



Handelshøyskolen BI

MAN 50391 Påvirkning og makt i lederrollen

Term paper 60% - W

Predefinert informasjon

Startdato:	30-08-2022 09:00 CEST	Termin:	202310
Sluttdato:	22-05-2023 12:00 CEST	Vurderingsform:	Norsk 6-trinns skala (A-F)
Eksamensform:	P		
Flowkode:	202310 10067 IN04 W P		
Intern sensor:	(Anonymisert)		

Navn:

Anneken Elvestad, Agnethe Ekre

Informasjon fra deltaker

Tittel *:	Referentmakt og vurdering av varme og kompetanse i en kollegarelasjon - Et eksperiment		
Navn på veileder *:	Linda Lai		
Inneholder besvarelsen konfidensielt materiale?:	Nei	Kan besvarelsen offentliggjøres?:	Ja

Gruppe

Gruppenavn:	(Anonymisert)
Gruppenummer:	6
Andre medlemmer i gruppen:	

Referentmakt og vurdering av varme
og kompetanse i en kollegarelasjon.
Et eksperiment.

Sammendrag

Vi har gjennomført et eksperiment på nett for å se nærmere på maktbasen «referentmakt». I vårt eksperiment har vi spurt deltakerne om å vurdere varme og kompetanse hos fiktive personer, som vi har forsøkt å gi ulik grad av referentmakt.

Gjennom tre ulike eksperimentgrupper, som alle fikk beskrivelser av personer med ulik grad av referentmakt, har vi undersøkt om deltakerne fra de ulike gruppene har vurdert varme og kompetanse forskjellig. Konteksten for beskrivelsene i eksperimentet var jobbrelatert. Vi testet også om eventuelle sammenhenger ble moderert av kjønn på observatør, eller kjønn på den som ble observert. Vi har både vært opptatt av resultatene i dette eksperimentet og om vi faktisk har klart å lage et godt eksperiment.

Vi har signifikante resultater i konteksten til dette eksperimentet på forskjellig vurdering av varme for de ulike eksperimentgruppene. Vi har fått resultater som kan indikere støtte for at vi vurderer personer med nøytral eller styrket referentmakt som varmere enn de som har svekket referentmakt.

Det har vært en utfordring å ha grad av referentmakt som uavhengig variabel i forskningsmodellen, siden det å tillegge en person makt er en subjektiv sak. Vi forsøkte å få eksperimentgruppene til å se for seg ulike grader av referentmakt, som vi har kalt svekket, nøytral og styrket. I lys av resultatene vurderer vi at det er stor sannsynlighet for at vi ikke har klart å styrke referentmakten for den ene eksperimentgruppen, der det var intensjonen. Vi har drøftet årsaker til at eksperimentet kun delvis fungerte etter intensjonen.

Sammen drag.....	2
1. Innledning	4
2. Teorigrunnlag	5
2.1 Makt og maktbaser	5
2.2 Referentmakt.....	7
2.3 Ekspertmakt	8
2.4 Troverdighet, pålitelighet og ekspertise.....	9
2.5 Varme og kompetanse som dimensjoner av sosial kognisjon – vurdering av andre på individnivå.....	9
2.6 Førsteintrykk og intern konsistens.....	12
2.7 Referentmakt versus vurdering av varme og kompetanse.....	14
2.8 Kjønn sett opp mot referentmakt og vurdering av varme og kompetanse.....	14
3. Hypoteser	16
4. Metode.....	17
4.1 Fremgangsmåte og innsamling av data	17
4.2 Måleinstrumenter og utforming av eksperiment.....	18
4.3 Dataanalyse.....	20
5. Resultater og funn	21
6. Drøfting.....	26
7. Konklusjon.....	33
8. Vedlegg.....	34
9. Referanser.....	34

1. Innledning

Den som har makt, har kontroll over ressurser som mottaker anser som verdifulle (Dahl, 1957). De vi gir referentmakt, er personer vi ønsker å identifiseres oss med, som vi beundrer, ser opp til, og som vi ønsker anerkjennelse og aksept fra (French & Raven, 1959). Makt er ikke en objektiv størrelse, men noe du blir tillagt av andre (Lai, 2014). Referentmakten er ifølge teorien den sterkeste av maktbasene og den er effektiv for å oppnå indre forpliktelse hos andre (Yukl et al., 1996). Vi gir personer med referentmakt tillit, har tro på at de har gode intensjoner og at de opptrer på en rettferdig måte. Vi tror mer på de vi ser opp til, beundrer og ønsker anerkjennelse fra (Lai, 2014). Den som har makt, har en mulighet og et potensial til å kunne påvirke andre.

Vi har ønske om å se nærmere på «referentmakt» som maktbase. Hva gjør at vi hører på en influenser, en kollega, en kjendis, eller andre som vi beundrer, og lar disse påvirke oss fremfor andre, faktiske eksperter? Hva er det som gjør at noen blir beundret mer enn andre, og gjennom det får en sterk form for makt? Hva gjør at vi ofte lar denne kilden til makt veie tyngre enn for eksempel ekspertmakt og legitim makt? Gir vi referentmakt til de som vi opplever at vil oss vel? Hvor stor grad av kompetanse vurderer vi at de vi tillegger referentmakten har?

I forskning på hvordan vi former inntrykket av personlighet hos andre, er det enighet om at trekkene varme og kompetanse er de mest sentrale. Det finnes studier som både ser på hvordan man vurderer og bedømmer personer, og hvordan man vurderer og bedømmer grupper, ut ifra ulike trekk og egenskaper (Abele et al., 2021; Asch, 1946; Dupree & Fiske, 2017; Fiske et al., 2007; Wojciszke, 2005). Med bakgrunn i disse studiene, ønsker vi å se på hvordan en person vi har tillagt referentmakt blir vurdert som varm og kompetent.

I tillegg til å se på sammenhengen mellom referentmakt og vurdering av varme og kompetanse vil vi se på om kjønn påvirker vurderingene. Det er forskning som viser at kvinner har lettere tilgang på referentmakt enn menn (Carli, 1999). Kvinner er generelt mer relasjonelle (Eagly & Johannesen-Schmidt, 2003), og kvinner er rausere i vurdering av andre (Cuddy et al., 2008). Vi har derfor med både kjønn hos den som vurderer og kjønn hos den som blir vurdert som moderator.

2. Teorigrunnlag

I teorigrunnlaget vil vi kort redegjøre for hva makt og maktbaser er. Vi vil særlig beskrive referentmakt og ekspertmakt som kilder til makt. Vi vil i tillegg si noe om hva som gjør at en person blir sett på som troverdig, siden troverdighet er en viktig faktor ved påvirkning av andre. Deretter har vi sett på ulike sider ved persepsjon i møte med andre, og på hvordan vi danner oss et inntrykk i møte med en annen person. Vi vil redegjøre for hva forskning sier om hvorfor vurdering av varme og kompetanse er sentralt, og hvordan førsteinntrykk påvirker videre vurderinger. Til slutt har vi sett på forskning som sier noe om kjønn sett opp mot referentmakt og sosial persepsjon.

2.1 Makt og maktbaser

Makt handler om muligheten for å påvirke eller kontrollere ressurser for å oppnå egne ønsker (Dahl, 1957). En forutsetning for makt er at det finnes en form for ubalanse mellom to parter, utøver og mottaker. For at mottaker skal oppleve at utøver har mer makt, må mottaker oppfatte at utøver kontrollerer en ressurs som mottaker ikke har tilgang på (Pfeffer & Salancik, 2003). Eksempel på slike ressurser kan være kunnskap, penger, informasjon, nettverk og lignende, som har betydning for mottaker. Makt som fenomen involverer to parter i et dyadisk forhold (French & Raven, 1959). Ubalansen i dyaden innebærer at mottaker er avhengig av, eller ønsker seg tilsvarende makt eller ressurs. De som har mindre makt, er mer avhengig av andre som besitter de maktposisjoner man selv mangler (Lai, 2014). Sturm og Antonakis (2015) gjennomgikk i sin forskningssammenstilling 23 artikler fra tidsperioden 1947 og frem til 2012 som alle definerte makt på forskjellige måter, og sammenstilte definisjonen på makt som «skjønn til å agere, og midlene til å utøve sin overbevisning ovenfor andre» (Sturm & Antonakis, 2015, s. 4, egen oversettelse).

Vi skiller mellom sosial makt og personlig makt. Sosial makt er den makten vi får gjennom samhandling med andre, som gir en mulighet til å påvirke andres oppfatning og følelser. Sosial makt kan misbrukes eller ikke brukes i det hele tatt. Den som har sosial makt, har muligheten til å påvirke en annen person til å ta beslutninger hen ellers ikke ville tatt (French & Raven, 1959; Lai, 2014; Lammers et al., 2009; van Dijke & Poppe, 2006). I sosial sammenheng har vi ofte som mål å oppnå en viss form for status gjennom respekt og påvirkning (Anderson et al., 2001). Personlig makt er en persons grad av frihet, uavhengighet og selvbestemmelse fra andres kontroll, og hvor fri vi er fra andre

og deres påvirkning (French & Raven, 1959; Lai, 2014; Lammers et al., 2009; van Dijke & Poppe, 2006).

Makt kan komme fra ulike kilder, som for eksempel gjennom det å være leder, kunnskap du besitter, eller muligheten til å straffe eller belønne andre. French og Raven (1959) identifiserte fem kilder til makt, herunder belønningsmakt, straffemakt, legitim makt, referentmakt og ekspertmakt. Senere er det blitt identifisert og anerkjent flere kilder til makt som informasjonsmakt, argumentasjonsmakt, personlighetstrekk og priming (Lai, 2014; Yukl & Falbe, 1991). Yukl og Falbe (1991) identifiserte informasjonsmakt og argumentasjonsmakt som maktbaser i sin eksplorerende studie om makt i nedadgående og laterale relasjoner. Lai (2014) skriver om personlighet og priming som kilder til makt. De fem kjente personlighetstrekkene fra The Big Five har alle en verdi for hvordan de påvirker personlighet som kilde til makt. The Big Five, eller femfaktormodellen, er en trekk-teori som tar for seg de fem personlighetstrekkene som gjenspeiler hvordan vi tenker, føler og handler. Disse fem trekkene utgjør ekstroversjon, omgjengelighet, planmessighet, åpenhet for nye erfaringer og nevrotisisme. De ulike personlighetstrekkene kan både påvirke hvilken maktorientering vi har, og hvilke påvirkningsteknikker vi velger. Alle trekkene har en påvirkning i større eller mindre grad på hvordan man utøver makt. For eksempel kan personlighetstrekket nevrotisisme føre til mer makt i grupper. De som skårer høyt på dette bidrar ofte mer inn mot gruppen enn forventet. De ekstroverte og dominante har større forventninger knyttet til seg. De kan anses som mer kompetente enn de er, og innfrir kanskje ikke i like stor grad (Anderson & Kilduff, 2009; Lai, 2014). I et dyadisk forhold vil man også kunne oppleve at to like dominante personligheter oftere vil kunne føre til konflikt (Graham et al., 2019). Et annet eksempel er at ledere som skårer høyt på omgjengelighet vil kunne være mer varme og opptatt av relasjon, rettferdighet og makt-deling (Kalshoven et al., 2011). Til sist omtales «priming» som en mulig kilde til makt. Ordet «prime» referer til hvordan utøver påvirker og forbereder mottaker til å agere på en gitt måte i en situasjon. Et godt eksempel på dette kan for eksempel være hvordan vi forbereder oss til å «ta rommet» ved å bruke «power posing» for å kreve plass, heve hodet, løfte brystkassen osv., eller hvilken stol rundt bordet vi velger, om vi har bena på bordet eller lignende (Carney et al., 2010, 2015; Lai, 2014).

Makt er kontekstavhengig og subjektivt. Lai (2014) trekker frem at kilden til makt kan være avhengig av situasjon. Maktbalansen mellom to parter kan være ulik i ulike kontekster. For eksempel kan en part ha makt i form av et styreverv i en frivillig organisasjon begge er medlem av, mens den andre parten er rektor for den andres barn i en annen sammenheng, og dermed er maktforholdet snudd.

Det er vanlig å benytte mer enn én kilde til makt. French og Raven (1959) og Peiró og Meliá (2003) påpeker at det er flere variabler som påvirker relasjonen mellom partene, og at man sjelden benytter bare en maktbase.

I en jobbkontekst er både referentmakt og ekspertmakt kilder til makt som oftest ligger til et individ eller en gruppe. Dette er annerledes for legitim-, straffe- og belønningsmakt som kilder til makt, som oftest er knyttet opp mot en formell posisjon eller rolle. Ekspertmakt og referentmakt har mindre sammenheng med formell posisjon og er derfor mer personlig og noe vi kan bli tillagt på grunn av ressurser som kunnskap, ferdigheter eller interpersonlige evner (Peiró & Meliá, 2003).

2.2 Referentmakt

Referentmakt er det vi tillegger noen vi ser opp til, beundrer eller ønsker å forbindes med. Jo mer vi identifiserer oss med vedkomne, jo større er referentmakten. En person med referentmakt, er en person vi respekterer og gjerne ønsker et godt og tett forhold til (French & Raven, 1959). Et eksempel kan være en influenser som vi ønsker å være lik og dermed påvirker oss til å kjøpe produkter eller følge sine råd. I nærere relasjoner kan en person med referentmakt være en omsorgsfull onkel fra barndommen eller en dyktig kollega du anerkjenner. Personen med referentmakt får en mulighet til å la mottakeren få en følelse av anerkjennelse, betydning og verdi. De er ofte rollemodeller, helter, inspirerende ledere og andre man gjerne vil assosieres med eller bli som (Lai, 2014). Referentmakt forekommer også på gruppenivå, der en gruppe kan ha referentmakt ovenfor et individ. Personen ønsker å bli en del av gruppen og bli identifisert med denne, og ønsker dermed å følge gruppens normer og regler (French & Raven, 1959). French og Raven(1959) påpeker at man ikke alltid er bevisst den makten man selv har tillagt en person, og at jo mer man beundrer vedkommende, jo større referentmakt får personen.

Referentmakt er en av de sterkeste kildene til makt (Lai, 2014). I en organisasjon vil sterk referentmakt gjøre det lettere å oppnå samarbeid med medarbeidere, selv når forespørselen er mindre hyggelig og blir sett på som mindre sentral (Yukl et al., 1996).

Referentmakt kan være kontekstavhengig og derfor begrenset (French & Raven, 1959). En gruppe langrennsløpere vil eksempelvis kunne ha referentmakt i den grad man selv ønsker være en del av langrennsløperne, eller la seg påvirke av dem i forbindelse med vintersport, kjøp av utstyr mm. I andre kontekster vil disse langrennsløperne ikke lenger ha samme påvirkningskraft, for eksempel i forbindelse med din arbeidssituasjon eller ved sommersport. På en annen side hadde French og Raven(1959) en hypotese om at stor grad av beundring vil kunne føre til at rekkevidden av referentmakten blir større.

Yukl et al (1996) fant i sin forskning at personer med referentmakt lyktes bedre med påvirkning, dette fordi referentmakten skaper en indre forpliktelse hos mottakeren i form av vi for eksempel ønsker å opprettholde en positiv relasjon.

2.3 Ekspertmakt

Ekspertmakt er oppfattelsen av at en person har mer kompetanse innenfor et spesifikt fagområde eller tema enn en selv (French & Raven, 1959). Kompetanse består av komponentene kunnskap, ferdigheter, evner og holdninger. Ekspertmakt gir et potensiale til å påvirke, men det er avgjørende at utøver blir sett på som ekspert av mottaker. Det holder ikke at noen selv oppfatter seg som ekspert. Om kompetansen er hensiktsmessig og møter behovet til mottaker, kan denne gi ekspertmakt. French og Raven (1959) skriver at vi evaluerer andres kompetanse i relasjon til egen kompetanse, og mot eventuelle standarder. Oppfattelsen av at en annen person kan mer om et tema enn vi selv gjør, bidrar til at vi tillegger den andre mer kunnskap og makt. Jo mindre vi selv kan om en ting, jo større makt tillegger vi motparten. Her kommer også tillit inn, ekspertens troverdighet, at man tror på det som blir sagt, er avgjørende. En person kan ha masse kunnskap og ekspertise på et tema uten å få ekspertmakt, da mottaker må oppfatte og anerkjenne ekspertisen. Et godt eksempel på hvordan vi tillegger ekspertmakt er når vi spør om matlagingstips fra mor eller kostholdsråd fra vår personlige trener.

Dersom en person oppnår høy troverdighet og beundring, kan han eller hun oppnå tillit på andre områder enn der han eller hun er ekspert. Dette kalles glorieeffekt i litteraturen om makt. Glorieeffekt kan både bygge ekspertmakt og referentmakt (Lai, 2014). Vi kommer tilbake til dette i kapittel 2.6.

2.4 Troverdighet, pålitelighet og ekspertise

Makt gir en mulighet til å påvirke en mottaker. O'Keefe (2002) har sett nærmere på kilder til påvirkning. Han har vært særlig opptatt av hva som gjør at en person blir vurdert som troverdig og hva som gjør at folk er lette å like. Når en person formidler et budskap, er det mottaker som vurderer om denne personen er troverdig. Den som kommer med budskapet, kan oppleves som troverdig av noen og ikke i det hele tatt av andre. I arbeidet med å finne ut hva som gjør at man opplever noen som troverdig, har O'Keefe (2002) sett på omfattende faktoranalyser for å identifisere underliggende dimensjoner. De underliggende faktorene som er mest fremtredende, er de som måler pålitelighet og ekspertise. Faktorene som måler pålitelighet, sier noe om en person med høy sannsynlighet er tilbøyelig til å si oss sannheten slik som hun eller han ser denne – og om personen er villig til å dele. Faktorene som måler ekspertise, sier noe om en person er i stand til å vite sannheten om hva som er rett eller galt i en kontekst. Troverdighet må inneholde begge disse dimensjonene.

Både ekspertmakt og referentmakt er større når mottaker vurderer utfører som troverdig.

2.5 Varme og kompetanse som dimensjoner av sosial kognisjon – vurdering av andre på individnivå

Mennesker har utviklet en evne til å automatisk prioritere sosiale inntrykk. I møte med andre vil vi ut ifra ulike inntrykk, raskt vurdere og danne oss en oppfatning av motparten. Dette kalles sosial kognisjon. Denne oppfatningen av en motpart er viktig for å avgjøre hvorvidt personen har gode intensjoner og vil oss vel eller ikke. Vi er opptatt av å raskt kunne kategorisere om den vi møter er en venn eller fiende. Deretter vil vi vurdere om motparten er i stand til å gjennomføre sin intensjon. Vi vurderer hvor effektiv personen vil være i det å nå sine mål (Cuddy et al., 2008). Mennesker driver med kontinuerlig vurdering av andre mennesker og seg selv. Vi organiserer disse vurderingene og den sosiale informasjonen vi har tilgjengelig etter noen overordnede

dimensjoner, for å finne ut hvordan vi skal føle og handle i møte med andre (Abele et al., 2021). Mange studier og flere systematiske forskningssammenstillinger har sett på dimensjonene varme og kompetanse som fundamentale, universelle og sentrale trekk som blir vurdert i tolkning av sosiale signaler (Abele & Wojciszke, 2014; Cuddy et al., 2008; Dupree & Fiske, 2017; Fiske et al., 2007; Wojciszke, 2005; Wojciszke et al., 1998). Dimensjonene «varme» og «kompetanse» har fått ulike merkelapper i ulike studier og modeller. Det er utviklet ulike rammeverk og modeller for å forstå hvordan vi vurderer andre, både på gruppenivå, individnivå og hvordan man vurderer seg selv. Selv om dimensjonene har fått ulike merkelapper i de ulike studiene og modellene, er kjernen av innhold felles (Abele et al., 2021). Varmedimensjonen handler om relasjonelle og sosiale funksjoner som vennlighet, hjelpsomhet, velvilje og pålitelighet.

Kompetansedimensjonen refererer til elementer og egenskaper som fører til måloppnåelse og oppgaveløsning som kompetanse, selvsikkerhet og besluttsomhet (Abele & Wojciszke, 2014, s. 197). Wojciszke et al.(1998) har tidligere gitt disse to dimensjonene merkelappene «moral» og «kompetanse», der moral defineres tilnærmet likt som varme med beskrivende ord som tillitsfull, ærlig, rettferdig og hjelpsom. Bakan valgte å sette merkelappene «agency» og «communion» på de fundamentale egenskapene for eksistens for alle organismer og individer i 1966 (Abele & Wojciszke, 2014).

Allerede i 1946 gjorde Asch(1946) funn som viste hvordan inntrykk av folks personlighet ble formet. Han viste at varme var en egenskap som ble veid tungt når inntrykk av andre skulle dannes.

I en studie i 2005 påpeker Wojciske (2005) at mennesker tolker informasjon de tilegner seg ut ifra egeninteresse, at de derfor først vurderer moral og deretter kompetanse. Studiene til Wojciske et al. (1998) finner at denne prioriteringen i vurderingen av moral før kompetanse gjør seg i større grad gjeldene blant kvinner enn menn.

I senere tid har det vært en økning av studier som har sett på hvordan vi prioriterer varme opp mot kompetanse i vurdering av andre. Utprøving av modeller som vurderer dimensjoner av sosial kognisjon, sosiale signaler og sosial persepsjon når man former et inntrykk av personlighet har bidratt til dette (Nauts et al., 2014). I 2014 gjorde Nauts et

al. en replikasjon av Asch sine studier fra 1946. På grunn av nye verktøy, muligheter og metoder for statistiske analyser har denne studien hatt helt andre muligheter til å teste Asch sine hypoteser. De fant ingen støtte for at varme var viktigst for å forme inntrykk i sin replikasjon. De fant at varmens rolle er svært kontekstavhengig, og at kompetanse var minst like viktig for å forme inntrykk som varme (Nauts et al., 2014). I studier på «Dual Perspective Model», som ser på hvordan man vurderer seg selv opp mot hvordan vi vurderer andre individer, har de kommet frem til at varme (communion) prioriteres i vurderinger av andre individer, men at kompetanse (agency) prioriteres i selvevalueringer (Abele & Wojciszke, 2007).

Dimensjonen varme kan brytes ned i vennlighet, tillit/troverdighet og dimensjonen kompetanse handler om evner og effektivitet (Dupree & Fiske, 2017). Cuddy et al. har i sin forskningssammenstilling om stereotypisering sett på ulike mønstre ved vurderinger av disse to dimensjonene og hvilke følelser disse frembringer. Kombinasjonen av ulike graderinger av dimensjonene varme og kompetanse i mellommenneskelige relasjoner fører til følelser som beundring, forakt, misunnelse og medlidenhet. Når man vurderer et annet menneske til å skåre høyt på begge dimensjonene vil det føre til følelsen av beundring (2008).

Den generelle teorien og forskning på menneskets tenkemåter og persepsjon har ulike vinklinger. Cialdini (2011) skriver om hvordan vi forenkler tenkningen vår for å håndtere de sammensatte og variable stimuliene som fyller livene våre. Vi ser etter tegn som kan hjelpe oss til å katalogisere, vurdere og kalibrere informasjon som igjen vil påvirke våre reaksjoner og handlinger. Han kaller det automatisk respondering når vi reagerer mekanisk på et kjennetegn ved situasjonen. Det motsatte er kontrollert respondering, der vi handler på basis av mer nøyaktige og grundige analyser av et bredere informasjonsgrunnlag. Kontrollert respondering forutsetter bevissthet, evner og motivasjon, siden dette er mer krevende.

Vårt behov for å kategorisere folk og trekke raske slutninger kan sees i sammenheng med hvordan vi foretar bedømminger mer generelt. Kahnemann (2012) beskriver de måtene vi tenker på, som system 1 og system 2. System 1 er den automatiske og raske tankemåten vi bruker i situasjoner som ikke krever at vi anstrenger oss. Den er

impulsstyrt og ofte utenfor vår kontroll. System 2 hjelper oss i komplekse situasjoner som for eksempel ved bilkjøring. Når du har lært å kjøre bil, vil du helt automatisk og uten spesielt stor anstrengelse bevege deg igjennom trafikken med en maskin du kjenner alle funksjonene til. Andre eksempler der system 1 hjelper oss er når vi skal løse enkle oppgaver som 1+1, oppfatte hvor lyder kommer fra ol. (Kahneman, 2012). System 2 er den tankemåten som krever både oppmerksomhet og mental aktivitet. Enkle eksempler på dette kan være lukeparkering, du kjenner kanskje bilens funksjoner, men å treffe luken uten å bulke krever oppmerksomhet. Et annet eksempel kan være å lete etter deg selv i et gruppebilde du ikke husker.

I møte med andre mennesker vil system 1 automatisk bedømme de inntrykk som dannes ut ifra et primalbehov. Er denne personen farlig for meg? Vurderingen stammer fra vår automatiske «fight or flight»-refleks. Selv om vi i nyere tid kanskje ikke trenger dette for å overleve i like stor grad, er hjernen vår programmert til å foreta vurderingen allikevel (Kahneman, 2012).

2.6 Førsteintrykk og intern konsistens

Den informasjonen som vi får først om en person, som gir en form for en karakteristikk av han eller henne, er førende for hvordan vi tolker den videre informasjonen vi får om samme person (Asch, 1946). Når vi har dannet oss et førsteinntrykk av en person, vil all ny informasjon om denne personen ha en forsterkningseffekt. Dersom vi har et godt førsteinntrykk, vil ny positiv informasjon om denne personen oppleves som en bekreftelse på vårt inntrykk, og føre til at vi liker personen ekstremt mye bedre. Det samme i motsatt fall, dersom vi har et dårlig inntrykk av en person, og du lærer noe negativt om personen, vil det føre til at vi liker personen ekstremt mye dårligere (Lai, 1999). Lai påpeker at en mulig forklaring på at vi ikke bare endrer litt av inntrykket, men ekstremt, er at vi legger veldig stor vekt på bekreftende informasjon. Når vi får bekreftet at vi hadde rett angående personen, blir vi enda mer overbevist om at dette er riktig, noe som kan øke sannsynlighet for at vi vil foreta ukritiske og ekstreme vurderinger (1999).

O'Keefe (2002) skriver at vi lett får tillit til personer vi liker, og har tro på at skal gjøre noe som er positivt for oss. Gjennomgang av omfattende faktoranalyser viser ofte at

faktorer som måler pålitelighet og «det å like noen» lader på samme faktor. Det er høy sannsynlighet for samvariasjon av disse faktorene. Når du liker en person, får dette betydning for hvor pålitelig du antar at denne personen er, men ikke for hvor kompetent du tror at denne personen er. Det er ikke like høy sannsynlighet for samvariasjon av faktorer som måler «det å like noen» og vurdering av ekspertise. Pålitelighet er en viktig dimensjon av troverdighet. Personer vi liker, tror vi at vil oss vel, uten at de nødvendigvis har greie på alt de uttaler seg om. Personer som blir likt, har større påvirkningskraft (O'Keefe, 2002). Vårt behov for intern konsistens gjør at når du først liker en person, vil du ønske å tro på denne personen og den vil få større gjennomslagskraft for forslag og synspunkter enn de som ikke blir likt (Lai, 2014).

Kahnemann (2012) beskriver at dersom vi i møte med andre opplever at system 2 er opptatt med andre ting, kan vi stå i fare for å tro nesten hva som helst om personen. System 2 er der for å vurdere den informasjonen vi har fått, tolke den og eventuelt tvile. Når system 2 ikke er tilgjengelig for å avgjøre om informasjonen vi mottar om personen er korrekt eller ikke, vil system 1 kunne ta forhastede beslutninger. Dette fordi system 1 leter etter bekræftende informasjon som kan bekrefte det automatiske inntrykket vi har dannet oss.

Har man først fått status som ekspert innenfor et bestemt tema, kan det ofte føre til at man blir ansett som ekspert på flere områder og kalles «the halo effect», eller glorieeffekten som er nevnt tidligere. Effekten fører til at vi kan tillegge en person flere egenskaper, som at dersom en person er varm, så vurderer vi automatisk også at han eller hun er populær, sosial og morsom. En person kan for eksempel få et automatisk opprykk som leder for en gruppe fordi man er faglig dyktig innenfor et spesifikt fagfelt. Dette på tross av at ledelse i seg selv er et eget fagfelt, og faglig dyktighet innen et felt ikke nødvendigvis gjør deg til et lederemne (Lai, 1999). Med andre ord kan glorieeffekten lede til antakelser som ikke stemmer med virkeligheten.

Kahneman (2012) beskriver også glorieeffekten som behovet for å bekrefte våre inntrykk. Det handler om tendensen til å like alt ved en person. Alt fra utseende til stemmeleie. Dersom vi har hilst på en person og oppfattet denne som vennlig, er sannsynligheten stor for at du tillegger vedkommende andre positive egenskaper til

tross for mangelen på faktisk kunnskap. Et av eksemplene som brukes er at du får vite at den hyggelige personen du nettopp møtte også er en av giverne til et veldedig formål. Vi får høre ord som snill, vennlig, flittig, gjerrig og kritisk. Sannsynligheten er stor for at glorie-effekten gjør at du automatisk tenker at personen antagelig er svært gavmild, dette til tross for at du ikke besitter konkret informasjon om hvor gavmild personen faktisk er. Førsteintrykket ditt gjør at du kanskje til og med overhører eller avfeier informasjon som peker i annen retning, fordi de første ordene du hørte, pekte mot ditt inntrykk av personen (Kahneman, 2012).

2.7 Referentmakt versus vurdering av varme og kompetanse

Ulike kombinasjoner av vurderinger av varme og kompetanse vil kunne utløse ulike typer emosjonelle responser. De ulike responsene kan være beundring, forakt, misunnelse og medlidenhet (Cuddy et al., 2011). Beundring kan være et resultat av at vi vurderer en person som både varm og kompetent.

Vi vet at referentmakt er en av de maktbasene som knytter seg sterkest til det å bli likt (Lai, 2014). Vi vet at det å like noen ekstra godt fører til skylapper for informasjon som kan hinte i motsatt retning (Kahneman, 2012). Vi vet at det å like noen ikke nødvendigvis gjør at vi anser dem som mer kompetente (O'Keefe, 2002), men dersom vi anser en person eller grupper som både kompetent og varm, kan dette utløse følelser som beundring (Cuddy et al., 2008; Fiske et al., 2007). Beundring er en sentral faktor i referentmakt (French & Raven, 1959).

2.8 Kjønn sett opp mot referentmakt og vurdering av varme og kompetanse

I en systematisk forskningsgjennomgang utført for over 20 år siden av Carli (1999), skriver hun at menn alt i alt har større tilgang på sosial makt enn kvinner, at menn oftere har fordelene som gir makt og at de ulike sosiale rollene som menn og kvinner tradisjonelt har tatt bidrar til dette. Menn har mer tilgang til ekspertmakt og legitim makt. Når det kommer til referentmakt viser Carli det motsatte, at dette er en maktbase som det kan se ut til at kvinner har bedre tilgang til enn menn. Referentmakt er basert på relasjon og er basert på hvor mye andre liker deg og vil bli assosiert med deg, og de som tillegges referentmakt har ofte egenskaper som gjerne assosieres med kvinner. Hun viser igjen til både Eagly & Mlacinic og Fiske & Rusher, som har sett på stereotypisering av kjønn, og skriver at mennesker rapporterer om å ha mer positive følelser overfor

kvinner enn menn og at de liker kvinner mer enn menn. Dette konkluderer hun med at gir kvinner større grad av referentmakt (Carli, 1999, s. 87).

Carli har i sin forskningsgjennomgang funnet at menn ikke opplever like store fordeler av å bruke referentmakt sammenliknet med bruk av ekspertmakt og legitim makt. Kvinner får gode evalueringer når de viser oppførsel som formidler referentmakt, som for eksempel når de uttrykker varme, omgjengelighet eller leder i demokratiske former (Carli, 1999).

En metaanalyse av offentlige meningsmålinger i USA om kjønns-stereotypier viser at det er en utvikling av hvordan man vurderer kvinner og menn i spørsmål som omhandler «communion» (relasjoner med noen som deler følelser og tanker, for eksempel om de er emosjonelle og hengivne), og kompetanse (for eksempel om de er intelligente, innovative, organiserte, kreative) (Eagly et al., 2020). De mener at tidligere forskning på kjønns-stereotypier bør oppdateres, at kvinner i sosiale roller vurderes i økende grad både mer varme og mer kompetente og intelligente, men i mindre grad ambisiøse i tidsperiodene som nærmer seg vår tid.

I kontekst av et mannsdominert yrke, kan det se ut til at menn i høyere posisjoner stereotyperer kvinner i lavere posisjoner. Kvinner tildeles for eksempel færre viktige oppgaver (Vescio et al., 2003, 2005). En mulig forklaring på dette kan være at de blir tillagt mindre kompetanse.

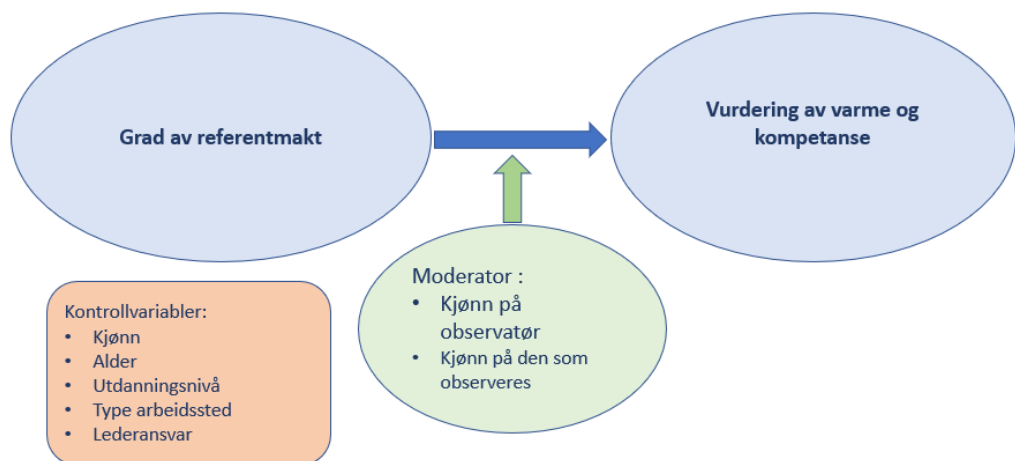
Bye et al. (2014) fant i sin studie om stereotypisering av ulike sosiale grupper i Norge at gruppen kvinner ble skåret høyt på varme og moderat til høyt på kompetanse. Kvinner ble vurdert som varmere enn gruppen menn. Selv om det var en signifikant forskjell mellom gruppene for vurdering av varme, skåret kvinner og menn like høyt på kompetanse. De sammenlikner dette funnet med liknende studier fra andre vestlige land, der gruppen kvinner blir stereotypiseres med lavere på kompetanse enn gruppen menn.

3. Hypoteser

Basert på det teoretiske grunnlaget ovenfor har vi formulert følgende hypoteser som vi ville teste:

1. Det er en positiv sammenheng mellom grad av referentmakt og vurderinger av varme og kompetanse
2. Sammenhengen mellom grad av referentmakt og vurdering av varme og kompetanse, modereres av kjønn på den som blir vurdert
3. Sammenhengen mellom grad av referentmakt og vurdering av varme og kompetanse, modereres av kjønn på den som vurderer

Konseptuell forskningsmodell:



Figur 1

4. Metode

4.1 Fremgangsmåte og innsamling av data

Vi gjennomførte et vignettbasert eksperiment på nett for å teste hypotesene.

Deltakerne var anonyme og ble rekruttert gjennom Facebook og LinkedIn. Vi gjennomførte eksperimentet ved hjelp av et spørreskjema i Nettskjema med BIs studentlisens. Det ble ikke samlet inn opplysninger som kunne identifisere deltakerne. Invitasjonsteksten til eksperimentet som ble gitt til deltakerne, røpet ikke formålet, eller at dette var et eksperiment, men ble kalt undersøkelse. Deltakere fikk ulike varianter av samme spørreskjema (Vedlegg 1). Data ble samlet inn i en periode på ca. to uker. Eksperimentet hadde overskriften «Undersøkelse om kollegarelasjoner».

I eksperimentet ble deltakerne delt inn i tre randomiserte grupper. De ulike gruppene fikk tre ulike tekstversjoner med utgangspunkt i beskrivelser av en person de skulle samarbeide med i en jobbsituasjon. Etter å ha lest beskrivelsen, ble deltakerne bedt om å se for seg situasjonen og personen, og deretter svare på spørsmål for å vurdere vedkommende opp mot validerte mål for varme og kompetanse. Alle deltakerne fikk spørsmål om ulike kontroll-/ bakgrunnsvariabler. Det ble ikke oppgitt kjønn på personen som ble beskrevet, men vi spurte om hvilket kjønn de hadde sett for seg at personen hadde da de leste beskrivelsen. Alt eksperimentmateriell er vedlagt denne rapporten (Vedlegg 2).

Eksperimentgruppe én:

Gruppe én fikk en kort beskrivelse av en jobbsituasjon der de skulle i gang med et nytt og krevende prosjekt. Det var valgt å sette inn en ekstra person for å bidra inn i arbeidet. Dette var en nyansatt kollega, som deltaker hadde samarbeidet med i en tidligere jobb. Deretter beskrev vi denne nye kollegaen med ord som samsvarer med validerte spørrebatterier for måling av referentmakt (se kapittel 4.2). Teksten beskrev denne personen som en som deltaker beundret, opplevde troverdig og likte å få anerkjennelse fra.

Eksperimentgruppe to:

Gruppe to fikk den samme korte beskrivelsen av personen og situasjon som gruppe én, men for denne gruppen hadde vi lagt til en tekst for å styrke beskrivelsen av referentmakt ytterligere. Teksten bestod av et avsnitt der deltakeren ble glad for å se at personen/den nye kollegaen delte innlegg i sosiale medier som samsvarte med deltakerens egen politiske oppfatning om saker som opplevdes som viktige. I tillegg skrev vi at deltakeren så for seg å kunne bli venn utenfor jobb med den nye kollegaen.

Eksperimentgruppe tre:

Gruppe tre fikk den samme korte beskrivelsen av personen og situasjon som gruppe én og to, men for denne gruppen hadde vi lagt inn et avsnitt for å svekke beskrivelsen av referentmakt. Teksten bestod av et avsnitt der deltakeren ble skuffet og overrasket over at den nye kollegaen delte innlegg som viste en helt annen politisk oppfatning enn ens egen. I tillegg skrev vi at deltakeren tenkte at de neppe kunne være venner utenfor jobb.

Vi avsluttet eksperimentet da vi nådde et deltakerantall på 200 personer i hver eksperimentgruppe. Dataanalysen ble gjennomført med hjelp av SPSS og blir presentert nærmere i kapittel 5.

4.2 Måleinstrumenter og utforming av eksperiment

I arbeidet med å bygge teksten til de tre ulike gruppene i eksperimentet brukte vi teori om referentmakt og beskrivelser fra påstandene i validerte måleinstrumenter for referentmakt. Vi var opptatt av å avgrense mot ekspertmakt i denne teksten og forsøkte å tone ned beskrivelser av spesifikk kunnskap.

Hinkin og Schriesheim (1989) har utviklet og validert måleinstrumenter for de ulike maktbasene fra French og Raven. Disse måleinstrumentene inneholdt påstander som kunne brukes i å måle de ulike maktbasene med hjelp av Likertskala. Påstandene for referentmakt var: "My supervisor can....(Referent Power) 3. make me feel valued, 6. make me feel like he/she approves of me, 8. make me feel personally accepted and 12. makes me feel important" (Hinkin & Schriesheim, 1989, s. 567).

Kudish et al. (1995) gjorde noen modifiseringer av Hinkin og Schriesheim sine måleinstrumenter i en studie noen år senere som ble validert i en studie av ekspertmakt,

referentmakt og karisma. Nye elementer fra Kudish et al. var «I comply with my supervisor's request because he/she..... is a likable and trustworthy person and I want to be liked and respected by him og her” (Kudisch et al., 1995, s. 195).

Raven et al. (1998) presenterte også måleinstrumenter for de opprinnelige maktbasene, da de ikke opplevde at andre hadde fullt ut tilfredsstilt definisjonene av maktbasene slik de var presentert originalt. De hadde følgende påstander i sine måleinstrumenter for referentmakt: «5. I respected my supervisor and thought highly of him/her and did not wish to disagree, 15. I saw my supervisor as someone I could identify with and 35. I looked up to my supervisor and generally modeled my work accordingly” (Raven et al., 1998, s. 330).

Vi forsøkte å gjenspeile innholdet i påstandene fra måleinstrumentene i alle de ovennevnte kildene inn i vår beskrivelse av kollegaen som var utgangspunktet for vårt eksperiment (se vedlegg 2 for fullstendige beskrivelser).

I teksten til eksperimentgruppe to og tre la vi til et ekstra avsnitt for å manipulere gruppen i to ulike retninger. Vi beskrev da personens aktivitet på sosiale medier i positiv retning for å styrke, og i negativ retning for å svekke referentmakten. Dette var med bakgrunn i egne refleksjoner om hvordan vi selv hadde opplevd at vi endret eller fikk forsterket inntrykk av folk under pandemien i 2020-2022. Det var mange som ytret motstand eller støtte til vaksinasjon og kontrolltiltak i sosiale medier. Siden de fleste sosiale og politiske saker er basert på subjektive holdninger og følelser, forsøkte vi å skrive denne teksten på en slik måte at den var uavhengig av deltakernes subjektive synspunkter. Manipulasjonen besto av to elementer. Det første elementet var en beskrivelse av en observasjon av delinger på sosiale medier. Det andre elementet var en setning om at «du tenker at dere kunne vært venner også utenfor jobb» for gruppen der vi ville styrke referentmakt og «du tenker at dere neppe kunne vært venner utenfor jobb» for gruppen der vi ville svekke referentmakt.

Varme ble målt med fire påstander (Personen som jeg ser for meg, er: vennlig, varm og omtenksum, imøtekommende og snill, til å stole på) fra validerte måleinstrumenter brukt i studier om sosial persepsjon og stereotypisering og var oversatt til norsk av Linda Lai (Cuddy et al., 2008; Lai, 2023).

Kompetanse ble målt med fire påstander (Personen som jeg ser for meg, er: kunnskapsrik, dyktig, flink, selvsikker) fra validerte måleinstrumenter brukt i studier om sosial persepsjon og stereotypisering og var oversatt til norsk av Linda Lai (Cuddy et al., 2008; Lai, 2023).

For å måle grad av varme og kompetanse brukte vi Likert skala med 7 svaralternativer. Svaralternativene var «svært uenig», «ganske uenig», «litt uenig», «verken enig eller uenig», «litt enig», «ganske enig» og «svært enig».

4.3 Dataanalyse

Analysen ble gjennomført i følgende trinn:

- Gjennomgang for å få en oversikt over utvalget
- Faktoranalyse av faktorene i vurdering av varme og kompetanse
- Reliabilitetsanalyse av variablene, vurdering av varme og kompetanse
- Korrelasjonsanalyse for å se sammenhenger mellom de ulike variablene
- Enveis ANOVA – testing av hypotese 1
- Toveis ANOVA – testing av hypotese 2 og 3
- Toveis ANOVA - testing av kontrollvariabler

5. Resultater og funn

623 deltakere fullførte eksperimentet. Det var over 200 deltakere i hver eksperimentgruppe, 211 i gruppe én (nøytral referentmakt), 204 i gruppe to (styrket referentmakt) og 208 i gruppe tre (svekket referentmakt). Utvalget besto av 80 % kvinner og 20 % menn. 46% av respondentene var mellom 50 og 59 år, 30 % var mellom 40 og 49 år. 11% var fra 39 år og yngre og 13% var fra 60 år og eldre. Som høyeste fullførte utdanning hadde 19% grunn- eller videregående skole, 46% Bachelor-/cand.mag.-grad og 35% Mastergrad/hovedfag eller høyere. 40% jobbet i privat virksomhet, mens 58% jobbet i offentlig virksomhet eller i ideell/politisk organisasjon. Det var 68% som ikke hadde en formell lederstilling og 29% som hadde en formell lederstilling.

I arbeidet med analysen ble noen av aldersgruppene og utdanningsgruppene slått sammen for å få flere i hver gruppe.

Testleddene i måleinstrumentene for variablene varme og kompetanse ble vurdert gjennom en Oblimin faktoranalyse. I måleinstrumentet for kompetanse måtte testleddet «personen som jeg ser for meg er selvsikker» tas ut, siden faktoren ladet for lavt ($\alpha=0,165$). De andre testleddene hadde gode verdier og ble tatt med videre i analysen.

Tabell 1 Faktormatrise:

Testledd:	Mønster koeffisienter	
	Varme:	Kompetanse:
Kunnskapsrik		0,909
Dyktig		0,896
Flink		0,809
Selvsikker		0,165
Vennlig	0,801	
Varm og omtenksum	0,949	
Imøtekommende	0,960	
Til å stole på	0,651	

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization. Rotation converged in 6 iterations.

Reliabilitetskontroll ble gjennomført ved en analyse av Cronbach's Alpha. Begge variablene hadde høy intern konsistens. Variabelen for varme hadde en verdi på $\alpha=0,885$ og kompetanse hadde en verdi på $\alpha=0,853$. Ingen av variablene ville fått en

høyere intern konsistens ved å ta bort ytterligere testledd. Gjennomsnitt for både varme og kompetanse lå relativt høyt, og standardavviket var noe større for vurdering av varme enn for vurdering av kompetanse (se tabell 2).

Vi gjennomførte en korrelasjonsanalyse for å se om det var noen korrelasjoner mellom variablene. Det var signifikant positiv sammenheng mellom grad av referentmakt og varme, men ikke mellom grad av referentmakt og vurdering av kompetanse. Det var signifikant positiv sammenheng mellom kjønn på deltaker og både vurdering av varme og kompetanse. Det var en signifikant positiv sammenheng mellom kjønn på personen som deltaker hadde sett for seg og vurdering av varme. Det var en svak signifikant negativ sammenheng mellom kontrollvariabelen om man hadde personalansvar og vurdering av varme.

Deskriptiv statistikk, reliabilitet og korrelasjon er presentert i tabell 2.

Tabell 2

Deskriptiv statistikk, reliabilitet og korrelasjoner

Variabler	N	Gjennitt	Standard avvik	Cronbachs alfa	1	2	3	4	5	6	7	8
1. Grad av referentmakt	623				--							
2. Varme	623	5,7841	1,02537	0,885	0,156***							
3. Kompetanse	623	6,1755	0,85990	0,853	-0,028	0,583***						
4. Kjønn deltaker	623				0,036	0,148***	0,107**					
5. Alder deltaker	623				0,025	-0,051	-0,075	-0,020		--		
6. Høyeste fullførte utdanning	507				-0,062	0,038	0,010	-0,027	-0,150***		--	
7. Har ikke/har personalansvar	607				0,031	-0,083*	-0,037	-0,113***	0,070	0,049		--
8. Kjønn på personen deltaker så for seg	418				0,089	0,125*	0,086	0,274***	-0,073	0,002	0,002	--

N=623 * Korrelasjon målt i Pearsons r. Korrelasjon er signifikant ved 0,05 level (2-tailed). ** Korrelasjon er signifikant ved 0,01 level (2-tailed).

Grad av referentmakt: 1=referentmakt svekket, 2=referentmakt og 3=referentmakt styrket

Likert skala: 1=svært uenig, 2=gangse uenig, 3=litt uenig, 4=verken enig eller uenig, 5=litt enig, 6=gangse enig og 7=svært enig (Brukt i variabel 2 og 3)

Kjønn: 1=mann, 2=kvinne

Alder deltaker: 1=Under 20 år, 2=20-29 år, 3=30-39 år, 4=40-49 år, 5=50-59 år, 6=60-69 år og 7=70 år eller eldre

Høyeste fullførte utdanning: 1=Grunnskole, 2=Videregående skole, 3=Bachelor/cand.mag.-grad og 4=Mastergrad/hovedfag eller høyere

Har/ Har ikke personalansvar: 2=Nei, 3=Ja

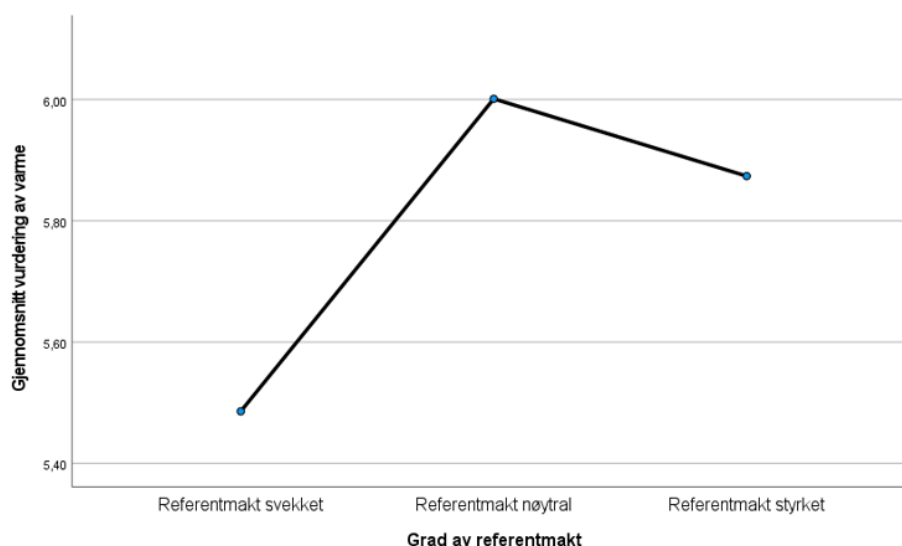
Kjønn på personen deltaker så for seg: 1=mann, 2=kvinne

Videre gjorde vi analyser for å vurdere om det var direkte sammenheng mellom grad av referentmakt og vurdering av varme og kompetanse. For å sjekke variasjon mellom gruppene i eksperimentet og innad i gruppene i eksperimentet, gjennomførte vi enveis ANOVA-variansanalyse både for vurdering av varme og vurdering av kompetanse.

Vi fant ikke direkte sammenheng mellom grad av referentmakt og vurderingen av kompetanse. Det var ingen signifikante forskjeller mellom gruppene med hensyn til vurdering av kompetanse. Variansen mellom gruppene på kompetanse var ikke statistisk signifikant på 0,05-nivå.

Variansen mellom gruppene på varme var statistisk signifikant ($p=0,000$, $F= 14,94$). Effektstørrelsen for variansen av varme mellom grupper var på 0,046 (Eta-squared). For å se hvilke av de tre gruppene som er signifikant forskjellige når det gjelder vurdering av varme, gjennomførte vi en Post Hoc Test. Forskjellen mellom svekket referentmakt (gruppe tre) var signifikant forskjellig fra nøytral referentmakt (gruppe én) ($p=0,000$) og styrket referentmakt (gruppe to) ($p=0,000$), men det var ikke signifikant forskjell mellom nøytral og styrket referentmakt. Gjennomsnittet av vurderinger av varme i gruppene vises i diagrammet i figur 2.

Figur 2 Plot diagram for gjennomsnitt av vurdering av varme



Hypotese 2 og 3 ble testet ved hjelp av toveis ANOVA moderatoranalyse. Det var ingen signifikante resultater som viste at kjønnet på personen som deltaker hadde forestilt seg når de svarte på eksperimentet hadde noe påvirkning på vurdering av varme eller kompetanse. Toveis ANOVA moderasjonsanalyse viste heller ikke signifikante resultater for at kjønn på deltaker hadde påvirkning på vurdering av varme eller kompetanse.

Vi kontrollerte også de andre bakgrunnsvariablene ved hjelp av toveis ANOVA. Det var ingen signifikante resultater fra disse analysene.

6. Drøfting

Vi har signifikante resultater i konteksten til dette eksperimentet, som viser forskjellig vurdering av varme for de ulike eksperimentgruppene. Vi har fått resultater som indikerer støtte for at vi vurderer personer med nøytral eller styrket referentmakt som varmere enn de som har svekket referentmakt. Med bakgrunn i teorien og forskningen som presenteres i denne oppgaven, er dette et forventet resultat. Vi vurderer at vi i dette eksperimentet har fått delvis støtte til hypotese 1 om at det er en positiv sammenheng mellom grad av referentmakt og vurderinger av varme.

Det er flere detaljer i resultatene som var noe uventet. Det ene var at på tross av manipulasjonen for å svekke referentmakt, vurderte deltakerne personen de skulle se for seg i eksperimentet som relativt høy på grad av varme. Gjennomsnittet for gruppen lå på 5,486 som vist i figur 2. De høye verdiene på varme på tross av svekket referentmakt, kan ha flere forklaringer. En av disse kan være at vi i eksperimentet har klart å skape et førsteinntrykk av personen som varm og at manipulasjonen ikke er sterk nok til å skape nok dissonans i deltakers bilde av denne personen. Ifølge teorien om førsteinntrykk, så skal det mye til for å endre et positivt førsteinntrykk.

Vi hadde en forventning om at styrket referentmakt skulle bidra til at deltakere i gruppe to (styrket referentmakt) ville vurdere personen enda varmere enn det deltakere i gruppe én (nøytral referentmakt) gjorde. Det gjorde de ikke. De to gruppene har ganske like vurderinger og gjennomsnittet for gruppe to er til og med lavere enn for gruppe én for vurdering av personens varme. På grunn av teorien om førsteinntrykk og forskning som viser at man vurderer folk man liker ekstra godt som mer troverdig, hadde vi forventet at vurderingen av varme for gruppe to skulle ligge høyere i grad enn for gruppe én. Vi har en mistanke om at vi ikke har klart å styrke referentmakten med vår manipulasjon av gruppe to, siden vi har fått et annet resultat enn forventet.

Vi har ikke signifikante resultater i konteksten til dette eksperimentet, på forskjellige vurderinger av kompetanse for de ulike eksperimentgruppene. Vi hadde en forventning om at vi kunne ha fått liknende resultater for kompetanse som for varme. I studier av hvordan inntrykk av en annen person formes mellom individer, følger ofte disse variablene hverandre (Abele et al., 2021). Dette er i motsetning til resultater fra studier

på grupper, der de to variablene ofte vurderes motsatt, for eksempel lav på varme og høy på kompetanse (Cuddy et al., 2008; Fiske et al., 2007). Når vi ikke får signifikante resultater for denne sammenhengen i hypotese 1, så kan dette ha flere ulike forklaringer. Vi ser at deltakerne i dette eksperimentet i gjennomsnitt vurderer kompetanse høyt for personen de har sett for seg (Gjennomsnitt=6,1755). Kompetanse graderes høyt i gjennomsnitt for alle gruppene. Det kan se ut til at manipulasjonen vi har gjort, ikke har bidratt til å påvirke vurderingen av kompetanse for deltakerne i eksperimentgruppe 2 og 3, siden det ikke blir noe signifikant varians mellom gruppene. Det er heller ikke noen sammenheng mellom grad av referentmakt og vurdering av kompetanse i korrelasjonsanalysen. Beskrivelsen i eksperimentet har trolig vært bygget på en slik måte at alle deltakerne, uavhengig av eksperimentgruppe, vurderte at dette var en kompetent person i denne konteksten. Det betyr ikke at denne vurderingen av høy kompetanse vil kunne generaliseres til å gjelde for andre med referentmakt, da vi vet at å tillegge noen makt er basert på en subjektiv oppfatning. Innholdet i manipulasjonen i eksperimentet kan nok uansett ha gitt størst utslag for å skape variasjon i vurderingen av varme. Vi tenker at deltakerne kan ha prioritert vurderingen av varme når de har vurdert personen i beskrivelsen. Dette kan gjenspeile forskningen som sier at vi prioriterer denne vurderingen når vi vurderer inntrykk av en annen person, for å finne ut om dette en person som vil meg vel. (Abele et al., 2021; Cialdini, 2011; Cuddy et al., 2008; Dupree & Fiske, 2017; Fiske et al., 2007; Kahneman, 2012; Wojciszke, 2005; Wojciszke et al., 1998).

På grunn av manglende signifikante funn på direkte sammenheng mellom grad av referentmakt og kompetanse, drøfter vi ikke kjønn som moderator for denne sammenhengen videre. Vi ønsket å finne ut om begge kjønn vurderte faktorene i kompetanse på lik eller ulik måte, og om det var ulik vurdering av kompetanse som ble påvirket av hvilket kjønn deltaker hadde sett for seg når de leste beskrivelsen. Som nevnt tidligere kan vi se en utvikling i stereotypiseringen av kvinner. Eagly et al. (2020) skriver at kvinner har i årenes løp tatt mer plass i arbeidslivet. Selv om man fremdeles ser en overvekt av kvinner i relasjonellere yrker, har det vært en utvikling mot flere kvinner i alle yrker. Vi hadde forventet en større likeverdighet i vurdering av kompetanse sammenliknet med tidligere forskning på kjønnsstereotyper i vårt eksperiment.

Vi hadde ingen signifikante funn på hvorvidt kjønn på personen som deltakerne så for seg modererte den positive sammenhengen mellom grad av referentmakt på vurdering av varme. Nyere forskning på kjønnsstereotypisering fra USA, tyder på at forskjellene mellom menn og kvinner ikke lenger er like fremtredende som tidligere (Eagly et al., 2020). Dette kan være en av forklaringene på manglende funn i vårt eksperiment. Eagly et al. sin studie er gjennomført i USA. I følge «Gender inequality index (GII)» fra United Nations Development Reports fra 2021, som fremstiller indikatorer for skjevfordeling mellom kjønn, er likestilling mellom kjønn kommet enda lengre i Norge enn i USA. På en skala fra 0-1 der 0 er best (fullstendig likhet) og 1 står for fullstendig ulikhet, skårer USA 0,179 og Norge 0,016 i 2021 (United Nations Development Programme, 2023). Bye et al. (2014) finner at kvinner og menn som sosiale grupper i Norge vurderes som like kompetente, mens kvinner som sosial gruppe vurderes noe varmere enn menn som sosial gruppe. I videre eksperimenter som gjennomføres i norsk kontekst er det spennende å følge opp og følge med på utviklingen som likestillingen fører med seg. Siden vårt eksperiment er gjort i en norsk kontekst, vil det kunne være sannsynlig at kjønn på den som deltaker så for seg ikke skal påvirke sammenhengen mellom referentmakt og varme i veldig stor grad.

I korrelasjonsanalysen var det signifikant svak sammenheng mellom kjønn personen deltaker så for seg og vurdering av varme ($r=0,125^*$). Dette kan understøttes av teoretiseringen om at vi vurderer trekkene varme og kompetanse ulikt for kvinner og menn (Abele, 2003). Dette kan ha sammenheng med evolusjonsteori og sosiale teorier, der kvinner tradisjonelt assosieres mer med varme og mennene mer med kompetanse. Det var ikke signifikant sammenheng i korrelasjonsanalysen mellom kjønn på personen deltaker så for seg og kompetanse. Dette kan knyttes til samme forklaringer som vi har trukket frem i avsnittene over.

Vi hadde ingen signifikante funn på hvorvidt kjønn på deltakeren modererte sammenhengen mellom grad av referentmakt på vurdering av varme. I korrelasjonsanalysen var det signifikant svak sammenheng mellom kjønn på deltaker og både vurdering av varme ($r=0,148^{**}$) og kompetanse ($r=0,107^{**}$). Dette kan vise en tendens for at kvinner er mer rausere i vurdering av både varme og kompetanse i vår kontekst. Cuddy et al. (2008) viser i sin studie at kvinner blir vurdert som varmere enn menn. Når vi vet at varme innebærer egenskaper som tolerant, vennlig og troverdig er

det relevant å trekke en slutning om at kvinner er rausere enn menn. Dette er noe som gjenspeiler seg i andre studier som blant annet viser at kvinner også er mer økonomisk rausere enn menn (Andreoni & Vesterlund, 2001). Allikevel så finner vi ingen signifikant betydning for at kjønn hos deltaker moderere den direkte effekten mellom grad av referentmakt og varme i vårt eksperiment. I denne sammenhengen vurderer vi at det er relevant å trekke inn den skjeve fordelingen mellom kvinner og menn i vårt utvalg der 80% var kvinner. Dette betyr at vi kun hadde 122 menn i vår undersøkelse, sammenliknet med at vi hadde 500 kvinner. Flere studier, deriblant Busby og Yoshida (2015), viser at det er flere kvinner enn menn som svarer på spørreundersøkelser (Busby & Yoshida, 2015; Dykema et al., 2013; Keusch, 2015; Laguilles et al., 2011; Marcus & Schütz, 2005; Patrick et al., 2013; Porter & Whitcomb, 2005). Det er derfor ikke overraskende at vi har en overvekt av kvinner i vårt eksperiment, men vi tenker at det er relevant å stille spørsmål ved hvorvidt resultatet hadde vært noe annerledes når flere forskningsresultater viser at kvinner er noe rausere enn menn (Andreoni & Vesterlund, 2001; Cuddy et al., 2008). Det kan være at et høyere antall menn ville bidratt til å få mer signifikante resultater og et tydeligere mønster i vurderingene.

I eksperimentet vårt hadde vi et mål om å ha tre beskrivelser av en fiktiv person i en jobbkontekst som hadde ulik grad av referentmakt. For at vi skulle klare å teste ut hypotesene våre på en valid måte, måtte disse beskrivelsene være gode nok. Om beskrivelsene hadde vært gode nok, ville deltakerne gi personen i beskrivelsen referentmakt i mindre til større grad. Med en vellykket manipulasjon ville grad av referentmakt vært lavest for eksperimentgruppe tre (referentmakt svekket), høyest for eksperimentgruppe to (referentmakt styrket) og graden av referentmakt for gruppe én (referentmakt nøytral) ville ligget et sted mellom disse. Med utgangspunkt i våre funn, resultater og manglende signifikante funn på hypoteser, mener vi at vi ikke har lyktes i dette. Vi tror vi har klart å skape en gradering mellom svekket referentmakt og de to andre kategoriene, men at vi har mislyktes i å styrke referentmakten for eksperimentgruppe to.

Vi hadde tro på at vi ved å først beskrive hvordan og hvorfor deltaker liker en person, og deretter gi mer positiv informasjon om personen, ville klare å forsterke det positive førsteinntrykket som vi hadde skapt i den innledende beskrivelsen. Vi hadde forventet en større effekt av denne manipulasjonen, slik at deltaker ville like personen enda

bedre, og kanskje i en mer ekstrem variant. Vi har ulike vurderinger om hvorfor vi kan ha mislyktes i å oppnå å styrke referentmakten ytterligere for gruppe to.

I avsnittet der vi skulle manipulere deltakerne til å få en styrket eller svekket referentmakt brukte vi flere elementer som ikke helt hørte til i samme kontekst som den første delen av beskrivelsen. De nye opplysningene vi trakk inn handlet om noe deltaker oppdaget i sosiale medier og tema var politikk. Vi har vurdert at flere aspekter ved dette kan ha bidratt til at manipulasjonen ikke har fungert etter intensjonen.

Ved å gi deltakeren bekreftende informasjon om et allerede dannet inntrykk, vil det kunne føre til at man liker noen ekstremt godt (Lai, 1999), det påvirker hvor pålitelig du finner personen (O'Keefe, 2016), og det tilfredstiller vårt behov for å bekrefte egne inntrykk av personen (Kahneman, 2012). Samtidig sier O'Keefe (2016) at pålitelighet er kontekstavhengig. Kan det hende at en bekreftende informasjon som var jobbrelatert og knyttet nærmere opp til tema som er relevant i arbeidssammenheng, ville ha virket bedre for å manipulere referentmakten til å bli styrket? Sosiale medier er en kontekst som er mer privat og trenger ikke å være relevant for vurderinger av en person som kollega.

Vi trakk inn personlige og politiske meninger i beskrivelsen, noe som ikke nødvendigvis er relevant. Vi har funnet forskning som antyder at man liker folk som er lik en selv og vi trekkes mot de som har lik demografi, gjør de samme tingene og har de samme holdningene som oss selv (Tsui et al., 1992; Tsui & O'Reilly, 1989). Vi har også funnet forskning som sier at ulikheter kan føre til at man liker en person mindre og i verste fall føler en form for avsky (Rosenbaum, 1986; Tsui & O'Reilly, 1989). I en artikkel om påvirkning i sosiale medier skriver Roth et al. (2016) at eksempler på ulikheter som kan påvirke negativt, er ulike holdninger til samfunnsmessige utfordringer og politiske saker.

Resultatene våre har ført til at vi har sett noe nærmere på påvirkning av kolleger gjennom sosiale medier. Før sosiale medier gjorde sitt inntog var det enklere å differensiere mellom den private og ekte relasjonen man ønsket å dele med venner, og den offentlige og mer profesjonelle siden til kollegaer eller andre. Sosiale medier har ført til at flere får innsyn i hverandres private sfære og skillet mellom jobb og fritid er

blitt visket mer ut. Nyere forskning har sett på hvordan det vil være mulig å møte behovet for å opprette disse skillene på nytt gjennom å begrense sitt eget innhold på slike sosiale medier (Batenburg & Bartels, 2017; Ollier-Malaterre et al., 2013).

Olliere-Malaterre et al. (2013, s. 654), skriver at respekt og «liking» på sosiale medier kan relateres til dimensjonene varme og kompetanse. Der respekt er en vesentlig komponent i oppfattelsen av kompetanse, og «liking» har tilsvarende komponent i oppfattelsen av varme.

Ollier-Makaterre et al. (2013) har forsøkt å bygge et rammeverk for å forstå hvilke drivere for ulik oppførsel på sosiale medier som påvirker en persons profesjonelle relasjoner. Elementer som påvirker respekt og «liking» er for eksempel type innhold som deles (privat eller profesjonelt), om motivasjonen bak privat innhold er selvforbedrende (selvskryt) eller selvverifiserende (viser frem positive og ærlige egenskaper), og om hvilket innhold de deler med ulike forbindelser (profiler og grupper som er åpne eller lukkede). Sammenstillingen av forskning på området viser at håndtering av sosiale nettverk og hvordan dette påvirker dine profesjonelle relasjoner er komplekst, utfordrende og kan få betydning. Håndteringen av sosiale medier kan både hjelpe og ødelegge for profesjonelle relasjoner. Ett av eksemplene på oppførsel som var relatert til delingen av innhold og som kunne påvirke relasjoner, var å legge ut ikke-kontroversielle temaer (avstå fra å diskutere bl.a. politikk). Det å oppnå både respekt og «liking» er vanskelig, og vi tenker derfor det er relevant å stille spørsmål til om kontroversielle temaer som politikk på sosiale medier kan resultere i et fall i «liking» eller respekt, med andre ord varme eller kompetanse. Dette samsvarer med våre funn om fall i varme i vurderingen av den nye kollegaen i eksperimentet for eksperimentgruppe tre (gruppen med svekket referentmakt). Det kan se ut som om deling av politisk innhold som ikke falt i smak for deltaker, har påvirket vurdering av varme negativt for gruppen med svekket referentmakt. For gruppen med styrket referentmakt, delte personene som ble beskrevet politisk innhold som samstemte med deltakers egne oppfatninger. Det kan se ut som om deling av politisk innhold, som falt i smak hos deltaker, ikke påvirket positivt. Når vi ser på gjennomsnittlig vurdering av varme for denne gruppen sammenliknet med gruppen med nøytral referentmakt, kan det virke som om det å dele politisk innhold i sosiale medier har påvirket negativt, selv om disse innleggene handler om ting som samstemmer med deltakers oppfatninger. Det er ikke signifikante forskjeller mellom

nøytral og styrket referentmakt i vårt eksperiment, så dette er noe som eventuelt må testes ut nærmere i nye eksperimenter.

Vi har vurdert hvordan vi kunne ha klart å styrke referentmakten for eksperimentgruppe to på andre måter. Vi vet at referentmakt gir en mulighet for utøver til å gi andre en følelse av betydning og anerkjennelse. Referentmakt handler om at mottaker ønsker å være mer lik utøver, blir anerkjent av, og assosiert med han eller henne (Lai, 2014). I tillegg gir det en stor effekt at noen bekrefter det inntrykket vi allerede har av en person, og kan føre til at vi får ekstreme forsterkninger i allerede etablerte oppfatninger (Lai, 1999). Vi lurte på om referentmakten kunne ha blitt styrket ytterligere i manipulasjonen dersom personen vi har tillagt referentmakt hadde anerkjent deltakerens personlige tanker og holdninger. Dersom teksten i eksperimentet hadde vært endret til at den nye kollegaen klikket på «liker», videredelte og anerkjente deltakerens egne politiske innlegg, kunne det mulig ha ført til at deltakeren følte seg mer anerkjent, validert og følt en større sosial tilknytning. Det kunne kanskje ha bidratt til å styrke referentmakten for personen som vi beskrev i vår vignett for eksperimentgruppe to på en bedre måte.

7. Konklusjon

Vi har gjennom dette eksperimentet klart å finne signifikante forskjeller mellom vurdering av varme mellom noen av eksperimentgruppene. Det er allikevel så mange usikkerheter knyttet til innholdet i eksperimentet, at resultater må behandles med forbehold.

For å teste hypotesene nærmere, ville vi for videre eksperimenter foreslått å holde manipulasjonen til den samme kontekst som opprinnelig situasjonsbeskrivelse. Ved å både bruke konteksten sosiale medier og meninger om politikk som en del av manipulasjonen, kan vi ha fått inn faktorer som har komplisert forskningsmodellen. Vi tror dette kan ha påvirket våre resultater.

For å få testet hypotesen om en positiv sammenheng mellom grad av referentmakt og vurdering av kompetanse, ville det vært spennende om det var mulig å beskrive referentmakt på en måte som ikke var knyttet opp mot en persons tidligere prestasjoner og ferdigheter. Vi ville da vært nysgjerrig på om det kunne ført til signifikante forskjeller på vurdering av kompetanse.

Ved videre undersøkelser om samme tema, tenker vi at det hadde vært spennende å ha et utvalg med en mer jevn kjønnsfordeling. Det er spennende å se om likestillingen i Norge har kommet så langt at kjønn ikke er en moderator for hvordan vi vurderer andres varme.

8. Vedlegg

Vedlegg 1: Invitasjon som ble lagt ut og delt på Facebook og LinkedIn

Vedlegg 2: Eksperiment, Nettskjema

9. Referanser

- Abele, A. E. (2003). The dynamics of masculine-agentic and feminine-communal traits: Findings from a prospective study. *Journal of Personality and Social Psychology, 85*(4), 768–776. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.85.4.768>
- Abele, A. E., Ellemers, N., Fiske, S. T., Koch, A., & Yzerbyt, V. (2021). Navigating the social world: Toward an integrated framework for evaluating self, individuals, and groups. *Psychological Review, 128*(2), 290–314. <https://doi.org/10.1037/rev0000262>
- Abele, A. E., & Wojciszke, B. (2007). Agency and communion from the perspective of self versus others. *Journal of Personality and Social Psychology, 93*(5), 751–763. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.93.5.751>
- Abele, A. E., & Wojciszke, B. (2014). Communal and Agentic Content in Social Cognition. I *Advances in Experimental Social Psychology* (Bd. 50, s. 195–255). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-800284-1.00004-7>
- Anderson, C., John, O. P., Keltner, D., & Krings, A. M. (2001). Who attains social status? Effects of personality and physical attractiveness in social groups. *Journal of Personality and Social Psychology, 81*(1), 116–132. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.81.1.116>
- Anderson, C., & Kilduff, G. (2009). Why do dominant personalities attain influence in face-to-face groups? The competence-signaling effects of trait dominance. *Journal of Personality and Social Psychology, 96*(2), 491–503.
- Andreoni, J., & Vesterlund, L. (2001). Which is the Fair Sex? Gender Differences in Altruism. *The Quarterly Journal of Economics, 116*(1), 293–312.
- Asch, S. E. (1946). Forming impressions of personality. *The Journal of Abnormal and Social Psychology, 41*(3), 258–290. <https://doi.org/10.1037/h0055756>
- Batenburg, A., & Bartels, J. (2017). Keeping up online appearances: How self-disclosure on Facebook affects perceived respect and likability in the professional context. *Computers in Human Behavior, 74*, 265–276. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.04.033>
- Busby, D. M., & Yoshida, K. (2015). Challenges with Online Research for Couples and Families: Evaluating Nonrespondents and the Differential Impact of Incentives. *Journal of Child and Family Studies, 24*(2), 505–513. <https://doi.org/10.1007/s10826-013-9863-6>
- Bye, H. H., Herrebrøden, H., Hjetland, G. J., Røyset, G. Ø., & Westby, L. L. (2014). Stereotypes of Norwegian social groups. *Scandinavian Journal of Psychology, 55*(5), 469–476. <https://doi.org/10.1111/sjop.12141>

- Carli, L. L. (1999). Gender, Interpersonal Power, and Social Influence. *Journal of Social Issues*, 55(1), 81–99. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00106>
- Carney, D. R., Cuddy, A. J. C., & Yap, A. J. (2010). Power posing: Brief nonverbal displays affect neuroendocrine levels and risk tolerance. *Psychological Science*, 21(10), 1363–1368. <https://doi.org/10.1177/0956797610383437>
- Carney, D. R., Cuddy, A. J. C., & Yap, A. J. (2015). Review and summary of research on the embodied effects of expansive (vs. Contractive) nonverbal displays. *Psychological Science*, 26(5), 657–663. <https://doi.org/10.1177/0956797614566855>
- Cialdini, R. B. (2011). *Påvirkning teori og praksis* (J. L. Hansen, Overs.; 2. utg). Abstrakt.
- Cuddy, A. J. C., Fiske, S. T., & Glick, P. (2008). Warmth and Competence as Universal Dimensions of Social Perception: The Stereotype Content Model and the BIAS Map. I *Advances in Experimental Social Psychology* (s. 61–137). Elsevier Science & Technology. <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bilibrary/detail.action?docID=338860>
- Cuddy, A. J. C., Glick, P., & Beninger, A. (2011). The dynamics of warmth and competence judgments, and their outcomes in organizations. *Research in Organizational Behavior*, 31, 73–98. <https://doi.org/10.1016/j.riob.2011.10.004>
- Dahl, R. A. (1957). The concept of power. *Behavioral Science*, 2(3), 201–215. <https://doi.org/10.1002/bs.3830020303>
- Dupree, C. H., & Fiske, S. T. (2017). Universal Dimensions of Social Signals: Warmth and Competence. I J. K. Burgoon, N. Magnenat-Thalmann, M. Pantic, & A. Vinciarelli (Red.), *Social Signal Processing* (1. utg., s. 23–33). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781316676202.003>
- Dykema, J., Stevenson, J., Klein, L., Kim, Y., & Day, B. (2013). Effects of E-Mailed Versus Mailed Invitations and Incentives on Response Rates, Data Quality, and Costs in a Web Survey of University Faculty. *Social Science Computer Review*, 31(3), 359–370. <https://doi.org/10.1177/0894439312465254>
- Eagly, A. H., & Johannesen-Schmidt, M. C. (2003). Transformational, transactional, and laissez-faire leadership styles: A meta-analysis comparing women and men. *Psychological Bulletin*, 129(4), 569–591.
- Eagly, A. H., Nater, C., Miller, D. I., Kaufmann, M., & Sczesny, S. (2020). Gender stereotypes have changed: A cross-temporal meta-analysis of US public opinion polls from 1946 to 2018. *American Psychologist*, 75(3), 301–315. <https://doi.org/10.1037/amp0000494>
- Fiske, S. T., Cuddy, A. J. C., & Glick, P. (2007). Universal dimensions of social cognition: Warmth and competence. *Trends in Cognitive Sciences*, 11(2), 77–83. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2006.11.005>
- French, J. R. P., & Raven, B. (1959). The bases of social power. I D. Cartwright (Red.), *Studies in Social Power (Research Center for Group Dynamics Series, Publication No.6)* (s. 150–167). University of Michigan Press.
- Graham, K. A., Mawritz, M. B., Dust, S. B., Greenbaum, R. L., & Ziegert, J. C. (2019). Too many cooks in the kitchen: The effects of dominance incompatibility on relationship

- conflict and subsequent abusive supervision. *The Leadership Quarterly*, 30(3), 351–364. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2018.12.003>
- Hinkin, T. R., & Schriesheim, C. A. (1989). Development and Application of New Scales to Measure the French and Raven (1959) Bases of Social... *Journal of Applied Psychology*, 74(4), 561. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.74.4.561>
- Kahneman, D. (2012). *Thinking, fast and slow*. Penguin Books.
- Kalshoven, K., Den Hartog, D., & De Hoogh, A. (2011). Ethical Leader Behavior and Big Five Factors of Personality. *Journal of Business Ethics*, 100(2), 349–366. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0685-9>
- Keusch, F. (2015). Why do people participate in Web surveys? Applying survey participation theory to Internet survey data collection. *Management Review Quarterly*, 65(3), 183–216. <https://doi.org/10.1007/s11301-014-0111-y>
- Kudisch, J. D., Poteet, M. L., Dobbins, G. H., Rush, M. C., & Russell, J. E. A. (1995). Expert power, referent power, and charisma: Toward the resolution of a theoretical debate. *Journal of Business and Psychology*, 10(2), 177–195. <https://doi.org/10.1007/BF02249578>
- Laguilles, J. S., Williams, E. A., & Saunders, D. B. (2011). Can Lottery Incentives Boost Web Survey Response Rates? Findings from Four Experiments. *Research in Higher Education*, 52(5), 537–553. <https://doi.org/10.1007/s11162-010-9203-2>
- Lai, L. (1999). *Dømmekraft*. Tano Aschehoug.
- Lai, L. (2014). *Makt og påvirkningskraft hvordan få gjennomslag på jobb*. Cappelen Damm akademisk.
- Lai, L. (2023). The effects of social vs. Personal power on universal dimensions of social perception. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2022.1050287>
- Lammers, J., Stoker, J. I., & Stapel, D. A. (2009). Differentiating Social and Personal Power: Opposite Effects on Stereotyping, but Parallel Effects on Behavioral Approach Tendencies. *Psychological Science*, 20(12), 1543–1548. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2009.02479.x>
- Marcus, B., & Schütz, A. (2005). Who Are the People Reluctant to Participate in Research? Personality Correlates of Four Different Types of Nonresponse as Inferred from Self- and Observer Ratings. *Journal of Personality*, 73(4), 959–984. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.2005.00335.x>
- Nauts, S., Langer, O., Huijismans, I., Vonk, R., & Wigboldus, D. H. J. (2014). Forming impressions of personality: A replication and review of Asch's (194...: EBSCOhost. *Social Psychology*, 45, 153–163.
- O'Keefe, D. J. (2002). *Persuasion: Theory & research* (2nd ed). Sage Publications.
- O'Keefe, D. J. (2016). *Persuasion: Theory and research* (Third edition). SAGE.
- Ollier-Malaterre, A., Rothbard, N. P., & Berg, J. M. (2013). When worlds collide in cyberspace: How boundary work in online social networks impacts professional relationships. *Academy of Management Review*, 38(4), 645–669.

- Patrick, M. E., Singer, E., Boyd, C. J., Cranford, J. A., & McCabe, S. E. (2013). Incentives for college student participation in web-based substance use surveys. *Addictive Behaviors, 38*(3), 1710–1714. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2012.08.007>
- Peiró, J. M., & Meliá, J. L. (2003). Formal and Informal Interpersonal Power in Organisations: Testing a Bifactorial Model of Power in Role-sets. *Applied Psychology: An International Review, 52*(1), 14–35. <https://doi.org/10.1111/1464-0597.00121>
- Pfeffer, J., & Salancik, G. R. (2003). *The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective*. Stanford University Press.
- Porter, S. R., & Whitcomb, M. E. (2005). Non-response in student surveys: The Role of Demographics, Engagement and Personality. *Research in Higher Education, 46*(2), 127–152. <https://doi.org/10.1007/s11162-004-1597-2>
- Raven, B. H., Schwarzwald, J., & Koslowsky, M. (1998). Conceptualizing and Measuring a Power/Interaction Model of Interpersonal Influence1. *Journal of Applied Social Psychology, 28*(4), 307–332. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1998.tb01708.x>
- Rosenbaum, M. E. (1986). The repulsion hypothesis: On the nondevelopment of relationships. *Journal of Personality and Social Psychology, 51*(6), 1156–1166. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1156>
- Roth, P. L., Bobko, P., Van Iddekinge, C. H., & Thatcher, J. B. (2016). Social media in employee-selection-related decisions. *Journal of Management, 42*(1), 269–298. <https://doi.org/10.1177/0149206313503018>
- Sturm, R. E., & Antonakis, J. (2015). Interpersonal power: A review, critique, and research agenda. *Journal of Management, 41*(1), 136–163. <https://doi.org/10.1177/0149206314555769>
- Tsui, A. S., Egan, T. D., & O'Reilly, C. A. (1992). Being Different: Relational Demography and Organizational Attachment. *Administrative Science Quarterly, 37*(4), 549–579. <https://doi.org/10.2307/2393472>
- Tsui, A. S., & O'Reilly, C. A. (1989). Beyond Simple Demographic Effects: The Importance of Relational Demography in Superior-Subordinate Dyads. *The Academy of Management Journal, 32*(2), 402–423. <https://doi.org/10.2307/256368>
- United Nations Development Programme. (2023). Gender Inequality Index. I *Human Development Reports*. United Nations Development Programme. <https://hdr.undp.org/data-center/thematic-composite-indices/gender-inequality-index>
- van Dijke, M., & Poppe, M. (2006). Striving for personal power as a basis for social power dynamics. *European Journal of Social Psychology, 36*(4), 537–556. <https://doi.org/10.1002/ejsp.351>
- Vescio, T. K., Gervais, S. J., Snyder, M., & Hoover, A. (2005). Power and the Creation of Patronizing Environments: The Stereotype-Based Behaviors of the Powerful and Their Effects on Female Performance in Masculine Domains. *Journal of Personality and Social Psychology, 88*(4), 658–672. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.88.4.658>
- Vescio, T. K., Snyder, M., & Butz, D. A. (2003). Power in Stereotypically Masculine Domains: A Social Influence Strategy X Stereotype Match Model. *Journal of Personality and Social Psychology, 85*(6), 1062–1078. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.85.6.1062>

Wojciszke, B. (2005). Morality and competence in person- and self-perception. *European Review of Social Psychology, 16*(1), 155–188.

<https://doi.org/10.1080/10463280500229619>

Wojciszke, B., Bazinska, R., & Jaworski, M. (1998). On the Dominance of moral categories in impression formation. *Personality and Social Psychology Bulletin, 24*.

Yukl, G., & Falbe, C. M. (1991). Importance of Different Power Sources in Downward and Lateral Relations. *Journal of Applied Psychology, 76*(3), 416–423.

<https://doi.org/10.1037/0021-9010.76.3.416>

Yukl, G., Kim, H., & Falbe, C. M. (1996). Antecedents of Influence Outcomes. *Journal of Applied Psychology, 81*(3), 309–317. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.81.3.309>

Vedlegg 1

██████████ og jeg inviterer til en spennende undersøkelse om kollegarelasjoner, som ledd i et masterprogram i ledelse på BI. Vi trenger mange svar og du trenger ikke være leder for å delta. Svardataene vil senere kunne brukes i forskning.

Undersøkelsen tar noen få minutter å gjennomføre og er anonym.

Vi trenger flest mulig svar, så svar selv og del gjerne undersøkelsen her og i ditt nettverk!

Vi ber deg om å ikke kommentere undersøkelsen på sosiale medier da det kan påvirke andres svar. Men kontakt oss gjerne direkte.

NETTSKJEMA.NO

Undersøkelse om kollegarelasjoner - Nettskjema



██████████ og 28 andre

26 kommentarer 43 delinger

Liker

Kommenter

Del

Vedlegg 2

Undersøkelse om kollegarelasjoner

Denne undersøkelsen inngår som en del av et masterprogram i ledelse ved Handelshøyskolen BI. Svardataene vil senere kunne brukes i forskning.

Undersøkelsen tar noen få minutter å gjennomføre.

Undersøkelsen er frivillig, helt anonym og overholder gjeldende personvernlovgivning. Ved å svare på denne undersøkelsen, samtykker du til at dine svar kan brukes i vår undersøkelse. Vi ber ikke om opplysninger som kan identifisere deg og vi samler ikke inn IP-adresse. Du kan avslutte besvarelsen og trekke deg når som helst underveis, uten å oppgi grunn.

Har du spørsmål eller kommentarer til undersøkelsen, ta kontakt med en av oss på e-post: [redacted]

Vi ber deg om å ikke kommentere undersøkelsen på sosiale medier da det kan påvirke andres svar.

For å komme videre til undersøkelsen klikker du på "Send".

Obligatoriske felt er merket med stjerne *

Litt om deg

Aller først kommer noen spørsmål om deg. (Kun til analyseformål. Dine svar er anonyme.)

Ditt kjønn *

- Kvinne
- Mann
- Annet/ønsker ikke svare

Din omtrentlige alder *

- Under 20 år
- 20-29 år
- 30-39 år
- 40-49 år
- 50-59 år
- 60-69 år
- 70 år eller eldre

Din høyeste fullførte utdanning (grad) *


- Grunnskole
- Videregående skole
- Bachelor/cand.mag.-grad
- Mastergrad/hovedfag eller høyere

Bransjen du jobber i *

- Privat virksomhet
- Offentlig virksomhet
- Ideell/politisk organisasjon
- Ikke i arbeid

Har du personalansvar? *

- Nei
- Ja, jeg har en formell lederstilling medpersonalansvar
- Ikke i arbeid

 Sideskift

Referentmakt nøytral:

Side 2


Obligatoriske felter er merket med stjerne *

Les teksten under nøye, før du svarer på spørsmålene som følger

Se for deg at du er i oppstarten på et prosjekt på jobb. Dette er et spennende prosjekt, men det kommer til å bli utfordrende. Dere har valgt å sette inn en ekstra person til å bidra i prosjektet fordi prosjektet er krevende. Dette er en nyansatt kollega, som du har samarbeidet godt med i en tidligere jobb.

Denne nye kollegaen er en person som flere beundrer og ser opp til. Du har fått bruk for det du har lært av denne personen i mange sammenhenger. Kollegaen er en du tidligere har opplevd at du kan stole på, ha tillit til og som har vært troverdig. Du har hatt lyst til å jobbe på sammen med denne personen igjen, og setter stor pris på muligheten. Prosjektet som dere skal starte opp, er ulikt noe dere har gjort før. Derfor verdsetter du at ledelsen har styrket prosjektet med denne personen.

Du er veldig glad for at den nye kollegaen har valgt å takke ja til å jobbe hos akkurat dere. Det gjør at du føler at du er viktig. Du liker følelsen av at forholdet mellom deg og denne personen er gjensidig, at han/hun aksepterer, inkluderer og involverer deg. Du har inntrykk av at denne personen både liker deg og respekterer deg. Du kjenner at du er motivert og gleder deg til at dere skal jobbe sammen igjen. Du håper virkelig at de som jobber sammen med deg, får samme opplevelse som du får sammen med denne nye kollegaen.

 Sideskift

Referentmakt styrket:

Side 2

Obligatoriske felter er merket med stjerne *


Les teksten under nøye, før du svarer på spørsmålene som følger

Se for deg at du er i oppstarten på et prosjekt på jobb. Dette er et spennende prosjekt, men det kommer til å bli utfordrende. Dere har valgt å sette inn en ekstra person til å bidra i prosjektet fordi prosjektet er krevende. Dette er en nyansatt kollega, som du har samarbeidet godt med i en tidligere jobb.

Denne nye kollegaen er en person som flere beundrer og ser opp til. Du har fått bruk for det du har lært av denne personen i mange sammenhenger. Kollegaen er en du tidligere har opplevd at du kan stole på, ha tillit til og som har vært troverdig. Du har hatt lyst til å jobbe på sammen med denne personen igjen, og setter stor pris på muligheten. Prosjektet som dere skal starte opp, er ulikt noe dere har gjort før. Derfor verdsetter du at ledelsen har styrket prosjektet med denne personen.

Du er veldig glad for at den nye kollegaen har valgt å takke ja til å jobbe hos akkurat dere. Det gjør at du føler at du er viktig. Du liker følelsen av at forholdet mellom deg og denne personen er gjensidig, at han/hun aksepterer, inkluderer og involverer deg. Du har hatt lyst til å jobbe på sammen med både liker deg og respekterer deg. Du kjenner at du er motivert og gleder deg til at dere skal jobbe sammen igjen. Du håper virkelig at de som jobber sammen med deg, får samme opplevelse som du får sammen med denne nye kollegaen.

Det gjør deg også glad at du ser på Facebook og LinkedIn at denne personen har akkurat de samme oppfatningene som deg i flere politiske saker som er veldig viktige for deg. Du «liker» derfor ofte innlegg og kommentarer som han/hun deler der. Du kunne godt tenke deg å bli litt bedre kjent med den nye kollegaen din. Du tenker at dere kunne vært venner også utenfor jobb.

 Sideskift

Referentmakt svekket:

Side 2

Obligatoriske felter er merket med stjerne *


Les teksten under nøye, før du svarer på spørsmålene som følger

Se for deg at du er i oppstarten på et prosjekt på jobb. Dette er et spennende prosjekt, men det kommer til å bli utfordrende. Dere har valgt å sette inn en ekstra person til å bidra i prosjektet fordi prosjektet er krevende. Dette er en nyansatt kollega, som du har samarbeidet godt med i en tidligere jobb.

Denne nye kollegaen er en person som flere beundrer og ser opp til. Du har fått bruk for det du har lært av denne personen i mange sammenhenger. Kollegaen er en du tidligere har opplevd at du kan stole på, ha tillit til og som har vært troverdig. Du har hatt lyst til å jobbe på sammen med denne personen igjen, og setter stor pris på muligheten. Prosjektet som dere skal starte opp, er ulikt noe dere har gjort før. Derfor verdsetter du at ledelsen har styrket prosjektet med denne personen.

Du er veldig glad for at den nye kollegaen har valgt å takke ja til å jobbe hos akkurat dere. Det gjør at du føler at du er viktig. Du liker følelsen av at forholdet mellom deg og denne personen er gjensidig, at han/hun aksepterer, inkluderer og involverer deg. Du har inntrykk av at denne personen både liker deg og respekterer deg. Du kjenner at du er motivert og gleder deg til at dere skal jobbe sammen igjen. Du håper virkelig at de som jobber sammen med deg, får samme opplevelse som du får sammen med denne nye kollegaen.

Det eneste skåret i gleden er at du helt nylig så på Facebook og LinkedIn at denne personen dessverre har en helt annen oppfatning enn deg i flere politiske saker som er veldig viktige for deg. Du kjenner at du er overrasket og skuffet over det, og tenker at dere neppe kunne vært venner utenfor jobb.

 Sideskift

Forsøk å se for deg situasjonen og personen som er beskrevet over og vurder om du er enig/uenig i beskrivelsene under

Personen som jeg ser for meg, er:

Kunnskapsrik *

svært uenig

ganske uenig

litt uenig

verken enig eller uenig

litt enig

ganske enig

svært enig

Dyktig *

svært uenig

ganske uenig

litt uenig

verken enig eller uenig

litt enig

ganske enig

svært enig

Flink *

svært uenig

ganske uenig

litt uenig

verken enig eller uenig

litt enig

ganske enig

svært enig

Selvsikker *

- svært uenig
- ganske uenig
- litt uenig
- verken enig eller uenig
- litt enig
- ganske enig
- svært enig

Vennlig *

- svært uenig
- ganske uenig
- litt uenig
- verken enig eller uenig
- litt enig
- ganske enig
- svært enig

Varm og omtenksom *

- svært uenig
- ganske uenig
- litt uenig
- verken enig eller uenig
- litt enig
- ganske enig
- svært enig

Imøtekommende og snill *

- svært uenig
- ganske uenig
- litt uenig
- verken enig eller uenig
- litt enig
- ganske enig
- svært enig

Til å stole på *


- svært uenig
- ganske uenig
- litt uenig
- verken enig eller uenig
- litt enig
- ganske enig
- svært enig

 Sideskift

Obligatoriske felter er merket med stjerne *

Personen som jeg så for meg da jeg leste beskrivelsen, er: *

- Mann
- Kvinne
- Vet ikke/ hverken kvinne eller mann

 Sideskift

Obligatoriske felter er merket med stjerne *

Klikk på "send" for å levere ditt svar. Tusen takk for at du bidro til undersøkelsen!

Husk at du ikke må kommentere undersøkelsen på sosiale medier da det kan påvirke andres svar. Kontakt oss direkte hvis du har spørsmål eller kommentarer.