



AKADEMIN FÖR HÄLSA OCH ARBETSLIV
Avdelningen för socialt arbete och psykologi

*Föreligger ett samband mellan sociala medier och
självkänsla?*

Carina Jonsson

2019-05-09

Examensarbete, Grundnivå (kandidatexamen), 30 hp
Psykologi

Psykologiska metoder och examensarbete C, 30 hp, Distans, VT18

Handledare: Johan Willander
Examinator: Mårten Eriksson

Sammanfattning

Studien har syftat till att undersöka om det fanns ett samband mellan individers självkänsla och sociala medier i relation till ålder. Studien sökte även besvara om individer sökte bekräftelse genom sociala medier. Dessutom undersöktes om det fanns en korrelation mellan aktivitet och ålder på sociala medier. Sociala medier definierades i samband med denna studie till Instagram och Facebook. Data samlades in genom en kvantitativ enkätundersökning. Självkänsla mättes genom Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES). Insamlad data hanterades i SPSS och analyserades genom korrelationer och mellangrups-ANOVA. Det fanns en signifikant skillnad i självkänsla mellan grupperna yngre och äldre. Det påvisades inget signifikant samband mellan självkänsla och aktivitet på sociala medier. Det fanns en signifikant negativ korrelation mellan ålder och behovet av bekräftelse. En slutsats från denna uppsats är att unga tycks söka bekräftelse via sociala medier men att de inte tycks erhålla någon högre självkänsla genom sin närvaro i sociala medier.

Nyckelord: Självkänsla, ålder, sociala medier, bekräftelse

Abstract

Title: Is there a connection between social media and self-esteem?

The study aims to investigate whether there was a connection between individuals' self-esteem and social media in relation to age. The study also sought to answer whether individuals sought confirmation through social media. In addition, it was examined whether there was a correlation between activity and age on social media. Social media was defined in connection with this study for Instagram and Facebook. Data was collected through a quantitative survey. Self-esteem was measured by Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES). Collected data was handled in SPSS and analyzed by correlations and intergroup ANOVA. There was a significant difference in self-esteem between the groups younger and older. There was no significant correlation between self-esteem and activity on social media. There was a significant negative correlation between age and need for confirmation. One conclusion from this study is that young people seem to seek confirmation via social media but that they do not seem to receive any higher self-esteem through their presence in social media.

Key words: Self-esteem, age, social media, confirmation

Förord

Jag vill tacka min handledare Johan Willander för bra stöd och stort tålamod där jag stundtals bokstavligen bombarderat honom med frågor och funderingar i samband med mitt arbete med uppsatsen. Vill också tacka min man för all markservice han stått för under denna tid och alla underbara middagar som han trollat fram när jag varit djupt nere i arbetet. Vill även tacka våra vuxna barn för förståelsen att även om mamma är äldre behöver hon ha nya utmaningar.

Introduktion

Begreppet självkänsla

En vanligt förekommande definition av begreppet självkänsla är en individs syn på det egna värdet. Självkänsla handlar om utvärderingen av självet, i vilken utsträckning individen betraktar självet som kompetent och värdefullt (Lindwall, 2011).

Det finns flera teorier om uppbyggnaden av självkänsla. De flesta av dessa berör omgivningens påverkan på självkänsla, även om somliga betonar emotionell påverkan och andra fokuserar på sociala influenser och kognitiva aspekter. James (1890) och Mead (1934) var två teoribildare avseende självkänsla som påvisade två fundamentalt olika syn på självkänslans uppkomst och hur individen tillförskaffar sig denna självkänsla. James (1890) menade att individer aktivt skaffar sig sin självkänsla t.ex. genom kompetens och avsiktliga handlingar och detta leder till yttre självkänsla. Framgångsrika prestationer ger bara god självkänsla om ambitionen matchas rätt, i förhållande till förmågan inom ett visst område. Med högre ambition krävs högre prestationer för att ge god självkänsla. James (1890) sammanfattade sin teori om det här förhållandet i en kvot: Självkänsla = Förmåga/ambition.

Mead (1934) menade istället att självkänslan ges till individen genom andra människors emotionella bekräftelse och detta ger en inre självkänsla. I Meads (1934) teori är individens roll mer passiv, i motsats till James (1890) där individen aktivt skaffade sig sin självkänsla. Mead (1934) menade vidare att individens självbild skapas genom ett symboliskt samspel med de människor som omger den. Att skapa en jaguppfattning kan endast ske på ett indirekt sätt, alltså genom andras reaktioner på individen. För att kunna göra individen till objekt för sin egen varseblivning måste individen på något sätt och vis gå utanför sig själv och betrakta sig med andras ögon. Att ta en annans perspektiv (rolltagande) blir alltså en viktig del av detta skeende.

Individen försöker betrakta sig utifrån någon annans perspektiv, se sig själv med andras ögon och anamma den andres attityder gentemot sig själv (Mead, 1934).

Fox (1997) menar att vår självuppfattning; varseblivning av oss själva (eng. self-perception), kan innebära både en beskrivning av vem eller vad individen är (eng. self-description) och en värdering. Denna självvärdering; självkänsla (eng. self-esteem/self-worth) är en persons utvärdering av det goda eller värdefulla i sin beskrivning av sig själv. En gemensam nämnare för alla dessa själv-begrepp är att de står för den attityd vi har till oss själva (Fox, 1997).

Brown och Marshall (2006) menar att det finns oklarheter om hur själva konstruktionen av begreppet självkänsla är uppbyggt och argumenterar i sin artikel för att begreppet används på tre olika sätt; global självkänsla (eng. Global Self-Esteem), känslor av självvärde (eng. Feelings of Self-Worth och självutvärderingar (eng. Self-Evaluations). Den globala självkänslan används för att referera till en personlighetsvariabel som representerar det sätt som människor i allmänhet känner för sig själva. Denna form av självkänsla är relativt bestående över tid och situationer. Det andra sättet självkänsla används är för att hänvisa till självutvärderande känslighetsreaktioner på valda händelser (Brown & Marshall, 2006). Detta är erfarenheter som hotar eller ökar självkänslan. Exempel på en händelse som kan sänka självkänslan är en skilsmässa medan en befordran till nytt jobb kan öka självkänslan. Att känna sig för förödmjukad och skämmas över sig själv eller att känna sig stolt och nöjd med sig själv är exempel på det som Brown och Marshall (2006) menar med känslor av självvärde. Brown och Marshall (2006) menar att det tredje sättet som självkänsla används för är att hänvisa till hur människor utvärderar sina olika förmågor och attribut. En person som tvivlar på sin förmåga i skolan kan sägas ha låg akademisk självkänsla och en annan person, som tycker sig vara bra på sport kan sägas ha en hög atletisk självkänsla. Brown och Marshall (2006) menar vidare att begreppen självförtroende och självverkan också har använts för att hänvisa till dessa övertygelser och många människor jämför självförtroende med självkänsla. Brown och Marshall (2006) föredrar istället att kalla dessa övertygelser självutvärderingar eller självbedömningar eftersom det hänvisar till hur människor utvärderar eller värderar sina fysiska egenskaper, förmågor och personlighetsegenskaper.

Formation av självkänsla

Objektrelationsteoretikern Klein (1992) påvisade att självkänslan formas genom vårdarens ovillkorliga kärlek och lyhörddhet för barnets behov de två första levnadsåren. Klein (1992) menade också att dessa två första levnadsåren är de viktigaste åren för formationen av självkänslan. På så sätt blir självet stabilt, helt och lustbetonat laddat. Barnets goda erfarenheter av en fysiskt och emotionellt tillfredsställande omvårdnad blir till inre bilder av de viktiga personerna. Barnet kan sedan identifiera sig med dessa bilder och det färgar barnets uppfattning av självet (Klein, 1992).

Harter (1993, 1996, 1999) fann att vissa barn upplevde att de hade hög kompetens inom olika domäner men hade låg generell självkänsla och att andra barn upplevde sin kompetens vara låg på samma område men ändå hade de hög generell självkänsla. Här visade det sig att den upplevda betydelsen var en viktig faktor. När Harter (1993, 1996, 1999) mätte hur viktigt barnen tyckte de olika områdena de skattade inom sig var, förutom sin kompetens, kom mönstret tydligt fram. Inom områden som bedömdes som viktiga för barnen var sambandet mellan kompetens och generell självkänsla mycket starkare och tydligare (desto högre upplevd kompetens, desto högre självkänsla) jämfört med områden som bedömdes som mindre viktiga. Upplevd kompetens inom viktiga områden och sociala acceptans från viktiga andra i deras närhet är de två starkaste prediktorerna för självkänsla hos barn och ungdomar. I en modell som vidareutvecklats av Lindwall (2011) men som baseras på Harters (1993, 1996, 1999) forskning, påverkas barn och ungdomars självkänsla främst av två faktorer. Den ena faktorn är hur kompetent individen uppfattar sig själv i de områden/domäner individen tycker är viktiga och den andra faktorn är hur socialt accepterad individen känner sig av omgivningen och hur mycket socialt stöd individen har. Dessa två faktorer påverkar nivån av självkänslan som i sin tur påverkar personens känslomässiga (affektiva) tillstånd, till exempel risken för depression (Lindwall, 2011).

Förändring av självkänsla

I en studie av Josephs, Bosson & Jacobs (2003) påvisades att det är svårt att få individer med låg självkänsla att ta till sig positiv information om sig själv. Individer med låg självkänsla hade svårare att acceptera positiv feedback om dem själva om denna information kom från dem själva. De hade dock lättare att ta till sig den positiva feedbacken om den kom från omgivningen.

Det visade sig också att individerna med låg självkänsla var lika benägna att acceptera och ta in negativ information om sig själva oavsett om källan var de själva eller omgivningen (Josephs et al., 2003).

Robins, Trzesniewski, Tracy, Gosling & Potter (2002) undersökte ålderskillnader i självkänsla över åtta decennier av livet. Studien visade att barn hade en uppblåst självkänsla som så småningom avtar, tonåringars självkänsla fortsatte att avta. Vuxnas självkänsla ökade gradvis och nådde en topp i sena medelåldern. Äldres självkänsla avtog kraftigt med början vid 70-års åldern (Robins et al., 2002).

Förändring av självkänslan över generationer

I en metaanalysstudie av Twenge och Campbell (2001) undersöktes hur självkänslan hade förändrats mellan olika åldersgrupper från mitten av 1960-talet till mitten av 1990-talet i nästan 200 urval av försökspersoner och för över 65 000 personer för amerikanska barn, ungdomar och studenter. Mätinstrumentet var skalor som mäter självkänsla (till exempel Rosenberg Self-Esteem Scale). De fann bland annat att collegestudenters poäng på självkänsla hade ökat kraftigt från 1968 till 1994, det vill säga grupper som fyllt i skalorna i slutet på 1960-talet hade avsevärd lägre medelpoäng jämfört med de grupper som fyllde i samma skala på 1990-talet. De fann också att när det gäller barn och ungdomar i tidiga tonåren så minskade poängen från 1965 till ungefär 1980, för att sedan öka något igen in på 1990-talet. Dock var inte förändringstrenden lika tydlig här (Twenge & Campbell, 2001).

I en nyare metaanalysstudie av Gentile, Twenge och Campbell (2010) byggdes det vidare på den tidigare studien av Twenge och Campbell (2001) och skillnaden i självkänsla från 1988 till 2008 undersöktes och detta gav ett liknande resultat som Twenge och Campbell fann i sin studie från 2001. Collegestudenter som fyllde i Rosenbergs Self-Esteem Scale år 2008 hade avsevärt högre medelpoäng i självkänsla om de jämförde med studenter som fyllde i skalan i slutet av 1980-talet (Gentile et al., 2010). Rosenbergs Self-Esteem Scale är ett mätinstrument som utvecklades av Rosenberg år 1965. Det är ett mätinstrument med 10 skattningsfrågor som avser att mäta global/generell självkänsla. Hög totalpoäng indikerar på högre självkänsla och låg totalpoäng indikerar således på lägre självkänsla (Rosenberg, 1965). Gentile et al. (2010) fann också att samma resultat kunde ses för yngre studenter i högstadie- och gymnasieålder. Ökningen hos collegestudenter förklaras bland annat med att det är ett ökat fokus på individualism och självet i den amerikanska kulturen.

Det är till och med förväntat att individen skall framhäva sig själv och tycka om sig själv jämfört med hur detta uppfattades på 1960-talet. Intressant är att Gentile et al. (2010) också fann att den grupp som ökat mest i medelpoäng i självkänsla från 1988 till 2006 var ungdomar i början av högstadiet (tidigt tonår). I den tidigare studien av Twenge och Campbell (2001) hade det framkommit att medelpoängen minskade från 1965 till ungefär 1980.

Enligt Lindwall (2011) skulle resultatet av dessa två studier ovan av Twenge och Campbell (2001) respektive Gentile et al. (2010) kunna tolkas som att självkänsla inte är statistiskt över tid utan att den kan förändras. Lindwall (2012) menar dock att detta kan bli en feltolkning eftersom Twenge och Campbell (2001) respektive Gentile et al. (2010) inte följde samma individer i sina studier. Lindwall (2011) menar att det Twenge och Campbell (2001) och Gentile et al. (2010) egentligen har fångat in är skillnader i olika åldersgruppers uppfattning av självkänsla, ett indirekt mått på trender av förändring av attityder i samhället kopplat till självkänsla. Vidare påtalar också Lindwall (2011) ett annat problem med dessa två studier och det är designen (s.k cross-temporal meta-analytical approach) och att den använder medelvärde av självkänsla från olika studier som i sin tur, som oftast, använt sig av bekvämlighetsurval. En slumpmässig utvald grupp av individer speglar populationen bättre anser Lindwall (2011).

Trzesniewski och Donellan (2010) använde sig av slumpmässigt urval i en studie där amerikanska high schoolstudenter (n=477 000) mellan 1976 och 2006 skattade på skalor om bland annat självkänsla. Trzesniewski och Donellan (2010) fann inte stöd för att självkänslan hade ökat hos de senare födda generationerna jämfört med de tidigare födda generationerna. Trzesniewski och Donellan (2010) visade istället på att fördelningen av poäng när det gäller självkänsla mellan 1976 och 2006 överlappar varandra ganska kraftigt och att upplevd självkänsla ligger förvånansvärt stabilt mellan dessa år. I denna studie användes endast sex påstående av de totalt tio påståenden som ingår i Rosenberg Self-Esteem Scale (1965), dvs hela skattningsskalan användes inte.

Självkänsla och medverkan på sociala medier

Ett flertal studier har gjorts där det har undersökts hur självkänsla påverkas vid medverkan i sociala medier. I en studie av Greitemeyer (2016) undersöktes om självkänslan påverkades beroende på hur många Facebook-vänner som deltagarna hade. I undersökningen deltog studenter (n=509) från ett universitet i Österrike där kriteriet var att de hade ett Facebook-konto. Greitemeyer (2016) fann att personer med många Facebook-vänner var populärare än personer med få Facebook-vänner. Emellertid var Greitemeyers (2016) hypotes att deltagarnas självkänsla skulle påverkas om de jämförde sig med personer som hade många fler vänner än de hade själva på Facebook. Greitemeyers (2016) hypotes fick dock mycket lite stöd i denna undersökning.

Burrow och Rainone (2016) undersökte hur individers självkänsla påverkades i förhållande till hur många likes (gilla markeringar) som individer fick på sin profilbild på Facebook. Respondenterna (n=246) var i åldrarna 18-69 år och kriterierna var följande: att respondenterna skulle vara aktiva på Facebook, att de skulle ha minst 20 vänner på Facebook och att de hade fått mindre än 200 likes i genomsnitt på sina profilbilder. Syftet med studien var att undersöka i vilken utsträckning virtuella likes påverkar hur individer känner om sig själva. Resultatet blev att desto fler likes som individer fick på sina inlägg desto högre självkänsla skattade individerna att de fick.

I en studie av Vogel, Rose, Roberts och Eckles (2014) undersöktes hur självkänslan påverkades vid tillfällig uppkoppling mot Facebook kontra ständig uppkoppling mot Facebook och resultatet blev att självkänslan var mycket lägre hos dem som ständigt var uppkopplade mot Facebook. Här var dock deltagarna collegestudenter och därmed unga.

Till skillnad från Vogel et al. (2014) fann Gentile, Twenge, Freeman och Campbell (2012) att deltagarna fick högre självkänsla vid medverkan på Myspace och Facebook. Dock var även här respondenterna studenter och endast mellan 18-22 år.

I en studie av Valkenburg, Peter och Schouten (2006) undersökes sociala mediernas konsekvenser på ungdomars sociala självkänsla och välmående. Att få positiv feedback på sin profil (presentation av sig själv och bilder) visade sig förbättra ungdomars sociala självkänsla och välmående och den sociala självkänslan och välmående försämrades vid negativ feedback på profilen (Valkenburg et al., 2006).

Leary och Kowalski (1990) menade att individer har ett intresse för hur andra utvärderar och uppfattar dem. Leary och Kowalski (1990) menade vidare att självpresentation handlar om att individen försöker kontrollera den bild andra har av

denne. De intryck andra har av individen påverkar dels hur omgivningen utvärderar, uppfattar och behandlar denne och dels den egna självbilden. Självpresentationens primära motiv är att den ökar subjektivt välmående genom att maximera belöning och minimera kostnader i sociala relationer, öka självkänslan och underlätta utvecklingen av önskad identitet. Andras reaktioner mot individen kan höja eller reducera individens självkänsla. Komplimanger, beröm och indikationer på gillande förbättrar självkänslan medan avvisande och kritik reducerar självkänslan (Leary & Kowalski, 1990).

Krämer och Winter (2008) menade att sociala medier utgör en bra plattform för noggrann självpresentation. Individen kan beskriva sig själv på ett sätt som bäst representerar den ideala självbilden genom att ladda upp bilder och beskriva sig själv på ett strategiskt sätt (Krämer & Winter, 2008). Vidare menade Krämer och Winter (2008) att det kan förväntas att individen strävar efter positiv självpresentation på sociala medier genom att ha många vänner på till exempel Facebook/Instagram eller lägga stor vikt vid designen på den egna profilen dock fann Krämer och Winter (2008) inget samband mellan självkänsla och självpresentation .

Den forskning som genomförts rörande sociala medier och självkänsla har studerat unga individer. I studier som gjorts på äldre så har ingen studie hittats där det har jämförts yngre med äldre och hur deras aktivitet på sociala medier påverkar självkänslan. Därmed finns en kunskapslucka som behöver fyllas avseende sociala medier och självkänsla hos äldre.

Syftet med föreliggande uppsats var att undersöka sambandet mellan sociala medier och självkänsla, dvs. hur individens självkänsla korrelerar med hur de är aktiva på sociala medier. Skiljer sig detta samband om gruppen yngre (18-30 år) jämförs med gruppen äldre (50-70 år). Med sociala medier avses i denna studie Facebook och Instagram.

Hypoteser

- Gruppen yngre upplever att deras självkänslan reduceras när de har färre antal följare på Instagram/färre antal vänner på Facebook och när de får färre antal likes på Instagram/färre antal likes på Facebook medan detta samband ej finns i gruppen äldre.
- Yngre använder Instagram/Facebook för att få bekräftelse medan äldre inte har detta behovet.
- Yngre har fler följare/likes på Instagram och Facebook än äldre.

Metod

Deltagare och urval

Deltagarna var i åldrarna 18-30 år (åldersgrupp yngre), där medelåldern var $M=21,59$ år ($SD=4,12$) respektive 50-70 år (åldersgrupp äldre) där medelåldern var $M=56,50$ år ($SD=6,41$). Populationen var de som har tillgång till smartphone/surfplatta och internet samt att man hade ett Facebook-konto, Instagram-konto eller både och. Urvalet är ett bekvämlighetsurval. Totalt svarade 111 personer på enkäten men med ett bortfall på 17 stycken då dessa deltagare inte var i rätt ålder och därmed inte uppfyllde inklusionskriteriet, vilket var att respondenterna skulle vara mellan 18-30 år eller 50-70 år. Således var det 94 respondenter som uppfyllde inklusionkriteriet. I åldersgruppen 18-30 år (yngre) deltog totalt 44 respondenter, 32 kvinnor och 12 män. I den andra åldersgruppen 50-70 år (äldre) deltog totalt 50 respondenter, 37 kvinnor och 13 män.

Material/Mätinstrument

En enkät (bilaga 1) skapades med totalt 29 frågor där de första 19 frågorna (del 1) var bakgrundsfrågor och de sista 10 frågorna (del 2) var från Rosenbergs självskattningsskala för bedömning av självkänsla (Rosenberg 1965). Den svenska översättningen av Rosenbergs Self-Esteem Scale (härefter RSES) hämtades från Lindwall (2011). RSES (bilaga 2) är ett mätinstrument med 10 frågor som avser att mäta global/generell självkänsla och som fångar upp både positiva och negativa saker om individen. Alla frågor har en fyrgradig likertskala från ”instämmer inte alls” till ”instämmer helt”. Svaren poängsätts från 1 poäng till 4 poäng och alla poäng summeras. Ju högre sammanlagd poäng en individ får ju mer indikerar det på att individen har en mer positiv global självkänsla (Rosenberg,1965).

Tillvägagångssätt

Enkäten presenterades i verktyget Google Drive på internet. Frågorna konstruerades och beroende på svaret kunde deltagaren markera i kryssrutor (exempelvis frågeställningen; Jag är: kvinna eller man) eller uppge eget kort svar (exempelvis vid frågeställningen; Hur gammal är du?; ange i antal år). I fråga 14 till 19 skulle deltagaren svara utifrån skattningsskala från 1 till 5 där 1 är skattningen Stämmer inte alls och 5 är skattning Stämmer helt. Fråga 20 till 29 var ifrån RSES för bedömning av självkänsla (Rosenberg, 1965) där 1 är skattningen Instämmer inte alls och 4 är skattningen

Instämmer helt . Ett informationsbrev författades (bilaga 3). Därefter skapades ett inlägg på Facebook där studien beskrevs och att deltagare söktes. Länken till enkäten i Google Drive kopierades in och även informationsbrevet.

Deltagarna behövde bara klicka på länken för att komma till enkäten, svara på frågorna och trycka på Skicka svar.

Design och dataanalys

Undersökningen var kvantitativ och data samlades in via enkät. Dataanalysen genomfördes med hjälp av statistikprogrammet SPSS, version 23. Studien var utformad enligt en korrelationsdesign.

En korrelation utfördes först mellan variablerna ålder, antal följare på Instagram, antal likes på Instagram, antal vänner på Facebook och antal likes på Facebook.

Därefter genomfördes ytterligare en korrelation mellan variablerna ålder, antal följare på Instagram, antal likes på Instagram, antal vänner på Facebook, antal likes på Facebook och frågan ”Jag använder Instagram/Facebook för att få bekräftelse”.

Variabeln ålder bestod av två åldersgrupper: yngre (18-30 år) respektive äldre (50-70 år). Ett Rosenbergsindex skapades (framgent kallat Rosindex), baserat på Rosenbergs skattningsfrågor (Rosenberg, 1965). Fråga nr 20-29 var frågor från Rosenbergs skattningsskala avseende mätning av självkänsla och för att skapa ett index så behövde fråga nr 22, 24, 27, 28 och 29 reverseras. Därefter skapades ett index vilket innebar att svaren poängsattes från 1-4 poäng där alla poäng summerades. Ju högre sammanlagd poäng en individ fick ju mera indikerade detta på att individen hade en hög global självkänsla. Högsta poäng som kunde fås var 40 poäng och lägsta var 10 poäng.

En mellangrups-ANOVA utfördes (beroende variabel: Rosindex, oberoende variabel ålder: yngre/äldre).

Därefter gjordes en korrelation med samtliga deltagare där sambandet mellan antal följare Instagram, antal likes Instagram, antal vänner Facebook, antal likes Facebook och Rosindex (Självkänsla) kontrollerades.

Slutligen gjordes ytterligare två korrelationer, dels en för åldersgruppen yngre och dels en för åldersgruppen äldre, där variablerna var antal följare på Instagram, antal likes på Instagram, antal vänner på Facebook, antal likes på FB och Rosindex.

Som signifikansnivå valdes 5%.

Forskningsetiska överväganden

Detta grundläggande individskyddskrav kan delas upp i fyra allmänna huvudkrav på forskning; informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet och nyttjandekravet (Vetenskapsrådet, 1990).

Informationskravet innebär att forskaren skall informera deltagare och uppgiftslämnare vilken uppgift de har i studien och vilka villkor som gäller för deras deltagande (Vetenskapsrådet, 1990). För att följa detta krav upprättades ett informationsbrev (bilaga 3) till studien och enkäten som berörde informationskravets aspekter.

Samtyckeskravet innebär att deltagaren själv bestämmer sitt deltagande i studien och att individen kan avbryta sitt deltagande i studien när helst individen vill (Vetenskapsrådet, 1990). Samtyckeskravet uppfylldes i informationsbrevet (bilaga 3) där det framgår att medverkan i studien är helt frivilligt och att man kan välja att avbryta studien när som helst eller hoppa över frågor i enkäten.

Konfidentialitetskravet innebär att alla uppgifter om identifierbara individer skall antecknas, lagras och avrapporteras på ett sätt så att enskilda människor inte kan identifieras av utomstående (Vetenskapsrådet, 1990). Konfidentialitet har kunnat garanteras då samtliga respondenter deltog i studien via internet. Inga privata eller identifierbara uppgifter efterfrågades i enkäten, vilket innebar att deltagarna förblev anonyma.

Med nyttjandekravet menas att uppgifter om enskilda individer, som samlats in för forskningsändamål, inte får användas eller utlånas för kommersiellt bruk och inte heller för andra icke-vetenskapliga syften (Vetenskapsrådet, 1990). I informationsbrevet (bilaga 3) gavs information om studiens syfte och om hur deltagarnas data kommer att hanteras under studien och efter avslutad studie. Nyttjandekravet är således uppfyllt.

Resultat

För att undersöka om yngre och äldre (oberoende variabel ålder: yngre/äldre) skiljer sig åt med avseende på självkänsla (beroende variabel: Rosindex) genomfördes en mellangrups-ANOVA. Det fanns en signifikant skillnad mellan grupperna yngre och äldre, $F(1, 92)=13,84$, $p<0,001$, $\eta^2_p = 0,13$.

Resultatet visar att åldersgruppen äldre ($M=33,34$, $SD=6,57$) hade ett högre medelvärde på RSES-skattningsskalan och skulle därmed ha en högre självkänsla än åldersgruppen yngre ($M=28,41$, $SD=6,23$).

För att undersöka om det fanns en korrelation mellan självkänsla (Rosindex) och antal följare på Instagram, antal likes på Instagram, antal vänner på Facebook och antal likes Facebook så genomfördes separata analyser för de yngre respektive äldre. Resultatet från dessa analyser återfinns i tabell 1 och 2.

Bonferroni korrektion utfördes per åldersgrupp (dvs $0,05/4 = 0,0125$).

Tabell 1. Korrelation mellan antal följare Instagram, antal likes Instagram, antal vänner Facebook, antal likes Facebook och Rosindex (självkänsla) för åldersgruppen yngre (n=44)

	Rosindex (Självkänsla) r
Antal följare Instagram	-,135
Antal likes Instagram	-,219
Antal vänner Facebook	-,022
Antal likes Facebook	-,022

Ingen av de fyra korrelationerna mellan antal följare Instagram, antal likes Instagram, antal vänner Facebook, antal likes Facebook likes och Rosindex var signifikanta ($p<0,05$) i åldersgruppen yngre.

Tabell 2. Korrelation mellan antal följare Instagram, antal likes Instagram, antal vänner Facebook, antal likes Facebook och Rosindex (självkänsla) för åldersgruppen äldre (n=50)

	Rosindex (Självkänsla)
	r
Antal följare Instagram	-,247
Antal likes Instagram	-,320
Antal vänner Facebook	-,149
Antal likes Facebook	-,111

Ingen av de fyra korrelationerna mellan antal följare Instagram, antal likes Instagram, antal vänner Facebook, antal likes Facebook likes och Rosindex var signifikanta ($p < 0,05$) i åldersgruppen äldre.

För att undersöka hypotesen om ålder var korrelerat med huruvida individer använder Instagram/Facebook för att få bekräftelse genomfördes en korrelation mellan ålder och frågan ”Jag använder Instagram/Facebook för att få bekräftelse”. Resultatet visar en signifikant negativ korrelation, $r(92) = -0,25$, $p < 0,05$. Detta innebar att desto yngre individen var desto mer bekräftelse sökte individen på sociala medier och desto äldre individer var desto mindre bekräftelse sökte de på sociala medier.

För att undersöka om ålder korrelerar med antal följare på Instagram, antal likes på Instagram, antal vänner på Facebook och antal likes på Facebook genomfördes ytterligare fyra korrelationer, se tabell 3.

Tabell 3. Korrelation mellan ålder, antal följare Instagram, antal likes Instagram, antal vänner Facebook och antal likes Facebook. n=94

	Ålder
	r
Antal följare Instagram	-,645**
Antal likes Instagram	-,620**
Antal vänner Facebook	-,014
Antal likes Facebook	,086

Kommentar: ** $p < 0,01$

Det fanns ett signifikant negativt samband mellan ålder och antal följare Instagram, $r(92) = -0,65$, $p < 0,001$. Detta samband återfanns även mellan ålder och antal likes på Instagram, $r(92) = -0,62$, $p < 0,001$. Detta innebar att desto yngre individen var desto fler

följare/likes har individen på Instagram tillika desto äldre individer var desto färre följare/likes hade man på Instagram.

Antal vänner Facebook och antal likes Facebook var inte signifikant korrelerat med ålder ($p < 0,50$).

Diskussion

Denna studie syftade till att undersöka sambandet mellan individers självkänsla och sociala medier i relation till ålder. Vidare undersöktes huruvida individer söker bekräftelse genom sociala medier. Slutligen undersöktes även om det fanns en korrelation mellan antal följare Instagram, antal likes på Instagram, antal vänner på Facebook, antal likes på Facebook och ålder.

Resultatet påvisade en signifikant skillnad mellan gruppen yngre och gruppen äldre med avseende på självkänsla. Gruppen äldre hade högre självkänsla än vad gruppen yngre hade, något som även Robins et al. (2002) fann. Robins et al. (2002) fann att vuxnas självkänsla ökar gradvis och når en topp i sena medelåldern. Intressant är att deltagarna i föreliggande uppsats var av ungefär samma ålder som deltagarna i Robins et al. (2002) studie.

I föreliggande uppsats påvisades inte något signifikant samband mellan självkänsla och aktivitet på sociala medier. Det hypoteserades att gruppen unga skulle uppleva att deras självkänsla reducerades med färre antal följare på Instagram/färre antal vänner på Facebook och med färre antal likes på Instagram/färre antal likes på Facebook. Resultatet gav inte stöd för denna hypotes. Valkenburg et al. (2006) fann att feedback på den egna profilen påverkade individens sociala självkänsla, dvs positiv feedback förbättrade självkänslan och negativ feedback försämrade självkänslan. Givet att likes ses som en positiv respons, går inte denna uppsats i linje med Valkenburg et al. (2006). Dock predicerades att gruppen äldre inte skulle uppleva att deras självkänsla reduceras och denna hypotes fick stöd i föreliggande uppsats.

I denna uppsats söktes svar på om individer använder Instagram/Facebook för att få bekräftelse och resultatet visar på att desto yngre individen är desto mer bekräftelse söker individen och desto äldre individen är desto mindre bekräftelse söker individen på sociala medier. Krämer och Winter (2008) menade att sociala medier är en bra plattform för självpresentation. Uppsatsens resultat tyder på att de yngre i högre utsträckning använder dessa plattformar för bekräftelse. En aspekt som dock behöver undersökas i

framtida forskning är huruvida detta är relaterat till självpresentationen eller någon annan aspekt av närvaron i sociala medierna.

I resultatet framkom att yngre använder Instagram/Facebook för att få bekräftelse. Vidare har tidigare forskning visat på att yngres självkänsla inte reduceras vid aktivitet på sociala medier (Krämer & Winter (2008). Givet att äldre i denna uppsats hade högre självkänsla än yngre och yngre hade fler vänner och likes på Instagram så bör dessa resultat tolkas med viss försiktighet. Framtida forskning bör därför undersöka eventuella bakomliggande variabler som kan påverka relationen mellan sociala medier, ålder och självkänsla. En möjlig förklaring till dessa delvis motstridiga resultat skulle kunna vara att individer i gruppen yngre är i åldern 18-30 år och därmed skulle kunna ha lägre självkänsla på grund av sin ålder. Robins et al. (2002) fann att barn har en uppblåst självkänsla och att denna avtar så småningom. Den avtar ännu mer när individen blir tonåring och når ett bottenläge i slutet av tonåren och början av vuxenlivet. Självkänslan ökar sedan gradvis i åldern 23-29 år (Robins et al., 2002). I denna studie återfinns både tonåringar och vuxna i åldern 23-29 år i gruppen unga (18-30 år). Ett annat resultat kan kanske ha framkommit om man delat upp individerna i flera grupper.

Av resultatet framkommer att unga söker mer bekräftelse på sociala medier än vad äldre gör dock finns ingen korrelation för de yngre mellan antal följare Instagram, antal likes Instagram, antal vänner Facebook, antal likes Facebook och Rosindex (självkänsla). Resultatet skulle kunna innebära att unga tror sig få och därför söker bekräftelse via sociala medier men att sociala medier i själva verket inte ger dem någon ökad självkänsla.

För tolkning av denna studies resultat bör man ta så kallad *response bias* i beaktande. Hayes (2000) menar att *response bias* är ett av de största problemen vid attitydskalor, speciellt vid självrapportering. *Response bias* innebär att individer kan ha en tendens att presentera sig själva i det mest gynnsamma sätt (Hayes, 2000). Det kan i värsta fall innebära att individen inte är sanningsenlig och håller med i socialt acceptabla attityder när individen egentligen inte alls håller med (Hayes, 2000). Hayes (2000) menar dock att *response bias* förekommer mer som en omedveten önskan om att framstå som socialt acceptabel och att individen fokuserar mer på de positiva aspekterna av sig själv än på de negativa aspekterna. Hayes (2000) påpekar att det finns flera metoder att komma tillrätta med denna problematiken, till exempel genom en lögnskala (eng. response bias scale). I denna studie har ingen sådan åtgärd vidtagits.

Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES) skall enligt teorin mäta en övergripande faktor av självkänsla (Rosenberg, 1965). Dock har det i studie av Marsh, Scalas och Nagengast (2010) starkt ifrågasatts skalans endimensionella struktur och att detta instrument inte skulle kunna mäta en övergripande självkänslafaktor. I framtida studier skulle bör därför även andra mätinstrument tillämpas.

Referenser

- Brown, J. D., & Marshall, M. A. (2006) The three faces of self-esteem. In M. Kernis (Ed.), *Self-esteem: Issues and answers* (pp. 4-9). New York: Psychology Press.
- Burrow, A. & Rainone, N. (2016). How many likes did I get? Purpose moderates links between positive social media feedback and self-esteem. *Journal of Experimental Social Psychology*.
- Fox K.R. (1997). *The physical self. From motivation to well-being*. Champaign, IL. Human Kinetics.
- Gentile, B., Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2010). Birth cohort differences in self-esteem, 1988-2008: A cross-temporal meta-analysis. *Review of General Psychology*, 14(3), 261-268.
- Greitemeyer, T (2016). Facebook and people's state self-esteem: The impact of the number of other users' Facebook friends. *Computers in Human Behavior*.
- Harter, S. (1993). Causes and consequences of low self-esteem in children and adolescents. I
- Harter, S. (1996). Historical roots of contemporary issues involving self-concept. I Bracken, B.A, *Handbook of Self-Concept* (s. 1-37). Oxford: John Wiley & Sons.
- Harter, S. (1999). *The Construction of the Self: A Development Perspective*. New York: Guilford Press.
- Hayes, N. (2000). *Doing Psychological Research*. Berkshire: Open University Press.
- James, W. (1892). *The briefer course*. New York. Henry Holt.
- Josephs, R.A., Bosson, J.K & Jacobs, C.G (2003). Self-esteem maintenance processes: Why low self-esteem may be resistant to change. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29(7), s. 920-933.
- Klein, M. (1992). *Kärlek, skuld och gottgörelse*. Stockholm:Natur och Kultur.

- Krämer, N., Winter, C. (2008). Impression management 2.0: The relationship of self-esteem, extraversion, self-efficacy, and self-presentation within social networking sites. *Journal of Media Psychology*, 20(3), 106-116.
- Lindwall, M. (2011). *Självkänsla*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Leary, M. R., & Kowalski, R. M. (1990). Impression management: A literature review and two-component model. *Psychological bulletin*, 107(1), 34-47.
- Marsh, H.W., Scalas, L.F. & Nagengast, B. (2010). Longitudinal tests of competing factor structures for the Rosenberg Self-Esteem Scale: Traits, ephemeral artefacts, and stable response styles. *Psychological Assessment*, 22(2), 366-381.
- Mead, G.H. (1934). *Mind, self and society*. Chicago. Chicago University Press.
- Robins, R. W., Trzesniewski, K. H., Tracy, J.L., Gosling, S. D., & Potter, J. (2002). Global self-esteem across the life span. *Psychology and aging*, 17(3), 423.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Trzesniewski, K.H. & Donnellan, M.B. (2010), Rethinking "Generation me": A Study of cohort effects from 1976-2006. *Perspectives on Psychological Science*, 5(1), 58-75.
- Twenge, J.M. & Campbell, W.K. (2001). Age and birth cohort differences in self-esteem. A cross-temporal meta-analysis. *Personality and Social Psychology Review*, 5(4), 321-344.
- Valkenburg, P.M., Peter, J., & Schouten, A.P. (2006). Friend networking Sites and Their Relationships to Adolescents' Well-Being and Social Self-Esteem. *CyberPsychology & Behavior*, 9 (5), 584-590.
- Vetenskapsrådet. (1990). *Forskningsetiska principer inom humanistisk-Samhällsvetenskaplig forskning*. Stockholm: Vetenskapsrådet. Hämtad 2019-04-06 från: <http://www.codex.vr.se/texts/HSFR.pdf>
- 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.

Bilaga 1: enkät

Bilaga 2: Rosenberg self-esteem scale

Bilaga 3: informationsbrev

ENKÄT

I del 1 (fråga 1-19) finner du ett antal bakgrundsfrågor och i del 2 (fråga 20-29) följer ett antal påståenden om hur du är som person.

1. Jag är: Kvinna _____ Man

2. Hur gammal är du (ange i antal år) _____

3. Jag har Instagramkonto: Ja_____ Nej_____

4. Jag har Facebookkonto: Ja_____ Nej_____

5. Jag har haft Instagramkonto i (ange antal år): _____

6. Jag har haft Facebookkonto i (ange antal år): _____

7. Om du är mest aktiv på Instagram; hur många följare har du? _____

8. Om du är mest aktiv på Instagram, hur många ”likes” brukar du i genomsnitt få på dina upplagda bilder (skriv in uppskattat antal): _____

9. Om du är mest aktiv på Facebook, hur många vänner har du? _____

10. Om du är mest aktiv på Facebook, hur många ”likes” brukar du i genomsnitt få på dina upplagda bilder (skriv in uppskattat antal): _____

11. Jag använder/är inne på Instagram/Facebook ungefär (gånge per vecka):

12. Jag lägger upp bilder/gör inlägg på Instagram och Facebook ungefär (gånge per vecka): _____

13. Jag lägger upp bilder på mig själv eller skriver inlägg som handlar om mig själv ungefär (gånge per vecka): _____

14. Jag använder Instagram/Facebook för att få bekräftelse:

1. Stämmer inte alls 2 3 4 5. Stämmer helt
15. Jag tycker det är viktigt att bilden jag lägger upp på mig själv gör att jag ser så bra ut som möjligt:
1. Stämmer inte alls 2 3 4 5. Stämmer helt
16. Det är viktigt att jag får så många likes och kommentarer som möjligt när jag lägger upp en bild:
1. Stämmer inte alls 2 3 4 5. Stämmer helt
17. Jag bryr mig inte alls om hur många likes eller kommentarer jag får när jag lägger upp en bild:
1. Stämmer inte alls 2 3 4 5. Stämmer helt
18. Jag tycker det är viktigt att ha många följare på Instagram/vänner på Facebook:
1. Stämmer inte alls 2 3 4 5. Stämmer helt
19. Jag bryr mig inte om hur många följare på Instagram/vänner på Facebook jag har:
1. Stämmer inte alls 2 3 4 5. Stämmer helt
20. Jag känner att jag är en värdefull person, åtminstone lika mycket som alla andra
1. Instämmer inte alls 2 3 4. Instämmer helt
21. Jag känner att jag har en massa goda egenskaper
1. Instämmer inte alls 2 3 4. Instämmer helt
22. När allt kommer omkring känner jag att jag är misslyckad (R)
1. Instämmer inte alls 2 3 4. Instämmer helt
23. Jag klarar av saker som de flesta andra människor klarar av
1. Instämmer inte alls 2 3 4. Instämmer helt
24. Jag känner att jag inte har mycket att vara stolt över (R)
1. Instämmer inte alls 2 3 4. Instämmer helt
25. Jag har en positiv inställning till mig själv
1. Instämmer inte alls 2 3 4. Instämmer helt
26. Jag är i stort sett nöjd med mig själv
1. Instämmer inte alls 2 3 4. Instämmer helt
27. Jag önskar att jag hade mer respekt för mig själv (R)

1. Instämmer inte alls 2 3 4. Instämmer helt

28. Jag känner verkligen att jag är oduglig ibland (R)

1. Instämmer inte alls 2 3 4. Instämmer helt

29. Då och då tycker jag att jag är helt värdelös (R)

1. Instämmer inte alls 2 3 4. Instämmer helt

Tusen tack för din medverkan!

Bilaga 2

Rosenberg self-esteem scale

Please read each statement and record a number 0, 1, 2 or 3 which indicates how much the statement applied to you over the past two weeks. There are no right or wrong answers. Do not spend too much time on any one statement. This assessment is not intended to be a diagnosis. If you are concerned about your results in any way, please speak with a qualified health professional.

0 = Strongly disagree 1 = Disagree 2 = Agree 3 = Strongly agree

1	I feel that I am a person of worth, at least on an equal plane with others	<input type="text"/>
2	I feel that I have a number of good qualities	<input type="text"/>
3	All in all, I am inclined to feel that I am a failure (R)	<input type="text"/>
4	I am able to do things as well as most people	<input type="text"/>
5	I feel I do not have much to be proud of (R)	<input type="text"/>
6	I take a positive attitude toward myself	<input type="text"/>
7	On the whole, I am satisfied with myself	<input type="text"/>
8	I wish I could have more respect for myself (R)	<input type="text"/>
9	I certainly feel useless at times (R)	<input type="text"/>
10	At times I think that I am no good at all (R)	<input type="text"/>
Total score =		<input type="text"/>

For items marked with an (R), reverse the scoring (for example, 0 = 3, 1 = 2, 2 = 1, 3 = 0). For those items without an (R) next to them, simply add the score. Typical scores on the Rosenberg scale are around 22, with most people scoring between 15 and 25. A score of less than 15 suggests low self-esteem may be an issue. Remember that this assessment is just for information, it is not a diagnosis.

Bilaga 3



Information om studie hur vår självkänslan påverkas av sociala medier i olika åldrar

Hej!

Jag heter Carina Jonsson och går C-kursen i psykologi på distans mot Gävle universitet. Jag jobbar nu med min kandidatuppsats i psykologi och söker därför enkätdeltagare till min uppsats.

Du tillfrågas härmed att delta i en studie om självkänsla. Syftet är att studera relationen mellan uppfattningen om oss själva och sociala medier. Med sociala medier avses i denna studie Instagram eller Facebook.

Datainsamling kommer ske genom denna enkät. Urvalet är ett s.k bekvämlighetsurval, vilket i detta fall innebär att jag lägger ut information om studien i mitt facebookflöde. För att medverka i undersökningen behöver du vara i åldern 18-30 år eller 50-70 år och antingen ha ett Instagramkonto eller Facebookkonto (eller både och). Att medverka i studien är helt frivilligt och du kan när som helst välja att avbryta deltagandet eller hoppa över frågor i enkäten.

Din medverkan är helt anonym och redovisning av resultatet kommer att analyseras statistiskt på gruppnivå och presenteras skriftligt i uppsatsen. När examensarbetet är färdigt och godkänt kommer uppsatsen att publiceras i uppsatsdatabasen DiVA. Den information du lämnat i enkäterna kommer att förstöras då examensarbetet är godkänt. Du kommer att ha möjlighet att ta del av examensarbetet genom att få en kopia av arbetet om intresse för detta finns.

Enkäten består av totalt 29 frågor och tar ca 10 min att besvara.

Ytterligare upplysningar lämnas av nedanstående ansvarig.

Arvika/Gävle 2018-04-02

Ansvarig student:

Carina Jonsson

Tel nr xxx-xxx xx xx

Mail: xxxxxxxxxxxxxx