

Instagrams inverkan på unga vuxnas självbild och självkänsla

En kvantitativ studie om upplevelser

Daniela Mellin, Annina Vaitilo

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram: SJ16	
Identifikationsnummer:	
Författare: Daniela Mellin, Annina Vaitilo	
Arbetets namn: Instagrams inverkan på unga vuxnas självbild och självkänsla – En kvantitativ studie om upplevelser	
Handledare (Arcada): Ira Jeglinsky-Kankainen	
Uppdragsgivare:	
<p>Sammandrag:</p> <p>Detta examensarbete ingår i projektet Infodemiology som tillhör forskningsprogrammet Hälsoteknologi på yrkeshögskolan Arcada.</p> <p>Arbetets syfte är att påvisa om och hur Instagram inverkar på unga vuxnas självbild, självkänsla och prestationskrav. Syftet med arbetet är även att ta reda på om unga vuxna från huvudstadsregionen och Åland inverkas på olika sätt av Instagram.</p> <p>Studien svarar på frågeställningarna: ”Upplever unga vuxna att Instagram inverkar på deras självbild, självkänsla och prestationskrav?” samt ”Finns det skillnader mellan Instagrams eventuella inverkan på unga vuxnas självbild, självkänsla och prestationskrav i huvudstadsregionen och på Åland?”.</p> <p>Studien utgår från en kvantitativ ansats med egenkonstruerad webbenkät som metod. Enkäten bestod av både slutna och öppna frågor och delades med skribenternas Facebookkontakter. I arbetet presenteras en omfattande teoretisk bakgrund, som belyser begreppen självbild, självkänsla, prestation och Instagram.</p> <p>Resultatet tyder på att majoriteten av Instagramanvändarna från huvudstadsregionen och Åland upplever att Instagram inte inverkar på deras självbild, självkänsla eller medfört prestationskrav. Resultatet tyder även på att Instagram har en större upplevd negativ inverkan på användarna från Åland, än på användarna från huvudstadsregionen.</p> <p>Även om majoriteten av respondenterna upplever att Instagram inte inverkat på deras självbild, självkänsla eller medfört prestationskrav, är det ändå många respondenter som upplever en negativ inverkan.</p>	
Nyckelord:	Självbild, självkänsla, prestation, Instagram, unga vuxna
Sidantal:	45 sidor
Språk:	Svenska
Datum för godkännande:	

DEGREE THESIS	
Arcada	
Degree Programme: SJ16	
Identification number:	
Author: Daniela Mellin, Annina Vaitilo	
Title:	
Supervisor (Arcada): Ira Jeglinsky-Kankainen	
Commissioned by:	
<p>Abstract:</p> <p>This thesis study is part of the Infodemiology project included in the research program “Hälsoteknologi” at Arcada University of Applied Sciences.</p> <p>The purpose of the study is to demonstrate if and how Instagram has an impact on youngsters’ self-image, self-esteem and cause performance related pressure. The aim is also to figure out if Instagram has a different impact on youngsters from the Helsinki metropolitan area and Aland Islands.</p> <p>Therefore, this study intends to answer the following questions; “Do youngsters experience that Instagram has an impact on their self-image, self-esteem and cause performance related pressure?” and “Are there differences between Instagrams possible impact on youngsters in the metropolitan area and Aland Islands?”.</p> <p>The study was implemented with quantitative research with an internet poll constructed by the writers. The poll consisted of both closed and open questions and was shared with the writers’ Facebook contacts.</p> <p>A comprehensive theoretical background is featured. The background illustrates the following concepts; self-image, self-esteem, performance and Instagram.</p> <p>The result suggests that the majority of Instagram users from the Helsinki metropolitan area and Aland Islands experience that the application does not have an impact on their self-image, self-esteem and caused them performance related pressure.</p> <p>Results also indicate that Instagram has a bigger negative impact on the users from Aland Islands, than on the users from the Helsinki metropolitan area.</p> <p>Even though the majority of the responders experience that Instagram has no impact on their self-image, self-esteem or caused them performance related pressure, many still experience negative impact from Instagram.</p>	
Keywords:	Self-image, self-esteem, performance, Instagram, youngster
Number of pages:	45 pages
Language:	Swedish
Date of acceptance:	

OPINNÄYTE	
Arcada	
Koulutusohjelma: SJ16	
Tunnistenumero:	
Tekijä: Daniela Mellin, Annina Vaitilo	
Työn nimi:	
Työn ohjaaja (Arcada): Ira Jeglinsky-Kankainen	
Toimeksiantaja:	
<p>Tiivistelmä:</p> <p>Tämä opinnäytetyö on osa Infodemology projektia joka sisältyy tutkimusohjelmaan ”Hälsoteknologi” ammattikorkeakoulu Arcadassa.</p> <p>Opinnäytetyön tarkoitus on ottaa selvää jos ja miten Instagram vaikuttaa nuorten aikuisten minäkuvaan, itsetuntoon ja jos aplikaatio aiheuttaa heille suorituspaineita.</p> <p>Tarkoituksena on myös osoittaa onko Instagramin vaikutuksella nuorten aikuisten minäkuvaan, itsetuntoon sekä jos aplikaatio aiheuttaa heille suorituspaineita eroavaisuuksia pääkaupunkiseudulla ja Ahvenanmaalla.</p> <p>Opinnäytetyö vastaa seuraaviin kysymyksiin: ”Kokeeko nuoret aikuiset että Instagram vaikuttaa heidän minäkuvaan, itsetuntoon sekä aiheuttaa suorituspaineita?” ja “Onko eroavaisuuksia Instagramin mahdollisessa vaikutuksessa nuorten aikuisten minäkuvaan, itsetuntoon ja suorituspainneiden aiheuttamaan pääkaupunkiseudulla ja Ahvenanmaalla?”</p> <p>Tarkoituksena on myös osoittaa jos nuorien aikuisten kokemuksissa on eroa pääkaupunkiseudulla sekä Ahvenanmaalla.</p> <p>Opinnäytetyön tutkimus pohjautuu kvantitatiiviseen tutkimusmenetelmään. Tutkimuksessa on käytetty Internetissä omalaadittua kyselylomaketta. Kyselylomakeessa oli sekä suljettuja että avoimia kysymyksiä ja lomake jaettiin kirjailijoiden Facebook kontaktien kanssa. Työssä esitellään laaja teorettinen tausta, mikä valaistaa termit; minäkuva, itsetunto, suoritus ja Instagram.</p> <p>Opinnäytetyön tuloksena ilmeni, että enemmistö Instagram käyttäjistä pääkaupunkiseudulta ja Ahvenanmaalta kokee ettei Instagram vaikuta minäkuvaan, itsetuntoon tai aiheuta suorituspaineita. Kyselyn tulosten perusteella ilmeni, että Instagramilla on suurempi negatiivinen vaikutus Ahvenanmaan käyttäjillä kuin pääkaupunkiseudun käyttäjillä. Vaikkakin enemmistö kyselylomakkeen vastaajista kokee ettei Instagram vaikuta heidän minäkuvaan, itsetuntoon tai aiheuta suorituspaineita, moni kuitenkin kokee negatiivista vaikutusta.</p>	
Avainsanat:	Minäkuva, itsetunto, suoritus, Instagram, nuoret aikuiset
Sivumäärä:	45 sivua
Kieli:	Ruotsi
Hyväksymispäivämäärä:	

INNEHÅLL

1	Inledning.....	8
2	Teoretisk bakgrund.....	9
2.1	Självet.....	9
2.2	Självbild.....	10
2.3	Självkänsla.....	10
2.4	Instagram.....	11
2.5	Prestation och prestationskrav i dagens samhälle.....	12
2.6	Sambandet mellan självkänsla och prestationskrav.....	13
3	Tidigare forskning.....	13
4	Syfte och frågeställningar.....	15
5	Metod.....	16
5.1	Avgränsningar.....	16
5.2	Datainsamling.....	17
5.2.1	<i>Enkätstudie som metod.....</i>	<i>17</i>
5.2.2	<i>Egenkonstruerad enkät.....</i>	<i>18</i>
5.2.3	<i>Webbenkät och följebrev.....</i>	<i>18</i>
5.3	Dataanalys.....	19
5.4	Etiska reflektioner.....	19
6	Resultat.....	20
6.1	Bakgrundsinformation om respondenterna.....	20
6.2	Resultatet av slutna frågor.....	21
6.3	Resultatet av öppna frågor.....	26
6.3.1	<i>Valet att använda Instagram.....</i>	<i>26</i>
6.3.2	<i>Valet att inte använda Instagram.....</i>	<i>27</i>
6.3.3	<i>Jämförelse med andra Instagram-användare.....</i>	<i>27</i>
6.3.4	<i>Utforskarflödets inverkan.....</i>	<i>28</i>
6.3.5	<i>Förändring av självbild.....</i>	<i>28</i>
6.3.6	<i>Förbättring av välmående.....</i>	<i>30</i>
7	Diskussion och kritisk granskning.....	30
7.1	Reliabilitet och validitet.....	31
7.2	Sambandet mellan studiens syfte, frågeställningar och resultat.....	32
7.3	Sambandet mellan tidigare forskning och studiens resultat.....	33
7.4	Kliniska implikationer.....	33

Källor	34
Bilagor	38
Bilaga 1. Facebookmeddelande	38
Bilaga 2. Syftet med studien och informerat samtycke	38
Bilaga 3. Enkäten	39

Figurer

Figur 1 "Ålder"	20
Figur 2 "Användning av Instagram"	21
Figur 3 "Jämföran med influencers och andra kända personer"	22
Figur 4 "Jämföran med andra Instagramanvändare"	23
Figur 5 "Reklam och utforskarflödets inverkan"	23
Figur 6 "Prestationskrav"	24
Figur 7 "Press över att uppdatera Instagram"	24
Figur 8 "Instagrams upplevda inverkan på självbilden"	25
Figur 9 "Minskning på användandet av Instagram"	25

1 INLEDNING

Sociala medier är ett nytt fenomen och under de senaste åren har det forskats kring dess eventuella negativa inverkan på den psykiska hälsan. Tidigare forskning indikerar att det finns ett samband mellan användning av sociala medier och psykisk ohälsa, men vidare forskning kring ämnet fordras. (Nutley 2018) Begreppet social media är ett samlingsnamn på olika kommunikationskanaler där användarna kommunicerar genom bild, text eller ljud. Social media skiljer sig från begreppet massmedia på det sätt att det innehåll som produceras, produceras av den som använder mediet. (Nationalencyklopedin)

Det finns ingen annan internet-aktivitet som vuxit så mycket som sociala medier under de senaste tio åren. Enligt Whiting och Williams (2013) finns det sju olika anledningar till varför människor väljer att använda sociala medier. Dessa teman är social interaktion, informationssökning, tid, underhållning, avkoppling, kommunikation samt bekvämlighet. Instagram som tillhör de sociala medierna, har slagit igenom med lika stort antal användare som äldre webbplatser, trots att det är en relativt ny applikation. Från och med juni 2018 har Instagram haft 1 miljard aktiva användare varje månad. Detta är ett tydligt tecken på att applikationen är mycket populär i dagens samhälle.

Enligt en forskning som undersökte amerikaner framkom att över hälften av de svarande i åldrarna 18–29 var aktiva användare av Instagram. (Mackson, Brochu, Schneider 2019)

I denna studie fokuserar vi på att undersöka hur unga vuxna i huvudstadsregionen och på Åland upplever att Instagram inverkar på dem. Har Instagram en tydlig inverkan på unga vuxna, och isåfall på vilket sätt? Valet av tema grundar sig i att arbetets skribenter finner ett stort intresse i psykisk hälsa samt psykiatrisk vård. Arbetet är relevant för alla som kommer i kontakt med användning av sociala medier antingen på privat basis eller via arbete inom social- och hälsovården.

Examensarbetet ingår i projektet Infodemiology som tillhör forskningsprogrammet Hälsoteknologi på yrkeshögskolan Arcada.

2 TEORETISK BAKGRUND

I detta avsnitt presenteras relevant bakgrundsinformation och begrepp som är centrala i denna studie. Begreppen självbild, självkänsla, prestationskrav och Instagram presenteras och genomsyrar hela studien. Eftersom det var svårt att finna en passande teoretisk referensram skapades istället en teoretisk bakgrund som fungerar som referens i analysdelen av arbetet.

2.1 Självet

Självet beskrivs som människans inre psykologiska universum. Evolutionärt utvecklades människans hjärnbark mer än apans på så sätt att hon fick möjlighet att skapa ett så kallat "symboliskt själv". Detta gör att människan medvetet kan tänka och känna, reflektera över alternativ och också fatta kloka eller icke kloka beslut. Denna utveckling i hjärnbarken gör också att människan är medveten om det förflutna och framtiden, alltså också om livet och döden. Alla dessa egenskaper fick människan för att förbättra chanserna till överlevnad och utveckla olika anpassningsmönster. Men med självmedvetenheten kommer också möjligheten att uppleva ångest och depression eftersom människan ställs inför existentiella utmaningar som vetenskapen om sin egen död. (Cullberg Weston 2005 s. 14–15)

Självet är svårt att sätta ord på eftersom man varken kan se eller ta på det. Självet är ändå det ting som organiserar människors liv och öppnar upp möjligheten för att känna att man har en central kärna. (citerad Descartes, Cullberg Weston 2005 s. 20)

Ett nyfött barn har inte en föreställning om sig själv, utan det är något som byggs upp genom interaktion och kontakt med nära personer. För att människan ska få syn på sig själv krävs att en annan människa bekräftar henne. Det kan beskrivas med metaforen att människan speglar sig själv i andra människors ögon. (Cullberg Weston 2005 s. 35)

2.2 Självbild

Självbilder bygger människan upp genom interaktion i barndomen med människor i hennes närhet. Självbilden påverkar hur människan handlar, uppfattar information från andra och hur hon känner. (Cullberg Weston 2005 s. 17)

En människa har många olika självbilder. Detta kan bevisas ifall hon till exempel inte får den bekräftelse hon önskar av sin omgivning, då tar oftast en negativ självbild över och hon ser bara sina dåliga sidor. En människa med dålig självbild har inte möjlighet att ta åt sig av komplimanger förutom just för stunden. Positiv bekräftelse ger ingen varaktig förändring utan det som krävs för att laga en negativ självbild är terapi. (Cullberg Weston 2005 s. 24)

En positiv självbild å andra sidan, underlättar mycket för en människas vardagliga samspel eftersom med en inre trygghet och självkänsla är hon mindre beroende av omgivningens reaktioner. (Cullberg Weston 2005 s. 17) Om man anser sig vara bra på något upplever man att man har förmågan att kontrollera omgivningen. Detta blir då en del av människans själv. (Karlsson 1998 s. 320)

2.3 Självkänsla

Självkänsla är den känsla människan känner för sig själv. Även om ordet tyder på att det är en känsla ingår också många värderingar och alla människor har under livets gång haft olika möjligheter att bygga upp en god eller negativ självkänsla. (Cullberg Weston 2005 s. 21) William James (1890) var först med att definiera självkänsla som en positiv känsla människor upplever när de uppnår mål i sina liv. Definitionen utvecklades senare till den utvärderande aspekten av självkänedom som återspeglar huruvida individer tycker om sig själva och vilken kompetens de upplever sig ha. Självkänsla återspeglar människors uppfattning snarare än verklighet. (Zeigler-Hill 2013 s. 2)

En människa som har en dålig självkänsla motarbetar och nervärderar sig själv hela tiden och i grunden finns det alltid en negativ självbild.

Människor med dålig självkänsla är som ”en sked med ett hål i”, eftersom även om dessa människor får olidligt med positiv bekräftelse från omgivningen så rinner det igenom hålet och personen i fråga tar inte vara på bekräftelsen. (Cullberg Weston 2005 s. 23–24) Självkänsla definieras även som att ”en” är någon, som lever i nuet utan att bindas av traditioner, men, med förmågan att utveckla och använda sig av generationers kunskaper och erfarenheter och att ha förståelsen att en inte kan vara bra på allt. Självkänsla är också att inte gömma sin osäkerhet utan att våga visa den, att acceptera sina svaga sidor samt våga arbeta med dem och leva med dem. Att ha god självkänsla innebär att en känner en inre trygghet samt att en inte har behov att bevisa sin säkerhet för omgivningen, eftersom det är en självklarhet att tryggheten och säkerheten finns där. Att ha självkänsla innebär också att en är medveten om att ständig förändring sker. (Masreliez-Steen, Modig 1987 s. 10)

Självkänslan börjar skapas när människan föds. Ett barn skapar sakta en bild av omvärlden genom de saker hen ser, känner, hör, luktar och smakar och i samband med detta skapar hen en uppfattning om vad jaget är. Självkänslan byggs också upp i speglingar av andra människors reaktioner och beteenden och barn har svårt att sortera och förstå bakgrunden till varför andra människor reagerar på olika sätt. Detta gör att barn är betydligt ”känsligare” för andras beteenden och reaktioner än vuxna. (Masreliez-Steen, Modig 1987 s.30–31)

2.4 Instagram

Instagram grundades den 6 oktober år 2010 av Kevin Systrom och Mike Krieger. Instagram är en kostnadsfri mobilapplikation som används för att dela fotografier och videoklipp på mobilenheter som Apple iOS, Android och Windows Phone. Syftet med applikationen är att användarna kan ladda upp fotografier och videoklipp och dela dem med sina följare eller en utvald målgrupp. Användarna kan kommentera, gilla och se inlägg från andra användare. Applikationen är menad för personer som är över 13 år. Instagram marknadsförs som en plattform för kreativitet, kommunikation, upplevelser och kontakter. Applikationens mission är att föra användarna närmare de människor och saker de älskar. Under årens lopp har antalet användare av applikationen regelbundet ökat. År 2012 hade applikationen nått 80 miljoner användare och därpå följande år

uppnått 100 miljoner användare. År 2017 hade applikationen 700 miljoner användare runt om i världen. (Instagram 2019)

Namnet på applikationen, Instagram, kommer från orden ”instant” och ”telegram” som betyder omedelbar och telegram. Instagram uppdateras i realtid.

Applikationen kan användas på vilken Androidtelefon eller iPhone som helst och laddas ner i antingen Google Play eller AppStore. I applikationen kan bilder som användaren tagit med sin mobilkamera redigeras med olika fotofilter eller justeringar som skärpa, ljusstyrka, kontrast, struktur med flera. Detta gör att användaren kan skapa en personlig användning av applikationen. (S. B. Zimmerman)

2.5 Prestation och prestationskrav i dagens samhälle

Prestation är något som skall presteras eller en insats som krävs av någon. (Svenska Akademiens ordbok). Prestation betyder även ett utfört arbete eller en utförd insats. (Svenska Akademiens ordlista, elfte upplagan)

För att förstå hurudan människan i dagens samhälle är och hur människan påverkas av yttre faktorer, speciellt Instagram, behandlar denna del av arbetet prestationskrav och hur individen upplever livet i ett prestationssamhälle. Även sambandet mellan självkänsla och prestationskrav definieras.

2000-talet beskrivs som ett informations- och prestationssamhälle där det lider brist på negativitet. Världens positivisering skapar nya former av våld. Detta våld uppstår vid bland annat överproduktion och överprestation. Detta leder i sin tur till bland annat utmattning, trötthet och kvävningsskänslor. (Han 2013)

Människan i dagens samhälle är ett prestationssubjekt där man är fri från yttre tvång. Friheten att själv få bestämma beskrivs dock vara paradoxal eftersom prestationskraven på en själv ökar. Detta kan i sin tur leda till psykisk ohälsa. (Han 2013 s.12 ff, 21)

2.6 Sambandet mellan självkänsla och prestationskrav

Kvinnor och män med sämre självkänsla löper större risk för ett självdestruktivt beteende. Den bristande självkänslan leder till överdriven perfektionism och självkritik eftersom människan söker bekräftelse genom prestationer. Dessa prestationer ersätter den bastrygghet en god självkänsla egentligen borde utgöra. (Blom 2011)

Ångest som uppkommer när en individ försöker passa in i omgivningen med hjälp av prestationer och uppnådd status kallas för statusstress. Idag är en hög status både gott för ekonomin och för att en människa skall bli sedd och respekterad. I massmedia visas tydligt hur en människa bör se ut och prestera för att duga och passa in i "flockmentaliteten". Massmedians inflytande på människans självbild gör henne sårbar. (Cullberg Weston 2006 s. 31)

3 TIDIGARE FORSKNING

Detta avsnitt redogör för befintlig forskning inom studiens ämne. I de befintliga forskningarna ingår undersökningar som behandlar sambandet mellan sociala medier och dess påverkan på individen.

För att kartlägga tidigare forskning gjordes en grundlig litteratursökning på databaserna PubMed, Sage och EBSCO Academic Search Elite. Sökorden som utgicks i från var: *youngster, self-image, self-esteem, performance-related pressure, social media* och *Instagram*. För att hitta väsentliga artiklar användes även sökoperatorerna AND och OR. Inklusionskriterier för denna studie var att artiklarna inte fick vara äldre än 10 år, artiklarna skulle vara skrivna på svenska eller engelska och tillgängliga i fulltext. Eftersom antalet forskningar inom detta område är många och omfattande har vissa delområden utelämnats. Kroppshets och nätmobbning har exkluderats från sammanfattningen av den befintliga forskningen.

I en undersökning som ägde rum i ett privat universitet i Lima, Perú deltog 212 av 397 studeranden i en studie om sambandet mellan Instagram och psykisk hälsa. Studien exkluderade studeranden med depression, de som inte ville svara på enkätstudien samt de som inte fyllt 18 år. 82 studeranden var enligt studien beroende av sociala medier och av

dessa hade 69,5 % depressiva symptom. Studiens resultat påvisade att de som använder Instagram löper större risk för att drabbas av depressiva symptom. (Jeri-Yabar et al. 2019)

Ungas gruppträck på sociala medier undersöktes år 2006. I studien undersöktes hur respondenterna reagerade beteendemässigt och neuralt på sociala mediernas "gilla-markeringar". I studien deltog 32 av 34 unga, varav 18 var flickor i åldern 13-18 år. Resultatet visar att ungdomar har större benägenhet att "gilla" en bild i fall den har flera "gilla-markeringar" av andra jämlika. Resultatet påvisar även att hjärnaktiviteten hos unga ökar då bilder har fler "gilla-markeringar". Resultatet påvisade att god respons på egna bilder på sociala medier kan framstå som belönande för en själv. (Sherman et al. 2016)

År 2018 undersöktes sambandet mellan användningen av sociala medier och personlighetsdrag samt mental hälsa bland tyska studenter. I undersökningen togs även upp hur datorspel påverkar den mentala hälsan och personlighetsvariabler. I studien deltog 633 personer, varav 419 var kvinnor och 214 män.

Resultatet visade en positiv koppling mellan internet- och socialmedia användning och narcissism, självkänedom, socialt stöd och social spänst, utåtvändhet och livstillfredsställelse. Användning av datorspel visade sig vara negativt relaterat till ovannämnda personlighets- och mentala hälsovariabler.

Användningen av plattformar som fokuserar mer på skriftlig interaktion (Twitter, Tumblr) påvisades vara negativt förknippade med positiva mentala hälsovariabler och positivt förknippade med depression, ångest och stress. Instagram-användning visade ha en positiv korrelation med goda mentala hälsovariabler. (Brailovskaia et al. 2018)

I en undersökning från 2016 jämfördes personlighetsdrag och mentala hälsoaspekter hos Facebook-användare och personer som inte använder Facebook. I undersökningen deltog 945 personer, varav 790 var Facebook-användare och 155 icke-användare. Resultaten visade att de som använde Facebook fick betydligt högre poäng gällande narcissism, självkänedom och utåtvändhet än vad de som inte använde Facebook fick. Facebook-användarna hade också högre poäng gällande livstillfredsställelse, socialt stöd och subjektiv glädje. Studien visade även att de som inte använde Facebook hade betydligt mer depressionssymptom än de som använde Facebook. Slutligen visade studien att

Facebook-användarna hade högre värden av vissa personlighetsdrag och fler variabler som skyddade den mentala hälsan. (Brailovskaia et al. 2016)

En kvalitativ studie från 2018 tog upp känslan av att känna sig utfrysad och exkluderad i fall man inte får den respons man önskat sig på sociala medier. 37 personer, indelade i 3 grupper deltog i studien. Personerna indelades i grupper på 11, 13 och 11 personer. De personer i grupperna som fick få "gilla-markeringar" på sina inlägg ansåg att det var något fel med dem själv eller att bilderna publicerats fel tid. Vidare kunde man finna ett samband mellan få "gilla-markeringar" samt känslan av brist på acceptans. Resultatet påvisade även att individer märker då de inte får den respons de förväntat sig, men alla reagerar på olika sätt. (Hayes et al. 2018)

Den tidigare forskning som kartlagts är av relevans för studien eftersom alla ovannämnda studier berör sambandet mellan psykisk hälsa, personlighetsdrag och användning av sociala medier. Dessa studier påvisar att sociala medier kan ha både positiv och negativ inverkan på individer.

4 SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR

Examensarbetets syfte är att undersöka om och hur Instagram inverkar på unga vuxnas självbild, självkänsla och prestationskrav. Studiens syfte är även att ta reda på om det finns skillnader på hur unga vuxnas självbild, självkänsla och prestationskrav inverkas av Instagram i huvudstadsregionen och på ögruppen Åland.

Frågeställningar:

1. Upplever unga vuxna att Instagram inverkar på deras självbild, självkänsla, prestationskrav?
2. Finns det skillnader mellan Instagrams eventuella inverkan på unga vuxnas självbild, självkänsla och prestationskrav i huvudstadsregionen och på Åland?

5 METOD

Detta avsnitt redogör för studiens metod och vilka avgränsningar som gjorts. Även datainsamlingen och dataanalysen beskrivs.

I denna studie användes en kvantitativ metod. Insamlade data i en kvantitativ studie presenteras i form av siffror och behandlar många enheter samtidigt samt är till viss del slutna, vilket betyder att den som undersöker på förhand har valt vilken ungefärlig information som skall samlas in. Syftet med detta är att forskaren enkelt kan analysera data från många enheter samtidigt och systematisera resultatet enkelt. Kvantitativ metod innebär att forskaren kategoriserar enheterna på förhand, till exempel ger enheterna möjlighet att identifiera sig som 3 olika alternativ; kvinna, man eller annat. (Jacobsen 2007 s. 180). Denna studie utgick ifrån en kvantitativ metod. Insamlade data i kvantitativa studier presenteras i form av siffror.

5.1 Avgränsningar

Den teoretiska populationen är samtliga man vill uttala sig om i en studie, det vill säga målgruppen för undersökningen. Problemställningen av studien refererar ofta till den teoretiska populationen men detta kräver en avgränsning, för att läsaren skall kunna förstå vem studien berör. (Jacobsen 2007 s. 214)

De vanligaste avgränsningarna i en studie är att avgränsa i tid, rum och efter andra variabler. Att avgränsa den teoretiska populationen i tid innebär att man väljer en tidsperiod som man undersöker, det vill säga vill man ta reda på om något är på ett visst sätt under till exempel ett helt år eller en månad. Att avgränsa i rum innebär att man utför undersökningen utifrån ett geografiskt kriterium. Till exempel genom att välja en viss region att förverkliga studien på.

Avgränsning efter andra variabler innebär att man begränsar undersökningen till en viss sorts enheter, till exempel en viss åldersgrupp eller könsidentitet. (Jacobsen 2007 s. 214)

Denna studie är avgränsad i både rum och efter andra variabler. Studien är avgränsad i rum till huvudstadsregionen och Åland samt avgränsad efter andra variabler till unga vuxna i åldern 20–25 år. Enkäten gjordes på svenska alltså avgränsades studien till

svensktalande respondenter. Skälet till dessa avgränsningar presenteras i arbetets diskussionsdel.

5.2 Datainsamling

I denna studie användes enkätstudie som datainsamlingsmetod. Frågorna i enkäten var egenkonstruerade.

Studien grundade sig på en webbenkät som utformades på docs.google.com och innehöll 18 frågor. Av frågorna var 10 slutna och 8 öppna frågor. Frågorna hade kategoriserade, metriska eller öppna svarsalternativ. Innan den officiella publiceringen av enkätstudien gjordes en pilotundersökning på fyra personer, varav en var en lärare och tre var unga kvinnor som fyllde kriterierna för studiens målgrupp. En länk till enkäten och ett lockande informationsbrev delades som inlägg på skribenternas Facebooksidor. Inlägget var offentligt och kunde delas av vem som helst. Enkäten var öppen att svara på i 3 dygn.

I enkäten fanns ett informativt följebrev som beskrev undersökningens syfte samt klargjorde för respondentens anonymitet.

Efter datainsamlingen analyserades respondenternas svar och därefter raderades enkäten, respondenternas svar samt Facebookinläggen som skribenterna delat.

5.2.1 Enkätstudie som metod

Enkätstudier hör till de kvantitativa studiedesignerna. Detta insamlings sätt är av fördel att använda i undersökningar där många undersökningsobjekt deltar under en kort tid. I en enkätstudie är det viktigt att frågorna är klara eftersom det annars finns risk för problem vid sammanställningen. Det kan även vara en utmaning att uppfatta antalet bortfall. (Henricson 2012 s. 139 ff.)

I en enkätstudie kan man använda sig av kategoriserade svar, vilket innebär att enheterna får välja mellan olika svarsalternativ för att forskaren skall kunna mäta antingen om enheten är för eller emot något eller om enheten gjort eller icke gjort något. Man kan också använda sig av metriska svarsalternativ vilket innebär att svaren består av tal, man mäter alltså en mängd på något eller till exempel om enheterna har olika åldrar. (Jacobsen

2007 s. 184 ff.) Öppna frågor är att föredra i en enkätstudie eftersom det låter enheten svara med egna ord och kan ge forskaren relevant och intressant information. Nackdelen med öppna frågor är att det kan vara svårt att sammanställa resultaten om enheterna givit mycket varierande svar. (Jacobsen 2007 s.195) Vid sammanställningen av de öppna svaren bör man dela in de olika svaren i teman eller kategorier för att förenkla analysen av resultatet. (Jacobsen 2007 s. 265)

5.2.2 Egenkonstruerad enkät

Vid användning av egenkonstruerade frågor i en forskningsenkät bör forskarna ta hänsyn till hur deltagarna i studien skall svara på frågorna. Det finns nämligen både för- och nackdelar i att konstruera egna frågor till en enkät. De fördelar som finns är att forskaren kan fråga precis vad de vill, styra längden över enkäten samt välja skala för enkäten.

De nackdelar som kan uppkomma är att frågorna misstolkas, att frågorna är formulerade på ett sätt som är svårt att sammanställa samt att det finns risk för att frågorna avspeglar forskarens tankar om forskningsämnet. (Henricson 2012 s. 139 ff.)

Fördelarna med att använda detta insamlingssätt är att respondenterna kan vara anonyma och att en större mängd personer kan undersökas. Resultaten kan alltså lättare sammanställas eftersom enkätfrågorna kommer att vara ja/nej frågor eller olika mått på upplevelsen av Instagram. Genom denna metod fås också ett statistiskt resultat som kan presenteras i procent.

Nackdelarna med metoden är att man inte kan säkerställa reliabiliteten av svaren respondenterna ger samt antalet gånger de svarat på enkäten, vilket resulterar i att studiens pålitlighet inte kan garanteras. (Henricson 2012 s. 142)

5.2.3 Webbenkät och följebrev

Enkät via internet eller e-post innebär att en enkät publiceras på en internetsida som människor kan besöka. (Jacobsen 2007 s. 199) En webbenkät är ett kostnadseffektivt och lätt sätt att nå ut till datorvana användare. (Henricson 2012 s. 144) Användandet av webbenkät kräver dock att respondenten behärskar internet och har tillgång till dator eller mobilenhet. (Jacobsen 2007 s. 203)

Ett följebrev bör alltid skickas ut i samband med en enkät. Följebrevet skall vara informativt, men även lugnande för respondenten. I följebrevet är det viktigt att poängtera att respondenten är anonym och att eventuella frågor kan riktas till kontaktpersonerna. Informationen följebrevet ger är av stor betydelse eftersom respondentens motivation till att delta i studien ökar. (Jacobsen 2007 s. 205)

5.3 Dataanalys

Efter datainsamlingen i en kvantitativ studie görs en dataanalys där all data analyseras samtidigt. (Henricson 2012 s. 135) Vid bearbetning av den insamlade data granskas först de angivna svaren. Därefter registreras och bearbetas materialet. (Dahmström 1996 s. 110)

I denna studie har resultaten av de slutna frågorna analyserats kvantitativt medan resultaten av de öppna frågorna analyserats kvalitativt. Kriterierna för att en studie skall vara induktiv är att forskaren börjat sin studie i empirin, det vill säga i informationen som samlats in, och därefter analyserat och observerat samt beskrivit informationen på rätt sätt. (Henricson 2012 s. 36–37) I detta arbete sammanställdes de slutna enkätresultaten av skribenterna i form av stapel- och cirkeldiagram samt text. För att sammanställa de öppna enkätresultaten analyserades respondenternas svar och kategoriserades. Eftersom en del av respondenterna svarade med flera olika exempel i sina svar, kunde analysen inte göras procentuellt. Kategorierna skapades därför utifrån en överblick av respondenternas svar.

5.4 Etiska reflektioner

I detta avsnitt presenteras de etiska reflektioner och aspekter som uppkommit under studiens process.

Denna studie följde riktlinjerna för “god vetenskaplig praxis i studier vid Arcada”.

Bakgrundsmaterialet som använts i arbetet är vetenskapligt granskat och kan enkelt hittas i källförteckningen. Alla artiklar som redogörs i kapitlet om tidigare forskning är tillgängliga i fulltext. Studien genomfördes i form av en webbenkät som publicerades som inlägg på skribenternas Facebooksidor. Ett följebrev ingick i enkäten för att informera respondenterna om studiens syfte. Respondenterna var anonyma. Eftersom

undersökningen var en enkätundersökning behövdes inga forskningslov. (God vetenskaplig praxis i studier vid Arcada.)

6 RESULTAT

I detta avsnitt redogörs för enkätstudiens resultat. Resultatet presenteras i form av cirkeldiagram och skriftlig redovisning. Av enkätstudiens frågor var 8 frågor öppna frågor. De öppna frågorna presenteras i form av kategorier som sammanställts i efterhand.

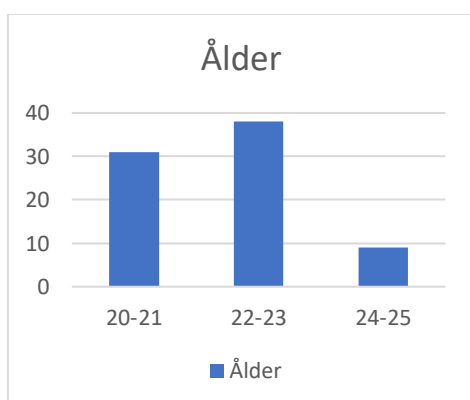
Sammanlagt insamlades 193 svar, varav 78 var svar från huvudstadsregionen och 115 var svar från Åland.

6.1 Bakgrundsinformation om respondenterna

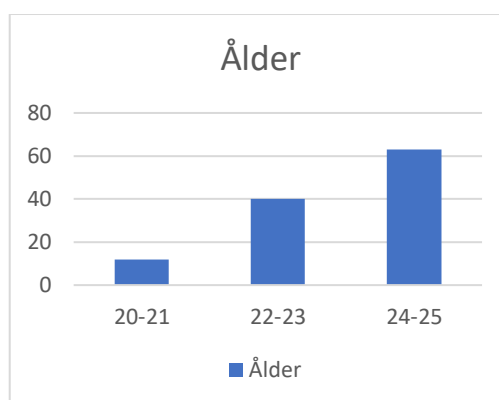
Respondenterna svarade på 2 slutna frågor gällande kön och uppväxtort. Nedan presenteras resultatet både i form av stapeldiagram och text.

Av sammanlagt 78 deltagare i huvudstadsregionen identifierade sig 73,1 % (n=57) som kvinnor och 26,9 % (n=21) som män. I enkäten för Åland definierade sig 70,4 % (n=81) som kvinnor, 27,8 % (n=32) som män och 0,2 % (n=2) som annat.

Huvudstadsregionen



Åland



Figur 1. Ålder

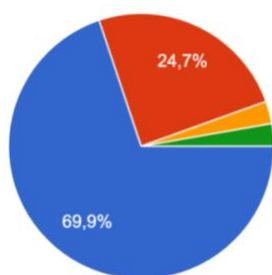
Av 78 deltagare från huvudstadsregionen var 39,7 % (n=31) i åldern 20–21 år, 48,7 % (n=38) i åldern 22–23 år och 11,5 % (n=9) i åldern 24–25 år. Av 115 deltagare från Åland var 10,4 % (n=12) i åldern 20–21 år, 34,8 % (n=40) i åldern 22–23 och 54,8 % (n= 63) i åldern 24–25 år. (Se figur 2)

6.2 Resultatet av slutna frågor

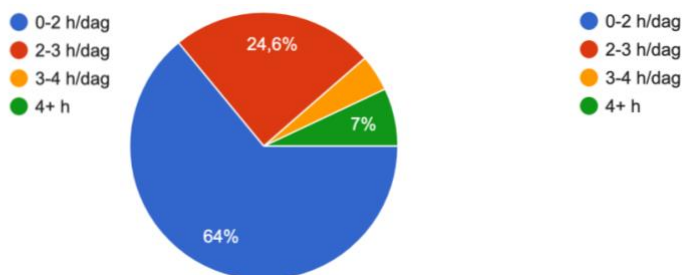
Respondenterna svarade på 10 slutna frågor och resultatet presenteras nedan i form av cirkeldiagram och text.

På frågan ”Använder du Instagram?” svarade 92,3 % (n=72) av deltagarna från huvudstadsregionen, respektive 98,3 % (n=113) av deltagarna från Åland att de använder Instagram. 7,7 % (n=6) av deltagarna i huvudstadsregionen respektive 0,9 % (n=1) av deltagarna på Åland svarade att de inte använder Instagram. Av alla 115 deltagare på Åland var det endast 0,9 % (n=1) som svarade att de inte vet om de använder Instagram.

Huvudstadsregionen



Åland



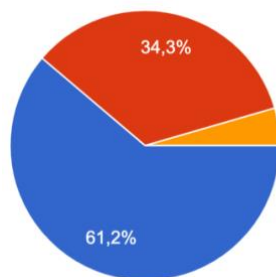
Figur 2. Användning av Instagram

På frågan ”Hur ofta använder du Instagram?” svarade 69,9 % (n=51) av deltagarna från huvudstadsregionen att de använder Instagram 0–2 timmar/ dag. På Åland använder 64 % (n=73) Instagram 0–2 timmar/ dag. 24,7 % (n=18) av deltagarna från huvudstadsregionen, respektive 24,6 % (n=28) av deltagarna från Åland använder Instagram 2–3 timmar/ dag. Av deltagarna från huvudstadsregionen använder 2,7 % (n=2) Instagram 3–4 timmar/ dag och 4,4 % (n=5) av deltagarna från Åland använder

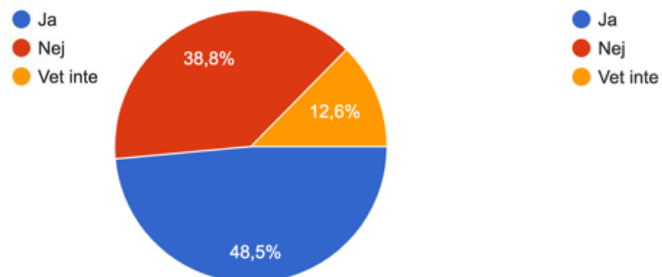
Instagram 3–4 timmar/ dag. Endast 2,7 % (n=2) av deltagarna från huvudstadsregionen, respektive 7 % (n=8) av deltagarna från Åland svarade att de använder Instagram mer än 4 timmar/dag. (Se figur 2)

Av huvudstadsregionens deltagare svarade 84,2 % (n=64) att de följer influencers på Instagram. En influencer är en person som är aktiv inom sociala medier. Denna person har många följare och det de har gemensamt är att de inspirerar andra. (Tidström 2018) Av deltagarna från Åland var respektive antal deltagare som följer influencers 84,3 % (n=97). I huvudstadsregionen följer 14,5 % (n=11) av deltagarna inga influencers eller kända personer och av deltagarna från Åland följer 13,9 % (n=16) inga influencers eller kända personer. 1,3 % (n=1) från huvudstadsregionen vet inte om de följer influencers eller andra kända personer. Av deltagarna på Åland är det 1,7% (n=2) som inte vet om de följer någon influencer eller känd person.

Huvudstadsregionen



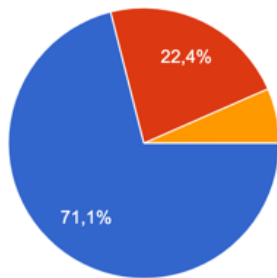
Åland



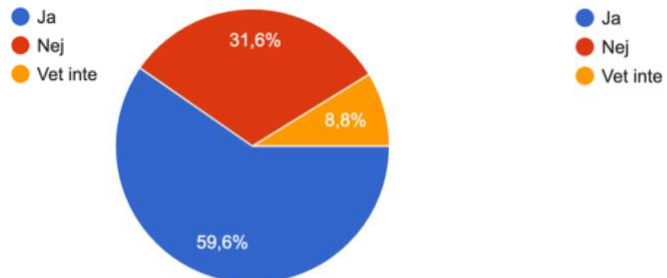
Figur 3. Jämföran med influencers och andra kända personer

På frågan ”Om du följer influencers och andra kända personer, upplever du att du jämför dig med dessa individer?” svarade 61,2% (n=41) av huvudstadsregionens deltagare jakande, 4,5% (n=3) svarade att de inte vet och 34,3% (n=23) svarade nekande. Av deltagarna från Åland svarade 48,5% (n=53) att de jämför sig, 12,6% (n=13) vet inte och 38,8% (n=42) svarade att de inte jämför sig. (Se figur 3)

Huvudstadsregionen



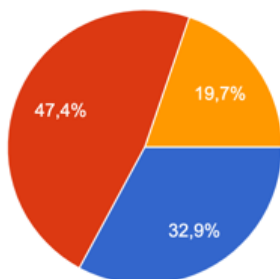
Åland



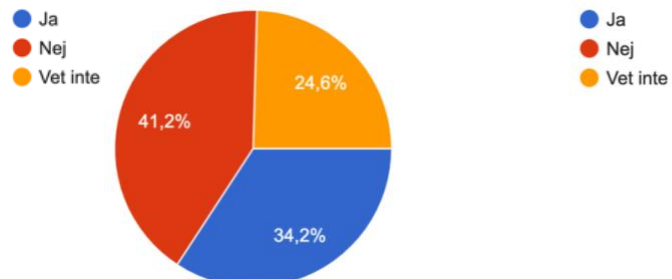
Figur 4. Jämföran med andra Instagram-användare

71,1% (n=54) av deltagarna från huvudstadsregionen och 59,6% (n=71) av deltagarna från Åland upplever att de jämför sig med andra Instagram-användare. Från huvudstadsregionen svarade 6,6% (n=5) att de inte visste att om de jämför sig och 22,4% (n=17) svarade att de inte jämför sig. 8,8% (n=11) av deltagarna från Åland visste inte om de jämför sig med andra Instagram-användare och 31,6% (n=37) upplever att de inte jämför sig. (Se figur 4)

Huvudstadsregionen



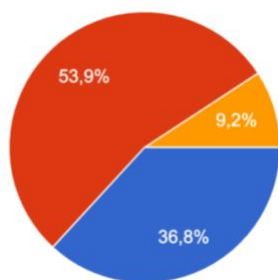
Åland



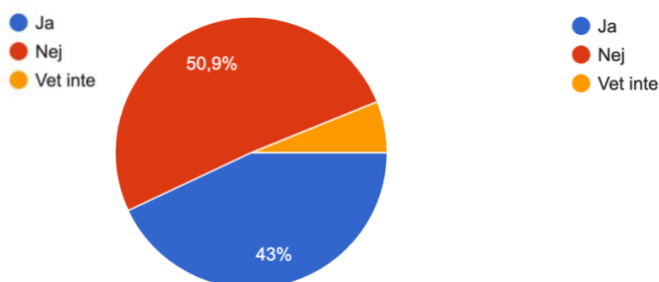
Figur 5. Reklam och utforskarflödets inverkan

Av deltagarna i huvudstadsregionen upplever 32,9% (n=25) att de påverkas av reklam eller bilder i sitt utforskarflöde, medans 19,7% (n=15) inte vet om de upplever sig bli påverkade och 47,4% (n=36) upplever att de inte påverkas alls. 34,2% (n=40) av deltagarna från Åland svarade att de upplever sig bli påverkade av reklam och bilder i flödet, medans 24,6% (n=29) inte vet om de upplever sig påverkade och 41,2% (n=50) upplever att de inte påverkas alls. (Se figur 5)

Huvudstadsregionen



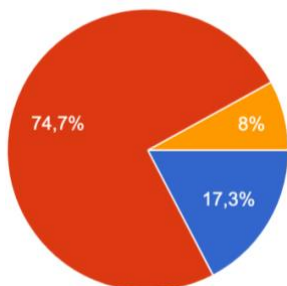
Åland



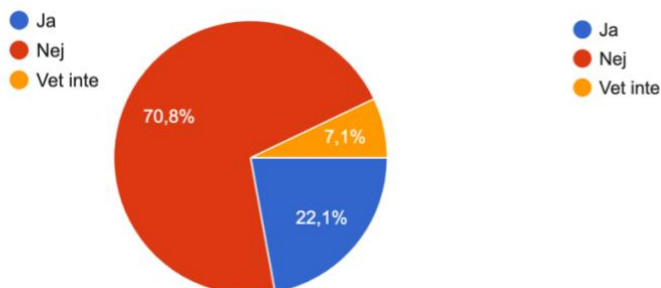
Figur 6. Prestationskrav

36,8% (n=28) av respondenterna från huvudstadsregionen upplever att Instagram medför prestationskrav, 9,2% (n=7) vet inte om de upplever prestationskrav på grund av Instagram och 53,9% (n=41) upplever att Instagram inte medför prestationskrav. 43% (n=52) av respondenterna från Åland upplever att Instagram medför prestationskrav, 5,9% (n=7) vet inte om de upplever det och 50,9% (n=60) upplever att Instagram inte medför prestationskrav. (Se figur 6)

Huvudstadsregionen



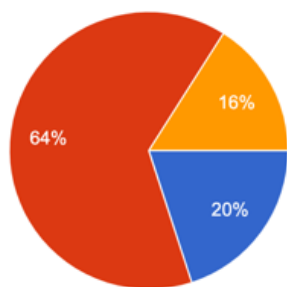
Åland



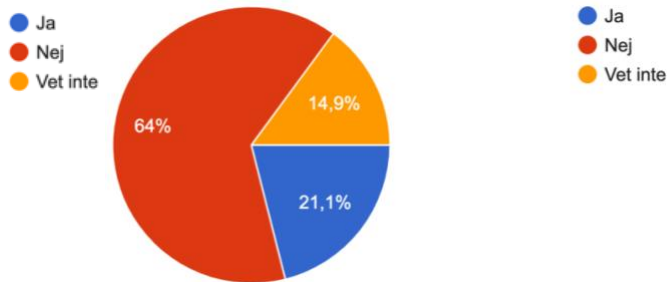
Figur 7. Press över att uppdatera Instagram

I huvudstadsregionen upplever 17,3% (n=13) av deltagarna att de känner press över att uppdatera sin egen Instagram, medan 8% (n=6) inte vet om de känner press över detta och 74,7% (n=56) inte känner någon press alls. Av deltagarna från Åland svarade 22,1% (n=25) att de upplever press över att uppdatera sin egen Instagram, 7,1% (n=9) vet inte om de upplever press över detta och 70,8% (n=84) upplever inte press över att uppdatera. (Se figur 7)

Huvudstadsregionen



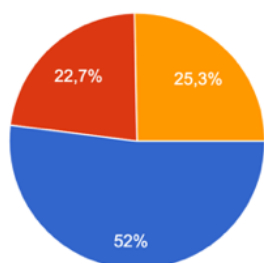
Åland



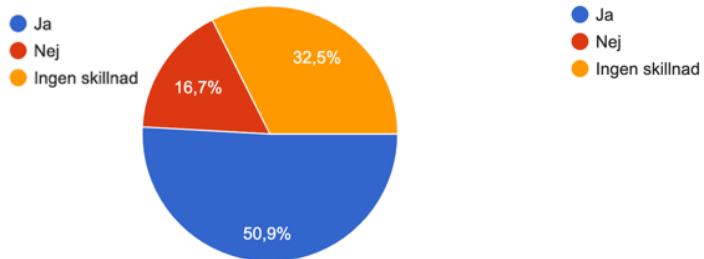
Figur 8. Instagrams upplevda inverkan på självbilden

20 % (n=15) av respondenterna från huvudstadsregionen upplever att deras bild av sig själva har förändrats på grund av Instagram, 16 % (n=12) vet inte om de upplever det och 64% (n=48) svarade att de inte upplever det. Av respondenterna från Åland upplever 21,2% (n=25) att deras bild av sig själva förändrats på grund av Instagram, 14,9% (n=19) vet inte om de upplever det och 64% (n=75) upplever inte att deras bild av sig själva förändrats på grund av Instagram. (Se figur 8)

Huvudstadsregionen



Åland



Figur 9. Minskning på användandet av Instagram

Av svarande från huvudstadsregionen upplever 52% (n=39) att de skulle må bättre i sig själva om de minskade användningen av Instagram. Av svarande från Åland upplever 50,9% (n=59) samma sak. 25,3% (n=19) av svarande från huvudstadsregionen respektive 32,5% (n=39) av svarande från Åland upplever att de inte vet om de skulle må bättre i sig själva om de minskade på användandet. 22,7% (n=17) av svarande från huvudstadsregionen respektive 16,7% (n=21) av svarande från Åland upplever att de

inte skulle må bättre i sig själva om de minskade på användningen av Instagram. (Se figur 9)

6.3 Resultatet av öppna frågor

Eftersom respondenterna hade möjlighet att svara på öppna frågor med fria formuleringar är svaren indelade i olika kategorier utifrån fråga. De öppna frågorna resulterade i kategorier.

6.3.1 Valet att använda Instagram

Frågan ”Varför använder du Instagram?” gav svar som delats in i fem olika kategorier. Dessa kategorier är *tidsfördriv, följa vänners och kända personers Instagram-konton, möjlighet att ladda upp egna bilder, underhållning och för att skaffa inspiration eller väcka kreativitet.*

Majoriteten av respondenterna i både huvudstadsregionen och på Åland svarade att de använder Instagram för att följa sina vänners eller kända personers Instagram-konton. Fler respondenter från huvudstadsregionen än från Åland svarade att de använder applikationen för att ladda upp egna bilder. Ett flertal från Åland än från huvudstadsregionen svarade att de använder applikationen för tidsfördriv. Från både huvudstadsregionen och Åland svarade de flesta att de använder applikationen för underhållning eller för att skaffa inspiration eller väcka kreativitet. Nedan presenteras tre citat som tillhör de ovannämnda kategorierna.

”Det är nästan den enda sociala mediekanalen som jag tycker är bekväm och intressant att använda. Kul att kunna följa både vänner och nischade konton.”

”Idéer, socialisering, inspiration”

”Se vad kompisar laddar upp i flödet och på stories. Ett sätt att känna sig uppdaterad om vad alla gör runt om på studieorterna etc. Men även för att kolla lite inspo-konton.”

6.3.2 Valet att inte använda Instagram

7 respondenter från huvudstadsregionen och en respondent från Åland svarade på frågan: "Varför använder du inte Instagram?". Respondenternas svar var antingen att applikationen påverkade deras mentala hälsa, att den upptog för mycket tid av deras vardag, gav upphov till stress eller var ointressant. Nedan presenteras ett citat från en av de svarande på ovannämnd fråga.

Jag raderade appen för jag märkte att Instagram hade en negativ inverkan på min psykiska hälsa. Jag jämförde mig med andra, även om jag bara följde vänner och bekanta. Jag kunde få dåligt att vara då det kändes att man gick miste om något roligt vännerna gjorde som man inte själv den gången var med på. Jag märkte till slut helt enkelt att jag inte behöver veta vad alla håller på med hela tiden och att jag mådde bättre utan Instagram. Spenderade även onödig tid på Instagram då jag nu kan spendera tid på klokare saker.

6.3.3 Jämförelse med andra Instagram-användare

Respondenternas svar på frågan "På vilket sätt jämför du dig med andra Instagram-användare?" kategoriserades in i fem olika kategorier.

Majoriteten av respondenterna från både huvudstadsregionen och Åland upplevde att de jämförde sig med andra användare *utseendemässigt* i form av kroppsbild och skönhetsideal. Majoriteten av respondenterna från båda orter upplevde även att de jämförde sig med andra användares *livssituation*, till exempel hur mycket andra användare reste, festade, var de arbetade och hur deras ekonomiska situation såg ut. Respondenterna från båda orter uttryckte också en jämförelse i *socialt liv*, det vill säga hur mycket vänner de har och hur mycket de socialiserar samt *utseendet på det egna Instagram-kontot* i jämförelse med andra användares konton.

En liten mängd av respondenterna uttryckte att de jämförde sig i positiv bemärkelse och uttryckte det som att de fann inspiration från andra användare.

Jämför mitt utseende med influencers, och kanske även hur "bra" de verkar ha det i livet, då de ofta verkar ha helt perfekta liv. Med mina vänner jämför jag ofta umgänge

och vad man håller på med. T.ex. kan det handla om att bli ledsen då någon verkar ha massor med vänner och fina kräftisar hela tiden.

”Behöver nödvändigtvis inte vara en negativ jämförelse. Kan vara jämförelse i form av vägledning, att följa någon som inverkar som en mentor i ditt liv.”

6.3.4 Utforskarflödets inverkan

För att ta reda på hur mycket unga vuxna upplever att de inverkas av flödet som de inte ”valt själva” var en av de öppna frågorna ”På vilket sätt upplever du att du påverkas av reklam eller bilder i ditt utforskarflöde?”. Även på denna fråga delades respondenternas svar in kategorier. Majoriteten av respondenterna från båda orter upplevde att de påverkades av reklamen och bilderna i utforskarflödet på ett sätt att de ville *köpa* mer, i vissa fall sådana saker som de trodde att de inte annars skulle köpa. Respondenterna utgav också att de påverkades av utforskarflödet gällande *utseende och skönhetsideal*, även en del på grund av träning och matvanor. En större del av svararna från Åland än från huvudtadsregionen angav att de finner inspiration i utforskarflödet men även att de påverkas i den bemärkningen att det väcker irritation hos dem. Nedan presenteras citat av användarnas svar på den ovannämnda enkätfrågan.

”Ibland ser man mycket bilder på smala modeller eller olika foton på mat och hur många kalorier en viss portion innehåller, kan ibland ge ångest”

”Kan bli inspirerad i vissa fall och ibland bli påverkad negativt genom att självbilden förminskas.”

6.3.5 Förändring av självbild

För att få en klar bild av på vilket sätt användarna upplevde att deras bild av sig själva påverkats av Instagram var en av de öppna frågorna i enkäten ”På vilket sätt upplever du att bilden av dig själv förändrats på grund av Instagram?”. En del av respondenterna från både huvudtadsregionen och Åland svarade att deras självbild förändrats i *positiv bemärkelse*, till exempel att de upplevde att de kan se en tydlig utveckling av sig själva

om de följde med i sitt flöde med åren eller att de påverkats positivt att fina kommentarer från vänner. En större del av respondenterna från Åland än från huvudstadsregionen uppgav att deras självbild påverkats i *negativ bemärkelse*, till exempel att de upplevde sig som otillräckliga i jämförelse med andra användare både utseendemässigt eller prestationsmässigt. Många av respondenterna tog i sina svar upp om *den förskönade bild* man ger av sig själv på sitt Instagramkonto. Detta svarade inte direkt på enkätfrågan men vissa av svararna upplevde att den förskönade bilden gjorde det lättare för dem att acceptera sig själva eftersom de var medvetna om att nästintill alla användare förskönade sina konton medans andra svarande upplevde att de påverkades negativt eftersom det var lätt att jämföra sig med den förskönade bilden av andra användare. Nedan presenteras tre citat från användarnas svar på ovanstående fråga.

”Den har blivit självsäkrare, det finns frihet i att lägga upp något med inställningen att det inte har någon betydelse vad andra tycker.”

Jag har på senare tid reflekterat över att jag börjat se ner på mig själv för att jag tycker om att vara ensam och göra aktiviteter på egen hand, och istället värderar ”Instagramvänliga”, sociala, aktiviteter som ”bättre”. Jag kan må dåligt över att ”alla andra” har ett ”mycket roligare liv” och tänker att jag också borde vara mer aktivt socialt. Dessa känslor kommer framför allt då jag går in på Instagram, särskilt genom att se på folks stories där man i snabb följd matas med en känsla av att ”alla” festar, går på restaurang, reser, fikar, är med sin familj etc. Tidigare var jag nöjd med det lugna sätt jag levt mitt liv på, men tänker allt oftare att jag som person borde vara annorlunda.

När man var yngre på ett sämre sätt, då påverkades jag mera av tex modeller/snygga influencers etc. På senare tid till något bättre på det viset att man själv vet hur förskönat man kan få sitt eget konto att se ut, och koppla det till att de flesta säkert gör likadant. Så då känns det inte lika jobbigt om något ser riktigt wow ut på någons konto, jag har iallafall mått bättre och tyckt om min egen vardag mer utav att tänka i de banorna.

6.3.6 Förbättring av välmående

Den sista av de öppna frågorna löd ”Varför skulle du må bättre i dig själv om du minskade Instagramanvändandet?”. Svaren på denna fråga delades in i fyra kategorier. De flesta av de svarande från både huvudstadsregionen och Åland upplevde att de skulle *jämföra sig mindre* med andra personer om de minskade på användandet av applikationen, detta skulle i sin tur få dem att må bättre. Många av användarna från båda orter svarade också att om de skulle minska på användandet så skulle de *leva mera i ”nuet”* samt *fokusera på andra saker* som de upplevde vettigare än Instagramanvändningen. Av svarande från Åland svarade fler än från huvudstadsregionen att ett minskande av Instagramanvändningen skulle *minimera stress* samt att de upplevde att de skulle må bättre av *mindre skärmtid*. Nedan presenteras två citat från respondenternas svar på ovanstående fråga.

”Bättre att minska på skärmtiden, men mest av allt för mig personligen att jag fokuserar på mitt liv och gör egna val utifrån vad jag själv tycker om och inte på grund av vad jag ser på Instagram.”

”För att man kanske skulle känna att man duger som man är då man inte fokuserar lika mycket på vad andra gör.”

7 DISKUSSION OCH KRITISK GRANSKNING

I detta avsnitt diskuteras arbetets styrkor och svagheter. I diskussionen och granskningen är det viktigt att ha ett kritiskt förhållningssätt till examensarbetet. (Henricson 2012 s. 472)

Intresset för detta ämne väcktes hos oss i samband med sociala mediers aktualitet i dagens samhälle. På grund av att vi har ett stort intresse för människans mentala hälsa valde vi att inrikta studien på om och hur unga vuxna mentalt inverkas av sociala medier. Vi valde att begränsa studien till applikationen Instagram. Vi valde också att begränsa studien till orterna huvudstadsregionen och ögruppen Åland. Anledningen till detta var personliga skäl samt att huvudstadsregionen är en storstadsort och att Åland är ett lantsamhälle. Vi hoppades och förväntade oss därför att se skillnader mellan orternas resultat i studien.

Resultatet tydde dock på det motsatta vad vi hade väntat oss, eftersom vi trodde att respondenterna från huvudstadsregionen skulle uppleva att de inverkades mera av Instagram än vad respondenterna på Åland gjorde. Vi begränsade även studien till åldrarna 20-25 år eftersom vi ville ta reda på om och hur mycket unga vuxna i dessa åldrar upplever sig inverkas av Instagram.

Vår egen förutfattade mening var att Instagram endast har en negativ inverkan på individer. Genom kartläggningen av tidigare forskning fick vi dock fram att Instagram kan ha både en negativ och positiv inverkan på individer. Därav utgick vi ifrån befintlig forskning som antydde på detta. Det var svårt för oss att finna en passande teoretisk referensram så vi valde att istället presentera en teoretisk bakgrund. Den teoretiska bakgrunden lyfte fram väsentliga fakta för studien.

7.1 Reliabilitet och validitet

Med begreppet validitet avses om det mätinstrument som använts, mätt det som bör mätas i studien. Reliabilitet i sin tur betyder att samma resultat uppnås vid varje mätning. (Henricson 2012 s. 152–153) Med andra ord betyder reliabilitet om den data man insamlat är pålitlig. (Jacobsen 2007 s. 156)

I enkäter med fasta svarsalternativ är det viktigt att försäkra sig om att frågorna mäter det man vill undersöka. (Jacobsen 2007 s. 268) För att stärka studiens validitet gjordes en pilotundersökning. Pilotundersökningen genomfördes på tre kvinnor som passade in i studiens målgrupp samt en lärare. Alla som medverkade i pilotundersökningen gav förbättringsförslag och efter detta justerades enkäten.

För att stärka reliabiliteten på en studie är det viktigt att med en så hög svarsfrekvens som möjligt. (citerad Draper, 2004, Henricson 2012 s. 146) I denna studie användes en lockande titel för att öka intresset för enkäten. För att eventuellt få ännu fler svar konstruerades ett följebrev till enkäten som beskrev studiens syfte och motiverade respondenter till att svara på enkäten.

Enkäten för studien delades offentligt på facebook och därmed kan inte reliabiliteten garanteras. Detta på grund av att respondenterna kan svara vad som helst på frågorna. Respondenternas svar på ålder, kön och härkomst kan inte heller garanteras som sanningsenligt.

7.2 Sambandet mellan studiens syfte, frågeställningar och resultat

Syftet med arbetet var att undersöka om och hur Instagram inverkar på unga vuxnas självbild, självkänsla och prestationskrav. Syftet var även att ta reda på om det fanns skillnader på hur unga vuxnas självbild, självkänsla och prestationskrav inverkades av Instagram i huvudstadsregionen och på Åland.

Från början var våra frågeställningar; *"Har Instagram en inverkan på unga vuxnas självbild, självkänsla och prestationskrav?"* och *"Finns det skillnader mellan Instagrams eventuella inverkan på unga vuxnas självbild, självkänsla och prestationskrav i huvudstadsregionen och på Åland?"*. Under arbetets gång ändrades första frågeställningen till *"Upplever unga vuxna att Instagram inverkar på deras självbild, självkänsla och prestationskrav?"* eftersom vi insåg att vi endast kan redogöra för användarnas egna upplevelser.

Majoriteten av användarna från huvudstadsregionen och Åland upplever att Instagram inte medför prestationskrav. Studien visar dock att Instagramanvändarna från Åland upplever mer prestationskrav än användarna från huvudstadsregionen. Majoriteten av användarna från båda orter upplever att deras självbild inte förändrats på grund av Instagram. Fler användare från Åland än från huvudstadsregionen upplever att självbilden förändrats. Detta tyder på att Instagram har en större upplevd negativ inverkan på användarna från Åland, än på användarna från huvudstadsregionen.

Även om majoriteten av respondenterna upplever att Instagram inte inverkat på deras självbild, självkänsla eller medfört prestationskrav, är det ändå många respondenter som upplever en negativ inverkan.

7.3 Sambandet mellan tidigare forskning och studiens resultat

Den tidigare forskningen samt resultaten av denna studie tyder på ett samband mellan sociala medier och den psykiska hälsan hos unga vuxna. Den tidigare forskningen gav oss uppfattningen om att sociala medier kan ha både en positiv och negativ inverkan på unga vuxna. Även denna studies resultat påvisar detta. Tidigare forskning visar till exempel att god respons på egna bilder på sociala medier är belönande för personen i fråga. En av respondenterna i denna studie svarade att självbilden förbättrats i och med Instagram. Från en negativ aspekt känner sig många utfrysta eller exkluderade i fall de inte får en önskad respons. Detta syns både i den befintliga forskningen med även i denna studie.

7.4 Kliniska implikationer

Studiens resultat kan användas i informativt syfte för att öka förståelsen för Instagrams inverkan på den psykiska hälsan hos unga vuxna. Även om majoriteten av respondenterna i denna studie inte upplever en negativ inverkan av Instagram är det ändå många som upplever att de skulle må bättre om de minskade användningen av applikationen. Detta tyder på att det finns underlag för vidare forskning inom ämnet.

KÄLLOR

[OBJ]

Arcada, 2019, *God vetenskaplig praxis i studier vid Arcada*. Tillgänglig:

<https://start.arcada.fi/system/files/media/file/2019->

[06/god_vetenskaplig_praxis_i_studier_vid_arcada.pdf](https://start.arcada.fi/system/files/media/file/2019-06/god_vetenskaplig_praxis_i_studier_vid_arcada.pdf) Hämtad 17.9.2019

Blom, V., 2011. *Striving for self-esteem: Conceptualizations and role in burnout* (Doctoral dissertation, Department of Psychology, Stockholm University).

Brailovskaia, J. and Margraf, J., 2018. What does media use reveal about personality and mental health? An exploratory investigation among German students. *PloS one*, 13(1), p.e0191810.

Tillgänglig:

[http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=b8618f34-2830-](http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=b8618f34-2830-4853-862b-b2409bb81d35%40pdc-v-sessmgr06)

[4853-862b-b2409bb81d35%40pdc-v-sessmgr06](http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=b8618f34-2830-4853-862b-b2409bb81d35%40pdc-v-sessmgr06) Hämtad: 14.1.2019

Brailovskaia, J. and Margraf, J., 2016. Comparing Facebook users and Facebook non-users: Relationship between personality traits and mental health variables—an exploratory study. *PloS one*, 11(12), p.e0166999.

Tillgänglig:

<http://web.a.ebscohost.com.ezproxy.arcada.fi:2048/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=40bd0082-f2b2-4b2b-9435-7e6ad34d7281%40sdc-v-sessmgr01> Hämtad: 18.1.2019

[id=40bd0082-f2b2-4b2b-9435-7e6ad34d7281%40sdc-v-sessmgr01](http://web.a.ebscohost.com.ezproxy.arcada.fi:2048/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=40bd0082-f2b2-4b2b-9435-7e6ad34d7281%40sdc-v-sessmgr01) Hämtad: 18.1.2019

Dahmström, K., 1996. Från datainsamling till rapport, andra upplagan. *Lund: Studentlitteratur*. (s. 110)

Erikson, E.H., Edgardh, M.W. and Erikson, J.M., 2004. *Den fullbordade livscykeln*. Natur och kultur.

Han, B.C., 2013. *Trötthetssamhället*. Ersatz. (s. 12 ff, 21)

Hayes, R.A., Wesselmann, E.D. and Carr, C.T., 2018. When Nobody “Likes” You: Perceived Ostracism Through Paralinguistic Digital Affordances Within Social Media. *Social Media+ Society*, 4(3), p.2056305118800309. Tillgänglig: <https://journals-sagepub-com.ezproxy.arcada.fi:2443/doi/pdf/10.1177/2056305118800309> Hämtad 22.10.2019

Henricson, M., 2012. *Vetenskaplig teori och metod: från idé till examination inom omvårdnad*. Studentlitteratur. (s. 36–37, 135, 139 ff., 146, 152 ff.)

Instagram, About us. Tillgänglig: <https://www.instagram.com/about/us/> Hämtad 26.11.2018

Instagram, Hjälpcenter. Tillgänglig: <https://help.instagram.com/424737657584573> Hämtad 5.2.2019

Instagram, Terms of use. Tillgänglig: <https://help.instagram.com/581066165581870> Hämtad 26.11.2018

Jacobsen, D., 2007. *Förståelse, beskrivning och förklaring: introduktion till samhällsvetenskaplig metod för hälsovård och socialt arbete*. Studentlitteratur. (s. 21, 180, 184 ff., 195 ff., 203, 205, 214, 265, 268, 472)

Jeri-Yabar, A., Sanchez-Carbonel, A., Tito, K., Ramirez-delCastillo, J., Torres-Alcantara, A., Denegri, D. and Carreazo, Y., 2018. Association between social media use (Twitter, Instagram, Facebook) and depressive symptoms: Are Twitter users at higher risk?. *International Journal of Social Psychiatry*, p.0020764018814270. Tillgänglig: <https://journals-sagepub-com.ezproxy.arcada.fi:2443/doi/pdf/10.1177/0020764018814270> Hämtad 10.1.2019

Karlsson, L., 1998. *Psykologins grunder*. Studentlitteratur. (s. 320)

Mackson, S.B., Brochu, P.M. and Schneider, B.A., 2019. Instagram: Friend or foe? The application’s association with psychological well-being. *New Media & Society*,

p.1461444819840021. Tillgänglig: <https://journals-sagepub-com.ezproxy.arcada.fi:2443/doi/epub/10.1177/1461444819840021> Hämtad: 24.10.2019

Masreliez-Steen, G. and Modig, M., 1987. *Självkänsla: kvinnlig, manlig-mänsklig*. Akademilitteratur. (s. 10, 30–31)

Nationalencyklopedin. Tillgänglig:

<https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/sociala-medier> Hämtad: 13.11.2019

Sökord: social media

Nutley, S., 2018. Tillgänglig: <https://svenska.yle.fi/artikel/2018/03/12/hjarnforskare-sociala-medier-gor-hjarnan-ledsen> Hämtad 22.10.2019

SAOB, prestation. Tillgänglig: <https://www.saob.se/artikel/?seek=prestation&pz=1>
Hämtad 26.11.2018

SAOL, prestation. Tillgänglig: <http://runeberg.org/saol/11-6/0434.html> Hämtad
26.11.2018

SAOB Tillgänglig: http://www.saob.se/artikel/?unik=U_0275-0041.79I4&pz=5 Hämtad
26.11.2018 *ung* (sökord)

Sherman, L.E., Payton, A.A., Hernandez, L.M., Greenfield, P.M. and Dapretto, M., 2016. The power of the like in adolescence: Effects of peer influence on neural and behavioral responses to social media. *Psychological science*, 27(7), pp.1027-1035.

Tillgänglig: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0956797616645673> Hämtad
14.1.2019

Tidström, J., 2018. Influencers – vad är de, varför är de viktiga för företag och varför är det en riskfylld karriärväg?. Tillgänglig: <https://svenska.yle.fi/artikel/2018/07/12/influencers-vad-ar-de-varfor-ar-de-viktiga-for-foretag-och-varfor-ar-det-en> Hämtad 13.11.2019

Weston, M.C., 2005. *Ditt inre centrum: om självkänsla, självbild och konturen av ditt själv*. Natur och kultur. (s.14 ff., 20 ff., 35)

Whiting, A. and Williams, D., 2013. Why people use social media: a uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(4), pp.362-369.

Zeigler-Hill, V., 2013. *Self-esteem*. Psychology Press. (s.2)

Zimmerman, S., 2013. Instagram basics for your business. *Amazon Digital Services*.
Tillgänglig: <https://sparklesocietyworkshops.com/wp-content/uploads/2015/06/InstagramBasicsEbook.pdf> Hämtad: 31.10.2019

BILAGOR

Bilaga 1. Facebookmeddelande

Hej! Är du 20–25 år och uppvuxen i huvudstadsregionen? Använder du Instagram?

Då får du väldigt gärna svara på denna enkät som vi (Annina Vaitilo och Daniela Mellin) baserar vårt examensarbete på.

Bilaga 2. Syftet med studien och informerat samtycke

Denna enkät är en del av ett examensarbete för studier till sjukskötare. Syftet med examensarbetet är att undersöka om och hur Instagram inverkar på unga vuxnas självbild och självkänsla. Vi har valt att begränsa studien till åldrarna 20–25 år samt områdena huvudstadsregionen och Åland. För att svara på denna enkät önskar vi därför att du är uppvuxen på Åland samt använder eller har Instagram.

Genom att svara på denna enkät ger du ditt samtycke till din medverkan i undersökningen. Du svarar på enkäten anonymt, och dina svar används endast för denna undersökning. Resultaten analyseras på gruppnivå, och dina svar kommer inte att kunna identifieras i resultaten. Vi hoppas att du svarar ärligt och uppriktigt.

Deltagandet i denna undersökning är frivilligt och du kan när som helst avbryta din medverkan utan närmare motivering.

Om du har frågor eller tankar kan du nå oss på annina.vaitilo@arcada.fi eller daniela.mellin@arcada.fi.

Tusen tack för ditt deltagande!

Daniela Mellin & Annina Vaitilo

Bilaga 3. Enkäten

1. Kön *

- Kvinna
- Man
- Annat

2. Ålder *

- 20-21 år
- 22-23 år
- 24-25 år

3. Använder du Instagram? *

- Ja
- Nej
- Vet inte

Om du svarat JA på fråga 3, hur ofta använder du Instagram?

- 0-2 h/dag
- 2-3 h/dag
- 3-4 h/dag
- 4+ h

Om du svarat JA på fråga 3, varför använder du Instagram?

Ditt svar

Om du svarat NEJ på fråga 3, varför använder du inte Instagram?

Ditt svar

4. Följer du influencers och andra kända personer?(En influencer är en inspiratör, bloggare, twittrare el. annan internetprofil.)

- Ja
- Nej
- Vet inte

Om du svarat JA på fråga 4, upplever du att du jämför dig med dessa individer?

- Ja
- Nej
- Vet inte

5. Upplever du att du jämför dig med andra instagramanvändare (t.ex vänner eller bekanta)?

- Ja
- Nej
- Vet inte

Om du svarat JA på fråga 4 eller 5, på vilket sätt jämför du dig?

Ditt svar

6. Upplever du att du påverkas av reklam eller bilder i ditt utforskarflöde? (utforskarflöde är flödet du ser vid sökikonen på Instagram.)

- Ja
- Nej
- Vet inte

Om du svarat JA på fråga 6, på vilket sätt påverkas du?

Ditt svar

7. Upplever du att ditt Instagramflöde medför prestationskrav (t.ex. att lägga upp bilder, visa upp en förskönad bild av ditt liv.)

- Ja
- Nej
- Vet inte

8. Känner du press över att uppdatera din egen instagram?

- Ja
- Nej
- Vet inte

9. Upplever du att din bild av dig själv förändrats på grund av Instagram?

- Ja
- Nej
- Vet inte

Om du svarat JA på fråga 9, på vilket sätt har bilden av dig själv förändrats?

Ditt svar

10. Upplever du att du skulle må bättre i dig själv om du minskade användningen av Instagram?

- Ja
- Nej
- Ingen skillnad

Om du svarat JA på fråga 10, varför skulle du må bättre av att minska användningen?

Ditt svar
