



**LUNDS**  
UNIVERSITET

Institutionen för psykologi  
*Psykologprogrammet*

## **Sociala medier och självkänsla: en korrelationsstudie**

**Charlotte Strindberg-Engström**

Psykologexamensuppsats. 2021

Handledare: Per Johnsson  
Examinator: Sean Perrin

## **Abstract**

A lot of people are using social media today, and the usage is continuously increasing. Our self-esteem is important for our psychological health since it works as a “psychological vaccine” against psychological ill-health. With this being said it is clear that it is important to add to the research that has already been done regarding the correlation between social media usage and self-esteem. The present study therefore aimed to investigate the correlations between individuals' degree of self-esteem and how much they used social media, how important their own material on social media was to them as well as how uncritical/critical their view on other people’s material on social media was. 123 people in total responded to a web survey that included the Rosenberg Self-Esteem Scale and a scale about social media usage. No significant correlation was attained between self-esteem and how much individuals used social media. Conversely the results showed that the lower self-esteem individuals had, the more important they found their own material on social media and the less critical were their views on other people’s material on social media. The results therefore suggest that it is not how much one uses social media that shows a correlation with self-esteem, instead it is how one thinks and feels regarding social media that shows a correlation with one's self-esteem. This means that it is mainly individuals who care a lot about social media that might need psychological interventions.

*Keywords:* social media, self-esteem, Rosenberg Self-Esteem Scale

## **Sammanfattning**

Sociala medier är idag ett självklart inslag i många människors liv, och deras utrymme i samhället fortsätter att expandera. Vår självkänsla är viktig för vår psykiska hälsa då en bra självkänsla fungerar som ett slags “psykologiskt vaccin” mot psykisk ohälsa. Med detta som bakgrund är det tydligt att det är ett viktigt fokus att bygga på den forskning som redan har undersökt sambanden mellan sociala medier-användande och självkänsla. Den aktuella studien syftade därför till att undersöka sambanden mellan individers grad av självkänsla och hur mycket de använde sociala medier, hur mycket vikt de lade vid sitt eget material på sociala medier samt hur okritiskt/kritiskt de såg på andras material på sociala medier. Sammanlagt 123 individer besvarade en webbenkät som bestod av Rosenberg Self-Esteem Scale samt en skala kring sociala medier-användande. Inget signifikant samband uppmättes mellan självkänsla och hur mycket individer använde sociala medier. Däremot visade resultatet att ju lägre självkänsla individer hade desto mer vikt lade de vid sitt eget material på sociala medier och desto mer okritisk syn hade de på andras material på sociala medier. Resultaten pekar på att det inte är hur mycket man använder sociala medier som har samband med ens självkänsla, utan att det är hur man tänker och känner kring sociala medier som har samband med ens självkänsla. Detta innebär att det främst är individer som bryr sig mycket om sociala medier som eventuellt behöver psykologiska insatser.

*Nyckelord:* sociala medier, självkänsla, Rosenberg Self-Esteem Scale

## **Tack**

Tack till alla som svarade på enkäten - utan er hade denna studie inte varit möjlig att genomföra.

Tack till min handledare Per, vars handledning har sträckt sig över graviditeter och mammaledighet. Tack för din stora flexibilitet, ditt oerhörda tålamod och din värdefulla handledning.

Tack till min make Hampus och mina döttrar Astrid och Linnéa, för att ni har varit min motivation att äntligen bli klar med detta arbete.

## **Sociala medier och självkänsla: en korrelationsstudie**

Sociala medier är idag ett självklart inslag i många människors liv. I oktober 2020 fanns det 4,14 miljarder aktiva sociala medier-användare runt om i världen, vilket motsvarade 53 % av jordens befolkning. Antalet användare hade samtidigt ökat med 453 miljoner - vilket motsvarade 12,3 % - på ett år. Siffrorna från oktober 2020 talade också om att den genomsnittliga användaren spenderade 2 timmar och 29 minuter på sociala medier dagligen, vilket motsvarade nästan en sjättedel av den vakna tiden per dygn. Vid samma tidpunkt hade den genomsnittliga internet-användaren 8,3 sociala medier-konton, och 41 % av internet-användarna använde sociala medier för jobbrelaterade syften. Siffrorna avslöjade även att i oktober 2020 hade Facebook drygt 2,7 miljarder aktiva användare varje månad, Instagram drygt 1 miljard, Snapchat 433 miljoner, Pinterest 416 miljoner och Twitter 353 miljoner (Kemp, 2020). Med dessa siffror som bakgrund är det svårt att inte undra vilken påverkan sociala medier har på människors psykiska hälsa, och det är därför något som är relevant att undersöka.

En viktig del av människors psykiska hälsa är deras självkänsla. Definitionen av självkänsla är den övergripande känsla som man har kring sig själv. Individer med bra självkänsla känner att de duger som de är, och de känner sig därmed säkra på att även andra människor accepterar dem. Detta leder till att individer med bra självkänsla upplever andra människor som välvilliga, vilket gör att individer med bra självkänsla kan interagera med sina medmänniskor på ett obehindrat sätt. Detta leder i sin tur till att andra människor får ett gott intryck av individer med bra självkänsla, vilket blir en bra grund för nära och goda mellanmänniskliga relationer. Andra fördelar som individer med bra självkänsla åtnjuter är att de är bra på att ta hand om sig själva både psykiskt och fysiskt, och har bra strategier för att hantera livets svårigheter. Omvänt känner individer med dålig självkänsla att de inte duger som de är, och att de därför måste förstå sig själva för att bli accepterade av andra. Detta leder till att individer med dålig självkänsla tenderar att vara upptagna med att tänka på hur de själva framstår i interaktionen med andra människor samt korrigera upplevda tillkortakommanden, med konsekvensen att det blir svårt att uppnå autentiska och goda relationer till andra människor. Andra nackdelar som individer med låg självkänsla är drabbade av är att de tenderar att inte ta hand om sig själva bra psykiskt och fysiskt med sämre psykisk och fysisk hälsa som följd, samt har bristfälliga strategier för att klara av motgångar i livet (Tuominen, 2018). I och med denna redogörelse för vad självkänsla är och vilka fördelar som är kopplade till bra självkänsla respektive vilka nackdelar som är kopplade

till dålig självkänsla, så blir det tydligt att det är ett viktigt fokus att undersöka sambandet mellan individers användande av sociala medier och deras grad av självkänsla närmare.

## **Teori**

### ***Sociala medier***

**Vad är sociala medier?** Sociala medier är enligt Nationalencyklopedin (u.å.) ett “samlingsnamn på kommunikationskanaler som tillåter användare att kommunicera direkt med varandra genom exempelvis text, bild eller ljud”. Samma källa gör det även klart att skillnaden mellan sociala medier och massmedier är att sociala medier består av ett användargenererat innehåll (Nationalencyklopedin, u.å.), till skillnad från massmedier vars innehåll skapas av exempelvis en redaktion. Psykologiguiden (u.å.) beskriver begreppet sociala medier som “en beteckning på sådan teknologi som tillåter omedelbar interaktion mellan den som meddelar sig och dem som tar del av meddelandet”. Samma källa fortsätter med att specificera de unika funktioner som sociala medier har; att snabbt kunna få ut ett meddelande till önskad målgrupp, att få personlig återkoppling från andra, att kunna kommunicera många människor tillsammans i samma virtuella rum samt att kunna redigera sina inlägg allteftersom (Psykologiguiden, u.å.).

Sociala medier erbjuder ett antal salutogena element - att kunna upprätthålla samt skapa nya sociala relationer, att kunna både uttrycka sig och få bekräftelse i ett öppet virtuellt rum samt den edukativa och kunskapsalstrande funktion som sociala medier har (Quennerstedt, 2018). Samtidigt har studier visat på ett flertal negativa aspekter som användandet av sociala medier kan korrelera med, däribland depressiva symptom (Jeri-Yabar et al., 2019), ångest (Sherlock & Wagstaff, 2019) samt upplevd ensamhet (Youssef et al., 2020). Det finns bevisligen både positiva och negativa aspekter av sociala medier, och i sin bok “Social media: communication, sharing and visibility” från 2016 sammanfattar Meikle hela fenomenet sociala medier på ett mycket träffande vis: “We’ve never before had a situation where a fifth of the planet is using the same connected database to present themselves and observe each other. It is quite beautiful, quite disturbing and quite dangerous” (s. 140).

**Turkles teori om sociala medier.** I Turkles bok “Life on the screen: identity in the age of the internet” från 1995 beskriver hon hur vi människor i större eller mindre utsträckning justerar våra identiteter i de virtuella världarna vi befinner oss i på internet, vilket leder till resultatet att man faktiskt kan se det som att vi simulerar våra liv online. Delar av intervjuer som återges i boken ger inblick i hur människor skapar identiteter på internet som inte riktigt motsvarar hur de är i verkligheten, utan snarare hur de önskar att de var i

verkligheten. Författaren menar på att internet har blivit en plats för sociala experiment med våra identiteter, och diskuterar om detta är förenat med negativa konsekvenser eller om det faktiskt är början på en nya era där det är allmänt accepterat att ha identiteter online som kan vara mer eller mindre skilda från våra identiteter i verkliga livet. Författaren diskuterar också hur psykologisk hälsa tidigare var associerad med stabilitet och varaktighet, medan psykologisk hälsa idag snarare är förknippad med möjligheten till mer rörelse och flexibilitet - något som de virtuella världarna möjliggör. Kanske är det positivt - och till och med terapeutiskt - att kunna laborera med olika virtuella identiteter? Eller så är det istället vad Turkle (1995) frågar sig: "a shallow game, a giant waste of time?" (s. 180).

På en av de inledande sidorna av Turkles bok "Alone together: why we expect more from technology and less from each other" från 2017 skriver hon att: "Technology is seductive when what it offers meets our human vulnerabilities. And as it turns out, we are very vulnerable indeed." (s. 1). Detta citat refererar till det faktum att sociala medier är uppbyggda på ett sätt som gör dem beroendeframkallande, då de till viss del tillgodoser ett av de viktigaste behoven som vi människor har - social interaktion (Haynes, 2018). Turkle (2017) reflekterar dock kring hur det kan vara svårt för sociala medier-användare att veta om den positiva bekräftelse de får på sociala medier är verklig eller inte. Författaren menar på att vi kanske överger oss själva i verkliga livet när vi spenderar så mycket tid på att distribuera oss själva som en produkt på sociala medier. Författaren problematiserar även det faktum att människors online-identiteter inte alltid är särskilt verklighetstrogna, och att en allt för stor diskrepans mellan ens verkliga liv och ens online-liv kan få negativa konsekvenser för ens psykologiska välmående såväl som för ens sociala relationer. Delar av intervjuer som återges i boken vittnar om människors känsla av press på att deras online-profiler ska uppfattas som bra av andra, och att andra ska uppfatta dem som populära människor (Turkle, 2017).

**Gardner och Davis teori om sociala medier.** I sin bok "The app generation: how today's youth navigate identity, intimacy, and imagination in a digital world" från 2014 avhandlar Gardner och Davis två teman som är av relevans för denna studie. Det första temat är identitet, och kring det diskuterar författarna att människor är noggranna med att konstruera sina online-identiteter till fördelaktiga slutprodukter samt att dessa online-identiteter inte alltid korrelerar så starkt med människornas verkliga identiteter. Författarna pekar även på det faktum att allt man gör på sociala medier har en publik, vilket gör att man kan likna det hela vid en uppvisning. Författarna diskuterar även hur denna uppvisning på sociala medier kan relateras till den individualistiska ideologi som råder i dagens samhälle, och hur forskning har visat att i takt med att individualismen i samhället har blivit mer

påtaglig så har även narcissismen i samhället ökat. Det andra temat är intimitet, och kring det diskuterar författarna hur definitionen av intimitet har förändrats i och med sociala medier. Med detta menar de att sociala medier har förskjutit gränsen för vad som räknas som att vara nära andra människor, och mer specifikt att trots att relationer kan se djupa ut på sociala medier så behöver de inte vara det i verkligheten då de saknar den autenticitet som krävs för verkligt djupa relationer. Författarna tar även upp forskningsfynd som visar att människor idag rapporterar högre grad av social isolering än tidigare årtionden, och att detta potentiellt kan bero på att vi spenderar så mycket tid på sociala medier - en plats som när allt kommer omkring inte är utformat på ett idealt vis i termer av att forma nära relationer (Gardner & Davis, 2014).

**Carrs teori om sociala medier.** I Carrs bok "The shallows: what the internet is doing to our brains" från 2020 diskuterar han hur internet och sociala medier påverkar våra hjärnor. Han menar på att de erbjuder så mycket stimuli att hjärnan blir överstimulerad, vilket leder till att vi får svårt att koncentrera oss och fokusera djupare på något. Författaren menar på att effekten som internet och sociala medier har på våra hjärnor resulterar i faktiska fysiska förändringar beroende på hjärnans plasticitet - förändringar som främst är negativa. Han menar också på att anledningen till att internet och sociala medier används så mycket inte nödvändigtvis har att göra med att de erbjuder saker som vi behöver, utan mer har att göra med att internet generellt och sociala medier specifikt är uppbyggda på ett sätt som gör att vi känner att vi behöver dem. Han yrkar även på att det främst är interaktiviteten hos sociala medier som gör dem så fängslande, och att de lämnar oss med känslan av att vi missar saker om vi inte är online. Som Carr (2020) formulerar det: "Because we're often using our computers in a social context...our social standing is, in one way or another, always in play, always at risk." (s. 118). Författaren tar även upp det faktum att en andel människor på sociala medier tenderar att använda dessa för att visa upp sig/skryta, med implikationen att detta kan påverka både deras egna och andra sociala medier-användares hjärnor (Carr, 2020).

### ***Självkänsla***

**Vad är självkänsla?** Farm (2017) definierar självkänsla som "den grundinställning vi har till oss själva, vad vi tycker om oss själva". Enligt samma källa uppnår man bra självkänsla genom att - särskilt under den första tiden i livet - känna sig omtyckt som man är av de människor som är viktiga för en, och när man väl har bra självkänsla så tycker man även om sig själv som man är. Att ha bra självkänsla är förenat med att man tar sig igenom livet lättare, då en bra självkänsla fungerar som ett slags "psykologiskt vaccin". Att ha dålig självkänsla korrelerar tvärtom med annan psykologisk ohälsa, svårigheter i relationer samt att



man är alltför beroende av positiv bekräftelse från andra människor (Farm, 2017). En av de allra mest citerade definitionerna av självkänsla är den av Rosenberg (1965), vilken säger att självkänsla är den positiva eller negativa attityd man har gentemot sig själv. Ordet attityd innefattar här de fakta, åsikter och värderingar man har om sig själv (Rosenberg, 1965).

Det finns en tanke om att man kan dela upp självkänslan i olika nivåer, och en uppdelning är den i trait self-esteem respektive state self-esteem, samt domain specific self-esteem. Trait self-esteem är den generella nivån av självkänsla hos en individ. Denna typ av självkänsla kan därmed ses som ett personlighetsdrag, och man tänker till och med att den till viss del är genetiskt bestämd. En individs trait self-esteem är således förhållandevis konstant över tid och rum. Den andra nivån kallas för state self-esteem, och är en mer dynamisk och skiftande nivå av självkänsla. En individs state self-esteem påverkas av vad individen upplever i livet, och är därmed inte konstant över tid och rum. Upplevelsen av framgång leder till höjd självkänsla, och upplevelsen av misslyckande sänker självkänslan. Utöver trait self-esteem och state self-esteem så beskrivs även en tredje form av självkänsla, som handlar om självkänsla inom specifika domäner. En individ kan exempelvis ha hög självkänsla inom den akademiska domänen, men låg självkänsla inom utseende-domänen. Denna tredje form av självkänsla kallas för domain specific self-esteem (Brown & Marshall, 2006).

**Självkänsla och internetanvändande.** Kraut et al. (2002) lägger fram två modeller som förklarar varför två olika grupper av individer använder internet mycket. Den första förklaringsmodellen kallas för social enhancement, och innebär att individer som är nöjda med sina sociala liv använder internet mycket då de vill ta tillvara på de möjligheter som internet erbjuder vad gäller att både fördjupa redan existerande relationer samt skapa nya relationer. Den andra förklaringsmodellen kallas för social compensation, och innebär att individer som är missnöjda med sina sociala liv använder internet mycket för att väga upp för den sociala brist som de upplever i verkliga livet genom att komma i kontakt med andra människor via internet. Följaktligen kallas social enhancement även för rich get richer, och social compensation även för poor get richer (Kraut et al., 2002). Kopplingen mellan dessa två förklaringsmodeller och självkänsla är att individer med bra självkänsla som tidigare nämnt ofta åtnjuter goda relationer medan individer med dålig självkänsla ofta upplever bristfälliga relationer. Man kan således se det som att social enhancement-/rich get richer-modellen förklarar varför individer med bra självkänsla använder internet mycket, medan social compensation-/poor get richer-modellen förklarar varför individer med dålig självkänsla använder internet mycket.

**Sociometer-teorin.** År 1995 lade Leary och Downs fram en teori om självkänsla som skiljer sig avsevärt från de flesta andra teorier om självkänsla. Teorin i fråga kallas för sociometer-teorin, och går ut på att självkänslans egentliga syfte är att tala om för oss människor hur vi står oss socialt för tillfället, som kontrast till de flesta andra teorier om självkänsla som yrkar på att självkänslans syfte helt enkelt är att få oss att må bra på olika sätt. Enligt sociometer-teorin har vi människor en slags mätare som indikerar hur accepterade respektive avvisade vi är socialt, och denna mätare kallas för sociometer. Enligt Downs och Leary (1995) är sociometern en evolutionärt utvecklad del av oss, vilket innebär att vi alla föds med en sociometer. Anledningen till att evolutionen har försett oss med denna sociometer är enligt författarna för att det är fördelaktigt för människor att bete sig på sådana sätt som gör att man blir accepterad av andra människor. Detta då det ökar våra chanser att överleva och uppnå det ultimata målet - att föra våra gener vidare. Författarna menar följaktligen att driften att vara accepterad av andra människor i princip kan likställas med driften att få i sig föda. Sammanfattningsvis menar sociometer-teorin på att självkänsla inte har ett egenvärde i sig, utan att självkänslan är en slags måttstock som finns till för att guida oss så att vi inte blir avvisade av andra människor och därmed går miste om chansen att föra våra gener vidare (Leary & Downs, 1995).

**Teorin om självpresentation.** Goffman lade år 1956 fram teorin om självpresentation, och den är än idag en inflytelserik teori inom det aktuella området. Teorin handlar om hur vi människor presenterar oss själva inför andra människor, och för att göra detta på ett tydligt vis använder den sig av teater-metaforer. Mer detaljerat säger teorin att vi människor kan ses som skådespelare/skådespelerskor, den miljö som vi befinner oss i kan ses som en scen och att all mellanmänsklig interaktion kan ses som en teaterföreställning. Teorin yrkar på att det finns två regioner som är relevanta att differentiera mellan när man talar om självpresentation - den främre regionen och den bakre regionen. Den främre regionen är den region där den mellanmänskliga interaktionen faktiskt äger rum; enligt teorin är det här som teaterföreställningen utspelar sig. I den främre regionen inkluderas därmed givetvis människors beteenden, men även aspekter såsom hur man ser ut och vad man har för materialistiska ting räknas till den främre regionen. Den bakre regionen är den region man befinner sig i när man inte känner att man behöver uppträda inför andra människor, och är därmed den plats där man kan slappna av och helt vara sig själv. Den nyttjas därför även till förberedelse inför interaktioner med andra samt återhämtning efter interaktioner med andra, och den bakre regionen används även till viss del för att härbärgera sådana delar av självet som en inte vågar leva ut inför andra. Teorin om självpresentation är enligt Goffman (1956)

det bästa sättet att förstå mellanmänsklig interaktion på, då han menar på att människor aktivt väljer vad de vill framhäva respektive undanhålla inför andra människor. Ett begrepp som sammanfattar essensen av teorin om självpresentation är begreppet impression management, som definieras som de medvetna likväl som omedvetna saker som vi människor gör för att andra ska få det intryck av oss som vi önskar (Goffman, 1956).

**Prestationsbaserad självkänsla.** Prestationsbaserad självkänsla innebär precis som namnet antyder en självkänsla som är beroende av att man upplever att man presterar. Individer med prestationsbaserad självkänsla finner det viktigt att prestera bra både inför sig själva och inför andra människor. Individer med prestationsbaserad självkänsla drivs med andra ord starkt av att prestera väl och de styrs även av rädslan för att prestera undermåligt. Prestationsbaserad självkänsla säger dock inget om individens nivå av självkänsla, utan bara om vilken faktor - det vill säga presterande - det är som bygger upp och upprätthåller självkänslan (Hallsten et al., 2005).

**Teorin om social jämförelse.** Festingers (1954) teori om social jämförelse säger att vi människor föds med ett behov av att kolla av hur våra förmågor och åsikter står sig i förhållande till andras förmågor och åsikter, då det kan vara ett hot mot vår överlevnad om det är en alltför stor skillnad mellan våra och andras förmågor och åsikter. Om objektiva "måttstockar" finns att tillgå så väljer vi sådana när vi gör våra jämförelser, men då det oftast inte finns tillgängligt så gör vi våra jämförelser i det sociala rummet - det vill säga vi jämför oss med andra människor. Teorin menar på att vi helst jämför oss med människor som är relativt lika oss själva, då en alltför stor diskrepans leder till icke-relevanta jämförelser som inte ger oss någon betydelsefull bild kring hur vi faktiskt står oss gentemot andra. Dessutom menar teorin på att vi upplever negativa känslor om vi försöker jämföra oss med människor som är alltför olika oss själva, vilket gör att vi tenderar att snabbt sluta med detta för att undvika vidare obehag. Istället blir vi ännu mer inriktade på att jämföra oss med sådana som vi upplever vara relativt lika oss, för att på så sätt förvärva viktig information kring vår egen position. Teorin menar på att jämförelserna oftare handlar om förmågor snarare än om åsikter, trots att förmågor generellt är svårare att förändra än åsikter. Anledningen till att vi främst jämför oss själva med andra vad gäller förmågor är för att det finns mer av en vedertagen bild av vad som är bra förmågor jämfört med vad som är bra åsikter, vilket gör att det är viktigare att ens förmågor är (minst) lika bra som andras än att ens åsikter överensstämmer med andras. Teorin säger också att ju viktigare ett jämförelseobjekt upplevs för en individ, desto viktigare blir det för individen att anpassa sig efter jämförelseobjektets förmågor och/eller åsikter då det ökar våra chanser till överlevnad. Slutligen menar teorin på

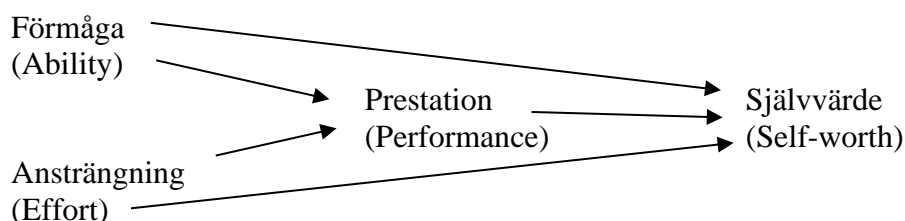
att människor som har hög status och därmed befinner sig i mitten av den sociala cirkeln tenderar att känna mindre behov av att förändra sig, medan ju längre ut man kommer i den sociala cirkeln upplever man större press på att förändra sig (Festinger, 1954). Teorin innebär med andra ord att vi får grepp om våra egna individuella identiteter genom att se var vi själva står i förhållande till andra. Kopplingen mellan teorin om social jämförelse och självkänsla är att ens grad av självkänsla är avgörande för om man känner negativt eller positivt kring sig själv i de jämförelser man gör (Psykologiguide, u.å.).

**Teorin om självvärde.** Covingtons (1984) teori om självvärde används främst inom forskning om skolan, men den är även applicerbar på forskning om sociala medier då teorin i fråga handlar om hur vårt självvärde påverkas av hur vi upplever att vi presterar i jämförelse med människorna runt omkring oss. I skolan jämför vi oss vad gäller vilka betyg vi får av lärarna - på sociala medier jämför vi oss vad gäller hur mycket positiv bekräftelse vi får av andra sociala medier-användare. Teorin menar på att vi människor har ett starkt behov av att känna högt självvärde, och att detta höga självvärde i mångt och mycket är avhängigt att vi känner att vi är högpresterande jämfört med andra. Teorin innehåller fyra faktorer, vilka är förmåga (eng: ability), ansträngning (eng: effort), prestation (eng: performance) samt självvärde (eng: self-worth). Vad gäller förmåga så handlar det om ens subjektiva upplevelse av ens egen förmåga, vad gäller ansträngning så handlar det om hur mycket ansträngning man lägger ner på en viss uppgift och vad gäller prestation så handlar det om ens faktiska prestationsnivå i förhållande till andra. Enligt teorin så är förmåga, ansträngning och prestation alla påverkansfaktorer för självvärde, och av naturliga skäl så är förmåga och ansträngning påverkansfaktorer för prestation - ju högre kompetens och ju mer tid och energi investerad, desto bättre bli ju prestationen som regel.

Relationen mellan de fyra faktorerna som ingår i teorin om självvärde förtydligas i Figur nedan.

Figur.

*Schematiskt diagram över självvärde-modellen.*



(Covington, 1984)

Teorin menar på att en individs självvärde kan härledas utifrån samtliga av de tre andra faktorerna, men yrkar på att den allra viktigaste faktorn för självvärdet är individens upplevelse av hur väl han/hon presterar jämfört med andra människor. Teorin säger dock även att en individs upplevda självvärde kan vara högt enbart tack vare upplevelsen av god förmåga även om den inte utnyttjas till att prestera (det vill säga ability) liksom upplevelsen av god ansträngning även om den inte leder till önskat hög prestation (det vill säga effort). Både upplevd intelligens (förmåga/ability) och upplevd arbetsamhet (ansträngning/effort) kan med andra ord i sig själva leda till förhöjd känsla av självvärde, även om dessa som sagt inte är lika verksamma för självvärdet som upplevd god prestation i förhållande till andra (performance) (Covington, 1984).

**Självkänsla och psykiskt mående.** Som tidigare beskrivet hänger ofta bra självkänsla ihop med gott generellt psykiskt mående. Silverstone och Salsali (2003) undersökte i sin studie sambandet mellan självkänsla och psykiatriska störningar. Resultatet visade att individer med psykisk ohälsa skattade sin självkänsla som lägre jämfört med individer utan psykisk ohälsa. Studiens författare diskuterade att låg självkänsla och psykisk ohälsa verkar gå hand i hand, och att det kan föreligga kausalt samband från båda håll - det vill säga att psykisk ohälsa kan leda till låg självkänsla, men också att låg självkänsla kan leda till psykisk ohälsa (Silverstone & Salsali, 2003).

**Självkänsla och fysiskt mående.** Det finns även en tes om ett samband mellan självkänsla och fysiskt mående, vilket var en av aspekterna som Wagner et al. tittade närmare på i sin studie från 2014. Resultaten visade på ett samband mellan subjektivt upplevd god fysisk hälsa och hög självkänsla. Studiens författare diskuterade resultatet i termer av att individer som rapporterar subjektivt upplevd god fysisk hälsa upplever större möjlighet till att leva sina liv på önskat sätt, vilket är fördelaktigt för individers självkänsla (Wagner et al., 2014).

**Självkänsla och sömn.** Det finns en tanke om att nivå av självkänsla och kvalitet på sömn hänger ihop, och det var detta som Lemola et al. undersökte i sin studie från 2013. De fann att individer som rapporterade att de upplevde sömnproblem även skattade sin självkänsla som lägre. Författarna spekulerade kring att studiens fynd kunde ha dels fysiologiska förklaringar, dels psykologiska. Vad gäller det fysiologiska så kan dålig sömn leda till förändringar i hjärnan samt störd utsöndring av kroppsegna ämnen. Vad gäller det

psykologiska så kan god sömn leda till bra självkänsla eller vice versa, alternativt kan det finnas ett dubbelriktat förhållande mellan självkänsla och sömn (Lemola et al., 2013).

### **Tidigare forskning**

Det finns ett stort antal studier som har undersökt korrelationen mellan hur mycket individer använder sociala medier och deras nivå av självkänsla. Andreassen et al. (2017) undersökte sambandet mellan sociala medier-beroende och självkänsla. Resultatet visade att ju lägre självkänsla individer hade, desto högre var risken att de använde sociala medier mycket (Andreassen et al., 2017). Bergagna och Tartaglia (2018) studerade sambandet mellan individers självkänsla och hur mycket tid de spenderade på Facebook. Resultatet visade att ju lägre självkänsla en individ hade, desto fler timmar spenderade individen på Facebook per dag (Bergagna & Tartaglia, 2018). Demircioglu och Kose (2020) tittade på om hög självkänsla kunde vara en skyddande faktor vad gäller sociala medier-beroende, och fann att så var fallet. Hawi och Samaha (2019) undersökte hur självkänsla hängde ihop med sociala medier-beroende, och fann en korrelation mellan låg självkänsla och högt sociala medier-beroende. Sahin och Kumcagiz (2017) ville se om en individs grad av självkänsla kunde predicera graden av sociala medier-beroende, och fann ett statistiskt signifikant negativt samband mellan självkänsla och sociala medier-beroende. Romero-Rodriguez et al. (2020) ville ta reda på om individers självkänsla påverkades av deras Instagram-användning. Resultaten av studien blev att det inte hittades något signifikant samband mellan individers nivå av självkänsla och hur mycket de använde Instagram (Romero-Rodriguez et al., 2020). Cleland Woods och Scott (2016) studerade hur självkänsla, användande av sociala medier samt emotionell investering i sociala medier hängde ihop. Resultatet visade på en signifikant korrelation mellan låg självkänsla och både högt sociala medier-användande och att vara starkt emotionellt investerad i sociala medier (Cleland Woods & Scott, 2016).

Det finns även ett antal studier som har undersökt korrelationen mellan individers syn på det egna materialet på sociala medier och deras nivå av självkänsla. Brandenberg et al. (2019) undersökte hur egen aktivitet på både privata och jobbrelaterade sociala medier korrelerade med individers självkänsla. Resultaten visade att egen aktivitet på båda typer av sociala medier hade ett negativt samband med självkänsla (Brandenberg et al., 2019). Choukas-Bradley et al. satte i sin studie från 2019 ord på ett nytt fenomen - upplevelsen av att vilja se fysiskt attraktiv ut inför en sociala medier-publik. Författarna tittade sedan på sambandet mellan detta fenomen och individers grad av självobjektivering, deras grad av kroppsjämförelse samt deras tillfredsställelse med den egna kroppens utseende. Resultatet visade att många rapporterade att de ofta ville se fysiskt attraktiva ut inför en sociala medier-

publik, samt att ju starkare individer upplevde detta desto högre grad av självobjektifiering och kroppsjämförelse respektive lägre grad av tillfredsställelse med den egna kroppens utseende rapporterade de (Choukas-Bradley et al., 2019). Sabik et al. (2020) undersökte fenomenet som uppstår när en individs självkänsla är beroende av den bekräftelse som individen får på sociala medier. Resultaten visade att de individer vars självkänsla var avhängig sociala medier-bekräftelse rapporterade att de i högre utsträckning använde sociala medier som ett medel för att söka status (Sabik et al., 2020). Twomey och O'Reilly (2017) var intresserade av att kartlägga sambandet mellan självpresentation på Facebook och självkänsla, och kom fram till att individers grad av självkänsla hängde ihop med hur de presenterade sig själva på Facebook - lägre självkänsla korrelerade med oäkta självpresentation och högre självkänsla korrelerade med äkta självpresentation. Gentile et al. (2012) studerade effekterna av att interagera med sin egen Facebook-profil på självkänsla och fann att när individer interagerade med sina egna Facebook-profiler så upplevde de högre självkänsla. Wang et al. (2020) undersökte hur självkänsla hängde ihop med tendensen att lägga ut egentagna foton på sig själv på sociala medier. Resultatet visade att ju högre självkänsla individer hade, desto mer tenderade de att lägga ut egentagna foton på sig själva på sociala medier. Studien visade även på att positiv bekräftelse likväl som tillfredsställelse med den egna kroppens utseende medierade sambandet mellan självkänsla och att lägga ut egentagna foton på sig själv (Wang et al., 2020). Steinsbekk et al. (2021) var intresserade av att se om det fanns någon skillnad i utseende-relaterad självkänsla mellan individer som främst tittade på andras material på sociala medier och individer som främst lade upp eget material på sociala medier. Resultatet visade att individer fick lägre utseende-självkänsla av att betrakta andras material på sociala medier, medan det inte verkade påverka självkänslan i någon riktning att främst använda sociala medier för att lägga upp eget material (Steinsbekk et al., 2021).

Det finns även ett antal studier som har undersökt korrelationen mellan individers syn på andras material på sociala medier och deras nivå av självkänsla. Midgley et al. (2020) undersökte hur jämförelser på sociala medier och självkänsla hängde ihop, vilket resulterade i signifikanta fynd. Dels fann de att när individer jämförde sig med människor som de ansåg vara bättre än de själva så resulterade det i lägre självkänsla. Forskarna fann även att individer med lägre självkänsla uppvisade större tendens att jämföra sig med andra på sociala medier än individer med högre självkänsla (Midgley et al., 2020). Ozimek och Bierhoff (2020) tittade på sambandet mellan att jämföra sina förmågor med andras förmågor på sociala medier och självkänsla, och fann att när individer gjorde denna typ av jämförelser på sociala

medier så ledde det till en sänkning av deras självkänsla. Detta gällde både kortsiktigt och långsiktigt samt både på privata sociala medier och på jobbrelaterade sociala medier (Ozimek & Bierhoff, 2020). Pan och Pena (2020) undersökte hur individers utseende-självkänsla påverkades av exponering för foton på andra människor. Resultaten visade att individers utseende-självkänsla sänktes vid exponering för foton på attraktiva människor, medan den höjdes när de exponerades för foton på människor som de ansåg att de själva var mer attraktiva än (Pan & Pena, 2020). Vogel et al. (2014) var intresserade av att se om social jämförelse på sociala medier verkade påverka individers självkänsla negativt. Resultatet visade att social jämförelse på sociala medier verkade påverka både individers trait self-esteem (vid långvarig användning) och deras state self-esteem (vid kortvarig exponering) negativt, och att båda sambanden medierades av social jämförelse (Vogel et al., 2014). Även studien av Steinsbekk et al. (2021) berör individers syn på andras material på sociala medier och deras nivå av självkänsla.

Det finns således en hel del tidigare forskning som berör den aktuella studiens fokus, det vill säga korrelationen mellan sociala medier-användande och självkänsla. Den större delen av den tidigare forskningen handlar dock om korrelationen mellan självkänsla och *hur mycket* individer använder sociala medier. Bara en mindre del av den tidigare forskningen handlar om korrelationen mellan självkänsla och *på vilket sätt* individer använder sociala medier, vilket är något som den aktuella studien ämnar att undersöka. Den aktuella studien avser med andra ord att hjälpa till att fylla en kunskapslucka och därmed resultera i en kunskapsvinst i form av ökad förståelse för korrelationen mellan självkänsla och *på vilket sätt* individer använder sociala medier. Den mesta av den tidigare forskningen bygger på självskattningar, vilket kan ses som en metodologisk svaghet som även gör att resultaten kan ifrågasättas till viss del. Den aktuella studien bygger dock också på självskattningar, vilket innebär att den inte råder bot på det här problemet. Att använda metoder som mäter de aktuella variablerna på mer objektiva sätt (exempelvis hjärnabbildningsstudier) är en uppgift för framtida forskning. Samtidigt kan man argumentera för att variabler såsom självkänsla och vad man tänker och känner kring sociala medier bäst uppmäts med självskattningar.

### **Syfte och frågeställningar**

Syftet med studien är att undersöka sambandet mellan självkänsla och både *hur mycket* och *på vilket sätt* individer använder sociala medier.

Frågeställningarna i studien är följande:

1. Kan man se någon signifikant skillnad i nivå av självkänsla mellan (a) individer som använder sociala medier mycket och (b) individer som använder sociala medier lite?



2. Kan man se någon signifikant skillnad i nivå av självkänsla mellan (a) individer som uppger att deras eget material på sociala medier är viktigt för dem och (b) individer som uppger att deras eget material på sociala medier inte är viktigt för dem?
3. Kan man se någon signifikant skillnad i nivå av självkänsla mellan (a) individer som uppger att de tänker att andras material på sociala medier på ett verklighetstroget vis avspeglar deras riktiga liv och (b) individer som har en mer kritisk syn på andras material på sociala medier?

Därtill ämnar studien att kartlägga om det finns signifikanta korrelationer mellan självkänsla och psykiskt mående, fysiskt mående samt sömn, för ökad förståelse kring vilka faktorer som kan ha samband med individers grad av självkänsla.

## **Metod**

### **Forskningsdesign**

Studien var en tvärsnittsstudie, och en kvantitativ forskningsansats tillämpades.

### **Rekrytering och deltagare**

Rekryteringen till studien skedde dels via bekvämlighetsurval, dels via snöbollsurval. Vad gäller bekvämlighetsurvalet så spreds enkäten i kommentarsfält på bloggar, och vad gäller snöbollsurvalet så uppmuntrades respondenterna som kom i kontakt med enkäten via bloggarna att skicka enkäten vidare till personer i sin omgivning som de trodde skulle kunna tänkas vara intresserade av att besvara enkäten. Studien hade ett exklusionskriterie för deltagande; att vara under 18 år. Sammanlagt besvarades enkäten av 123 personer. 100 % av dessa var kvinnor. Åldern hos de deltagande varierade från "18 år-20 år" till "40 år eller äldre", med 42,3 % i gruppen "25 år-30 år".

### **Instrument**

Studiens instrument utgjordes av en webbenkät (se bilaga). Före enkäten låg en sida med information och samtycke, och själva enkäten innefattade demografiska frågor, frågor om sociala medier-användande, frågor om generellt mående och sömn samt frågor om självkänsla. Hela enkäten bestod av 25 item.

### ***Demografiska frågor***

Testbatteriet inleddes med två stycken demografiska frågor, nämligen kön och ålder. Vad gäller frågan om kön fanns det två svarsalternativ - "Man" respektive "Kvinna", och vad gäller frågan om ålder fanns det fem svarsalternativ - "18 år-20 år", "20 år-25 år", "25 år-30 år", "30 år-40 år" samt "40 år eller äldre".

### ***Skala gällande sociala medier-användande***

På de demografiska frågorna följde en av mig egenkonstruerad skala om sociala medier-användande. Skalan bestod av tio stycken frågor uppdelade i tre olika delskalor om respondentens användande av sociala medier, och dessa frågor besvarades på en femgradig Likert-skala. De första tre frågorna (SM-skala 1) handlade om hur många sociala mediasajter respondenterna var aktiva på, hur många minuter/timmar respondenterna spenderade på sociala medier per dag samt en fråga kring om respondenterna ansåg att de spenderade tid på sociala medier när de egentligen borde göra något annat. De följande tre frågorna (SM-skala 2) handlade om hur viktigt en ansåg att det var att uppvisa bra material på sociala medier, och de resterande fyra frågorna (SM-skala 3) handlade om hur en såg på andras material på sociala medier i termer av verklighetstrogenhet. I den aktuella studien erhöles Cronbachs alpha-värden på 0.539, 0.890 respektive 0.826 för de tre olika delskalorna i skalan gällande sociala medier-användande.

### ***Frågor kring generellt mående och sömn***

Efter frågorna kring sociala medier-användande följde tre frågor kring respondentens generella mående och sömn. Vad gäller det generella måendet delades det upp i en fråga om psykiskt mående och en fråga om fysiskt mående. De tre frågorna om mående och sömn specificerades till den senaste veckan, och frågorna besvarades på en femgradig Likert-skala från "Mycket dålig(t)" till "Mycket bra".

### ***Rosenberg Self-Esteem Scale***

Den sista delen av enkäten var de tio påståenden som tillsammans bildar Rosenberg Self-Esteem Scale. Rosenberg Self-Esteem Scale är en skala som syftar till att uppmäta en individs självkänsla. Skalan består av både positivt formulerade påståenden och negativt formulerade påståenden, och dessa påståenden besvaras på en fyragradig Likert-skala från "Stämmer inte alls" till "Stämmer helt". Rosenberg Self-Esteem Scale är den mest använda skalan gällande självkänsla, och den har god validitet och reliabilitet (Blascovich & Tomaka, 1991). I den aktuella studien erhöles ett Cronbachs alpha-värde på 0.936 för Rosenberg Self-Esteem Scale.

### **Procedur**

Webbenkäten skapades i enkätprogrammet Sunet Survey. Innan enkäten publicerades genomfördes en förtestning på fyra personer, vilken syftade till att få feedback på enkäten som helhet. Inga särskilda invändningar framfördes vid förtestningen, vilket gjorde att enkäten sedan publicerades i dess aktuella form. Insamlingen av data skedde under sex veckor.

### **Dataanalys**

Dataanalysen genomfördes i IBM SPSS Statistics version 25.

Förutsättningsprövningar utfördes inför samtliga analyser.

Deskriptiv statistik togs fram för studiens variabler. Med hjälp av Cronbachs alpha räknades den interna konsisten ut för skalorna SM-skala 1, SM-skala 2, SM-skala 3 samt Rosenberg Self-Esteem Scale. Med hjälp av Pearson korrelation räknades bivariata korrelationer ut mellan SM-skala 1, SM-skala 2, SM-skala 3 samt Rosenberg Self-Esteem Scale.

För att besvara frågeställning 1 så genomfördes ett oberoende t-test. Cutoff bestämdes utifrån medelvärdet; poäng  $< 9,90$  på SM-skala 1 innebar därmed lågt SM-användande, och poäng  $> 9,91$  på samma skala innebar följaktligen högt SM-användande.

För att besvara frågeställning 2 så genomfördes ett oberoende t-test. Cutoff bestämdes utifrån medelvärdet; poäng  $< 6,19$  på SM-skala 2 innebar därmed låg vikt vid SM-material, och poäng  $> 6,20$  på samma skala innebar följaktligen stor vikt vid SM-material.

För att besvara frågeställning 3 så genomfördes ett oberoende t-test. Cutoff bestämdes utifrån medelvärdet; poäng  $< 11,24$  på SM-skala 3 innebar därmed kritisk syn på andras SM-material, och poäng  $> 11,25$  på samma skala innebar följaktligen okritisk syn på andras SM-material.

För att analysera om det fanns samband mellan självkänsla och psykiskt mående så genomfördes ett oberoende t-test. Cutoff bestämdes utifrån medelvärdet; poäng  $< 3,37$  på Psykiskt mående innebar därmed dåligt psykiskt mående, och poäng  $> 3,38$  på samma skala innebar följaktligen bra psykiskt mående.

För att analysera om det fanns samband mellan självkänsla och fysiskt mående så genomfördes ett oberoende t-test. Cutoff bestämdes utifrån medelvärdet; poäng  $< 3,45$  på Fysiskt mående innebar därmed dåligt psykiskt mående, och poäng  $> 3,46$  på samma skala innebar följaktligen bra psykiskt mående.

För att analysera om det fanns samband mellan självkänsla och sömn så genomfördes ett oberoende t-test. Cutoff bestämdes utifrån medelvärdet; poäng  $< 3,31$  på Sömn innebar därmed dålig sömn, och poäng  $> 3,32$  på samma skala innebar följaktligen bra sömn.

## **Etik**

Studiens etiska grund sammanfattades på enkätens försida. Där fanns information om studiens syfte, och där var även angivet ett krav att respondenten var tvungen att vara minst 18 år för att få delta i studien då det ansågs minimera risken för eventuell etisk problematik. Ålderskravet valdes i linje med vad som framgår i Lag om etikprövning av forskning som avser människor (2003). På enkätens försida tydliggjordes även att deltagande

i studien var frivilligt, att man som respondent hade rätt att när som helst avbryta sin medverkan utan att ange skäl, att enkäten var helt anonym samt att svaren skulle redovisas på gruppnivå vilket innebar att ingen information skulle kunna kopplas till respondenten personligen. Slutligen uppgavs kontaktinformation till mig liksom en länk till hemsidan där studien skulle publiceras i sin färdiga form. All denna information låg till grund för det informerande samtycke som respondenterna var tvungna att ge innan de kom vidare till enkäten. Det informerande samtycket gavs via en obligatorisk kryssruta.

Risken för skada vid deltagande i studien bedömdes som låg, medan vinsten med studien - i form av ökad kunskap om korrelationen mellan de undersökta variablerna - bedömdes som tillräckligt stor för att berättiga genomförandet av denna.

### Resultat

Reliabilitetsanalyser av studiens fyra olika skalor visade att tre av de fyra skalorna hade Cronbachs alpha-värden över 0.7, vilket brukar betraktas som adekvat (föreläsning, 17 maj 2019). En av skalorna hade ett Cronbachs alpha-värde på 0.539, vilket kan betraktas som tveksamt.

Se Tabell 1 för deskriptiv statistik, Cronbachs alpha samt Pearson korrelation för studiens variabler.

Tabell 1.

*Deskriptiv statistik, Cronbachs alpha och Pearson korrelation för SM-skala 1, SM-skala 2, SM-skala 3, tilläggsfrågor kring generellt mående och sömn samt Rosenberg Self-Esteem Scale.*

Variabler	n	%	M	SD	Min	Max	$\alpha$	r
Lågt SM-användande	51	41,5	-	-	-	-	-	-
Högt SM-användande	72	58,5	-	-	-	-	-	-
Låg vikt vid SM-material	77	62,6	-	-	-	-	-	-
Stor vikt vid SM-material	46	37,4	-	-	-	-	-	-
Kritisk syn på andras SM-material	62	50,4	-	-	-	-	-	-

Okritisk syn på andras SM-material	61	49,6	-	-	-	-	-	-	-
Låg självkänsla	56	45,5	-	-	-	-	-	-	-
Hög självkänsla	67	54,5	-	-	-	-	-	-	-
Dåligt PM	58	47,2	-	-	-	-	-	-	-
Bra PM	65	52,8	-	-	-	-	-	-	-
Dåligt FM	54	43,9	-	-	-	-	-	-	-
Bra FM	69	56,1	-	-	-	-	-	-	-
Dålig sömn	57	46,3	-	-	-	-	-	-	-
Bra sömn	66	53,7	-	-	-	-	-	-	-
SM-skala 1	-	-	9,90	2,22	3	14	0,539	-	-
SM-skala 2	-	-	6,19	3,10	3	14	0,890	-	-
SM-skala 3	-	-	11,24	4,08	4	20	0,826	-	-
Psykiskt mående	-	-	3,37	1,08	1	5	-	-	-
Fysiskt mående	-	-	3,45	1,00	1	5	-	-	-
Sömn	-	-	3,31	1,14	1	5	-	-	-
Rosenberg Self-Esteem Scale	-	-	26,82	8,16	10	40	0,936	-	-
SM-skala 1 x RSES	-	-	-	-	-	-	-	-	-0,097
SM-skala 2 x RSES	-	-	-	-	-	-	-	-	-0,246*
SM-skala 3 x RSES	-	-	-	-	-	-	-	-	-0,425*

---

*Notering:* Lågt SM-användande = poäng < 9,90 på SM-skala 1. Högt SM-användande = poäng > 9,91 på SM-skala 1. Låg vikt vid SM-material = poäng < 6,19 på SM-skala 2. Stor vikt vid SM-material = poäng > 6,20 på SM-skala 2. Kritisk syn på andras SM-material = poäng < 11,24 på SM-skala 3. Okritisk syn på andras SM-material = poäng > 11,25 på SM-skala 3. Låg självkänsla = poäng < 26,82 på RSES. Hög självkänsla = poäng > 26,83 på RSES. Dåligt psykiskt mående = poäng < 3,37 på Psykiskt mående. Bra psykiskt mående = poäng > 3,38 på Psykiskt mående. Dåligt fysiskt mående = poäng < 3,45 på Fysiskt mående. Bra fysiskt mående = poäng > 3,46 på Fysiskt mående. Dålig sömn = poäng < 3,31 på Sömn. Bra sömn = poäng > 3,32 på Sömn. Min = lägsta totalpoäng. Max = högsta totalpoäng. \*  $p < 0.01$  (2-tailed).

Vad gäller studiens första frågeställning (“Kan man se någon signifikant skillnad i nivå av självkänsla mellan (a) individer som använder sociala medier mycket och (b) individer som använder sociala medier lite?”) så användes ett t-test för oberoende stickprov för att undersöka om det fanns någon signifikant skillnad mellan individer som använde sociala medier mycket och individer som använde sociala medier lite vad gäller deras nivå av självkänsla. Resultatet visade att de som uppgett att de använde sociala medier mycket inte hade signifikant lägre självkänsla ( $M=26,64$ ,  $SD=7,91$ ) än de som uppgett att de använde sociala medier lite ( $M=27,08$ ,  $SD=8,57$ ),  $t(121)=0,29$ ,  $p=0,770$ ,  $d=0,05$ .

Vad gäller studiens andra frågeställning (“Kan man se någon signifikant skillnad i nivå av självkänsla mellan (a) individer som uppger att deras eget material på sociala medier är viktigt för dem och (b) individer som uppger att deras eget material på sociala medier inte är viktigt för dem?”) så användes ett t-test för oberoende stickprov för att undersöka om det fanns någon signifikant skillnad mellan individer som uppgett att deras eget material på sociala medier var viktigt för dem och individer som uppgett att deras eget material på sociala medier inte var viktigt för dem vad gäller deras nivå av självkänsla. Resultatet visade att de som uppgett att deras eget material på sociala medier var viktigt för dem hade signifikant lägre självkänsla ( $M=24,80$ ,  $SD=7,44$ ) jämfört med de som uppgett att deras eget material på sociala medier inte var viktigt för dem ( $M=28,03$ ,  $SD=8,38$ ),  $t(121)=2,15$ ,  $p=0,034$ ,  $d=0,41$ . Effektstorleken visade en måttlig effekt.

Vad gäller studiens tredje frågeställning (“Kan man se någon signifikant skillnad i nivå av självkänsla mellan (a) individer som uppger att de tänker att andras material på sociala medier på ett verklighetstroget vis avspeglar deras riktiga liv och (b) individer som har en mer kritisk syn på andras material på sociala medier?”) så användes ett t-test för oberoende stickprov för att undersöka om det fanns någon signifikant skillnad mellan individer som uppgett att de tänkte att andras material på sociala medier på ett

verklighetstroget vis avspeglade deras riktiga liv och individer som uppgett att de hade en mer kritisk syn på andras material på sociala medier vad gäller deras nivå av självkänsla. Resultatet visade att individer som uppgett att de tänkte att andras material på sociala medier på ett verklighetstroget vis avspeglade deras riktiga liv hade signifikant lägre självkänsla ( $M=23,85$ ,  $SD=7,31$ ) jämfört med individer som uppgett att de hade en mer kritisk syn på andras material på sociala medier ( $M=29,74$ ,  $SD=7,94$ ),  $t(121)=4,28$ ,  $p<0,001$ ,  $d=0,77$ . Effektstorleken visade en stor effekt.

Då studien även tar upp sambandet mellan självkänsla och psykiskt mående, fysiskt mående samt sömn genomfördes analyser för att se hur sambanden mellan dessa variabler såg ut i den aktuella studien.

Vad gäller sambandet mellan självkänsla och psykiskt mående så användes ett t-test för oberoende stickprov för att undersöka om det fanns någon signifikant skillnad mellan individer som uppgett att de hade dåligt psykiskt mående och individer som uppgett att de hade bra psykiskt mående vad gäller deras nivå av självkänsla. Resultatet visade att de som uppgett att deras psykiska mående var dåligt hade signifikant lägre självkänsla ( $M=22,48$ ,  $SD=7,41$ ) jämfört med de som uppgett att deras psykiska mående var bra ( $M=30,69$ ,  $SD=6,76$ ),  $t(121)=-6,42$ ,  $p<0,001$ ,  $d=-1,16$ . Effektstorleken visade en stor effekt.

Vad gäller sambandet mellan självkänsla och fysiskt mående så användes ett t-test för oberoende stickprov för att undersöka om det fanns någon signifikant skillnad mellan individer som uppgett att de hade dåligt fysiskt mående och individer som uppgett att de hade bra fysiskt mående vad gäller deras nivå av självkänsla. Resultatet visade att de som uppgett att deras fysiska mående var dåligt hade signifikant lägre självkänsla ( $M=23,98$ ,  $SD=7,83$ ) jämfört med de som uppgett att deras fysiska mående var bra ( $M=29,04$ ,  $SD=7,76$ ),  $t(121)=-3,58$ ,  $p=0,001$ ,  $d=-0,65$ . Effektstorleken visade en måttlig effekt.

Vad gäller sambandet mellan självkänsla och sömn så användes ett t-test för oberoende stickprov för att undersöka om det fanns någon signifikant skillnad mellan individer som uppgett att de hade dålig sömn och individer som uppgett att de hade bra sömn vad gäller deras nivå av självkänsla. Resultatet visade att de som uppgett att deras sömn var dålig hade signifikant lägre självkänsla ( $M=23,67$ ,  $SD=7,78$ ) jämfört med de som uppgett att deras sömn var bra ( $M=29,55$ ,  $SD=7,52$ ),  $t(121)=-4,26$ ,  $p<0,001$ ,  $d=-0,77$ . Effektstorleken visade en stor effekt.

Se Tabell 2 för summering av de oberoende t-testen som genomfördes för att besvara studiens frågeställningar.

Tabell 2.

*Summering av oberoende t-test för skillnader i poäng på RSES mellan de som har lågt respektive högt SM-användande, lägger låg respektive stor vikt vid SM-material, har kritisk respektive okritisk syn på andras SM-material, som har dåligt respektive bra psykiskt mående, som har dåligt respektive bra fysiskt mående och som har dålig respektive bra sömn.*

BV	Grupper	n	M	SD	t	df	p	d
RSES	Lågt SM-användande	51	27,08	8,57	0,29	121	0,770	0,05
	Högt SM-användande	72	26,64	7,91				
RSES	Låg vikt vid SM-material	77	28,03	8,38	2,15	121	0,034	0,41
	Stor vikt vid SM-material	46	24,80	7,44				
RSES	Kritisk syn på andras SM-material	62	29,74	7,94	4,28	121	<0,001	0,77
	Okritisk syn på andras SM-material	61	23,85	7,31				
RSES	Dåligt psykiskt mående	58	22,48	7,41	-6,42	121	<0,001	-1,16
	Bra psykiskt mående	65	30,69	6,76				
RSES	Dåligt fysiskt mående	54	23,98	7,83	-3,58	121	0,001	-0,65
	Bra fysiskt mående	69	29,04	7,76				
RSES	Dålig sömn	57	23,67	7,78	-4,26	121	<0,001	-0,77
	Bra sömn	66	29,55	7,52				

*Notering:* BV = beroende variabel. Lågt SM-anv = poäng < 9,90 på SM-skala 1. Högt SM-anv = poäng > 9,91 på SM-skala 1. Låg vikt vid SM-material = poäng < 6,19 på SM-skala 2. Stor vikt vid SM-material = poäng > 6,20 på SM-skala 2. Kritisk syn på andras SM-material = poäng < 11,24 på SM-skala 3. Okritisk syn på andras SM-material = poäng > 11,25 på SM-skala 3. Dåligt psykiskt mående = poäng < 3,37 på Psykiskt mående. Bra psykiskt mående = poäng > 3,38 på Psykiskt mående. Dåligt fysiskt mående = poäng < 3,45 på Fysiskt mående.



Bra fysiskt mående = poäng > 3,46 på Fysiskt mående. Dålig sömn = poäng < 3,31 på Sömn.  
Bra sömn = poäng > 3,32 på Sömn.

## **Diskussion**

### **Resultatdiskussion**

Studiens första frågeställning undersökte hur individers användande av sociala medier i termer av antal sajter, tid spenderad per dag samt användande av sociala medier när de egentligen borde göra något annat korrelerade med deras grad av självkänsla, och resultatet blev att ingen signifikant skillnad i nivå av självkänsla rapporterades av de individer som använde sociala medier mycket respektive lite. Detta resultat går emot annan forskning som visat på en koppling mellan dessa aspekter av sociala medier-användande och självkänsla (Andreassen et al., 2017; Bergagna & Tartaglia, 2018; Demircioglu & Kose, 2020; Hawi & Samaha, 2019; Sahin & Kumcagiz, 2017). Man kan också se det som att resultatet går emot hypoteserna framlagda av Kraut et al. (2002) som yrkar på att det finns samband mellan nivå av självkänsla och hur mycket man använder internet. Resultatet går dock i linje med Romero-Rodriguez et al. (2020) som inte fann signifikant samband mellan nivå av självkänsla och nivå av Instagram-användande, liksom Cleland Woods och Scotts (2016) resonemang kring att det inte nödvändigtvis är hur mycket tid man spenderar på sociala medier som korrelerar med nivån av självkänsla utan hur emotionellt investerad man är i sociala medier. Man kan förstå resultatet utifrån det faktum att en individs användande av sociala medier i termer av antal sajter, tid spenderad per dag samt att använda sociala medier när man egentligen borde göra något annat inte säger något om vilka tankar och känslor som är involverade när individen i fråga sitter framför skärmen och ej heller vad sociala medier innebär för individen generellt.

Studiens andra frågeställning undersökte korrelationen mellan hur stor vikt individer lade vid sitt eget material på sociala medier och deras grad av självkänsla, och resultatet blev att individer som lade stor vikt vid sitt eget material på sociala medier hade signifikant lägre självkänsla än individer som uppgav att deras material på sociala medier inte var lika viktigt för dem. Detta resultat går i linje med annan forskning som visat på en koppling mellan att känna att ens eget material på sociala medier är viktigt för en och låg självkänsla (Brandenberg et al., 2019; Choukas-Bradley et al., 2019; Sabik et al., 2020; Twomey & O'Reilly, 2017). Resultat går även i linje med teorier om sociala medier som säger att individer känner press på att uppvisa fördelaktiga online-identiteter (Turkle, 1995, 2017) samt att individers närvaro på sociala medier till viss del kan likställas med en uppvisning där

det är viktigt att framstå som bra inför andra (Gardner & Davis, 2014). Resultatet i fråga kan även förstås utifrån sociometer-teorin (Leary & Downs, 1995), då man kan tänka sig att drivkraften bakom att konstruera fördelaktiga online-identiteter härstammar från behovet av att känna sig accepterad och undvika att bli avvisad. Man kan även förstå resultatet utifrån teorin om självpresentation (Goffman, 1956), då sociala medier är en plats där det är lättare än någon annanstans att aktivt välja vad man vill framhäva respektive undanhålla - ens eget material kan i allra högsta grad ses som definitionen av impression management. Även begreppet prestationsbaserad självkänsla (Hallsten et al., 2005) kan kopplas till det signifikanta resultatet som erhöles för studiens andra frågeställning, då man kan tänka sig att individers eget material på sociala medier blir ytterligare en arena i livet där man känner att man behöver prestera väl för att upprätthålla sin självkänsla. Resultatet går dock emot både studien av Gentile et al. (2012) som ju kom fram till att interaktion med den egna Facebook-profilen ledde till högre självkänsla samt studien av Wang et al. (2020) som kom fram till signifikanta samband mellan hög självkänsla och att lägga ut mycket bilder på sig själv på sociala medier. Resultatet går även delvis emot studien av Steinsbeek et al. (2021) som kom fram till att det varken påverkade individers självkänsla i negativ eller positiv riktning att lägga upp eget material på sociala medier.

Studiens tredje frågeställning undersökte hur okritiskt respektive kritiskt individer såg på andras material på sociala medier och hur detta korrelerade med individernas grad av självkänsla, och resultatet visade att individer med en mer okritisk syn på andras material på sociala medier hade signifikant lägre självkänsla än individer som rapporterade en mer kritisk syn. Detta resultat går i linje med annan forskning som visat på en koppling mellan att jämföra sig mycket med andras material på sociala medier och låg självkänsla (Midgley et al., 2020; Ozimek & Bierhoff, 2020; Pan & Pena, 2020; Steinsbeek et al., 2021; Vogel et al., 2014). Det aktuella resultatet kan även diskuteras utifrån Festingers (1954) teori om social jämförelse, då man bara kan spekulera i hur mycket mer vår självkänsla påverkas av social jämförelse idag än före sociala mediers tid då vi idag i och med sociala medier kan jämföra oss med miljardtals människors förmågor och åsikter jämfört med tiotals tidigare i människans historia. Resultatet kan också förstås utifrån Covingtons (1984) teori om self-worth, då sociala medier banar väg för att vi får mycket information om vad andra presterar vilket därmed kan påverka hur vi känner kring våra egna prestationer och därmed vårt eget självvärde. Teorin om self-worth tar förutom prestation även upp faktorerna förmåga och ansträngning, vilka man kan tänka sig är ytterligare faktorer som individer tar i beaktande när de kalkylerar sitt självvärde utifrån hur de själva står sig i förhållande till andras material på

sociala medier. Resultatet anknyter även till Carrs (2020) teori om sociala medier som säger att våra hjärnor påverkas negativt av andra människors uppvisning/skryt på sociala medier. Resultatet går dock emot delar av Pan och Penas studie från 2020 som ju visade på att individers utseende-självkänsla höjdes när de på sociala medier exponerades för foton på individer som de ansåg att de själva var mer attraktiva än.

Vad gäller sambandet mellan självkänsla och psykiskt mående så visade studien på signifikant korrelation, vilket visade på att självkänslan hos individer som rapporterade dåligt psykiskt mående var lägre än hos individer som rapporterade bra psykiskt mående. Detta stämmer överens med tidigare forskning (Silverstone & Salsali, 2003), och kan förstås utifrån tesen att dåligt psykiskt mående och låg självkänsla förstärker varandra.

Vad gäller sambandet mellan självkänsla och fysiskt mående så visade studien även här på signifikant korrelation, som sade att individer med sämre fysiskt mående hade signifikant lägre självkänsla än individer med bättre fysiskt mående. Detta går i linje med det Wagner et al. (2014) kom fram till, och det är förståeligt utifrån perspektivet att bra fysiskt mående är en förutsättning för att kunna leva livet på önskat sätt.

Vad gäller sambandet mellan självkänsla och sömn så visade de statistiska analyserna på signifikant samband mellan sömn och självkänsla. Detta i likhet med tidigare forskning som visat att låg självkänsla är korrelerad med dålig sömn (Lemola et al., 2013), vilket kan förklaras med både en fysiologisk liksom en psykologisk koppling mellan självkänsla och sömn.

### **Metoddiskussion**

Till sin design var den aktuella studien en tvärsnittsstudie på vilken en kvantitativ forskningsansats tillämpades. Beslutet att göra en tvärsnittsstudie togs både med studiens praktiska ramar i beaktande, men även för att det ansågs möjliggöra besvarandet av studiens frågeställningar på ett fördelaktigt sätt. Vad gäller den kvantitativa forskningsansatsen valdes den då det fanns en önskan om ett mer generaliserbart och objektiva resultat än vad en kvalitativ forskningsansats hade kunnat producera för de aktuella frågeställningarna. Med en tvärsnittsstudie går det dock inte att avgöra kausalitet, vilket är en betydande svaghet i studien. Resultatet säger ingenting om orsakssambandet mellan låg självkänsla och att lägga stor vikt vid sitt eget material på sociala medier samt att ha ett okritiskt synsätt på andras material på sociala medier - är det så att individers självkänsla sänks när de bryr sig mycket om sociala medier, eller är det så att individer som redan har låg självkänsla bryr sig mer om sociala medier än individer med högre självkänsla? Denna brist på information om kausalitet är ett hot mot studiens interna validitet, då studiens resultat inte avslöjar om de oberoende

variablerna (sociala medier-användande, psykiskt mående, fysiskt mående samt sömn) var det som faktiskt påverkade den beroende variabeln (självkänsla). Detta problem hade kunnat avhjälpas med hjälp av en forskningsdesign som hade kunnat ge information om kausalitet, så som en experimentell eller longitudinell design. En kvalitativ forskningsansats hade banat väg för djupare insikt kring vilka mekanismer och aspekter det är som kan ligga bakom sambandet mellan låg självkänsla och att vara brydd kring ens eget och andras material på sociala medier.

Rekryteringen till studien var huvudsakligen ett bekvämlighetsurval, men även ett snöbollsurval tillämpades. Beslutet att använda bekvämlighetsurval togs baserat på studiens praktiska ramar, men även för att det ansågs möjliggöra ett högt deltagarantal. Snöbollsurvalet lades till för att ytterligare öka chanserna till fler respondenter. Rent forskningsmässigt hade det dock varit bättre med ett slumpmässigt urval för att uppnå högre grad av generaliserbarhet. För det finns ju en överhängande risk för att studiens deltagare sökte sig till studien och besvarade den just för att de var individer som blev personligt berörda av studiens ämne, vilket i så fall innebär en snedvridning av studiens sample med de konsekvenser som det innebär. Studien hade ett exklusionskriterie vilket var att vara under 18 år. Detta beslut togs baserat på etiska grunder, men om möjlighet hade funnits hade det varit intressant att se hur sociala medier-användande korrelerade med självkänsla även hos individer under 18 år. I slutändan besvarades studiens enkät av 123 personer vilket anses tillräckligt ur ett statistiskt avseende men det hade självklart varit önskvärt med ännu fler. En mer problematisk aspekt var att det enbart var kvinnor som besvarade enkäten, vilket innebar att inga könsskillnader kunde beräknas vad gäller sambandet mellan studiens olika variabler. Kvinnor är visserligen överrepresenterade på sociala medier generellt och bloggar specifikt (vilket ju var stället där enkäten spreds), men för att få in även män som respondenter hade enkäten kunnat spridas även på sociala medier där det finns mer män (exempelvis Twitter). Det fanns representanter från alla åldersgrupper och nästan hälften av de deltagande tillhörde den mittersta av de fem åldersgrupperna, vilket var fördelaktigt ur en normalfördelningsaspekt, men större åldersspann hade ändå varit önskvärt. Sammanfattningsvis innebar dock studiens rekrytering, exklusionskriterie samt det slutgiltiga samplets egenskaper hot mot studiens externa validitet, då resultatets grad av generaliserbarhet till den generella befolkningen inte blev särskilt hög.

Studiens instrument var en webbenkät med sammanlagt 25 item uppdelade i fyra olika delinstrument. Det första delinstrumentet var demografiska frågor, närmare bestämt kön och ålder. Vad gäller kön fanns det två svarsalternativ - "Man" och "Kvinna". Detta för att det

fanns en önskan om att kunna inkludera könsskillnader i analysen. Anledningen till att inte ytterligare svarsalternativ erbjöds vad gäller kön var att det fanns en misstanke om att den tredje gruppen skulle bli så pass liten och snedvriden att inga generaliserbara slutsatser skulle kunna dras utifrån resultatet. Vad gäller svarsalternativen för ålder så upptäcktes efter enkätens publicering att svarsalternativen överlappade på så sätt att det första svarsalternativet var "18 år-20 år" och det andra var "20 år-25 år", och så vidare. Detta innebär att om en individ var 20 år så kunde hon hamna i olika grupper i analysen beroende på vilket svarsalternativ hon valde, och likadant för individerna i de andra åldrarna som kunde välja en av två olika grupper. Det är oklart om detta inneburit något stort problem, men önskvärt vore ändå om åldersgrupperna varit "18 år-20 år" och "21 år-25 år" och så vidare istället. Det andra delinstrumentet bestod av skalan gällande sociala medier-användande. Denna skala konstruerades av mig själv, vilket var en fördel ur aspekten att den kunde fånga in exakt de ämnen som jag var intresserad av. Nya, egenkonstruerade skalor har ju dock den stora nackdelen att de inte är testade innan vilket gör att varken validitet eller reliabilitet är kontrollerad. Vad gäller den egenkonstruerade skalan bör man främst ställa sig frågan - kan en vara säker på att frågornas formuleringar förstods på tänkt sätt av respondenterna? Svaret på denna fråga är nej, vilket innebär ett betydande hot mot konstruktvaliditeten. En annan nackdel som uppstod kring den egenkonstruerade skalan var att teorierna och den tidigare forskningen inte exakt motsvarade innehållet i vissa av skalans frågor, då teori och tidigare forskning om de exakta ämnena saknades. Mer exakt var det teori och tidigare forskning kring den egna imagen på sociala medier (SM-skala 2) samt verklighetstrogenheten hos andras material på sociala medier (SM-skala 3) som saknades. Den teori och den tidigare forskning som hittades ansågs dock motsvara frågorna i den egenkonstruerade skalan tillräckligt väl för att lyckas upprätthålla studiens röda tråd. Skalan om sociala medier-användande bestod i sin tur av tre olika delskalor, varav en hade ett Cronbachs alpha-värde som inte uppfyllde kravet för att anses som adekvat. Detta tveksamma Cronbachs alpha-värde är problematiskt, och kan ha påverkat resultatet. Värt att notera här är nämligen att det var SM-skala 1 som inte uppfyllde kravet för adekvat Cronbachs alpha-värde, och det var även frågeställning 1 som inte uppnådde signifikant resultat. Det tåls att fundera över. Detta tveksamma Cronbachs alpha-värde berodde eventuellt på att de två första frågorna i skalan besvarades i absoluta termer (antal sajter samt tid per dag) medan den tredje frågan i skalan besvarades i relativa termer (om en spenderade tid på sociala medier istället för att göra saker en egentligen borde), liksom att skalan bara bestod av tre frågor. Problemet hade därmed eventuellt kunnat avhjälpas med frågor i samma genre liksom ett större antal frågor. Det

tredje delinstrumentet var tre frågor kring generellt mående och sömn, som lades till för att ytterligare utöka förståelsen för faktorer som har samband med självkänsla. Frågorna specificerades till den senaste veckan, vilket bör ha gjort att det som önskades fångas upp också var det som faktiskt fångades upp. Det fjärde delinstrumentet var Rosenberg Self-Esteem Scale, vilket valdes då det av många anledningar blivit den mest använda skalan gällande självkänsla. Valet känns därmed oproblemiskt.

Vad gäller studiens procedur så valdes Sunet Survey som enkätprogram, detta då det är enkätprogrammet som Lunds Universitet använder vilket sågs som en kvalitetsgaranti. Förtestningen som genomfördes innan enkäten publicerades hade eventuellt kunnat utföras på fler personer och personer med större spridning, för att bana väg för mer input.

Vad gäller studiens dataanalys så genomfördes sex oberoende t-tester för att undersöka och besvara studiens frågeställningar, och detta anses adekvat för att uppnå god statistisk validitet. En eventuell problematik kring dataanalysen var att det debatterades om medelvärden eller medianvärden skulle användas som cutoff, och medelvärden valdes slutligen. Då medelvärdena och medianvärdena var ungefär samma tack vare normalfördelning och brist på outliers så bör det inte ha gjort stor skillnad för resultatet, men det är ändå ett observandum.

Vad gäller studiens etik så bedrevs studien enligt de principer som framgår i Lag om etikprövning av forskning som avser människor (2003), vilket gör att studien anses som etiskt oproblemiskt. Därtill anses kunskapsvinsten som studien bidrog till som tillräcklig för att berättiga studiens genomförande.

Sammanfattningsvis bör studiens resultat tolkas i ljuset av de metodologiska styrkor och svagheter som diskuterats ovan.

### **Framtida forskning**

Både användandet av sociala medier och psykisk ohälsa såsom låg självkänsla ökar i samhället, varför det finns ett stort behov av vidare forskning kring sociala medier och självkänsla. Det viktigaste fyndet som denna studie kom fram till var det faktum att det inte verkar vara hur mycket tid man spenderar på sociala medier utan hur man tänker och känner kring både sitt eget och andras material på sociala medier som har ett samband med ens självkänsla. Detta är därför något som bör utforskas vidare. Denna vidare utforskning bör förslagsvis ske med designer som kan ge svar kring kausalitet. Även kvalitativ forskning hade varit på sin plats, för att bredda förståelsen för fenomenet på djupet och inte bara producera mer kvantitativa resultat. Det skulle vara fördelaktigt om studier med slumpmässigt urval genomfördes, för att öka både objektivitet och generaliserbarhet. Det hade även varit

intressant att undersöka hur sociala medier-användande korrelerar med självkänsla hos individer under 18 år, något som den aktuella studien inte undersökte på grund av de etiska ramarna som valdes för studien. Andra förslag inför framtida forskning är större samples, att få in män som respondenter samt fler åldersgrupper för att öka resultatens generaliserbarhet. För mer objektiva resultat än vad självskattningar ger hade hjärnabbildningsstudier eller liknande kunnat vara av intresse för framtida forskning. En annan viktig sak som bör arbetas vidare med är det som jag började med i denna studie - det vill säga utformandet av en skala som fångar in hur individer känner och tänker kring både sitt eget och andras sociala medier-material, och inte bara tiden individer lägger ner på sociala medier. Med en sådan skala hade man kunnat sälla ut de individer som statistiskt sett har högst risk att även ha låg självkänsla, och då vid behov erbjuda dessa individer lämplig behandling.

### **Slutsatser**

Det huvudsakliga syftet med studien var att undersöka sambandet mellan sociala medier-användande och självkänsla. Resultatet visade att det inte fanns något signifikant samband mellan låg självkänsla och hur många sociala medier-sajter man var aktiv på, hur mycket tid man lade ner på sociala medier per dag samt om man spenderade tid på sociala medier när man egentligen borde göra något annat, men att det däremot fanns signifikanta samband både mellan låg självkänsla och att bry sig mycket om sitt eget material på sociala medier likväl som låg självkänsla och att ha ett okritiskt synsätt på andras material på sociala medier. Studiens resultat skiljer sig därmed åt från den forskning som visat på samband mellan att spendera mycket tid på sociala medier och låg självkänsla. Istället går studiens resultat i linje med den forskning som kommit fram till att det är hur individer tänker och känner kring sociala medier som korrelerar med deras nivå av självkänsla. Detta är något som är relevant att undersöka vidare, för fördjupad förståelse för vilka aspekter det är av sociala medier-användande som korrelerar med låg självkänsla och därmed bättre möjligheter att erbjuda berörda individer psykologiska insatser.

## Referenser

- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors, 64*, 287-293.  
<https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.03.006>
- Bergagna, E., & Tartaglia, S. (2018). Self-esteem, social comparison, and facebook use. *Europe's Journal of Psychology, 14*(4), 831-845.  
<https://doi.org/10.5964/ejop.v14i4.1592>
- Blascovich, J., & Tomaka, J. (1991). Measures of self-esteem. I J. P. Robinson, P. R. Shaver, & L. S. Wrightsman (Red.), *Measures of Personality and Social Psychological Attitudes* (s. 115-160). San Diego: Academic Press. <https://doi.org/10.1016/C2013-0-07551-2>
- Brandenberg, G., Ozmiek, P., Bierhoff, H-W., & Janker, C. (2019). The relation between use intensity of private and professional SNS, social comparison, self-esteem, and depressive tendencies in the light of self-regulation. *Behaviour & Information Technology, 38*(6), 578-591. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2018.1545049>
- Brown, J. D., & Marshall, M. A. (2006). The three faces of self-esteem. I M. Kernis (Red.), *Self-esteem: Issues and Answers* (s. 4-9). New York: Psychology Press.
- Carr, N. (2020). *The shallows: what the internet is doing to our brains*. New York: W. W. Norton.
- Choukas-Bradley, S., Nesi, J., Widman, L., & Higgins, M. K. (2019). Camera-ready: Young women's appearance-related social media consciousness. *Psychology of Popular Media Culture, 8*(4), 473-481. <http://dx.doi.org.ludwig.lub.lu.se/10.1037/ppm0000196>
- Cleland Woods, H., & Scott, H. (2016). #Sleepyteens: Social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self-esteem. *Journal of Adolescence, 51*, 41-49. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.05.008>



- Covington, M. V. (1984). *Schematic diagram of the self-worth model* [figur].  
<https://www.jstor-org.ludwig.lub.lu.se/stable/pdf/1001615.pdf?refreqid=excelsior%3A384b322cfaac628926db7d7d814f7f07>
- Covington, M. V. (1984). The self-worth theory of achievement motivation: Findings and implications. *The Elementary School Journal*, 85(1), 4-20.
- Demircioglu, Z. I., & Kose, A. G. (2020). Mediating effects of self-esteem in the relationship between attachment styles and social media addiction among university students. *Journal of Psychiatry & Neurological Sciences*, 33(1), 8-18.  
<https://doi.org/10.14744/DAJPNS.2019.00056>
- Farm, M. (9 januari 2017). *Självkänsla*.  
<https://www.psykologiguident.se/rad-och-fakta/symtom-och-besvar/psykisk-ohalsa/sjalvkansla>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Gardner, H., & Davis, K. (2014). *The app generation: how today's youth navigate identity, intimacy, and imagination in a digital world*. New Haven: Yale University Press.
- Gentile, B., Twenge, J. M., Freeman, E. C., & Campbell, W. K. (2012). The effect of social networking websites on positive self-views: An experimental investigation. *Computers in Human Behavior*, 28(5), 1929-1933.  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.05.012>
- Goffman, E. (1956). *The presentation of self in everyday life*. New York: Doubleday.
- Hallsten, L., Josephson, M., & Torgén, M. (2005). *Performance-based self-esteem: A driving force in burnout processes and its assessment* (Arbete och Hälsa 2005:04). Arbetslivsinstitutet. <http://hdl.handle.net/2077/4355>

- Hawi, N., & Samaha, M. (2019). Identifying commonalities and differences in personality characteristics of internet and social media addiction profiles: traits, self-esteem, and self-construal. *Behaviour & Information Technology*, 38(2), 110-119.  
<https://doi.org/10.1080/0144929X.2018.1515984>
- Haynes, T. (1 maj 2018). Dopamine, smartphones & you: A battle for your time. *Harvard University: The Graduate School of Arts and Sciences*.  
<http://sitn.hms.harvard.edu/flash/2018/dopamine-smartphones-battle-time/>
- Jeri-Yabar, A., Sanchez-Carbonel, A., Tito, K., Ramirez-delCastillo, J., Torres-Alcantara, A., Denegri, D., & Carreazo, Y. (2019). Association between social media use (twitter, instagram, facebook) and depressive symptoms: Are twitter users at higher risk? *International Journal of Social Psychiatry*, 65(1), 14-19. <https://doi-org.ludwig.lub.lu.se/10.1177/0020764018814270>
- Kemp, S. (20 oktober 2020). Social media users pass the 4 billion mark as global adoption soars. *We Are Social*. <https://wearesocial.com/blog/2020/10/social-media-users-pass-the-4-billion-mark-as-global-adoption-soars>
- Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V., & Crawford, A. (2002). Internet paradox revisited. *Journal of Social Issues*, 58(1), 49-74.  
<https://doi.org/10.1111/1540-4560.00248>
- Lag om etikprövning av forskning som avser människor (SFS 2003:460).  
Utbildningsdepartementet. [https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/lag-2003460-om-etikprovning-av-forskning-som\\_sfs-2003-460](https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/lag-2003460-om-etikprovning-av-forskning-som_sfs-2003-460)
- Leary, M. R., & Downs, D. L. (1995). Interpersonal functions of the self-esteem motive: The self-esteem system as a sociometer. I M. H. Kernis (Red.), *Efficacy, Agency, and Self-Esteem* (s. 123-144). New York: Plenum Press.
- Lemola, S., Rääkkönen, K., Gomez, V., & Allemand, M. (2013). Optimism and self-esteem

are related to sleep. Results from a large community-based sample. *International Journal of Behavioral Medicine*, 20(4), 567-571. <https://doi.org/10.1007/s12529-012-9272-z>

Meikle, G. (2016). *Social media: communication, sharing and visibility*. New York: Routledge. <https://doi-org.ludwig.lub.lu.se/10.4324/9781315884172>

Midgley, C., Thai, S., Lockwood, P., Kovacheff, C., & Page-Gould, E. (2020). When every day is a high school reunion: Social media comparisons and self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*.  
<http://dx.doi.org.ludwig.lub.lu.se/10.1037/pspi0000336>

Nationalencyklopedin (u.å.). Sociala medier. I *Uppslagsverket*. Hämtad från  
<https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/sociala-medier>

Ozimek, P., & Bierhoff, H-W. (2020). All my online-friends are better than me - three studies about ability-based comparative social media use, self-esteem, and depressive tendencies. *Behaviour & Information Technology*, 39(10), 1110-1123.  
<https://doi.org/10.1080/0144929X.2019.1642385>

Pan, W., & Pena, J. (2020). Looking down on others to feel good about the self: The exposure effects of online model pictures on men's self-esteem. *Health Communication*, 35(6), 731-738. <https://doi.org/10.1080/10410236.2019.1584780>

Psykologiguiden (u.å.). Sociala medier. I *Psykologilexikon*. Hämtad från  
<https://www.psykologiguiden.se/psykologilexikon/?Lookup=sociala+medier>

Psykologiguiden (u.å.). Social jämförelseteori. I *Psykologilexikon*. Hämtad från  
<https://www.psykologiguiden.se/psykologilexikon/?Lookup=social+j%C3%A4mf%C3%B6relseteori>

Quennerstedt, M. (2018). Social media as a health resource: A salutogenic perspective. I V. Goodyear & K. Armour (Red.), *Young People, Social Media and Health* (s. 71-85). London: Routledge.

- Romero-Rodriguez, J-M., Aznar-Diaz, I., Marin-Marin, J-A., Soler-Costa, R., & Rodriguez-Jimenez, C. (2020). Impact of problematic smartphone use and instagram use intensity on self-esteem with university students from physical education. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(12), 4336. <https://doi.org/10.3390/ijerph17124336>
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton: Princeton University Press.
- Sabik, N. J., Falat, J., & Magagnos, J. (2020). When self-worth depends on social media feedback: Associations with psychological well-being. *Sex Roles*, 82(7/8), 411-421. <https://doi.org/10.1007/s11199-019-01062-8>
- Sahin, C., & Kumcagiz, H. (2017). The predictive role of narcissism and self-esteem on social media addiction. *International Journal of Eurasia Social Sciences*, 8(30), 2136-2155.
- Sherlock, M., & Wagstaff, D. L. (2019). Exploring the relationship between frequency of instagram use, exposure to idealized images, and psychological well-being in women. *Psychology of Popular Media Culture*, 8(4), 482-490. <http://dx.doi.org.ludwig.lub.lu.se/10.1037/ppm0000182>
- Silverstone, P. H., & Salsali, M. (2003). Low self-esteem and psychiatric patients: Part I - The relationship between low self-esteem and psychiatric diagnosis. *Annals of General Hospital Psychiatry*, 2(1), 2. <https://doi.org/10.1186/1475-2832-2-2>
- Steinsbekk, S., Wichström, L., Stenseng, F., Nesi, J., Wold Hygen, B., & Skalicka, V. (2021). The impact of social media use on appearance self-esteem from childhood to adolescence - A 3-wave community study. *Computers in Human Behavior*, 114. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106528>
- Tuominen, P. (25 januari 2018). *Självkänsla, självförtroende och självbild*.

<https://www.1177.se/Skane/liv--halsa/psykisk-halsa/sjalvkansla-sjalvfortroende-och-sjalvbild/>

Turkle, S. (1995). *Life on the screen: identity in the age of the internet*. New York: Simon & Schuster.

Turkle, S. (2017). *Alone together: why we expect more from technology and less from each other*. New York: Basic Books.

Twomey, C., & O'Reilly, G. (2017). Associations of self-presentation on facebook with mental health and personality variables: A systematic review. *CyberPsychology, Behavior & Social Networking*, 20(10), 587-595.  
<https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0247>

Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206-222.  
<https://doi.org/10.1037/ppm0000047>

Wagner, J., Lang, F. R., Neyer, F. J., & Wagner, G. G. (2013). Self-esteem across adulthood: The role of resources. *European Journal of Ageing*, 11(2), 109-119.  
<https://doi.org/10.1007/s10433-013-0299-z>

Wang, Y., Wang, X., Liu, H., Xie, X., Wang, P., & Lei, L. (2020). Selfie posting and self-esteem among young adult women: A mediation model of positive feedback and body satisfaction. *Journal of Health Psychology*, 25(2), 161-172.  
<https://doi.org/10.1177/1359105318787624>

Youssef, L., Hallit, R., Kheir, N., Obeid, S., & Hallit, S. (2020). Social media use disorder and loneliness: Any association between the two? Results of a cross-sectional study among lebanese adults. *BMC Psychology*, 8(1), 1-7. <https://doi.org/10.1186/s40359-020-00421-5>

## Bilaga

### Välkommen till denna enkät om sociala medier-användande och självkänsla!

Enkäten är en del av mitt examensarbete på psykologprogrammet vid Lunds Universitet, och syftar till att undersöka sambandet mellan individers användande av sociala medier och deras grad av självkänsla.

Enkäten består av 25 frågor och tar ca 5 minuter att genomföra. Du måste vara minst 18 år för att vara med i studien.

Det är frivilligt att delta i studien, och du kan när som helst avbryta din medverkan utan att ange skäl. Enkäten är helt anonym och svaren kommer att redovisas på gruppnivå, vilket innebär att ingen information kommer att kunna kopplas till dig personligen.

Vid frågor är du välkommen att kontakta mig på [charlotte.strindberg.810@student.lu.se](mailto:charlotte.strindberg.810@student.lu.se), och om du är intresserad av att ta del av den färdiga uppsatsen så kommer den att publiceras på <https://lup.lub.lu.se/student-papers/search/>.

Jag har läst ovanstående information och samtycker till att delta i studien

Jag nekar samtycke

Jag samtycker

**1. Kön**

- Man
- Kvinna

**2. Ålder**

- 18 år-20 år
- 20 år-25 år
- 25 år-30 år
- 30 år-40 år
- 40 år eller äldre

**3. Hur många olika sociala medier-sajter (ex. Facebook, Instagram, Snapchat, Pinterest, Twitter, LinkedIn) är du aktiv på?**

- 1 sajt
- 2 sajter
- 3 sajter
- 4 sajter
- 5 sajter eller fler

**4. Hur mycket tid per dag spenderar du på sociala medier?**

- 15 minuter eller mindre
- 15 minuter-45 minuter
- 45 minuter-1,5 timme
- 1,5 timme-3 timmar
- 3 timmar eller mer

**5. Spenderar du tid på sociala medier istället för att göra saker som du egentligen borde?**

- Aldrig
- Sällan
- Ibland
- Ofta
- Alltid

**6. Det är viktigt för mig att andra sociala medier-användare tycker att jag är fysiskt attraktiv**

- Inte alls viktigt
- Lite viktigt
- Måttligt viktigt
- Våldigt viktigt
- Extremt viktigt

**7. Det är viktigt för mig att andra sociala medier-användare tycker att jag verkar ha ett socialt framgångsrikt liv, det vill säga bra relationer med partner/familj/vänner och en aktiv och spännande fritid**

- Inte alls viktigt
- Lite viktigt
- Måttligt viktigt
- Våldigt viktigt
- Extremt viktigt

**8. Det är viktigt för mig att andra sociala medier-användare tycker att jag verkar ha ett prestationsmässigt och materiellt framgångsrikt liv, det vill säga bra utbildning/arbete och åtråvärda ting**

- Inte alls viktigt
- Lite viktigt
- Måttligt viktigt
- Våldigt viktigt
- Extremt viktigt

**9. När jag ser fördelaktiga foton på andras kroppar/ansikten på sociala medier så tänker jag att de ser ut så i verkligheten också**

- Stämmer inte alls
- Stämmer delvis
- Stämmer varken eller
- Stämmer ganska bra
- Stämmer helt

**10. Jag tänker att andras positiva berättelser om relationer, aktiviteter och prestationer på sociala medier är typiska för deras liv**

- Stämmer inte alls
- Stämmer delvis
- Stämmer varken eller
- Stämmer ganska bra
- Stämmer helt



**11. När jag tittar på andras selfies på sociala medier så tänker jag att de har lagt ner mycket tid och energi på att få bilderna attraktiva**

- Stämmer inte alls
- Stämmer delvis
- Stämmer varken eller
- Stämmer ganska bra
- Stämmer helt

**12. När jag tar del av andras utsagor om relationer, aktiviteter och prestationer på sociala medier så tar jag det med en nypa salt**

- Stämmer inte alls
- Stämmer delvis
- Stämmer varken eller
- Stämmer ganska bra
- Stämmer helt

**13. Hur skulle du beskriva ditt generella psykiska mående den senaste veckan?**

- Mycket dåligt
- Dåligt
- Varken eller
- Bra
- Mycket bra

**14. Hur skulle du beskriva ditt generella fysiska mående den senaste veckan?**

- Mycket dåligt
- Dåligt
- Varken eller
- Bra
- Mycket bra

**15. Hur skulle du beskriva din sömn den senaste veckan?**

- Mycket dålig
- Dålig
- Varken eller
- Bra
- Mycket bra

**16. Jag känner att jag är en värdefull person, åtminstone lika värdefull som andra**

- Stämmer inte alls
- Stämmer delvis
- Stämmer ganska bra
- Stämmer helt

**17. Jag känner att jag har ett flertal positiva egenskaper**

- Stämmer inte alls
- Stämmer delvis
- Stämmer ganska bra
- Stämmer helt

**18. På det stora hela känner jag att jag är misslyckad**

- Stämmer inte alls
- Stämmer delvis
- Stämmer ganska bra
- Stämmer helt

**19. Jag kan klara av saker och ting lika bra som andra människor**

- Stämmer inte alls
- Stämmer delvis
- Stämmer ganska bra
- Stämmer helt

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

- Stämmer inte alls
- Stämmer delvis
- Stämmer ganska bra
- Stämmer helt

**21. Jag har en positiv attityd gentemot mig själv**

- Stämmer inte alls
- Stämmer delvis
- Stämmer ganska bra
- Stämmer helt

**22. På det stora hela är jag nöjd med mig själv**

- Stämmer inte alls
- Stämmer delvis
- Stämmer ganska bra
- Stämmer helt

**23. Jag önskar att jag kunde ha mer respekt för mig själv**

- Stämmer inte alls
- Stämmer delvis
- Stämmer ganska bra
- Stämmer helt

**24. Ibland känner jag mig verkligen värdelös**

- Stämmer inte alls
- Stämmer delvis
- Stämmer ganska bra
- Stämmer helt

**25. Stundtals känner jag att jag inte är bra alls**

- Stämmer inte alls
- Stämmer delvis
- Stämmer ganska bra
- Stämmer helt