

Sociala mediers inverkan på ungas självbild

”En kvantitativ undersökning om sociala
mediers påverkan på ungdomars självbild”

Heidi Löfroth

Examensarbete för socionom (YH)-examen

Utbildning till socionom

Vasa 2022

EXAMENSARBETE

Författare: Heidi Löfroth

Utbildning och ort: Socionom, Vasa

Handledare: Nadja Suomela & Ralf Lillbacka

Titel: **Sociala mediers inverkan på ungas självbild** **"En kvantitativ undersökning om sociala mediers påverkan på ungdomars självbild"**

Datum: 24.04.2022

Sidantal: 32

Bilagor: 1

Abstrakt

Syftet med mitt examensarbete var att ta reda på om sociala medier påverkar ungdomars självbild, den här frågan fungerade även som min frågeställning i arbetet. I min teoridel tar jag upp teori om positiv självbild, negativ självbild, sociala medier, ungdomar på sociala medier och självbilden på sociala medier. Jag tar även upp i teorin om de populäraste sociala medierna bland ungdomar och tecken på sociala medier beroende.

Undersökningen gjordes genom ett online frågeformulär som var riktad åt ungdomar i 13–25 års åldern. Enkäten gjordes på Google forms och alla respondenter har varit anonyma. Enkäten lades ut på mina egna sociala kanaler där ungdomar i den åldern kunde ta del frågorna. I undersökningen deltog 31 respondenter. Majoriteten av respondenterna var mellan 22–25 år gamla.

I studien kom det fram att majoriteten använder dagligen 4 timmar till sociala medier. De flesta känner en stor del press på vad de lägger ut på sociala medier och känner att de jämför sig med andra de ser på sociala medierna. Majoriteten svarade även att det känns bra när andra gillar deras inlägg. Genom undersökningen kom det även fram att sociala medier påverkar ungdomars självbild. Självbilden påverkas både negativt och positivt på sociala medier.

Språk: svenska

Nyckelord: Sociala medier, självbild, ungdomar

BACHELOR'S THESIS

Author: Heidi Löfroth

Degree Programme: Social work

Supervisor(s): Nadja Suomela & Ralf Lillbacka

Title: **The impact of social media on young people's self-image**
"a quantitative study of the impact of social media on young people's self-image"

Date 24.04.2022 Number of pages 32 Appendices 1

Abstract

The purpose of my thesis was to find out if social media affects young people's self-image, this question also served as my question through the whole thesis. In my theory, I address the theory of positive self-image, negative self-image, social media, young people and the self-image on social media. I also address the theory of the most popular social media platforms among young people and signs of social media addiction.

The survey was conducted through an online questionnaire aimed to young people in age 13 – 25. The survey was made with Google forms and all respondents have been anonymous. The survey was posted on my own social channels where young people in age 13–25 could take part of my questionnaire and answer. 31 respondents participated in the survey. The majority of the respondents were between 22 and 25 years old.

The study revealed that the majority spend 4 hours daily on social media. Most people feel a lot of pressure on what they post on their social media and feel that they are comparing themselves to others they see on social media. The majority also answered that it feels good when others "like" their posts. The survey revealed that social media affects young people's self-image. Self-image is affected both negatively and positively on social media.

Language: Swedish

Key words: Social media, self-image, young people

Innehållsförteckning

1	Inledning.....	1
2	Syfte	2
2.1	Avgränsningar	2
3	Självbild.....	3
3.1	Negativ självbild	4
3.2	Positiv självbild.....	4
4	Sociala medier	5
4.1	Snapchat.....	7
4.2	Facebook.....	8
4.3	Whatsapp.....	8
4.4	Youtube	9
4.5	Instagram	9
5	Ungdomar på sociala medier	9
6	Tecken på sociala medier beroende hos unga	11
7	Självbilden på sociala medier	12
7.1	Sociala mediernas negativa påverkan på unga.....	14
7.2	Sociala mediernas positiva påverkan på unga.....	14
8	Sammanfattning av teoridel.....	15
9	Metod och tillvägagångssätt.....	17
9.1	Kvantitativ metod.....	17
9.2	Respondenter.....	17
9.3	Sekretess.....	18
9.4	Datainsamlingsmetod.....	18
10	Resultatredovisning.....	19
10.1	Bakgrund om respondenterna.....	19
10.2	Ungdomars användning av sociala medier	20
10.3	Ungas självbild på sociala medier.....	24
11	Slutdiskussion	28
	Källförteckning.....	31
	Bilaga.....	33

1 Inledning

Sociala medier växer hela tiden och de flesta ungdomar idag har växt upp med internet, det är en stor del av vardagen. Sociala medier har en stor makt att påverka oss människor och jag vill av ren nyfikenhet och intresse ta reda på hur användningen av sociala medier påverkar ungdomars självbild. Man kan hitta allt på nätet och medierna snurrar omkring oss konstant, när man går på stan och ser sig omkring är det nästan alltid någon med en smarttelefon i handen som surfar på någon av plattformarna. Ungdomar använder sig av flera olika plattformar och ju äldre de blir så använder de sig av fler. Fast det är en vardagsgrej för ungdomar att använda sig av sociala medier så kan allt de ser på nätet påverka dem, hur och vad det påverkar varierar från individ till individ. (Frisén & Hwang, 2020, s.175). År 2019 fanns det i hela världen ca 352 miljoner olika registrerade nätadresser. (Pullinen, 2019, s.48). Det här betyder att det finns en hel del ute på nätet och det är omöjligt att ta del av allting som läggs upp på nätet. Ungdomar är i en ålder där de försöker hitta sig själva och de utvecklas hela tiden, på sociala medier kan de uppleva att de blir bekräftade eller förnekade och dessa två är två stora delar i uppbyggandet av självkänslan. (Cullberg-Weston, 2010, s.34). Edgardh konstaterar (enligt Cullberg-Weston, s.47) att det är vid ungdomsåldern, speciellt vid tidig ungdomsålder som självkänslan är som mest utsatt.

Under uppväxttiden skapar man självbilder utifrån växelverkan med människor som är viktiga för sig under uppväxten och det påverkar hur man fungerar i olika lägen och också hur man förstår sina egna känslor. Människor bär med sig både negativa- och positiva självbilder, vilket betyder att när andra människor inte ger oss en sådan bekräftelse som vi vill ha så är det lätt hänt att den negativa självbilden kliver fram. När det då går andra vägen, man får bekräftelse så har den positiva självbilden blivit starkare. När man har en bra och positiv självbild så är även det dagliga livet lättare, negativ självbild kan minska välbefinnande och gör det dagliga livet tuffare. (Cullberg-Weston, 2010, s.15 - 17)

2 Syfte

Syftet med detta examensarbete är att granska hur ungdomars användning av sociala medier påverkar deras självbild och hur de själva upplever att det påverkar dem.

Ungdomars självbild byggs upp genom växelverkan med andra personer och jag vill se om sociala medier spelar in en roll i ungdomars självbild. Jag kommer begränsa mig till ungdomars självbild eftersom ungdomar är den generationen som är mest uppkopplade till sociala medier i dagsläget. Jag kommer att skapa en enkät med frågor som berör sociala medier och dess användning som jag kommer att dela på mina egna sociala kanaler, så kan andra ungdomar ta del av den och besvara frågorna.

Min frågeställning:

Påverkar sociala medier ungdomars självbild?

2.1 Avgränsningar

Det finns hur många olika plattformar på sociala medier som helst så jag kommer fokusera mig på de populäraste som ungdomarna använder sig av. WhatsApp, youtube, instagram, snapchat & facebook är några bland de populäraste och jag kommer avgränsa mig till dessa. Det gjordes en forskning 2019 av Some ja nuoret där man undersökte vilka plattformar på sociala medier är de populäraste bland unga och de jag kommer avgränsa mig till är några bland de populäraste. (Ebrand, 2019)

Jag kommer avgränsa mig till ungdomar och med det vill jag säga från 13 års ålder till 25 års åldern. Det här gör jag för att få fler svar och för att inte enbart få svar från en ålder. Det här är också den åldersgruppen som är som mest uppkopplad till olika sociala medier. I de här åldrarna finns det med den generationen som har blivit uppväxt med att sociala medier finns och den äldre delen av ungdomarna är den generationen som var små när sociala medierna började blomma ut och det blev en grej att olika sociala media plattformar började finnas på mobiltelefoner och man kunde ta den med sig vart man än gick.

3 Självbild

Självbild betyder kort och koncist, hur man ser sig själv. Det är lätt hänt att man blandar ihop självbild med självkänsla och självförtroende, men de alla betyder olika saker. Vi alla människor går omkring med en inre självbild och denna inre självbild påverkar alla våra relationer och den gör oss till oss, din inre självbild är din och det är den som formar dig till den du är. Vår självbild är väldigt nära bunden till våra egna händelser och olika minnen. (Cullberg-Weston, 2010, s. 76 - 133)

Redan som barn så börjar man bilda en bild av sig själv genom andras ögon. Det man tycker sig se igenom andras ögon skapar en bild av sig själv, för det är så man tror att andra människor ser på dig och tycker om dig. Redan när man föds så utvecklas självet och därför påverkar det väldigt mycket hur människor runt om kring barnet bemöter barnet. (Cullberg-Weston, 2010, s.24 – 25)

Hur andra människor möter dig och hur de behandlar dig, det är även något som kommer med i självbilden, om man får bekräftelse av sina viktiga personer runt omkring känner man sig värdefull och det stärker på den egna självbilden. Om det är tvärtom, att man inte får en tillräcklig bekräftelse av viktiga personer runt omkring så kan det tära på den egna självbilden. (Barn & ungdomspsykiatri, 2021)

Självbilden kan under ungdomstiden, speciellt under tonårstiden vara något av ett frågetecken. Man försöker hitta sig själv och ta reda på vem man är. Tonårstiden är också en tid när det händer mycket nytt, både fysiskt och psykiskt. Tonårstiden är en tid där man oftast testar sig fram, och på så sätt försöka lista ut vem man är, vad man tycker om och vad man inte tycker om. Det som händer när människor integrerar med andra människor är att man blir medveten om hurdan man är genom den andras ögon. Det är då man börjar fundera på sig själv och hur man är som person enligt de andra personerna runt omkring sig. (Barn & ungdomspsykiatri, 2021).

Det finns en författare, Alain de Botton som beskriver självbilden så här "vår självbild skulle kunna ses som en läckande ballong som ständigt behöver ett tillskott av den yttre kärlekens helium för att hålla sig svävande och (den är) sårbar för försummelsens minsta nålstick. Det finns något tänkvärt och absurt i den grad till vilken vi uppmuntras av uppmärksamhet och skadas av nonchalans". (Cullberg-Weston, 2010, s. 17)

3.1 Negativ självbild

En person med en negativ självbild har svårare att njuta av livet, och generellt kan livet kännas svårare för personer med en negativ självbild än de som har en positiv självbild. En person som ser negativt på sig själv, ser ner och underskattar sig själv. Med en negativ självbild kan man tro att det är omöjligt att bli omtyckt och älskad av andra. Det kan vara svårt att veta varför man har en negativ självbild och det kan hända att en person kanske inte vet om att hen har det. Vid svårare situationer eller livshändelser så kan en negativ självbild leda till depression eller ångest. Det är så en negativ självbild kan synas utan på en människa, annars kan det vara svårt, det är alltid svårt att se in i en persons egna inre självbilder. Man kan vara väldigt självkritisk mot sig själv och tänka fula tankar om sig själv, man nerverderar sina förmågor. Det är svårt att se sig själv som något bra, man hittar något fel på sig själv. (Cullberg – Weston, 2010, s. 155 – 157)

Den stora frågan, varför har man en självbild som är negativ, kan bero på flera olika faktorer. Det kan ha hänt något stort i livet som har påverkat negativt på självbilden, mycket kommer från barndomen, händelser som har upprepats flera gånger.

När man är barn och känner att de viktiga människorna runt omkring dig inte reagerar, ser dig eller om de reagerar på dig men ger negativa kommentarer så händer det väldigt lätt att det lilla barnet börjar se sig själv som något negativt, eftersom hen känner att det gör också de nära människorna runt omkring. Sådana här händelser gör att barnet så småningom inte längre förväntar sig att få höra något positivt om sig själv eller att folk reagerar positivt på hans behov. När man sedan någon gång får höra positiva kommentarer kan den här personen ha väldigt svårt att tro på dem och vet inte hur man ska ta emot positiva kommentarer. (Cullberg – Weston, 2010, s. 24 – 25)

3.2 Positiv självbild

Att ha en positiv självbild är motsatsen till negativ självbild, ordet positiv säger redan mycket. När självbilden är positiv kan man njuta mycket mer av livet och olika händelser, det är också mycket lättare att framföra samspelet som sker dagligen med omgivningen. När självbilden är positiv så har man en inre trygghet hos sig själv vilket gör att man inte är så beroende av omgivningens reaktioner, alltså man bryr sig inte så mycket om vad

andra tycker och tänker för du är trygg i dig själv. När vi människor får komplimanger, beundran och beröm så förstärker det den positiva självbilden och gör den negativa självbilden mindre. Det är klart man tycker om att få höra komplimanger och få beröm, man vill gärna höra sådana saker i stället för något negativt. (Cullberg-Weston, 2010, s.17)

När man har en positiv självbild så kommer den människan känna sig mera säker och lugn med sig själv. När självbilden ser ut så här så kommer man inte heller tänka på vad andra tänker och vilka förväntningar de har på dig. Man är alltså inte på något sätt beroende av omgivningen. Med en sådan här bild av sig själv så vet man väldigt bra, vem man är. Den positiva bilden man har på sig själv stämmer bra överens med den uppfattning som andra personer har av dig. (Keltikangas-Järvinen, 2017, s.143)

Med ungdomsåren kommer det flera olika utmaningar emot och det är meningen att man ska gå igenom alla dessa. Med utmaningar menas olika mål man vill uppnå, sådant som hör till att man ska göra en viss ålder, ta ansvar över saker och ting. Alltså sådana här saker kan vara t.ex. gå igenom puberteten, få nya vänner, börja ny skola osv. Om man lyckas gå igenom de olika utmaningarna utan större hinder och problem så kommer det stärka självbilden. (Aaltonen, Ojanen, Vihunen & Vilén, 2003, s. 82)

4 Sociala medier

Sociala medierna är populärare än någonsin förut, den finns konstant runt omkring oss, den sover aldrig, den är öppen 24/7. Sociala medierna blev en stor succé och mycket populär när mobiltelefonerna utvecklades, mobilerna blev likt små datorer man bär med sig nästan hela tiden. Idag är inte en mobil endast till för att ringa och ta emot samtal, utan det är en liten dator du både kan ringa med och surfa på nätet med, eller surfa på de olika sociala medier plattformarna. Det här gjorde att vi människor blev mer uppkopplade till sociala medierna och man hade tillgång till det hela tiden. Sociala medierna ger inte endast information till en person utan det finns över 3 miljarder användare runt om i världen som är aktiva inom sociala medierna. Eftersom människor är så aktiva på de olika sociala plattformarna som t.ex. Facebook och Instagram så vill man visa upp delar av sitt liv, så andra användare kan ta del av det. (Rollenhagen, 2019, s. 12, 36)

Sociala medierna är ett ställe med väldigt mycket information. Man kan söka och hitta väldigt mycket på de olika medierna, och det är lätt tillgängligt. Med all den här information och intryck vi människor får från de olika sociala plattformarna, kan få oss människor att känna oss små och hjälplösa, men det kan också vara så att det är tvärtom, man känner sig ha mycket makt. Användningen av sociala medier har blivit så stor att man inte lägger så stort märke till det längre, vilket också betyder att man inte alla gånger märker av hur stort användningen av sociala medier har blivit. Vi människor vet också med hjälp av sociala medier mycket mer om vad som händer i andras liv, man slipper och se vad de gör, med vem osv. Sådana här saker var inte före sociala mediers tid något man tänkte på, men idag får man så mycket information att man själv kan vara omedveten om hur mycket information det ger dig, både på gott och ont. (Pullinen, 2019, s.47, 61 - 63)

Man kan använda sig av sociala medier på flera olika sätt och det kan se väldigt olika ut från person till person. Någon kanske använder det till för nöjes skull, en annan för att kunna ha kontakt och följa med vad släkt och vänner gör som bor på en annan ort eller så kan det vara så att någon använder det för arbetets skull. Det kan se väldigt olika ut, det finns så många funktioner som man kan använda på olika sätt. (Rollenhagen, 2019, s.27)

Anledningen varför vi människor överhuvudtaget ens använder sociala medier är enligt Sissela Nutley (2019) för att kunna hålla kontakten med andra människor och speciellt bekanta. Den andra anledningen är för att kunna göra ett inflytande av sig själv till de andra på medierna. På sociala medier når man ut till allt fler personer och på så sätt också få fler kontakter. Genom sociala medier vill människor gärna fånga reaktioner av andra och vill få de att reagera på sådant man lägger ut. (Nutley, 2019, s.116)

På sociala medier delar människor med sig av mycket olika åsikter och åsikterna kan komma från obekanta personer, det är mycket enklare att dela med sig av åsikter på plattformarna. Man når ut till så mycket fler än vad man annars skulle göra. Man får även mycket signaler från sociala medierna och det kräver en hel del arbete att ta in, alltså behandlas. Även alla de egna publiceringar vi lägger ut på nätet och de olika plattformarna, ger oss väldigt mycket signaler och de behövs bearbetas. Man ser hur folk reagerar på våra egna publiceringar, de vill säga, gillningar vi får, kommentarer osv. Man funderar mycket på vad det betyder att någon kommenterade och hur hen kommenterade, det tar man in och behandlar. Man får så mycket signaler från allt det sociala medierna för med sig och det bearbetas, det är också här det kan vara skillnad på

människor, vissa tycker det är bra och roligt och andra kan tycka att det inte alls är en bra sak. (Pullinen, 2019, s.64 - 65)

4.1 Snapchat

Snapchat har funnits med nu ett tag och varit en av de största plattformarna bland unga en bra tid, vi pratar om lite över 10 år, om vi ska vara exakta så lanserades snapchat år 2011. Sedan 2011 har snapchat varit en stor hit bland ungdomar. Snapchat är en kanal där man kommunicerar med sina vänner genom att skicka bilder och filmklipp till varandra. (Rollenhagen, 2019, s.15)

Några år senare kom snapchat med en ny funktion, som kallas för snapstreak. Det är en mätare som visar hur många dagar i sträck man skickat meddelanden med en vän på snapchat. Det här betyder att på varje snapchat användares kompislista finns det ett nummer, som berättar hur många dagar efter varandra man skickat med varandra. Om det inte finns någon siffra betyder det att man inte skickat med sin vän någon dag och den s.k. "snapstreaken" bryts och måste börjas om från början. Den här egenskapen som snapchat kom med blev som en hobby för väldigt många, man vill inte bryta "streaken", för att det inte ska hända måste man skicka med sina vänner varje dag, fast man inte skulle ha något viktigt på hjärtat. Den här funktionen förde även med sig mycket stress, snapchat användare började känna att det är ett måste att hinna skicka åt sina vänner så att man inte måste börja om från noll igen, då man också lagt ner så mycket tid på det. (Pullinen, 2019, s.73)

På snapchat finns även något som kallas för stories, men riktiga namnet är händelser. Man kan alltså publicera händelser åt sina vänner och det är möjligt för vännerna att se händelsen under 24 timmar. När 24 timmar gått har händelsen tagits bort, det här görs automatiskt. Man kan inte visa en händelse på snapchat längre än 24 timmar. Den här funktionen kom redan år 2012. Händelserna kan vara bilder eller filmklipp som man tagit själv och delar med sig åt sina vänner. (Homayoun, 2018, s.38)

Snapchat har också en funktion där man ser en karta och där man kan se var sina vänner är. Det är alltså en gps som visar var man är om man har slagit på den här funktionen. Med den här tjänsten kan man hela tiden följa med var andra är och vad de gör, på det här sättet kan man också se om flera vänner är samtidigt på samma plats men man själv

har inte blivit tillfrågad om att komma med, vilket kan leda till att man böjar känna sig orolig över att man missar något när man inte är själv på plats. (Nutley, 2019, s. 170-171)

4.2 Facebook

Facebook har redan varit med en längre tid och har länge varit bland de populäraste sociala medierna. Redan år 2004 kickade facebook i gång, det var ett par år senare det fick sitt startskott här i Norden. Facebook kom med en uppgradering år 2011, då det s.k. messenger lanserades. Messenger är en app som hör till facebook, där man kan skicka chattar och meddelanden med sina vänner på facebook. (Rollenhagen, 2019, s. 14-15)

På facebook använder man sig av sin egen identitet, det vill säga sitt eget namn och kanske en bild på sig själv som profilbild. Om man har ett eget konto kan man lägga upp s.k. publiceringar. Förutom att lägga upp egna publiceringar som kompisarna kan se så kan man kommentera och gilla kompisarnas publiceringar. Det flera tusentals olika grupper man kan gå med i på facebook, det finns hur många olika grupper som helst. I grupperna kan man diskutera tillsammans med andra gruppmedlemmarna, och precis på samma sätt som på "vanliga" facebook så kan man publicera kommentarer, bilder osv. (Aalto & Uusisaari, 2009, s. 93)

4.3 Whatsapp

Whatsapp är en applikation där man kan skicka meddelanden med sina vänner. Appen fungerar med sitt eget telefonnummer men applikationen är gratis att använda och att ladda ner. Whatsapp används varje dag av flera miljarder människor runt om i världen. Förutom att skicka meddelanden så kan man också ringa vanliga telefonsamtal, videosamtal och röstmeddelanden. Whatsapp fungerar i princip på samma sätt som sms på mobiltelefonen och samtal, men det är gratis och fungerar när man är ansluten till nätet, det fungerar alltså med hjälp av internet. Grundarna på whatsapp vill att det ska vara lättare att hålla kontakten med människor runt om i världen. (Whatsapp.com)

4.4 Youtube

Youtube är en plattform som även är en av världens största videoplattformar, där man skapar underhållning i form av filmklipp och videon åt dess användare. Det laddas upp enorma mängder av videon på youtube varje dag, Google säger att år 2018 så laddades det upp över 500 timmar nya videoklipp varje minut. Det är så mycket att det är omöjligt att man ska kunna hinna se på allt. (Pullinen, 2019, s.43, 48)

Youtube lanserades år 2005, då kunde man börja ladda upp egna videoklipp och ta del andras. Idag är youtube en stor grej och den här plattformen är flera tusentals människors jobb, att ladda upp videon är deras jobb. (Rollenhagen, 2019, s. 14)

4.5 Instagram

Instagram är en applikation som är väldigt populär och har varit det sedan den dagen den lanserades. Instagram kom med lite senare än t.ex. Facebook och Youtube. Det här programmet lanserades år 2010. (Rollenhagen, 2019, s.14)

På instagram kan man ladda upp bilder eller korta filmsnuttar. Meningen är att man kan följa andra personer på instagram, det kan vara vänner, släkt eller någon helt obekant. När man följer någon så ser man vad de lägger upp, deras inlägg kan man gilla och kommentera. Man pratar om följare på instagram, det är alltså personer som följer någon och på så sätt får ta del av vad de publicerar. Det finns personer som kan ha över miljoner följare på deras instagram. Precis som på Snapchat så finns det på instagram funktionen, händelse. En händelse på instagram är synlig i 24 timmar och efter det så är den inte synlig längre. (Westeson, 17.05.2019)

5 Ungdomar på sociala medier

Många ungdomar idag har växt upp med sociala medier och internet. Den har hela tiden varit konstant bredvid och med så man själv inte lägger märke till det, och för den

generationen kan det kännas helt normalt. Det kan kännas så naturligt att man nästan känner att mobilen eller sociala medierna är en del av sig själv. Man känner sig tom utan den och vet inte riktigt vem man är utan den. För vissa kan det här också leda till att man känner starka känslor som t.ex. ångest. (Nutley, 2019, s.18-19)

Ungdomstiden är en period som för med sig en drös med känslor, förändringar och prövningar på olika sätt. Det är så mycket nytt som händer under den här perioden att ungdomen själv kanske inte riktigt alla gånger vet vad som händer, det kan även vara en tuff tid. En faktor som påverkar rätt så mycket ungdomar är miljön runt om kring dem, allt de ser, hör, alla intryck de får osv. Allt det här påverkar en ungdom och det kan påverka olika från individ till individ, men det påverkar på något sätt. Det är under ungdomsåren man ofta försöker hitta sig själv och komma fram till vem man är och vad man vill göra i framtiden. Den här ålders tiden är en tid när en människa utvecklar sitt själv, alltså sin egen identitet och även självbilden tar en stor vändning i det här skedet. Men självbilden är något som hela tiden kan utvecklas, den slutar aldrig att utvecklas. (Nutley, 2019, s.65-66)

Enligt en forskning som Some ja nuoret (2019) gjorde visade att nästan alla ungdomar använder sociala medier för att man tycker de ska användas, de är till för att användas. De tycker att det känns som att man förväntar sig att unga använder sig av sociala medier. Enligt deras forskning så har användningen av sociala medier blivit en del av vardagsrutinen, det hör till att man bläddrar igenom sina egna sociala medier.

Unga har ett stort nätverk av sociala kontakter på sina sociala medier. Det kommunicerar med sina vänner genom de olika applikationerna. Socialpsykologen Uski menar (enligt Takala, A & Takala, S, 2019, s.27) att sociala medier ger ungdomar en chans att upprätthålla sitt sociala nätverk och att för vissa människor kan det vara lättare att ha sociala kontakter på nätet.

Enligt some ja nuoret (2019) så är använder ungdomarna sociala medier 15 – 20 timmar per vecka. Genom deras forskning fick de reda på att de flesta ungdomarna surfar som mest på sociala medierna mellan klockan 18 – 21. De menar också att 97% av ungdomarna som är aktiva på sociala medier använder tjänsterna med sina mobiltelefoner. Med hjälp av deras forskning kom det också fram att största delen av

deltagarna gärna diskuterar och kommunicerar med andra på medierna, de kommunicerat gärna i mindre grupper.

6 Tecken på sociala medier beroende hos unga

Ungdomars beroende på sociala medier har fördjupats så pass mycket att det påverkar det dagliga livet. Det här skapar svårigheter med mänskliga kontakter och även skapar svårigheter för ansvarskänslan. Beroendet kan beskrivas som ett tvångsmässigt beteende gentemot sociala medier. En ung person som är beroende av att använda sociala medier är besatt av att veta vad som händer i den virtuella världen genom de olika applikationerna och plattformarna som medierna erbjuder. En ung person kan känna psykiskt, press från att inte kunna se notiser och uppdateringar, eller att inte på något sätt få kontakt med andra människor via sociala medier. Den mentala utvecklingen som ungdomsåren medför är en viktig period för en ung person att lära sig om sociala interaktioner med andra människor, men ett tvångsmässigt beroende av sociala medier kan vara skadligt för sunda sociala färdigheter. (Shepherdhillacademy, u.å)

För en ung person är det en besatthet att skapa "idealiserad" eller en "perfekt" bild av sig själv och på sitt eget liv på sociala medier. Det här är ett problem i verkliga situationer och i sociala interaktioner där en ung person kan lägga mer tid på att ta perfekta bilder än att verkligen njuta av andra människors närvaro och sociala situationer. Den unga kan vara så starkt i sin egen lilla bubbla att de till och med missar möjligheten att njuta de sakerna som var tänkt att man skulle göra. Ungdomstiden för ofta med sig en psykisk press på att vara tillräcklig och tillräckligt bra, så en ung person som är beroende av sociala medier känner en ännu starkare psykisk press. Pressen byggs upp för den unge genom alla gilla markeringar och kommentarer på de inlägg hen själv har publicerat. Det här gör att den unge kan ha svårt med att hitta sin egen identitet. (Ibid)

Sociala medier kan påverka den unge psykiskt, så pass att hen kan få psykiska problem som känslor av otillräcklighet, ensamhet, stress, utanförskap, blyghet och ångest. Den virtuella världen kan vara en plats där de känner sig accepterade och omtyckta. En ung person kan känna att hen kan fly från verkliga problem, svåra situationer och kan på så

sätt skapa en trygg och positiv virtuell värld runt omkring sig där de sedan känner dig trygga. (Ibid)

Forskare har fått reda på att en överdriven användning av teknik och särskilt sociala medier, orsakar en liknande stimulering i användares hjärna, precis på samma sätt som någon annan typ av beroende. Hjärnan reagerar på situationer orsakade av sociala medier, t.ex. genom att få "likes" som frisätter dopamin, ett hormon som producerar en känsla av njutning och tillfredsställelse. En ung människa kommer att känna sig viktig och omtyckt om hen får uppmärksamhet och feedback i form av "likes" och kommentarer. För vissa skapar det här en ond cirkel av beroende av att lägga upp fler inlägg på sociala medier samtidigt som de spenderar mer tid i den virtuella världen än i den verkliga fysiska världen. (Sherman, Payton, Hernandez, Greenfield & Dapretto, 2016)

7 Självbilden på sociala medier

Sociala medier är en vardagssak för ungdomar. Mycket av ungas utveckling sker därför på sociala medier idag, eftersom de spenderar så pass mycket tid på de olika plattformarna. Ungas självbild formas och utvecklas mycket via sociala medier idag, på grund av den stora användningen och allt det som de gör på de olika programmen. Allt det vi gör på sociala medier ger oss möjlighet att skapa en bild av oss själva. Man börjar skapa sig en bild av hur man tror att andra människor på sociala medier ser dig. Förutom det så skapar man också en föreställning om vad man tror sig att andra tycker och tänker om dig. (Nutley, 2019, s. 113,146)

Ungdomstiden är en tid där man försöker lista ut vem man är och det är mycket som utvecklas under den här tiden. Identiteten är en av utvecklingarna. Eftersom ungdomarna spenderar tid på sociala medier betyder det också att en del av utveckling sker där. Man bildar egna uppfattningar och känslor. Alla människor vill gärna vara en del av en gemenskap, speciellt ungdomar. På sociala medier är det mycket lättare att kunna ta del av olika gemenskaper men för att kunna hantera den miljön ska man veta vad som hör till sociala mediernas regler och normer. Miljön är en viktig faktor i en människas utveckling och man räknar också sociala medier som en miljö. Man formas av allting som finns runt omkring, alla intryck man får och allt det man ser. (Alexandersson, 2011, s.241)

Sociala medier fungerar som en spegel för ungdomarna. Den bild som ungdomen ser via "spegeln" ger den unga feedback från sina publikationer på sociala medier, vad som har kommenterats och gillats. Alla kommentarer och "likes" ger en sorts feedback åt den unge. Positiva kommentarer stärker den ungas självbild och negativa kommentarer har en negativ effekt. Sociala medier utsätter ungdomar för situationer där hen kan jämföra andra människors publikationer med sina egna, det här kan för många bli en stressfaktor och en känsla av underlägsenhet. En ungdom kan till och med ändra sin klädstil, utseende och beteende för att få positiv uppmärksamhet. (Myllymäki, 2020)

Salonen & Mustonen påstår (enligt Mustonen 2007, s.23) att ungdomar börjar förstå de känslor och tankar som framkallas av media, och kan känna en empati för innehåll som sätts ut från verkliga krig, katastrofer, fattigdom, terrorism och olika ideal. En ungdom kan känna en oro eftersom en ung person inte ännu är fullt kapabel till ett tillräckligt kritiskt tänkande. Media producerar föremål som en ung person kan börja spegla och jämföra mellan sig själv och världen. En ungdom måste tänka på sina känslor självständigt och skilja dem från andras känslor för att uppnå en tillfredsställande identitet. Om en ungdoms identitet har utvecklats dåligt, desto mer splittrad är den ungas uppfattning om sig själv och desto mer måste de utvärdera sig själva genom externa källor och modeller framtagna av media. Det betyder att ju svagare en ung persons identitetsuppfattning är, desto starkare blir effekterna av mediernas ideal och mönster. (Salonen & Mustonen, 2007, s. 23)

Olika sociala plattformar erbjuder ungdomar möjligheten att uttrycka sig, särskilt när det gäller det fysiska jaget, t.ex. genom att imitera en kändisbild eller genom att imitera någon reklam. En ungdom prövar gränser genom att söka efter något förbjudet eller ogillat medieinnehåll som våld, skräck, K-18 filmer eller k-18 innehåll och sex. Den här typen av material matar den unges känsloliv och tilltalar viljan att ta stora risker och fungerar därför som ett mått på den unges mognad i sociala medier världen. Det är viktigt för en ungdom att få uppleva de sociala dimensionerna och att få dela med sig av erfarenheter med andra och att få bevisa sitt eget mod. Sociala medier tar generellt upp många idéer, förebilder och känslomässiga upplevelser som matar attityder och värderingar. Sociala medier kan ha både positiva och negativa effekter på en ung persons attityder, normer och värderingar. (Salonen & Mustonen, 2007, s.23, 35)

7.1 Sociala mediers negativa påverkan på unga

Sociala medier kan ha negativa effekter på unga, t.ex. upplever 1 av 6 unga ångest under sin livstid. Ångest och depression hos unga har ökat med 70% under de senaste 25 åren. Ungdomarna ser mycket bilder på sociala medier som har redigerats för att bilden ska se bättre ut. Det här kan påverka en ung person att sträva efter perfektion och det kan i sin tur leda till olika psykiska problem. (Cramer & Inkster, 2017, s.8)

Sömn är en väldigt viktig del av en ung persons mentala och sociala utveckling. Sociala medier kan ha ett samband med sömnens kvalitet och kvantitet om en ungdom spenderar mycket tid online under nätterna. En dålig sömnrhythm och otillräcklig sömn har en negativ effekt på en persons fysiska och psykiska hälsa, speciellt ungas. (Cramer & Inkster, 2017, s.9 – 10)

Kroppsuppfattning är ett stort problem för både unga kvinnor och män. Det här meddelas mer av kvinnor än män. Det publiceras en hel del bilder som den unge kan känna sig fast vid och börjar jämföra sig med någon bild. Det är ändå unga kvinnor som har visat ett större intresse till att förändra sig själva med hjälp av olika skönhetsoperationer för att se bättre ut på bilder. (Cramer & Inkster, 2017, s.10)

Fear of missing out (FOMO) är en ny term och det syftar på en persons beroende av sociala medier. Det är en känsla av rädsla för att lämna utanför något trevligt som händer på sociala medierna, det här orsakar psykisk stress och leder till att personen tvångsmässigt använder sociala medier. Ungdomar ser och har att göra med en oändlig värld av bilder där de ser hur andra njuter av sina liv samtidigt som det matar den ungas känsla av att hålla sig borta från sina egna stunder och inte njuta av sitt eget liv. Ju mer en ungdom bläddrar igenom andras bilder och publikationer, desto mer upplever hen FOMO, vilket kan leda till att den unga börjar känna en känsla av ångest. (Cramer & Inkster, 2017, s.12)

7.2 Sociala mediers positiva påverkan på unga

Sociala medier har inte endast negativa effekter på unga utan det finns också positiva effekter. Den unge har möjlighet att kunna vara i kontakt med andra människor gällande

sina personliga problem och få kamratstöd från andra på nätet. Att kommunicera med andra och få hjälp av andra med sina problemsituationer, hjälper den unge att klara av de utmanande stunderna i livet. En ung person prövar olika tillvägagångssätt, erfarenheter och saker för att bygga upp sin identitet. Hen går förmodligen igenom många olika stadier av identitet tills hen utvecklar ett jag och en identitet som passar hen bäst. Sociala medier kan fungera som en bra plattform för positivt självuttryck. Det är också en bra plattform för att dela och utforska en ung persons intressen med andra som har samma intressen. Att skapa relationer och få nya vänner kan vara lättare via sociala medier och hjälper unga människor att skapa ett socialt nätverk runt sig och det hjälper dem att hålla kontakten med människor som de annars har liten kontakt med. (Cramer & Inkster, 2017, s. 13 – 14, 16)

8 Sammanfattning av teoridel

I teoridelen har jag tagit upp teori om självbild, sociala medier, teori om de populäraste sociala plattformarna, ungdomar på sociala medier, positiva- och negativa effekter av sociala medier. Jag har också gått in på vad det betyder att ha en positiv självbild eller en negativ självbild och hur de kan uppkomma. Det jag hade som syfte för mitt examensarbete var att se hur ungas användande av sociala medier påverkar deras självbild.

Självbilden formas under hela människans liv men ungdomstiden är den tid som man börjar söka sig själv och ta reda på vem man är. Under ungdomstiden kan den egna självbilden vara lite av ett frågetecken hos vissa unga. När man kommunicerar med andra och integrerar med andra så bildar man en uppfattning av sig själv via deras ögon och det är så här självbilden sakta men säkert byggs upp. Miljön är alltså en väldigt viktig del i utvecklingen av självbilden.

En person med en negativ självbild kan ha svårare att kunna njuta av livet och tro att det är omöjligt att hen skulle vara omtyckt av andra. Om en ung person med en negativ självbild sällan får höra goda kommentarer eller får bekräftelse så kan det lätt leda till att

när hen sedan får höra goda saker om sig själv och får bekräftelse av andra, att hen har svårt att tro på det och är självkritisk.

En person med en positiv självbild har lättare att kunna njuta av livet och har lättare att ta emot komplimanger och god feedback. Man känner en inre trygghet hos sig själv och man vet vem man är. Det här leder till att man inte är beroende av omgivningens reaktioner. En positiv självbild fungerar även som en stödpelare för ett gott självförtroende och självkänsla.

Sociala medier idag är väldigt populärt och de flesta ungdomar använder sig i alla fall av någon plattform. Sociala medier har fört med sig så mycket nytt som inte ännu forskats så mycket, men man vet att sociala medier inte endast kommer med negativa effekter utan den kan dela med sig av positiva effekter. Jag beskrev också i teoridelen om ungdomars användning av sociala medier, vilka som är de populäraste plattformarna hos unga i dagsläget och vad de olika applikationerna är för något för att man ska få ett djupare förstående över vad de riktigt är och vad de används till. Det är också viktigt att veta vad de olika applikationerna erbjuder för att kunna ta del av dess effekter.

I teoridelen tog jag även upp tecken på beroende av sociala medier hos unga. Det här är även ett viktigt ämne att ta upp. Om man har ett beroende av sociala medier har det redan blivit till ett tvångsmässigt beteende, man känner att man måste gå in och titta på sociala medierna, man måste uppdatera och se vad alla andra gör och publicerar. Man börjar känna stress och press om man inte slipper och kolla de olika sociala plattformarna. Ett tvångsmässigt beroende av sociala medier kan vara mycket skadligt för en ung persons sociala färdigheter. Om en ung person börjar lägga mer tid på att "skapa" sig själv på sociala medier än att verkligen vara med i den verkliga världen så börjar det kallas för ett tvångsmässigt beteende, beroende.

Jag tog även upp i teorin om både positiva och negativa effekter av sociala medier på självbilden. Det kan vara väldigt individuellt hur det påverkar självbilden, det kan också beror mycket på olika situationer. Ibland kan det hända att en ung persons självbild får både negativa och positiva effekter av att använda sociala medier. De negativa effekterna försämrar och de positiva effekterna förstärker självbilden. Så ju mer positiva effekter desto bättre självbild.

9 Metod och tillvägagångssätt

I det här kapitlet kommer jag gå igenom hur jag har genomfört min forskning och urval av respondenter, insamlingsmetod och även hur datasekretessen har behandlats under forskningen.

9.1 Kvantitativ metod

Jag valde att göra en kvantitativ undersökning, genom att skapa en enkät, online. Jag valde den här typen av metod för att kunna nå ut till flera ungdomar samtidigt. Jag tänkte också att det skulle vara en mindre tröskel för ungdomar att svara på min online enkät eftersom man själv kan fylla i den när det passar som bäst. Man får fylla i enkäten när man är på en trygg plats och behöver inte känna någon extra press. Genom en online enkät är det även lättare för deltagarna att hållas anonyma, även från mig, och det kan för många kännas som en stor lättnad. När man får göra enkäten i lugn och ro utan att andra är runt omkring så påverkar inte heller andras tankar eller åsikter personen. Man känner inte heller någon press på att någon annan tittat på vad hen svarar, och att ingen kommer veta vem som svarat si och så.

Givetvis skulle även intervjuer gett resultat, men jag ansåg att göra en online enkät skulle nås till fler unga än att ha fysiska intervjuer. Eftersom också ungdomstiden kan vara en känslig tid så kändes det som att en kvantitativ undersökning är bäst för den här åldersklassen. När de själva svarar på enkäten så kan de också på samma gång reflektera över frågorna och där kan tankar och funderingar komma upp som man kanske inte förr funderat på.

9.2 Respondenter

Jag har valt att använda mig av ungdomar i 13 – 25 åldersgruppen. Jag har valt att använda mig av den här åldersgruppen eftersom mitt syfte med mitt examensarbete är att ta reda på hur sociala medier påverkar ungdomars självbild. Jag valde den här ålder också för att det är svårt att sätta ungdomar i en kategori, vem är en ungdom och vem är inte längre en ungdom. Man räknar att man är en ungdom från första tonårsåldern till 25 år. Det är också intressant att se om det är någon skillnad mellan t.ex. 13 åringar och 25 åringar i den här frågan.

9.3 Sekretess

Alla deltagare är anonyma, jag meddelande det även på själva online enkäten (se bilaga 1). På enkäten behöver man inte skriva in namn eller några andra personuppgifter, den första frågan jag hade var vilket kön svararen har, men det går inte att koppla ihop med någon person, vem hen är. Jag satte ut online enkäten på min egen Facebook sida, där alla mina vänner har fått ta del av den och fått dela. Men jag vet inte vem som har svarat och kan inte sätta ihop en person med svaren. Vilka påstår enligt (Kuula, 2006, s.193, 178) att om man skulle fråga deltagarna om identifieringsuppgifter eller personuppgifter så skulle man behöva forskningstillstånd. Det här betyder att jag inte behövde göra det eftersom jag inte frågar efter några personuppgifter av deltagarna. (Vilkka, 2007, s.96)

9.4 Datainsamlingsmetod

All data jag använder kommer från online enkäten som har gjorts via Google forms. Eftersom jag satte upp min enkät på mina egna sociala kanaler så har jag inte behövt söka efter mera tillstånd. Jag har skrivit en text i samband med enkäten, när man öppnar enkäten ser man texten. I texten har jag förklarat vad min forskning går ut på, vem jag är och hur svaren behandlas.

Jag har använt mig av 20 frågor varav 2 frågor är öppna frågor, vilket betyder att hen som svarat har själv fått svara med sina egna ord. Jag har även gjort formuläret på både svenska och finska. Det här valde jag att göra för att nå ut till flera ungdomar och att ungdomar oavsett vilket av de inhemska språken ska ha möjlighet att få svara och delta i undersökningen. Jag kan också här nämna att alla svar var obligatoriska att svara på för att kunna skicka in sitt svar.


10 Resultatredovisning

Jag kommer i detta kapitel, visa mina resultat via Google forms diagram. Svaren jag har fått, har jag gjort till diagram, för att lättare kunna läsa av svaren och tolka svaren. Jag kommer att gå igenom svaren i de följande 3 kapitlen, jag delar in svaren i 3 olika delar så det blir lättare att läsa av. Jag delar in kapitlen i bakgrund om respondenterna, ungdomars användning av sociala medier och ungas självbild på sociala medier.

10.1 Bakgrund om respondenterna

kön / sukupuoli

31 svar

 [Kopiera](#)

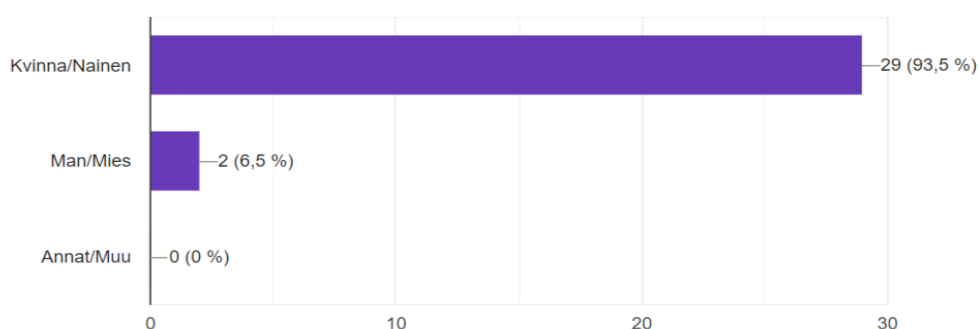
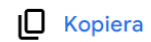


Diagram 1

I enkäten deltog sammanlagt 31 respondenter, av de 31 var 93,5% (n=29) kvinnor och 6,5% (n=2) män. Det var ingen av respondenterna som svarade annat. Majoriteten av respondenterna var kvinnor i den här enkäten.

Hur gammal är du? Kuinka vanha olet?



31 svar

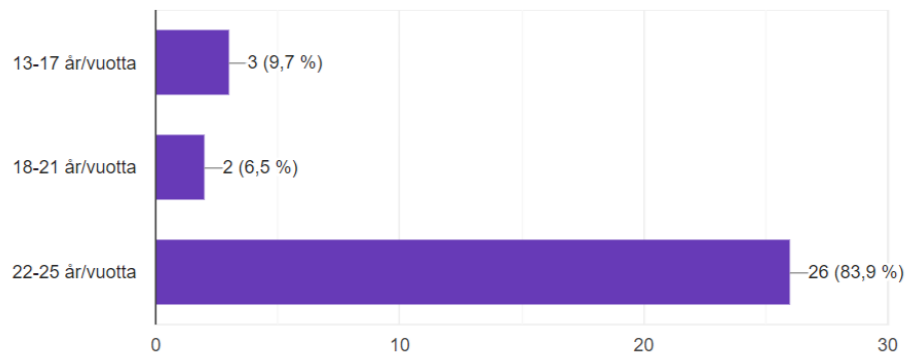
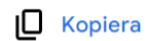


Diagram 2

Jag delade upp den här frågan i 3 delar för att den inte skulle bli för lång, så man fick välja sin rätta åldersgrupp. Här var det 83,9% (n=26) som var i åldersgruppen 22 - 25 år gammal. 6,5% (n=2) var i 18 – 21 års åldern och 9,7% (n=3) var i 13 – 17 års åldern.

10.2 Ungdomars användning av sociala medier

Hur mycket tid spenderar du på sociala medier per dag? / Kuinka paljon aikaa vietät sosiaalisessa mediassa päivittäin?



31 svar

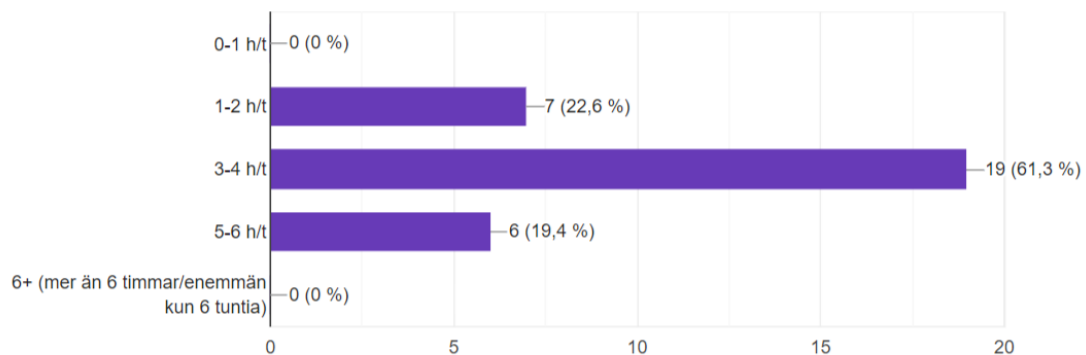


Diagram 3

Vilka av dessa sociala medier använder du dig mest av? / Mitä näistä sosiaalisista medioista käytät eniten?



31 svar

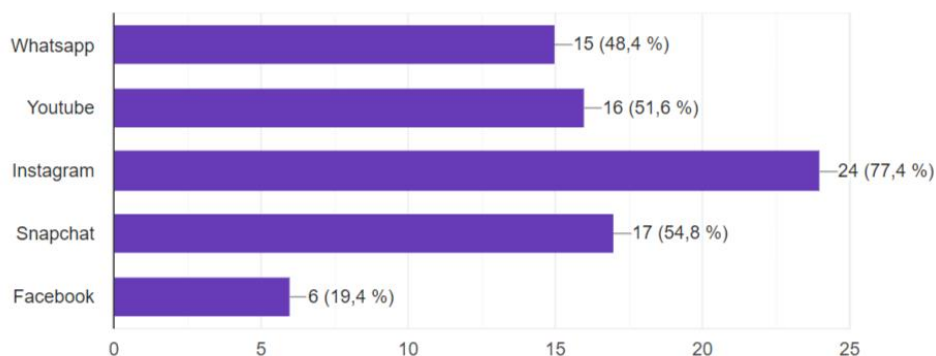


Diagram 4

I diagram 3 ser vi hur mycket tid, respondenterna spenderar på sociala medier varje dag. 61,3% (n=19) spenderar dagligen 3–4 timmar på sociala medier medans 22,6% (n=7) spenderar 1–2 timmar och 19,4 % (n=6) använder sig som mest mellan 5–6 timmar varje dag.

Diagram 4 visar att vilka sociala medier används mest, den här frågan kunde man välja flera svarsalternativ. Men vi ser klart och tydligt att instagram är den applikationen som används mest, hela 77,4% (n=24) av respondenterna använder sig mest av instagram, på andra plats kommer snapchat 54,8% (n=17). Som tredje kom youtube 51,6% (n=16) och fjärde whatsapp 48,4% (n=15). Sist men inte minst kom facebook med 19,4% (n=6).

Hur tycker du att sociala medier påverkar dig? / Miten sinun mielestä sosiaalinen media vaikuttaa sinuun?



31 svar

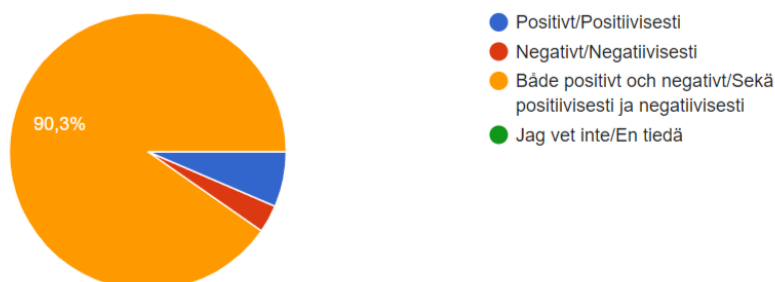



Diagram 5

Känner du att du är beroende av sociala medier? / Tunnetko olevasi riippuvainen sosiaalisesta mediasta?

 Kopiera

31 svar

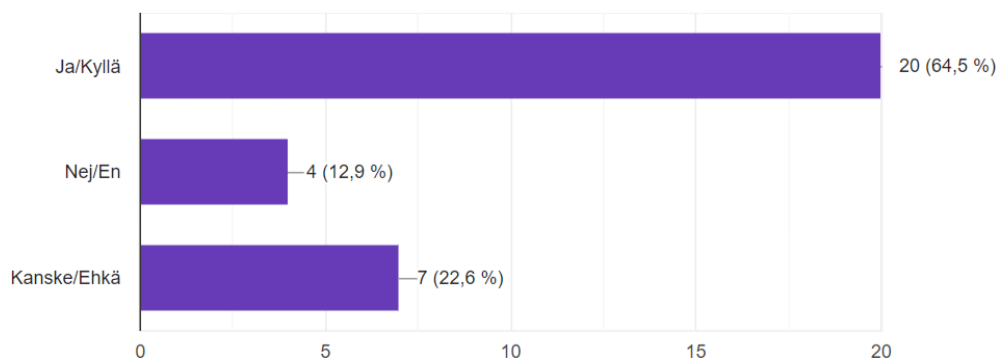



Diagram 6

I diagram 5 ser vi fråga 5, hur respondenterna tycker sociala medierna påverkar dem. På den här svarade nästan alla 90,3% (n=28) att det påverkar både negativt och positivt, alltså sociala medier för med sig både positiva och negativa intryck. Resten svarade positivt 6,5% (n=2) och 3,2% (n=1) svarade att det påverkar negativt. Här hade jag med ett fjärde svarsalternativ, vet ej, men ingen hade valt det alternativet.

64,5% (n=20) känner att de är beroende av att använda sociala medier, 22,6% (n=7) svarade kanske och de återstående 12,9% (n=4) svarade att de inte känner av ett beroende för sociala medier.

Påverkar det dig hur många likes du får? / Vaikuttaako se sinuun, kuinka monta tykkäystä saat?

 Kopiera

31 svar

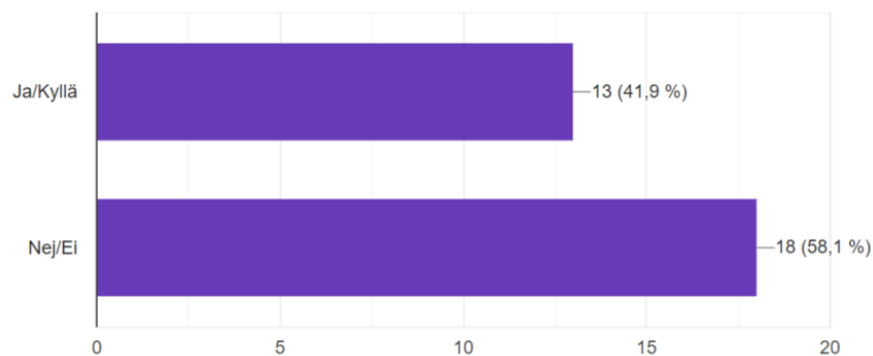


Diagram 7

Påverkar det dig hur många likes andra får på sociala medier? / Vaikuttaako se sinuun, kuinka monta tykkäystä muut saavat sosialisessa mediassa?



31 svar

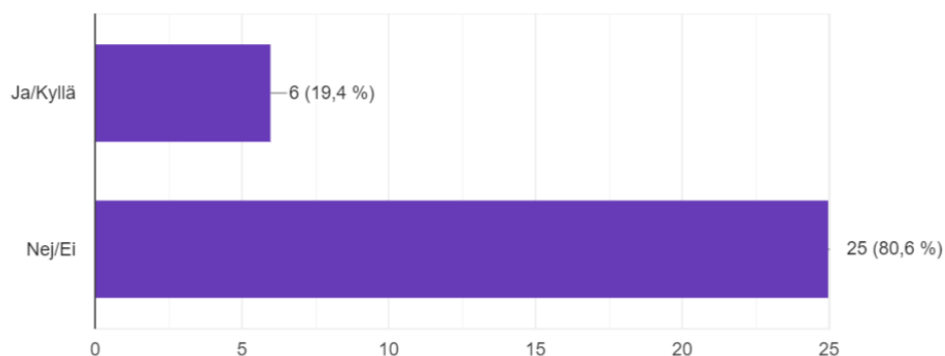


Diagram 8

För 58,1 % (n=18) påverkar det hur många likes man får på sina sociala medier och resten 41,9% (n=13) svarade att det inte alls påverkar dem. Diagram 8 visar däremot att hela 80,6% (n=25) har svarat att det inte påverkar dem hur många likes andra får på sina publiceringar på sociala medier och 19,4% (n=6) tycker att det påverkar hur många likes andra får. Det är alltså fler som inte tycker att det påverkar hur många likes andra får än de som inte tycker det påverkar dem hur många likes de själva får. Man ser också att det påverkar betydligt fler hur många likes de själva får än vad andra får.

Jämför du dig med andra på sociala medier? / Vertaatko itseäsi muihin sosialisessa mediassa?



31 svar

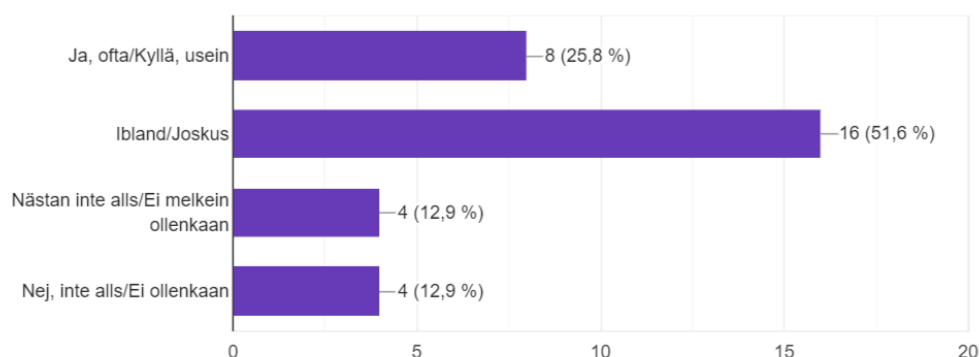


Diagram 9

51,6% (n=16) har svarat att de ibland jämför sig med andra på sociala medier. 25,8% (n=8) har svarat att de ofta jämför sig med andra. På svarsalternativen nästan inte alls och nej, inte alls stod det lika, på båda svarsalternativen hade 12,9% (n=4) svarat.

10.3 Ungas självbild på sociala medier

Jag känner press på vad jag lägger ut på sociala medier / Tunnen painetta sen suhteen, mitä julkaisen sosialisessa mediassa



31 svar

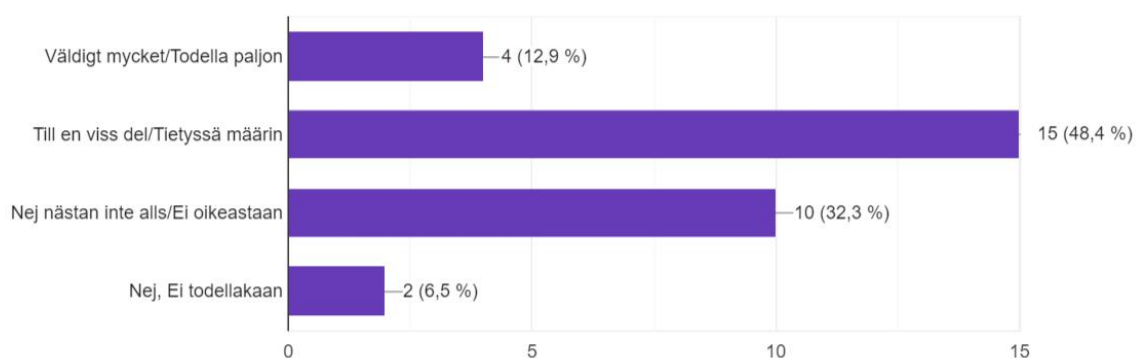


Diagram 10

Att använda eller vara med på sociala medier känns som ett måste / Sosiaaliseen mediaan osallistuminen ja sen käyttäminen tuntuu välttämättömältä



31 svar

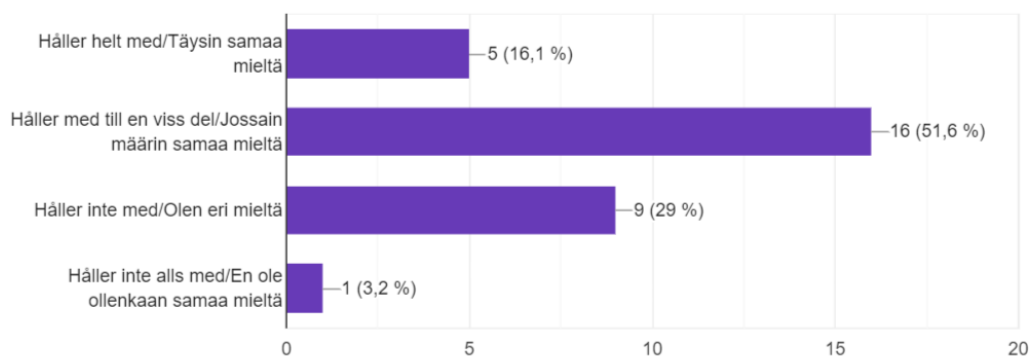


Diagram 11

Majoriteten av respondenterna i diagram 10 visar att 48,4% (n=15) känner press på vad de lägger ut på sociala medier. 32,3% (n=10) känner nästan inte alls någon press på vad de publicerar. 12,9% (n=4) känner en väldigt stor press på vad de ska lägga ut på sina medier och de resterande 6,5% (n=2) tycker att det inte alls känner någon sådan.

Diagram 11 visar att 51,6% (n=16) håller med till en viss del att sociala medier användningen känns som ett måste. 29% (n=9) håller inte med den här frågan, 16,1% (n=5) håller däremot helt med och 3,2% (n=1) håller absolut inte med.

Jag känner att jag är värdefull / Tunnen olevani arvokas

 Kopiera

31 svar

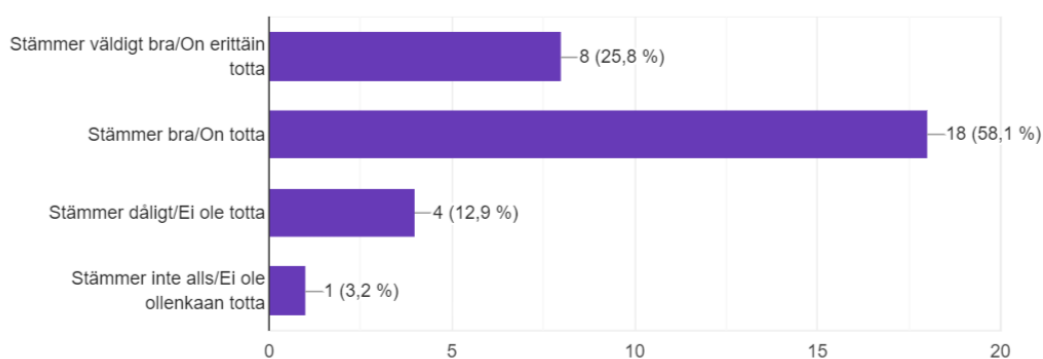


Diagram 12

Jag tänker mycket på vad andra tycker och tänker om mig / Ajattelen paljon mitä muut tykkäävät ja ajattelevat minusta

 Kopiera

31 svar

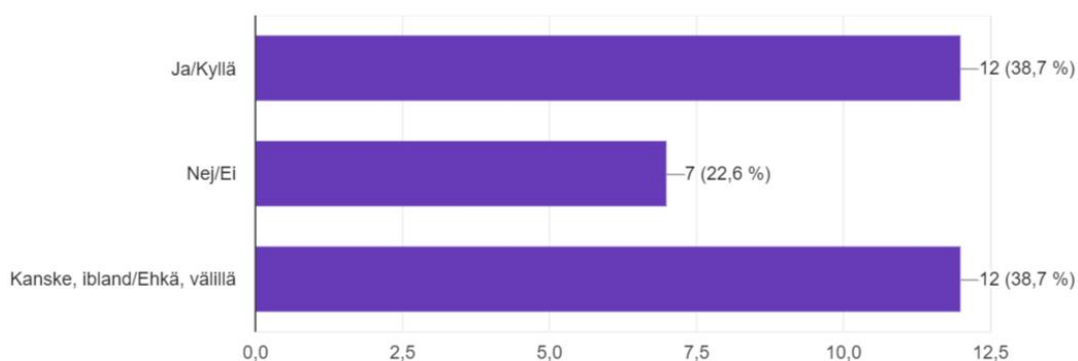


Diagram 13

Diagram 12 visar att 58,1% (n=18) av respondenterna känner att det stämmer bra att de känner att de är värdefulla, 25,8% (n=8) tycker det stämmer väldigt bra att de känner sig värdefulla, 12,9% (n=4) tycker det stämmer dåligt och 3,2% (n=1) tycker att det inte alls stämmer, de tycker att de inte känner sig värdefulla.

Diagram 13 visar att 38,7% (n=12) har svarat att de tänker mycket på vad andra tycker och tänker om dem. 38,7% (n=12) svarade kanske, ibland. Resten 22,6% (n=7) svarade att de inte tänker mycket på vad andra tycker och tänker om dem.

Det händer mycket mobbning på sociala medier / Sosiaalisessa mediassa tapahtuu paljon kiusaamista



31 svar

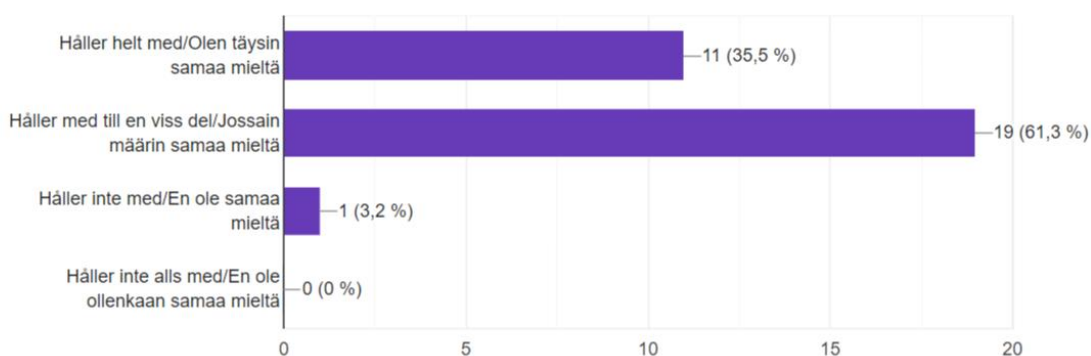


Diagram 14

Tycker du det känns bra när andra gillar vad du har publicerat? / Tuntuuko sinusta hyvältä, kun muut tykkäävät sinun julkaisuistasi?



31 svar

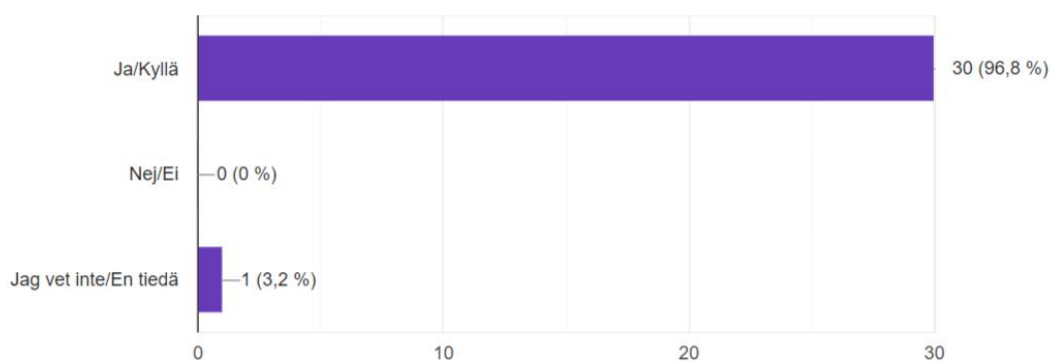


Diagram 15

Diagram 14 visar att 61,3% (n=19) håller med till en viss del att det sker mycket mobbing på sociala medier, 35,5% (n=11) håller helt med och 3,2% (n=1) håller inte med. Det var ingen som valde håller inte alls med svarsalternativet.

Diagram 15 visar att 96,8% (n=30) tycker det känns bra när andra gillar vad de har publicerat på sociala medierna och 3,2% (n=1) svarade att hen inte vet. Det var ingen som svarar nej på den här frågan.

Jag vet vilka mina styrkor och svagheter är / Tiedän, mitkä ovat vahvuuteni ja heikkouteni



31 svar

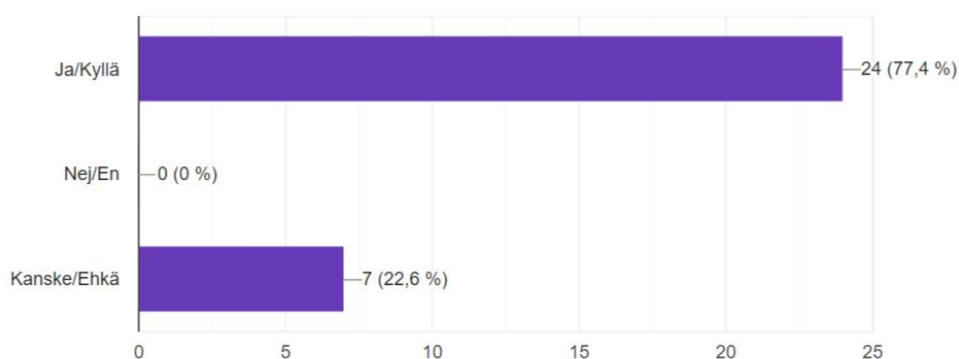


Diagram 16

Får du energi av att surfa på sociala medier / Saatko energiaa kun selaillet sosiaalisessa mediassa?



31 svar

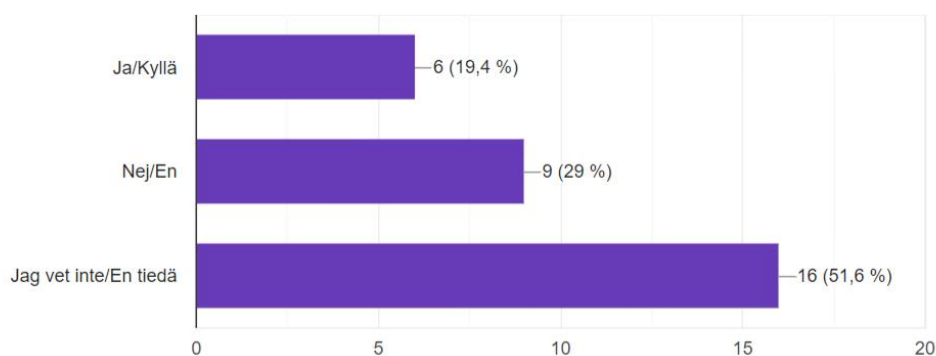


Diagram 17

Diagram 16 visar att 77,4% (n=24) vet vilka deras egna styrkor och svagheter är och 22,6% (n=7) svarade kanske. Svartalernativet nej lämnades tomt.

Diagram 17 visar att 51,6% (n=16) inte vet om de får energi när de surfar på sociala medier. 29% (n=9) tycker inte de får någon energi av det och 19,4% (n=6) tycker de får energi av att surfa på de olika plattformarna.

11 Slutdiskussion

Syftet med mitt examensarbete var att ta reda på hur ungdomars självbild påverkas av sociala medier. Min egen frågeställning var hur ungdomar i 13 – 25 års ålder upplever att sociala medier påverkar deras självbild. Enligt alla de svar och procentantal på olika svarsalternativ så har jag kommit fram till att sociala medier påverkar till stor del ungdomars självbild. Alla respondenter använder sociala medier varje dag och största delen upp till 4 timmar dagligen. Enligt den påverkar sociala medier dem både positivt och negativt. Det kom även fram att majoriteten av deltagarna känner att de är beroende av sociala medier.

Man jämför sig mycket med andra på medierna, man ser hur många "likes" någon annan fick på sin bild och det kan börja leda till att man börjar jämföra sig med den personen för hen fick mycket "likes", vilket betyder hen har fått andras bekräftelse. Ibland var majoritet svaret på om man jämför sig med andra på sociala medier. Det här syftar också till att ibland ger sociala medier positiva effekter och ibland negativa. Den har två sidor. De flesta av respondenterna vet ändå vilka de är och är medveten om sitt eget värde och vet att hen är värdefull oavsett vad. Men ändå vill hjärnan och självbilden spela tricks med oss, man kan tänka mycket på vad andra tycker och tänker om oss men för vissa händer det bara ibland och det är inte en konstant tanke.

Precis som i den fysiska världen så kan man också spegla sig själv via sina sociala medier, man ser hur andra reagerar på sina inlägg, hur de reagerar på andras inlägg och det här påverkar självbilden. Som jag nämnde tidigare så kan det påverka både negativt och positivt.

Eftersom unga spenderar så pass mycket tid på sociala medier varje dag är det inte några konstigheter att det påverkar självbilden. Självbilden formas väldigt mycket under ungdomstiden och man speglar ofta sig igenom andras ögon. På sociala medier kommer det här fram genom att man till exempel ser hur många som gillat, kommenterat, vem har gillat, vad har någon kommenterat på inläggen. Alla intryck man får tar man in och processar, vilket också gör att det påverkar självbilden.

Sociala medier påverkar också positivt i vissa fall, man mår bra av att få trevliga kommentarer, likes och känner att man är en del av en gemenskap. När man får bekräftelse på sociala medier av andra människor runt omkring sig och det här upprepas så kommer det att stärka självbilden, samma sak gäller om man inte får en bekräftelse på sociala medier så kan det försvaga den egna självbilden.

Majoriteten svarade ja på frågan "tycker du det känns bra när andra gillar vad du har publicerat". Eftersom de har svarat ja på den här frågan så betyder det att man tycker om att få bekräftelse av andra och det känns bra. Det betyder alltså att när andra människor runt omkring tycker om vad man lagt ut så får man en känsla av bekräftelse som stärker självbilden, här kommer spegeln in som tidigare togs upp, man speglar sig igenom andras ögon. På sociala medier funkar det på ett lite annorlunda sätt eftersom man inte ser personerna fysiskt men det funkar på samma sätt, när man får positiv feedback av andra så känns det bra och stärker självbilden.

Det kom också fram genom mitt frågeformulär att några inte alls tänker på vad andra tycker och tänker om hen, det här kan betyda att de personerna har en positiv självbild. När man har en positiv självbild så tänker man inte lika mycket på vad andra tycker och tänker. Man vet vem man är och är inte beroende av att veta vad andra tycker. Andra svarade att de tänker mycket på vad andra tycker och tänker om dem och det beror på att de har en svagare självbild och inte riktigt vet vem de är.

Resultaten som presenteras är mina egna resultat, alla de frågor som har tagits upp i mitt frågeformulär har även tagits upp i teorin. Jag har kopplat ihop mina svar med teorin jag har tagit upp och kan utifrån det dra den slutsatsen att sociala medierna påverkar ungdomars självbild. Vare sig man vill eller inte så påverkar det, men den påverkar både negativt och positivt. Miljön har en stor effekt på ungdomars utveckling och där med även deras självbild, sociala medier är även en miljö och det är där de flesta ungdomar

spenderar en stor tid på. Man skapar en bild av sig själv på sociala medierna precis som i den fysiska världen. Feedbacken man får påverkar ungdomen, det här kan även ske helt omedvetet. Sociala medier har blivit så stort att det är som en annan värld, vi har två världar, den fysiska världen och en värld bland sociala medier.

Källförteckning

Aalto, T. & Uusisaari, M. (2009). *Nettielämä: Sosiaalisen median maailmat*. BTJ.

Aaltonen, M. (2003). *Nuoren aika* (2. uud. p.). WSOY.

Alexandersson, M. & Hansson, T. (2011). *Unga nätmiljöer: Nya villkor för samarbete och lärande*. Studentlitteratur.

Almér, E., Frisé, A. & Hwang, P. (2020). *Ungdomar och identitet* (Andra utgåvan.). Natur & Kultur.

Barn- och ungdomspsykiatri. 2021. Självbild och identitet. Hämtad 2022-01-19 från: <https://www.bup.se/diagnoser/andra-svarigheter/sjalvbild-och-identitet/>

Cramer, S & Inkster, B. (2017). Social media and young people's mental health and wellbeing. I: Royal society for public health. Hämtad 24.04.2022 från: <https://www.rsph.org.uk/static/uploaded/d125b27c-0b62-41c5-a2c0155a8887cd01.pdf>

Cullberg Weston, M. (2010). *Ditt inre centrum: Om självkänsla, självbild och konturen av ditt själv* (2. utg.). Natur och kultur.

Ebrand. 2019. Some- ja nuoret. Hämtad 2022-02-22 från:

<https://wordpress.ebrand.fi/somejanuoret2019/>

Homayoun, A. (2018). *Social media wellness: Helping tweens and teens thrive in an unbalanced digital world*. Corwin.

Keltikangas-Järvinen, L. k. (2017). *Hyvä itsetunto* ([Uusi painos].). Werner Söderström osakeyhtiö.

Myllymäki, E. (red). (2020). Kuka minä olen? Minäkuvan etsimistä sosiaalisessa mediassa. I: *Pelituki*. Hämtad 24.04.2022 från: <https://pelituki.fi/2020/10/07/kuka-mina-olen-minakuvan-etsimista-sosiaalisessa-mediassa/>

Newport Academy. (2017) *Looking for "likes": Teens and Social Media Addiction*. Hämtad 23.04.2022 från: <https://www.newportacademy.com/resources/mental-health/teens-social-media-addiction/>

Nutley, S. (2019). *Distraherad: Hjärnan, skärmen och krafterna bakom*. Natur & Kultur.

Pullinen, J. (2019). *Mitä meille tapahtui?: Näin internet ja sosiaalinen media muuttivat elämämme*. HS-Kirjat.

Rollenhagen, S. (2019). *Scrollzombies: Hur beroendet av sociala medier styr våra liv*. Ehrlin Publishing.

Salokoski, T & Mustonen, A. (2007). Median vaikutukset lapsiin ja nuoriin – katsaus tutkimuksiin sekä kansainvälisiin mediakasvatuksen ja – säätelyn käytäntöihin. I: Mediakasvatusseura. Hämtat 24.04.2022 från:
<https://mediakasvatus.fi/wp-content/uploads/2018/06/ISBN978-952-99964-2-1.pdf>

Shepherd´s hill academy. (u.å). *Teens and Social Media Addiction*. Hämtat 23.04.2022 från:
<https://www.shepherdshillacademy.org/resources/teens-social-media-addiction/>

Sherman, L. E., Payton, A. A., Hernandez, L. M., Greenfield, P. M. & 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), 1027-1035.
<https://doi.org/10.1177/0956797616645673>

Takala, A. & Takala, S. (2019). *Medianuoruus: Opas aikuisille*. Mediakasvatusseura.

Vilkka, H. (2007). *Tutki ja mittaa: Määrällisen tutkimuksen perusteet*. Tammi.

Whatsapp, 2022 hämtad 21.04.2022 från
<https://www.whatsapp.com/about>

Åsa.W.(17.05.2019). Vad är instagram? Hämtad 22.04.2022 från:
<https://surfalugnt.se/appar-tjanster/2019/vad-ar-instagram/>

Bilaga - följebrev

Hej, jag är en socionomstuderande från Yrkeshögskolan Novia från Vasa och skriver mitt examensarbete. Jag skriver mitt examensarbete om sociala mediers inverkan på ungdomars självbild och skapat ett frågeformulär om detta. Enkäten tar enbart ett par minuter att svara på.

Du som är 13 - 25 år får väldigt gärna svara på enkäten.

Allt material som samlas in från undersökningen kommer att behandlas konfidentiellt och används endast för forskningsändamålet. Alla svar är anonyma.

Tack för ditt deltagande!

Hei, opiskelen Ammattikorkeakoulu Noviassa Vaasassa, sosionomiksi. Kirjoitan minun opinnäytetyön, sosiaalisen median vaikutuksesta nuorten minäkuvaan ja olen tehnyt tästä aiheesta kyselylomakkeen. Kyselyyn vastaaminen kestää vain pari minuuttia.

Sinä, joka olet 13 - 25 vuotias, saat mielellään vastata kyselyyn.

Kaikki kyselystä kerätty materiaali käsitellään luottamuksellisesti ja käytetään vain tutkimustarkoituksiin. Kaikki vastaukset ovat anonyymejä.

Kiitos osallistumisestasi!