snabba samhällsutveckling. Att återupptäcka gamla saker ger en känsla av stabilitet.

Hon påpekar också att sociala medier och deras algoritmer bidrar till att vissa trender får en starkare genomslagskraft.

- Plattformarna premierar engagerande innehåll, vilket kan leda till en starkare polarisering.

Göransson menar att algoritmerna är designade för att skapa reaktioner, vilket gör att vissa trender kan få stort genomslag, men också att de snabbt försvinner igen.

Den avslutande frågan vi ställde handlade om hur Göransson ser på utvecklingen av trender under 10-15 år och om man kan se någon skillnad över tid. Den största förändringen hon ser är uppkomsten av mikrotrender. Med hjälp av sociala medier och algoritmer, sprids trender mycket snabbare nu än för 10-15 år sedan.

- Förr kunde trender spridas genom tidningar och TV-program, men idag sker det genom sociala medier, vilket gör att informationsutbytet går mycket snabbare.

Hon fortsätter och beskriver att dagens trender ofta är kortlivade och att de kan försvinna lika snabbt som de uppstår.

- TikTok-ljud och virala fenomen kan vara svåra att definiera som trender eftersom de kan bli stora på några dagar men sedan försvinna lika snabbt.

Göransson avslutar med att det är svårt att mäta eller uppfatta trender eftersom de ändras så fort. Tidigare var YouTube den största plattformen för att upptäcka virala trender och det var oftast stora kreatörer som startade dessa. Nu är TikTok den största plattformen för spridning av virala trender och det finns många fler kreatörer än för 10-15 år sen.

Vad är då en trend?

En slutsats vi kan dra av våra experters svar är att trender, åtminstone delvis, handlar om livsstil, grupptillhörighet och känslor och att trender idag sprids snabbare än någonsin, inte minst via sociala medier.

Vad tycker du om de insikter som forskarna delade? Ser du några trender som du tror kommer att spela en ännu större roll framöver? Dela gärna dina tankar i kommentarsfältet!

//Trendbubblan

Skribenter: Erik Thorslund & Jesper Olsson Hemmälén

Vad är egentligen en trend?

Vad är det egentligen som gör att vi plötsligt börjar bete oss annorlunda, shoppa på nya sätt eller kommunicera i andra kanaler än för bara några år sedan? Trender är mer än bara kortlivade fenomen – de speglar djupgående förändringar i samhället. I detta kapitel tar vi reda på vad en trend är, skillnaden på kort- och långvariga trender samt vad som driver trender.

Vi pratar ofta om trender – på sociala medier, i modevärlden, inom mat och teknik. Men vad innebär det egentligen? En trend är en förändring i attityder, beteenden eller värderingar som sker över tid, antingen inom en specifik grupp eller i samhället i sin helhet. Dessa trender påverkar människor på flera olika sätt, men främst hur människor handlar, konsumerar och kommunicerar med varandra (Ungdomsbarometern, 2024).

Men trender handlar inte bara om något som är populärt för stunden, de speglar större förändringar i samhället och ger en hint om vart vi är på väg. Genom att förstå vilka idéer, beteenden och värderingar som håller på att ta fart kan vi inte bara anpassa oss, utan också vara med och påverka utvecklingen (Ungdomsbarometern, 2024).

Skillnaden mellan flugor och långsiktiga trender är viktig att förstå, eftersom kortvariga trender ofta skapar hype men försvinner snabbt, medan långvariga trender formar framtiden och skapar en förändring i samhället.

Det finns en tydlig skillnad mellan kortvariga och långvariga trender. Kortvariga trender, eller så kallade "flugor", sprider sig snabbt och får stor uppmärksamhet under en kort period innan de försvinner. De drivs ofta av sociala medier, populärkultur eller specifika händelser. Långvariga trender däremot utvecklas över tid och har en mer bestående inverkan på samhället, eftersom de speglar djupare förändringar i attityder, beteenden och värderingar. Dessa trender har en mer bestående inverkan och kan förändra hur vi lever, konsumerar och interagerar med varandra över tid. De kan exempelvis handla om hållbarhet, digitalisering eller förändrade arbetsmönster (Ungdomsbarometern, 2024).

Så nästa gång det känns som att "alla" pratar om samma sak, fundera på om det bara är en tillfällig hype – eller om detta faktiskt är en trend som kan förändra sättet vi lever på.

Topp 10 populäraste trender 2024

- Monkmode – Fokus på personlig utveckling genom att minimera distraktioner.
- AI-kompisar – Virtuella vänner eller assistenter skapade med AI.
- Soft girl – Mjuk och feminin estetik med pastellfärger.
- Looksmaxxing – Optimering av utseendet genom träning och skönhetsrutiner.
- Grisch – Lyxig och överflödigt livsstil inspirerad av storstadskulturen.
- No spend challenge – Perioder av medveten konsumtionsminskning.
- Side hustle – Extraknäck eller eget företagande vid sidan av studier/jobb.
- Slow life – Lugn livsstil med fokus på välmående och enkelhet.
- CEO-estetik – Affärsmässig stil och inställning inspirerad av företagsledare.
- Dopamine decor – Färgglad och lekfull inredning för att öka glädje.

Vad är det som egentligen driver trender? Vad orsakar förändring och varför tenderar vi att följa dem?

Värderingar, ambitioner och önskningar i samhället förändras ständigt, och trender speglar dessa förändringar. De kan förstås som ett resultat av samspelet mellan psykologiska och kulturella faktorer.

En viktig aspekt i att förstå varför vi följer trender är psykologin. Människor har ett starkt behov av att känna tillhörighet, vilket gör att vi ofta söker oss till de strömningar och normer som råder i samhället. Genom att följa trender kan vi signalera att vi är en del av en gemenskap.

En annan förklaring är den så kallade dopamineffekten, där nyheter skapar en känsla av spänning och belöning. När vi först exponeras för en ny trend väcker det en känsla av förväntan. Men med tiden avtar denna känsla, vilket får oss att hela tiden utforska nästa stora trend.

Kulturella förändringar spelar också en stor roll i hur trender uppstår. Dessa kan bero på olika faktorer som historiska händelser, förändrade samhällsvärderingar eller teknologiska framsteg. Trender kan i sin tur ge uttryck av behov eller värderingar som präglas av en viss tidsperiod (C2 Fashion Studio).

Sammanfattningsvis går det att förklara att trender kommer och går. Samhället och psykologin är de stora faktorerna som skapar den starka påverkan vi känner för trender. Saker och ting kan tendera att stanna kvar en längre tid och andra inte, trender likaså vilket just är beroende på förändringar i samhället. Vi blir påverkade av miljön runt omkring vilket kan tendera att påverka oss starkt i de val vi gör. Attityd och den energi man är villig att investera kan förklara i vilken utsträckning en individ är beredd att följa en trend.

Det ligger till stor vikt att vara medveten om hur trender påverkar individer eller samhället i stort. Det gäller ofta att ha ett kritiskt öga för att kunna navigera sig bland alla trender som flyger förbi för att kunna göra beslut som i längden är hållbara. Genom att se en trend ur ett långsiktigt perspektiv tror jag att fler skulle kunna hoppa över en eller annan trend. En framtidsspaning i samband med hur man ska navigera kring dem tror jag handlar om ett mer klimat medvetet samhälle som vill göra smartare val. Jag kan vara naiv men det skulle vara en förhoppning att samhället i helhet kan skapa attityder som är mer medvetna. Låt det bli en trend att göra trend smarta val i framtiden.

Källförteckning:

C2 Fashion Studio. *Trendernas psykologi: varför vi följer och vad som driver förändring*. Hämtad 11 mars 2025, från https://c2fashionstudio-com.translate.goog/the-psychology-of-trends/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=sv&_x_tr_hl=sv&_x_tr_pto=rq

Ungdomsbarometern. (2024). *Tendrapporten 2025*. Hämtad 10 mars 2025, från [https://s3.eucentral1.amazonaws.com/ungdomsbarometern.se/Externa+rapporter/2024/\(c\)+Ungdomsbarometern+2024+-+Tendrapporten+2025.pdf](https://s3.eucentral1.amazonaws.com/ungdomsbarometern.se/Externa+rapporter/2024/(c)+Ungdomsbarometern+2024+-+Tendrapporten+2025.pdf)

Skribenter: Tove Isaksson & Tea Eldestrand