



LUNDS
UNIVERSITET

Institutionen för psykologi
Psykologprogrammet

Fångad i internätet

En kvantitativ studie om sociala medier, upplevd självkänsla
och vänskapsrelationer hos gymnasieungdomar

Adam Sääf & Katarina Theander

Psykologexamensuppsats. 2021

Handledare: Per Johnsson
Examinator: Kajsa Järholm

Abstract

More than half of the world's population use social media today in different contexts and the usage increases every year. Perceived self-esteem and friendships influence how we as humans relate to each other and are affected by the growth of social medias. It's important that research continues to examine how social media influences people both in a general and specific aspect. This study aimed to examine the relationship between social media usage and perceived self-esteem in high school students. The study also aimed to examine if friendships worked as a mediator between social media usage and perceived self-esteem in high school students. Finally, it aimed to examine if there were any gender differences for perceived self-esteem, friendship quality and number of friends in high school students. 139 high school students participated in this study. The participants filled in an internet survey with questions about number of friends, a self-designed questionnaire about friendship quality and Rosenberg self-esteem scale. The study found no significant relationship between social media usage and perceived self-esteem in high school students. Friendship quality did not work as a mediator between social media usage and perceived self-esteem in high school students. The study found a significant gender difference for perceived self-esteem, but not for friendship quality nor number of friends in high school students. Future research needs to look into how social media affects people in a broader perspective and the relationship between social media and different aspects such as friendships and perceived self-esteem.

Keywords: friendship, self-esteem, social medias

Sammanfattning

Sociala medier används idag av mer än hälften av jordens befolkning inom olika kontexter och användningen fortsätter att öka. Upplevd självkänsla och vänskapsrelationer påverkar hur vi människor förhåller oss till varandra och hur vi upplever oss själva, och påverkas av sociala mediernas utbredning. Med anledning av detta är det viktigt att den forskning som görs fortsätter att undersöka sociala mediers inverkan på oss människor både generellt och mer specifikt. Denna studie syftade till att undersöka sambandet mellan användningen av sociala medier och upplevd självkänsla hos gymnasieungdomar. Studien syftade även till att undersöka om vänskapsrelationer fungerade som en mediator mellan användningen av sociala medier och upplevd självkänsla hos gymnasieungdomar. Slutligen hade studien som syfte att undersöka om det fanns några könsskillnader avseende upplevd självkänsla, vänskapskvalitet och antal vänner hos gymnasieungdomar. 139 gymnasieungdomar deltog i studien där de fick besvara en webbenkät som bestod av frågor kring antal vänner, en egenkonstruerad vänskapskvalitetsskala och Rosenberg self-esteem scale. Inget signifikant samband hittades mellan användning av sociala medier och upplevd självkänsla hos gymnasieungdomar. Kvaliteten på vänskapsrelationer fungerade inte som en mediator mellan användning av sociala medier och upplevd självkänsla hos gymnasieungdomar. Det fanns en könsskillnad avseende upplevd självkänsla, men inte vänskapskvalitet eller antal vänner hos gymnasieungdomar. Framtida forskning behöver både undersöka mer generellt kring sociala mediers påverkan på människan och sambandet mellan sociala medier och olika aspekter som vänskapsrelationer och upplevd självkänsla.

Nyckelord: självkänsla, sociala medier, vänskap

Tack!

Författarna skulle vilja tacka alla som varit med och bidragit till denna studie. Er hjälp har varit ovärderlig.

Först skulle vi vilja rikta ett stort tack till vår handledare Per. Tack för all den tid du har lagt ner på att hjälpa oss med att bli klara med denna studie och all feedback vi har fått på vägen.

Tack också till alla er som deltog i enkäten och ni som administrerade vår enkät ute på gymnasieskolorna. Utan er hade denna studie inte kunnat genomföras.

Slutligen vill vi säga tack till våra familjer som har stöttat och motiverat oss genom hela vår tid som studenter på psykologprogrammet.

Innehållsförteckning

Fångad i internätet: en kvantitativ studie om sociala medier, upplevd självkänsla och vänskapsrelationer	1
<i>Sociala medier</i>	2
Vad är sociala medier?	2
Medieforskning och sociala processer	3
Människan och sociala medier	5
<i>Självkänsla</i>.....	6
Självkänsla, en del av självbilden	6
Kroppsuppfattning.....	7
Självkänsla och sociala medier	8
<i>Vänskapsrelationer</i>	9
Två teorier kring förståelse av personliga och sociala relationer	10
Vänskapsrelationer och självkänsla	11
<i>Syfte</i>	12
<i>Frågeställningar</i>.....	13
Metod	13
<i>Design</i>.....	13
<i>Deltagare</i>.....	13
<i>Instrument</i>	13
Demografiska frågor	13
Frågor gällande användning av sociala medier	13
Frågor gällande vänskapsrelationer	14
Rosenberg self-esteem scale	14
<i>Procedur</i>	14
<i>Dataanalys</i>	14
<i>Etiska överväganden</i>.....	15
Resultat	16
<i>Deskriptiv statistik</i>	16
<i>Frågeställning 1</i>	18

<i>Frågeställning 2</i>	18
<i>Frågeställning 3</i>	19
Diskussion	20
<i>Diskussion kring frågeställning 1</i>	20
<i>Diskussion kring frågeställning 2</i>	21
<i>Diskussion kring frågeställning 3</i>	23
<i>Metoddiskussion</i>	25
<i>Etikdiskussion</i>	26
<i>Framtida forskning</i>	27
<i>Slutsats</i>	28
Referenser	30
Bilaga 1	38

Fångad i internätet: en kvantitativ studie om sociala medier, upplevd självkänsla och vänskapsrelationer

Användningen av sociala medier har ökat det senaste årtiondet och fortsätter att öka (Statista, 2021). Olika plattformar används av olika åldersgrupper, där användningen är störst hos ungdomar (Internetstiftelsen, 2015; Internetstiftelsen, 2020; Statens medieråd, 2021). Denna snabba ökning av användningen av sociala medier, i samband med den korta tid som sociala medier existerat, har fått de flesta att fråga sig viken inverkan detta har på oss som människor. Konrath (2010) visade i sin studie på en 40% minskning i empatisk förmåga hos ungdomar över en 30-årig period. En möjlig förklaring som Konrath (2010) lade fram var den ökade användningen av telefoner och sociala medier. Betancourt (2015) kom fram till att ungdomar tenderade att använda plattformar, som exempelvis Facebook, som ett sätt att fly och skydda sig själva från yttre faktorer som hotade deras fysiska jag. Genom att koppla upp sig online så har människan en annan kontroll över vad folk ser och får ta del av. Smartphones finns i nästan var persons ficka och på så vis är världen tillgänglig - och på andra hållet är en tillgänglig för andra – hela tiden och överallt. Turkle (2015) beskrev i en opinionstext hur människor konverserar mer via internet och mindre ansikte mot ansikte:

Of course, we can find empathic conversations today, but the trend line is clear. It's not only that we turn away from talking face to face to chat online. It's that we don't allow these conversations to happen in the first place because we keep our phones in the landscape. (Turkle, 2015, nionde stycket).

Turkle (2015) argumenterade för en tydlig trend i att människors förmåga att konversera och relatera till varandra hade minskat. Samtidigt har utvecklingsteoretiker beskrivit vikten av interaktion med människor i ens omgivning för bland annat en normal utveckling av identitet och självbild (Wrangsjö, 2006). Wrangsjö (2006) menade att självkänsla, som är det begrepp som denna studie fokuserar på, kan ses som en viktig byggsten i en individs självbild.

Sociala medier används på olika sätt och i olika kontexter. Det finns de som använder sociala medier för att hålla kontakten med nära och kära, medan andra delar med sig av sin vardag, delar med sig av träningstips eller interagerar med sina följare. Under januari 2021 fanns det 4,2 miljarder aktiva sociala medier användare i hela världen (Statista, 2020). I Sverige har det dagliga användandet av sociala medier ökat från 53% år 2015 till 74% år 2020 med Facebook, Instagram och Snapchat som de mest dominerande sociala medier ute på marknaden (Internetstiftelsen, 2015; Internetstiftelsen, 2020). Under 2020 var det 90% av ungdomar i åldern 17-18 år som använde sociala medier dagligen och av dessa var det 81%

som använde sociala medier 3 timmar eller mer (Statens medieråd, 2021). Fler kvinnor (76%) än män (67%) hade ett konto på sociala medier och fler kvinnor (75%) än män (54%) hade ett privat konto (Blomfield Neira & Barber, 2013). Det visade sig att kvinnor använde sociala medier för att hålla kontakten med vänner som de sällan träffade personligen i större grad än män, medan män oftare använde sociala medier till att flörta och lära känna nya människor (Blomfield Neira & Barber, 2013; Henzel & Håkansson, 2021). Samtidigt som användandet av sociala medier har ökat har även de negativa konsekvenserna i form av nätmobbing, hot och att lägga upp bilder och videos mot en annan persons vilja ökat (Statens medieråd, 2021). Enligt Statens medieråd (2021) har 20% av ungdomar i åldern 17-18 blivit mobbade på nätet, 13% har blivit hotade och 11% har varit med om att någon har lagt upp videos eller bilder på dem mot deras vilja.

Hög användning av SNS (Social Networking Sites) har visat sig ha en negativ inverkan på självkänsla (Barthorpe et al., 2020; Saiphoo et al., 2020). Barthorpe et al. (2020) fann ett samband mellan psykisk ohälsa och användning av sociala medier hos flickor i åldrarna 13-15 år, men inte hos pojkar i samma ålder. Det har visat sig att SNS-användare ingår i svagare vänskapsrelationer online som då ofta ersätter de starkare vänskapsrelationerna en har med människor som en träffar fysiskt (Saiphoo et al., 2020). Samtidigt finns det andra studier som har framhållt det motsatta, alltså att det är möjligt att upprätthålla väldigt starka relationer online, ibland till och med starkare än de som upprätthålls offline (Kim et al., 2020; McKenna et al., 2002; Nabi et al., 2013). SNS har gjort det enklare att träffa nya människor och upprätthålla redan existerande relationer. Det har blivit lättare att hålla kontakten med vänner och familj även om en flyttar långt iväg. Så om användningen av telefoner och sociala medier ökar, medan interaktionen mellan människor ansikte mot ansikte minskar, vad kan det då ha för konsekvenser för oss som människor, och kanske framförallt för utvecklingen hos dagens ungdomar?

Sociala medier

Vad är sociala medier?

Sociala medier som begrepp uppstod i samband med uppkomsten av Myspace år 2003 och Facebook år 2004, men sociala medier som fenomen kan dateras tillbaka till år 1988 när den första stora chattfunktionen Internet Relay Chat introducerades (Sajithra & Patil, 2013). Nationalencyklopedin ("Sociala medier", u.å.) har definierat sociala medier som ett "Samlingsnamn på kommunikationskanaler som tillåter användare att kommunicera direkt med varandra genom exempelvis text, bild eller ljud." Sociala medier har ett innehåll som

produceras av användarna och fungerar som ett nätverk där de kan kommunicera med varandra på samma villkor och genom samma plattform ("Sociala medier", u.å.). Detta ska inte förväxlas med massmedier som drivs av professionella organisationer som vill nå ut med sitt innehåll till befolkningen ("Sociala medier", u.å.). Olika exempel på sociala medier är bloggar, webbplatser för videoklipp, webbplatser för bilddelning och chattfunktioner.

Web 2.0 och UGC (user generated content) är två begrepp som ibland används istället för sociala medier, men som egentligen är två egna nätverksfunktioner. Web 2.0 kan sägas representera den ideologiska och teknologiska grunden för utvecklingen av sociala medier medan UGC är alla de sätt som användarna kan använda sig av sociala medier (Kaplan & Haenlein, 2010). Web 2.0, som inkluderar bloggar, wikis och olika kollaborativa projekt, används för att beskriva mjukvara där användare och utvecklare använder sig av world wide web – en plattform där innehållet skapas och ändras kollaborativt av alla användare (Hosch, 2017). UGC är ett samlingsnamn för olika sorters medieinnehåll som är skapat av användarna och tillgängligt för allmänheten (Gunter, 2010). För att något ska räknas som UGC behöver det vara publicerat på en webbsida tillgänglig för allmänheten eller en utvald grupp av användare, det behöver uppvisa en viss mängd kreativitet (d.v.s. inte vara en exakt kopia av redan existerande innehåll) samt inte vara skapat inom professionella ramar för t.ex. marknadsföring (Gunter, 2010).

Medieforskning och sociala processer

Kaplan och Haenlein (2010) klassificerade sociala medier utifrån fyra teorier: social presence theory och media richness theory som handlar om medieforskning och teorierna om självpresentation och självavslöjande som handlar om sociala processer. De kategorier som uppstår utifrån Kaplan och Haenleins (2010) klassificering är kollaborativa projekt (t.ex. Wikipedia), bloggar, content communities (t.ex. Twitch och Youtube), social networking sites (t.ex. Instagram och Facebook), virtuella spelvärldar (t.ex. Runescape och Minecraft) och virtuella sociala världar (t.ex. Second Life). Det denna klassificering har bidragit med är en förståelse för olika sociala mediers komplexitet, hur mycket det digitala rummet kan tänkas representera fysisk social interaktion och vilken roll olika sociala medier har i dagens samhälle (Kaplan & Haenlein, 2010).

Medieforskning. Social presence theory och media richness theory är två teorier inom medieforskning. Medieforskning handlar om olika sociala mediers roll i hur intimt ett kommunikationssätt kan vara samt hur snabbt och effektivt information och kommunikation kan utbytas mellan individer (Kaplan & Haenlein, 2010). Social presence theory skiljer på

graden av social närvaro – i form av fysisk och visuell kontakt – som uppstår mellan två parter när de kommunicerar med varandra (Miranda & Saunders, 2003). Digital kommunikation är låg i social närvaro, medan att träffas fysiskt och prata med varandra öga-mot-öga anses vara det kommunikationssätt med högst social närvaro (Chang & Hsu, 2016; Miranda & Saunders, 2003). Kaplan och Haenlein (2010) delade upp social närvaro utifrån två variabler i sin studie: intimitet (interpersonell och medierad) och direkthet (synkron och asynkron). Interpersonella (t.ex. träffas fysiskt) och synkrona (t.ex. direkchat) kommunikationssätt hade hög social närvaro medan medierade (t.ex. telefonsamtal) och asynkrona (t.ex. mejl) hade låg social närvaro. Detta innebär att ju mer interpersonellt och synkront ett medium var desto högre social närvaro fanns det och de kommunicerande individerna hade även ett större socialt inflytande på varandras beteende (Kaplan & Haenlein, 2010). Aktiviteter som krävde ett mer uppgiftsorienterat förhållningssätt kunde utföras med ungefär samma goda kvalitet oavsett medium, medan aktiviteter med fokus på interpersonella relationer oftast krävde medium med hög social närvaro (Miranda & Saunders, 2003).

Daft och Lengels (1986) media richness theory baseras på att olika medier kan ta emot och skicka ut en viss mängd information under ett visst tidsintervall, vilket gör att de kan vara mer eller mindre effektiva när det kommer till att lösa tveksamheter eller tvetydigheter (Daft & Lengel, 1986). Daft och Lengel (1986) utgick i sin studie från att all kommunikation som skedde byggde på att lösa, eller iallafall reducera, konflikter och osäkerheter. Ishii et al. (2019) mätte media richness utifrån fyra olika variabler: direkt feedback, mängden cues som kunde ges i vald kommunikationsform, språkvariation och personliga faktorer. Ju högre nivå eller mängd som det fanns av varje variabel desto högre media richness antogs mediumet ha, och i sin tur även högre social närvaro (Ishii et al., 2019).

Teorier om sociala processer. Sociala processer handlar om hur människor etablerar sig själva på sociala medier utifrån vad en vill dela med sig av och hur äkta en vågar vara. Självpresentation, som anses vara en del av sociala processer, syftar till hur människor vill påverka och ha koll på hur andra uppfattar dem i en social interaktion (Goffman, 1959). Goffman (1959) lade fram det som att det inte bara handlade om att bli omtyckt, även om det kunde vara en stor del utav det, utan också om att kunna få någon sorts belöning (t.ex. göra ett bra intryck på en chef för att få ett jobb) och kunna visa upp en bild av sig själv som överensstämde med ens identitet. Schau och Gilly (2003) fann i sin studie att anledningen till varför människor etablerade hemsidor om sig själva var för att kunna påverka andras första intryck av en ute i cyberrymden. Att kunna styra hur andra uppfattade en ökade chansen att

bli omtyckt (Schau & Gilly, 2003). Olika funktioner, som exempelvis statistik över antal gillningar och följarrantal, har sedan gjort det möjligt för användarna att veta vad andra vill se mer av och vad som ökar ens popularitet (Quennerstedt, 2018; Suler, 2016).

Självavslöjande är djupare och mer personligt jämfört med självpresentation och handlar om att vara transparent och att medvetet, eller omedvetet, visa upp en sårbarhet och personlighet i form av tankar, känslor och vad en gillar och inte gillar (Dhir et al., 2020; Kaplan & Haenlein, 2010). Djupa och meningsfulla relationer bygger på att båda parter är självavslöjande; att båda delar med sig av personliga åsikter och tankar och vågar uppvisa både positiva och negativa känslor (Dhir et al., 2020). Självavslöjande i sig är inte problematiskt, men som Dhir et al. (2020) tog upp i sin studie kan det leda till problematiska beteenden hos den som delar med sig av sitt liv (t.ex. ett beroende att hela tiden lägga upp nya inlägg), men även hos följarna (t.ex. ett stalkerbeteende).

Människan och sociala medier

Det är ingen nyhet att sociala medier, och teknologi överhuvudtaget, finns överallt i dagens samhälle. Kraven som ställs på att teknologin fungerar och förser människor runt om i världen med information och underhållning är höga. Turkle teoretiserar i sin bok "Alone together: Why we expect more from technology and less from each other" (2011) om hur människor älskar denna tillgängliga teknologin som låter dem hålla kontakten med varandra på ett helt annat sätt än tidigare. "People love their new technologies of connection. Parents and children feel more secure and have revolutionized business, education, scholarship and medicine" (Turkle, 2011, s. 152). Sociala medier fungerar som ett extra skydd då de möjliggör för nära och kära att dela med sig av var de befinner sig i realtid om något skulle hända. En annan funktion som sociala medier har är att de bidrar till inläring av ny kunskap genom olika datorprogram och digitala föreläsningar.

Sociala medier har visat sig både ha positiv och negativ inverkan på människors levnadsvanor och psykiska hälsa (Bekalu, 2019; Henzel & Håkansson, 2021; Twenge, 2017; Twenge & Keith Campbell, 2018; Twigg et al., 2020). Barn och ungdomar i dagens samhälle exponeras oftare och tidigare för ny teknologi jämfört med tidigare generationer, vilket har lett till att högre krav ställs på ungdomar att hålla sig uppdaterade kring skvaller och händelser (Henzel & Håkansson, 2021). En term som har uppkommit i samband med att kraven höjts på att alltid vara tillgänglig online och att alltid veta vad som händer i de egna umgängeskretsarna är FoMO (fear of missing out) (Henzel & Håkansson, 2021; Rozgonjuk et al., 2020). Enligt Henzel och Håkansson (2021) är exponeringen för sociala medier

tillsammans med kraven på tillgänglighet två faktorer som kan leda till ett överdrivet och problematiskt internetanvändande. Sociala medier har också visat sig ha en positiv inverkan på hur kommunikation sker och hur kontakt upprätthålls mellan människor (Bekalu et al., 2019; Nabi et al., 2013).

Självkänsla

Självkänsla, en del av självbilden

Självbild beskrivs ofta som på vilket sätt en ser på sig själv och sina kvaliteter. Psykologer som exempelvis Carl R. Rogers (1959) beskriver hur teorier kring självbild, självförtroende samt ideal-själv samverkar. Självbild, enligt Rogers (1959), syftar till hur du ser på dig själv. I enkla termer: Är du ond eller god? Smart eller dum? Snygg eller ful? Rogers (1959) menade att detta styr hur en betar sig och interagerar med omvärlden. Ideal-själv är i kontrast till självbilden hur en individ vill vara. Beroende på hur nära ens ideal-själv självbilden ligger kan detta ha en inverkan på det psykiska måendet. Ju närmre detta ideal-själv en individ är, desto bättre självförtroende har en då människor agerar och tänker på sig själva utifrån hur de vill vara (Rogers, 1959).

Självbilden beskrivs även som hur en individ bygger sin identitet, något som är högst relevant hos tonåringar. Identitetsskapande kan vara en skakig process och en hälsosam sådan förutsätter goda möjligheter till stöd och reflektion. Wrangsjö (2006) beskrev identitet som en serie av självbilder, med något centralt som binder dem samman. Dessa delidentiteter kan förstärkas när de bekräftas av andra och vissa börjas ses som mer av en sanning. De kan även sammanföras och integreras för att bilda en större och mer överhängande sanning om individens själv (Wrangsjö, 2006).

Socialkonstruktivism menar på att självet skapas och formas genom en individs interaktion med omvärlden och i den rådande kontext där personen växer upp i (kulturell och miljö) (Fonagy et al., 2004). Vår konstruktion av självet är då mer en passiv process i den mening att det formas av yttre påverkan. Strong intersubjective theory utmanar den socialkonstruktivistiska synen på självet (Fonagy et al., 2004). Teorin menar på att människor har full tillgång till sitt inre redan som nyfödda och har då möjlighet att påverka det. Detta skulle då tyda på att det existerar mer av ett medfött själv och att en individ på så vis innehar mer agens i sin utveckling (Fonagy et al., 2004)

Lindwall (2011) beskriver två modeller som används i ett mer modernt samtal om självet och självkänsla: nerifrån-och-upp samt uppifrån-och-ner. Nerifrån-och-upp syftar till att vår självuppfattning, och i sin tur självkänsla, bygger på vår interaktion med vår

omgivning (Lindwall, 2011). Feedback kring framgångar eller misslyckanden står till grund för huruvida vår självkänsla är positiv eller negativ. Detta går i linje med det socialkonstruktivistiska synsättet, som också menar på att självet byggs genom inverkan från omgivningen. Uppifrån-och-ner styrker i sin tur mer det intersubjektiva synsättet. Denna modell menar på att människor har en mer grundläggande självkänsla (global självkänsla), som påverkar på vilket sätt händelser tolkas (Lindwall, 2011). Global självkänsla är någonting som uppkommer under uppväxten och påverkar huruvida någonting tolkas som positivt eller negativt. En god global självkänsla tenderar att leda till att omgivningen och händelser tolkas i ett mer positivt ljus, samt bekräfta vår självkänsla. Lindwall (2011) menade på att en individ med denna typ av självkänsla är mindre benägen att internalisera negativa inslag på sin självbild. Det motsatta skulle då kunna uppstå om någon tvärtom har en dålig global självkänsla (Lindwall, 2011).

Kroppsuppfattning

Ytterligare en viktig aspekt av identitetsskapande är att erövra sin kropp. Som spädbarn finns inte en ordentlig känsla för var kroppen börjar och slutar, gränserna flyter ihop med barnets vårdnadshavare. Under uppväxten sker en separation som mer och mer särskiljer självet från föräldrarna. En av de viktigaste uppgifterna för tonåringar blir att bryta sig fri från sina föräldrar och skapa en självständig identitet (Wrangsjö, 2006). Barn och unga söker ständig bekräftelse och det är med hjälp av dessa bekräftelser som ett kropps jag kan formas (Wrangsjö, 2006). Kroppsjaget består av ens inre liv och förnimmelser samt ens yttre, det som möter andra i vår omgivning. I de fall då ens inre blir bekräftat av ens yttre uppstår en chans att skapa en enhetlig identitet eller att olika psykologiska problem och diagnoser uppstår (Wrangsjö, 2006).

Självbilden är beroende av en konstant spegling av andra människor. Denna speglingen sker i utbytet med miljön, först med vårdnadshavare, men sedan med vänner och bekanta. Utan bekräftelse och interaktion med personer i ens omgivning uppstår svårigheter i att bygga en konkret självbild (Cullberg Weston, 2005). Denna bekräftelse uppfylls i tidig ålder av ens föräldrar, men ju äldre en individ blir desto viktigare blir miljön, exempelvis vänner och lärare. I denna miljö sker en konstant jämförelse som påverkas av de rådande trender och kulturella ideal som existerar i vår omgivning (Cullberg Weston, 2005). Vanliga influenser brukar ses som reklam, film och serier, där kroppsideal ofta uppvisas. Kvinnor representeras oftast som smala och män oftast som vältränade. En turkisk studie (Avci & Akliman, 2018) gjord på 710 studenter visade på just detta fenomen. I studien fick deltagarna

skatta sin inställning till diverse kroppsdelar. Studien visade att kvinnor var mer missnöjda med kroppsdelar från midjan och neråt, medan män var främst missnöjda med det motsatta (Avci & Akliman, 2018). Kvinnor vill främst bli av med fett på dessa ställen, medan män främst vill bygga muskler på sina. Detta bör ses ur en kulturell kontext då resultatet av studien i högsta grad påverkas av detta (Avci & Akliman, 2018). Frisé et al. (2014) beskriver i sin bok *Projekt Perfekt* att även i väst frodas ett liknande ideal. Män ska helst uppnå den så kallade V-fysiken, breda axlar och stor bringa med en smal midja. Kvinnor ska uppnå mer av en smal fysik, helst med breda höfter och smal midja. Detta ideal har utvecklats en del under de senaste åren och den slanka smalheten har ersatts av ett mer vältränat, men fortfarande slankt, kroppsideal. Träning i sig är högt värdesatt idag och är ständigt närvarande i reklam, TV och serier samt sociala medier. På så vis utsätts ungdomar för dessa ideal på de flesta plattformar där de interagerar. Inte nog med att tonåren är en stormig tid för många ungdomar rent kroppsligt, utan det väcks även en mer vuxen sexualitet och sexualisering. Detta uppvaknande kan vara disruptivt och obehagligt för många ungdomar, främst unga tjejer (Holmqvist & Frisé, 2012). Många beskriver en känsla av att blickar från andra får en annan innebörd. Därav kan det bli mycket fokus på kroppen, utseendemässighets- och attraktivitetstänk, och speglade i jämnåriga och vuxna i tonåringens närhet (Holmqvist & Frisé, 2012). Förutom att media i alla dess former sprider dessa ideal har gruppsytryck från bland annat jämnåriga, implicit och explicit, en stark inverkan. Interaktion med jämnåriga är en viktig aspekt för uppbyggnad av självet och uppfattning om sin egen kropp (Frisé & Holmqvist, 2010). Det är ur dessa interaktioner och speglingar som kroppsuppfattningar springer ur. Detta behöver inte vara problematiskt för individen, utan beror på den resiliens en individ besitter under denna fas av utvecklingen. En stark kroppsuppfattningsgrund och självbild kan agera som buffert gentemot yttre påverkan (Wrangsjö, 2006). Sammanfattningsvis kan självkänsla, som är det begrepp som denna studie fortsatt kommer att fokusera på, ses som en av byggstenarna i självbild (Wrangsjö, 2006).

Självkänsla och sociala medier

Ungdomar kan känna en viss rädsla över att bli dömd av andra utifrån utseende och att de inte uppnår idealbilden av hur en ska vara som person. Detta är kopplat till utvecklingen av och tillgången till sociala medier (Fardouly & Vartanian, 2015; Saunders & Eaton, 2018; Zimmer-Gembeck et al., 2021). Blomfield Neira och Barber (2013) fann att användning av sociala medier hade en mer negativ påverkan på självkänslan hos kvinnor jämfört med män. Denna könsskillnad skulle kunna bero på att män i större utsträckning använder sociala

medier för att utveckla sina sociala förmågor för att känna sig mer socialt kompetenta (Blomfield Neira & Barber, 2013). Detta i kontrast till kvinnor som i större grad använder sociala medier för att erhålla feedback från andra kopplat till utseende, och i viss utsträckning personlighet, vilket öppnar upp för att få negativ feedback, som i sin tur påverkar självkänslan (Blomfield Neira & Barber, 2013). Då flertalet ungdomar jämför sig själva och sina liv med andras "perfekta liv" – allt det bra och positiva som folk lägger upp på sina sociala medier för att få bra feedback – går det att förstå varför sociala medier kan påverka självkänslan på ett negativt sätt.

I Alruwayshid et al. (2021) studie om hur sociala medier påverkar kroppsmisnöje hos universitetsstudenter fann de att 28,9% av studenterna kände sig missnöjda med sin kropp. Detta missnöje påverkades inte enbart av användningen av sociala medier utan det krävdes även ytterligare faktorer, som t.ex. socioekonomisk klass (Alruwayshid et al., 2021). Idag har människor runt om i världen tillgång till bildredigeringsprogram och kan på så sätt framställa den perfekta kroppen på bild. Enligt Quennerstedt (2018) är det dessa redigerade bilder som kan förstärka redan upplevt kroppsmisnöje. Strubel et al. (2018) kunde inte hitta något samband mellan användning av sociala medier, i denna studie Facebook, och kvinnors upplevda självkänsla. Facebook fungerade som en bekväm och säker plattform att skapa och bibehålla sociala kontakter på, samt en plats där unga kvinnor kunde uppnå social tillfredsställelse (Strubel et al., 2018). Ellison et al. (2007) kom fram till i sin studie att Facebook-användning hade en positiv inverkan på självkänsla och livstillfredsställelse, vilket berodde på positiva och lättillgängliga sociala kontakter med familj och vänner.

Vänskapsrelationer

Vänskapsrelationer kan sägas bestå av tre delar: kvantitet, kvalitet och stabilitet (Barzeva, 2021; Nangle et al., 2003; Poulin & Chan, 2010). Under uppväxten blir de sociala nätverken större, kvaliteten på relationerna förbättras och relationerna blir mer stabila (Barzeva, 2021; de Goede et al., 2009; Poulin & Chan, 2010; Way & Greene, 2006). De som ingick i många vänskapsrelationer hade större chans att bli mer socialt kompetenta (Nangle et al., 2003). Högkvalitativa vänskapsrelationer innebar oftast att de socioemotionella behoven kunde tillgodoses, samtidigt som det sociala stödet upplevdes som mer fördelaktigt (de Goede et al., 2009; Nangle et al., 2003; Waldrip et al., 2008). Waldrip et al. (2008) fann i sin studie att de som ingick i många, högkvalitativa och stabila vänskapsrelationer utvecklade betydelsefulla socioemotionella färdigheter samt upplevde mindre ångest.

Foody et al. (2019) fann i sin studie att unga kvinnor skattade högre på vänskapskvalitet än unga män, vilket hade kunnat bero på att unga män skattade lägre på prosocialt beteende. Liknande fynd gjordes i Demir och Orthels (2011) studie där de kom fram till att både riktiga och idealiserade vänskapsrelationer hos kvinnor hade högre kvalitet och mindre konflikter jämfört med män. I en annan studie skattade unga kvinnor högre än unga män på trygghet och stöd, men inte på närhet och kamratskap, avseende vänskapskvalitet (Cheung & McBride-Chang, 2011). MacEvoy et al. (2016) hittade ingen skillnad mellan pojkar och flickor avseende antal vänner, men hittade en signifikant interaktion mellan klass och kön där flickor i fjärdeklass och pojkar i fjärdeklass hade fler vänner än flickor i tredjeklass respektive pojkar i tredjeklass. Nangle et al. (2003) fann inte heller någon könsskillnad avseende antal vänner.

Två teorier kring förståelse av personliga och sociala relationer

För att förstå vänskap och de relationer ungdomar fostrar och upprätthåller används ofta två teorier: anknytningsteori samt social identity theory. Dessa teorier hjälper en att förstå den utvecklingsteoretiska uppgift som tonåringar står inför, som exempelvis att skapa meningsfulla relationer, skapa en identitet samt hitta mening och riktning i livet (Cotterell, 2007).

Anknytningsteori. Anknytningsteori var initialt ett sätt att beskriva relationen mellan barn och vårdnadshavare. Dock har det med tiden använts mer och mer som ett sätt att förklara relationella mönster även hos vuxna. Langlois (2017) menar att anknytningsteori kan vara ett viktigt stöd vid analys när en jobbar med ungdomar i terapi. De har då utformat tillräckligt bra verbala och mentala verktyg för att kunna delta i en mer metakognitiv diskussion. Anknytning kan ses som en stark motiverande kraft som får en att söka sig till sociala situationer och skapa band med andra individer (Langlois, 2017). Bowlby (1969) skrev om anknytningsbeteenden som utformas som småbarn, men senare studier som t.ex. Fraley och Shaver (1998) talar för att dessa beteenden fortsätter även i högre åldrar. En observationsstudie gjord på par som sa farväl på en flygplats visade på samma typer av anknytningsbeteenden som småbarn kan uppvisa. Beteenden så som ett motstånd i att släppa sin partner fysiskt och gå därifrån och gråtande till undvikande beteenden för att försöka påskynda separationsprocessen (Fraley & Shaver, 1998). På detta vis kan villigheten samt behovet att skapa och upprätthålla sociala relationer hos tonåringar förstås. Det är liknande psykologiska system som är aktiva när en person hanterar känslor, samt beteenden, i ens personliga relationer som de som används när personen agerar inom grupper. Gemensamt för

dessa situationer är hanteringen av teman såsom separation och närhet (Cotterell, 2007). Det finns en risk att bli avvisad i relationer och på så sätt bli lämnad ensam. Beroende på tidigare anknytningsmönster kan detta väcka olika sorters oro inför denna möjlighet. Vissa oroar sig konstant inför vad andra tänker och tycker och söker ständigt bekräftelse på att de inte ska bli lämnade. I kontrast till detta har andra väldigt låg ångest i relation till sin plats i sociala sammanhang och tänker sällan på risken för separation.

Social identity theory. Denna teori innefattar grupprocesser och hur de påverkar sociala beteenden hos individerna i dessa grupper. Utifrån tillhörighet till en eller flera grupper går det att definiera social identitet hos en individ. Social identitet innefattar självkoncept. Det självkoncept en individ innehar kan härledas till och grundas i grupp tillhörighet och på så vis ändras om gruppen eller tillhörigheten ändras. Den sociala identiteten kan då skilja sig beroende på ens nuvarande grupp tillhörighet, men även beroende på vilket värde och känslomässig betydelse som åläggs en (Cotterell, 2007). Tajfel (1978) tog upp att det psykologiska värdet av en grupp bör förstås i relation till andra grupper. Tajfel (1978) menade att värdet framträder i jämförelsen och att en segmenterar sin sociala miljö för att skapa grund för att kunna jämföra sin grupp med andra. Människor tenderar att försöka hitta fel i andra grupper, samtidigt som en höjer den egna gruppen (Tajfel, 1978). Denna insikt kring grupp tillhörighet visar på dess inverkan på individens beteenden. Individer tenderar att adaptera beteenden som gynnar deras position i gruppen för att undvika att bli uteslutna (Tajfel, 1978). Individen kommer att agera utifrån de egna personliga interpersonella kvaliteterna, men beteendena kommer hämmas eller förstärkas utifrån in-gruppen (Cotterell, 2007).

Vänskapsrelationer och självkänsla

Ensamhet, dvs att ha några få eller inga vänner alls, visade sig ha en negativ påverkan på individen (Lodder et al., 2017). Det fanns ett samband mellan ensamhet och tillbakadragande och blyghet i sociala sammanhang, vilket berodde på en rädsla att bli avvisad (Lodder et al., 2017). Lodder et al. (2017) kom även fram till i sin studie att ensamma individer inte såg några stora möjligheter till att skaffa vänner, vilket dels kunde bero på en dålig självkänsla men också en upplevelse av att inte vara en bra vän. Musetti och Corsano (2021) fann i sin studie att god emotionell självkänsla fungerade som en skyddsfaktor för ensamhet. Emotionell självkänsla bygger på närvaron, eller frånvaron, av positiva känslor och god uppskattning av självet under ett negativt emotionellt tillstånd som t.ex. stress eller ångest (Bracken & Lamprecht, 2003; Musetti & Corsano, 2021).

Matera et al. (2020) kom fram till i sin studie att det fanns ett samband mellan hög självkänsla och bättre familje- och vänskapsrelationer. I detta ingick det att deltagarna kände sig högre värderade och att de kunde bidra med något positivt i relationerna när de skattade högt på upplevd självkänsla (Matera et al., 2020). Liknande fynd gjordes i Maunder och Monks (2019) studie där det fanns ett samband mellan högre upplevt självvärde och både god vänskapskvalitet och antal vänner. Detta samband skulle dels kunna bero på att individer med högt självvärde ses som mer attraktiva att umgås med, men även på att de som har goda vänskapsrelationer utvecklar sin känsla av självvärde genom dessa relationer (Maunder & Monks, 2019). Vänskapskvalitet hade en marginellt signifikant positiv inverkan på självkänsla, men det fanns en starkare effekt på både glädje och livstillfredsställelse (Raboteg-Saric & Sakic, 2014). Individer med en positiv självkänsla och högt självförtroende förväntade sig att bli inkluderade och accepterade av andra människor och grupper, vilket ledde till att de oftare ingick i fler och mer intima vänskapsrelationer (Shimizu et al., 2019). Detta i kontrast till individer som var blyga, vilket berodde på dålig självkänsla och dåligt självförtroende, som hade ett mindre antal vänner (Shimizu et al., 2019). Thomas och Daubman (2001) kom fram till i sin studie att unga kvinnor skattade lägre än unga män på upplevd självkänsla. Unga kvinnor skattade även sina vänskapsrelationer som starkare, mer interpersonellt belönande och mer kopplade till stress än unga män (Thomas & Daubman, 2001). Det fanns en korrelation mellan upplevd självkänsla och kvaliteten på vänskapsrelationer med vänner av annat kön men inte med vänner av samma kön hos unga kvinnor (Thomas & Daubman, 2001).

Syfte

Under de senaste fem åren har användningen av sociala medier ökat. Sociala medier ställer stora krav på sina användare och har gjort att synen på oss själva, och hur vi vill uppfattas av andra, har förändrats. Denna förändring har uppkommit i samband med den ökade möjligheten att styra hur vi framställs på sociala medier. Detta gör att vi ständigt påverkas av varandras liv då det räcker att slå på mobilen för att se bilder på sina vänner. På så vis har det sociala samspelet, och vår syn på oss själva, förändrats då det finns möjlighet för ständig jämförelse. Då vi i dag ständigt är uppkopplade är det även mycket lättare att hålla kontakten med nära och kära som bor långt bort. Det har också blivit lättare att lära känna nya människor som delar våra intressen.

Syftet med studien var att undersöka sambandet mellan användningen av sociala medier och upplevd självkänsla hos gymnasieungdomar, samt undersöka om

vänskapsrelationer hade en påverkan på sambandet mellan användning av sociala medier och upplevd självkänsla hos gymnasieungdomar. Studien ämnade också att undersöka könsskillnader för upplevd självkänsla, vänskapskvalitet och antal vänner.

Frågeställningar

1. Finns det ett samband mellan upplevd självkänsla och tid på sociala medier hos gymnasieungdomar?
2. Kan kvaliteten på vänskapsrelationer vara en medierande faktor för sambandet mellan tid på sociala medier och upplevd självkänsla hos gymnasieungdomar?
3. Finns det några könsskillnader på faktorerna upplevd självkänsla, antal vänner och vänskapskvalitet hos gymnasieungdomar?

Metod

Design

Studien var en tvärsnittsstudie med kvantitativ forskningsansats. Datan som samlades in och analyserades berörde deltagarnas nuvarande situation vid det givna tillfället.

Deltagare

Rekryteringen av deltagare till studien skedde genom ett bekvämlighetsurval. Enkäten skickades ut till gymnasieklasser via studieförfattarnas kontaktnät som bestod av lärare på olika gymnasieskolor i södra Sverige. Inklusionskriterier för att delta i studien var att en gick på gymnasiet samt använde sociala medier i någon utsträckning. Totalt deltog 139 personer i studien.

Instrument

Studien utgjordes av en webbenkät (se bilaga 1). Enkäten bestod av två stycken demografiska frågor, Rosenberg self-esteem scale som är ett etablerat formulär om självkänsla samt två egenkonstruerade skalor som avsåg mäta användning av sociala medier och vänskapsrelationer. Hela enkäten bestod av totalt 22 items.

Demografiska frågor

Enkäten inleddes med två demografiska frågor om gymnasieklasstillhörighet och kön. På frågan om gymnasieklasstillhörighet fanns det tre svarsalternativ: "1:an", "2:an" och "3:an". På frågan om kön fanns det tre svarsalternativ: "man", "kvinna" och "annat".

Frågor gällande användning av sociala medier

Användning av sociala medier kontrollerades med två frågor. Första frågan handlade om hur mycket deltagarna använde sociala medier dagligen med fyra olika svarsalternativ från "30 minuter eller mindre" till "3 timmar eller mer". Andra frågan ämnade att undersöka

vad deltagarna använde sociala medier till mest. Deltagarna fick välja ett av följande fyra svarsalternativ: “kommunicera med vänner genom chatt- eller ringfunktioner”, “titta på andras videos, bilder, inlägg, livesändningar etc.”, “lägga upp bilder, texter och videos som handlar om ditt liv, nöjen etc.” och “jobbrelaterade och utbildningsrelaterade syften”.

Frågor gällande vänskapsrelationer

På frågorna gällande användning av sociala medier följde dels tre frågor om antal vänner och dels en egenkonstruerad skala gällande kvaliteten på vänskapsrelationer. De tre frågorna om antalet vänner behandlade hur många vänner som ingick i deltagarnas vänskapskrets, om deltagarna hade fler vänner “online” eller “offline” samt om deltagarna ville ha fler vänner än de hade i dagsläget. Den egenkonstruerade skalan gällande vänskapskvalitet bestod av fem påståenden som besvarades på en fyrgradig likert-skala från “instämmer helt” till “tar helt avstånd”.

Rosenberg self-esteem scale

Enkätens sista del bestod av Rosenberg self-esteem scale som är en självskattningsskala som syftar till att mäta upplevd självkänsla. Instrumentet bestod av tio påståenden som besvarades på en fyrgradig likert-skala från “instämmer helt” till “tar helt avstånd”. Varje item poängsätts på en skala mellan 1-4, där totalpoängen för hela skalan varierar mellan 10-40 (Rosenberg, 1979). Skalan har god reliabilitet med en test-retest reliabilitet på $r = .85$ och $r = .88$ och en Guttman skalkoefficient av reproduktion på $r = .92$. Skalan hade även god validitet och korrelerade signifikant med andra skalor som avsåg mäta självkänsla (Rosenberg, 1979).

Procedur

Datansamlingen skedde via en enkät som administrerades online via Sunet Survey. Ett etablerat formulär kring självkänsla valdes ut, vilket beskrivs under avsnittet om Rosenberg self-esteem scale. Detta ansågs lämpligt för att besvara frågeställningen och hade god reliabilitet och validitet. En svensk översättning tillhandahölls av handledaren. De två egenkonstruerade skalorna kring användning av sociala medier och vänskapsrelationer skickades till handledaren för kontroll. Rektorer och lärare på olika gymnasieskolor kontaktades för att få tillåtelse att administrera enkäten i klasserna. Enkäten var tillgänglig i 36 dygn.

Dataanalys

Dataanalysen genomfördes i IBM SPSS Statistics version 27. Datan som användes överfördes från enkätprogrammet Sunet Survey. För de vända frågorna i skalorna som avsåg

mäta upplevd självkänsla och kvaliteten för vänskapsrelationer kastades värdena för svarsalternativen om för att alla svar skulle indikera värden på samma sätt.

Först togs deskriptiv statistik, i form av frekvenser, fram för studiens variabler: tid dagligen på sociala medier, användningssätt för sociala medier, flest vänner online eller offline samt vill ha fler vänner. Deskriptiv statistik, i form av minimum och maximumvärde (min-max), medelvärde (M) och standardavvikelse (SD), togs fram för de tre skalorna som avsåg att mäta antal vänner, vänskapskvalitet och upplevd självkänsla. Den interna konsistensen beräknades för den egenkonstruerade vänskapskvalitetsskalan samt Rosenberg self-esteem scale med hjälp av Cronbach's alpha.

För att besvara frågeställning 1 genomfördes envägs oberoende ANOVA med tid på sociala medier som oberoende variabel och upplevd självkänsla som beroende variabel. Statistisk analys gjordes både på hela urvalet och på de med lägst, respektive högst upplevd självkänsla. Grupperna för lägst respektive högst upplevd självkänsla bestämdes utifrån kumulativ procent i frekvenstabell för hela urvalet för att grupperna skulle bli så jämna i antal som möjligt. Detta resulterade i att gruppen med lägst upplevd självkänsla ($n = 30$) var de som skattade 12–25 på Rosenberg self-esteem scale och gruppen med högst upplevd självkänsla ($n = 30$) var de som skattade 34–40 på Rosenberg self-esteem scale.

För att besvara frågeställning 2 genomfördes tre bivariata regressionsanalyser för variablerna tid på sociala medier, upplevd självkänsla och vänskapskvalitet.

För att besvara frågeställning 3 genomfördes tre envägs oberoende ANOVA med kön som oberoende variabel och upplevd självkänsla, vänskapskvalitet och antal vänner som beroende variabler.

Acceptabel signifikansnivå för denna studie bestämdes till $p \leq .05$.

Etiska överväganden

Studien ansågs inte behöva etikprövas då den inte kom att behandla sådan information, eller utgöra sådan skada, som nämns under 3-4 §§ Lag om etikprövning som avser människor (SFS 2003:46). De enda personuppgifter som kom att inhämtas var gymnasieklasstillhörighet och kön. Deltagarna var 15 år eller äldre, dvs att informerat samtycke inte behövdes inhämtas från vårdnadshavare utan kunde ges av ungdomen själv. Enkäten var anonym och resultat presenterades på grupp nivå. Deltagarna informerades om studiens syfte, att deltagande var frivilligt och att deltagarna behövde ge informerat samtycke.

Utifrån Beauchamp och Childress (2013) bok "Principles of Biomedical Ethics" resonerade denna studie på följande vis. Eftersom studien var frivillig att fylla i, samt att möjligheten att avbryta när som personen ville, kunde autonomiprincipen anses vara uppfylld. Studien ämnade att undersöka och öka kunskapsläget inom det valda ämnet. På så vis kunde studien tänkas gagna de deltagande, men även samhället i stort, detta i enlighet med godhetsprincipen. Studien ansågs inte ha någon direkt negativ inverkan på deltagarna. En enkätstudie av den typ som användes i denna studien borde inte föreligga någon risk för skada på de deltagande, vilket var i enlighet med ickeskadapprincipen. Frågorna i enkäten ställdes utan någon dold agenda samt med personens integritet i åtanke. Enkäten var designad så att alla inom gruppen skulle kunna delta. Utifrån detta kunde rättvisepprincipen anses vara uppfylld.

Resultat

Deskriptiv statistik

Sammanlagt deltog 139 personer i studien. Av dessa identifierade sig 83 som män (59,7%), 49 som kvinnor (35,3%) och 7 som "annat" (5%). Av deltagarna var det 45 gymnasieungdomar (32,4%) som gick i 1:an, 61 gymnasieungdomar (43,9%) gick i 2:an och 33 gymnasieungdomar (23,7%) gick i 3:an. Majoriteten av deltagarna skattade att de använde sociala medier 1,5 timme eller mer dagligen (62,6%) och det vanligaste användningssättet var att kommunicera med vänner genom chatt- och ringfunktioner (48,9%) följt av att titta på andras videos, bilder etc. (47,5%). Tabell 1 redovisar fullständig deskriptiv statistik för användning av sociala medier. Av deltagarna var det 106 gymnasieungdomar (76,3%) som svarade att de hade flest vänner offline och 16 gymnasieungdomar (11,5%) svarade att de inte ville ha fler vänner (se tabell 1).

Tabell 1

Deskriptiv statistik för bakgrundsinformation gällande (1) tid som deltagarna dagligen är inne på sociala medier, (2) vad deltagarna främst använder sociala medier för, (3) om deltagarna hade flest vänner online eller offline och (4) huruvida deltagarna skulle vilja ha fler vänner eller inte.

Variabler	n	%
Tid dagligen på sociala medier		
30 minuter eller mindre	16	11,5 %
30 minuter – 1,5 timme	36	25,9 %
1,5 – 3 timmar	43	30,9 %
3 timmar eller mer	44	31,7 %
Användningssätt sociala medier		
Kommunicera med vänner	68	48,9 %
Titta på andras videos, bilder etc.	66	47,5 %
Lägga upp bilder, texter och videos	1	0,7 %
Jobb- och utbildningsrelaterat	4	2,9 %
Flest vänner online eller offline		
Online	33	23,7 %
Offline	106	76,3 %
Vill ha fler vänner		
Instämmer helt	26	18,7 %
Instämmer delvis	60	43,2 %
Tar delvis avstånd	37	26,6 %
Tar helt avstånd	16	11,5 %

Kommentar. N = 139. I tabellen presenteras antal respondenter (n) och svarsfrekvens (%) för hur studiens deltagare har svarat på frågorna om sociala medier och antal vänner.

Deltagarna uppskattade i genomsnitt att de hade 17 vänner (M = 17,22, SD = 28,4) och antalet uppskattade vänner hos deltagarna varierade mellan 0 till 300. Tabell 2 redovisar fullständig deskriptiv statistik för antalet uppskattade vänner samt skalorna för vänskapskvalitet och Rosenberg self-esteem scale.

Tabell 2

Deskriptiv statistik för antalet vänner deltagarna uppskattade sig ha samt för skalorna vänskapskvalitet och Rosenberg self-esteem scale.

Variabler	Min	Max	M	SD	α
Antal vänner	0	300	17,22	28,4	-
Vänskapskvalitet	10	20	17,55	2,2	0,54
Upplevd självkänsla	12	40	29,34	5,6	0,85

Kommentar. N = 139. I tabellen presenteras minsta och högsta besvarade värdena (min-max), medelvärden (M), standardavvikelse (SD) och Cronbach's alpha (α) för hur studiens deltagare svarade på skalorna som avsåg att mäta antal vänner, vänskapskvalitet och upplevd självkänsla.

Frågeställning 1

En envägs oberoende ANOVA användes för att undersöka om det fanns ett samband mellan tid på sociala medier och upplevd självkänsla hos gymnasieungdomar. Resultaten visade på ett icke-signifikant samband mellan upplevd självkänsla och tid på sociala medier hos gymnasieungdomar, $F(3, 135) = .502, p = .681$. Tukey's post hoc test visade inte på några signifikanta skillnader på upplevd självkänsla utifrån tid på sociala medier hos gymnasieungdomar.

Envägs oberoende ANOVA visade på att det inte fanns ett signifikant samband mellan de med lägst självkänsla ($n = 30$) och högst självkänsla ($n = 30$), $F(3, 56) = 1,556, p = .210$. Tukey's post hoc test visade inte på några signifikanta skillnader på upplevd självkänsla utifrån tid på sociala medier hos gymnasieungdomar.

Frågeställning 2

För att kunna använda en medieringsmodell krävs det att tre villkor uppfylls (Baron & Kenny, 1986). Villkor ett är att den oberoende variabeln (tid på sociala medier) korrelerar signifikant med både den beroende variabeln (upplevd självkänsla) och den medierande variabeln (vänskapskvalitet). Villkor två är att den medierande variabeln korrelerar signifikant med den beroende variabeln. Villkor tre är att den medierande variabeln antingen minskar eller eliminerar den tidigare signifikanta korrelationen mellan den oberoende och beroende variabeln.

Tre bivariata regressionsanalyser gjordes för se om villkor ett och två uppfylldes (se tabell 3). Regressionsanalys ett, med tid på sociala medier som oberoende variabel och upplevd självkänsla hos gymnasieungdomar som prediktorvariabel, visade på ett icke-signifikant resultat, $F(1, 137) = .310, p = .579$. Regressionsanalys två, med tid på sociala medier som oberoende variabel och kvaliteten på vänskapsrelationer hos gymnasieungdomar som prediktorvariabel, visade även den på ett icke-signifikant resultat, $F(1, 137) = 2,491, p = .117$. Regressionsanalys tre, med kvaliteten på vänskapsrelationer hos gymnasieungdomar som oberoende variabel och upplevd självkänsla hos gymnasieungdomar som prediktorvariabel, visade på ett signifikant resultat, $F(1, 137) = 11,957, p < .001$. Variabeln förklarade 8% av variansen och upplevd självkänsla hos gymnasieungdomar predicerade kvaliteten på vänskapsrelationer hos gymnasieungdomar ($\beta = .283, p < .001$).

Då den oberoende variabeln varken korrelerade med den beroende variabeln eller den medierande variabeln uppfylldes inte villkor ett. Detta innebar att en medieringsmodell inte kunde användas även om villkor två uppfylldes.

Tabell 3

Korrelationsmatris för variablerna tid på sociala medier, upplevd självkänsla hos gymnasieungdomar och vänskapskvalitet.

Variabler	Tid på sociala medier	Upplevd självkänsla	Vänskapskvalitet
Tid på sociala medier	-	.047	.134
Upplevd självkänsla	.047	-	.283*
Vänskapskvalitet	.134	.283*	-

Kommentar. * $p < .05$.

Frågeställning 3

Tre envägs oberoende ANOVA gjordes för att undersöka könsskillnader på variablerna upplevd självkänsla, vänskapskvalitet och antal vänner hos gymnasieungdomar. Inga signifikanta könsskillnader kunde hittas för vänskapskvalitet hos gymnasieungdomar, $F(2, 136) = .563, p = .571$ eller antal vänner hos gymnasieungdomar, $F(2, 136) = 1,630, p = .2$.

Det fanns en signifikant könsskillnad avseende upplevd självkänsla hos gymnasieungdomar, $F(2, 136) = 7,796, p < .001$, partiell $\eta^2 = .103$. Effektstorlek (partiell η^2)

indikerade en medium effektstorlek. Tukey's post hoc test visade på en signifikant skillnad ($p = .037$) mellan män ($M = 30,55$, $SD = 5,85$) och kvinnor ($M = 28,14$, $SD = 4,60$). Det fanns även en signifikant skillnad ($p = .002$) mellan män ($M = 30,55$, $SD = 5,85$) och annat ($M = 23,29$, $SD = 4,07$). Det verkade även finnas en viss skillnad mellan kvinnor ($M = 28,14$, $SD = 4,60$) och annat ($M = 23,29$, $SD = 4,07$), men denna skillnad var inte signifikant ($p = .068$).

Diskussion

I den aktuella studien undersöktes om det fanns ett samband mellan tid på sociala medier och upplevd självkänsla hos gymnasieungdomar. Det undersöktes även om kvaliteten på vänskapsrelationer kunde vara en medierande faktor för ett eventuellt samband mellan tid på sociala medier och upplevd självkänsla hos gymnasieungdomar. Utöver detta var studiens syfte även att undersöka om det fanns några könsskillnader på faktorerna upplevd självkänsla, vänskapskvalitet och antal vänner hos gymnasieungdomar.

Diskussion kring frågeställning 1

Utifrån studiens första frågeställning kan vi se att studien inte har uppnått signifikant resultat. Detta resultat ligger inte i linje med andra studier i ämnet (Blomfield Neira & Barber 2013; Fardouly & Vartanian, 2015; Saunders & Eaton, 2018; Zimmer-Gembeck et al., 2021). Den aktuella studien ligger i linje med fynden som gjordes av Strubel et al. (2018), som i kontrast till de andra studierna inte hittat ett signifikant samband. En möjlig förklaring till detta kan hittas i det urval som använts i studien. För det första är könsfördelningen viktad åt ett håll då där är fler män (59%) som svarat på studien än kvinnor (35,3%). Detta i kontrast till Blomfield Neira och Barbers (2013) samt Zimmer-Gembeck et als. (2021) studie som hade en någorlunda jämn könsfördelning, medan Fardouly och Vartanians (2015) samt Saunders och Eatons (2018) studie enbart gjordes på kvinnor. Könsfördelning i denna studie är då skild från andra studier. Studier på inverkan av sociala medier på människor har visat på både en negativ samt en positiv inverkan (Henzel & Håkansson, 2021; Bekalu, 2019; Twenge, 2017; Twenge & Keith Campbell, 2018; Twigg et al., 2020). Mycket av denna forskning har gjorts på det bredare begreppet psykisk ohälsa, istället för som exempelvis denna studie som fokuserat på självkänsla.

En faktor i frågeställningen som inte undersöktes i denna studie var hur kroppsuppfattningen hos deltagarna såg ut. Kroppsuppfattning är tydligt kopplat till självkänsla och identitetsutvecklingen hos ungdomar (Wrangsjö, 2006). Studier visar även att ett stort fokus för forskningen kring användning av sociala medier är inriktat på kroppen (Cullberg Weston, 2005; Wrangsjö, 2006). Exempel på detta är bland annat delning av bilder

på sig själv, träningsfokuserade inlägg och kanaler, samt fokus på kändisar och influencers. I denna studie har självkänsla och användning av sociala medier användning mätts separat för att sedan jämföras. Självkänslan har mätts som en generell faktor, och då utan sociala medier perspektivet. Rosenberg self-esteem scale innefattar inte heller explicit kroppsmisnöje som en faktor, utan fokuserar mer på hela individens självkänsla. Att en sådan viktig faktor som kroppsuppfattning inte får plats under begreppet och studiens ramar gör att viktig information kan ha gått miste om. Vidare har andra sociala faktorer inte analyserats inom ramarna för denna studien. Exempelvis anknytningsteori skulle kunna vara ett bra underlag till förståelsen av ungdomar och deras självkänsla. Vi vet att anknytningsbeteenden och mönster fortsätter i vuxen ålder (Langlois, 2017). Därför kan undersökning av anknytning leda till större förståelse av ungdomars utveckling och hur de formar relationer på exempelvis sociala medier. Fortsatt är ungdomens sociala situation, exempelvis grupptillhörighet, inte något som utforskas i denna studien. Studien frågar deltagarna om deras relationer, men inte hur deras större sociala situation ser ut. Utifrån social identity theory vet vi att grupptillhörighet är en viktig faktor i en persons utveckling och självidentifierande. Självkänslan hos en individ är i högsta grad påverkat av deras grupptillhörighet och utvecklas i kontrast till andra grupper (Cotterell, 2007; Tajfel, 1978). Den nuvarande studien hade inte som fokus att ta med denna aspekt, dock skulle framtida forskning kunna vidare undersöka grupper.

Diskussion kring frågeställning 2

Den aktuella studien utgick från Baron och Kennys (1986) tre villkor för medieringsanalys för att undersöka huruvida vänskapskvalitet kunde fungera som en medierande faktor för samband mellan användning av sociala medier och upplevd självkänsla hos gymnasieungdomar. Av de tre villkoren var det bara villkor två som uppfylldes; det fanns en signifikant korrelation mellan vänskapskvalitet och upplevd självkänsla hos gymnasieungdomar. Villkor ett uppfylldes ej då tid på sociala medier varken korrelerade signifikant med upplevd självkänsla eller vänskapskvalitet hos gymnasieungdomar. Utifrån att villkor ett ej uppfylldes beslutade författarna till studien sig för att inte fortsätta med medieringsanalysen.

Det finns mycket forskning kring samband mellan sociala medier och upplevd självkänsla (Alruwayshid et al., 2021; Blomfield Neira & Barber, 2013; Ellison et al., 2007; Strubel et al., 2018) samt samband mellan upplevd självkänsla och vänskapsrelationer (Lodder et al., 2017; Maunder & Monks, 2019; Musetti & Corsano, 2021; Raboteg-Saric & Sakic, 2014; Shimizu et al., 2019). Sambandet mellan tid på sociala medier, upplevd

självkänsla och vänskapskvalitet hos gymnasieungdomar verkar däremot vara mer utforskat då det inte verkar finnas någon, eller iallafall bara finnas väldigt lite, forskning kring detta fenomen. Detta skulle kunna bero på att det är en specifik frågeställning i den bemärkning att den dels är fokuserad på den specifika gruppen ”gymnasieungdomar”, och dels ämnar att undersöka sambandet mellan tre definierade och avgränsade begrepp. Det kan också bero på att forskningen som fokuserar på sociala mediers påverkan på människor ofta handlar om psykisk ohälsa som ett bredare begrepp (Barthorpe et al., 2020; Bekalu, 2019; Henzel & Håkansson, 2021; Konrath, 2010; Twigg et al., 2020) eller vad sociala medier kan leda till för konsekvenser och beteenden (Henzel & Håkansson, 2021; Statens medieråd, 2021; Turkle, 2011). Användningen av sociala medier har ökat det senaste årtiondet, både när det kommer till hur länge människor är inne på sociala medier och inom vilka områden och kontexter en använder sociala medier (Statista, 2021). Detta innebär att forskning kring sociala medier och dess inverkan på psykisk hälsa är mer aktuell idag än vad det har varit tidigare. Litteraturen och forskningen som berör sambandet mellan sociala medier och psykisk ohälsa är omfattande. Det som saknas är forskningen som behandlar mer specifika områden som t.ex. sociala mediers inverkan på vänskapsrelationer och upplevd självkänsla, och specifika grupper som t.ex. gymnasieelever.

Korrelationen mellan vänskapskvalitet och upplevd självkänsla hos gymnasieungdomar i denna studie stöds av tidigare forskning där de har hittat samband mellan de två faktorerna (Lodder et al., 2017; Matera et al., 2020; Maunder & Monks, 2019; Musetti & Corsano, 2021; Shimizu et al., 2019; Thomas & Daubman, 2001). Raboteg-Saric & Sakic (2014) menade på att vänskapskvalitet påverkade självkänsla, medan Shimizu et al. (2019) hittade det motsatta, att en positiv självkänsla och högt självförtroende lade grunden för vänskapsrelationer med högre kvalitet. Den aktuella studien undersökte bara korrelation och det går därför inte att säga något om vilket som berodde på vad. Vi tänker oss dock att det ena inte behöver utesluta det andra, utan att det kan gå åt båda hållen. Gymnasieungdomarna som skattade högt på upplevd självkänsla i denna studie kunde troligtvis lägga mer tid och energi på att upprätthålla sina vänskapsrelationer och engagera sig mer i dessa. Samtidigt skulle det kunna vara att de gymnasieungdomar som ingick i vänskapsrelationer med högre kvalitet fick mer stöd av sina vänner och därmed kände sig mer självsäkra och hade en mer positiv syn på sig själva.

Medieforskning och sociala processer bidrar med en viss insikt i sociala mediers roll avseende upplevd självkänsla och vänskapsrelationer (Daft & Lengel, 1986; Dhir et al., 2020;

Goffman, 1959; Ishii et al., 2019; Kaplan & Haenlein, 2010; Miranda & Saunders, 2003; Schau & Gilly, 2003). Den aktuella studien hittade ingen korrelationen mellan användning av sociala medier och vänskapskvalitet hos gymnasieungdomar, och inte heller mellan användning av sociala medier och upplevd självkänsla. Detta skulle kunna bero på hur deltagarna använde sociala medier och vilka plattformar de var inne mest på. Då sociala medier består av olika plattformar som är olika effektiva, intima och direkta skulle skillnader i användningsområden och tid inne på sociala medier kunna ha en påverkan på den aktuella studiens resultat. Av deltagarna i studien använde 31,7% sociala medier 3 timmar eller mer dagligen. Studiedeltagarna använde sociala medier främst för att kommunicera med vänner (48,9%) och titta på andras videor, bilder etc. (47,5%). Utifrån detta tänker vi att även om sociala medier generellt kan ses som ett effektivt kommunikationssätt för människor att upprätthålla och engagera sig i vänskapsrelationer, behöver det inte nödvändigtvis vara så. Det kan dels ha att göra med en individs preferens. Endel föredrar kanske att hålla majoriteten av kontakten med vänner i det fysiska rummet. En annan möjlig förklaring till den aktuella studiens icke-signifikanta resultat avseende användning av sociala medier och vänskapsrelationer hos gymnasieungdomar skulle kunna vara att mycket av den forskning som finns har gjorts på vuxna personer som inte har samma sociala medier vanor och som eventuellt också har en annan syn på vänskapsrelationer (Daft & Lengel, 1986; Miranda & Saunders, 2003).

De som använde sociala medier främst för att hålla kontakten med vänner skulle möjligtvis kunna vara de som skattade högre på vänskapskvalitet och antal vänner. Detta då de använde sociala medier för att upprätthålla och fördjupa sina vänskapsrelationer genom att dagligen hålla kontakten med sina nära och kära. De som använde sociala medier främst för att titta på andras bilder och videor skulle kunna vara de som skattade lägre på upplevd självkänsla. Detta utifrån att de möjligtvis jämförde sig mer med andra. Detta resonemang skulle gå i linje med tidigare forskning kring självkänsla (Avci & Akliman, 2018; Fardouly & Vartanian, 2015; Frisé et al., 2014).

Diskussion kring frågeställning 3

Studien fann inga signifikanta könsskillnader på variablerna vänskapskvalitet och antal vänner hos gymnasieungdomar. Det fanns däremot en signifikant könsskillnad avseende upplevd självkänsla hos gymnasieungdomar. Skattningen av upplevd självkänsla hos gymnasieungdomar skilde sig mellan män och kvinnor samt mellan män och annat.

Könsskillnaderna för upplevd självkänsla hos gymnasieungdomar överensstämmer med tidigare forskning där kvinnor generellt har skattat lägre än män på upplevd självkänsla (Blomfield Neira & Barber, 2013; Thomas & Daubman, 2001). Blomfield Neira & Barber (2013) jämförde upplevd självkänsla hos kvinnor och män utifrån användningen av sociala medier. Då denna studie inte fann ett signifikant samband mellan användning av sociala medier och upplevd självkänsla hos gymnasieungdomar går det inte att dra slutsatsen att könsskillnaden berodde på användning av sociala medier. Som tidigare nämnt är mycket av den forskning som finns kring självkänsla antingen fokuserad på självkänsla hos en större population eller på självkänsla hos kvinnor. Det behövs mer forskning om könsskillnader för upplevd självkänsla.

Tidigare studier har visat på att kvinnor skattade högre än män på vänskapskvalitet (Cheung & McBride-Chang, 2011; Demir & Orthel, 2011; Foody et al., 2019; Thomas & Daubman, 2001), vilket inte överensstämmer med resultatet i denna studie då en sådan könsskillnad inte fanns. Cheung och McBride-Chang (2011) fann att unga kvinnor skattade högre än unga män på faktorerna trygghet och stöd för vänskapskvalitet, men inte på faktorerna närhet och kamratskap. Frågorna i den aktuella studien som avsåg att mäta vänskapskvalitet skulle kunna kategoriseras som främst trygghet och stöd då de var formulerade som t.ex. "vänner ställer inte upp när jag ber om hjälp" och "jag kan vara mig själv när jag är med mina vänner". Denna diskrepans mellan denna studiens resultat och tidigare resultat skulle kunna bero på att skalan som användes för att mäta vänskapskvalitet var egenkonstruerad med en låg reliabilitet. Ytterligare en orsak skulle kunna vara att skalan i denna studien var inriktad på en del av vänskapskvalitet (stöd och trygghet), och inte behandlade flera olika aspekter av vänskapskvalitet.

Varken MacEvoy et al. (2016) eller Nangle et al. (2003) kunde hitta någon könsskillnad avseende antal vänner. Detta stödjer resultatet i denna studie där det inte fanns någon signifikant skillnad i antal vänner mellan könen. Resultatet kan bero på att antalet vänner inte spelar lika stor roll som kvaliteten på vänskapsrelationer för olika könsgupper, vilket innebär att det är helt slumpartat hur många en person väljer att hålla kontakten med. Det skulle också kunna bero på att människan i sig är en social varelse som vill känna ett sammanhang oavsett kön. Generellt har det inte gjorts mycket forskning om könsskillnader gällande antal vänner. Den forskning som har gjorts fokuserar på sambandet mellan antalet vänner och psykisk ohälsa, individen själv och olika aspekter av vänskapskvalitet som

exempelvis trygghet, närhet och stöd (Cheung & McBride-Chang, 2011; Nangle et al., 2003; Poulin & Chan, 2010; Raboteg-Saric & Sakic, 2014; Waldrip et al., 2000).

Metoddiskussion

Det valda formatet på studien var en tvärsnittsstudie med kvantitativ forskningsansats. Detta valdes för att fenomenet studien undersökte ansågs beforskat, så därför ville studien undersöka en specifik variabel. En kvantitativ studie ger en större möjlighet att generalisera resultaten än en kvalitativ då populationen som ingår generellt sett är större. Dock är det svårare att undersöka ämnet grundligt. En kvalitativ forskningsansats genererar i regel mer djupgående information än vad den kvantitativa forskningsansatsen har möjlighet att göra.

Tillgängligheten till skolor var svårare att få än först uppskattat. Detta hade dels att göra med att skolorna som tillfrågades antingen inte hade tid att administrera enkäten ute i klasserna, eller att de hade bestämt sedan tidigare att inte ingå i enkätstudier. Därför samlades data in via de skolor vi fick tillgång till samt bekantskaper som hade tillgång till gymnasieklasser. Studiens power var genomgående låg, vilket dels kan ha berott på deltagarantalet och dels på en låg effektstorlek. Undersökningen hade som ambition att få in minst 300 enkätsvar, men på grund av rådande omständigheter med corona-pandemin, samt en viss motsättning från skolorna att delta i studien, blev det slutliga antalet 139 deltagare.

Studien behandlar fyra olika konstrukt som har skapats av (forskar-)samhället och som kan innebära olika saker beroende på vem en frågar: sociala medier, upplevd självkänsla, vänskapskvalitet och antal vänner. Konstruktvaliditet kräver att begrepp är tydligt definierade och att det finns en lämplig operationalisering. För att motverka ofullständig explikation av konstrukten i studien försökte vi att definiera de konstrukt som använts så tydligt som möjligt i inledningen. Studien använde sig endast av självrapportering som metod vilket innebar att studiens resultat endast baserades på deltagarnas egna uppfattningar och värderingar. För att få mer exakta värden på användning av sociala medier hade detta kunnat mätas under en längre tid istället för att utgå från deltagarnas egna uppfattning om hur lång tid de dagligen var inne på sociala medier. För att motverka sammanblandning av olika konstrukt valde vi att skriva ut "gymnasieungdomar" när deltagarna i den aktuella studien presenterades under resultat och diskussion för att inte blanda ihop det med andra studiers deltagare. Resultaten för den aktuella studien stöds delvis av tidigare forskning vilket visar på att resultaten inte nödvändigtvis gäller en specifik grupp utan går att generalisera. Trots detta är det svårt att helt kunna generalisera resultaten över olika personer och omständigheter. Anledningen till detta är för att vissa resultat inte går i linje med tidigare forskning och för att denna studie har en

specifik urvalsgrupp: gymnasieungdomar i södra Sverige. Det är svårt för oss att uttala oss om det fanns någon spridning i deltagarnas etnicitet, sexualitet, socioekonomiska klass etc. då denna information ej inhämtades, men det finns utrymme för framtida forskning att studera den aktuella studiens fenomen mer generellt.

Skalan som avsåg att mäta vänskapskvalitet var egenkonstruerad med en Cronbach's alpha på $\alpha = .54$, vilket räknas som en dålig, men inte oacceptabel, intern konsistens för skalans items (George & Mallery, 2003). För att höja skalans reliabilitet hade en pilotstudie kunnat utformas för att testa och utveckla skalan innan den slutgiltiga enkäten skickades ut. Det låga Cronbach's alpha värdet kan bero på att skalan endast består av fem items, vilket anses som få. Fler items för skalan hade med stor sannolikhet kunnat höja den interna konsistensen. Beräkningar i SPSS visade på att alla befintliga items tillförde något till skalan då värdet på Cronbach's alpha hade blivit lägre om något item hade tagits bort. Frågorna som skalan byggde på kändes relevanta för studien. Då formuläret var egenkonstruerat hade vi stor frihet i vilken sorts frågor som skulle ställas för att svara på frågeställningarna, vilket gjorde att skalan blev specifik för just denna studien. Vi ville att enkäten i sin helhet inte skulle ta alltför lång tid att svara på för att det skulle vara lättare att administrera enkäten ute i skolklasserna, därav det låga antalet items.

En liknande studie uppmätte ($M = 26,82$) på Rosenberg self-esteem scale, vilket är lite lägre än det uppmätta värdet i denna studie ($M = 29,34$) (Strindberg-Engström, 2021). Rosenberg self-esteem scale valdes ut till denna studie på grund av dess längd samt att det är en erkänt valid skala. Dock mäter skalan mer av en generell självkänsla i kontrast till exempelvis Self-image questionnaire for young adolescents (SIQYA) som både mäter nio typer av självbild, samt är inriktad specifikt på ungdomar (Petersen et al., 1984). Denna skala är på 98 items och bestämdes vara för omfattande för denna studies enkät. Rosenberg self-esteem scale är inte heller anpassad efter en internetbaserad självkänsla vilket kan ses skilja sig från en självkänsla i verkligheten. Exempelvis item 3 "jag känner att jag har många goda egenskaper" skulle kunna anpassas och specificeras mer gentemot en sociala medier kontext. Även item 7 "jag tycker jag är en person med ett visst värde, i alla fall lika bra som de flesta andra" skulle kunna omformuleras för att syfta mer på ett internet-jag och en jämförelse med andra på internet.

Etikdiskussion

Studien inleddes med en bedömning om huruvida det behövdes en etikprövning. Utifrån 3-4 §§ Lag om etikprövning som avser människor (SFS 2003:46) ansåg vi att ingen

prövning behövdes utföras. Studien ansågs inte ha en negativ inverkan på dess deltagare och borde därför ses som etiskt oproblematiskt. Studiens ansats till att öka kunskapsläget inom det valda ämnet borde anses överstiga eventuella etiska risker.

Framtida forskning

Framtida forskning borde fortsätta undersöka sambandet mellan upplevd självkänsla och sociala medier. Fenomenet skulle också kunna nyanseras genom att utforska vilka andra faktorer som kan påverka sambandet. De aspekter som tas upp i den aktuella studien skulle kunna forskas på mer longitudinellt. Vi tänker framförallt att longitudinell forskning skulle kunna undersöka sambandet mellan sociala mediers och upplevd självkänsla över tid för att utforska om det uppstår några skillnader mellan de som använder sociala medier lite och de som använder sociala medier mycket. Forskningen skulle även kunna fokusera på hur t.ex. upplevd självkänsla, olika aspekter av psykisk ohälsa och vänskapsrelationer utvecklar sig om användningen av sociala medier ökar eller minskar för en population. Sociala medier har enbart varit ett etablerat fenomen sedan 2003 när Myspace skapades (Sajithra & Patil, 2013). Därför vet vi fortfarande inte vilken inverkan det har på ungdomar på lång sikt. Den påverkan som sociala medier har på personer som haft det ständigt närvarande under sin uppväxt, framförallt på utvecklingspsykologiska aspekter kvarstår att se.

Vänskapskvalitetsskalan i denna studien bestod av fem items vilket är ett lågt antal i jämförelse med andra skalor som avser att mäta vänskapskvalitet, som t.ex. The McGill friendship questionnaire – friend’s functions (MFQ-FF), Friendship qualities scale (FQS) och Cambridge friendship questionnaire som består av 23–35 items (Baron-Cohen & Wheelwright, 2003; Bukowski et al., 1994; Mendelson & Aboud, 1999). Framtida forskning skulle kunna använda sig av någon av dessa befintliga vänskapskvalitetsskalor för att undersöka om det hade gett samma resultat. Framtida studier skulle även kunna använda vår egenkonstruerade skala som grund och lägga till fler frågor som är ännu mer specifika. Exempel skulle kunna vara att dela upp “vänner lyssnar när jag berättar om något som skett” i fler items som t.ex.: “vänner lyssnar när jag berättar om en jobbig händelse som jag har varit med om”, “vänner lyssnar när jag berättar om en gemensam kompis som har lyckats med något” och “vänner lyssnar när jag berättar om något jag gjort som jag är nöjd med”.

Studien hade kunnat genomföras med ett annat mätinstrument på självkänsla än Rosenberg self-esteem scale. SIQYA är en skala som mäter självbild (Petersen et al., 1984). Denna skala i kontrast till Rosenberg self-esteem scale använder 98 items istället för 10 items och mäter självbild utifrån nio olika delskalor. Ett användande av en annan skala på detta vis

skulle kunna nyansera resultaten ytterligare. Eftersom denna skala mäter flera olika typer av självbild, skulle ett bredare utforskande kring vilken typ av självbild som påverkas och i vilka situationer kunna göras.

Som diskuterat i frågeställning 1 hade studier enbart på pojkar/män varit ett intressant fortsatt forskningsämne. Fokuset i den forskning som tagits med i denna studie har varit att utreda skillnader mellan män och kvinnor, eller att utreda vilken effekt sociala medier har på kvinnors självkänsla eller psykiska hälsa. Exempelvis hur utseendeideal och identitetsskapande sker och påverkar män och kvinnor olika (Frisén et al., 2014; Wrangsjö, 2006). Eftersom att den största andelen deltagare i denna studie var män, blir det icke-signifikanta resultatet intressant att undersöka. Om det inte finns ett samband mellan sociala medier och mäns självkänsla, är frågan om påverkan ser annorlunda ut, eller om mäns självkänsla inte påverkas alls. Framtida studier skulle då kunna gagnas av att utforska vidare på och nyansera denna kunskap. Exempel på framtida forskning är fortsatta kvantitativa studier med fokus på en bredare definition av självkänsla. En sådan studie hade behövt ha en längre och mer omfattande enkät. Ett annat exempel är att göra en mer kvalitativ ansats för att undersöka skillnaderna mellan män och kvinnor utifrån användningen av sociala medier. Även semistrukturerade intervjuer med fokus på att undersöka vilken inverkan, både positiv och negativ, som sociala medier har på ungdomars psykiska hälsa skulle kunna vara något att forska vidare på. Detta underlag kan ge oss möjlighet att planera vidare forskning och framtida möjliga behandlingsinsatser.

Slutsats

Sammanfattningsvis visar inte denna studie på något samband mellan användning av sociala medier och upplevd självkänsla hos gymnasieungdomar. Detta resultat överensstämmer inte med de flesta andra studier på ämnet. Enligt denna studien skulle detta kunna bero på flera faktorer, exempelvis den könsfördelning som framkom i studiens population som skiljer sig från tidigare studier. Resultatet för denna studie kan antingen tyda på att frågeställning 1 är felställd eller att det samband som uppmätts i andra studier, och inte i den aktuella studien, inte är helt generaliserbar. Studiens resultat visar på att vänskapskvalitet inte verkar som en mediator mellan användning av sociala medier och upplevd självkänsla hos gymnasieungdomar. Detta resultat kan förklaras bland annat av metodval i studien. Tidigare studier visar på sociala mediernas inverkan på vänskapskapande och upprätthållande, vilket tyder på en inverkan, men inte att vänskapskvalitet skulle fungera som en medierande faktor gentemot självkänsla. Slutligen visar studiens resultat att det finns en könsskillnad

avseende upplevd självkänsla, men inte för vänskapskvalitet eller antal vänner hos gymnasieungdomar. Detta resultat har funnits i tidigare studier och visar på att det finns en skillnad mellan män och kvinnor avseende självkänsla. Fortsatta studier för att undersöka om det finns andra möjliga medierande faktorer är en viktig väg att gå.

Referenser

- Alruwayshid, M. S., Alduraywish, S. A., Allafi, A. H., Alshuniefi, A. S., Alaraik, E. F., Alreshidi, F., Almughais, E. & Alruwayshid, N. S. (2021). The influence of social media on body dissatisfaction among college students. *Journal of Family Medicine and Primary Care*, 10(4), 1741–1746. Doi: https://doi.org/10.4103/jfmpe.jfmpe_1529_20
- Avci, M. & Akliman, C. K. (2018). Gender differences in perception of body, expressions of body image and body image coping strategies among Turkish adolescents. *International Journal of Curriculum and Instruction*, 10(2), 30–44.
- Baron, R. M. & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182. Doi: <https://doi.org/10.1037//0022-3514.51.6.1173>
- Baron-Cohen, S. & Wheelwright, S. (2003). The friendship questionnaire: an investigation of adults with asperger syndrome or high-functioning autism, and normal sex differences. *Journal of Autism and Developmental Disorders*, 33(5), 509–517. Doi: <https://doi.org/10.1023/a:1025879411971>
- Barthorpe A., Winstone, L., Mars, B. & Moran, P. (2020). Is social media screen time really associated with poor adolescent mental health? A time use diary study. *Journal of Affective Disorders*, 274, 864–870. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.jad.2020.05.106>
- Barzeva, S. A., Richards, J. S., Veenstra, R., Meeus, W. H. J. & Oldehinkel, A. J. (2021). Quality over quantity: a transactional model of social withdrawal and friendship development in late adolescence. *Social Development*, 1–21. Doi: <http://dx.doi.org/10.1111/sode.12530>
- Beauchamp, T. L. & Childress, J. F. (2013). *Principles of biomedical ethics* (7. uppl.). Oxford University Press.
- Bekalu, M. A., McCloud, R. F. & Viswanath, K. (2019). Association of social media use with social well-being, positive mental health, and self-rated health: disentangling routine use from emotional connection to use. *Health Education & Behavior*, 46(25), 69S–80S. Doi: <http://dx.doi.org/10.1177/1090198119863768>
- Betancourt, T. S., Frounfelker, R., Mishra, T., Hussein, A & Falzarano, R. (2015). Addressing health disparities in the mental health of refugee children and adolescents through

- community-based participatory research: a study in 2 communities. *American Journal of Public Health*, 105(3), S475–S482. <https://doi.org/10.2105/AJPH.2014.302504>
- Blomfield Neira, C. J. & Barber, B. L. (2014). Social networking site use: linked to adolescents' social self-concept, self-esteem, and depressed mood. *Australian Journal of Psychology*, 66, 56–64. Doi: <https://doi.org/10.1111/ajpy.12034>
- Bowlby, J. (1969). *Attachment and loss: volume 1. Attachment*. Basic Books.
- Bracken, B. A. & Lamprecht S. M. (2003). Positive self-concept: an equal opportunity construct. *School Psychology Quarterly*, 18(2), 103–121. Doi: <http://dx.doi.org/10.1521/scpq.18.2.103.21859>
- Bukowski, W. M., Hoza, B. & Boivin, M. (1994). Measuring friendship quality during pre- and early adolescence: the development and psychometric properties of the friendship qualities scale. *Journal of Social and Personal Relationships*, 11, 471–484. Doi: <https://doi.org/10.1177/0265407594113011>
- Chang, C-M. & Hsu, M-H. (2016). Understanding the determinants of users' subjective well-being in social networking sites: an integration of social capital theory and social presence theory. *Behaviour & Information Technology*, 35(9), 720–729. Doi: <http://dx.doi.org/10.1080/0144929X.2016.1141321>
- Cheung, S. K. & McBride-Chang, C. (2001). Relations of gender, gender-related personality characteristics, and dating status to adolescents' cross-sex friendship quality. *Sex Roles: A Journal of Research*, 64(1-2), 59–69. Doi: <http://dx.doi.org.ludwig.lub.lu.se/10.1007/s11199-010-9880-5>
- Cotterell, J. (2007). *Social networks in youths and adolescence*. Routledge.
- Cullberg Weston, M. (2008). *Ditt inre centrum, om självkänsla, självbild och konturen av ditt själv*. Natur och kultur.
- Daft, R. L. & Lengel, R. H. (1986). Organizational information requirements, media richness, and structural design. *Management Science*, 32(5), 554–571. Doi: <https://10.1287/mnsc.32.5.554>
- De Goede, I. H. A., Branje, S. J. T. & Meeus, W. H. J. (2009). Developmental changes and gender differences in adolescents' perceptions of friendships. *Journal of Adolescence*, 32, 1105–1123. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2009.03.002>
- Demir, M. & Orthel, H. (2011). Friendship, real–ideal discrepancies, and well-being: gender differences in college students. *The Journal of Psychology: Interdisciplinary and*

- Applied*, 145(3), 173–193. Doi: <http://dx.doi.org/ludwig.lub.lu.se/10.1080/00223980.2010.548413>
- Dhir, A., Talwar, S., Kaur, P., Budhiraja, S. & Islam, N. (2021). The dark side of social media: Stalking, online self-disclosure and problematic sleep. *International Journal of Consumer Studies*. Doi: <http://dx.doi.org/10.1111/ijcs.12659>
- Ellison, N. B., Steinfield, C. & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook 'friends': social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143–1168. Doi: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>
- Fardouly, J. & Vartanian, L. R. (2015). Negative comparisons about one's appearance mediate the relationship between Facebook usage and body image concerns. *Body Image*, 12, 82–88. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.10.004>
- Foody, M., McGuire, L., Kuldass, S. & O'Higgins, N. (2019). Friendship quality and gender differences in association with cyberbullying involvement and psychological well-being. *Frontiers in Psychology*, 10, 1–13. Doi: <http://dx.doi.org/ludwig.lub.lu.se/10.3389/fpsyg.2019.01723>
- Fraley, R. C. & Shaver, P. R. (1998). Airport separations: a naturalistic study of adult attachment dynamics in separating couples. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75(5), 1198–1212. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.75.5.1198>
- Frisén, A. & Holmqvist, K. (2010). What characterizes early adolescents with a positive body image? A qualitative investigation of Swedish girls and boys. *Body Image*, 7(3), 205–12. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2010.04.001>
- Frisén, A., Holmqvist Gattario, K. & Lunde, C. (2014). *Projekt perfekt: om utseendekultur och kroppsuppfattning*. Natur & Kultur.
- George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: a simple guide and reference*. Allyn & Bacon.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Penguin Books Ltd.
- Gunter, B. (2010). *Television versus the internet: will TV prosper or perish as the world moves online?* Chandos Publishing.
- Henzel, V. & Håkansson, A. (2021). Hooked on virtual social life. Problematic social media use and associations with mental distress and addictive disorders. *PLoS One*, 16(4), 1–20. Doi: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0248406>

- Holmqvist, K. & Frisé, A. (2012). "I bet they aren't that perfect in reality:" appearance ideals viewed from the perspective of adolescents with a positive body image. *Body Image*, 9(3), 388–395. Doi: <http://doi.org/10.1016/j.bodyim.2012.03.007>
- Hosch, W. L. (2017). Web 2.0. I *Encyclopedia Britannica*. Hämtad 8 november, 2021, från: <https://www.britannica.com/topic/Web-20>
- Internetstiftelsen. (2015). *Svenskarna och internet 2015: 2015 års undersökning av svenska folkets internetvanor*. <https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2015/>
- Internetstiftelsen. (2020). *Svenskarna och internet 2020*. <https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2020/>
- Ishii, K., Lyons, M. M. & Carr, S. A. (2019). Revisiting media richness theory for today and future. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 1(2), 124–131. Doi: <http://dx.doi.org/10.1002/hbe2.138>
- Kaplan A. M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kim, J-H., Jung, S-H., Ahn, J-C., Kim, B-S. & Choi, H-J. (2020). Social networking sites self-image antecedents of social networking site addiction. *Journal of Psychology in Africa*, 30(3), 243–248. Doi: <https://doi.org/10.1080/14330237.2020.1767932>
- Konrath, S., O'Brien, E., Hsing, C. (2011). Changes in dispositional empathy in American college students over time: a meta-analysis. *Personality and Social Psychology Review*, 15(2), 180–198. Doi: <https://doi.org/10.1177/1088868310377395>
- Langlois, R. (2017). Attachment theory in adolescent counselling. *BU Journal of Graduate Studies in Education*, 9(1), 19–23.
- Lodder, G. M. A., Scholte, R. H. J., Goossens, L. & Veerhagen, M. (2017). Loneliness in early adolescence: friendship quantity, friendship quality, and dyadic processes. *Journal of Clinical Child and Adolescent Psychology*, 46(5), 709–720. Doi: <http://dx.doi.org/10.1080/15374416.2015.1070352>
- MacEvoy, J. P., Papadakis, A. A., Fedigan, S. K. & Ash, S. E. (2016). Friendship expectations and children's friendship-related behavior and adjustment. *Merrill-Palmer Quarterly*, 62(1), 74–104. Doi: <http://dx.doi.org.ludwig.lub.lu.se/10.13110/merrpalmquar1982.62.1.0074>

- Matera, C., Bosco, N. & Meringolo, P. (2020). Perceived mattering to family and friends, self-esteem, and well-being. *Psychology, Health & Medicine*, 25(5), 550–558. Doi: <https://doi.org/10.1080/13548506.2019.1626454>
- Maunder, R. & Monks, C. P. (2019). Friendships in middle childhood: links to peer and school identification, and general self-worth. *British Journal of Developmental Psychology*, 37(2), 211–229. Doi: <http://dx.doi.org/10.1111/bjdp.12268>
- McKenna, K. Y., Green, A. S. & Gleason, M. E. (2002). Relationship formation on the internet: what's the big attraction? *The Journal of Social Issues*, 58(1), 9–31. Doi: <https://doi.org/10.1111/1540-4560.00246>
- Mendelson, M. J. & Aboud, F. E. (1999). Measuring friendship quality in late adolescents and young adults: McGill friendship questionnaires. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 31(2), 130–132. Doi: <https://doi.org/10.1037/h0087080>
- Miranda, S. M. & Saunders, C. S. (2003). The social construction of meaning: an alternative perspective on information sharing. *Information Systems Research*, 14(1), 87–106. Doi: <https://doi.org/10.1287/isre.14.1.87.14765>
- Musetti, A. & Corsano, P. (2021). Multidimensional self-esteem and secrecy from friends during adolescence: the mediating role of loneliness. *Current Psychology: A Journal for Diverse Perspectives on Diverse Psychological Issues*, 40(5), 2381–2389. Doi: <http://dx.doi.org/10.1007/s12144-019-00180-6>
- Nabi, R. L., Prestin, A. & So, J. (2013). Facebook friends with (health) benefits? Exploring social network site use and perceptions of social support, stress, and well-being. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 16(10), 721–727. Doi: <https://doi.org/10.1089/cyber.2012.0521>
- Nangle, D. W., Erdley, C. A., Newman, J. E., Mason, C. A. & Carpenter, E. M. (2003). Popularity, friendship quantity, and friendship quality: interactive influences on children's loneliness and depression. *Journal of Clinical Child & Adolescent Psychology*, 32, 546–555. https://doi.org/10.1207/S15374424JCCP3204_7
- Petersen, A. C., Schulenberg, J. E., Abramowitz, R. H., Offer, D. & Jarcho, H. D. (1984). A self-image questionnaire for young adolescents (SIQYA): reliability and validity studies. *Journal of Youth and Adolescence*, 13(2), 93–111. Doi: <https://doi.org/10.1007/BF02089104>
- Poulin, F. & Chan, A. (2010). Friendship stability and change in childhood and adolescence. *Developmental Review*, 30(3), 257–272. <https://doi.org/10.1016/j.dr.2009.01.001>

- Quennerstedt, M. (2018) Social media as a health resource: a salutogenic perspective. I V. Goodyear & K. Armour (Red.), *Young people, social media and health* (ss. 71–85). Routledge.
- Raboteg-Saric, Z. & Sakic, M. (2014). Relations of parenting styles and friendship quality to self-esteem, life satisfaction and happiness in adolescents. *Applied Research in Quality of Life*, 9(3), 749–765. Doi: <http://dx.doi.org/10.1007/s11482-013-9268-0>
- Rogers, C. (1959). A theory of therapy, personality and interpersonal relationships as developed in the client-centered framework. I S. Koch (Red.), *Psychology: A study of a science. Vol. 3: Formulations of the person and the social context* (ss. 184–256). McGraw Hill.
- Rosenberg, M. (1979). *Conceiving the self*. Basic Books.
- Rozgonjuk, D., Sindermann, C., Elhai, J. D. & Montag, C. (2020). Fear of missing out (FoMO) and social media's impact on daily-life and productivity at work: do WhatsApp, Facebook, Instagram, and Snapchat use disorders mediate that association? *Addictive Behaviors*, 110. Doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106487>
- Saiphoo, A. N., Dahoah Halevi, L. & Vahedi, Z. (2020). Social networking site use and self-esteem: a meta-analytic review. *Personality and Individual Differences*, 153. Doi: <http://dx.doi.org.ludwig.lub.lu.se/10.1016/j.paid.2019.109639>
- Sajithra, K. & Patil, R. (2013). Social media - history and components. *IOSR Journal of Business and Management*, 7(1), 69–74. Doi: <https://doi.org/10.9790/487X-0716974>
- Saunders, J. F. & Eaton, A. A. (2018). Snaps, selfies, and shares: How three popular social media platforms contribute to the sociocultural model of disordered eating among young women. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21, 343–354. <http://dx.doi.org/10.1089/cyber.2017.0713>
- Schau, H. J. & Gilly, M. C. (2003). We are what we post? Self-presentation in personal web space. *Journal of Consumer Research*, 30(3), 385–404. Doi: <http://dx.doi.org/10.1086/378616>
- SFS 2003:460. *Lag om etikprövning av forskning som avser människor*. Utbildningsdepartementet.
- Shimizu, H., Nakashima, K. & Morinaga, Y. (2019). The role of individual factors in friendship formation: considering shyness, self-esteem, social skills, and defensive

- pessimism. *Japanese Psychological Research*, 61(1), 47–56. Doi: <http://dx.doi.org/10.1111/jpr.12201>
- Sociala medier (u.å.). I *NE.se*. Hämtad 8 september, 2021, från <https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/sociala-medier>
- Statens medieråd (2021). *Ungar & medier: en statistisk undersökning av ungas medievanor och attityder till medieanvändning*. <https://www.statensmedierad.se/rapporter-och-analyser/material-rapporter-och-analyser/ungar--medier-2021>
- Statista (2020). *Social media usage worldwide*.
- Strindberg-Ekström (2021). *Sociala medier och självkänsla: en korrelationsstudie* [Psykologexamensarbete, Institutionen för psykologi, Lunds universitet]. LUP Student Papers. <http://lup.lub.lu.se/student-papers/record/9041184>
- Strubel, J., Petrie, T. A. & Pookulangara, S. (2018). “Like” me: shopping, self-display, body image, and social networking sites. *Psychology of Popular Media Culture*, 7(3), 328–344. Doi: <http://dx.doi.org/10.1037/ppm0000133>
- Suler, J. R. (2016). *Psychology of the digital age: humans become electric*. Cambridge University Press.
- Tajfel, H. (1978). *Differentiation between social groups: studies in the social psychology of intergroup relations*. Academic Press.
- Thomas, J. J. & Daubman, K. A. (2001). The relationship between friendship quality and self-esteem in adolescent girls and boys. *Sex Roles: A Journal of Research*, 45(1-2), 53–65. Doi: <http://dx.doi.org.ludwig.lub.lu.se/10.1023/A:1013060317766>
- Turkle, S. (2011). *Alone together: why we expect more from technology and less from each other*. Basic books.
- Turkle, S. (2015, september 26). Stop googling. Let’s talk. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2015/09/27/opinion/sunday/stop-googling-lets-talk.html>
- Twenge, J. M. (2017, september). Have smartphones destroyed a generation? *The Atlantic*. <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2017/09/has-the-smartphone-destroyed-a-generation/534198/>
- Twenge, J. M. & Keith Campbell, W. (2018). Associations between screen time and lower psychological well-being among children and adolescents: evidence from a population-based study. *Preventive Medicine Reports*, 12, 271–283. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.pmedr.2018.10.003>

- Twigg, L., Duncan, C. & Weich, S. (2020). Is social media use associated with children's well-being? Results from the UK household longitudinal study. *Journal of Adolescence*, 80, 73–83. Doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.adolescence.2020.02.002>
- Waldrip, A. M., Malcolm, K. T. & Jensen-Campbell, L. A. (2008). With a little help from your friends: the importance of high-quality friendships on early adolescent adjustment. *Social Development*, 17, 832–852. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9507.2008.00476.x>
- Way, N. & Greene, M. L. (2006). Trajectories of perceived friendship quality during adolescence: The patterns and contextual predictors. *Journal of Research on Adolescence*, 16, 293–320. <https://doi.org/10.1111/j.1532-7795.2006.00133.x>
- Wrangsjö, B. (2006). Kliniska synpunkter på identitetsutvecklingen. I A. Frisé & P. Hwang (Red.), *Ungdomar och identitet* (ss. 126–148). Natur & Kultur.
- Zimmer-Gembeck, M. J., Hawes, T. & Pariz, J. (2021). A closer look at appearance and social media: measuring activity, self-presentation, and social comparison and their associations with emotional adjustment. *Psychology of Popular Media*, 10(1), 74–86. Doi: <http://dx.doi.org/10.1037/ppm0000277>

Bilaga 1

Denna studie syftar till att titta på sambandet mellan upplevd självbild (hur en person ser på sig själv och sina kvalitéer) och sociala medier. Då psykisk ohälsa hos unga ökar, samt att fler använder sig mer av sociala medier, anser vi att detta är ett högst relevant forskningsområde. Vänskap är en annan aspekt som vi har valt att undersöka då sociala medier har förändrat hur vi träffar nya människor samt upprätthåller gamla vänskaper. Vi hoppas på ditt deltagande!

Deltagandet i denna studie är frivilligt och du är fri att avbryta när du vill. All information som tas in i denna enkät kommer att presenteras oidentifierat i studiens slutgiltiga form. Deltagandet i sig är anonymt. Enkäten tar ungefär 5-10 minuter att fylla i.

Om du vill ta del av den färdiga studien kan du kontakta Adam Sääf eller Katarina Theander i januari 2022.

I denna enkät syftar vi till följande definition av sociala medier (NE): Sociala medier, samlingsnamn på kommunikationskanaler som tillåter användare att kommunicera direkt med varandra genom exempelvis text, bild eller ljud. Sociala medier kan skiljas från massmedier genom att de bygger på ett innehåll som produceras av dem som använder dem.

Exempelvis: Snapchat, Instagram, Tik Tok osv.

Hälsningar,

Adam Sääf (student på psykologprogrammet, institutionen för psykologi, Lunds universitet),
ad4744sa-s@student.lu.se

Katarina Theander (student på psykologprogrammet, institutionen för psykologi, Lunds universitet), ka3775th-s@student.lu.se

Per Johnsson (handledare), per.johnsson@psy.lu.se

Jag identifierar mig som

- Man
 Kvinna
 Annat
-

Jag går i vilken klass:

- 1:an
 2:an
 3:an
-

I snitt, hur mycket använder du sociala medier på en dag?

- 30 minuter eller mindre
 30 minuter-1,5 timmar
 1,5-3 timmar
 3 timmar eller mer
-

På vilket sätt använder du främst sociala medier?

- Kommunicera med vänner genom chatt- eller ringfunktioner
 Titta på andras videos, bilder, inlägg, livesändningar etc
 Lägga upp bilder, texter och videos som handlar om ditt liv, nöjen etc
 Jobbrelaterade och utbildningsrelaterade syften
-

Hur många vänner på ett ungefär skulle du säga ingår i din vänskapskrets?

Har du fler vänner online eller "offline" (alltså personer du träffar fysiskt)

- Online
 Offline
-

Jag vill ha fler vänner än jag har idag

- Instämmer helt
 Instämmer delvis
 Tar delvis avstånd
 Tar helt avstånd
-

Jag har inga vänner jag kan ringa i nödfall

- Instämmer helt
 - Instämmer delvis
 - Tar delvis avstånd
 - Tar helt avstånd
-

Vänner lyssnar när jag berättar om något som skett

- Instämmer helt
 - Instämmer delvis
 - Tar delvis avstånd
 - Tar helt avstånd
-

Vänner ställer inte upp när jag ber om hjälp

- Instämmer helt
 - Instämmer delvis
 - Tar delvis avstånd
 - Tar helt avstånd
-

Jag kan vara mig själv när jag är med mina vänner

- Instämmer helt
 - Instämmer delvis
 - Tar delvis avstånd
 - Tar helt avstånd
-

Jag kan anförtro mina vänner med hemligheter

- Instämmer helt
 - Instämmer delvis
 - Tar delvis avstånd
 - Tar helt avstånd
-

På det hela taget är jag tillfreds med mig själv.

- Instämmer helt
 - Instämmer delvis
 - Tar delvis avstånd
 - Tar helt avstånd
-

Ibland tycker jag att jag är en dålig person.

- Instämmer helt
 - Instämmer delvis
 - Tar delvis avstånd
 - Tar helt avstånd
-

Jag känner att jag har många goda egenskaper.

- Instämmer helt
 - Instämmer delvis
 - Tar delvis avstånd
 - Tar helt avstånd
-

Jag kan göra saker och ting lika bra som andra.

- Instämmer helt
 - Instämmer delvis
 - Tar delvis avstånd
 - Tar helt avstånd
-

Jag känner att jag inte har mycket att vara stolt över.

- Instämmer helt
 - Instämmer delvis
 - Tar delvis avstånd
 - Tar helt avstånd
-

Då och då känner jag mig verkligen värdelös.

- Instämmer helt
 - Instämmer delvis
 - Tar delvis avstånd
 - Tar helt avstånd
-

Jag tycker jag är en person med ett visst värde, i alla fall lika bra som de flesta andra.

- Instämmer helt
 - Instämmer delvis
 - Tar delvis avstånd
 - Tar helt avstånd
-

Jag önskar jag kunde respektera mig själv mera.

- Instämmer helt
 - Instämmer delvis
 - Tar delvis avstånd
 - Tar helt avstånd
-

På det hela taget anser jag nog att jag är ett misslyckande.

- Instämmer helt
 - Instämmer delvis
 - Tar delvis avstånd
 - Tar helt avstånd
-

Jag är nöjd med mig själv.

- Instämmer helt
 - Instämmer delvis
 - Tar delvis avstånd
 - Tar helt avstånd
-