

Ingrid Espeland Ellefsen

# Bruken av sosiale medier, livstilfredshet og egen selvoppfatning.

En kvantitativ studie.

Masteroppgave i Læring i arbeidsliv og samfunn

Veileder: Christin Tønseth

Medveileder: Ingvild Røsand

Juni 2023



Ingrid Espeland Ellefsen

# **Bruken av sosiale medier, livstilfredshet og egen selvoppfatning.**

En kvantitativ studie.

Masteroppgave i Læring i arbeidsliv og samfunn  
Veileder: Christin Tønseth  
Medveileder: Ingvild Røsand  
Juni 2023

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet  
Fakultet for samfunns- og utdanningsvitenskap  
Institutt for pedagogikk og livslang læring



Kunnskap for en bedre verden



# Sammendrag

Denne masteroppgaven har som formål å undersøke bruken av sosiale medier og livstilfredshet med egen selvoppfatning. Sosiale medier er en stor del av folks hverdag, og for å sette bruken i et større perspektiv undersøker studien livstilfredshet til sammenligning. Problemstillingen for masteroppgaven er: *Hvilke sammenhenger har bruken av sosiale medier og livstilfredshet med egen selvoppfatning?*

Dette er en kvantitativ studie som baserer seg på et utvalg bestående av 234 respondenter. SPSS ble benyttet som analyseverktøy, der det ble gjennomført deskriptive analyser, faktoranalyse, korrelasjonsanalyse og regresjonsanalyse. Selvoppfatning er studiens avhengige variabel. Analysene viste at livstilfredshet har en positiv sammenheng med egen selvoppfatning, samt å være studiens sterkeste prediktor. Bruken av sosiale medier viste seg derimot å ha en majoritet av lav til moderat positiv sammenheng med egen selvoppfatning. Det er bruken av Instagram, etterfulgt av Snapchat, som har størst betydning for egen selvoppfatning. Overraskende var det at de som bruker gjennomsnittlig minst fire timer daglig på sosiale medier har en positiv sammenheng med egen selvoppfatning. Samt at eldre voksne rapporterer sterkere negativ sammenheng med egen selvoppfatning, enn yngre voksne. En negativ sammenheng med egen selvoppfatning refererer til en lavere subjektiv vurdering av seg selv.

Studiens funn indikerer at bruken av sosiale medier ikke har like stor betydning for egen selvoppfatning som først antatt basert på forskning, og at livstilfredshet derimot har en sterkere positiv betydning. Dette kan oppfattes som relativt betryggende knyttet til omfanget av bruken av sosiale medier. Likevel er det ingen grunn til å anta dette som utelukkende positivt da bruken påvirker hver enkelt forskjellig. Avslutningsvis i denne studien anbefales derfor økt forskning på betydningen av sosiale medier på ulike aspekter ved menneskers liv.

# Abstract

This master's thesis aims to study the use of social media and life satisfaction with regards to self-concept. Social media is a significant part of people's daily lives, and to provide a broader perspective on its usage, this study examines life satisfaction for comparative purposes. The research question for this master's thesis is: *What relationships exist between the use of social media and life satisfaction with self-concept?*

This study has a quantitative approach, utilizing a sample consisting of 234 respondents. SPSS was used as the analysis tool, incorporating descriptive analysis, factor analysis, correlation analysis, and regression analysis. Self-concept is the dependent variable in this study. The analyses revealed a positive relationship between life satisfaction and self-concept, as well as being the strongest predictor in the study. The use of social media showed predominantly low to moderate positive relationship with self-concept. Specifically, the use of Instagram, followed by Snapchat, revealed the most significant impact on self-concept. Surprisingly, individuals who spend an average of at least four hours per day on social media displayed a positive relationship with self-concept. Furthermore, older adults reported a stronger negative relationship with self-concept compared to younger adults. A negative relationship with self-concept implies a lower subjective assessment of oneself.

The findings of this study suggest that the influence of social media on self-concept may not be as significant as initially assumed based on existing research. However, life satisfaction appears to have a stronger positive impact. This can be perceived as relatively reassuring concerning the extent of social media usage. But, it is important not to interpret this solely in a positive light, as the effects of usage vary among individuals. In conclusion, this study recommends further research on the significance of social media on different aspects of people's lives.

# Forord

Da var studietiden min over, og fem år har gått veldig fort. Nå starter det ordentlige voksenlivet, men jeg føler meg klar til å ta fatt på den delen av livet også. Jeg er stolt over meg selv som har skrevet denne masteroppgaven. Som en selvdreven maskin har jeg jobbet trutt og jevnlig, og produsert en god tekst. Det har vært ulike utfordringer underveis, men jeg har holdt meg til mantraet mitt "Det er bedre med en setning om dagen, enn ingenting". Det er godt å ha i bakhodet.

Tusen takk til Christin Tønseth for veiledning gjennom semesteret. Takk for at jeg har hatt muligheten til å komme med alle forslag og tanker jeg har, til interesse og tilbakemeldinger fra deg. Aldri har jeg vært redd for å ytre mine tanker, og det har virkelig gjort skriveprosessen mye bedre. Takk til medveileder Ingvild Røsand som har vært tilgjengelig døgnet rundt og hjulpet meg med metoden. Telefonsamtaler og FaceTime de gangene jeg har stått fast har vært til stor hjelp. Masse lykke til med egen skriving!

Alt i alt er det jeg som har skrevet denne teksten, og det er godt å være ferdig. Heldigvis er dette et tema og fagområde jeg er interessert i, så motivasjonen har vært høy gjennom semesteret. Jeg har vært god til å ta pauser, og jeg har vært god til å jobbe slik at jeg fortjener de pausene. Sammen med kjæresten min har vi sittet i vår lille leilighet, jeg på kjøkkenbordet og han på kontoret, for å fullføre hver vår masteroppgave. Takk for støtte Vegard, og ikke minst for at du skriver om materialteknologi; heldigvis noe helt annet enn meg.

Da var det ha det bra NTNU! Disse fem årene har lært meg mye. Mest av alt at fem år tilbake føles lite, men fem år fremover føles mye. Masterstudentene virket så store da jeg var førsteklassing. Har jeg virkelig blitt like gammel som dem?

Trondheim, juni 2023

Ingrid Espeland Ellefsen





# Innholdsfortegnelse

<b>1 Introduksjon</b>	<b>1</b>
1.1 Formålet med studien	2
1.2 Avklaring, avgrensning og problemstilling	2
1.3 Studiens oppbygning	2
<b>2 Sosiale medier</b>	<b>3</b>
2.1 Forskning på sosiale medier	3
2.2 Tidsbruk	4
2.3 Ulike sosiale medier	5
2.3.1 Facebook	5
2.3.2 Instagram	5
2.3.3 Snapchat	6
2.3.4 TikTok	6
<b>3 Teori</b>	<b>7</b>
3.1 Selvoppfatning	7
3.1.1 Atferd påvirker selvoppfatning	8
3.1.2 Alder og kjønn	9
3.2 Livstilfredshet	10
3.3 Sosial sammenligningsteori	11
3.3.1 Retningsbasert sosial sammenligning	12
3.4 Studiens hypoteser	13
<b>4 Metode</b>	<b>14</b>
4.1 Forskningsprosessen	14
4.2 Vitenskapsteoretiske refleksjoner	14
4.3 Kvantitativ analyse	15
4.3.1 Kvalitetssikring av sammensatte mål	15
4.3.2 Utvikling av spørreskjema	16
4.3.3 Distribuering av spørreskjemaet	17
4.4 Utvalg og populasjon	17
4.4.1 Representativitetsanalyse	18
4.4.2 Spørreskjema og måleinstrument	18
4.5 Utvalgte variabler	19
4.5.1 Utvikling av studiens sammensatte mål	19
4.5.2 Selvoppfatning	19
4.5.3 Livstilfredshet	20
4.5.4 Bruk av sosiale medier	21
4.5.5 Kjønn og alder	21
4.6 Statistiske analyser	21
4.7 Etliske refleksjoner	22
<b>5 Resultater</b>	<b>23</b>
5.1 Deskriptiv statistikk for alle variablene i studien	23
5.1.1 Frekvenser på indikatorene om selvoppfatning	24
5.1.2 Frekvenser på indikatorene til støttevariablene	25
5.2 Bivariat korrelasjonsanalyse	25
5.3 Hierarkisk regresjon	26
5.4 Forutsetninger for regresjon	27
5.5 Oppsummering	28

5.6 Besvarelse på studiens hypoteser .....	29
<b>6 Diskusjon .....</b>	<b>30</b>
6.1 Sosiale medier og selvopfatning.....	30
6.1.1 Sosial sammenligningsteori.....	31
6.2 Tidsbruk og selvopfatning .....	33
6.3 Livstilfredshet og selvopfatning.....	34
6.3.1 Sosiale medier.....	35
6.4 Alder, kjønn og selvopfatning .....	36
6.4.1 Alder .....	36
6.4.2 Kjønn.....	38
<b>7 Oppsummering.....</b>	<b>39</b>
7.1 Oppsummering av studiens funn.....	39
7.1.1 Oppsummerende refleksjoner.....	39
7.2 Studiens begrensninger .....	40
7.2.1 Spørreskjemaet .....	40
7.2.2 Analyse .....	41
7.3 Videre forskning .....	42
<b>Referanser.....</b>	<b>43</b>
<b>Vedlegg .....</b>	<b>48</b>
Vedlegg 1: Informasjonsskriv til respondenter.....	48
Vedlegg 2: Spørreskjema .....	49
Vedlegg 3: Faktoranalyse .....	61
Vedlegg 4: Forekomst på indikatorene til livstilfredshet.....	62
Vedlegg 5: Forutsetninger for regresjonsanalyse med selvopfatning som avhengig variabel.....	63
Vedlegg 6: Forutsetninger for regresjon, ikke-lineære parameter.....	64

# Figur

Figur 1: Studiens undersøkelsesmodell.....	1
--	---

# Tabeller

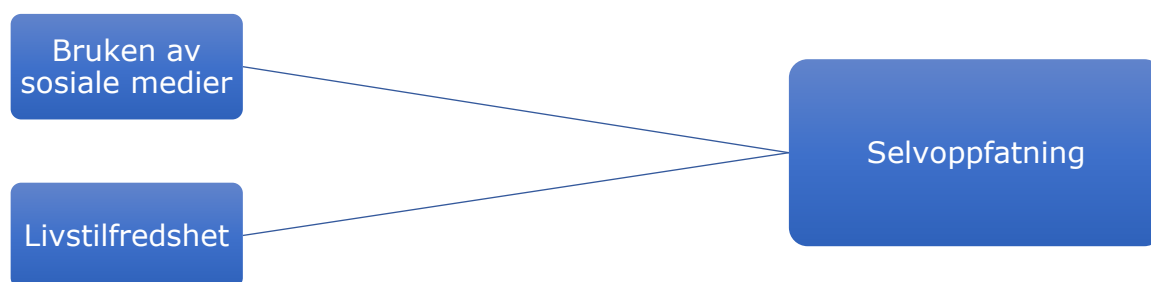
Tabell 1: Representativitetsanalyse fordelt på alder og kjønn i utvalget. $N = 234$ .....	18
Tabell 2: Gjennomsnitt, standardavvik og skjevhet for studiens variabler. $N = 234$ .....	23
Tabell 3: Prosentvis fordeling av ulike indikatorer til selvopfatning. $N = 234$ .....	24
Tabell 4: Korrelasjonsmatrise for studiens variabler. $N = 234$ .....	25
Tabell 5: Hierarkisk regresjon med studiens variabler. $N = 234$ .....	27

# 1 Introduksjon

Det første som kommer opp på Google ved søk på "sosiale medier", er "sosiale medier påvirkning". Det fremstår som åpenbart at sosiale medier er mer enn bare kommunikasjon, underholdning, nyhetsformidling og et sted for publisering av innhold. Sosiale medier er et paraplybegrep som rommer alt fra internett til mobilapplikasjoner, og har lenge utgjort en betydelig del av vårt hverdagsliv (Aalen, 2015). Med sosiale medier blir *alt* mer tilgjengelig. Alle kan enklere nå hverandre til enhver tid. Innhold blir publisert, folk kommuniserer og det er mulig å følge med på andres meninger og gjøremål. På denne måten har sosiale medier en stor betydning for folks liv. Telefonen er alltid med og varslinger holder oss gående. Forskning viser ulik tidsbruk og variasjon i befolkningen når det gjelder hvordan og hvilke sosiale medier som benyttes (SSB, 2023). Samtidig er det ulikt hvordan innhold påvirker brukeren, uavhengig av hvilket sosialt medium som brukes. Gjennom sosiale medier får brukerne presentert andres liv med ulike livsstiler, måter å leve på og måter å kle seg på. Det kan være enkelt å sammenligne seg med det man ser, som kan påvirke oppfatningen av seg selv. En presentert hverdag på sosiale medier blir stadig avslørt som en fasade, og flere blir oppmerksomme på dette. Samtidig kan denne kamouflerte virkeligheten påvirke negativt ved at man sammenligner seg selv og eget liv med disse fasadene. Et ønske om å fremstille seg positivt for andre kan føre til press på egen endring og utvikling i en retning man ikke ønsker selv. Ettersom samfunnet er blitt mer digitalisert og flere befinner seg bak telefonen, er det hensiktsmessig å undersøke hvilken betydning bruken kan ha for egen oppfattelse av seg selv. Studier har vist påvirkningen bruken av sosiale medier kan ha på en persons selvoppfatning knyttet til egen sammenligning med andre. På samme tid er det hensiktsmessig å undersøke sammenhenger utenfor kun bruken av sosiale medier og selvoppfatning.

Et utgangspunkt for denne masteroppgaven er derfor antagelsen om at sosiale medier påvirker vår selvoppfatning i stor grad. Selvoppfatning er en fellesbetegnelse for hvordan en person oppfatter og vurderer seg selv (Skaalvik & Skaalvik, 2005). For å sette betydningen av sosiale medier inn i et større perspektiv, vil denne studien til sammenligning se på sammenhengen mellom livstilfredshet og egen selvoppfatning. Livstilfredshet er den subjektive vurderingen av eget liv, og kan derfor ha en vesentlig betydning for egen selvoppfatning. Implementeringen av livstilfredshet vil gi et bredere bilde av påvirkningen bruken av sosiale medier har ved å belyse sammenhengene mellom bruken av sosiale medier, livstilfredshet og egen selvoppfatning. Samlet gir dette et mer helhetlig bilde av hvordan bruken av sosiale medier kan bidra til å påvirke menneskers egen selvoppfatning.

Figur 1 presenterer studiens undersøkelsesmodell.



Figur 1: Studiens undersøkelsesmodell

## 1.1 Formålet med studien

Formålet med denne studien er å utforske temaer som er kjent for de fleste, men sjeldent studert sammen. Personlig var det viktig for meg å ta fatt på denne masteroppgaven med sikkerhet om at den var innenfor temaer jeg engasjerer meg for. Fascinasjonen av sosiale medier og egne tanker rundt bruken la grunnlaget for hvorfor bruken av sosiale medier, livstilfredshet og egen selvoppfatning ble sentralt i denne studien. Det finnes en del forskning på selvoppfatning og på bruken av sosiale medier, men relativt lite forskning har undersøkt sammenhengen mellom disse. Ved å implementere livstilfredshet har denne studien til hensikt å undersøke sammenhengen mellom bruken av sosiale medier og egen selvoppfatning i et større perspektiv. Samtidig bidrar livstilfredshet med ny forskning på feltet innenfor sosiale medier og selvoppfatning. Denne studien har derfor som formål å analysere sammenhengene mellom bruk av sosiale medier og livstilfredshet med egen selvoppfatning. Ved hjelp av eget spørreskjema og innsamling av datamateriale er det lagt grunnlag for analyser som kan bekrefte eller avkrefte studiens problemstilling og hypoteser.

## 1.2 Avklaring, avgrensning og problemstilling

Denne studien tar utgangspunkt i eget datamateriale med 234 respondenters rapportering av egen bruk av sosiale medier, livstilfredshet og selvoppfatning. Begrepet selvoppfatning er latent, og derfor subjektivt. Personer kan oppleve egen selvoppfatning ulikt, og derfor la denne studien til rette for dette. Det var selvrapportert selvoppfatning respondentene besvarte i spørreskjemaet. Nærmere forklaring av begrepene vil bli beskrevet i teorikapitlet. For å undersøke bruken av sosiale medier ble det i spørreskjemaet spurt om tidsbruk, egen bruk, interesser, hva de brukte sosiale medier til og hvilket sosialt medium de benyttet seg av. Bruken av sosiale medier vil videre i teksten referere til alle disse nevnte aspektene.

Som en rød tråd gjennom denne masteroppgaven er det utviklet en problemstilling, og den er som følger: *Hvilke sammenhenger har bruken av sosiale medier og livstilfredshet med egen selvoppfatning?*

## 1.3 Studiens oppbygning

Første kapittel presenterer studiens tema og aktualitet, samt avklaring, avgrensning og problemstilling. Kapittel to redegjør for sosiale medier og presiserer hvilke sosiale medier studien fokuserer på. Kapittel tre dekker studiens teoretiske rammeverk, og oppsummeres med studiens hypoteser. Kapittel fire redegjør for studiens metodiske perspektiv, med en beskrivelse av forskningsprosessen, vitenskapsteoretiske refleksjoner, studiens utvalgte variabler, samt validitet og reliabilitet. Kapittel fem legger frem ulike statistiske analyser og hvilke funn som belyser studiens hypoteser. Kapittel seks er en drøfting av studiens problemstilling i lys av egne funn, teori og forskning. I studiens syvende og siste kapittel vil det oppsummeres, reflekteres og kommenteres på studiens begrensninger. Deretter følges refleksjoner rundt studiens relevans, samt hvilke oppfølgingsstudier som kunne vært spennende å ta fatt i videre.

## 2 Sosiale medier

Bruken av sosiale medier økte kraftig i Norge i 2007, da Facebook ble tilgjengelig for nordmenn (Enli & Aalen, 2023b). Opprinnelig kommer sosiale medier fra deltakelse i SMS-TV, med programmer på starten av 2000-tallet. I Norge var det VGs Nettby (2006-2009) og Dagbladets Blink (2002-2011) (Enli & Aalen, 2023b). Disse ble etterhvert nedlagt, da brukerne fikk øynene opp for Facebook.

Etter etableringen av sosiale medier blant befolkningen, var forventningene knyttet til en økning av politisk engasjement og demokratisk deltakelse i samfunnet (Aalen, 2015). Det ble derimot satt kjepper i hjulene for denne positive forestillingen, da sosiale medier etter hvert ble stemplet som en skuffelse og som forsøpling av offentligheten. En grunn til dette kan være at sosiale medier ga rom for nye uttrykksformer. Sosiale medier ble av noen oppfattet som en trussel mot redaksjonelle medier, da nyheter ble presentert på en annen måte enn før. Et kjennetegn ved sosiale medier er at samme person kan være både konsumer og produsent, som gjør skillet mellom avsender og mottaker uklart (Aalen, 2015).

I dag er sosiale medier fortsatt omdiskutert, og flere omtaler sosiale medier som en bidragsyter til en overfladisk kultur og svekking av kommunikasjon ansikt til ansikt (Aalen, 2015). Dessuten blir det hevdet at sosiale medier påvirker informasjonsstrømmen, slik at noen brukere får tilpasset innhold som ikke andre ser (Enli & Aalen, 2023b). Dette kan føre til ulikt syn og promotering av innhold til personer. Ved å bruke algoritmer eksponeres innhold og nyheter ulikt til brukerne, og algoritmene følger brukerens interesser. På denne måten kan nyhetsstrømmen begrense tematikk og perspektiver, som kan føre til et mer trangsynt bilde av virkeligheten. Dette kalles "filterbobler", som er nyheter som bekrefter ens meninger. Samtidig er det lite forskning som tilskriver sosiale medier skylden for "filterbobler", da man fra tidligere av forholdt seg til egne sosiale filtre. Eksempelvis ved at man hadde egen vennekrets og like interesser.

### 2.1 Forskning på sosiale medier

Ni av ti nordmenn bruker sosiale medier hver dag (SSB, 2019), og alle aldersgrupper har økt bruken sin på sosiale medier de siste årene (SSB, 2023). I 2011 var det 57% nordmenn som benyttet seg av sosiale medier, og i 2022 var det 88%. I 2021 hadde 96% nordmenn tilgang til smarttelefon, og 86% brukte den til internett. Aldersgruppen som benytter seg mest av sosiale medier er de mellom 25-34 år, med 16-24 år og 35-54 år hakk i hel (SSB, 2019). Aldersgruppen som bruker sosiale medier minst er de mellom 65-74 år (SSB, 2023). Samlet sett er det kvinner, i alle aldersgrupper, som benytter seg mest av sosiale medier, og forskjellene blir mer markante i eldre aldersgrupper (SSB, 2019). Kvinner i aldersgruppen 55-64 år benytter seg mer av sosiale medier enn menn i aldersgruppen 25-34 år (SSB, 2019).

Blant ungdom er det vist at bruken av sosiale medier kan ha en svak statistisk negativ sammenheng med depresjon, livskvalitet og angst (Skogen & Hjetland, 2023). Disse studiene ble gjort med tverrsnittsdesign, som ikke sier noe om kausalitet. Derfor kan studien ikke tilsi hva som er årsak og hva som er effekt. En opplevelse av lavere

livskvalitet kan være grunnet økt bruk av sosiale medier, eller lavere opplevd livskvalitet kan resultere i økt bruk av sosiale medier.

Tidligere forskning viser til at bruken av sosiale medier kan påvirke sosial omgang, og det er tre ulike perspektiver som belyser dette (Enjolras et al., 2013). Det første perspektivet tilsier at sosiale medier fungerer som en tidstyv, og på denne måten reduserer relasjoner mellom mennesker. Samtidig kan sosiale medier ansees som et supplement til sosiale relasjoner, da relasjoner på nett kan fungere som et bredere nettverk. Det tredje perspektivet refererer til at effekten av sosiale medier avhenger av hvem som bruker det. Økt kommunikasjon på sosiale medier kan føre til økt sosial omgang og flere ansikt til ansikt interaksjoner, men det er ofte begrenset til de som organiserer dette aktivt selv.

## 2.2 Tidsbruk

Tidsbruken på sosiale medier har økt drastisk de siste årene, som et resultat fra den store teknologiske utviklingen. Nordmenn i alderen 25-44 år bruker gjennomsnittlig fire timer på internett hver dag (SSB, 2023). Når det er mulig å gjøre alt fra å ringe til å se dokumentarer på telefonen er det lett å bli oppslukt. Sosiale medier kan være både informativt og morsomt, men det knyttes flere bekymringer til tidsbruken. Twenge og Campell (2018) undersøkte elevs skjermtid knyttet til psykisk helse. Resultatene viste at mer enn en time skjermtid daglig er assosiert med økte utfordringer med depresjon og lavere psykisk velvære. Eriksen et al. (2020) så forskjeller mellom ungdommers daglige bruk på sosiale medier og psykisk helse. De med mer enn tre timer daglig på sosiale medier hadde gjennomsnittlig flere psykiske helseplager, enn de med moderat bruk av sosiale medier. En longitudinell studie blant ungdom viser sammenhengen mellom bruk av sosiale medier og psykisk helse (Riehm et al., 2019). De resulterer med at personer med mer enn gjennomsnittlig tre timer på sosiale medier hver dag har større sannsynlighet for psykiske vansker etter ett år. Samtidig har Berger (2018) vist til at en reduksjon på kun 10 minutter daglig på Facebook, Instagram og Snapchat kan føre til lavere forekomst av ensomhet og depresjon.

Det er viktig å være bevisst på egen skjermtid, da dette kan gå utover flere aspekter av livet. Eksempelvis søvn, arbeidsliv, sosial omgang eller selvoppfatning. Facebook er et av verdens mest brukte sosiale medier (Statista, 2023), og det medfølger også negative konsekvenser. Steers et al. (2014) fant ut at bruken av Facebook kan føre til en negativ sammenligningsmentalitet som kan påvirke ens følelse av selvtillit og lykke. En studie gjennomført av Fardouly et al. (2015) fant at kvinner som brukte lengre og mer tid på Facebook enn gjennomsnittet, hadde lavere selvtillit og var mer opptatt av utseendet. Også mye tid brukt på Instagram har blitt studert. En studie publisert i Journal of Social and Clinical Psychology fant en sammenheng mellom lavere kroppstilfredshet og bruken av Instagram hos unge voksne (Fardouly et al., 2017).

Med andre ord har tidsbruken på sosiale medier ulik betydning og det er uklart hvilket skille som overgår hva som er for mye tid brukt på sosiale medier. Flere benytter seg av sosiale medier til jobb, mens andre bruker sosiale medier som et fristed eller kommunikasjon med andre. Derfor er det nyansert og ulikt hvordan tidsbruk på sosiale medier kan påvirke brukeren. Denne studien tar utgangspunkt i Statistisk sentralbyrå sin

data på gjennomsnittlig bruk på sosiale medier med fire timer (SSB, 2023), da dataen er innhentet fra Norges befolkning.

## 2.3 Ulike sosiale medier

Av alle sosiale medier er det Facebook som trumfer, både nasjonalt og internasjonalt (Enli & Aalen, 2023b). Andre kjente sosiale medier er Instagram, Snapchat og TikTok. Kjennetegnene ved disse sosiale mediene er at de brukes på tvers av landegrenser, finansieres gjennom reklame som er algorit mestyrt, det er tilrettelagt for deltakelse og interaktivitet, samt at de eies av globale aktører (Aalen, 2015). Er man bruker av sosiale medier er man med i strømmen av publiseringer og innhold. På denne måten velger brukeren egne interesser og synspunkter, som påvirker algoritmer og gir gjentagende stimuli. Dette gjør min studie aktuell, da gjentagende stimuli og jevnlig bruk av sosiale medier er en del av hverdagen, og dermed en del av hvordan man er og oppfatter seg selv. Påvirkningen bruken av sosiale medier har på ens selvoppfatning kan for flere være uklart, og derfor er denne studien med på å belyse akkurat det. I det videre presenteres studiens utvalgte sosiale medier.

### 2.3.1 Facebook

Mark Zuckerberg lanserte Facebook våren 2004, og det var opprinnelig et nettsamfunn for ansatte og studenter på Harvard i USA (Kayri & Cakir, 2010). I dag har Facebook utviklet seg til å bli ett av verdens mest brukte sosiale medier, og fungerer som en kommersiell plattform der hensikten er å tjene penger. Den største brukerskaren på Facebook er hos de mellom 25 og 34 år (Enli & Aalen, 2023a), men det er totalt 2.9 milliarder aktive brukere på tvers av alder (Statista, 2023). Ved å være bruker av Facebook har man flere muligheter. Nettsamfunnet kan brukes til alt fra kommunikasjon, publisering av innlegg, bilder og filmer, kommentere andres innlegg og som markeds plass for salg og informasjon. Facebook gjør det enklere for hver bruker å samhandle med andre, samt å se når andre sist var pålogget (Jenness, 2011). Med flere ulike muligheter bidrar plattformen til å bryte ned barrierer, ettersom det er enklere å ta kontakt med kjente og ukjente, da Facebook er et enkelt sosialt medium å benytte seg av (Aydin, 2012).

### 2.3.2 Instagram

Siden 2010 har Instagram vært en app tilgjengelig for alle med smarttelefon, og ble etter to år kjøpt opp av Facebook (Abrahamsen et al., 2023). Appen brukes hovedsakelig til bildedeling, med egen profil som distribueres selv. Instagram lar brukerne følge andre, interagere gjennom likes og kommentarer, benytte seg av en chat funksjon, samt mulighetene til live-sending og salg av produkter. Det er aldersgruppen 30 til 59 år som hyppigst benytter seg av Instagram (Abrahamsen et al., 2023). Den totale brukerskaren er på over to milliarder (Statista, 2023). Utviklingen av Instagram har gått fra kun bildedeling, til en plattform flere livnærer seg av. Ved å legge ut bildesekvenser, videoer eller reklame er det flere som bruker Instagram som sin arbeidsplass. Det velges mellom å ha låst eller åpen profil, da andre må sende forespørsel for å se profilen din om den er låst. Med #hashtags kan brukeren oppsøke uendelige mapper med innhold, og tilgangen kan skje gjennom både smarttelefon og på internett.



### 2.3.3 Snapchat

Snapchat er et sosialt medium som har figurert siden 2011 (Vaterlaus et al., 2016), der brukerne kan sende bilder, videoer og meldinger til hverandre. Man kan være venner med andre, og følge personer med åpen profil. Det som skiller Snapchat fra andre sosiale medier er kortvarig innhold etter angitt tid, som deretter slettes for godt. Noe som er i motsetning til andre sosiale medier der innholdet er ute til man eventuelt sletter det selv. Appen har ulike funksjoner som linser, filter og emojis som kan legges til på bilder eller videoer. Kommunikasjonen kan skje én til én eller i grupper. Det er de mellom 18 og 29 år som bruker Snapchat mest (Vaterlaus et al., 2016), og Snapchat er kjent for å være en uformell og morsom måte å dele øyeblikk til venner på. Med en total brukerskare på omtrent 300 millioner brukere (Statista, 2023) er Snapchat ansett som et av verdens største sosiale medier.

### 2.3.4 TikTok

Det nyere sosiale mediet TikTok fra Kina har tatt verden med storm siden 2016. Appen startet opprinnelig med små videosnutter, som oftest var med musikk. Nå har appen utviklet seg til lengre videoer og innholdet er bredere. Med egen profil kan brukerne følge andre og legge ut innhold. TikTok er for flere kjent som en app med mange trender, der det stadig dukker opp nytt innhold. Eksempelvis en populær hårspray eller en enkel pastarett. Med sine korte videoer og enkelt format, har TikTok blitt en tidstyv og flere er timevis på appen hver dag. Til sammen er det omtrent 1.6 milliarder brukere (Statista, 2023). I det siste har appen blitt kritisert for sine sikkerhetsproblemer, med personvern og beskyttelse av barn. Derfor er det flere institusjoner som nekter bruk av TikTok og fraråder andre å ha appen lastet ned på egen telefon.

## 3 Teori

I dette kapittelet presenteres studiens teoretiske perspektiver, som er valgt på grunnlag av studiens problemstilling: *Hvilke sammenhenger har bruken av sosiale medier og livstilfredshet med egen selvoppfatning?* Først vil studiens tema selvoppfatning beskrives. Deretter redegjøres det for livstilfredshet og studiens teoretiske rammeverk om sosial sammenligningsteori. Til slutt vil det oppsummeres og studiens hypoteser presenteres.

### 3.1 Selvoppfatning

Begrepet selvoppfatning kan beskrives som en fellesbetegnelse for de ulike aspektene en person har vurdert, oppfattet og forventer av seg selv (Skaalvik & Skaalvik, 2005). Egen selvoppfatning knyttes til prestasjoner, og har derfor betydning for læring og utvikling (Skaalvik & Skaalvik, 2013). Seymour Epstein (1973) definerer selvoppfatning som en teori en person har om seg selv, som et fungerende og opplevende menneske i interaksjon med miljøet og omverdenen. Skaalvik og Skaalvik (2005) presenterer selvoppfatning som bestående av fem ulike dimensjoner. Disse er sosial, fysisk, akademisk, moralsk og emosjonell selvoppfatning. Summen av dimensjonene resulterer i den totale selvoppfatning en person har av seg selv. Slik kan selvoppfatning belyses fra ulike vinkler, og denne studien tar utgangspunkt i en sammensetning av sosial og fysisk selvoppfatning.

Selvoppfatning er et resultat av samspillet mellom en person og miljøet personen er i (Skjei et al., 1996). Samlet får mennesker erfaringer, og selvoppfatning er hvordan disse erfaringene tolkes. Selvoppfatning påvirkes derved ikke bare av egne tanker om seg selv, men også av andres vurdering av seg. Dette kalles reflekterte vurderinger (Rosenberg, 1979), ettersom man blir oppmerksom på disse vurderingene gjennom interaksjon med andre. Disse vurderingene kan ha en stor påvirkning på egen selvoppfatning, da de utgjør en stor del av endring og utvikling (Skjei et al., 1996). Selvattribusjon, eller forklaringen av årsaken til egen atferd, påvirker også selvoppfatningen (Rosenberg, 1968). Det skilles mellom intern og ekstern attribusjon, der førstnevnte refererer til resultater som kommer fra en selv, eksempelvis egne evner eller prestasjon. Mens ekstern attribusjon refererer til resultater som kommer fra ytre påvirkninger, som flaks, retningslinjer eller konkurranse.

Vi kan skille mellom oppfatning av hvordan en tror man blir oppfattet av andre (sosial), hvordan man ønsker å være (ideell) og hvordan man virkelig er (reell) (Skaalvik, 1988). Spriket mellom ideell og reell selvoppfatning har betydning for vår totale selvoppfatning. Opplever man en stor avstand mellom det man mener man er, og hva man ønsker å være, kan man føle på en opplevelse av misnøye. Dette kan knyttes til flere punkter, som troen på å mestre en situasjon eller ønsket om å vise seg fra sin beste side. Selvoppfatningen kan med andre ord avhenge av hvordan man ønsker å være.

Andres vurderinger av seg selv kan få større betydning etter hvert som man selv forutser andres vurderinger (Skjei et al., 1996). Det kan skilles mellom indirekte og direkte påvirkning på selvoppfatning. Da den direkte betydningen går på oppfatningen av andres konkrete vurdering av deg. Den indirekte påvirkningen er at man vurderer seg selv fra de samme normene som andre vurderer seg som. Herbert Marsh (1990) beskriver selvoppfatning som en global, generell eller overordnet selvvurdering. Begreper knyttet

til selvoppfatning er selvværd, selvspekt eller selvaktelse (Skaalvik & Skaalvik, 1988). Samtidig betyr ikke det at man aksepterer seg selv nødvendigvis at man opplever seg selv som bedre enn andre (Skjei et al., 1996). Heller at man ser seg selv med gode og negative sider. Det er først når noen truer ens selvoppfatning at en blir oppmerksom på egen selvoppfatning og hva andre tror om en (Skjei et al., 1996).

Læring og selvoppfatning kan påvirke hverandre gjensidig. Når det kommer til læring kan en persons selvoppfatning ha stor påvirkning på holdninger, motivasjon og tilnærming til læringsoppgaver (Skaalvik & Skaalvik, 2013). Trer man på den ene siden inn i situasjonen med positiv selvoppfatning, kan dette medføre god tro på mestring. Dette kan gi økt motivasjon og utholdenhet knyttet til læringsprosessen. På den andre siden kan negativ selvoppfatning bidra til å begrense ens tro på seg selv og dermed redusere motivasjonen knyttet til læringsprosessen. Med utgangspunkt i viktigheten selvoppfatning har for læring er det derfor ønsket at flere opplever realistisk selvoppfatning. På denne måten kan hver enkelt utvikle et positivt læringsmiljø som kan bidra til å gi rom for å oppnå sitt eget fulle potensiale.

Sosiologi og psykologi beskriver begge selvoppfatning, men med ulikt fokus. Innenfor psykologien er fokuset rettet mot konsekvensene av selvoppfatning, spesielt mot atferd (Gecas, 1982). Innenfor sosiologien er fokuset mer rettet mot forhistorien til selvoppfatning innenfor mønstrene i sosial interaksjon (Gecas, 1982). Den store forskjellen er at psykologene ser på selvoppfatning innenfor individet, mens sosiologene ser på selvoppfatning utenfor individet, eksempelvis i sosiale strukturer, situasjoner eller kulturer (Gecas, 1982). Denne studien vil ha det sosiologiske perspektivet i hovedfokus, da sosiologisk tenkning vektlegger hvordan mennesker bruker sosial sammenligning som referansepunkt for egen selvoppfatning. Samtidig er det viktig å være inneforstått med det psykologiske perspektivet på selvoppfatning, da mye av hva som skjer påvirker den man er, altså individet.

### 3.1.1 Atferd påvirker selvoppfatning

Studiens problemstilling sentrerer seg rundt hvilke sammenhenger bruken av sosiale medier og livstilfredshet har med egen selvoppfatning. Derfor er det interessant å se på forskning som undersøker bruken av sosiale medier, altså atferden. Flere teoretiske forklaringer støtter argumentet om at atferd kan påvirke selvoppfatningen (Helmke & Aken, 1995; Muijs, 1997; Skaalvik & Hagtvat, 1990). Noen sentrale er at selvoppfatningen formes av ulike reflekterte vurderinger fra andre (Rosenberg, 1979), sosial sammenligning (Festinger, 1954; Marsh, 1987) og betydningen av flere mestringserfaringer (Bandura, 1986). For selvoppfatning er et resultat av erfaringer, som tilsier at prestasjoner har en påvirkning på og endrer ens selvoppfatning (Skaalvik & Skaalvik, 2005).

Albert Bandura (1978) refererte til autentiske mestringserfaringer. Med dette begrepet hevdet han at tidligere erfaring som kan knyttes til ulike situasjoner kan styrke, eller svekke, forventningene om å mestre en lignende situasjon. Dette kommer fra om personen har lyktes, eller mislyktes, i en tidligere situasjon og viderefører erfaringene til nye situasjoner. Videre hevdet Bandura (1978) at en negativ erfaring med en situasjon, spesielt i oppstarten av læringsprosessen, kan være ekstra uheldig. Ettersom negativ erfaring i startfasen av situasjonen kan føre til negative tanker om lignende situasjoner innenfor samme felt. Det er derfor en fordel om man gjentatte ganger mestrer situasjonene innenfor samme erfaringsområde, slik at selvoppfatningen styrkes.

Opplever man derimot å mislykkes, men har hatt flere positive opplevelser tidligere, vil sjeldent denne ene negative situasjonen påvirke selvoppfatningen. Samtidig hevdet Bandura (1978) at man vil skylde på ytre faktorer om man mislykkes i en oppgave man tidligere har lyktes i.

Bandura (1986) hevdet at forventinger om mestring har betydning for tankemønster og atferd. På denne måten kan læringsatferd avhenge av personens forventinger om mestring. Om det å tilegne seg ny kunnskap eller evner antas for en person å skje gjennom innsats, kan det å gjøre feil oppleves som en naturlig del av læringsprosessen. Med andre ord vil ikke et negativt utfall av situasjonen alltid ha negativ innvirkning på selvoppfatningen. Antar man derimot at ny kunnskap er vanskelig å oppnå, kan negative utfall bidra til å redusere forventingen om mestring i senere situasjoner. Dette kan føre til ønsket om å lettere gi opp, da en kan føle på mangel på evner eller muligheten for å lykkes.

Mennesker har en tendens til å unngå det en antar en ikke mestrer, og unngår derfor situasjoner en tror man kan mislykkes i (Skjei et al., 1996). Med et utgangspunkt i lav forventning om å mestre en situasjon, er terskelen lavere for å bryte underveis om man møter mostand (Skjei et al., 1996). Dette støtter Bandura (1978) sin teori om selvoppfatning, da han hevdet at faglig selvoppfatning har en betydning for menneskers atferd. Starter man derimot med positive forventninger i forkant av en situasjon, er det vist at denne prosessen er en forutsetning for god læringsatferd (Skjei et al., 1996). Folk tar derfor i bruk selektive mekanismer, hevder Rosenberg (1968), som medfører at man velger det som styrker egen selvoppfatning. På denne måten forhindres situasjoner som kan påvirke oss negativt, og heller oppsøke situasjoner som setter oss i et positivt lys. Samtidig verdsetter man situasjoner der man lykkes og som oppfattes som en styrke, og tillegger situasjoner der man forventer å mislykkes mindre verdi (Rosenberg, 1968).

### 3.1.2 Alder og kjønn

Studier på selvoppfatning gjennom livet har vært nedprioritert, mye grunnet vanskeligheter med longitudinelle studier (Gecas, 1982). Noen forsøk har derimot blitt gjennomført. Chad Gordon (1976) benyttet seg av "stage-developmental" modellen til Erik Erikson (1980), som ser på dilemmaer relatert til ulike perioder av livet og som diskuterer endringer i selvoppfatningen gjennom livet. Majoriteten av forskningen på selvoppfatning gjennom livet har fokusert på endringene til eller fra ulike stadier i livet (Gecas, 1982). Av disse er det endringene i ungdomsalderen, basert på Erikson (1980) sin beskrivelse av identitetskrise knyttet til dette stadiet, det forskes mest på. Flere studier støtter Erikson sine påstander om forstyrrelse knyttet til selvoppfatning i ungdomsalderen. Eksempler er Morris Rosenberg (1979) som begrunner forstyrrelser i selvoppfatningen hos ungdommer ikke bare er grunnet biologiske faktorer, men også skiftet fra barneskole til ungdomsskole. Simmons et al. (1979) utdypet dette, og viser til at skiftet fra barneskole til ungdomsskole er mer stressende for jenter enn for gutter.

Forskning som har blitt gjort på selvoppfatning i eldre alder er å sammenligne variasjon, stabilitet og samhandling ved ulike livshendelser. Mortimer et al. (1982) studerte selvoppfatningens endringer og stabilitet hos 368 menn. Funnene viste at selvoppfatning tidlig er med på å forme våre liv, og hvordan ulike livshendelser etter hvert bidrar til å utvikle og endre vår selvoppfatning. Når folk blir eldre vil selvoppfatningen være mer stabil, enn i yngre alder (Skaalvik & Hagtvat, 1990). Herbert Marsh (1989) har vist til at

selvoppfatning varierer med alder, da den minsker i ungdomstiden, men øker gjennom voksen alder.

Når det kommer til kjønn og selvoppfatning er det gjentakende at menn har høyere selvoppfatning relatert til fysikk, vennskap og kunnskap (Lau, 1990; Widaman et al., 1992). Kvinner opplever i større grad selvoppfatning når det kommer til forhold og vennskap til andre (Jackson et al., 1994). Kjønnforskjeller bør også nevnes i denne studien, da kvinner og menn kan oppleve egen selvoppfatning ulikt. Menn kan føle på ansvar og forventning av selvtilit, mens kvinner kan føle på tradisjonelle kjønnsstereotypier eller å være utsatt for kroppspress (Marsh, 1989).

Disse eksemplene viser med andre ord til mulighetene for forskning på selvoppfatning. Fortsatt er flere felt mindre undersøkt, spesielt sammenhengen mellom bruken av sosiale medier og selvoppfatning. Derfor bidrar denne studien til ny informasjon på feltet, og åpner for flere videre studier knyttet til kjønn og alder.

## 3.2 Livstilfredshet

Livstilfredshet refererer til hvordan en person opplever egen livskvalitet (Huebner, 1994). Begrepet livstilfredshet kan anvendes synonymt med en subjektiv vurdering av eget liv som en helhet. Forskjellen på selvoppfatning og livstilfredshet er at sistnevnte refererer til en persons generelle tilfredshet med livet. Selvoppfatning refererer til hvordan en anser seg selv, med tanke på egenskaper og verdier. Derfor har begge begrepene gjensidig påvirkning, da en positiv selvoppfatning kan ha en positiv innvirkning på livstilfredshet (Arslan, 2019). Gjensidig er det også med negativ påvirkning.

En persons livstilfredshet avgjøres av kognitive vurderinger, og sosiale relasjoner er en viktig faktor for å styrke livstilfredsheten (Arslan, 2019). Tidligere forskning viser at sosial ekskludering i ung alder er tett assosiert med grader av livstilfredshet (Malone et al., 2012). En subjektiv oppfatning en gjør av seg selv basert på forventning og prestasjon, er en forklaring på livstilfredshet (Pérez-Fuentes et al., 2019). Objektive og ytre forhold kan også ha betydning for livstilfredsheten (Schimmack, 2008). Tidligere erfaringer og inntrykk bidrar til å vurdere hvordan livet er. Ulike livsområder rangeres forskjellig når det kommer til betydning for livskvalitet, der arbeid, familie, venner og personlig frihet er noen av de (Layard, 2005).

Som selvoppfatning er begrepet livstilfredshet latent, og kan derfor vurderes ulikt av hver enkelt. Folk kan ha ulik oppfatning av hva som oppleves som høy grad av livstilfredshet. Enkelte kan vektlegge visse punkter i livet som viktig, mens det samtidig kan være store variasjoner i opplevelsen av situasjoner (Pavot & Diener, 2009). En opplevelse av livstilfredshet kan også påvirkes av ulike livssituasjoner eller erfaringer. Ulike situasjoner kan evalueres med ulik livstilfredshet, som familieliv, karriere eller helse. Tatt i betraktning kan derfor ikke forskere bestemme spesifikt hva et menneske opplever som høy grad av livstilfredshet (Diener et al., 1985). Når det kommer til kjønn rapporterer kvinner og menn omtrent like verdier på livstilfredshet (Tesch-Römer et al., 2008). Forskning på alder og livstilfredshet beskriver utviklingen som en U-kurve (Diener & Suh, 1999), da gjennomsnittlig livstilfredshet er høyere hos yngre og eldre i befolkningen.

Ved å integrere livstilfredshet i denne studien kan det vise graden av betydningen bruken av sosiale medier har med selvoppfatning sammenlignet med livstilfredshet. Ved å måle både livstilfredshet og selvoppfatning kan studiens datagrunnlag vise et bredere bilde av respondentenes liv. Selvoppfatning og livstilfredshet er to begreper som bidrar til å dekke opplevelsen personer har av seg selv og hvordan man har det. Denne studien prøver blant annet å utforske hvor stor betydning bruken av sosiale medier har med selvoppfatning. Ved å studere bruken av sosiale medier og livstilfredshet opp mot selvoppfatning, kan det gi svar på hvilken av faktorene som har størst betydning. I kapittel fem vil studiens analyser presenteres og gi mer informasjon om forholdene mellom bruken av sosiale medier og livstilfredshet med selvoppfatning.

### 3.3 Sosial sammenligningsteori

Sosial sammenligningsteori ble utviklet av Leon Festinger på 1950-tallet (Festinger, 1954). Kort sagt går teorien ut på sammenligning av seg selv med andre i samme gruppe eller situasjon. Festinger (1954) hevdet at sosial sammenligning var en viktig kilde til informasjon for å kunne forstå og evaluere seg selv. Menneskets iboende trang til å sammenligne seg med andre forsterkes når folk ikke har en klar standard for egen evaluering. Derfor brukes andre mennesker til å finne en standard for hvordan man burde oppføre seg. Sosial sammenligningsteori bidrar i denne studien med å belyse sammenligningene mennesket gjør for å underbygge egen selvoppfatning. Videre vil teorien redegjøres for, og vil benyttes som et teoriperspektiv i studiens diskusjon.

Sosial sammenligningsteori (Festinger, 1954; Marsh, 1986) setter lys på den direkte sammenligningen folk gjør av seg selv gjennom andre. Egen prestasjon er ikke kun vurdert gjennom hvordan man selv tror en vurderes av andre, men også i forhold til dem en kan sammenligne seg med. For å lære om seg selv, hevder sosial sammenligningsteori at folk skal sammenligne seg med andre. Eksempelvis om en ikke er selvsikker på egne holdninger, oppførsel eller følelser (Hogg & Vaughan, 2017). Leon Festinger (1954) hevdet at mennesker behøvde en nøyaktig vurdering av egen oppførsel. Om dette ikke opprettholdes, kan man føle på usikkerhet og dermed sammenligne seg med andre. En annen beskrivelse er at egen vurdering påvirkes av egen oppfatning av andres prestasjon, iforhold til egen prestasjon. Eget prestasjonsnivå, eller selvoppfatning, kan derfor vurderes av andres vurdering (Festinger, 1954). Når det kommer til hvem folk sammenligner seg med, hevder sosial sammenligningsteori at mennesket oftest sammenligner seg med mennesker på samme nivå når det kommer til egenskaper man anser som viktige og relevante for situasjonen. Eksempelvis ulike ferdigheter for å gjennomføre en oppgave. Med en lignende situasjon kan man oppleve både positive og negative effekter på egen selvoppfatning, da man kan anse seg selv som bedre eller dårligere. På denne måten kan man endre oppfatningen av egen verdi.

Generelt kan folk anta at handlingene man gjør baserer seg på mål og ønsker, men empirisk forskning viser til noe annet. Theodore Newcomb (1943) undersøkte holdningene til studenter over en fireårsperiode, og resulterte i at holdningene endret seg for å speile medstudentene sine. Samt at personer endrer oppførselen og holdningene sine etter hvem de er med, for å ha lignende meninger og holdninger. Med andre ord er ikke alltid egne handlinger kun basert på egne ønsker, men også andres som man samhandler med. Donelson Forsyth (2000) hevder påvirkningen stammer fra sammenligning, da personer sammenligner egne holdninger med andres. Mennesket

tenderer å figurere i samme gruppe som likesinnede. Gjennom identifikasjon og tillit kan man tilpasse egne verdier og holdninger til grupper for å passe inn (Forsyth, 2000).

Vår egen sosiale og personlige verdi baserer seg på hvordan en sammenligner seg med andre, og hvilken verdi man tilegner seg selv (Li et al., 2019). Ved å sammenligne seg med andre kan man redusere egen usikkerhet innenfor situasjoner, og lære hvordan en skal definere seg selv. Mennesket tenderer å sammenligne seg med andre lik seg selv, og bruker dette til å justere egen selvoppfatning.

### 3.3.1 Retningsbasert sosial sammenligning

Det skilles mellom oppadrettet, nedadrettet og lateral sosial sammenligning (Buunk et al., 1997). Førstnevnte forekommer oftest ved en negativ sinnsstemning, og kan føre til en negativ selvfølelse og tankegang (Hogg & Vaughan, 2017). Oppadrettet sosial sammenligning foregår med dem man antar er bedre enn seg selv på ulike områder. Eksempelvis på sosiale medier, der man kan oppleve oppadrettet sammenligning av utseende, ettersom man eksponeres for innhold og bilder (Fardouly et al., 2017). Dermed kan oppadrettet sosial sammenligning føre til lavere selvoppfatning. Når man sammenligner seg med noen som er dårligere enn seg selv, foregår nedadrettet sosial sammenligning. Da kan det oppstå en følelse eller holdning om at man er bedre enn andre (Buunk et al., 1997), som kan bidra til å øke selvtilliten (Li et al., 2019). Lateral sosial sammenligning er når man føler seg likestilt som den man sammenligner seg med, og som regel etterfølger dette positive assosiasjoner (Fardouly et al., 2017). Eksempelvis at man arbeider i team på arbeidsplassen, og alle arbeider sammen for å ferdigstille en oppgave.

Bruken av sosial sammenligningsteori belyser hvordan mennesker sammenligner seg med andre for å vurdere seg selv. Ved å vite hvordan man oppfatter seg selv i forhold til andre og hvordan det påvirker oss på ulike måter, bidrar sosial sammenligningsteori med å forklare hvorfor man sammenligner seg med andre.

### 3.4 Studiens hypoteser

En hypotese er en påstand som enten direkte eller indirekte omhandler situasjoner i virkeligheten (Ringdal, 2013). Med hypoteser ønsket jeg å undersøke sammenhenger og predikere kausalitet mellom studiens avhengige variabel og de uavhengige variablene.

Med størst brukerskare er det bruken av Facebook som antyder å ha sterkest negativ sammenheng med egen selvoppfatning (Fardouly et al., 2015; Steers et al., 2014). Ulik tidsbruk har vist å ha en stor påvirkning på selvoppfatning, da flere studier tyder på at økt tidsbruk gir lavere grad av selvoppfatning over tid (Fardouly et al., 2015, 2017; Steers et al., 2014). Tidligere forskning har vist at livstilfredshet har en positiv sammenheng med selvoppfatning (Arslan, 2019). Kjønn og alder er vist å ha forskjellig sammenheng med selvoppfatning, i ulike perioder av livet (Marsh, 1989).

Denne studiens hypoteser baserte seg på presentert teori og problemstillingen: *Hvilke sammenhenger har bruken av sosiale medier og livstilfredshet med egen selvoppfatning?* De følgende hypotesene er:

H1: *Bruken av Facebook har en sterkere negativ sammenheng med egen selvoppfatning, enn Snapchat, Instagram og TikTok.*

H2: *De med mer tidsbruk enn gjennomsnittet har en negativ sammenheng med egen selvoppfatning.*

H3: *Livstilfredshet har en positiv sammenheng med egen selvoppfatning.*

H4: *Kvinner og yngre voksne rapporterer sterkere negativ sammenheng med egen selvoppfatning, enn menn og eldre voksne.*



## 4 Metode

Dette kapittelet vil ta for seg studiens metodiske aspekt. Det ble brukt en kvantitativ tilnærming med regresjonsanalyse. Med regresjon utforskers påvirkninger de ulike uavhengige variablene har med den avhengige variabelen. Studiens resultater presenteres i neste kapittel. I det følgende vil forskningsprosessen og vitenskapsteoretiske refleksjoner kommenteres. Videre vil kvantitativ metode redegjøres for, med valg av design og datainnsamling, prosedyre for datainnsamling og utvalg. Deretter er det en refleksjon rundt operasjonalisering av variablene og en presentasjon av studiens statistiske analyse. Til slutt er det en redegjørelse av etiske refleksjoner rundt studien.

### 4.1 Forskningsprosessen

Utgangspunktet for min masteroppgave var å undersøke sammenhenger mellom variabler jeg var nysgjerrig på, samt benytte kvantitativ forskningsstrategi og innsamling av egen data. I mellomtiden begynte prosessen med å få oversikt over teoretiske perspektiver, og med forskningsbaserte antakelser ble studiens hypoteser presisert og eget spørreskjema produsert og distribuert. Spørreskjemaet bestod av både nye og tidligere validerte variabler, og var derfor et originalt spørsmålsbatteri. Temaet for spørreskjema gikk ut på kartlegging av bruk av sosiale medier, livstilfredshet og egen selvoppfatning. Etter datainnsamling og start på analyser viste det seg at flere av spørreskjemaets validerte måleinstrumenter viste ulikheter i en faktoranalyse. Dermed har ny kunnskap og interesse ovenfor egen data vært til stor hjelp for å gjennomføre studiens metodekapittel.

For å underbygge kvaliteten av forskningen vil validitet, reliabilitet og dimensjonalitet kommenteres fortløpende for å skildre forskningsprosessen. Kort sagt handler validitet om relasjonen mellom det teoretiske målet og indikatorer, altså at man måler det en skal måle (Ringdal, 2013). Det er ingen bestemt enhet eller mål som fastsetter studiens validitet, men heller en samlet vurdering av validiteten og teoretisk vurdering. Reliabilitet handler om egenskapene til indikatorene som måles, som skjer ved likt resultat ved gjentagende målinger. Validitet består av en teoretisk vurdering, mens reliabilitet ansees som et empirisk spørsmål. Dimensjonalitet er operasjonaliseringen av det teoretiske begrepet.

### 4.2 Vitenskapsteoretiske refleksjoner

Vitenskapsteori prøver å besvare spørsmålene om hva kunnskap er, hvordan forskning faktisk gjennomføres og på hvilken måte forskere burde gå frem for å oppnå vitenskapelig kunnskap. Dette skjer i samspill mellom observasjon og teori, som i denne studien var mellom datamateriale og valgt teorigrunnlag.

Samfunnsvitenskapen er tydelig delt inn i to hovedretninger; kvalitative og kvantitative forskningsstrategier. Karl Popper inspirerte grunnlaget for vitenskapsteori innenfor kvantitativ metode, med en hypotetisk-deduktiv modell (Ringdal, 2013). Denne studien støtter Popper sitt syn på forskning, da studien tester hypoteser med observasjon i virkeligheten. Ved å utarbeide hypoteser i starten av forskningsprosessen la jeg grunnlag for hva jeg antok og ville undersøke. Med testbare hypoteser ble analyser kjørt for å

falsifisere hypotesene. Med et hypotetisk-deduktivt syn vil mitt bidrag av datamateriale og resultater brukes til å teste eksisterende teorier, og sikre at teori og empiri er integrert i forskningsprosessen.

Kvantitativ metode involverer bruk av statistikk, målinger og tall. På denne måten kan mye data presenteres med få tall og gi spesifikke analyser. Med dette følger også begrensninger, som eksempelvis ulike aspekter som ikke kun fanges opp av målinger og tall. Derfor kan bruken av kun kvantitativ metode ansees som en begrensning, da metoden ikke alltid kan gi en fullstendig forståelse av fenomenet som undersøkes. For å sikre gode resultater i denne studien har det vært fokusert på god forskningsetikk og transparent arbeid.

## 4.3 Kvantitativ analyse

Denne studien bygger på kvantitativ metode, og i kvantitative studier stilles det spørsmål om sammenhenger, sammenligninger og utbredelse av noe (Bjørnnes & Gjevjon, 2019). Kjennetegnene ved kvantitativ metode er standardisert datainnsamling og ekstensivt design (Field, 2018). Ved å ta i bruk et spørreskjema med standardiserte spørsmål er det lukkede svaralternativer, og enhetene er allerede plassert i forhåndsdefinerte kategorier. På denne måten gir studiens spørreskjema likt utgangspunkt for hver respondent, da alle respondentene fikk det samme spørreskjemaet. Med ekstensivt design samles det inn flere respondenter, og mulighetene er større for å generalisere til befolkningen da bruken av spørreskjema gjør det enklere å nå ut til flere.

Kvantitativ analyse benytter seg av operasjonalisering, som er å få et abstrakt begrep til å bli målbart og konkret. Det var derfor av interesse at de utformede spørsmålene i spørreskjemaet var konkrete og forståelige, slik at studiens respondenter unngår å tolke ulikt. Med indikatorer for hvert begrep i spørreskjemaet, ble det satt føringer for hvilke presiseringer hvert begrep skulle ha. Videre var det viktig at spørreskjemaet var uttømmende, slik at respondenten fant et svaralternativ som beskrev ens holdninger og meninger. Med tekstforklaringer underveis i spørreskjemaet ble det lagt vekt på å være forklarende.

For å måle studiens reliabilitet ble intern konsistens benyttet (Cohen et al., 2007), og verdien til hvert av studiens sammensatte mål kommenteres senere. Intern konsistens ser på om sammenhengen mellom indikatorene i en variabel har sammenheng, for at spørsmålene skal måle det samme begrepet. Intern konsistens kan måles ved å bruke Cronbachs alpha, som er en statistisk størrelse som går fra 0 til 1 (Kleven et al., 2011). En Cronbachs alpha over 0.70 ansees som høy reliabilitet.

### 4.3.1 Kvalitetssikring av sammensatte mål

Når det snakkes om kvalitet i sammenheng med datainnsamling, snakkes det om fravær av feil (Eikemo & Clausen, 2012). Det er bedre å argumentere for feil, enn å ha rett. Ved kvalitetssikring av skalaer brukes dimensjonaliteten, som undersøker om indikatorene måler det de skal måle. For å undersøke om studiens begreper er godt nok operasjonalisert ble Prinsipal komponent faktoranalyse (PKA) benyttet. En PKA er interne korrelasjonsanalyser, som viser til om det er en statistisk sammenheng mellom de indikatorene som måles (Field, 2018). Ettersom studiens spørreskjema bestod av flere

spørsmål knyttet til livstilfredshet og egen selvoppfatning var det hensiktsmessig å kjøre en PKA for å skille begrepene fra hverandre.

PKA gir en faktorladning der analysen er ønskelig å være mellom 0,3 og 0,7 (Bjerkan, 2012). Er den lavere er faktoren for svak til å inkluderes, mens er den sterkere enn 0,7 ansees faktorladningen å være veldig sterk. Senere i kapitlet vil studiens bruk av faktoranalyse utdypes.

#### 4.3.2 Utvikling av spørreskjema

For å samle inn studiens datamateriale måtte et spørsmålsbatteri ferdigstilles. Med validerte, samt egenkomponerte spørsmål, ble det utarbeidet et spørsmålsbatteri som dekket temaet for studien. Ved å ta i bruk validerte spørsmål er man sikrere på gode resultater, da gjentatte spørsmål utarbeides og blir bedre over tid (Field, 2018). Bruken av egenkomponerte spørsmål gir konkret informasjon knyttet til studiens tema.

Spørreskjemaet inneholder ulike spørsmål fra kjønn til hvordan respondenten har det. Det er viktig å ha gjennomtenkte spørsmål, slik at det er enklere for respondenten å tolke spørreskjemaet. For å sikre kvaliteten av spørreskjemaet, skilles det mellom begrepsvaliditet og spørsmålsvaliditet (Eikemo & Clausen, 2012). Spørsmålsvaliditet omhandler om spørsmålsformuleringen blir misforstått. Derfor var det viktig i innledende faser ved utvikling av spørreskjemaet at spørsmål og påstander var velformulert.

Studiens datamateriale ble innhentet i en femukers periode fra 30.01 til 05.03 2023. Hensikten med datainnsamlingen var utarbeidelse av denne masteroppgaven ved NTNU. Det ble satt et krav fra veileder om minst 100 besvarelser. Dataen ble innhentet gjennom et bekvemmelighetsutvalg, og spørreskjemaet var nettbasert. Med et relevant spørreskjema var det enkelt å distribuere gjennom ulike kanaler. Mer om distribuering av spørreskjema og bekvemmelighetsvalg blir beskrevet senere i teksten. Spørreskjemaet bygger på studiens tema, som er bruken av sosiale medier, livstilfredshet og egen selvoppfatning. Ettersom denne sammenhengen ikke har blitt viet mye oppmerksomhet tidligere, var spørsmålsbatteriet unikt. Sammen med spørreskjemaet var det et informasjonsskriv, som hadde til hensikt å opplyse respondentene om at besvarelsen var anonym, og at all data ble behandlet konfidensielt. Til slutt ble det vist takknemmelighet for besvarelsen og kontaktinformasjon om det skulle være noen spørsmål.

Etter endt datainnsamling ble spørreskjemaet kodet. Det ble benyttet unike koder for å skille variablene fra hverandre, og vekting av skala. På spørsmålene om egen selvoppfatning var indikatorene vektet fra "Helt usant" (1) til "Helt sant" (6). Livstilfredshet var vektet fra "Alltid" (1) til "Aldri" (5) for å sikre rekkefølgeeffekt i spørreskjemaet. Ved koding av spørreskjemaet ble vektingen for livstilfredshet snudd, slik at variabelen hadde høyest vekting på "Alltid" (5), for å gjøre analysen lik. Deretter ble dataen fra nettskjemaet overført til SPSS, der videre datagjennomgang og analyser ble gjort.

#### *Pilot*

Ved å gjennomføre en pilot innhentes ulike tilbakemeldinger om spørreskjemaet, før det blir tilgjengelig for utvalget. Fokuset på svarene fra pilotundersøkelsen er ikke lik den fra hovedundersøkelsen (Eikemo & Clausen, 2012). Det som er interessant å trekke ut er eksempelvis frafallsårsaker og svarkvalitet. Har noen unnlatt å svare på noen spørsmål?

Er spørsmålsformuleringen kronglete? Eller hvordan oppleves lengden? Det var åtte personer som besvarte studiens pilot, og det ble gjort noen små endringer. Disse var mindre tilbakemeldinger som mer tekstforklaring mellom spørsmål og lengden på spørreskjemaet.

### 4.3.3 Distribuering av spørreskjemaet

Det finnes ulike måter å distribuere et spørreskjema på (Eikemo & Clausen, 2012). Respondenter kan innhentes over telefon eller med personlige intervjuer, samt kan spørreskjemaet sendes ut ved bruk av post eller over nett. Metodene er mange og det er ulik svarprosent og tidsaspekt knyttet til de forskjellige. Denne studien benyttet seg av distribuering over nett og flyers, da det var den mest effektive metoden knyttet til studiens tidsaspekt.

Det velges mellom to ulike innsamlingsmetoder av respondenter; sannsynlighetsutvalg eller ikke-sannsynlighetsutvalg (Eikemo & Clausen, 2012). Den foretrukne metoden for høyest representativitet i befolkningen er sannsynlighetsutvalg. Denne teksten tok i bruk ikke-sannsynlighetsutvalg, gjennom et bekvemmelighetsutvalg. Grunnen til dette var fordi respondenter ble kontaktet ulikt; noen ble samlet inn gjennom sosiale medier, andre fikk tildelt flyers, flere fikk sendt ut informasjon tilsendt på mail eller viderefremidlet av andre som allerede hadde blitt kontaktet. Majoriteten av respondentene ble kontaktet av meg, da en personlig henvendelse ifølge Gall et al. (2007) vil bidra til økt svarprosent. Etersom spørreskjemaet var digitalt ble det benyttet direktelink og QR-kode som kunne scannes. Spørreskjemaet hadde ingen ekskluderingskriterier, og man kunne besvare det hvor man ville. Derfor var det ingen krav om besvarelser i fellesskap, slik at det var mulig å ta den alene og dermed svare så ærlig som mulig som eliminerer tilskuereffekten.

## 4.4 Utvalg og populasjon

Det var 234 respondenter som besvarte spørreskjemaet. Populasjonen som besvarte spørreskjema legger til grunn for mengden av personer som studien gjelder for (Ringdal, 2013). Spørreskjemaet var åpent for alle, men tilgjengelig for dem som hadde sett oppslag eller fått tilsendt informasjon om studien. Majoriteten av respondentene er kvinner,  $n=179$ , 77%, og de resterende  $n=51$ , 22%, er menn. Alder varierer fra 17 til 76 år, og ble delt inn i unge voksne (17 til 29 år) og eldre voksne (30 til 76 år). Aldersgruppen flest respondenter befinner seg i er unge voksne,  $n=167$ , 71%.

Majoriteten av respondentene er studenter,  $n=145$ , 62%, og utvalget har flest respondenter som rapporterer at de arbeidet eller studerte fulltid,  $n=181$ , 77%. Av sosiale medier er det Snapchat som er mest populært,  $n=96$ , 41%, og minst brukt er Facebook,  $n=31$ , 13%. Det er  $n=3$ , 1%, respondenter som rapporterer at de ikke bruker sosiale medier i det hele tatt. Majoriteten av respondentene,  $n=191$ , 82%, bruker maks fire timer på sosiale medier hver dag. Det er flest som benytter seg av Snapchat jevnlig,  $n=211$ , 90%, mens,  $n=175$ , 75%, rapporterer at de benytter seg av Facebook jevnlig,  $n=119$ , 51%, bruker TikTok jevnlig og,  $n=206$ , 88%, bruker Instagram jevnlig.

Av publisering av innhold på sosiale medier er det natur,  $n=91$ , 39%, bilder av seg selv,  $n=136$ , 58%, og bilder av andre,  $n=128$ , 55%, flest rapporterer. Det er  $n=29$ , 12%, som ikke legger ut noe innhold på sosiale medier. Grunnen til at respondentene legger ut

innhold på sosiale medier er forklart med lysten av å dele livet sitt,  $n=121$ , 52%, og at de liker å legge ut innhold,  $n=80$ , 34%. Respondentene benytter seg av sosiale medier for å følge med på andre,  $n=174$ , 74%, for å ha kommunikasjon med andre,  $n=181$ , 77%, for å holde seg oppdatert,  $n=172$ , 74%, og fordi det er tidsfordriv,  $n=172$ , 74%. Respondentene rapporterer at det de er mest interesserte i på sosiale medier er klær og mote,  $n=114$ , 49%, trening og kosthold,  $n=128$ , 55%, og humor/memes,  $n=160$ , 68%.

#### 4.4.1 Representativitetsanalyse

Tabell 1 presenterer utvalgets representativitet fordelt på kjønn og alder. Det er flest kvinner i utvalget, og majoriteten av respondentene er unge voksne. Ved besvarelse av spørreskjemaet kunne man svare "Annet" på kjønn. Da kun tre respondenter svarte "Annet", ble de ekskludert fra kjønnsfordelingen. Deres resterende besvarelse av spørreskjemaet er med i videre analyser.

Tabell 1: Representativitetsanalyse fordelt på alder og kjønn i utvalget.  $N = 234$

Prosentvis fordeling		
	Unge voksne	Eldre voksne
Kvinner	69%	31%
Menn	80%	20%
<b>N</b>	<b>179</b>	<b>51</b>

Det er viktig å kommentere datamaterialets missing values (mangelfulle svar) som kan være en truende faktor for studiens ytre validitet (Brick & Kalton, 1996). Hvis respondenten(e) har valgt å ikke besvare spørreskjemaet i sin helhet kan det føre til skjevhet i utvalget. Spesielt i et stort utvalg og ved et betydelig antall missing. Ettersom denne studien hadde lave antall missing, vil det ikke kommenteres i videre tabeller. Da datagrunnlaget bestod av 234 respondenter, og kun et par valgte å ikke besvare enkelte spørsmål.

#### 4.4.2 Spørreskjema og måleinstrument

Innenfor samfunnsvitenskapen finnes det flere teoretiske begreper som ikke er direkte observerbare, og forskningen innenfor feltet avhenger derfor av pålitelige måleinstrumenter (Furr, 2011). Denne studiens måleinstrumenter baserer seg på et originalt spørreskjema, med tidligere validerte og egenutviklede spørsmål og påstander. Spørsmålsbatteriet består av flere variabler i sin helhet, men denne studien tar utgangspunkt i de mest relevante. Spørsmålene er på nominal og ordinalnivå, som avgjøres etter variablenes presisjonsnivå (Field, 2018). Noen av instrumentene er sammensatte mål, som samlet utgjør en skala. Instrumentene er rettet mot bruken av sosiale medier, livstilfredshet og egen selvoppfatning.

De utvalgte variablene som benyttes i denne studien baserer seg på de teoretiske perspektivene som studien bygger på, og det er viktig for studiens reliabilitet at hver variabel blir undersøkt. Eventuelle målefeil kan undersøkes ved å se på hvordan datamaterialet ble innsamlet, og å se på spørsmålsformuleringen til de utvalgte variablene (Field, 2018). Målefeil kan oppstå i hvilken som helst studie, og det er derfor viktig å være observant på dette. Målefeil i spørreskjema kan også komme fra hvilke spørsmål som stilles (Eikemo & Clausen, 2012). Spørsmålene skal være dekkende for alle aspekter som er relevante for fenomenet som studeres.

Benyttes en valid skala, er det flere forhåndsregler å ta hensyn til før den ansees som valid i nye studier. Eksempelvis om skalaen er oversatt, da det kan forekomme ulikheter i språk eller kulturelle holdninger. Dette kan potensielt påvirke om skalaen måler det den er ment til å måle (Furr, 2011). Denne studiens utvalgte variabler består blant annet av latente begreper, og det er derfor hensiktsmessig med en god operasjonaliseringsprosess. I det følgende vil studiens utvalgte variabler bli vurdert gjennom operasjonalisering.

## 4.5 Utvalgte variabler

I det følgende vil studiens avhengige variabel selvoppfatning presenteres. Sammen med studiens uavhengige variabler: bruken av sosiale medier og livstilfredshet. Både livstilfredshet og selvoppfatning er latente begreper, og kan derfor ikke måles direkte. For å måle begrepene ble det benyttet en Likert-skala som svaralternativ til ulike påstander. Det er ulike synspunkter på bruken av Likert-skala innenfor metodelitteraturen, da enten partall eller oddetall kan benyttes som svarkategori. Benyttes sistnevnte vil det være muligheter for en midtpunktkategori, der respondenten får muligheten til å svare nøytralt (Bradburn et al., 2004). Da minskes sannsynligheten for en sterkere positiv eller negativ holdning knyttet til påstanden. Ved bruk av midtkategori for Likert-skala foreligger muligheten for kamuflerte meninger, som kan påvirke studiens reliabilitet (Garland, 1991). Målet for livstilfredshet benytter en midtpunktkategori. Velges en partallssvarkategori fjernes midtpunktkategorien, og respondenten må dermed svare en positiv eller negativ retning. Ved å benytte seg av partall unngår påstandene kamuflerte meninger, da midtpunktkategorien kan føre til målefeil, som videre kan påvirke studiens reliabilitet (Garland, 1991). Målet på selvoppfatning benytter en Likert-skala med partall.

### 4.5.1 Utvikling av studiens sammensatte mål

Spørreskjemaet består av tre deler; en for deskriptiv statistikk, en for kartlegging av bruk av sosiale medier og en med spørsmål knyttet til livstilfredshet og egen selvoppfatning. Siste del bestod av fem tidligere benyttede variabler, med flere lignende påstander og spørsmål. Det var derfor viktig å se alle indikatorene i sammenheng for å undersøke om flere indikatorer ladet på samme faktor. En faktoranalyse med fem variabler fra ble derfor kjørt. Antagelsen om fem ulike faktorer ble derimot forkastet, da flere indikatorer fra ulike variabler ladet på flere faktorer. Dermed ble indikatorer med doble ladninger ekskludert fra videre faktoranalyser, og analysen endte til slutt med fire faktorer. Fysisk selvoppfatning var resultatet fra en faktor, men den var kun bestående av to indikatorer, og ble derfor ekskludert fra videre analyser. I vedlegg 3 vises resultatet fra faktoranalysen. Til slutt endte analysen opp med tre faktorer; selvoppfatning ( $\alpha = .68$ ), online motivasjon ( $\alpha = .84$ ) og livstilfredshet ( $\alpha = .92$ ). Jeg valgte å utelukke online motivasjon i videre analyser, da denne studiens fokus ligger på bruken av sosiale medier og ikke motivasjon for å være på nett.

### 4.5.2 Selvoppfatning

Utgangspunktet for å måle studiens avhengige variabel selvoppfatning var det validerte målet Harter's Scale (Harter, 2021). Den opprinnelige skalaen måler selvoppfatning hos barn i alderen 8-18 år. Den måler ulike sider av selvoppfatning; som atletisk selvoppfatning, kompetanse på skolen, fysisk selvoppfatning, sosial selvoppfatning, romantisk selvoppfatning, nære venner og selvverd. Studien spørreskjema tok med

påstander om fysisk selvoppfatning, sosial selvoppfatning, nære venner og selvverd. Det var respondentenes egne subjektive selvoppfatning som ble målt. Derfor kunne det variere for hver enkelt hvordan respondenten oppfattet svaret mellom to ytterpunkter. Dette kan bidra til å svekke målets reliabilitet. Harter´s Scale ble oversatt fra engelsk til norsk, noe som kan påvirke skalaens mening og validitet. Svaralternativene ble også endret, fra påstander til en Likert-skala, for å være i tråd med spørreskjemaet.

Med utgangspunkt i faktoranalysen (se Vedlegg 3) ble selvoppfatning et sammensatt mål basert på indikatorer fra to ulike variabler fra spørreskjemaet. Basert på faktoranalysen ladet flere indikatorer fra Harter´s Scale og sosial selvoppfatning på samme faktor. Tre av fire indikatorer fra sosial selvoppfatning ladet på samme faktor, og den ekskluderte indikatoren var "Jeg har lett for å få venner". Av 20 indikatorer fra Harter´s Scale ladet tre av dem på samme faktor med sosial selvoppfatning. Dermed ble det sammensatte målet selvoppfatning opprettet. Samlet består skalaen av seks påstander, med svaralternativer på en Likert-skala fra "Helt usant" (1) til "Helt sant" (6). Reliabiliteten til skalaen er høy, men en Cronbachs alpha på 0.68. Indikatorene som er ment til å måle selvoppfatning er:

- "Det er lett å like meg"
- "De fleste liker meg"
- "Det er mange som vil ha meg som venn"
- "Andre jevnaldrende har vanskelig for å like meg"
- "Jeg er populær blant jevnaldrende"
- "Jeg føler at jevnaldrende godtar meg"

#### 4.5.3 Livstilfredshet

Denne skalaen er et validert mål på livstilfredshet hos barn og unge, men ble i denne studien benyttet i sammenheng med voksne. Skalaen er fra "Students Life Satisfaction Scale" som er utarbeidet av Huebner (1994). Skalaen ble oversatt fra engelsk til norsk, da spørreskjemaet kun var norsk. Dette kan påvirke målets reliabilitet. Skalaen bestod opprinnelig av ni indikatorer, men etter kjørt faktoranalyse var det syv indikatorer som ladet på samme faktor (se Vedlegg 3). Dermed ble "Jeg kunne tenke meg å forandre mange ting i livet mitt" og "Jeg skulle ønske jeg var annerledes" ekskludert fra studiens sammensatte mål livstilfredshet.

Livstilfredshet ble målt med en Likert-skala med fem svaralternativer, der "Alltid" hadde laveste verdi (1), og "Aldri" hadde høyeste verdi (5). "Alltid" til "Aldri" ble benyttet for rekkefølgeeffekt, og ble derfor justert og snudd i datamaterialet. Med en Cronbachs alpha på 0.92 er reliabiliteten til skalaen høy. Påstandene i skalaen er:

- "Jeg er fornøyd med hvordan jeg har det for tiden"
- "Livet mitt går bra"
- "Livet mitt er akkurat slik det skal være"
- "Jeg har et godt liv"
- "Jeg trives med hva som skjer i livet mitt"
- "Jeg har det jeg ønsker meg i livet"
- "Jeg har det bedre enn de fleste andre på min alder"

#### 4.5.4 Bruk av sosiale medier

For å kartlegge respondentenes bruk av sosiale medier ble det stilt ulike spørsmål. Disse var tidsbruk, hvilket sosialt medium flest benyttet seg av, interesser, hvorfor man bruker sosiale medier og hva man bruker sosiale medier til. Jeg valgte å ta med tidsbruk, ulike sosiale medier og utvalgte svaralternativer fra bruk av sosiale medier for å nyansere bruken.

Gjennomsnittlig tidsbruk på sosiale medier ble målt fra "Mindre enn 1 time", "1-2 timer", "2-3 timer", "3-4 timer", "4-5 timer", "5-6 timer", "6-7 timer" og "7 timer eller mer". Statistikk fra 2023 viser til en nordmanns gjennomsnittlige bruk av sosiale medier er på fire timer daglig (SSB, 2023). Derfor ble tidsbruk dummykodet til "Minst 4 timer" og "Maks 4 timer". Sistnevnte ble satt som referansekategori.

I spørreskjemaet ble det spurt om hvilke sosiale medier respondenten benyttet seg mest av. De aktuelle svaralternativene er "Facebook", "Instagram", "TikTok", "Snapchat" og "Ingen". Til regresjonsanalysen ble hvert sosialt medium omkodet til en dummyvariabel, slik at resultatet viser hvordan hvert enkelt sosialt medium har påvirkning med studiens avhengige variabel.

For å undersøke hvorfor respondentene brukte sosiale medier, ble det stilt ulike flervalgsspørsmål. Det ble spurt "Hva legger du ut av innhold på sosiale medier?", "Hvorfor legger du ut innhold på sosiale medier?", "Hvorfor bruker du sosiale medier?" og "Hva er du interessert i på sosial medier?". Hvert spørsmål hadde flere alternativer og hver respondent kunne besvare flere. Ut ifra responsen og analyse valgte jeg ut de to mest interessante svaralternativene med størst forklaringskraft. Disse er "For å få likes" og "Liker å legge ut".

#### 4.5.5 Kjønn og alder

Studiens demografiske variabler er kjønn og alder. I spørreskjemaet hadde kjønn tre svaralternativer, med "Kvinne", "Mann" og "Annet". Kun tre respondenter svarte "Annet". Da dette er et for lavt antall å basere funn på, ble "Annet" ekskludert fra kjønnsanalyser. Kjønnvariabelen ble dummykodet, med "Kvinne" som referansekategori.

Alder ble etterspurt med heltall i spørreskjemaet, og ble i etterkant dummykodet. Dette fordi en av studiens hypoteser ser på forskjellen mellom yngre og eldre voksne. Derfor er respondentene delt inn i yngre voksne (17 til 29 år) og eldre voksne (30 til 78 år). Aldersvariabelen ble delt på 29 og 30 år, da studiens gjennomsnittsalder er 29 år. "Yngre voksne" er satt som referansekategori.

### 4.6 Statistiske analyser

Studiens statistiske analyser ble gjennomført i SPSS (Statistical Package for the Social Science), versjon 28. Først ble det kjørt deskriptive analyser for å se standardavvik, gjennomsnitt og utvalg for studiens utvalgte variabler. Videre ble det kjørt en faktoranalyse for å utforske sammensatte mål, etterfulgt av en reliabilitetssjekk og korrelasjonsanalyse. Deretter ble det kjørt en hierarkisk regresjonsanalyse med hensikt om oversikt over sammenhengene mellom variablene (Field, 2018). Ved bruk av det innsamlede datamaterialet for studien presenteres tallmateriale fra analysene, som



bidrar til å belyse studiens hypoteser, mens overflødig informasjon holdes utenfor (Ringdal, 2013).

## 4.7 Etiske refleksjoner

All forskning skal gjennomføres med den hensikt om å ivareta de involverte (Tangen, 2010). Flere etiske normer er vedtatt for å følge opp dette, og bevare rettighetene til deltakerne i forskningen. Eksempelvis anonymisering, krav om informert samtykke, redelighetskrav, oppbevaring av data, taushetsplikt for alle medvirkende og innsiktsrett for deltakere (Kaiser, 2015). I informasjonsskrivet var det opplyst om full anonymitet ettersom ingen personvernopplysninger samles inn, samt informasjon om formålet med spørreskjema, innsamling av data og hvem som samlet inn datamaterialet. Det ble også informert om at all data slettes ved prosjektslutt. Gjennom hele forskningsprosessen har jeg tatt valg til fordel for studien. Dette har gjort meg mer kritisk til eget arbeid og vist viktigheten av et gjennomtenkt design for vitenskapelig troverdighet.

# 5 Resultater

I dette kapitlet presenteres studiens analyser som er gjennomført i SPSS. Herunder studiens statistiske prosedyrer som består av deskriptiv statistikk med bivariate og univariate analyser, samt signifikanttesting og hierarkisk regresjonsanalyse. Kvalitetssikring vil også kommenteres. Studiens analyser presenteres i kronologisk rekkefølge. Først presenteres det deskriptiv statistikk for å vurdere kvaliteten på datamaterialet. Videre presenteres bivariat korrelasjonsanalyse for å se etter sammenhenger mellom de ulike variablene, før studiens hierarkiske regresjon blir kommentert. Samlet bygger analysene opp under studiens problemstilling: *Hvilke sammenhenger har bruken av sosiale medier og livstilfredshet med egen selvoppfatning?*

## 5.1 Deskriptiv statistikk for alle variablene i studien

Tabell 2 viser deskriptiv statistikk med gjennomsnitt, standardavvik og skjevhet for studiens variabler. For dummykodete variabler er det oppgitt prosentvis fordeling, da det ikke er hensiktsmessig med gjennomsnitt.

Tabell 2: Gjennomsnitt, standardavvik og skjevhet for studiens variabler.  $N = 234$

	<b>Gjennomsnitt/prosent</b>	<b>SD</b>	<b>Skjevhet</b>
Kvinner	77%		
Menn	22%		
Yngre voksne	71%		
Eldre voksne	29%		
Maks fire timer	82%		
Minst fire timer	18%		
For å få likes	9%		
Liker å legge ut	34%		
Snapchat	41%		
Instagram	25%		
TikTok	21%		
Facebook	13%		
Livstilfredshet	3,51	0,80	-.30
Selvoppfatning	3,78	0,93	-.36

*Merknad: For alle variabler, unntatt livstilfredshet og selvoppfatning, er det presentert prosentvis fordeling under kategorien gjennomsnitt.*

Majoriteten av respondentene er kvinner (77%) og yngre voksne (71%). Omtrent 80% bruker maks fire timer daglig på sosiale medier. Snapchat er det foretrukne sosiale mediet (41%), og Facebook er det minst foretrukne (13%). Gjennomsnittet for studiens avhengige variabel er moderat selvoppfatning (3,78), som også er gjeldende for livstilfredshet (3,51). Livstilfredshet og selvoppfatning er begge under anbefalt grense på 1 for skjevhet (Kaiser, 2015).

### 5.1.1 Frekvenser på indikatorene om selvoppfatning

En frekvenstabell viser oversikt over de ulike indikatorene i en variabel med fordelt frekvens. Studiens avhengige variabel selvoppfatning legger grunnlag for denne studien. Derfor er det hensiktsmessig å gå nærmere inn på de ulike indikatorene til variabelen. Tabell 3 viser en frekvenstabell fordelt på kjønn og alder.

Tabell 3: Prosentvis fordeling av ulike indikatorer til selvoppfatning. N = 234

		Kvinne	Mann	Yngre voksne	Eldre voksne
«Det er mange som vil ha meg som venn»	Helt usant	2	2	2	3
	2	7	6	8	6
	3	34	35	33	35
	4	32	31	31	36
	5	15	22	17	14
	Helt sant	10	4	9	6
«Det er lett å like meg»	Helt usant	1	0	1	2
	2	3	0	2	4
	3	20	20	16	27
	4	31	29	31	29
	5	33	41	36	30
	Helt sant	12	10	14	8
«De fleste liker meg»	Helt usant	2	0	1	2
	2	2	4	2	6
	3	19	14	16	20
	4	35	33	32	39
	5	29	35	33	24
	Helt sant	13	14	16	9
«Jeg er populær blant jevnaldrende»	Helt usant	5	2	4	6
	2	13	10	13	9
	3	30	16	27	28
	4	29	39	32	26
	5	17	29	19	25
	Helt sant	6	4	5	6
«Andre jevnaldrende har vanskelig for å like meg»	Helt usant	32	39	37	26
	2	45	39	39	56
	3	14	12	15	9
	4	5	8	7	3
	5	3	0	29	3
	Helt sant	1	2	1	3
«Jeg føler at jevnaldrende godtar meg»	Helt usant	0	2	0	2
	2	5	2	4	5
	3	15	4	13	12
	4	25	22	26	20
	5	32	43	31	43
	Helt sant	23	27	26	18

Merknad: Tall oppgitt i prosent.

Det er noenlunde lik fordeling for kjønn og alder på påstandene om selvoppfatning, men menn og eldre voksne rapporterer litt høyere verdier enn kvinner og yngre voksne. Jevnt over er majoriteten av alle svarene blant verdiene "3" og "5". Sterkeste svarprosenten er "Andre jevnaldrende har vanskelig for å like meg", der 56% av eldre voksne svarte verdien "2". "Det er mange som vil ha meg som venn" skiller seg ut fra resten, da tyngden av svarene befinner seg mellom verdiene "3-4".

### 5.1.2 Frekvenser på indikatorene til støttevariablene

Vedlegg 4 viser frekvensfordelingen av de ulike indikatorene til livstilfredshet fordelt på kjønn og alder. Menn og eldre voksne rapporterer høyeste verdier på livstilfredshet, som indikerer at de har det bedre med seg selv, enn damer og yngre voksne. Samtidig er det flest eldre voksne, enn yngre voksne, som rapporterer "Aldri". Dette viser stor bredde i svarene til de eldre voksne, da flest rapporterer både høye og lave verdier. Den sterkeste indikatoren er på menn og "Jeg har det jeg ønsker meg i livet", da 55% besvarer "4". Alt i alt rapporterer kjønn og alder omtrent like svar.

## 5.2 Bivariat korrelasjonsanalyse

En korrelasjonsanalyse ble gjennomført for å utforske potensielle sammenhenger mellom studiens variabler (Field, 2018). Bruken av korrelasjonsanalyse viser grad av samvariasjon, samt å gjøre rede for den lineære sammenhengen mellom to variabler, for å se om det er en symmetrisk sammenheng. Det kan ikke trekkes kausale slutninger, eller predikere et utvalg basert på en korrelasjon. I denne studien benyttes det en parametrisk test, med den statistiske størrelsen Pearsons korrelasjonskoeffisient ( $r$ ). Verdien for  $r$  tilsier graden av linearitet, og den statistiske størrelsen varierer mellom -1 og 1, som indikerer enten en negativ eller positiv sammenheng. Ved 0 indikerer resultatet ingen lineær sammenheng. Korrelasjoner mellom 0,3 og 0,5 er optimalt, ettersom sterkere korrelasjoner tyder på overflødighet hos ene variabelen. Svakere korrelasjoner refererer til at korrelasjonene ikke måler det de skal måle.

Nedenfor presenteres Tabell 4, som viser en korrelasjonsmatrise med studiens variabler. Det er kun signifikante korrelasjoner som kommenteres.

Tabell 4: Korrelasjonsmatrise for studiens variabler.  $N = 234$

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.
1.Selvoppfatning	1	-.06	.06	.07	-.11	.14*	.11	.09	-.17*	-.05	.47*
2.Kvinne		1	-.10	.05	-.01	.10	-.16*	.12	.11	-.00	-.07
3.Yngre voksne			1	-.22***	.07	.17***	.12	.04	.22***	-.48***	-.03
4.Maks fire timer				1	-.09	-.11	.01	.08	-.21***	.12	.25***
5.For å få likes					1	.15*	.01	.03	.03	-.08	-.17***
6.Liker å legge ut						1	-.04	-.07	.18***	-.04	.12
7.Snapchat							1	-.47**	-.42***	-.33***	.14*
8.Instagram								1	-.28***	-.22***	-.04
9.TikTok									1	-.20***	-.14*
10.Facebook										1	.01
11.Livstilfredshet											1

Merknad: \* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$ . Statistisk størrelse: Pearsons  $r$ .

Det er en forventet positiv moderat korrelasjon mellom *livstilfredshet* og *selvoppfatning* ( $r = .47$ ), ettersom økt grad av selvoppfatning fører til høyere sannsynlighet for livstilfredshet. En positiv liten korrelasjon er det mellom *liker å legge ut* og

*selvoppfatning* ( $r = .14$ ), da sannsynligheten for at man liker å legge ut bilder på sosiale medier forekommer ved høyere grad av selvoppfatning. En negativ liten korrelasjon er det mellom bruk av *TikTok* og *selvoppfatning* ( $r = -.17$ ), som tilsier at brukere av TikTok, fremfor de andre sosiale mediene, rapporterer lavere selvoppfatning. Tabellens sterkeste korrelasjon er mellom *ynge voksne* og *Facebook* ( $r = -.48$ ), som viser en moderat negativ korrelasjon. Tabellen viser med andre ord at eldre bruker Facebook mer enn yngre, som videre kan ha sammenheng med at eldre er mest på sosiale medier ( $r = -.22$ ). Denne korrelasjonen er uventet, da det var antatt at yngre voksne bruker mer tid på sosiale medier. Det er flest yngre som foretrekker TikTok som sosialt medium ( $r = .22$ ), og det er det sosiale mediet flest bruker tid på ( $r = -.21$ ). Det er korrelasjon mellom *maks fire timer* og *livstilfredshet* ( $r = .25$ ), som viser at de som bruker gjennomsnittlig, eller mindre, tid på sosiale medier opplever høyere grad av livstilfredshet. Dette funnet kan ha sammenheng med den positive korrelasjonen mellom *Snapchat* og *livstilfredshet* ( $r = .14$ ). Det er negative korrelasjoner mellom *TikTok* ( $r = -.14$ ) og *for å få likes* ( $r = -.17$ ) med *livstilfredshet*. Disse funnene antyder at TikTok er det sosiale mediet som svakest korrelerer med livstilfredshet, samt at å legge ut innhold for å få likes har en negativ sammenheng med livstilfredshet. Oppsummert viser korrelasjonsanalysen at *alder* og *Snapchat* har sterkest korrelasjon med studiens variabler, og *livstilfredshet* har sterkere korrelasjon med *selvoppfatning* ( $r = .47$ ), enn bruken av sosiale medier (*liker å legge ut*,  $r = .14$  og *TikTok*,  $r = -.17$ ).

### 5.3 Hierarkisk regresjon

Tabell 5 viser en hierarkisk regresjonsmodell med sammenhenger som kan påvirke selvoppfatning. En multivariat regresjonsanalyse estimerer effekten av en x-variabel på y-variabelen, og kontrollerer effekten med flere x-variabler. Ved å tillegge flere uavhengige variabler til en regresjonsmodell vil man kunne se de ulike effektene på den avhengige variabelen, hver for seg (Field, 2018).

Totalt var det fire blokkvise modeller for å undersøke forklaringskraften i modellen. Tabell 5 gir et helhetlig overblikk over alle studiens variabler som påvirker den avhengige variabelen. Justert  $R^2$  er en modifisert versjon av  $R^2$ , og tar hensyn til variablene i modellen og korrigerer for eventuelle feil eller skjevheter (Field, 2018). Justert  $R^2$  varierer mellom 0-1, og verdi på 1 indikerer perfekt forklaring på variasjonen i den avhengige variabelen. Betavardiene (standardiserte regresjonskoeffisienter) angir effekten hver variabel har for regresjonsmodellen.

Tabell 5: Hierarkisk regresjon med studiens variabler.  $N = 234$

	Blokk 1	Blokk 2	Blokk 3	Blokk 4
	$\beta$	$\beta$	$\beta$	$\beta$
Kvinne	-.04	-.07	-.06	-.03
Yngre voksne	.04	.03	.02	.03
Maks fire timer		.10	.07	-.04
For å få likes		-.13*	-.15*	-.07
Liker å legge ut		.18**	.21**	.12*
Snapchat			.22	.22
Instagram			.24	.27
TikTok			-.03	.04
Facebook			.07	.10
Livstilfredshet				.42***
<b>Justert R<sup>2</sup></b>	<b>-.07</b>	<b>.03**</b>	<b>.07*</b>	<b>.23***</b>

Merknad: \* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$ .

Tabell 5 viser andelen forklart varians i den avhengige variabelen selvoppfatning. Alle studiens variabler forklarte 23%,  $p < .001$ , av variansen i den avhengige variabelen. Dette er en markant økning fra blokk 1 med  $-.07\%$ ,  $p = .68$ , forklart varians. Den markante økningen kan skyldes tilføringen av *livstilfredshet*,  $\beta = .42$ ,  $p < .001$ . Følgende variabler er signifikante: *for å få likes*, *liker å legge ut* og *livstilfredshet*. Gjennomgående i alle blokkene er det *liker å legge ut* som har en positiv sammenheng med *selvoppfatning*,  $\beta = .18$ ,  $p < .01$ , til  $\beta = .12$ ,  $p < .05$ . Variabelen er svakest i blokk 4, da flere variabler var med i forklaringen av selvoppfatning. Sterkest av alle er *livstilfredshet*,  $\beta = .42$ ,  $p < .001$ , som også var antatt da høyere skåre på livstilfredshet resulterer i høyere opplevd selvoppfatning. Tabellens sterkeste negative sammenheng er *for å få likes*,  $\beta = .15$ ,  $p < .05$ , i blokk 3, med *selvoppfatning*. Den største variansen er *maks fire timer*, som synker fra  $\beta = .10$ ,  $p = .14$ , i blokk 2 til  $\beta = -.04$ ,  $p = .59$ , i blokk 4. Dette tilsier at blokk fire med livstilfredshet bidrar til at de med minst fire timer daglig på sosiale medier opplever høyere grad av selvoppfatning, enn de med maks fire timer. Funnene av tidsbruk i alle blokkene viser seg derimot å ikke være signifikante. Bruken av *Instagram* har mest betydning for *selvoppfatning*,  $\beta = .27$ ,  $p = .248$ , blant de ulike sosiale mediene, men er ikke signifikant.

## 5.4 Forutsetninger for regresjon

Flere forutsetninger for regresjon må oppfylles for at resultatene kan stoles på (Field, 2018). De ulike forutsetningene er krav om normalfordelte residualer, fravær av heteroskedastisitet, ikke-linearitet, fravær av multikollinearitet, ingen autokorrelasjon og innflytelsesrike enheter.

Normalfordelte residualer er viktig ved mindre utvalg, og derfor relevant for denne studien. Ved å sjekke for normalfordelte residualer undersøkes feilene som oppstår når man prøver å tilpasse en modell til data. Følger disse residualene en normalfordeling, er feilene tilfeldige og uavhengige av hverandre. Kort sagt er normalfordelte residualer feil som er jevnt fordelt rundt null, og da er sjansene like for å få små eller store feil (Field, 2018). Med P-P plot og histogram (se Vedlegg 6) ble det vist at residualene er

normalfordelte, ettersom P-P plottet fulgte en omtrentlig rett linje, og histogrammet hadde en normalfordeling.

Heteroskedastisitet refererer til en statistisk egenskap der variansen i feilene i en lineær regresjonsmodell varierer over verdier av de uavhengige variablene (Field, 2018). Ved fravær av heteroskedastisitet undersøkes homogenitet i variansen til residualleddet, og sjekkes best grafisk i SPSS. Det er optimalt at alle verdier av x-variabler har den samme variansen til residualen. Visuelt ved hjelp av scatterplot ble det vist at det er fravær av heteroskedastisitet (se Vedlegg 6). For å teste fravær av ikke-lineære parameter er ønsket om en regresjonslinje så lineær som mulig (Field, 2018). Ved bruk av scatterplot viste det seg at det ikke er problemer med ikke-lineære parameter (se Vedlegg 7).

Kort sagt betyr multikollinearitet korrelasjon mellom x-variabler, og kan i verste fall føre til vanskeligheter med å skille variablenes effekt fra hverandre. Multikollinearitet forekommer oftest ved kvadratledd eller samspillsledd, noe som ikke er tilfelle i denne studien, men testes for uansett. I følge Field (2018) er korrelasjoner over .80 ansett som problematiske iforhold til multikollinearitet. I denne studien var dette ikke tilfellet for noen av korrelasjonene, da den høyeste var mellom alder og Facebook ( $r = -.48$ ).

Ingen autokorrelasjon refererer til ingen sammenhenger mellom enheter, og måles med Durbin-Watson (Field, 2018). Er verdien nær 2 er ikke autokorrelasjon et problem. Verdier under 2 refererer til negativ korrelasjon, og verdier over 2 refererer til positiv korrelasjon. Studiens verdi var på 2.12 (se Vedlegg 6). For å undersøke innflytelsesrike enheter ble det testet for Cook's distance (Field, 2018). Ved å teste Cook's distance ser man etter om enkelte variabler har overdreven påvirkning på studiens avhengige variabel. Verdier over 1 tyder på overdreven påvirkning, og studiens høyeste verdi var 0.064 (se Vedlegg 6). Det er derfor ingen autokorrelasjon eller overdreven påvirkning på regresjonsmodellen.

## 5.5 Oppsummering

For å oppsummere kort handler denne studien om mulige sammenhenger mellom bruken av sosiale medier og livstilfredshet med egen selvoppfatning. For å undersøke sammenhengene ble det kjørt en hierarkisk regresjon. Flere av variablene er dummykodet, som begrunnes med utgangspunkt i studiens hypoteser. Det viste seg overraskende nok at menn og yngre voksne i større grad rapporterer høyere grad av selvoppfatning, enn kvinner og eldre voksne. De som liker å legge ut bilder på sosiale medier rapporterer høyere grad av egen selvoppfatning, og de som er opptatt av å få likes rapporterer lavere grad av egen selvoppfatning. Bruken av Instagram er det sosiale mediet som sterkest predikerer egen selvoppfatning, og TikTok er det laveste. Livstilfredshet har den største sammenhengen med egen selvoppfatning, noe som også begrunnes med en av de høyeste verdiene i korrelasjonsanalysen. I neste kapittel vil studiens funn drøftes.

## 5.6 Besvarelse på studiens hypoteser

Ved å ta utgangspunkt i studiens presenterte resultater vil det i det videre kommenteres om mine hypoteser, relatert til forskning og teoretiske perspektiver, bekreftes.

H1: *Bruken av Facebook har en sterkere negativ sammenheng med egen selvoppfatning, enn Snapchat, Instagram og TikTok.* Dette viser seg å ikke stemme, da Facebook hadde en positiv sammenheng med selvoppfatning i regresjonsanalysen, men en negativ liten sammenheng i korrelasjonsanalysen. Ingen av funnene er signifikante.

H2: *De med mer tidsbruk enn gjennomsnittet har en negativ sammenheng med egen selvoppfatning.* I samspill med alle variablene i regresjonsanalysen viste det seg at de som er på sosiale medier mer enn gjennomsnittet har en positiv sammenheng med egen selvoppfatning. Dette støttes ikke i korrelasjonsanalysen, sannsynligvis fordi blokk 2 og 3 antyder en positiv sammenheng. Ingen av funnene er signifikante.

H3: *Livstilfredshet har en positiv sammenheng med egen selvoppfatning.* Dette støttes av regresjonsanalysen og korrelasjonsanalysen. Begge funnene er signifikante.

H4: *Kvinner og yngre voksne rapporterer sterkere negativ med egen selvoppfatning enn menn og eldre voksne.* Kvinner opplever en negativ sammenheng med egen selvoppfatning, og overraskende viser studiens analyser at eldre opplever en sterkere negativ sammenheng med egen selvoppfatning, enn yngre. H4 støttes derfor delvis. Ingen av funnene er signifikante.



## 6 Diskusjon

Formålet med denne studien har vært å undersøke sammenhenger mellom bruken av sosiale medier og livstilfredshet med egen selvoppfatning. Bruken av Facebook var antatt å ha den sterkeste negative sammenhengen med egen selvoppfatning. Dette viste seg å ikke stemme, da bruken av Facebook har en positiv sammenheng med egen selvoppfatning. Derfor støttes ikke H1. H2 antok en negativ sammenheng mellom de med mer tidsbruk enn gjennomsnittet og egen selvoppfatning. Funnene fra regresjonsanalysen indikerer derimot en positiv sammenheng, men korrelasjonsanalysen indikerer en negativ sammenheng. H2 støttes derfor delvis. Regresjonsanalysen viser en positiv sammenheng mellom livstilfredshet og egen selvoppfatning. Dette var forventet og støtter H3, og indikerer at personer som oppgir en høy skåre av livstilfredshet også har positiv egen selvoppfatning. Analysen viser at eldre voksne og kvinner har en negativ sammenheng med egen selvoppfatning, så derfor støttes delvis H4.

Videre i kapitlet vil studiens uavhengige variabler diskuteres i forhold til studiens avhengige variabel. Kapitlet struktureres etter hypoteser, og vil derfor først diskutere H1, og til slutt H4. Teori, tidligere forskning og studiens funn legger til grunn for studiens videre diskusjoner for å besvare problemstillingen: *Hvilke sammenhenger har bruken av sosiale medier og livstilfredshet med egen selvoppfatning?*

### 6.1 Sosiale medier og selvoppfatning

Studiens første hypotese antok at bruken av Facebook hadde en sterkere negativ sammenheng med egen selvoppfatning, enn bruken av Snapchat, Instagram og TikTok. Studiens analyser er tvetydige, da regresjonsanalysen viser en svak positiv sammenheng mellom bruken av Facebook med egen selvoppfatning ( $\beta = .10$ ). Korrelasjonsanalysen viser til en svak negativ korrelasjon mellom bruken av Facebook og egen selvoppfatning ( $r = -.05$ ). Ingen av funnene er statistisk signifikante. Resultatene viser derfor inkonsekvente funn. Dette kan indikere at det er mer kompleksitet i sammenhengen mellom bruken av Facebook og egen selvoppfatning, enn det som er fanget opp i studiens analyser.

Mulige årsaker til motstridende funn kan være det faktum at ingen er signifikante, i tillegg til å være svake funn. Tidligere forskning støtter en negativ sammenheng, da brukere av Facebook er hevdet å ha negativ sammenheng med selvtillit, lykke og blant de som er opptatt av utseendet (Fardouly et al., 2015; Steers et al., 2014). Ettersom Facebook er et av verdens mest brukte sosiale medium (Statista, 2023), finnes det negative sammenhenger assosiert med bruken. En av grunnene til at studiens analyser viser svake sammenhenger mellom Facebook og egen selvoppfatning ( $\beta = .10$ ), kan være grunnet i at Snapchat er studiens mest populære sosiale medium (41%), og Facebook er det minst brukte (13%). Dette selv om Facebook var det første sosiale mediet i Norge, og mest brukt både nasjonalt og internasjonalt (Enli & Aalen, 2023b).

En positiv sammenheng fra regresjonsanalysen mellom bruken av Facebook og egen selvoppfatning kan komme fra at Facebook er studiens minst brukte sosiale medium (13%). Den lave prosentandelen kan ha betydning for den lave forklaringskraften. Forskning som støtter en positiv sammenheng er Bandura (1978) sin beskrivelse av autentiske mestringserfaringer. Studiens funn knyttet til å like å legge ut innhold på

sosiale medier, har positive signifikante sammenhenger med egen selvoppfatning ( $r = .14$ ,  $\beta = .12$ ), kan relateres til autentiske mestringserfaringer. Har brukeren tidligere erfaringer med å legge ut innhold på sosiale medier gir positive assosiasjoner, er dette vist å være noe man vil fortsette med. Bandura hevdet at tidligere erfaringer kan styrke, eller svekke, forventningene om mestring i lignende situasjoner. På denne måten bidrar autentiske mestringserfaringer med en læringsprosess som utvikles over tid fra erfaringer. Har man opplevd tidligere positive erfaringer med å legge ut innhold, kan sannsynligheten være større for lignende erfaringer i fremtiden. Samtidig kan erfaringer med å legge ut innhold på sosiale medier kun for å få likes og oppmerksomhet føre til en negativ assosiasjon. Studiens funn viser ikke signifikante negative sammenhenger mellom for å få likes og egen selvoppfatning ( $r = -.11$ ,  $\beta = -.07$ ). Erfaring med sosiale medier og lavere selvoppfatning kan derfor føre til en gjentakende negativ spiral etter posting av innhold. Opplever man dette i oppstarten i bruken av sosiale medier hevdet Bandura (1978) at det kunne være vanskeligere å endre tankemønstret sitt. Denne påstanden styrker behovet for god kunnskap og opplæring i bruk av sosiale medier fra tidlig alder, slik at brukerne blir rustet til påvirkningene man kan oppleve av sosiale medier.

Bruken av Instagram, som 88% av studiens respondenter bruker jevnlig, er også assosiert med negativ egen selvoppfatning (Fardouly et al., 2017). Samtidig viser studiens analyser at de som liker å legge ut innhold på sosiale medier har positiv signifikant sammenheng med egen selvoppfatning ( $\beta = .12$ ). Dette kan knyttes til Enjolras et al. (2013) sine tre perspektiver som viser til at bruken av sosiale medier kan påvirke sosial omgang. Første perspektivet tilsier at sosiale medier kan fungere som et supplement til sosiale relasjoner og et bredere nettverk. Ved å like å legge ut innhold på sosiale medier kan bruken føre til bedre samhold, ved at venner og bekjente kan følge med på deg. Flere liker å dele livet sitt på sosiale medier slik at venner kan følge med. Samtidig hevder Enjolras et al. (2013) at bruken av sosiale medier avhenger av hvem som er brukeren, da effekten kan differensiere fra person til person. Noen kan benytte seg av sosiale medier for kommunikasjon og samhold, som videre kan føre til økt sosial omgang. Positive sider ved bruk av sosiale medier knyttes til unge, da de kan kommunisere og opprettholde kontakt med andre. Det å snakke med eller følge andre på sosiale medier kan bidra til opprettholdelse av nettverk, med både nye og gamle bekjentskap. Andre kan bruke sosiale medier som en tidstyv, som fører videre til Enjolras et al. (2013) sitt siste perspektiv. Fungerer sosiale medier som en tidstyv kan det minimere fysiske relasjoner mellom mennesker. Noe som videre kan medføre mer isolasjon, som kan påvirke en negativt. Da sosial omgang er kjent som en positiv sammenheng med et bedre liv (Blau et al., 2016).

### 6.1.1 Sosial sammenligningsteori

I lys av sosial sammenligningsteori kan man få en forståelse av hvordan sosiale medier bidrar til å påvirke egen selvoppfatning. Sosiale medier åpner opp for å være en plattform der man viser det mest positive og fine, som kan medføre en fasade av lykke og velstand. Dette kan medføre en urealistisk sammenligning og kanskje en følelse av utilstrekkelighet. Sosial sammenligningsteori handler om å evaluere seg selv ved å sammenligne seg med andre (Festinger, 1954; Marsh, 1986). Et eksempel på hvordan sosiale medier kan påvirke egen selvoppfatning er gjennom selv-presentasjon. Dette refererer til et ønske om en spesifikk fremstilling av seg selv på sosiale medier. Noe som kan resultere i en digital versjon av seg selv man ønsker å dele med andre. Dette kan komme fra et press fra andres presentasjon, som kan være slik man selv ønsker å

fremstilles for andre. Sosiale medier kan med andre ord ha en betydelig innvirkning på hvordan en føler seg, sammenlignet med andre. Dette kan knyttes til tidligere empirisk forskning som har pekt på at personer endrer oppførsel etter hvem de er sammen med, for å tilegne seg og synliggjøre lignende holdninger (Newcomb, 1943). På denne måten blir ikke folks handlinger kun basert på egne meninger, men også andres. Føler man på et behov for å vise seg frem for å være en del av fellesskapet, kan følelsen av utilstrekkelighet føre til at man presenterer et usant bilde av seg selv for å fronte de holdningene eller meningene man føler man må ha for å passe inn.

Negative sider ved bruk av sosiale medier støttes av forskning som fant en svak statistisk negativ sammenheng med depresjon, livskvalitet og angst (Skogen & Hjetland, 2023). Studien konkluderte med at lavere livskvalitet kan føre til økt bruk av sosiale medier. Videre kan dette bli en negativ spiral, eksempelvis at brukeren blir påvirket av algoritmer som gir gjentakende stimuli (Enli & Aalen, 2023b). Ettersom folk tenderer å samhandle med andre man selv identifiserer seg med, kan man på denne måten tilpasse seg gruppen for å passe inn (Forsyth, 2000). Dette kan være fra gruppeidentitet og tilpasning der sosiale medier kan være en plattform til samhold og deling. Eksempelvis gjennom å delta i samtaler, vise støtte til gruppelemmer eller dele relevant innhold. Samlet kan tilpasning føre til en opplevelse av aksept og tilhørighet. Prinsippet baserer seg på hvorfor Leon Festinger (1954) utviklet sosial sammenligningsteori. Ettersom mennesket sammenligner seg med folk som er lik en selv for å justere egen selvoppfatning. Personer motiveres gjennom sammenligning og tilpasning for å redusere egen usikkerhet og lære hvordan man kan definere seg selv (Li et al., 2019).

Leon Festinger (1954) hevdet at mennesket behøver nøyaktig vurdering og at man kan føle seg usikker om dette ikke blir opprettholdt. Dermed oppstår behovet for sammenligning med andre. Bruken av sosiale medier bidrar til sammenligning, og ikke minst vurdering av seg selv. Dette kan opprettholdes ved å legge ut innhold, der man ofte er interessert i tilbakemeldinger i form av likes eller kommentarer. Med håp og behov for positive tilbakemeldinger kan jevnlig posting av innhold bidra til å få tilbakemeldinger om at man er bra nok. Resultatet av dette kan føre til økt mengde av innhold. På samme tid kan det føre til fravær av posting av innhold, da noen kan føle på vanskeligheten knyttet til tilbakemeldinger. Eksempelvis om en brukers innhold og algoritmer kun viser innhold fylt med perfekte jobber eller ferier, kan behovet og presset for å vise frem det samme forekomme. Da kan en følelse av distanse fra sitt egentlige liv oppstå, som kan gå utover selvoppfatningen da man selv ikke vet hva som er best.

Bruk av sosiale medier kan føre til lavere selvtillit eller selvilde (Steers et al., 2014). Knyttet til sosial sammenligningsteori (Festinger, 1954; Marsh, 1986) kan det ha en påvirkning på hvordan en opptrer på sosiale medier. Funn fra regresjonsanalysen viser at de som legger ut bilder på sosiale medier for å få likes, har en svak negativ sammenheng med selvoppfatning ( $\beta = -.07$ ). Med andre ord kan de som legger ut innhold på sosiale medier oppleve lavere selvoppfatning. Dette kan forekomme eksempelvis om man skal legge ut et bilde på Instagram fra en ferie med flere venninner. Da kan man føle på viktigheten av å legge ut et like fint, om ikke finere, bilde enn de andre. På denne måten kan det være i situasjoner der en sammenligner seg med andre, at man blir mer oppmerksom på egen selvoppfatning (Skjei et al., 1996).

## 6.2 Tidsbruk og selvoppfatning

Studiens andre hypotese antok at de med mer tidsbruk enn gjennomsnittet hadde en negativ sammenheng med egen selvoppfatning. Korrelasjonsanalysen og regresjonsanalysen viste ulike svar, da førstnevnte viser en svak positiv korrelasjon mellom maks fire timer og egen selvoppfatning ( $r = .07$ ). Regresjonsanalysen viser derimot en svak negativ sammenheng med egen selvoppfatning ( $\beta = -.04$ ). Ingen av funnene er signifikante. En negativ sammenheng mellom maks fire timer og egen selvoppfatning betyr at de med minst fire timer på sosiale medier daglig opplever en sterkere positiv sammenheng med egen selvoppfatning, enn med de som bruker maks fire timer.

Tidligere studier støtter studiens funn med en negativ påvirkning knyttet til tidsbruk på sosiale medier (Eriksen et al., 2020; Riehm et al., 2019; Skogen & Hjetland, 2023; Twenge & Campbell, 2018). Disse studiene refererer til ulik lengde på tidsbruken, men sammenligner bruken ulikt. I følge Twenge og Campell (2018) ble det konkludert med at kun en time skjermtid daglig kan føre til lavere psykisk velvære og utfordringer med depresjon. Hva som er *for* mange timer på sosiale medier om dagen kan med andre ord diskuteres. Denne studien tar utgangspunkt i fire timer, da dette er en nordmanns gjennomsnittlige bruk (SSB, 2019). Selv om det kan fremstilles slik at mye bruk av sosiale medier kan ha en negativ effekt på selvoppfatning, har Berger (2018) vist at kun 10 minutter mindre skjermtid daglig kan bidra til å svekke forekomsten av depresjon og ensomhet. Denne studien belyser viktigheten av teknologiske kunnskaper, og viktigheten av å vite hvordan man skal ta i bruk sosiale medier. Det handler ikke alltid om drastiske tiltak, da det for mange kan være smart å begynne i mindre trekk. Studiens svake sammenheng med egen selvoppfatning kan understrekes av at små forskjeller i tidsbruk kan ha store påvirkninger.

Det å være bevisst på egen skjermtid og sammenhengene det kan ha med egen selvoppfatning blir viktigere med årene. Med fire timer i snitt hver dag har nordmenn i aldersgruppen 25 til 44 år (SSB, 2019) flere inntrykk daglig. Disse fire timene kan gå utover søvn eller arbeidslivet, da sosiale medier raskt kan fungere som en tidstyv. En av grunnene til at nordmenn bruker fire timer daglig på sosiale medier kan komme av behovet for å passe inn. Selvoppfatning er som kjent et resultat av samspillet mellom miljøet og personen selv (Skjei et al., 1996). Er man ikke tilgjengelig på sosiale medier kan man oppfattes som fraværende eller som en som ikke er en del av gruppen. Mennesket har et behov for å passe inn og å være inkludert, og det kan medføre ulike tiltak for å iverksette dette. Ved å sammenligne seg med andre kan det være enklere å finne ut av hvordan man selv skal handle (Festinger, 1954). Uansett om det er gjennom en digital fasade på sosiale medier, eller gjennom konstant digital kommunikasjon med andre for å opprettholde kontakt. Mennesker har alle et ulikt behov for tilpasning og det å være del av en gruppe. Gjennom reflekterte vurderinger (Rosenberg, 1979) kan det ha en stor påvirkning på ens selvoppfatning, da andres meninger kan ha mye å si. Har man behovet for aksept og innpass, kan det å endre seg for å være en versjon man tror andre vil at man skal være, føre til mer tidsbruk på sosiale medier.

## 6.3 Livstilfredshet og selvoppfatning

Studiens tredje hypotese antok en positiv sammenheng mellom livstilfredshet og egen selvoppfatning. Dette støtter studiens analyser med moderate positive signifikante resultater ( $r = .47$ ,  $\beta = .42$ ). Sammenhengen tyder på at en positiv grad av egen selvoppfatning øker sannsynligheten for å oppleve positiv livstilfredshet. Dette er forventet, da livstilfredshet og egen selvoppfatning påvirker hverandre parallelt (Arslan, 2019). Studiens positive sammenhenger kan knyttes at mennesket har en tendens til å trekkes mot situasjoner en mestrer, og unngå situasjoner en antar å ikke mestre (Skjei et al., 1996). For å oppnå høyere grad av livstilfredshet gir det mening at man oppsøker situasjoner man tror man vil mestre og har gode erfaringer med. Eksempelvis på sosiale medier, der studiens eldre voksne bruker Facebook mest ( $r = -.48$ ). Ved gjentagende bruk av Facebook vil det være mer naturlig å holde seg til det samme sosiale mediet, og ikke begi seg ut på andre sosiale medier. Dette støtter studiens funn, da de resterende sosiale mediene hadde positiv korrelasjon med yngre voksne. Eldre voksne kan benytte seg av Facebook da de tidligere har opplevd positive forventninger i forkant, som bidrar til økte forutsetninger for atferd (Skjei et al., 1996). Ved å velge situasjoner som setter en i et godt lys, kan det bidra til å styrke egen selvoppfatning (Rosenberg, 1968), samt verdien av det.

Sosial sammenligning kan skilles mellom oppadrettet, nedadrettet og lateral sosial sammenligning (Buunk et al., 1997). Livstilfredshet kan knyttes til disse, da forventningene en har til seg selv kan variere fra situasjon til situasjon. Oppadrettet sosial sammenligning kan forekomme i situasjoner der en opplever motgang og negativ sinnsstemning (Hogg & Vaughan, 2017). Negative situasjoner kan oppfattes ulikt av mennesker, da folk vektlegger ulikt hva som påvirker livstilfredsheten (Pavot & Diener, 2009). En faktor for livstilfredshet er helse, som kan være en raskt svingende faktor. Et aktuelt og svært omtalt eksempel er korona-pandemien, da verden ble snudd på hodet i 2020. Majoriteten av Norges, og verdens, befolkning visste ikke hva man kunne forvente. Landets psykiske helse var virkelig på dagsorden og mange visste ikke hvordan hverdagen skulle bli. En opplevelse av maktesløshet i et verdensomspennende problem kan oppleves som vanskelig. En følelse av uvisshet kan være en bidragsyter til lavere grad av livstilfredshet. Derfor kunne møtet med den innledende korona-pandemien være en stor ytre faktor med situasjoner man aldri hadde opplevd før. I møte med nye situasjoner kan det være avgjørende å ha lignende erfaringer. Dette var tilfellet for få i befolkningen knyttet til pandemien. Dette kan bidra til mer stress og vanskeligheter i hverdagen. På denne måten kunne, og fortsatt kan, korona-pandemien føre til oppadrettet sosial sammenligning i sammenheng med livstilfredshet, da det kan være vanskelig å finne sin egen stemme og plass i nye og utfordrende situasjoner.

Lateral sosial sammenligning er i situasjoner man føler seg likestilt med andre i samme situasjon, og kan gå utover egen opplevelse av livstilfredshet og selvoppfatning (Fardouly et al., 2017). Eksempelvis bruk av Snapchat, der man kan følge venner som jevnlig deler oppdateringer med vellykkede karrierer eller lykkelige forhold. En kan selv begynne å tvile på egne prestasjoner og eget liv sammenlignet med vennene på Snapchat. Dette kan føre til en sammenligning som kan gi en følelse av mindre tilfredshet med eget liv, ettersom andres livsstil virker mer spennende. Dette kan føre til en følelse av misnøye og utilstrekkelighet i eget liv. Samtidig er det viktig å huske at sosiale medier kan vise en filtrert versjon av virkeligheten, og å være bevisst på dette

kan minske sannsynligheten for egen sammenligning og å opprettholde en sunn følelse av egen livstilfredshet, kun basert på egne verdier og mål.

Nedadrettet sosial sammenligning kan forekomme i situasjoner der man føler seg bedre enn andre, slik at man kan oppleve en følelse av overlegenhet (Buunk et al., 1997). I situasjoner man føler man mestrer er opplevelsen av livstilfredshet mer fremtredende. En opplevelse av mestring kan styrke motivasjonen til å gjennomføre eller komme lignende situasjoner i møte. Et eksempel er en av faktorene som spiller inn på livstilfredshet; arbeidsliv. Har man arbeidet lenge innenfor samme område burde man ha kontroll på eget arbeidsområde. Har man positive erfaringer med tidligere arbeidsoppgaver, kan sannsynligheten være større for at man tør å ta på nye utfordringer. Eksempelvis om arbeidsoppgavene omhandler kundeservice over telefon, og sjefen spør om man vil prøve fysisk kundeservice. Selv om oppgaven for noen kan oppleves som utfordrende, kan selvtilliten og tidligere erfaringer spille inn. På denne måten kan nedadrettet sosial sammenligning med tidligere positive erfaringer føre til større grad av livstilfredshet i møte med nye situasjoner.

### 6.3.1 Sosiale medier

Livstilfredshet avgjøres blant annet av kognitive vurderinger, der fysiske relasjoner er en viktig faktor (Arslan, 2019). Bruken av sosiale medier kan føre til en nedgang i livstilfredshet knyttet til det sosiale aspektet, da tidsbruk på sosiale medier kan føre til mindre kommunikasjon ansikt til ansikt (Aalen, 2015). Dette støttes av den positive sammenhengen mellom maks fire timer og livstilfredshet ( $r = .25$ ). Samtidig kan graden av sosiale relasjoner påvirkes av sosial sammenligning, der usikkerhet knyttet til selvoppfatning kan være et utgangspunkt for sosiale relasjoner (Hogg & Vaughan, 2017). Ved å ha ulike standarder å sammenligne seg med kan det være vanskelig å vite hva man skal gå ut ifra. Ulike grupperinger, vennegjenger eller forum kan derfor variere i holdninger og meninger.

“Filterbobler” er et uttrykk for tilpasset innhold på sosiale medier, og påvirker individuelle informasjonsstrømmer (Enli & Aalen, 2023b). På denne måten har alle ulikt innhold på sosiale medier, og mye av samme informasjon er gjentakende. Eksempelvis kan man oppsøke idealer, som en fin sommerkropp eller et perfekt par på sosiale medier. Ved gjentakende søk mot de samme interessene, kan algoritmene tilpasse innholdet til å vise lignende innhold. Opplever man inntrykkene av en fin sommerkropp eller et perfekt par som noe man ikke har selv, kan man lengte etter dette. Det å få informasjon og innhold knyttet til lignende tema hver dag kan bidra til negativ påvirkning. Dette kan gå utover livstilfredsheten til enkelte ved gjentakende stimuli over tid.

Det kan være vanskelig å unngå “filterbobler” om man ikke aktivt selv forsøker å endre informasjonsstrømmen. Knyttet til sosial sammenligningsteori kan “filterbobler” øke påvirkningen informasjonsstrømmen har til den enkelte. Ved å evaluere seg selv vil man sammenligne seg med andre, og “filterbobler” kan bidra til konstant sammenligning. Viser bilder av presenterte fasader, kan det være vanskelig å ikke sammenligne seg med andre. Dette støttes av studiens signifikante negative korrelasjon mellom for å få likes og livstilfredshet ( $r = -.17$ )

## 6.4 Alder, kjønn og selvoppfatning

Studiens fjerde og siste hypotese antok at kvinner og yngre voksne rapporterte en sterkere negativ sammenheng med egen selvoppfatning, enn menn og eldre voksne. Dette viser derimot å ikke helt stemme, da eldre voksne ( $r = .06$ ,  $\beta = .03$ ) og kvinner ( $r = .06$ ,  $\beta = -.03$ ) har sterkere negativ sammenheng med egen selvoppfatning. Begge funnene er svake, og ingen er signifikante. Grunner til dette kan være varierende svar fra studiens respondenter, samt lav variasjon i datasettet ettersom det er overvekt av kvinner (77%) og yngre voksne (71%). På samme tid kan det også være grunnet fravær av andre årsakssammenhenger som denne studien ikke har portrettert. Mer om dette kommenteres under studiens begrensninger.

### 6.4.1 Alder

Studiens negative sammenheng mellom eldre voksne og egen selvoppfatning ( $r = .06$ ,  $\beta = .03$ ) stemmer ikke overens med tidligere forskning, da det er hevdet at eldre opplever høyere grad av selvoppfatning enn yngre (Gecas, 1982; Rosenberg, 1979). Samtidig har aldersperspektivet vært vanskelig å studere når det kommer til utvikling av selvoppfatning, da fokuset hovedsakelig har vært på yngre (Gecas, 1982). Noe av forskningen som har blitt gjennomført konkluderer med at det er i ungdomstiden selvoppfatningen er på sitt laveste (Gecas, 1982; Rosenberg, 1979), og med en økning i voksenalder (Marsh, 1989). En av grunnene til at folk opplever usikkerhet knyttet til egen selvoppfatning i tidlig alder kan være grunnet identitetskrise (Erikson, 1980). Det var denne påstanden studiens hypotese om alder baserte seg på, men som viste seg å ikke stemme overens med studiens funn. Ulike grunner til at eldre opplever lavere sammenheng med selvoppfatning, enn yngre voksne, kan være grunnet store livsendringer eller flere negative erfaringer. Ettersom selvoppfatning er et resultat av tidligere erfaringer (Skaalvik & Skaalvik, 2005), kan disse opplevelsene for noen oppleves som overveldende. Har man opplevd flere negative situasjoner gjentagende ganger, kan det være vanskelig å fokusere på det positive.

Studier på selvoppfatning gjennom livet har vært nedprioritert fremfor forskning på unge (Gecas, 1982). Samtidig finnes det andre måter å forske på voksnens selvoppfatning, eksempelvis ved å sammenligne stabilitet og variasjon blant ulike livshendelser (Gecas, 1982) eller store endringer i livet (Skjei et al., 1996). Eksempelvis overgang til videregående skole, når man får sin første jobb, når man gifter seg, når man får sitt første barn eller når et familiemedlem dør. Dette kan være store livshendelser som påvirker selvoppfatningen ved at man kan endre utgangspunktet en har til hva som er en høy grad av selvoppfatning (Erikson, 1980; Gordon, 1976). Egen selvoppfatning knyttet til overgangen til videregående skole kan være viktigheten av å se bra ut eller ha mange venner. Overgangen til det å få barn kan selvoppfatningen omhandle viktigheten av god helse, ha nok kunnskap om barselperioden eller det å ha en støttende kjernefamilie. Når man blir eldre og opplever ulike livsendringer har man flere erfaringer i bagasjen. Disse kan ulikt bidra til å endre eller stabilisere egen selvoppfatning da hva som er viktig i livet også kan endre seg med alderen.

Tidligere forskning som kan støtte studiens negative sammenheng mellom eldre voksne og egen selvoppfatning er Newcomb (1943) sin studie på studenter. Han hevdet at over en fireårsperiode endret studenter seg for å speile medstudentene sine. Lignende antagelser kan knyttes til andre aldersgrupper eller situasjoner, eksempelvis for de av

studiens respondenter som var eldre voksne. For det er vist at man endrer seg for å tilpasse seg og være et fungerende menneske i interaksjon med omverdenen (Epstein, 1973). Det kan være et forslag at studiens eldre respondenter var i en periode, eller livsfase, der de opplevde reflekterte vurderinger (Rosenberg, 1979). Eksempelvis om kollegaer er raskere teknologisk eller at barna deres begynner å bli raskere enn dem. Ulike ytre faktorer kan spille inn på ens egen selvoppfatning. Teorien til Bandura (1978) om at mislykkes man i en oppgave man tidligere har mestret, vil man skyldes på ytre faktorer. Eksempelvis om man ikke klarer å holde en presentasjon foran ansatte kan man skyldes på dårlig søvn, bråk hos de som hører på eller lite mat. Det kan være enklere å skyldes på ytre faktorer, enn seg selv.

Sosial sammenligningsteori hevder mennesker sammenligner seg i lys av andre og hvordan man tror andre oppfatter en (Festinger, 1954; Marsh, 1986). Her kan et langt og voksent liv føre til endringer i hvordan man føler seg. Tror man at man er dårligere enn andre i en situasjon, er sannsynligheten mindre for at man gjennomfører den. Derfor kan alder være et hinder, om man ikke lærer seg ulike strategier for å gjennomføre til tross for negative erfaringer. Til sammenligning illustrerer alder og livstilfredshet en U-kurve (Diener & Suh, 1999). Grunnen til at livstilfredshet varierer i alder kan være fordi jo eldre man blir, jo flere erfaringer rikere blir man. Tidlig i livet kan det meste virke greit, men etter hvert kommer flere store endringer som kan virke overveldende. I eldre alder kan man ha mer kontroll, og derfor oppleve høyere grad av livstilfredshet.

En grunn til at studien viser en svak, ikke signifikant negativ sammenheng med yngre voksne og egen selvoppfatning ( $\beta = .03$ ), kan komme av at tidligere forskning tyder på det motsatte. Flere forskningsprosjekter tilsier at selvoppfatningen stabiliseres i voksen alder (Marsh, 1989). Dette kan være grunnet at atferd påvirker selvoppfatning og læringsprosessen (Bandura, 1986; Festinger, 1954; Helmke & Aken, 1995; Marsh, 1987; Muijs, 1997; Rosenberg, 1979; Skaalvik & Hagtvet, 1990). Da selvoppfatning kan formes av reflekterte vurderinger, sosial sammenligning og mestringserfaringer en har opplevd gjennom livet. Med flere erfaringer kan det være enklere for en eldre voksen å vite hvordan man skal ta fatt på ulike situasjoner som kan øke forutsetninger for god læringsatferd. Samt antyder tidligere forskning at selvoppfatning stabiliserer seg i voksen alder, som også bør gjøre eldre voksne mer trygge på seg selv. Det er vist gjennom en studie blant 368 menn (Mortimer et al., 1982) at selvoppfatning er tidlig med på å forme livet. I tillegg at erfaringer man opplever på veien bidrar til utvikling og endring i egen selvoppfatning. Når det kommer til selvevaluering innenfor sosial sammenligningsteori, hevdes det at mennesket benytter seg av selvevaluering som motivasjon for å underbygge egne valg. Står man støtt i egne valg kan det være enklere å ta fatt på nye utfordringer. Har man tilstrekkelig med tidligere erfaringer, kan det gi innsikt i hvilke valg en skal ta i møte med nye situasjoner. På denne måten kan både positive, og negative, tidligere erfaringer føre til en fordel. Har man erfart at negative erfaringer har ført til noe positivt, kan det føre til motivasjon for å klare neste utfordring. Egenskapen til å snu om noe negativt er essensielt, og noe man kan lære seg over tid.

Mangel på nyere forskning kan være enda en grunn til at studiens funn avkrefter studiens fjerde hypotese. Ettersom det for unge i dag kan være en selvfølge å håndtere bruken av sosiale medier, da det har blitt en slags norm i samfunnet. Sosial sammenligningsteori kan være en del av roten til dette, da Festinger (1954) hevdet at man vurderer egen selvoppfatning etter hvordan andre presterer. Derfor kan den økende trenden i bruk av sosiale medier være en bidragsyter til at yngre, og eldre, i dagens



samfunn kan å bruke sosiale medier. Videre tar sosial sammenligningsteori utgangspunkt i at man sammenligner seg med de på samme nivå som seg selv når det kommer til egenskaper og relevant kunnskap (Festinger, 1954). Derfor vil man ha lignende kunnskaper som de man assosierer seg med, som støttes med at oppimot 90% (SSB, 2019) av den norske befolkningen benytter seg av sosiale medier daglig. Opplever man derimot forskjell eller endring i egen sammenligning med andre, kan man føle på en nedgang i verdi og selvtillit (Festinger, 1954). Spesielt om man opplever andre som bedre enn seg selv. Dette kan man unngå ved å opprettholde og benytte seg av sosiale medier.

#### 6.4.2 Kjønn

Studiens funn viser en sterkere negativ sammenheng mellom kvinner og egen selvoppfatning ( $r = -.06$ ,  $\beta = -.03$ ). Dette støttes av tidligere forskning da det hevdes menn har høyere grad av selvoppfatning enn kvinner når det kommer til kunnskap, fysikk og kjønnsstereotyper. Det er vist at gutter i tidlig alder og menn i voksen alder har høyere selvoppfatning enn jenter og kvinner (Lau, 1990; Simmons et al., 1979; Widaman et al., 1992). Knyttet til stereotyper som at jenter overtenker og gutter ikke har følelser, stemmer studiens funn overens med forskning. Sees dette i sammenheng med selvoppfatning, kan antagelsene knyttet til kjønnsstereotyper være en faktor (Marsh, 1989). Eksempelvis at menn "skal være tøffe", som kan bidra til at andres vurderinger ikke påvirker menn. Noe det sannsynligvis kunne ha gjort hos en kvinne, i følge kjønnsstereotyper (Marsh, 1989). Menn og kvinner kan på denne måten ha ulik selvattribusjon (Rosenberg, 1968), ved at atferden endres etter egen selvoppfatning. Andre kjønnsstereotyper som at det eksempelvis kan være viktig for menn med en bra jobb og en fin bil. For kvinner kan dette også være viktig, men samtidig vil damer se bra ut, være en god mor og ha mange venner. Disse antagelsene bygger oppunder kjønnsstereotyper, men på samme tid støtter det tidligere forskning (Marsh, 1989; Rosenberg, 1968) og denne studiens resultater ( $r = -.06$ ,  $\beta = -.03$ ).

Knyttet til bruk av sosiale medier er det kvinner i alle aldersgrupper som trumfer på topp (SSB, 2019). Dette kan underbygge studiens funn om at kvinner opplever sterkere negativ sammenheng med egen selvoppfatning ( $\beta = -.03$ ). Økt tidsbruk er tidligere i teksten vist å ha en negativ sammenheng med egen selvoppfatning ( $\beta = -.04$ ), som støtter forskningen om at kvinner er mest på sosiale medier (SSB, 2019). Ved å få presentert andres liv gjennom sosiale medier kan en føle på et behov for sammenligning. For å evaluere seg selv har mennesket en iboende trang til å sammenligne seg med andre (Festinger, 1954), og dermed kan bruken av sosiale medier økes. Sosiale medier kan bidra til å sette en standard for hvordan man skal evaluere seg selv, ved at andres innhold kan bli en pekepinn på hvordan man selv skal være. Samtidig kan posting av innhold føre til et økt behov for andres vurderinger, og at man forutser andres vurderinger av seg selv (Skjei et al., 1996).

## 7 Oppsummering

Denne studien har til hensikt å undersøke sammenhenger mellom bruken av sosiale medier og livstilfredshet med egen selvoppfatning, med bakgrunn i følgende problemstilling: *Hvilke sammenhenger har bruken av sosiale medier og livstilfredshet med egen selvoppfatning?* Med grunnlag i eget datamateriale og kvantitativ metode viser studien et bredt spekter av analyser og utvikling av studiens variabler. Problemstillingen har vært studiens røde tråd, og hypotesene baserte seg på tidligere forskning og teori. Studiens analyser både bekreftet og avkreftet studiens hypoteser, og i det videre vil grunner til dette reflekteres rundt. Studiens funn vil også oppsummeres. Det blir gitt plass til studiens begrensninger som er viktig for en transparent forskningsprosess. Avslutningsvis vil mine egne tanker om videre forskning luftes.

### 7.1 Oppsummering av studiens funn

Denne studien viser at livstilfredshet, med gode marginer, har sterkere statistisk positiv påvirkning på egen selvoppfatning enn bruken av sosiale medier. Med andre ord har bruken av sosiale medier liten sammenheng med egen selvoppfatning, til sammenligning med livstilfredshet.

Det er Instagram som er det sosiale mediet med størst betydning for egen selvoppfatning. Dette avviker fra studiens hypotese om at Facebook har den sterkeste negative sammenheng med egen selvoppfatning. Det viste seg at ingen av studiens sosiale medier har negativ sammenheng med egen selvoppfatning, men på samme tid er ingen av funnene signifikante. Det var forventet at de som bruker gjennomsnittlig minst fire timer på sosiale medier daglig opplever lavere selvoppfatning, enn de med maks fire timer daglig. Dette viser seg å ikke stemme i regresjonsanalysen, men forklaringskraften er derimot svak og ikke signifikant. Liker å legge ut var en av studiens sterkeste sammenhenger med egen selvoppfatning. Dette var forventet da de som liker å legge ut innhold kan tenkes å bli mindre påvirket av sosiale medier og stå støtt i egen selvoppfatning. Oppsummert har bruken av sosiale medier derimot liten sammenheng med egen selvoppfatning, som er overraskende knyttet til tidligere forskning. Menn og yngre voksne har sterkere positiv sammenheng med egen selvoppfatning, enn kvinner og eldre voksne. Det var forventet at menn er blant disse, men det er overraskende med yngre voksne, da det var forventet at egen selvoppfatning blir mer stødig med årene. Funnene er ikke signifikante. Det viser seg at livstilfredshet har størst betydning for egen selvoppfatning. Det var antatt en positiv sammenheng, men det er overraskende hvor markante forskjeller bruken av sosiale medier og livstilfredshet har med selvoppfatning.

#### 7.1.1 Oppsummerende refleksjoner

Det er uventet hvor liten forklaringskraft bruken av sosiale medier har med egen selvoppfatning. Det var antatt at bruken av sosiale medier skulle ha en negativ effekt på egen selvoppfatning, noe som viste seg å ikke stemme overens med studiens funn. Det viser seg heller å være det motsatte, med en majoritet av positive sammenhenger i regresjonsanalysen. Korrelasjonsanalysen viser til en negativ korrelasjon mellom å få likes, TikTok og Facebook med egen selvoppfatning. Det er derfor overraskende at ikke regresjonsanalysen, og flere variabler i korrelasjonsanalysen, viser til negativ sammenheng med egen selvoppfatning. Kan det hende at bruken av sosiale medier

bidrar til å styrke egen selvoppfatning? Eller at brukerne har blitt vandt med påvirkningen slik at inntrykk og sammenligning man gjorde tidligere ikke blir likt mottatt i dag?

Livstilfredshet viser seg å stå støtt som en viktig betydning for egen selvoppfatning. Dette var antatt, men ikke i like stor grad og sterkt som analysene presenterer. Det som er overraskende er den negative korrelasjonen mellom bruken av Instagram og livstilfredshet, som er motsatt fra den positive korrelasjonen mellom bruken av Instagram og selvoppfatning. Det viser seg også at bruken av Facebook og Snapchat har de sterkeste korrelasjonene med livstilfredshet, der Facebook har en negativ korrelasjon, og Snapchat en positiv korrelasjon. Disse funnene tyder på at selv om livstilfredshet og egen selvoppfatning kan oppfattes som lignende begreper, viser korrelasjonsanalysen tydelige forskjeller. Derfor er det interessant at det forekom en moderat korrelasjon mellom livstilfredshet og egen selvoppfatning. Spesielt ettersom korrelasjonsanalysen viste ulike sammenheng med bruk av sosiale medier.

Alt i alt bidrar denne masteroppgaven til utfordring og utvikling. Uvitende om bredden og ny kunnskap satt jeg i gang med eget spørreskjema og datainnsamling. Flere refleksjoner og valg har blitt gjennomtenkt underveis og forskningsprosessen har belyst flere interessante funn. Min studie er en start på nyere og bredere forskning på bruken av sosiale medier, livstilfredshet og egen selvoppfatning.

## 7.2 Studiens begrensninger

Ved å ta i bruk kvantitativ metode har jeg stått overfor mange valg. Flere av valgene jeg tok kan andre ha gjort annerledes. Derfor er det viktig som forsker å begrunne og reflektere over valgene som blir tatt gjennom hele forskningsprosessen. Dette innebærer studiens styrker og begrensninger, som i sum bidrar til å styrke studiens validitet (Kaiser, 2015). Først og fremst er studiens styrke at temaene bruken av sosiale medier, livstilfredshet og egen selvoppfatning settes i ett nytt lys. Denne masteroppgaven består av viktige tema som blir mer relevante for hver dag.

Valget av kvantitativ metode belyser flere sider av bruk av sosiale medier og livstilfredshet med egen selvoppfatning. Et moderat utvalg har gitt et godt datagrunnlag med utgangspunkt i ulike analyser. Kvantitativ metode gir høy grad av objektivitet, ettersom dataen er målbar og analysene er pålitelige og standardiserte (Field, 2018). Med en høy grad av nøyaktighet er kvantitativ metode enkelt å stole på. Samtidig kan bruken av metoden gi en forenklet fremstilling av bruken av sosiale medier og livstilfredshet med egen selvoppfatning. På denne måten kan det forekomme mangel på kontekst, da kvantitativ metode ikke tar hensyn til eksempelvis økonomiske eller samfunnsmessige faktorer. Dette kunne derimot vært bedre å portrettere med kvalitativ metode.

### 7.2.1 Spørreskjemaet

Innledningsvis ble studiens spørreskjema utviklet, med nye og tidligere brukte og validerte mål. Begrensninger knyttet til nye instrumenter er mangelen på anvendelse i tidligere forskning (Field, 2018). Styrken derimot er spissing av instrumentet rettet mot bruken av sosiale medier. En begrensning knyttet til spørreskjemaet er selvrapportering, som kan medføre målefeil og subjektive svar (Joseph et al., 2008). Oppfattelsen av

latente begrep kan variere for respondentene. Samtidig kan oversettelse av skala til norsk være en begrensning for latente begreper. Dette kan gå utover begrepsvaliditeten, men var i denne studien nødvendig da hele spørreskjemaet var på norsk.

Styrker for spørreskjemaet var muligheten til å besvare spørreskjemaet alene, ettersom det var nettbasert og derfor gir muligheten for å eliminere tilskuereffekten. Fenomenet sosial ønskelighet referer til at personer som besvarer undersøkelser rundt andre kan ha en tendens til å svare uærlig (Adams et al., 2005). Ved bruk av dette designet minimeres sannsynligheten for tilskuereffekten. En annen styrke ved spørreskjemaet er spørsmålsrekkefølgen der målet på livstilfredshet var snudd, som kontrollerer for tendensen til konsekvente besvarelser til høyre eller venstre (Field, 2018). Spørreskjemaet ble besvart på nett, og det var en antakelse om flest unge, kvinnelige studenter som respondenter. Dette viste seg å stemme. Hadde undersøkelsen vært sendt med brev eller over telefon, kan sannsynligheten være større for eksempelvis flere eldre respondenter. Majoriteten av unge kvinnelige respondenter kan være en begrensning for studien, da det kan resultere i en feilkilde.

Respondentene ble samlet inn ved hjelp av bekvemmelighetsutvalg, som ikke er et tilfeldig utvalg og derfor en svekkelse av studiens ytre validitet (Ringdal, 2013). Derfor kan det være vanskeligere å generalisere tilbake til populasjonen. Det er hensiktsmessig for kvantitativ metode med et tilfeldig utvalg, men dette er sjeldent gjennomførbart (Wilson et al., 2010). Bruken av bekvemmelighetsutvalg ga derimot mange respondenter, og ble brukt for å samle inn flest mulig på kort tid. På denne måten ble spørreskjemaet sendt rundt til personer jeg antok ville svare. Hadde jeg benyttet meg av et tilfeldig utvalg ville det vært mer ressurskrevende. Derfor er bekvemmelighetsutvalg passende for denne masteroppgaven.

Lengden på spørreskjemaet kan i ettertid ansees som for langt. Grunnet manglende ferdigheter på utvikling av spørreskjema ble for mange spørsmål lagt til. Spørsmålene fra spørreskjemaet kan være relevant for videre studier som fokuserer mer på kun bruken av sosiale medier. Ved videre utvikling av dette spørsmålsbatteriet kunne det vært interessant å fjerne spørsmål fra siste del av spørreskjemaet, omhandlende livstilfredshet og egen selvoppfatning, da flere av spørsmålene ikke ble benyttet i denne studien. Kanskje kan også et kortere spørreskjema føre til flere respondenter.

### 7.2.2 Analyse

På den ene siden kan ekskludering av variabler være en begrensning, da flere variabler kunne undersøkt ulike årsakssammenhenger (Field, 2018). På den andre siden ble dette forsøkt gjennomført, men variabelen hadde lav forklaringskraft. Variabelen online motivasjon var i utgangspunktet en del av studien, men ble etterhvert valgt ut. Dette var fordi fokuset ikke var nok rettet mot studiens tema. Det ble derfor gjort et valg om å ekskludere variabelen. En motivasjon for bruk av sosiale medier ble derfor luket bort, men er en faktor som kunne ha spilt inn. Derfor kan det være interessant å implementere online motivasjon i videre forskning der tidsaspektet er et annet og mengde er større.

Justert  $R^2$  ble brukt for å kommentere blokkene i regresjonsanalysen sin forklaringskraft. Da er det viktig å være oppmerksom på at justert  $R^2$  kun gir informasjon om hvordan modellen passer til dataen, og ikke i hvilken grad modellen er gyldig eller god. Samtidig

er det også mulig å ha en høy justert  $R^2$  verdi, selv om det er feil eller begrensninger i modellen.

### 7.3 Videre forskning

Ved å anse denne studien som en ny tilnærming til å belyse sammenhenger mellom sosiale medier, livstilfredshet og egen selvoppfatning, kan videre forskning ha fordel av et spørreskjema med flere respondenter. Sannsynligheten for signifikante funn kan dermed øke, og forklaringskraften kan bli sterkere. Flere innfallsvinkler kunne vært interessant, som bruken av mixed methods eller kun kvalitativ metode. Essensen i dybdeintervju kan trekke ut større forskjeller blant hver enkelt, der fokuset kan være på eksempelvis en spesifikk aldersgruppe. En longitudinell studie med intervjuer kan påpeke utvikling hos den enkelte. Med lenger tid og flere forskere kan denne studien få et bredere spekter av respondenter og forhåpentligvis flere respondenter i sin helhet. Det er viktig å studere og forske på bruken av sosiale medier, da bruken og tilgjengeligheten er såpass stor. Allerede i dag tar sosiale medier en stor del av hverdagen. Vi kan kun ane hvordan fremtiden vil se ut. Derfor er det viktig å ikke glemme påvirkningen sosiale medier kan ha på hver enkelt, og viktigheten av å kunne tilpasse seg. Jeg skulle gjerne hatt lengre tid og mer kunnskap om eget datamateriale for å grave enda dypere i denne studien. Heldigvis er fremtiden lys for forskning på disse temaene. Videre forskning på bruken av sosiale medier, livstilfredshet og egen selvoppfatning kan ha nytte av flere respondenter og bruk av mixed methods for dybdeintervju. Det kunne vært en forskningsprosess som ville blomstret fra frøene min masteroppgave har sådd. For tenk, hvordan vil det være i en verden om kun fem til ti år? Hvordan vil du sammenligne deg med andre? Og ikke minst, hvordan vil din egen selvoppfatning oppleves i en verden med enda mer påvirkning?

# Referanser

- Abrahamsen, M. H., Dvergsdal, H. & Askheim, S. (2023). Instagram. I *Store norske leksikon*. <http://snl.no/Instagram>
- Adams, S. A., Matthews, C. E., Ebbeling, C. B., Moore, C. G., Cunningham, J. E., Fulton, J. & Hebert, J. R. (2005). The Effect of Social Desirability and Social Approval on Self-Reports of Physical Activity. *American Journal of Epidemiology*, 161(4), 389–398. <https://doi.org/10.1093/aje/kwi054>
- Arslan, G. (2019). Mediating role of the self-esteem and resilience in the association between social exclusion and life satisfaction among adolescents. *Personality and Individual Differences*, 151, 1–6. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.109514>
- Aydin, S. (2012). A review of research on Facebook as an educational environment. *Educational Technology Research and Development*, 60(6), 1093–1106. <https://doi.org/10.1007/s11423-012-9260-7>
- Bandura, A. (1978). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Advances in Behaviour Research and Therapy*, 1(4), 139–161. [https://doi.org/10.1016/0146-6402\(78\)90002-4](https://doi.org/10.1016/0146-6402(78)90002-4)
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall.
- Berger, M. W. (2018, november 9). *Social Media Use Increases Depression and Loneliness*. Penn Today. <https://penntoday.upenn.edu/news/social-media-use-increases-depression-and-loneliness>
- Bjerkan, A. M. (2012). Faktoranalyse. I T. A. Eikemo & T. H. Clausen (Red.), *Kvantitativ analyse med SPSS* (2. utg.). Tapir Akademisk Forlag.
- Bjørnnes, A. K. & Gjevjon, E. R. (2019). Kvalitet i kvantitativ metode – et innblikk. *Sykepleien forskning (Oslo)*, 78806, 1–10. <https://doi.org/10.4220/Sykepleienf.2019.78806>
- Blau, G., DiMino, J., DeMaria, P. A., Beverly, C., Chessler, M. & Drennan, R. (2016). Social connectedness and life satisfaction: Comparing mean levels for 2 undergraduate samples and testing for improvement based on brief counseling. *Journal of American College Health*, 64(8), 585–592. <https://doi.org/10.1080/07448481.2016.1207645>
- Bradburn, N., Sudman, S. & Wansink, B. (2004). *Asking Questions*. John Wiley and Sons.
- Brick, J. M. & Kalton, G. (1996). Handling missing data in survey research. *Statistical Methods in Medical Research*, 5(3), 215–238. <https://doi.org/10.1177/096228029600500302>
- Statistisk sentralbyrå. (9 juni, 2023). *Bruk av IKT i husholdningene*. <https://www.ssb.no/teknologi-og-innovasjon/informasjons-og-kommunikasjonsteknologi-ikt/statistikk/bruk-av-ikt-i-husholdningene>
- Buunk, B. P., Gibbons, F. X. & Bergan-Reis, M. (1997). Social Comparison in Health and Illness: A Historical Overview. I B. P. Buunk & F. X. Gibbons (Red.), *Health, Coping, and Well-being. Perspectives from social comparison theory* (s. 1–25). Psychology Press.
- Cohen, L., Manion, L. & Morrison, K. (2007). *Research methods in education* (6. utg.). Routledge.
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J. & Griffin, S. (1985). The Satisfaction With Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49, 71–75. [https://doi.org/10.1207/s15327752jpa4901\\_13](https://doi.org/10.1207/s15327752jpa4901_13)

- Diener, E. & Suh, E. M. (1999). National differences in subjective well-being. I D. Kahneman, E. Diener & N. Schwarz (Red.), *Well-being: The foundations of hedonic psychology* (s. 434–450). Russell Sage Foundation.
- Eikemo, T. A. & Clausen, T. H. (2012). *Kvantitativ analyse med SPSS* (2. utg.). Tapir Akademisk Forlag.
- Enjolras, B., Karlsen, R., Steen-Johnsen, K. & Wollebæk, D. (2013). *Liker—Liker ikke*. Cappelen Damm Akademisk.
- Enli, G. & Aalen, I. (2023a). Facebook. I *Store norske leksikon*. <http://snl.no/Facebook>
- Enli, G. & Aalen, I. (2023b). Sosiale medier. I *Store norske leksikon*. [http://snl.no/sosiale\\_medier](http://snl.no/sosiale_medier)
- Epstein, S. (1973). The self-concept revisited: Or a theory of a theory. *American Psychologist*, 28(5), 404–416. <https://doi.org/10.1037/h0034679>
- Eriksen, N., Sletten, M., Bakken, A. & von Soest, T. (2020). *Stress, press og psykiske plager blant unge*. Ungdata. <https://www.ungdata.no/stress-press-og-psykiske-plager-blant-unge/>
- Erikson, E. H. (1980). *Identity and the life cycle*. W. W. Norton & Co.
- Statista. (2023, januar 21). *Facebook MAU worldwide 2022*. <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R. & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*, 13, 38–45. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>
- Fardouly, J., Pinkus, R. T. & Vartanian, L. R. (2017). The impact of appearance comparisons made through social media, traditional media, and in person in women's everyday lives. *Body Image*, 20, 31–39. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.11.002>
- Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Field, A. (2018). *Discovering statistics using IBM SPSS Statistics* (5. utg.). SAGE.
- Forsyth, D. R. (2000). Social Comparison and Influence in Groups. I J. Suls M. & L. Wheeler (Red.), *Handbook of social comparison*. Springer Science+Business Media.
- Furr, R. M. (2011). *Scale construction and psychometrics for social and personality psychology*. SAGE.
- Gall, M. D., Gall, J. P. & Borg, W. R. (2007). *Educational research: An introduction* (8. utg.). Allyn and Bacon.
- Garland, R. (1991). The mid-point on a rating scale: Is it desirable? *Marketing Bulletin*, 2, 66–70.
- Gecas, V. (1982). The Self-Concept. *Annual Review of Sociology*, 8(1), 1–33. <https://doi.org/10.1146/annurev.so.08.080182.000245>
- Gordon, C. (1976). Development of Evaluated Role Identities. *Annual Review of Sociology*, 2, 405–433.
- Harter, S. (21 juli, 2021). *Susan Harter Self-Report Instruments*. portfolio.du.edu. <https://portfolio.du.edu/SusanHarter/page/44210>
- Helmke, A. & Aken, M. (1995). The Causal Ordering of Academic Achievement and Self-Concept of Ability During Elementary School: A Longitudinal Study. *Journal of Educational Psychology*, 87, 624–637. <https://doi.org/10.1037/0022-0663.87.4.624>
- Hogg, M. & Vaughan, G. (2017). *Social Psychology*. Pearson Education UK.

- Huebner, E. S. (1994). Preliminary development and validation of a multidimensional life satisfaction scale for children. *Psychological Assessment*, 6, 149–158.  
<https://doi.org/10.1037/1040-3590.6.2.149>
- Statista. (2023, februar 9). *Instagram monthly active users 2021*.  
<https://www.statista.com/statistics/253577/number-of-monthly-active-instagram-users/>
- Jackson, L. A., Hodge, C. N. & Ingram, J. M. (1994). Gender and self-concept: A reexamination of stereotypic differences and the role of gender attitudes. *Sex Roles*, 30(9), 615–630. <https://doi.org/10.1007/BF01544666>
- Jeness, S. E. (2011). Rethinking facebook: A tool to promote student engagement. *Journal of the Australian and New Zealand Student Services Association*, 53–62.
- Joseph, M., Mabasa, H., Mabila, T., Mothoa, S. & Ramani, E. (2008). Reclaiming subjectivity in survey research: Insights from a pilot study in a university department. *Per Linguam*, 16. <https://doi.org/10.5785/16-1-144>
- Kaiser, M. (2015, april 27). *Kvantitativ metode*. Forskningsetikk.  
<https://www.forskningsetikk.no/ressurser/fbib/metoder/kvantitativ-metode/>
- Kayri, M. & Cakir, O. (2010). An Applied Study on Educational Use of Facebook as a Web 2.0 Tool: The Sample Lesson of Computer Networks and Communication. *International Journal of Computer Science and Information Technology*, 2(4), 48–58. <https://doi.org/10.5121/ijcsit.2010.2405>
- Kleven, T. A., Tveit, K. & Hjordemaal, F. (2011). *Innføring i pedagogisk forskningsmetode: En hjelp til kritisk tolking og vurdering*. Fagbokforlaget.
- Lau, S. (1990). Crisis and vulnerability in adolescent development. *Journal of Youth and Adolescence*, 19(2), 111–131. <https://doi.org/10.1007/BF01538716>
- Layard, R. (2005). Happiness: Lessons From A New Science. *Foreign Affairs*.  
<https://doi.org/10.2307/20031793>
- Li, J., Liu, X., Ma, L. & Zhang, W. (2019). Users' intention to continue using social fitness-tracking apps: Expectation confirmation theory and social comparison theory perspective. *Informatics for Health & Social Care*, 44(3), 298–312.  
<https://doi.org/10.1080/17538157.2018.1434179>
- Malone, G. P., Pillow, D. R. & Osman, A. (2012). The General Belongingness Scale (GBS): Assessing achieved belongingness. *Personality and Individual Differences*, 52(3), 311–316. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2011.10.027>
- Marsh, H. W. (1986). Global self-esteem: Its relation to specific facets of self-concept and their importance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1224–1236. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1224>
- Marsh, H. W. (1987). The big-fish-little-pond effect on academic self-concept. *Journal of Educational Psychology*, 79, 280–295. <https://doi.org/10.1037/0022-0663.79.3.280>
- Marsh, H. W. (1989). Age and sex effects in multiple dimensions of self-concept: Preadolescence to early adulthood. *Journal of Educational Psychology*, 81, 417–430. <https://doi.org/10.1037/0022-0663.81.3.417>
- Marsh, H. W. (1990). The structure of academic self-concept: The Marsh/Shavelson model. *Journal of Educational Psychology*, 82, 623–636.  
<https://doi.org/10.1037/0022-0663.82.4.623>
- Mortimer, J. T., Finch, M. D. & Kumka, D. (1982). Persistence and change in development: The multidimensional self-concept. I P. B. Baltes & O. G. Brim, Jr (Red.), *Life-span development and behavior* (s. 263–313). NY: Academic Press.



- Muijs, R. D. (1997). Predictors of academic achievement and academic self-concept: A longitudinal perspective. *British Journal of Educational Psychology*, 67, 263–277. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8279.1997.tb01243.x>
- Newcomb, T. M. (1943). *Personality and Social Change; attitude in a student community*. Dryden Press. <https://doi.org/10.1086/265657>
- Statistisk sentralbyrå. (2023, mars 3). *Norsk mediebarometer*. <https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/tids-og-mediebruk/statistikk/norsk-mediebarometer>
- Pavot, W. & Diener, E. (2009). Review of the Satisfaction With Life Scale. I E. Diener (Red.), *Assessing well-being: The collected works of Ed Diener* (s. 101–117). Springer Science + Business Media.
- Pérez-Fuentes, M. del C., Molero Jurado, M. del M., Gázquez Linares, J. J., Oropesa Ruiz, N. F., Simón Márquez, M. del M. & Saracostti, M. (2019). Parenting Practices, Life Satisfaction, and the Role of Self-Esteem in Adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(20). <https://doi.org/10.3390/ijerph16204045>
- Riehm, K. E., Feder, K. A., Tormohlen, K. N., Crum, R. M., Young, A. S., Green, K. M., Pacek, L. R., La Flair, L. N. & Mojtabai, R. (2019). Associations Between Time Spent Using Social Media and Internalizing and Externalizing Problems Among US Youth. *JAMA Psychiatry*, 76(12), 1266–1273. <https://doi.org/10.1001/jamapsychiatry.2019.2325>
- Ringdal, K. (2013). *Enhet og mangfold: Samfunnsvitenskapelig forskning og kvantitativ metode* (3. utg.). Fagbokforlaget.
- Rosenberg, M. (1968). Psychological selectivity in self-esteem formation. I C. Gorden & K. J. Gergen (Red.), *The self in social interaction*. Wiley.
- Rosenberg, M. (1979). *Conceiving the self*. Basic Books.
- Schimmack, U. (2008). The structure of subjective well-being. I M. Eid & R. J. Larsen (Red.), *The science of subjective well-being* (s. 97–123). The Guilford Press.
- Simmons, R. G., Blyth, D. A., Van Cleave, E. F. & Bush, D. M. (1979). Entry into Early Adolescence: The Impact of School Structure, Puberty, and Early Dating on Self-Esteem. *American Sociological Review*, 44(6), 948–967. <https://doi.org/10.2307/2094719>
- Skjei, B., Skaalvik, E. & Skaalvik, S. (1996). *Deltakere på AMO-kurs*. Norsk voksenpedagogisk forskningsinstitutt.
- Skogen, J. C. & Hjetland, G. O. J. H. (5. mars 2023). *Blir ungdoms psykisk helse påvirket av sosiale medier?* <https://psykiskhelse.no/psykiskoppvekst/felleskap/blir-ungdoms-psykiske-helse-pavirket-av-sosiale-medier/>
- Skaalvik, E. M. (1988). Barns selvoppfatning—Skolens ansvar. *Norbok*. Tano.
- Skaalvik, E. M. & Hagtvet, K. A. (1990). Academic achievement and self-concept: An analysis of causal predominance in a developmental perspective. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 292–307. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.58.2.292>
- Skaalvik, E. M. & Skaalvik, S. (2005). Faglig selvoppfatning predikerer læring. *Spesialpedagogikk*, 9, 8–19.
- Skaalvik, E. M. & Skaalvik, S. (2013). *Skolen som læringsarena: Selvoppfatning, motivasjon og læring* (2. utg.). Universitetsforl.
- Statista. (2023, februar 12). *Snapchat daily active users 2022*. <https://www.statista.com/statistics/545967/snapchat-app-dau/>
- Steers, M.-L. N., Wickham, R. E. & Acitelli, L. K. (2014). Seeing everyone else's highlight reels: How Facebook usage is linked to depressive symptoms. *Journal of Social*

- and Clinical Psychology*, 33, 701–731.  
<https://doi.org/10.1521/jscp.2014.33.8.701>
- Tangen, R. (2010). Beretninger om beskyttelse» – Etske dilemmaer i forskning med sårbare grupper – barn og ungdom. *Norsk pedagogisk tidskrift*, 94(4), 318–329.  
<https://doi.org/10.18261/ISSN1504-2987-2010-04-07>
- Tesch-Römer, C., Motel-Klingebiel, A. & Tomasik, M. J. (2008). Gender differences in subjective well-being: Comparing societies with respect to gender equality. *Social Indicators Research*, 85, 329–349. <https://doi.org/10.1007/s11205-007-9133-3>
- Statista. (2023, februar 16). *TikTok users worldwide 2027*.  
<https://www.statista.com/forecasts/1142687/tiktok-users-worldwide>
- Twenge, J. M. & Campbell, W. K. (2018). Associations between screen time and lower psychological well-being among children and adolescents: Evidence from a population-based study. *Preventive Medicine Reports*, 12, 271–283.  
<https://doi.org/10.1016/j.pmedr.2018.10.003>
- Vaterlaus, J. M., Barnett, K., Roche, C. & Young, J. A. (2016). "Snapchat is more personal": An exploratory study on Snapchat behaviors and young adult interpersonal relationships. *Computers in Human Behavior*, 62, 594–601.
- Widaman, K. F., MacMillan, D. L., Hemsley, R. E., Little, T. D. & Balow, I. H. (1992). Differences in adolescents' self-concept as a function of academic level, ethnicity, and gender. *American Journal of Mental Retardation: AJMR*, 96(4), 387–403.
- Wilson, T. D., Aronson, E. & Carlsmith, K. (2010). The art of laboratory experimentation. I S. T. Fiske, D. T. Gilbert, & G. Lindzey (Red.), *Handbook of social psychology* (s. 51–81). John Wiley & Sons, Inc.  
<https://doi.org/10.1002/9780470561119.socpsy001002>
- Aalen, I. (2015). *Sosiale medier*. Fagbokforlaget.

# Vedlegg

## Vedlegg 1: Informasjonsskriv til respondenter



### Sosiale medier og selvoppfatning

#### Invitasjon til studie om sosiale medier og selvoppfatning

Alle obligatoriske svar merkes med stjerne \*

Du inviteres til å delta i en studie om sammenhengen mellom sosiale medier og selvoppfatning.

#### Formålet med spørreundersøkelsen

Formålet med denne studien er å se hvorvidt bruken av sosiale medier har en sammenheng med hvordan man tenker om seg selv. Spørreundersøkelsen vil stille spørsmål om din bruk av sosiale medier og ulike spørsmål knyttet til egen selvoppfatning.

#### Hva innebærer det for deg å delta?

Det er frivillig å besvare spørreundersøkelsen; og alle kan delta. Hvis du velger å delta, kan du velge å trekke deg underveis i spørreundersøkelsen uten grunn. Besvarelsen tar 5-10 minutter å besvare. Det å delta innebærer å svare på spørsmålene i spørreskjemaet og trykke send på slutten av spørreundersøkelsen. Alle svar behandles konfidensielt, og alt av datamaterialet er fullstendig anonymisert. Alle spørsmålene bes besvares så ærlig som mulig og det er ingen rette eller gale svar.

#### Ditt personvern og innsamling av datamaterialet

Det er ingen spørsmål om personopplysninger i spørreskjemaet og det innhentes ingen IP-adresser. Alle svarene fra spørreskjemaet registreres digitalt. Jeg vil kun bruke besvarelsen til formålet om å skrive en masteroppgave om sosiale medier og selvoppfatning. Datamaterialet behandles konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket. Alle opplysninger og datamateriell vil bli destruert ved prosjektslutt, som etter planen er satt til 01.06.2023. Datainnsamlingen skjer i anledning av masteroppgaven til student i læring i arbeidsliv og samfunn: Ingrid Espeland Ellefsen

#### Kontaktinformasjon

Innsamlingen av data er det masterstudent i læring i arbeidsliv og samfunn Ingrid Espeland Ellefsen som står for. Med veiledning fra professor Christin Tønseth, ved institutt for pedagogikk og livslang læring, NTNU.

Har du spørsmål om studien eller andre henvendelser, ta kontakt med:

Masterstudent: Ingrid Espeland Ellefsen, [ingree@stud.ntnu.no](mailto:ingree@stud.ntnu.no).

Masterveileder: Christin Tønseth, [christin.tonseth@ntnu.no](mailto:christin.tonseth@ntnu.no)

Jeg håper du vil delta i denne spørreundersøkelsen for å øke kunnskapen om sammenhengen mellom bruk av sosiale medier og selvoppfatning, da flest mulige svar gir et bedre datagrunnlag.

Tusen takk for din deltakelse!

#### Før du går videre, vennligst svar:

**Jeg er innforstått med informasjonen, og ønsker å delta i spørreundersøkelsen\***

Ja

Nei

## Vedlegg 2: Spørreskjema



### Hvilket kjønn er du?

Velg en.

- Kvinne
- Mann
- Annet

### Hva er alderen din?

### Hva er din høyeste fullførte utdanning?

Velg en.

- Ungdomsskole
- Videregående opplæring
- Bachelorgrad
- Mastergrad
- Doktorgrad

### Hva er din sivilstatus?

Velg en.

- Har partner
- Har samboer
- Har ektefelle
- Er singel

### Hva er din stilling?

Velg en.

- Yrkesaktiv
- Student
- Hjemmearbeidende
- Jobber ikke

### Er stillingen deltid eller fulltid?

—

- Deltid
- Fulltid
- Jobber ikke

### Hvilken bransje arbeider du i?

Velg en.

- Energi og industri
- Helse
- Bank
- Ingeniør
- Skole/barnhage
- Konsulent
- Transport og logistikk
- Bygg, anlegg og eiendom
- Shipping
- Butikk
- Politikk
- TV

- Student
- Annet
- Ingen

Nå kommer det spørsmål knyttet til din bruk av sosiale medier.  
Bruk refereres her til alt fra posting av innhold, scrolling og kommunikasjon.

#### **Hvilke sosiale medier bruker du jevnlig?**

Kryss av for flere.

- Instagram
- Snapchat
- TikTok
- Facebook
- Ingen

#### **Hvilket sosialt medium bruker du mest?**

Velg en.

- Instagram
- Snapchat
- TikTok
- Facebook
- Ingen

#### **Hvor mange timer bruker du på sosiale medier om dagen?**

På Instagram, Snapchat, TikTok og Facebook.

Velg en.

- Mindre enn 1 time
- 1-2 timer
- 2-3 timer
- 3-4 timer
- 4-5 timer
- 5-6 timer
- 6-7 timer
- 7 timer eller mer

#### **Har du åpen eller lukket profil på sosiale medier?**

På Instagram, Snapchat, TikTok og Facebook.

Velg en.

- Åpen profil
- Lukket profil
- Ingen profil

Nå kommer det spørsmål om hva og hvor mye du legger ut av innhold på sosiale medier.  
Innhold refereres her til innlegg og story på Instagram, mystory på Snapchat, videoer på TikTok og bilder og innlegg på Facebook.

**Hvor ofte legger du ut innhold på sosiale medier?**

På Instagram, Snapchat, TikTok og Facebook.

Velg en.

- Hver dag
- Ukentlig
- Månedlig
- Årlig
- Legger ikke ut innhold

**Hva legger du ut av innhold på sosiale medier?**

På Instagram, Snapchat, TikTok og Facebook

Kryss av for flere.

- Psykisk helse
- Mote
- Jobbrelatert
- Natur
- Vitenskap
- Reklame
- Interiør
- Personlige historier
- Humor/memes
- Trening
- Bilder av meg selv
- Bilder av andre
- Barneoppdragelse og foreldreskap
- Kjendisstoff
- Litteratur og kunst
- Annet
- Legger ikke ut innhold

**Hvorfor legger du ut innhold på sosiale medier?**

På Instagram, Snapchat, TikTok og Facebook.

Kryss av for flere.

- For å få likes
- Vil dele livet mitt
- Vil vise frem livet mitt
- Liker å legge ut innhold
- Jobbrelatert
- For å skape debatt og engasjement
- For å uttrykke mine meninger
- Annet
- Legger ikke ut innhold

**Hvorfor bruker du sosiale medier?**

På Instagram, Snapchat, TikTok og Facebook.  
Kryss av for flere.

- For å følge med på andre
- For å få oppmerksomhet fra andre
- Vil at andre skal se hva jeg gjør
- Jobbrelatert
- Kommunikasjon med andre
- Liker å legge ut innhold
- For å holde meg oppdatert
- Tidsfordriv
- For å skape debatt og engasjement
- For å uttrykke mine meninger
- Annet
- Bruker ikke sosiale medier

#### **Hva er du interessert i på sosial medier?**

På Instagram, Snapchat, TikTok og Facebook.  
Kryss av for flere.

- Interiør
- Klær og mote
- Sport
- Trening og kosthold
- Musikk
- Friluftsliv
- Kjendisstoff
- Vitenskap
- Helse
- Humor/memes
- Litteratur og kunst
- Barneoppdragelse og foreldreskap
- Dyr
- Politikk og debatt
- Spill
- Annet
- Bruker ikke sosiale medier

Nå blir det spurt om din selvoppfatning av deg selv.  
Svar raskt, og ikke tenk for mye på hvert utsagn.

#### **Hvor godt stemmer følgende utsagn med dine erfaringer på en skala fra 1-5?**

Helt usant=1 og Helt sant=5.  
Velg en på hver rad.

**Ved å være på sosiale medier føler jeg meg mer involvert i hva som skjer med mine venner**

1 (Helt usant)

2

3

4

5 (Helt sant)

**Ved å være på sosiale medier kan jeg og vennene mine opprettholde vennskapet**

1 (Helt usant)

2

3

4

5 (Helt sant)

**Ved å være på sosiale medier kan jeg forbedre mitt forhold til vennene mine**

1 (Helt usant)

2

3

4

5 (Helt sant)

**Jeg bruker sosiale medier for å kommunisere med venner jeg ser regelmessig**

1 (Helt usant)

2

3

4

5 (Helt sant)

**Å være på sosiale medier hjelper meg å opprettholde min posisjon i vennegjengen**

1 (Helt usant)

2

3

4

5 (Helt sant)

**Hvor ofte du har følt deg slik i løpet av de siste 14 dagene?**

Alltid=1 og Aldri=5.

Velg en på hver rad.

**Jeg er fornøyd med hvordan jeg har det for tiden**

1 (Alltid)

2

3

4

5 (Aldri)



**Livet mitt går bra**

- 1 (Alltid)
- 2
- 3
- 4
- 5 (Aldri)

**Livet mitt er akkurat slik det skal være**

- 1 (Alltid)
- 2
- 3
- 4
- 5 (Aldri)

**Jeg kunne tenke meg å forandre mange ting i livet mitt**

- 1 (Alltid)
- 2
- 3
- 4
- 5 (Aldri)

**Jeg skulle ønske jeg var annerledes**

- 1 (Alltid)
- 2
- 3
- 4
- 5 (Aldri)

**Jeg har et godt liv**

- 1 (Alltid)
- 2
- 3
- 4
- 5 (Aldri)

**Jeg trives med hva som skjer i livet mitt**

- 1 (Alltid)
- 2
- 3
- 4
- 5 (Aldri)

**Jeg har det jeg ønsker meg i livet**

- 1 (Alltid)
- 2

- 3
- 4
- 5 (Aldri)

**Jeg har det bedre enn de fleste andre på min alder**

- 1 (Alltid)
- 2
- 3
- 4
- 5 (Aldri)

**Hvordan tror du påstandene passer for deg?**

Helt usant=1 og Helt sant=6.  
Velg en på hver rad.

**Jeg har lett for å få venner**

- 1 (Helt usant)
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6 (Helt sant)

**Det er lett å like meg**

- 1 (Helt usant)
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6 (Helt sant)

**De fleste liker meg**

- 1 (Helt usant)
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6 (Helt sant)

**Det er mange som vil ha meg som venn**

- 1 (Helt usant)
- 2
- 3
- 4

5  
6 (Helt sant)

**Hvordan synes du påstandene passer deg på en skala fra 1-6?**

Helt usant=1 og Helt sant=6.  
Velg en på hver rad.

**Jeg godtar meg selv slik jeg er**

1 (Helt usant)  
2  
3  
4  
5  
6 (Helt sant)

**Jeg vil helst være slik jeg er**

1 (Helt usant)  
2  
3  
4  
5  
6 (Helt sant)

**Jeg skulle ønske jeg hadde vært annerledes**

1 (Helt usant)  
2  
3  
4  
5  
6 (Helt sant)

**Jeg er ofte misfornøyd med meg selv**

1 (Helt usant)  
2  
3  
4  
5  
6 (Helt sant)

**Hvordan synes du de ulike påstandene stemmer for deg på en skala fra 1-6?**

Helt usant=1 og Helt sant=6.  
Velg en på hver rad.

**Jeg er ikke fornøyd med utseendet mitt**

1 (Helt usant)

- 2
- 3
- 4
- 5
- 6 (Helt sant)

**Jeg ønsker at kroppen min var annerledes**

- 1 (Helt usant)
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6 (Helt sant)

**Jeg ønsker at jeg så annerledes ut**

- 1 (Helt usant)
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6 (Helt sant)

**Jeg synes jeg ser bra ut**

- 1 (Helt usant)
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6 (Helt sant)

**Jeg liker utseende mitt veldig godt**

- 1 (Helt usant)
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6 (Helt sant)

**Jeg synes det er ganske vanskelig å få venner**

- 1 (Helt usant)
- 2
- 3
- 4
- 5

6 (Helt sant)

**Jeg har mange venner**

1 (Helt usant)

2

3

4

5

6 (Helt sant)

**Andre jevnaldrende har vanskelig for å like meg**

1 (Helt usant)

2

3

4

5

6 (Helt sant)

**Jeg er populær blant jevnaldrende**

1 (Helt usant)

2

3

4

5

6 (Helt sant)

**Jeg føler at jevnaldrende godtar meg**

1 (Helt usant)

2

3

4

5

6 (Helt sant)

**Jeg klarer å få virkelig nære venner**

1 (Helt usant)

2

3

4

5

6 (Helt sant)

**Jeg har en nær venn som jeg kan dele hemmeligheter med**

1 (Helt usant)

2

- 3
- 4
- 5
- 6 (Helt sant)

**Jeg har en venn som jeg kan dele ting med**

- 1 (Helt usant)
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6 (Helt sant)

**Jeg synes det er vanskelig å få venner som jeg virkelig kan stole på**

- 1 (Helt usant)
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6 (Helt sant)

**Jeg har ikke noen god venn som jeg kan dele virkelig personlige ting med**

- 1 (Helt usant)
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6 (Helt sant)

**Jeg er ofte skuffet over meg selv**

- 1 (Helt usant)
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6 (Helt sant)

**Jeg liker ikke den måten jeg lever livet mitt på**

- 1 (Helt usant)
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6 (Helt sant)

**Jeg er stort sett fornøyd med meg selv**

- 1 (Helt usant)
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6 (Helt sant)

**Jeg liker meg selv slik jeg er**

- 1 (Helt usant)
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6 (Helt sant)

**Jeg er svært fornøyd med hvordan jeg er**

- 1 (Helt usant)
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6 (Helt sant)

## Vedlegg 3: Faktoranalyse

Indikatorer	1	2	3
<b>Online motivasjon</b>			
«Ved å være på sosiale medier kan jeg og vennene mine opprettholde vennskapet»	.846		
«Ved å være på sosiale medier kan jeg forbedre mitt forhold til vennene mine»	.827		
«Jeg bruker sosiale medier for å kommunisere med venner jeg ser regelmessig»	.758		
«Å være på sosiale medier hjelper meg å opprettholde min posisjon i vennegjengen»	.746		
«Ved å være på sosiale medier føler jeg meg mer involvert i hva som skjer med mine venner»	.718		
<b>Cronbachs alfa</b>	<b>.84</b>		
<b>Livstilfredshet</b>			
«Livet mitt går bra»		.869	
«Jeg trives med hva som skjer i livet mitt»»		.846	
«Livet mitt er akkurat slik det skal være»		.813	
«Jeg er fornøyd med hvordan jeg har det for tiden»		.806	
«Jeg har et godt liv»		.834	
«Jeg har det jeg ønsker meg i livet»		.782	
«Jeg har det bedre enn de fleste andre på min alder»		.723	
<b>Cronbachs alfa</b>		<b>.92</b>	
<b>Sosial selvopfatning</b>			
«Det er mange som vil ha meg som venn»			-.881
«Det er lett å like meg»			-.915
«De fleste liker meg»			-.908
<b>Cronbachs alfa</b>			
<b>Harters scale</b>			
«Jeg er populær blant jevnaldrende»			-.681
«Andre jevnaldrende har vanskelig for å like meg»			-.698
«Jeg føler at jevnaldrende godtar meg»			-.742
<b>Cronbachs alfa</b>			<b>.68</b>
<i>Estimeringsmetode: PCA. Rotasjonsteknikk: Oblimin.</i>			
<i>Faktorladninger under 30 vises ikke i tabellen.</i>			

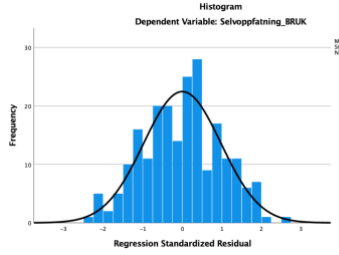
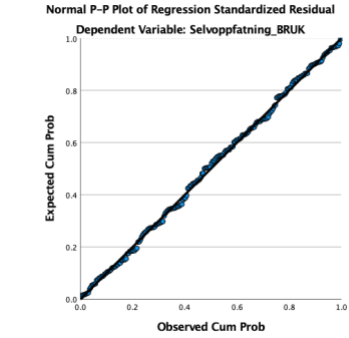
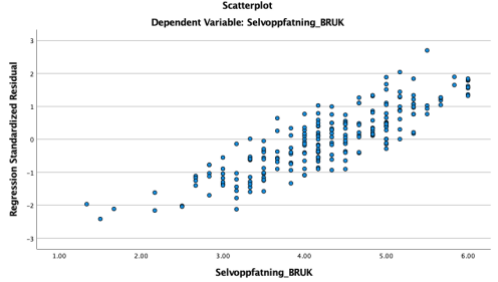


## Vedlegg 4: Forekomst på indikatorene til livstilfredshet

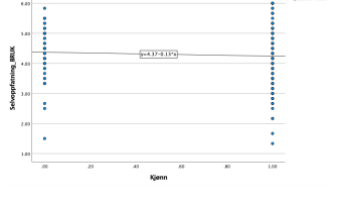
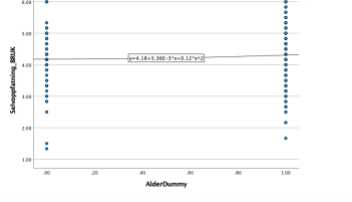
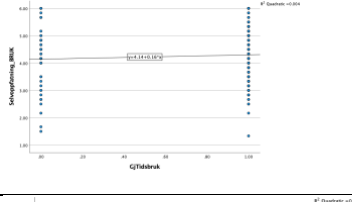
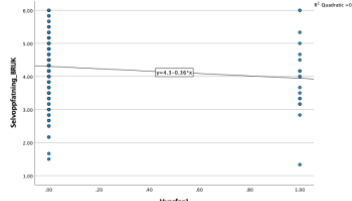
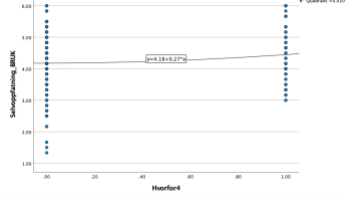
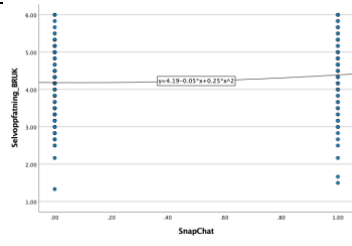
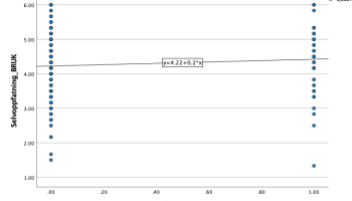
		Kvinne	Mann	Yngre voksne	Eldre voksne
«Jeg er fornøyd med hvordan jeg har det for tiden»	Aldri	2	0	1	2
	2	21	23	23	21
	3	35	24	33	27
	4	33	37	34	36
	Alltid	9	16	9	14
«Livet mitt går bra»	Aldri	1	2	1	2
	2	15	18	14	19
	3	29	20	29	23
	4	42	41	42	39
	Alltid	13	19	14	17
«Livet mitt er akkurat slik det skal være»	Aldri	5	8	5	5
	2	18	14	18	17
	3	39	39	40	35
	4	31	33	31	34
	Alltid	7	6	6	9
«Jeg har et godt liv»	Aldri	3	0	2	3
	2	6	8	6	11
	3	22	16	21	20
	4	34	28	31	33
	Alltid	35	47	40	33
«Jeg trives med hva som skjer i livet mitt»	Aldri	1	0	1	2
	2	11	12	11	12
	3	29	15	26	26
	4	40	49	40	47
	Alltid	19	24	22	13
«Jeg har det jeg ønsker jeg i livet»	Aldri	2	2	1	6
	2	13	12	14	11
	3	37	21	37	23
	4	33	55	36	43
	Alltid	15	10	12	17
«Jeg har det bedre enn de fleste andre på min alder»	Aldri	5	8	5	6
	2	13	8	14	8
	3	41	39	40	44
	4	28	23	27	27
	Alltid	13	22	14	15

Merknad: tall oppgitt i prosent.  $N = 234$

## Vedlegg 5: Forutsetninger for regresjonsanalyse med selvoppfatning som avhengig variabel

<p>Normalfordelte residualer</p>		
<p>Heteroskedastisitet</p>		
<p>Autokorrelasjon</p>	<p>Durbin-Watson: 2,12</p>	
<p>Innflytelsesrike enheter</p>	<p>Cooks` s d: .064</p>	

# Vedlegg 6: Forutsetninger for regresjon, ikke-lineære parameter

	Ikke lineære-parameter
Kvinne	 <p><math>y = 4.17 - 0.14x</math> R<sup>2</sup> Quadratic = 0.048</p>
Yngre voksen	 <p><math>y = 4.18 + 0.18x</math> R<sup>2</sup> Quadratic = 0.014</p>
Minst fire timer	 <p><math>y = 4.14 - 0.16x</math> R<sup>2</sup> Quadratic = 0.044</p>
For å få likes	 <p><math>y = 4.1 - 0.14x</math> R<sup>2</sup> Quadratic = 0.011</p>
Liker å legge ut	 <p><math>y = 4.18 + 0.17x</math> R<sup>2</sup> Quadratic = 0.020</p>
Snapchat	 <p><math>y = 4.18 - 0.05x + 0.25x^2</math> R<sup>2</sup> Quadratic = 0.012</p>
Instagram	 <p><math>y = 4.22 + 0.27x</math> R<sup>2</sup> Quadratic = 0.008</p>

TikTok	<p><math>R^2</math> Quadratic = 0.029</p> <p>Regression equation: <math>y = -4.55x^2 + 0.39x + 4.27</math></p>
Facebook	<p><math>R^2</math> Quadratic = 0.001</p> <p>Regression equation: <math>y = -4.23x^2 + 0.15x + 4.27</math></p>
Livstilfredshet	<p><math>R^2</math> Quadratic = 0.228</p> <p>Regression equation: <math>y = 1.15x^2 + 1.37x + 0.117x + 2.72</math></p>

