



**LUNDS**  
UNIVERSITET

**INSTITUTIONEN FÖR PSYKOLOGI**

## **Social jämförelse och global självkänsla hos gymnasieelever**

**Pathricia Gullberg**

**Dajana Sutalo**

Kandidatuppsats VT 2017

Handledare: Marie Bergström

Examinator: Ingela Steij Stålbrand

## **Abstract**

The purpose of the paper was to examine if there exists a relationship between social comparison on social networks and global self-esteem among high school students in Helsingborg. We we're also interested in how social networks can affect the development of identity among high school students and in the long run, their global self-esteem. We used two surveys to examine the relationship, the INCOM survey which measures social comparison and the Rosenberg survey which measures global self-esteem. The participants included 65 high school students, aged 16-18, from Helsingborg. The result was analysed with a hierarchical multiple regression which controlled for gender, the analysis generated a significant result  $F(2,60) = 14.70, p < 0.01$ , which shows the negative relationship between social comparison on social networks and global self-esteem. The negative relationship indicates a negative impact on the identity development among youths.

*Keywords:* social comparison, global self-esteem, high school students, identity development, social networks

## **Abstrakt**

Syftet med uppsatsen var att undersöka om det fanns ett samband mellan social jämförelse på sociala nätverk och global självkänsla hos gymnasieelever i Helsingborg. Vi var även intresserade hur sociala nätverk kan påverka ungdomars identitetsutveckling och i längden även deras globala självkänsla. För att undersöka ifall det fanns ett samband använde vi oss av två olika enkäter, INCOM som mäter social jämförelse och Rosenberg som mäter global självkänsla. Deltagarna bestod av 65 gymnasieelever i åldrarna 16-18 i Helsingborg. Resultatet analyserades med hierarkisk multipel regressions för att kontrollera för kön och detta gav ett signifikant resultat,  $F(2,60) = 14.70$ ,  $p < 0.01$ , som visade att det fanns ett negativt samband mellan social jämförelse på sociala nätverk och global självkänsla. Det negativa sambandet indikerar en negativ påverkan för identitetskapandet hos ungdomar.

*Nyckelord:* Social jämförelse, global självkänsla, gymnasieelever, identitetsutveckling, sociala nätverk

## Introduktion

### Inledning

Enligt Internetstiftelsen i Sveriges (IIS) undersökning från 2016 använder 77% av internetanvändarna i Sverige sociala nätverk och av dessa använder 58% det dagligen. I genomsnitt används sociala nätverk en timme om dagen och det är även väldigt vanligt att sociala nätverk används via mobilen. De som använder sociala nätverk mest är kvinnor i åldrarna 16-25 som spenderar i genomsnitt 12 timmar i veckan på sociala nätverk, medan killar i samma ålder använder sociala nätverk i genomsnitt 9,7 timmar i veckan.

IIS (2016) undersökning visar att facebook är det sociala nätverk som flest använder (71% av deltagarna) och att användningen ökar förutom hos 12-15 åringarna. De som använder facebook mest är ungdomar i åldersgruppen 16-18 år, där 96% använder facebook och 74% använder det dagligen. Undersökningen visade att ungdomarna mellan 16-25 anser att Facebook är viktigare än traditionella media som tv, radio eller dagstidningar, som källa för information eller nyheter. IIS (2016) visade även att fler postar meddelanden eller delar andras innehåll än att posta eget innehåll (tex bilder, video) 2016 jämfört med 2015. Det näst största sociala nätverket bland internetanvändare i Sverige är Instagram som lanserades i oktober 2010. De som använder instagram mest är dock ungdomar mellan 12-15, men även bland åldrarna 16-25 är instagram populärt och 71% anger att de använder Instagram och av dessa använder 54% det dagligen. Av de dagliga användarna är det främst kvinnor under 35 år (IIS, 2016)

Sorbring, Bohlin, Andersson & Lundin (2014) ser den digitala samhällsutvecklingen som ett växande problem, då sociala nätverk intar allt större plats i våra liv och vardag. I dagens mediala samhälle har ungdomar större utbud av roller och identiteter att anamma då de via internet kan experimentera och kommunicera delar av sin identitet både i grupp och individuellt. Giddens (1991) skriver också hur identitetsskapandet blivit ett så kallat socialt projekt i interaktion med andra, att omgivningens förväntningar på oss styr vad vi väljer att publicera på sociala nätverk och vilka vi väljer att vara. Zhao, Grasmuck, & Martin (2008) menar att det finns problem med att skapa sin identitet på sociala nätverk, framförallt på Facebook då publikationer i form av bilder och statusuppdateringar helst ska vara positiva. Att ständigt jämföra sig via Facebook kan i längden leda till negativa konsekvenser för identiteten och självkänslan (Zhao, Grasmuck & Martin, 2008). Då ungdomar i åldrarna 16-18 är den grupp som använder sociala nätverk mest ansåg vi det intressant att undersöka om

det finns ett samband mellan social jämförelse på sociala nätverk och global självkänsla hos gymnasieelever i Helsingborg.

## **Teori**

### **Definition av begrepp**

#### **Global självkänsla**

Global självkänsla kännetecknas av Rosenberg M, Rosenberg, Schoenbach & Schooler (1995) och Suls & Krizan (2005) som det generella värdet en person lägger på sig själv och relaterar inte till specifika beteenden utan snarare till det övergripande psykologiska välmåendet hos en individ. Global självkänsla inkluderar självacceptans och respekt för sig själv som i längden påverkar motivation, ambitioner och mental samt psykiskt välmående.

#### **Social jämförelse**

Festinger framförde den så kallade social comparison theory år 1945, där han menade att människor har ett djupt rotat driv att jämföra sig med andra människor. Festinger (1945) menade att vi gör detta för att utvärdera och förbättra sig själv, fatta beslut, inspireras samt reglera sina emotioner och välmående.

#### **Sociala nätverk**

Sociala nätverk definieras enligt Boyd och Ellison (2007) som ett samlingsbegrepp för många olika webbplatser och tjänster på internet. Det som räknas till sociala nätverk kännetecknas framförallt genom att det krävs ett medlemskap och inloggning. Med ett medlemskap finns sedan utrymme till att publicera foton, kommentera andras foton och själv bestämma vilka personliga uppgifter som ska vara synliga. Med hjälp av olika tjänster och funktioner på internet kan människan sedan skapa en bekantkrets. Boyd och Ellison menar vidare på att sociala nätverk är individens egna kontor och genom att söka och lägga till nya kontakter, skapas ett umgänge online. Under senare år har en stor utveckling skett inom sociala medier, där en stor del av användningen flyttat från webben till mobilappar. Allt fler stora sociala nätverk och shoppingsajter finns idag att ladda ner som appar till de flesta smartphones, vilket innebär att vi mer och konstant kan vara uppkopplade och närvarande på sociala nätverk. Vi kan också uppdatera platsen vi befinner oss på med bilder och statusar. Vi går även mot en utveckling där vi ersätter våra statusar med bilder snarare än text för att berätta om de platser vi besökt och våra känslor (Boyd & Ellison, 2007).

## **Identitet**

Hammarén (2013) ger en övergripande definition av begreppet identitet som en känsla av att vara sin egen individ med egna åsikter, tankar och personlighet. Vidare beskriver han identitet som att kunna vara sig själv och stå upp för den man är. Författaren skriver även att identitet är något som skapas i interaktion med människor i vår omvärld, det är i dessa vi får våra åsikter och tankar bekräftade. Genom att interagera med människor utvecklar vi en självbild, hur vi ser på oss själva och det är genom detta som vår identitet utvecklas och byggs genom hela livet.

## **Utvecklingsfaser**

Ungdomstiden kan vara en utmanande period för många ungdomar att både förstå och hantera då det sker kroppsliga, kognitiva och sociala förändringar (Lalander & Johansson, 2012; Steinberg, 2005; Choudhury, Blakemore & Charman, 2006). Att lämna barndomen bakom sig och träda in i vuxenlivet, brukar kallas övergångsfasen och delas in i fem olika faser: Preadolescens (10-12 år), tidig adolescens (12-14 år), högadolescens (14-16 år), senadolescens (16-20 år) och postadolescens (20-25 år) (Lalander & Johansson, 2012). Vi kommer att i korthet beskriva vad som kännetecknar de olika faserna.

I preadolescens (10-12 år) har puberteten påbörjats där både inre och yttre fysiologiska förändringar blir svåra att tolka. Individerna börjar sakta att frigöra sig från föräldrarna och behovet av vänskapskretsar ökar. Den tidiga adolescensen (12-14 år) präglas av att individen ska kunna acceptera snabba kroppsliga förändringar och söker närhet och acceptans från andra håll än familjen. Författarna beskriver denna fas som en sorgprocess då individen går från att vara beroende till oberoende av sina föräldrar och kan uppleva känslan av övergivenhet. Högadolescensen (14-16 år) kännetecknas av att ungdomar blir mer egocentriska och söker efter bekräftelse och trygghet från olika kompisgäng. Ungdomarna är samtidigt sårbara i sitt identitetssökande då kompisgäng antingen kan förstärka eller försvaga en. I denna fas har ungdomar ett sviktande humör och en varierande självkänsla (Lalander & Johansson, 2012; Steinberg, 2005; Choudhury, Blakemore & Charman, 2006). I senadolescensen (16-20 år) minskar beroendet av vänskapskretsar och ungdomar börjar att utveckla en etablerad identitet, där fördjupning av intressen och yrkesplanering påbörjas (Lalander & Johansson, 2012). Modigh & Olsson (1985) och Steiberg & Morris (2001) skriver om den så kallade genitala fasen åldern 13-19 och menar att i denna ålder blir

sökandet efter identitet en central process. Frågor som “vem är jag” “vem vill jag vara” försöker individen att sätta i ett sammanhang. Den tidiga identiteten som utvecklats i barndomen ska plötsligt ersättas med en ny identitet och denna ska integreras i resten av samhället, vilket kan skapa oro och förvirring hos individen. Under tonåren blir individen självupptagen och strävar efter att leva upp till ett specifikt utseende, ha vissa kläder, skaffa sig många olika kompiskretsar, detta för att pröva sig fram i sitt identitetsskapande.

### **Identitetsskapandet i det moderna samhället**

Att uppnå en identitet menar American psychological association (2002) är en ständig process i utvecklingen och karaktäriseras av två grundsatsar. Det första är ett självkoncept, vilket handlar om individens tro om ens egna egenskaper som intelligens, roll, mål i livet, intresse och värderingar. Det andra steget är den globala självkänslan, som handlar om hur nöjd individen är med sig själv i helhet. De fysiska förändringar som sker under puberteten kan påverka den globala självkänslan antingen positivt eller negativt, speciellt för unga tjejer. Att utveckla en låg självkänsla uppstår om det finns ett glapp mellan individens självkoncept och hur man bör vara. Tecken på låg självkänsla är bland annat; Avslår komplimanger, ogillar sitt utseende och avslår komplimanger, har orealistiska förväntningar på sig själv. Då låg självkänsla kan associeras med negativa utfall som ätstörningar, brottslighet och depression, är det viktigt att snabbt identifiera dessa och ge ungdomarna det stöd de behöver. (APA, 2002; Woods & Scott, 2016).

Hammarén och Lalander (2012) definierar identitetsskapandet som något som inte längre är förutbestämt utifrån klasstillhörighet, kön eller etnisk tillhörighet. Istället definieras identitet idag som något reflexivt och individualiserat, genom att individen idag snabbt förflyttar sig mellan olika miljöer på sociala nätverk och där tillgången till information är enorm. Detta innebär att vi går mot en tid där individen frigör sig från traditioner och kollektiv gemenskap då “jaget” sätts i fokus och blir ett viktigt socialt projekt. Det blir viktigt för individen för hur den uppfattas utifrån och måste vara beredd på snabba förändringar och uppbrott som sker, i form av nya trender, ny musik och livsstil (Hammarén & Lalander, 2012)

Zygmunt Bauman ger i boken “Det individualiserade samhället” sin tolkning av identitetsskapandet i det moderna samhällets utveckling och även han menar att samhället idag är uppbyggt av individualisering istället för kollektivism. Individualisering beskriver Bauman som när individen frigör sig ifrån medfödda och förutbestämda egenskaper och att uppgiften i livet istället blir att bilda något nytt och eget. Fokus för individen idag ligger på att

tillfredsställa och uppnå egen vinnande mål mer än den sociala gemenskapen, vilket ökat individualiteten. Individen blir allt mer tvungen till att göra självständiga val för att kunna passa i det moderna samhället och identitetsbildandet handlar därför mycket om självdeterminering (Bauman, 2002). Bauman (2002) menar att vissa val vi gör, förändrar vår identitet så att de passar in med samhället och att vi ständigt ställer oss frågor som “ vart kan jag gå och vart bör jag gå”. Människan ses idag därför mer som en producent än konsument, vilket Bauman förklarar har och göra med att individen har fler möjligheter att uttrycka sina identiteter med hjälp av diversa medieverktyg (Bauman, 2002). Det finns enligt Bauman (2002) en problematik i individualiseringens framväxt, vilket är att det krävs att alla individer har högt självförtroende och kan agera individualister. Vidare menar Bauman att identitetsskapande kan beskriva för oss om hur samhället vi lever i ser ut och att det blivit en svår uppgift på grund utav den moderna utvecklingen.

Anthony Giddens perspektiv på identitetsskapande liknar det som som Bauman skriver om relationen mellan identitet och samhället. Giddens (1991) använder uttrycket self-identity och menar på att självidentiteten är något som formas av men också formar moderniteten och att alla individer bidrar till att forma det sociala livet. Självidentiteten är något som blivit självreflexivt, det vill säga att individen skapar en identitet som förhåller sig till omvärldens krav och att vi genom sociala nätverk blivit medvetna om att vi kan välja mellan olika identiteter.

Sorbring, Andersson & Molin (2014) menar att internet gett identitetsskapandet en ny dimension, då individer kan projicera en mer eftertraktad identitet online än den de har “offline”. Denna online-identitet ger individen frihet att experimentera med egenskaper hen inte annars uttrycker, vilket kan ge individen mer utrymme att “vara sig själv”. Författarna beskriver att identiteten online oftast framställs som mer smickrande och tilltalande via till exempel bilder som läggs upp. Enligt Giddens (1991) finns det en problematik med tillgängligheten att kunna välja olika identiteter online, vilket är att vi dagligen måste ta beslut om hur vi ska uppträda, vad vi ska ha på oss etc. Svårigheten med självreflexivitet är att det alltid kan dyka upp en bättre identitet vilket gör att vi blir tvungna till att avvisa den nuvarande identiteten. Det vidare leder till att vår grundläggande ontologiska trygghet och existens ifrågasätts av att känna sig som en verklig person. Vidare kan det skapa en identitetsförvirring hos individen (Giddens, 1991).



## **Social jämförelse**

Vogel, Rose, Roberts & Eckles (2014) och Cramer, Song & Drent (2016) skriver att social jämförelse kan ske uppåt, när individen jämför sig själv med individer som anses vara överlägsna på något sätt och som verkar besitta positiva egenskaper. Social jämförelse neråt sker istället när individen jämför sig med underlägsna individer som har negativa egenskaper. Författarna menar att social jämförelse uppåt oftast medför mer negativa känslor hos individen då denne känner sig ännu mer bristfällig än om denne jämför sig neråt. Vidare skriver de även att social jämförelse traditionellt sker när vi interagerar med andra människor, men att det mediala samhället och sociala nätverk ger individen fler tillfällen att jämföra sig uppåt då vi oftast framställer oss själva som mer positiva på sociala nätverk (Vogel et al. 2014).

## **Tidigare forskning**

### **Sociala nätverk och identiteten**

Forskning visar att vi idag kan utläsa mer om människans än någonsin på sociala medier som vi i sociala möten inte kan utläsa lika snabbt. Vi kan snabbt få information om människors personliga innehåll såsom semestrar, relationer, utbildning etc. En person som publicerar en bild på Facebook och får många likes, upplever vi som populär, omtyckt och har många vänner. Det är också den personen många vill vara idag och som många jämför sig med (Vogel et al., 2014; Awan & Gauntletts, 2013; Denti et al., 2012 ). Urvalet av nätverkstjänster är stort och bland dem populäraste finns Facebook, Youtube, Instagram och diverse bloggar, men där Facebook är det verktyg som används mest i världen. Detta bekräftas av Awan och Gauntletts (2013) studie om ungdomars användning av sociala nätverk i England i åldern 14-15, där framförallt Facebook är ett populärt socialt nätverk, följt av Myspace och MSN. Orsaken till att dessa sociala verktyg blivit så populära bland ungdomar beror på att de kan skapa profiler där åsikter, attityder, intresse kan komma till uttryck, men även för att ladda upp bilder följa andra i deras vardag. Ungdomarna känner också en större frihet på sociala nätverk, då de kan tala om känslomässiga och jobbiga ämnen som de annars känner sig osäkra på att göra i en vardagsmiljö.

Idag finns ca 845 miljoner aktiva facebook-användare över hela världen varav 4,5 miljoner av dem är svenskar i olika åldrar(Denti et al., 2012). Det visar sig att många användare väljer ut händelser som de tror omgivningen ska uppfatta som positiva och

intressanta och att det får dem att framstå som aktiva, intressanta och framgångsrika (Denti et al., 2012). Vogel et al. (2014) har i sin studie undersökt för hur social jämförelse, sociala media och självförtroende hänger samman och har framförallt fokuserat på Facebook som sociala media. Författarna menar att Facebook ger oss enorma möjligheter till social jämförelse via något så enkelt som en profilbild. En profilbild kan medföra en positiv emotion, där vi tenderar att jämföra vår egna lycka med denna profilbild. Vidare jämför vi oss med positiva statusuppdateringar, hälsosamma livsstilar och andras framgångar i arbete eller skola. Vad som upptäcktes i studien var att Facebook användarna upplevde att allt positivt som publicerade indikerade på att andra levde ett lyckligare och bättre liv, speciellt om det var personer dem inte var så bekanta med. Författarna till studien menar att vi har ett så kallat "idealized online selves", den vi önskar att vi vore och ett "current self", våra attribut och vår personlighet, och när man jämför dessa två kan det påverka välmåendet och självkänslan negativt. När individer spenderar mer tid på Facebook, desto sämre mår dem, då avvikelsen mellan det "idealized online selves" och "current self" blir större och gränsen mellan verklighet och fantasi blir otydlig (Vogel et al., 2014).

Denti et al. (2012) vidareutvecklar det som Vogel et al. (2014) skriver om i sin studie kring effekten som Facebook användningen kan ge självkänslan, där syftet med studien var att kartlägga ifall det fanns samband mellan Facebook, social jämförelse, självkänsla och välmående. Denti et al. (2012) studie är baserad på datainsamling från 1000 personer från Sverige i åldrarna 11-73 och är en kvantitativ studie som gjordes via en webbaserad enkät. Studien visar att omkring 85% har Facebook som en vardagsrutin och en fjärdedel upplever att de hade mått dåligt ifall de inte loggade in på Facebook, för att de är rädda att missa något. Syftet till varför vi använder Facebook är för att se vad för vår omgivning gör för aktiviteter och för att skriva statusuppdateringar och publicera bilder.

Enligt Denti et al. (2012) kan användning av Facebook orsaka psykologisk effekt i form av en inre stress som framkallas av att jämföra sin egen livsstil med andras. Vad vi utvecklar i de mediala interaktionerna är bland annat identiteten och bilden av oss själva, där identiteten består av tre komponenter; **självuppfattning**, bilden vi har av oss själva "är jag tillräckligt cool", **självkänsla** "är jag en lyckad person" och **självförtroende** till ens egna förmågor "duger jag som jag är". Författarna menar att de tre komponenter besvaras när vi får information om andras liv på sociala nätverk och då kan vi utvärdera oss själva och våra liv. Det visar sig att de Facebookanvändare som jämför sig själva med sina Facebook vänner mycket och ofta, har lägre självkänsla och upplever att deras liv inte kan mätas i samma grad

som omgivningens. Resultatet i undersökningen landade i att det finns en signifikant relation mellan social jämförelse och självkänsla och att detta kan leda till ett större missnöje över ens egna liv men kan också påverka välmående negativt.

(Hargreaves & Tiggemann 2004) har i sin studie undersökt hur reklam påverkar kroppsuppfattningen hos 595 ungdomar (310 tjejer & 285 killar). Författarna undersökte hur ungdomarnas humör påverkas av reklam, men också om det fanns ett missnöje över den egna kroppen. Deltagarna fick titta på 18 olika reklamslag som innehöll vältränade tjejer/killar, smala kvinnliga kroppar, solbrända kroppar, vita leenden, olika former av maträtter, kosmetik och bilar. Deltagarna skulle skatta sin kroppstillfredsställelse med antingen; "tjock" "stark" "missnöjd med vikt och form samt "missnöjd överlag med utseende" både innan och efter de såg reklamen. Ytterligare skulle deltagarna skatta vilket humör de var på; "glad", "oroade", "själsäker" och "arg", både innan och efter de såg reklamen.

Det visade sig att idealet hos tjejer är att ha en smal kropp och hos killar att ha en muskulös kropp, och att media är en bidragande faktor till social jämförelse och ett ökat kroppsmisnöje bland ungdomar. Då reklam bidrar till ökad social jämförelse, kunde författarna se ett ökat negativt humör i form av att både tjejer och killar kände sig "oroade" och "arga" efter att ha tittat på reklam. Att unga killar har ett orealistiskt ideal kring sitt utseende finner författarna inte så förvånansvärt då det blir vanligare att även den manliga kroppen objektifieras på sociala media och på reklam. Det som skiljde tjejerna och killarna åt var att tjejerna hade mycket högre missnöje över sin kropp efter att de utsattes för reklam. Författarna tror att det kan bero på att tjejerna bearbetar intryck och information djupare än killarna och per automatik och att killar inte analyserar reklam och intryck på samma sätt (Hargreaves & Tiggemann 2004)

## **Syfte**

Syftet med vår uppsats är att undersöka om det finns ett samband mellan social jämförelse på sociala nätverk och global självkänsla hos gymnasieelever i Helsingborg. För att förstå detta samband ville vi även se hur sociala nätverk kan påverka ungdomars identitetsutveckling och i längden även deras globala självkänsla.

## **Frågeställning**

1. Finns det någon relation mellan hur gymnasieelever jämför sig på sociala nätverk (Facebook och Instagram) och deras självkänsla?
2. Finns det en relation mellan sociala nätverk och identitetsskapandet hos ungdomar?

## **Hypotes**

H1: Det finns en relation mellan jämförelse på sociala nätverk samt självkänsla, och att denna relation skiljer sig mellan tjejer och killar.

H2: Det finns en relation mellan jämförelse på sociala nätverk samt självkänsla, och att denna relation är negativ.

## **Metod**

### **Val av metod**

Vi valde att använda oss av enkäter för att undersöka huruvida det finns ett samband mellan jämförelse på sociala nätverk och självkänsla, och om det finns någon skillnad mellan kön och eventuellt ålder. Vi ville ha ett mer generaliserbart resultat för att få en överblick över hur dessa samband kan se ut på Helsingborgs gymnasieskolor. Samtidigt som vi ville ha ett generaliserbart resultat var vi ändå intresserade av individens åsikter och valde självskattningsenkäter för att försöka fånga upp detta. Vi ansåg att anonymiteten som enkäter tillåter skulle ge respondenterna mer utrymme att vara ärliga och på så sätt kunna minska risken för social önskvärdhet.

Båda enkäterna vi använt oss av valdes på grund av att de fångade upp vår frågeställning som vi ville belysa och vi valde att ha dem på deras originalspråk (engelska) då de inte var validerade för svenska. Gällande INCOM enkäten, riktade vi frågorna så att de specifikt frågade om individen jämför sig med andra på instagram och facebook.

### **Deltagare**

Enkäterna delades ut till 70 gymnasieelever i åldrarna 16-18 på tre gymnasieskolor i Helsingborg, Johannes Hedbergsymnasiet, Victum samt Mega Musik. Av totalt 70 deltagare

föll 5 deltagare bort (7%), vilket gjorde att vi fick 65 deltagare och en svarsfrekvens på 93%. Bortfallen skedde på grund av felaktigt ifyllda enkäter, en som hade missat att fylla i Rosenberg enkäten, samt några som skrivit namn och därav inte uppfyllde kravet för anonymitet. Tabell 1 visar totala antalet deltagare och av dessa uppgav 75,4% sig vara tjejer, 21,5% som killar och 3,1% ville ej uppge kön. I tabell 2 kan vi se att åldrarna varierade mellan 16-18 år med en medelålder på 17 år och standardavvikelse på .7.

Tabell 1. *Kön*

		Frekvens	Procent	Valid Procent	Kommulativ procent
Valid	Tjej	49	75,4	75,4	75,4
	Kille	14	21,5	21,5	96,9
	vill ej uppge	2	3,1	3,1	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

Tabell 2. *Ålder*

N	Valid	65
	Saknas	0
Medelvärde		17,1692
Median		17,0000
Std. Deviation		,71958
Range		2,00
Minimum		16,00
Maximum		18,00

Det finns sammanlagt 26 gymnasieskolor i Helsingborgs kommun och dessa finns listade i bokstavsordning på [www.helsingborg.se](http://www.helsingborg.se), av dessa 26 gymnasieskolor är nio kommunala och resterande friskolor. För att få vårt urval av fem olika gymnasieskolor valde vi att använda oss av en slumpgenerator via hemsidan [www.Gallerit.se](http://www.Gallerit.se). På Gallerit valde vi intervallet 1-26 och slumpade sedan fram fem olika siffror som avgjorde vilka skolor vi kontaktade. De siffror som slumpades fram var, 26,17,20,19,15, vilket representerar Victum, Mega musik, Helsingborgs praktiska, Ljud och Bildskolan samt Johannes Hedbergsgymnasiet. Vi kontaktade samtliga skolor via mail och det slutgiltiga urvalet blev två klasser på Johannes Hedbergsgymnasiet, en klass från Victum samt två klasser från Mega Musik, detta då de andra gymnasieskolorna lämnade återbud. Samtliga skolor som lämnade återbud gjorde detta på grund av brist på tid då de var upptagna med nationella prov.

Samtliga skolor i undersökningen är friskolor men vi anser ändå att dessa ger ett bra representativt urval av Helsingborgs gymnasieelever då dessa innefattar samhällsvetenskaplig, naturvetenskaplig, estetisk samt vård och pedagogisk inriktning. Samtliga skolor ger även högskoleförberedande examen. Vårt urval av gymnasieelever baseras på undersökningen från IIS (2016) som tydligt visar att ungdomar i Sverige mellan 16-25 år utgör majoriteten av de som använder både Facebook och Instagram någon gång eller dagligen.

### **Instrument**

Vi använde oss av två olika enkäter för att fånga upp de två olika aspekterna i vår frågeställning. Den första enkäten Iowa-Netherlands Comparison Orientation Scale (INCOM) är en självskattningsskala som fångar upp hur mycket individer jämför sig själva med andra på sociala nätverk, i detta fall Facebook och Instagram (Bilaga 1). INCOM skapades av Gibbons & Buunk (1999) och består av 11 frågor med en skattningsskala på 1-5, från strongly disagree till strongly agree. Resultatet beräknas genom att addera poängen för alla frågor, för fråga sex och tio räknas poängen som motsatta, ett högre resultat på enkäten indikerar ett högre socialt jämförelsebetende.

Reliabiliteten för enkätens interna konsistens beräknades med Cronbach's alpha som .83 och validiteten kontrollerades genom att studien utfördes i USA och i Nederländerna. Totalt testades enkäten på 10 samples i USA ( $N > 4300$ ) och 12 samples i Nederländerna ( $N > 3200$ ) och dessa bestod av en blandning av gymnasieelever och universitetsstudenter. IOWA uppvisar även bra stabilitet över tid, regressionsanalys som utfördes vid sex olika

tillfällen gav korrelationer på .60 för ett år i USA samt .72 för 7.5 månader i Nederländerna. Test-retest reliabiliteten var inte så hög, men detta beror enligt Buunk & Gibbons (1999) på att individer är mer benägna att jämföra sig med andra när de befinner sig i perioder av osäkerhet och därav kan resultatet variera något över tid.

För att mäta global självkänsla användes Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES) som utvecklades av Rosenberg (1965) och som idag är en av världens mest använda självskattningsskalor för att mäta global självkänsla (Brown, 2014; Gale, 2008)(Bilaga 2) . Enkäten består av 10 påståenden som relaterar till individens egenvärde och självacceptans och har en skattningsskala på 1-4, från strongly agree till strongly disagree. Resultatet beräknas genom att addera poängen för frågorna och att använda sig av omvända poäng för de positiva påståendena. Till exempel skulle "I take a positive attitude toward myself" få fyra poäng för strongly agree. Resultaten varierar från 10 till 40, där högre poäng indikerar högre självkänsla.

Urvalet för RSES utgjordes av 5024 gymnasieelever, från årskurs ett och tre, från tio slumpvis utvalda skolor i New York State. Intern konsistens beräknades med Cronbach's alpha och faller mellan .77 och .88 vilket indikerar acceptabel intern reliabilitet (Blasovich & Tomaka, 1991) . Test-retest för RSES gav korrelationer från .82 till .85 vilket visar att testet har reliabilitet även över tid (Blasovich & Tomaka, 1991)

## **Design**

Vi valde att genomföra en kvantitativ studie för att undersöka om den beroende variabeln global självkänsla påverkas av de oberoende variabeln social jämförelse. Den ovidkommande variabeln som kontrollerades var kön. Både global självkänsla och social jämförelse var diskreta variabler med intervall som skalnivå, variabeln kön däremot var kategorisk med nominal skalnivå.

## **Procedur**

Utdelningen av enkäterna skedde först på Johannes Hedbergsgymnasiet, därefter på Victum och slutgiltigen på Mega Musik gymnasieskola. Proceduren för utdelningen av enkäten var densamma på samtliga skolor, vi inledde med att presentera oss själva, förklarade syftet med uppsatsen samt enkäten och informerade även hur de skulle gå tillväga för att besvara enkäterna. Vi informerade även att deltagandet var frivilligt, att de skulle vara anonyma samt att resultatet för uppsatsen rapporteras på gruppnivå. Efter att vi berättat detta delade vi själva ut enkäterna till eleverna, därefter stannade vi kvar i klassrummet medan de besvarades och

samlade sedan in enkäterna. Efter första utdelningstillfället på Johannes Hedbergsgymnasiet förtydligade vi för övriga deltagare vad som menades med ordet inclined på fråga tre i enkäten om självkänsla, detta då vi fick frågor från eleverna om just denna fråga.

### **Dataanalys**

Poäng för IOWA enkäten räknades ihop i enlighet med bedömningsmallen, där fråga sex och tio räknades som omvända, på samma sätt räknades Rosenberg enkäten ihop, där fråga 1,2,4,6,7 räknades med omvända poäng. Vi numrerade även varje individs enkät för att kunna dubbelkolla poängen efter inmatning i SPSS. Det slutgiltiga resultatet blev 65 korrekt ifyllda enkäter. I SPSS inledde vi med en deskriptiv analys för att beräkna medelvärde samt standardavvikelse för kön och ålder. Därefter analyserades resultatet med hierarkisk multipel linjär regression där vi kontrollerade för faktorn kön, ålder inkluderades inte i analysen då det var ett så pass begränsat intervall.

### **Etik**

Alla deltagare informerades muntligt om att deras deltagande var anonymt samt att eventuella resultat skulle framställas på gruppnivå och ej individnivå. Deltagarna lämnade sitt samtycke skriftligt i samband med att enkäterna delades ut och besvarades. På försättsbladet informerades deltagarna även om syftet med vår uppsats, att medverkandet var frivilligt samt att deltagaren hade möjlighet att avbryta när som helst utan att motivera varför. Vid val av enkäter hade vi tagit hänsyn till vilka frågor som fanns med, detta för att undvika känsliga frågor som eventuellt kunde orsaka psykiskt obehag. Vi informerade även för deltagarna att materialet enbart skulle användas i studiesyfte, detta enligt nyttjandekravet (Vetenskapsrådet, 2002)

### **Resultat**

I en initial analys prövades korrelationen mellan variablerna i studien med hjälp av Pearsons korrelationstest. Resultatet bekräftar vår första frågeställning, om huruvida det finns ett samband mellan hur gymnasieelever jämför sig på sociala nätverk (Facebook och Instagram) och deras självkänsla?, samt båda hypoteser. Resultatet för H1; det finns en relation mellan jämförelse på sociala nätverk samt självkänsla, och att denna relation skiljer sig mellan tjejer och killar, bör tolkas försiktigt på grund av skev fördelning mellan män och kvinnor.

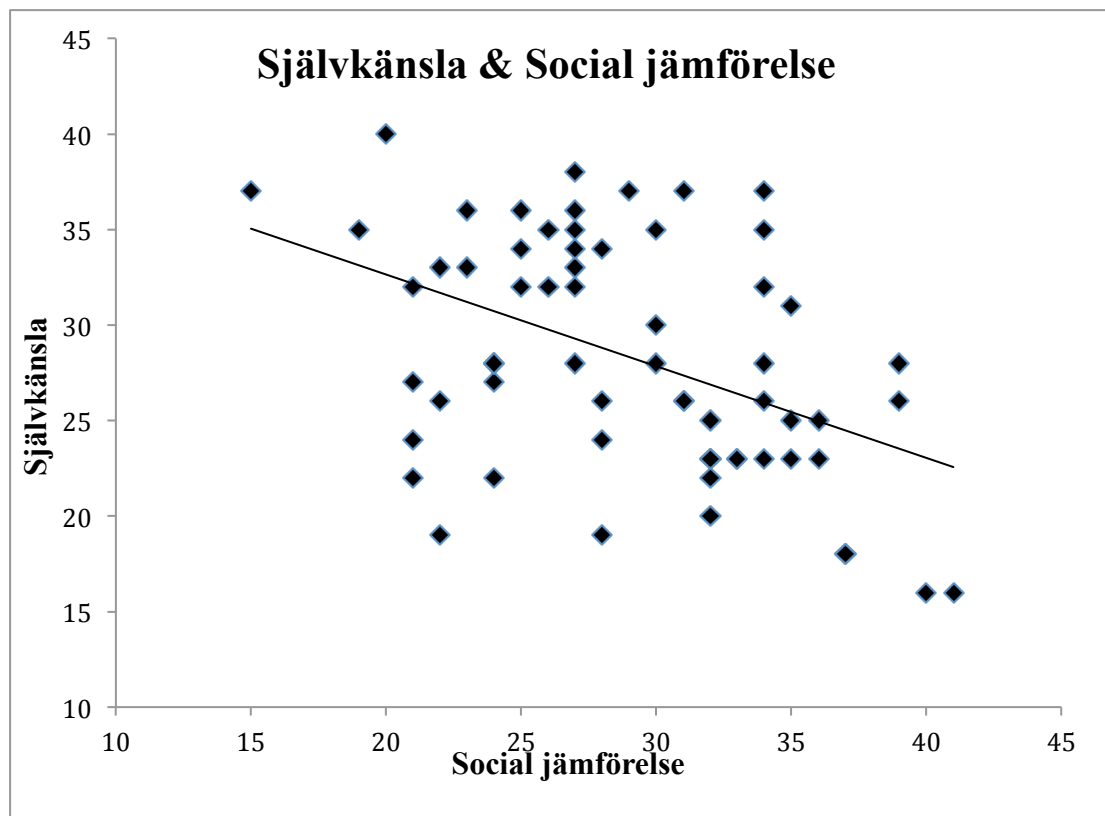


Tabell 3 visar att det finns ett positivt samband mellan självkänsla och kön ( $r = .46$ ), vilket indikerar att män har högre självkänsla än kvinnor. Självkänsla och social jämförelse visade sig ha ett negativt samband ( $r = -.45$ ) vilket indikerar att individer som har högre poäng på social jämförelse har lägre självkänsla. Social jämförelse och kön har också ett negativt samband ( $r = .28$ ) vilket indikerar att män jämför sig mindre på sociala nätverk.

Tabell 3. *Korrelation mellan variabler*

		SELFESTEEM	COMPARISON	GENDER
Pearson Correlation	SELFESTEEM	1,000	-,428	,245
	COMPARISON	-,428	1,000	-,303
	GENDER	,245	-,303	1,000
Sig. (1-tailed)	SELFESTEEM	.	,000	,025
	COMPARISON	,000	.	,007
	GENDER	,025	,007	.
N	SELFESTEEM	65	65	65
	COMPARISON	65	65	65
	GENDER	65	65	65

Efter den initiala analysen användes hierarkisk multipel regression för att mäta effekten av social jämförelse på global självkänsla efter kontroll av påverkan från kön. Preliminära analyser genomfördes för att kontrollera att inga överträdelser av antagandena om normalitet, linjäritet, multikollinearitet och homogenitet utfördes. I steg 1 infördes kön vilket förklarar 21,5% av variansen för global självkänsla. I steg 2 infördes social jämförelse och den totala variationen förklarad av modellen som helhet blev 32,9%  $F(2,60) = 14.70$ ,  $p < 0.01$ .



*Figur 1.* Visar det negativa förhållandet mellan självkänsla och social jämförelse på sociala nätverk.

### Diskussion

Syftet med vår uppsats är att undersöka om det finns ett samband mellan social jämförelse på sociala nätverk och global självkänsla hos gymnasieelever i Helsingborg, vilket vi har lyckats göra. Då vi hade obalanserad fördelning mellan tjejer och killar i undersökningen har vi valt att inte fördjupa oss gällande skillnader mellan kön.

Vi har fått svar på vår första frågeställning gällande huruvida det finns någon relation mellan gymnasieelever jämför sig på sociala nätverk (Facebook och Instagram) och deras självkänsla. Genom våra enkäter fick vi ett resultat som dessutom bekräftade H2, att det finns en relation mellan jämförelse på sociala nätverk samt självkänsla, och att denna relation är negativ.

Att denna relation är negativ indikerar att de elever som jämför sig mycket på sociala nätverk också har lägre självkänsla, vilket var ett resultat vi hade förväntat oss baserat på tidigare forskning av Denti et al. (2012) som fått ett signifikant samband mellan social jämförelse på sociala nätverk och sämre självkänsla. Författarna menar att ju mer vi jämför

oss på Facebook desto lägre självkänsla får individen vilket leder till vår andra frågeställning, om huruvida det finns ett samband mellan sociala nätverk och identitetsskapandet hos ungdomar. Hammarén och Lalander (2012) beskriver att ungdomar i åldern 16-20 bör utveckla en stabil identitet under dessa år, men med tanke på hur vår studie samt tidigare forskning av Denti et al. (2012) och Vogel et al. (2014) uppvisar sämre självkänsla hos dagens ungdomar så väcks frågan hur detta kommer påverka skapandet av en stabil identitet. Vogel et al. (2014) skriver att vi har ett så kallat "idealized online self", där vi online skapar ett ideal av hur vi vill vara, som hos ungdomar kan skilja sig avsevärt från hur de egentligen är offline. Då denna gräns mellan fantasi och verklighet blir otydligare så blir det också svårare att skapa sig den stabila identitet som Hammarén och Lalander (2012) menar bör utvecklas i åldrarna 16-20.

Vi tror att sociala nätverk och dess användning kommer leda till att denna stabila identitet utvecklas långsammare hos ungdomar, då det blir väldigt svårt att hinna anpassa sig efter förändringar och trender. Sorbring et al. (2014) skriver att ungdomar idag har större utbud av roller och identiteter att experimentera med, vilket vi tror kan bidra med ytterligare en svårighet för den enskilde individen att utveckla en stabil identitet. Att utveckla en stabil identitet blir än svårare om de identiteter som individen har online skiljer sig mycket från deras offline identitet. Vilken är den riktiga identiteten egentligen? Är den riktiga identiteten den som individen visar upp online, med positiva texter och perfekta bilder, eller är den helt annorlunda? Som Denti et al. (2012) beskriver så består identiteten av tre komponenter självuppfattning, bilden vi har av oss själva "är jag tillräckligt cool", självkänsla "är jag en lyckad person" och självförtroende till ens egna förmågor "duger jag som jag är". Författarna menar att dessa tre komponenter besvaras när vi får information om andras liv på sociala nätverk och då kan vi utvärdera oss själva och våra liv. Detta kombinerat med vad Giddens (1991) kallar för socialt projekt i interaktion med andra, att omgivningens förväntningar styr vad vi väljer att publicera, tror vi kommer ha en negativ inverkan på utvecklingen av ungdomars stabila identitet.

Med det sagt tror vi inte enbart att det finns negativa effekter av att använda sociala nätverk. Vi tror att sociala nätverk kan ha en positiv inverkan på identitetsskapandet också, och att det främst är den stabila identiteten som kan komma att påverkas negativt. Sociala nätverk ger ungdomar möjligheten att komma i kontakt med andra som de kan identifiera sig med, och kan snabbt få sina identiteter bekräftade eller positivt förstärkta. Vi tror snarare att det är ungdomar som har låg självkänsla som är den grupp som riskerar att påverkas mest

negativt av användningen av sociala nätverk. Detta speciellt då låg självkänsla enligt (APA, 2002) kan associeras med negativa utfall som ätstörningar, brottslighet och depression.

Kunskapen vi fått ut av vår studie är att sociala nätverk påverkar självkänslan och bilden man har av sig själv. Det är viktigt att både lärare men också föräldrar känner till sitt barns användning av sociala nätverk, men framförallt vad användningen kan göra med ungdomen. Vi vill med vår studie uppmärksamma att det kan ske förändringar i identitet på grund av sociala media, och att individen förvandlas till någon den inte är, vilket kan leda till negativa effekter som identitetsförvirring, depression etc. Vi har tidigare i vår uppsats beskrivit hur sociala nätverk ställer krav och förväntningar hos användarna genom att ständigt vara uppkopplad, vilket gör det svårt för individen att prioritera sådant som är viktigt och sådant som är mindre viktigt. Det kan vara av vikt för lärare och föräldrar att kommunicera händelser och information på sociala nätverk som är nödvändigt att veta från sådant som exempelvis handlar om utseende, vikt, pengar, som kan uppta tid från viktiga och centrala aspekter i livet. Genom att känna till användning av sociala nätverk bland ungdomar, tror vi att det blir enklare för lärare och föräldrar att kommunicera med ungdomen. Kanske viktigast av allt är att ungdomen kan ta lärdom av vår studie, genom att se hur social jämförelse på sociala nätverk påverkar självkänslan och vad det gör med den stabila identiteten.

Vi tror egentligen inte att internet i sig är en farlig plats, utan att det mer handlar om hur man använder det. Vi tror att detta bara är början på vad komma skall med den teknologiska utvecklingen och att framtiden kommer att lämna mindre utrymme till det privata och istället kommer allt bli mer offentligt. Därför är det också viktigt att diskutera lämplighet vad gäller publikationer, för det finns ingen kontroll på vem som kan ha använt eller delat en bild vidare. Det är också viktigt att diskutera att det finns känslor även på nätet. På nätet är det enkelt idag att ta skydd bakom anonymitet och kränka, fälla elaka kommenterar angående någons utseende, och det kan pågå i lång tid därför att man inte vet vem personen är, saker man annars inte hade gjort öga mot öga. Det är också viktigt att komma ihåg att den som får mycket uppmärksamhet på exempelvis Facebook eller Instagram, inte behöver svara på allt eller gå med på allt om individen inte vill det. Här är det alltså viktigt att diskutera vart gränsen går mellan att använda sociala nätverk för sig själv och använda det för att göra andra glada. Vår slutsats är att vi tror att en fortsatt ökning av användningen av sociala nätverk kommer bidra till allt sämre självkänsla hos ungdomar. Idag använder ungdomar sociala nätverk allt mer (IIS, 2016) och i yngre åldrar, vilket vi tror kommer bidra till ännu mer social jämförelse via sociala nätverk, något som i längden

kommer påverka ungdomarnas identitetsutveckling och självkänsla negativt. Vår studie visade att detta samband redan existerar, och att det därav är viktigt att upplysa detta ämne för att förståelse för gymnasieelevers användning av sociala nätverk i Helsingborgs stad och anser att vår undersökning ger en indikation att det krävs mer forskning kring ämnet.

### **Metoddiskussion**

Vi valde att inkludera både tjejer och killar i vår studie då vi anser att det främst är tjejer och deras psykiska ohälsa som uppmärksammas via media. Vi hittade även en studie gjord av Hargreaves och Tiggemann 2004, som visar i sin studie att killar också har en orealistisk bild av hur de fysiskt bör se ut och blir påverkade av reklam. Författarna menar på att det blir allt vanligare att den manliga kroppen objektifieras på sociala nätverk och i reklam och därav ville vi undersöka om det i Helsingborg finns en skillnad mellan hur tjejer och killar jämför sig via sociala nätverk och deras självkänsla.

De killar som deltog i vår undersökning hade alla högre självkänsla än tjejerna och jämförde sig mindre via sociala nätverk, men detta har vi valt att inte fördjupa oss i då vi enbart hade 14 deltagare som identifierade sig som killar. Då det var så få killar ansåg vi inte att resultatet var generaliserbart, då dessa svar kan ha berott på social önskvärdhet, att de ville "verka känslomässigt stabila" eller att vi lyckats välja just dessa killar som har väldigt hög självkänsla. För att förbättra resultatet i vår metod, och få ett tydligare samband mellan kön och social jämförelse/självkänsla skulle studien inkluderat fler killar.

Ytterligare en aspekt som kan ha påverkat resultatet är att vi ändrade INCOM enkäten till att inkludera "facebook/instagram" i frågorna istället för att enbart fokusera på social jämförelse generellt. Vi tror inte att det har påverkat reliabiliteten eller validiteten hos enkäten då vi fortfarande mäter social jämförelse.

### **Förslag till framtida forskning**

Det begränsade antalet besvarade enkäter i vår undersökning och det presenterade resultatet gör att det vore intressant och göra en uppföljande studie med fler deltagare, helst skulle vi vilja se en studie som inkluderar alla gymnasieskolor och eventuellt grundskolor i Helsingborg. Vi anser att framtida forskning borde inkludera instagram och Snapchat i större utsträckning, detta då det främst finns forskning om Facebook och hur självkänsla samt

välmående kan påverkas av dess användning. Anledningen till att vi anser att forskning borde fokusera på Instagram och Snapchat baseras på IIS (2016) undersökning som visar att ungdomar i åldern 12-16 är den grupp som använder dessa sociala nätverk mest, och det vore intressant att se hur dessa nätverk påverkar relationen mellan social jämförelse, självkänsla och identitet. Det faktum att Instagram och Snapchat främst fokuserar på bilder och videos, och inte lika mycket text, ser vi också som en bidragande faktor till varför mer forskning borde bedrivas kring dessa sociala nätverk.

Ytterligare ett förslag på framtida forskning hade varit att göra en longitudinell studie, som följer elever under en längre period, från grundskolan upp mot gymnasiet. Hur förändras deras användning av sociala nätverk, hur jämför de sig via sociala nätverk, hur ser deras självkänsla ut och hur påverkar allt detta identitetsskapandet när sociala nätverk får allt större plats i ungdomars vardag.

## Referenser

American Psychological Association.(2002). *Developing Adolescents: A Reference for Professionals*. Hämtad 16 maj 2017, från:

<http://www.apa.org/pi/families/resources/develop.pdf>

Awan, F. & Gauntlett, D. (2013). Young People's Uses and Understandings of Online Social Networks in Their Everyday Lives. *Young*, Vol 21(2), 111-132

Barn och ungdomspsykiatri (2014) *Självbild och identitet*. Hämtat 25 april 2017 från:

<http://www.bup.se/sv/Rad-och-fakta/Artiklar/Sjalvbild-och-identitet1/>

Bauman, Z. (2002). *Det individualiserade samhället*. Göteborg: Diadalos AB.

Blascovich, J-R. & Joseph, T. 1991. Measures of Self-Esteem. I *Measures of Personality and Social Psychological Attitudes*, red. Robinson, J., Shaver, P. & Wrightsman, L. 115–160. San Diego, CA: Academic Press.

Boyd, D. & Ellison, N. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol 13(1), 210-230.

Brown, J. (2014). *The Self*. Washington: Psychology Press

Burrow, A.L & Rainone, N. (2017). How many likes did I get?: Purpose moderates links between positive social media feedback and self-esteem. *Journal of Experimental Social Psychology*, Vol 69, 232-236.

Choudhury, S., Blakemore, S.J. & Charman, T. (2006) Social cognitive development during adolescence. *Social Cognitive & Affective Neuroscience*, Vol 1(3), 165-174.

Cramer, M.E., Song, H. & Drent, A.M (2016). Social comparison on Facebook: Motivation, affective consequences, self-esteem, and Facebook fatigue. *Computers in Human Behavior*, Vol 64, 739-746

Davidsson, P. (2016) *Svenskarna och sociala medier 2016*. Stockholm: Internetstiftelsen i Sverige

Denti, L., Borbopoulos, I., Nilsson, I., Holmberg, L., Thulin, M., Wendblad, M., Andén, L. & Davidsson, E. (2012). *Sweden's largest Facebook Study*. (GRI-rapport 2012:3). Göteborgs universitet: Valentin & Byhr.

Festinger, L. (1945). A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations* 1954 7:117. Doi: 10.1177/001872675400700202

Gale, T. (2008) *Rosenberg's Self-Esteem Scale*. International Encyclopedia of the Social Sciences. Hämtad 16 maj, 2017 från från <http://www.encyclopedia.com/social-sciences/applied-and-social-sciences-magazines/rosenbergs-self-esteem-scale>

Gibbons, F. & Buunk, P. (1999) Individual Differences in Social Comparison: Development of a Scale of Social Comparison Orientation. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol 76(2), 129-142.

Giddens, A. (1991) *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press

Hammarén, N. & Johansson, T (2013) *Identitet*. Stockholm: Liber

Hargreaves, D & Tiggeman, M. (2004) Idealized media images and adolescent body image: “comparing” boys and girls. *An International Journal of Research, Body Image*, Vol 1(4). 319-394.

Lalander, P & Johansson, T. (2012) *Ungdomsgrupper i teori och praktik* (4. uppl.). Lund: Studentlitteratur

Modigh A. & Olsson M-L. (1985). *Tonåringen, barn och ungdomskunskap*. Stockholm: Natur och Kultur

Rosenberg, M., Schooler, C., Schoenbach, C. & Rosenberg, F. (1995). Global Self-Esteem and Specific Self-Esteem: Different Concepts, Different Outcomes. *American Sociological Review*, Vol. 60:1, 141-156

Sorbring, E., Bohlin, M., Andersson, Å. & Lundin, L. (2014) I Sorbring, E., Andersson, Å. & Molin, M (Red.) *Att förstå ungdomars identitetsskapande: en inspirations- och metodbok*. Stockholm: Liber

Steinberg, L. & Morris, A. (2001). Adolescent development. *Annual Review of Psychology*, Vol 52, 83-110.

Steinberg, L. (2005). Cognitive and affective development in adolescence *Trends in Cognitive Sciences*, Vol 9(2), 69-74

Suls, J. & Krizan, Z. (2005). I McInerney, M & Marsh, H (Red.) *The New Frontiers of Self Research*. Connecticut: IAP

Vetenskapsrådet. (2002) *Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning*. Hämtad 3 maj 2017 från:  
[http://www.gu.se/digitalAssets/1268/1268494\\_forskningsetiska\\_principer\\_2002.pdf](http://www.gu.se/digitalAssets/1268/1268494_forskningsetiska_principer_2002.pdf)

Vogel, E., Rose, J., Roberts, L. & Eckles, K. (2014). Social Comparison, Social Media, and Self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, Vol 3(4), 206-222.

Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in human behavior*, Vol 24(5), 1816-1836.



Woods, H.C. & Scott, H. (2016). #Sleepyteens: Social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self-esteem. *Journal of Adolescence*, Vol 51, 41-49

## Bilagor



Följande enkät är en del av vår kandidatuppsats i psykologi vid Lunds Universitet, som handlar om sociala medias påverkan på självkänsla hos ungdomar. Ditt deltagande är helt frivilligt, och du kan välja att avbryta när du vill utan att förklara varför. Dina svar är helt anonyma, och kommer inte att kunna härledas tillbaka till dig. Resultatet kommer att rapporteras på gruppnivå. Besvara gärna enkäten självständigt utan att prata med någon i klassrummet. Enkäten tar ungefär 5 minuter att fylla i.

Om du i efterhand har några frågor, är du varmt välkommen att höra av dig till:

[pathriciagullberg@gmail.com](mailto:pathriciagullberg@gmail.com) & [D-ajana@hotmail.com](mailto:D-ajana@hotmail.com)

Stort tack för ditt deltagande!

Jag har tagit del av informationen och godkänner att mina svar får användas i kandidatuppsatsen

## Bilaga 2.

Most people compare themselves from time to time with others. For example, they may compare the way they feel, their opinions, their abilities, and/or their situation with those of other people. There is nothing particularly ‘good’ or ‘bad’ about this type of comparison, and some people do it more than others. We would like to find out how often you compare yourself with other people on Facebook or Instagram. To do that we would like to ask you to indicate how much you agree with each statement below.

	<b>I disagree strongly</b>	<b>I disagree</b>	<b>I neither agree nor disagree</b>	<b>I agree</b>	<b>I agree strongly</b>
<b>1. I often compare myself with others on facebook/instagram with respect to what I have accomplished in life</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>2. If I want to learn more about something, I try to find out what others think about it</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>3. I always pay a lot of attention to how I do things compared with how others do things on facebook/instagram</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>4. I often compare my</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

<b>relationships (boyfriend/girlfriend, friends, family) with others relationships on facebook/instagram</b>					
<b>5. I always like to know what others on facebook/instagram in a similar situation would do</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>6. I am not the type of person who compares often with others on facebook/instragram</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

	<b>I disagree strongly</b>	<b>I disagree</b>	<b>I neither agree nor disagree</b>	<b>I agree</b>	<b>I agree strongly</b>
<b>8. I often try to find out what others on facebook/instagram think when facing similar problems as I face</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>9. I often like to talk with others about mutual opinions and experiences on facebook/instagram</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>10. I never compare my situation in life with other people on facebook/instagram</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>11. I often compare how I am doing socially (e.g., social skills, popularity) with other people on facebook/instagram</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

**Bilaga 2.**

The next questions ask about your current feelings about yourself. For each of the following, please circle the number that corresponds with the answer that best describes how strongly you agree or disagree with the statement about yourself now.

	<b>Strongly agree</b>	<b>Somewhat agree</b>	<b>Somewhat disagree</b>	<b>Strongly disagree</b>
<b>1. I feel that I am a person of worth, or at least on an equal</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>

plane with others				
2. I feel that I have a number of good qualities	1	2	3	4
3. All in all, I'm inclined to feel that I'm a failure	1	2	3	4
4. I'm able to do things as well as most other people	1	2	3	4
5. I feel I do not have much to be proud of	1	2	3	4
6. I take a positive attitude toward myself	1	2	3	4
7. On the whole, I'm satisfied with myself	1	2	3	4
8. I certainly feel useless at times	1	2	3	4
9. I wish I could have more respect for myself	1	2	3	4
10. At times, I think I'm no good at all	1	2	3	4

**Kön**

- Tjej
- Kille
- Annat
- Vill ej uppge

**Ålder:**

---

