

# Áhrif samfélagsmiðla á sjálfsmynd unglinga

---

Harpa Rún Guðlaugsdóttir  
Kolbrún Gunnarsdóttir

## HUG- OG FÉLAGSVÍSINDASVIÐ

Lokaverkefni til  
BA gráðu í sálfræði

Sálfræðideild  
Maí 2020

# Áhrif samfélagsmiðla á sjálfsmynd unglunga

Harpa Rún Guðlaugsdóttir  
Kolbrún Gunnarsdóttir

12 eininga lokaverkefni  
sem er hluti af  
*Bachelor of Arts-prófi í sálfræði*

Leiðbeinandi  
Kjartan Ólafsson

Sálfræðideild  
Hug- og félagsvísindasvið  
Háskólinn á Akureyri  
Akureyri, 18.maí 2020

Titill: Áhrif samfélagsmiðla á sjálfsmynd unglunga  
Stuttur titill: Áhrif samfélagsmiðla á sjálfsmynd  
12 eininga lokaverkefni sem er hluti af Bachelor of Arts-prófi í sálfræði

Höfundarréttur © 2020 Harpa Rún Guðlaugsdóttir og Kolbrún Gunnarsdóttir  
Öll réttindi áskilin

Félagsvísindadeild  
Hug- og félagsvísindasvið  
Háskólinn á Akureyri  
Sólborg, Norðurslóð 2  
600 Akureyri

Sími: 460 8000

Skráningarupplýsingar:

Harpa Rún Guðlaugsdóttir og Kolbrún Gunnarsdóttir, 2020, B.A. verkefni,  
félagsvísindadeild, hug- og félagsvísindasvið, Háskólinn á Akureyri, 35 bls.

## Útdráttur

Ýmsar rannsóknir hafa verið gerðar síðastliðin ár í tengslum við samfélagsmiðlanotkun og mismunandi áhrif þeirra á unglunga. Tilgangur þessarar ritgerðar var að varpa ljósi á þau áhrif sem samfélagsmiðlanotkun kann að hafa á sjálfsmynd barna og unglunga. Við framkvæmd var notast við spurningar úr gagnasafni frá EU Kids Online um netnotkun barna þar sem þátttakendur voru börn á aldursbilinu 9-17 ára. Þær þrjár spurningar sem okkur fannst geta verið sem allra næst því að mæla megin hugtökin í tengslum við áhrif samfélagsmiðla á sjálfsmynd urðu fyrir valinu en þau hugtök voru: samfélagsmiðlanotkun, neteinelti og sjálfsmynd. Til að svara spurningunni hvort samfélagsmiðlanotkun hafi áhrif á sjálfsmynd var gerð tvíkosta aðhvarfsgreining. Líkanið mat áhrif samfélagsmiðlanotkunar á líkurnar á að börn séu mjög sammála fullyrðingunni „krökkum á mínum aldri líkar almennt vel við mig“ ásamt því að meta áhrif frumbreytna sem voru aldur, kynferði, samfélagsmiðlanotkun, neteinelti og neikvæð reynsla á netinu. Helstu niðurstöður voru þær að unglingar upplifa bæði jákvæð og neikvæð áhrif á sjálfsmynd sína í gegnum samfélagsmiðla. Stelpur eru þó mun líklegri til að þróa með sér neikvæða líkams- og sjálfsmynd en strákar þar sem þær eiga það til að gera meiri samanburð við aðra og meta þannig sjálfsmynd sína út frá álit annarra. Óvænt niðurstaða kom í ljós en því meira sem strákar notuðust við samfélagsmiðla, því betri sjálfsmynd höfðu þeir. Við myndum þó ekki ráðleggja unglingsstrákum að auka samfélagsmiðlanotkun til að bæta eigin sjálfsmynd. Einnig sáust sterk tengsl á milli neteineltis og sjálfsmyndar en þeir sem höfðu lágt sjálfsálit voru líklegri til þess að hafa orðið fyrir neteinelti eða verið gerendur þess. Gerendur neteineltis geta þó líka haft hærra sjálfsálit en aðrir. Ályktun okkar er sú að með hóflegri notkun samfélagsmiðla ætti það ekki endilega að þurfa að hafa neikvæð áhrif á sjálfsmynd barna og unglunga.

*Lykilhugtök:* unglingsár, samfélagsmiðlar, sjálfsmynd

## Abstract

In recent years various researches have studied the effects of social media usage on adolescents. The emphasis of this thesis is to clarify how the use of social media can affect persons self-image particularly child's or adolescents. A survey about children's internet use from the EU Kids Online database was used in the performance of the study. Children from the age of 9 to 17 years old were the participants in the study. Three questions were chosen that had the strongest possibility of measuring the concepts of social media that affect the self-image. Those concepts were: social media, cyberbullying and self-image. To measure the potential effect of social media use on the self-image we performed a logistic regression analysis. The model measured the effects of social media use on the probability of children strongly agreeing with the statement "Children my age generally like me" as well as measuring the effect of the independent variables which were age, gender, social media use, cyberbullying and negative experiences on the internet. The main findings of this study were that social media use had both positive and negative effects on the self-image. Girls were more likely to develop a negative body- and self-image than boys since they tend to make more comparisons with others, thus assessing their self-image based on the opinions of others. The use of social media affected boy's self-image positively meaning the more they used social media the better their self-image became. There was a strong connection between the concepts cyberbullying and self-image. Those who had a bad self-image were more likely to have experienced cyberbullying or to implement it themselves. Cyberbullies could also have a better self-esteem than others. In conclusion a moderate use of social media should not necessarily have a negative impact on the self-image of children and adolescents.

*Keywords:* adolescents, social media, self-image

**Formáli og þakkarorð**

Við viljum byrja á því að þakka leiðbeinanda okkar, Kjartani Ólafssyni, lektor við Háskólann á Akureyri, fyrir góða leiðsögn, frábæran stuðning og hvatningu. Sérstakar þakkir fyrir yfirferð verkefnisins fá Margrét Linda Ásgrímsdóttir og Eyþór Ingi Einarsson. Einnig viljum við þakka Maciej S. Baginski fyrir gagnlegar ábendingar og ómetanlegan stuðning. Að lokum viljum við færa fjölskyldum okkar einstakar þakkir fyrir mikla hvatningu og góðan stuðning sem þær hafa veitt okkur síðastliðin þrjú ár í gegnum námið.

**Efnisyfirlit**

<b>Útdráttur</b> .....	<b>i</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>ii</b>
<b>Formáli og þakkarorð</b> .....	<b>iii</b>
<b>Efnisyfirlit</b> .....	<b>iv</b>
<b>Myndir og töflur</b> .....	<b>v</b>
<b>Inngangur</b> .....	<b>1</b>
<b>Sjálfsmynd ungs fólks</b> .....	<b>2</b>
<b>Samfélagsmiðlanotkun</b> .....	<b>5</b>
Facebook .....	8
Instagram .....	9
Snapchat .....	10
<b>Tengsl sjálfsmyndar við áhrif samfélagsmiðla</b> .....	<b>11</b>
<b>Gögn og aðferðir</b> .....	<b>14</b>
<b>Niðurstöður</b> .....	<b>15</b>
<b>Umræður</b> .....	<b>19</b>
<b>Heimildaskrá</b> .....	<b>21</b>

**Myndir og töflur**

<b>Tafla 1.</b> Yfirlit um dreifingu svara eftir löndum.....	15
<b>Tafla 2.</b> Tvíkosta aðhvarfslíkön fyrir áhrif aldurs, kynferðis, samfélagsmiðlanotkunar, neteineltis og neikvæðrar reynslu á netinu á sjálfsmynd.....	16
<b>Mynd 1.</b> Spáðar líkur á að vera mjög sammála fullyrðingunni „krökkum á mínum aldri líkar almennt vel við mig“ eftir aldri og kynferði .....	17
<b>Mynd 2.</b> Spáðar líkur á að vera mjög sammála fullyrðingunni „krökkum á mínum aldri líkar almennt vel við mig“ eftir tíðni samfélagsmiðlanotkunar og kynferði .....	17
<b>Mynd 3.</b> Spáðar líkur á að vera mjög sammála fullyrðingunni „krökkum á mínum aldri líkar almennt vel við mig“ eftir tíðni samfélagsmiðlanotkunar og tegund neikvæðrar upplifunar á netinu.....	18



## Inngangur

Síðustu ár hefur miðlanotkun hjá börnum og unglingum verið mjög áberandi í samfélagsumræðunni (Steingerður Ólafsdóttir, 2017). Sú tækniþróun sem hefur átt sér stað síðustu áratugi gerir fólki kleift að komast hvar og hvenær sem er á netið og telst netnotkun eiga stóran þátt í daglegu lífi fólks og þá allra helst hjá ungu fólki. Með tilkomu netsins hefur margt breyst þar sem samskiptamátinn hefur tekið örum breytingum. Helstu samskiptaleiðir fólks nú til dags eru í gegnum snjalltæki eins og farsíma, fartölvur og spjaldtölvur. Notkun samfélagsmiðla getur þó leitt til bæði jákvæðra og neikvæðra áhrifa á sjálfsmyndina en eru neikvæðu áhrifin þó alvarlegri og algengari. Sumir unglingar nota netsamskipti til að flýja sín persónulegu vandamál í raunheiminum og aðrir telja það vera auðveldari leið til samskipta en í eigin persónu (Hjördís Sigursteinsdóttir, Eva Halapi og Kjartan Ólafsson, 2014).

Við munum fara nánar út í samfélagsmiðlanotkun og þá helstu miðla sem unglingar notast við í dag, en þeir eru Instagram, Snapchat og Facebook. Á unglingsárum tekur sjálfsmyndin hröðustu breytingunum og eru unglingar móttækilegri fyrir skoðunum annarra á þessu tímabili (Heilsuvera, 2017). Sjálfsmynd er sú hugmynd sem við höfum um okkur sjálf og er mikilvægur þáttur í andlegri líðan. Samanburður verður áberandi meðal unglunga og getur orðið til þess að sjálfsmynd þeirra skekkist (Berk, 2007). Hún er í stöðugri mótun alla tíð og breytist með þroska, aðstæðum og umhverfi hvers og eins (Heilsuvera, 2017).

Í þessari ritgerð er leitast við að svara rannsóknarspurningunni: „Hvernig hafa samfélagsmiðlar áhrif á sjálfsmynd unglunga?“. Þeir þættir sem verða skoðaðir eru sjálfsmynd, samfélagsmiðlar og tengsl sjálfsmyndar við áhrif samfélagsmiðla. Við munum styðja okkur við fyrri rannsóknir og nýta okkur spurningalista EU Kids Online um netnotkun barna og unglunga á aldrinum 9-17 ára. Þrjár spurningar úr listanum voru notaðar til þess að mæla sjálfsmynd, neteinelti og samfélagsmiðlanotkun. Ritgerðinni verður skipt niður í fjóra kafla; fyrsti kaflinn fjallar um sjálfsmynd ungs fólks, í öðrum kafla verður fjallað um samfélagsmiðlanotkun, þriðji kafli sýnir tengsl sjálfsmyndar við áhrif samfélagsmiðla og fjórði kafli er um gögn og aðferðir.

### Sjálfsmynd ungs fólks

Unglingsárin er tímabilið á milli barnæsku og fullorðinsára. Sá tími mótar ungmenni hvað mest í tengslum við andlegan og líkamlegan þroska. Bæði líffræðilegar og félagssálfræðilegar afmarkanir tengjast unglingsárunum og má flokka þau sem helsta umbreytingarskeið í lífi hvers og eins. Almenn er miðað við að unglingsárin hefjist við kynþroskann sem er yfirleitt í kringum 10-13 ára. Það er þó einstaklingsbundið þar sem það tengist líffræðilegum áhrifum hvers og eins og unglingsárunum lýkur svo með stöðugri skuldbindingu við hlutverk fullorðinna. Á meðan og eftir að kynþroska lýkur verða unglingar einnig sífellt meira meðvitaðir um sjálfan sig. Á þessum örfáu árum breytast þeir úr barni í bæði kynþroska og fullvaxinn einstakling. Sjálfsmynd unglinga styrkist á þessum tíma og verða þeir mun móttækilegri fyrir áhrifum og skoðunum annarra. Félagstengsl unglinga þróast gífurlega á þessum mótunarárum og mynda þau nánari tengsl við vini og vandamenn en aftur á móti dregst gjarnan úr samskiptum við fjölskylduna (Aldís Unnur Guðmundsdóttir, 2016; Hjördís Sigursteinsdóttir o.fl., 2014; Catherine Sebastian, Stephanie Burnett og Sarah-Jayne Blakemore, 2008; Santrock, 2016; Hrafnhildur Ragnarsdóttir, 1993). Aukið sjálfstæði fylgir unglingsárunum þar sem einstaklingar þurfa að taka mikilvægar ákvarðanir í lífinu um hvert þeir vilja stefna, sem dæmi tengt námi, starfi og fleiru (Forbes og Dahl, 2010). Reynst getur erfitt fyrir suma einstaklinga að finna sjálfa sig og þar af leiðandi hvert þeir vilja stefna, þannig hefur tíðni þunglyndis og sjálfsvígstilrauna aukist hjá unglingum (Forbes og Dahl, 2010). Á þessum mótunartíma í lífi ungmenna verða svo sannarlega margar breytingar en tilfinningalíf verður einnig viðkvæmt þar sem einstaklingarnir fara að spyrja sig spurninga á borð við: Hver er ég? Hvað vil ég? Hvert er álit annarra á mér? Ungmenni velta mikið fyrir sér skoðunum og álitum annarra og leita aðallega til vina fremur en fjölskyldu til að fá ráð (Hrafnhildur Ragnarsdóttir, 1993). Á unglingsárunum verður samanburður við jafnaldra áberandi og margir fara að hugsa meira um eigin styrkleika og veikleika. Þessi samanburðarhugsun getur skekkt sjálfsmynd þeirra til frambúðar, einnig geta persónuleg sambönd sem þau mynda seinna í lífinu haft áhrif á sjálfsmyndina (Berk, 2007). Sjálfsmynd einstaklinga er í stöðugri mótun alla ævi en tekur hröðustu breytingunum á unglingsárum og breytist hún bæði með aðstæðum, umhverfi og þroska (Heilsuvera, 2017).

Sjálfsmynd (*e. Identity*) hefur reynst fræðimönnum erfitt hugtak að skilgreina. Hún hefur áhrif á það hvernig við hugsum, tölum og hegðum okkur og er þar af leiðandi mikilvægur þáttur í andlegri líðan. Sjálfsmynd er sú skoðun eða hugmynd sem við myndum um okkur sjálf, t.d. kynferði, þjóðerni, aldur og kynhneigð og eru allir þessir þættir hluti sjálfsmyndar hvers og eins. Þeir þættir sem geta einnig haft áhrif á þróun sjálfsmyndar á einhverskonar hátt eru persónulegir, sálrænir og félagslegir (Hrafnhildur Ragnarsdóttir, 1993; Kozier, Erb, Berman og Snyder, 2004; Sigrún Aðalbjarnardóttir, 2007).

Erik. H. Erikson (1968) er einn þekktasti fræðimaður 20. aldar á sviði sálar- og uppeldisfræði. Hann spannar heilt æviskeið um þroskaferil mannsins með kenningu sinni um sálfélagslegan þroska. Æviskeiðinu er skipt í átta félags- og sálarþroskaskeið og tákna þau öll mismunandi viðfangsefni sem einstaklingurinn þarf að taka sér fyrir hendur. Persónuleiki og sjálfsmynd einstaklingsins mótast út frá getu hans til að leysa hvert skeið fyrir sig og útkomu þess (Erikson, 1968). Hér á eftir munum við fjalla nánar um fimmta æviskeið Eriksons sem inniheldur tímabil unglingsáranna.

Sjálfsmyndin er að þroskast á fimmta æviskeiðinu og stendur það tímabil yfir hjá einstaklingum á aldrinum þrettán til nítján ára (Erikson, 1968). Hópprýstingur frá vinum gerir verulega vart við sig á þessu tímabili og er því mikilvægt að viðkomandi standi með sjálfum sér, láti ekki undan öðrum og fari sínar eigin leiðir (Erikson, 1968).

Samkvæmt Erikson (1968) er eitt mikilvægasta verkefni unglingsáranna að byggja upp jákvæða sjálfsmynd. Þróun jákvæðrar sjálfsmyndar getur verið misflókið verkefni og geta sumir einstaklingar átt í meiri vandræðum með það en aðrir. Á unglingsárunum er einstaklingurinn mest megnis að komast að því hver hann er í raun og veru og hverjar væntingar hans eru til sjálfs sín. Þeir einstaklingar sem þróa með sér neikvæða sjálfsmynd geta átt í erfiðleikum með að öðlast raunsæja ímynd um sjálfan sig (Álfheiður Steinþórsdóttir og Guðfinna Eydal, 2010). Einn af mikilvægum grundvallarþáttum við heilbrigðan lífsstíl er góð sjálfsmynd. Nauðsynlegt er að einstaklingurinn geri raunhæfar kröfur til sín og sé sáttur í eigin skinni þar sem að jákvætt viðhorf í eigin garð er mikilvægur þáttur af góðri sjálfsmynd (Guðrún Ragnarsdóttir og Margrét Guðmundsdóttir, 2006). Jákvæð sjálfsmynd er þegar einstaklingur efast ekki um eigin gildi, vanmetur ekki sjálfan sig og er meðvitaður um eigin tilfinningar. Einstaklingurinn býr yfir bjartsýni og raunsæi, er með örugga framkomu og ber virðingu fyrir náunganum (Álfheiður Steinþórsdóttir og Guðfinna Eydal, 2010). Ungmenni sem hafa lítið sjálfstraust, eru órugg með sig og hafa þar af leiðandi lélega líkamsmynd eru sá hópur sem er líklegur til að þróa með sér slæma sjálfsmynd. Þessi hópur hræðist gagnrýni annarra, skortir sjálfsvirðingu, á erfitt með að taka hrósi og draga fram það jákvæða í fari

sínu. Aftur á móti geta þeir sem upplifa neikvæða sjálfsmynd breytt henni til hins betra með jákvæðu hugarfari (Álfheiður Steinþórsdóttir og Guðfinna Eydal, 2010; Guðrún Ragnarsdóttir og Margrét Guðmundsdóttir, 2006). Neikvæð sjálfsmynd er líklegri til að þróast meðal stúlkna en drengja þar sem þær bera sig og útlit sitt sérstaklega saman við aðrar jafnaldra stúlkur (Korn, Gonen, Shaked og Golan, 2013). Kynjamunurinn á sjálfsmynd eða sjálfstrausti skýrist á því að stúlkur hafa oftast verri líkamsmynd en drengir (Heilsuvera, 2016). Hugtakið líkamsmynd er sú hugmynd sem við höfum um eigið útlit, þyngd og líkamsvöxt. Líkamsmynd er beintengd sjálfsmynd fólks og mótast hún líkt og sjálfsmyndin. Líkamsmyndin nær yfir tilfinningar, hugsanir og skynjanir til eigin líkama og mótast í takt við umhverfi okkar (Heilsuvera, 2016). Hún byggist raunverulega á því hversu ánægð eða sátt við erum með eigið útlit og verður betri eftir því sem við erum sáttari í okkar eigin skinni. Margir þættir geta haft áhrif á eigin líkamsmynd en samfélagið okkar getur verið meðal þess sem hefur neikvæð áhrif á mótun líkamsmyndarinnar. Í nútímasamfélagi eru útlitskröfurnar miklar og finnst þá sérstaklega stúlkum þær vera undir mikilli pressu að uppfylla þessar kröfur sem snúa að því að vera t.d. grannvaxnar með því að reyna að breyta líkama sínum (Upplýsingasíða um sjálfsmynd barna og unglunga, e.d.). Reynst getur erfitt fyrir stúlkur að uppfylla útlitskröfurnar og hinn eftirsóknarverða vöxt þar sem meiri hluti stúlkna gera óraunhæfan samanburð við aðra um útlit sem þær munu líklegast aldrei öðlast sjálfar. Ef þær ná ekki að standast kröfurnar frá samfélaginu um tiltekið útlit hefur það neikvæð áhrif á líkamsmyndina og sjálfsmyndina (Upplýsingasíða um sjálfsmynd barna og unglunga, e.d.). Tengsl barna og unglunga við umhverfi og aðstæður eru mikilvægir áhrifaþættir á mótun sjálfsmyndar, t.d. má nefna foreldra, leikfélaga, kennara og leikskólakennara. Seinna meir hafa aðrir þættir áhrif á sálfsmyndina svo sem samfélagsmiðlar o.fl. (Aldís Unnur Guðmundsdóttir, 1992).

### Samfélagsmiðlanotkun

Heildartala netnotenda hefur aukist tífalt frá árinu 1999 til 2013 (Internet live stats, 2020). Fyrsta milljarðinum var náð árið 2005, öðrum milljarðinum var náð árið 2010 og þriðja milljarðinum árið 2014. Netnotendur í heiminum í dag eru rúmlega 4,5 milljarðar einstaklinga (Internet live stats, 2020). Þróun tækninnar sem hefur átt sér stað síðustu áratugi er gífurleg þar sem fólk er fært um að tengjast netinu óháð stað og tíma og má segja að hún hafi heltekið líf fólks um allan heim ef marka má tölur um netnotkun nú til dags (Hjördís Sigursteinsdóttir o.fl., 2014). Um það bil 40% af heiminum í dag hafa aðgang að nettengingu en aftur á móti árið 1995 höfðu minna en 1% af heiminum aðgang (Internet live stats, 2020). Með tilkomu netsins hefur daglegt líf ungmenna umturnast vegna nettengdra tækja svo sem snjallsíma, spjaldtölva og fartölva þar sem þau gefa mismunandi samskiptamöguleika. Rannsóknir í Evrópu benda til þess að um 80% ungs fólks á aldrinum 15-16 ára nota netið að meðaltali tæpa tvo tíma á dag nánast daglega (Hjördís Sigursteinsdóttir o.fl., 2014). Dagleg netnotkun ungs fólks hefur líka sínar neikvæðu hliðar m.a. má þar nefna neteinelti og vefsíður sem innihalda særandi umfjallanir um aðra einstaklinga. Neteinelti er algengt meðal unglinga en þeir sem fyrir því verða eru líkleg til þess að móta neikvæða sjálfsmynd (Hinduja og Patchin, 2010). Tengsl hafa fundist á milli notkunar samfélagsmiðla og sjálfsmyndar. Á samfélagsmiðlum deila unglingar efni með öðrum og geta þar af leiðandi fengið annars vegar jákvæðar athugasemdir sem geta styrkt sjálfsmynd þeirra eða hins vegar neikvæðar athugasemdir sem geta dregið úr sjálfsmynd þeirra (Valkenburg, Peter og Schouten, 2006). Þeir unglingar sem eru í mestri áhættu á að þróa með sér neikvæða sjálfsmynd og lágt sjálfsálit eru þeir sem hafa sterkustu tilfinningalegu tengslin við samfélagsmiðla (Valkenburg o.fl., 2006; Vogel, 2014). Of mikil netnotkun getur verið vandamál og jafnvel þróast í svokallaðan netávana. Israelashvili og fleiri (2012) greina frá því að netfíkn sé ekki rétta orðið til að nota yfir of mikla netnotkun í þeim tilfellum sem rekja má tilgang hennar bæði til aldurs og samfélagsins sjálfs heldur sé þá réttara að nota orð á borð við ávananotkun. Einnig má líkja einkennum fjárhættuspilafíknar og einkennum mikillar netnotkunar saman (Hjördís Sigursteinsdóttir o.fl., 2014). Netávaninn getur orðið það mikill að ungmenni geta upplifað mikla togstreitu milli netnotkunar og annarra félagslegra samskipta og áhugamála eins og t.d. að stunda íþróttir og að vera með vinum. Hægt og rólega draga þau sig svo algjörlega út úr öllum öðrum félagsskap en þeim sem tengjast netsamskiptum (Hjördís Sigursteinsdóttir o.fl., 2014). Þeir sem eru líklegri en aðrir til þess að þróa með sér netávana eru þeir sem spila óhóflega mikið tölvuleiki og fjárhættuspil á netinu. Einnig er óhóflega mikil tímaeyðsla

ungmenna á samskiptasíðum ávanabindandi og er það talið vera versti þátturinn af þeim öllum. Netávani lýsir sér einna helst í félagslegri einangrun, skertri félagslegri færni og stundum andfélagslegri hegðun eins og þunglyndi, kvíða og sjálfsvígshugsunum (Hjördís Sigursteinsdóttir o.fl., 2014).

Samfélagsmiðlar hafa notið sívaxandi vinsælda síðustu ár í þeim tilgangi að eiga í félagslegum samskiptum við aðra. Þetta er stór vettvangur á veraldarvefnum þar sem fólki býðst sá möguleiki á að stofna sína eigin aðganga, vera í samskiptum við annað fólk, sækjast eftir nýju efni og deila persónulegum upplýsingum að vild (Ryan, Allen, Gray og McInerney, 2017). Einstaklingar stjórna því sjálfir hvaða efni þeir vilja sjá, ákveða hverju þeir vilja deila og með hverjum (Fuchs, 2014). Hjá flestum ungmennum í dag eru samfélagsmiðlar orðnir mjög stór partur af daglegu lífi með tilkomu snjallsíma en u.þ.b. 90% ungs fólks notast við þá og notar meirihluti þeirra daglega ýmist tvo eða fleiri miðla (Vannucci, Flannery og Ohannessian, 2017). Talið er að aðal ástæðan fyrir því að unglingar notist mikið við samfélagsmiðla sé sú að þar geta þeir verið í stanslausu sambandi við vini sína og eignast jafnvel nýja vini, einnig til þess að vera í sambandi við fjölskyldumeðlimi. Fyrir komu samfélagsmiðla þurftu fyrri kynslóðir að eiga félagsleg samskipti á annan hátt en í gegnum þá þ.e.a.s. að hitta annað fólk og kynnast því t.d. á kaffihúsi eða skemmtistöðum (Barcelos og Rossi, 2014). Netmiðlar er nýtt félagslegt umhverfi fyrir unglinga sem býður upp á fjölmörg tækifæri og mismunandi samskiptaleiðir (Throuvala, Griffiths, Rennoldson og Kuss, 2019). Snjallsímar hafa auðveldað aðgang að netmiðlum sem skýrir stóran hluta af skjátíma unglinga nú til dags. Nýleg rannsókn á bandarískum unglíngum á aldrinum 13-17 ára bendir til þess að 95% þeirra hafi aðgang að snjallsímunum og að meira en helmingur hafi aðgang að spjaldtölvum, þar af 45% stöðugan aðgang (Smith og Anderson, 2018). Orðið samfélagsmiðlar er samheiti yfir þá miðla sem innihalda blogg, félagslegar vefsíður (t.d. Facebook), smáblogg (t.d. Twitter), miðla sem fólk deilir efni á (t.d. Instagram og Snapchat), upplýsingasíður (t.d. Wikipedia) og gagnvirkar tölvuleikjasíður (t.d. World of Warcraft) sem gera notendum kleift að búa til og deila efni sín á milli (Throuvala o.fl., 2019). Unglingar sýna fram á ólíka notkun á netmiðlum samanborið við fullorðna þar sem að Facebook er ekki lengur vinsælasti miðillinn hjá þessari kynslóð. Helsta verkefni unglinga tengt netnotkun er þróun sjálfsmýndar, en það byggist á gagnkvæmum áhrifum unglinga við aðra til þess að skýra á milli sjálfsmýndaþróunar annars vegar og hlutverka ruglings hins vegar (Erikson, 1968). Netmiðlar auðvelda myndun vinskapar og veita félagslegan stuðning við þróun hegðunar, markmiða og viðhorfa. Með því að eiga prófíl á samfélagsmiðlum setja unglingar sig í þá stöðu að vera metnir af öðrum, sem verður til þess að þeir mynda skoðun á sjálfum

sér, sjálfsmynd og hvar þau eru stödd samfélagslega út frá skoðunum annarra, t.d. hvort þau séu vinsæl eða nógu töff. Þróunarferli sjálfs- og tilfinningastjórnunar er enn viðvarandi við upphaf unglingsáranna þar sem netnotkun eykst mikið á þessum tíma og einkennist ástand tilfinninga þar af leiðandi af meiri óstöðugleika og neikvæðni, þess vegna teljast unglingar vera mjög viðkvæmur hópur þegar kemur að netnotkun þar sem þá skortir fullnægjandi getu til þess að hafa stjórn á henni sjálfir (Throuvala o.fl., 2019). Vitað er að sjálfsmynd unglinga er á mjög viðkvæmu stigi og þar af leiðandi getur samanburður við jafnaldra leitt til mikils skorts á sjálfstrausti og þannig geta þeir þróað með sér þunglyndi, offitu og átraskanir. Síðan netmiðlar urðu svo stór hluti af daglegu lífi unglinga þá hafa vaknað upp margskonar spurningar um það hvernig of mikill skjátími gæti haft áhrif á líkamlega og sálfélagslega heilsu þeirra. Einnig hvort of mikil netnotkun geti leitt til einhverskonar áhættuhegðunar eða fíknar og því er mikilvægt að vita hvaða lykilþættir það eru sem að knýja netmiðlanotkun unglinga áfram (Throuvala o.fl., 2019). Samkvæmt rannsókn Al-Menayes (2015) varðandi lykil hvatningaþætti til netmiðlanotkunar hjá unglingum þá kemur í ljós að þættirnir innihalda m.a. skemmtun, upplýsingaleit og persónulegt notagildi en þeir þættir sem sýndu mestu áhrifin voru félagslega gagnvirk samþykki og farsíma þægindi. Samkvæmt fleiri rannsóknum hafa einnig komið fram aðrir hvatningaþættir en þeir eru m.a. netsamskipti, þörf fyrir tjáningu, sálfræðileg þörf fyrir ánægju (Ang, Abu Talib, Tan, Tan, & Yaacob, 2015), þörf fyrir vinsældir (Utz, Tanis, & Vermeulen, 2011) og félagsleg keppni um hver fær flestu „like-in“ (Balakrishnan & Griffiths, 2017). Aðrir þættir hafa einnig komið fram eins og t.d. þörfin til að vera stanslaust til staðar, þörfin á að vera samþykktur og þörfin til að vera í samræmi við venjur hópsins (Chen et al., 2017). Sérfræðingar hafa lagt til ýmsar kenningar og líkön til að útskýra hvatirnar sem unglingar hafa til notkunar á netmiðlum. Tvær kenningar eru þá mest áberandi og vel kunnar, önnur þeirra er sjálfræðiskenningin (*e. Self-determination theory*) (Deci and Ryan, 1985, Deci and Ryan, 2000) þar sem þrjár megin sálfræðilegar þarfir eru nefndar (sjálfsstjórnun, tenging við aðra og færni). Hin er notagildiskenningin (*e. Uses and gratification theory*) þar sem samfélagsmiðlanotkun er drifin af þörfinni til að vera dáður þar sem áherslan er lögð á þrjár hvatavíddir hjá unglingum en þær eru ánægju-, félagsleg- og símavídd. Annar stór þáttur sem hefur sterka tengingu við hvatningu til samfélagsmiðlanotkunar hjá unglingum er hugtakið „FOMO“ eða „Fear of missing out“ sem getur auðveldlega orðið að vítahring. Það lýsir sér þannig að kvíði getur myndast hjá viðkomandi við það eitt að óttast það að missa af einhverju á samfélagsmiðlum, þ.e. unglingar eru oft hræddir við það að aftengjast miðlunum (Scott og Woods, 2018).

Nýleg gögn meðal bandarískra unglunga hafa sýnt að þeir miðlar sem hafa helstu notkun séu Youtube með 85%, Instagram 72%, Snapchat 69% og þar á eftir kemur svo Facebook með 51% en 35% unglunganna sögðust nota Snapchat lang oftast af öllum samfélagsmiðlunum (Anderson og Jiang, 2018). Unglingar á aldrinum 12-15 ára í Bretlandi telja að Youtube sé vinsælasti og ákjósanlegasti miðillinn fyrir aðgang að allskonar efni. Í Bretlandi hefur tala þeirra unglunga sem líta á Snapchat sem þeirra aðal samfélagsmiðil tvöfaldast en árið 2016 var hlutfallið 16% og ári seinna hækkaði talan í 32% (Throuvala o.fl., 2019). Í framhaldinu ætlum við að fjalla aðeins nánar um samfélagsmiðlana Instagram, Facebook og Snapchat. Youtube er mest notaði miðillinn en er hann endilega talinn sem samfélagsmiðill? Youtube er mjög nálægt því að vera eins og sjónvarp og krefst ekki endilega innskráningar notenda, teljum við hann því ekki eins persónulegan og Instagram, Facebook og Snapchat. Þar sem Youtube miðillinn kallar ekki á þátttöku notandans í sama mæli og hinir þá höfum við ákveðið að fara ekki nánar út í þennan tiltekna miðil.

## Facebook

Árið 2006 kom Facebook fram á sjónarsviðið og varð fljótlega leiðandi miðill á netinu (Boyd og Ellison, 2007). Miðillinn gerir notendum sínum kleift að deila persónulegum upplýsingum ásamt myndum, myndböndum, stöðuuppfærslum og gerir hann notendum auðveldara fyrir að finna hópa með sömu áhugamál. Miðillinn býður einnig upp á samskipta forritið Messenger þar sem notendur geta skipst á skilaboðum sín á milli (Boyd og Ellison, 2007). Skráðir mánaðarlegir notendur miðilsins í lok apríl árið 2020 voru 2,6 milljarðar manns í heiminum (Statista, 2020). Rannsókn gerð af Steinfield, Ellison og Lampe (2008) gaf það í skyn að Facebook hafði algjörlega breytt samskiptamátanum sem var þekktur áður fyrir. Margir fræðimenn velja því fyrir sér hver áhrif þessarar þróunar eru og þá aðallega á ungt fólk (Aboujaoude, 2010; Bazelon, 2013; Huang og Leung). Rannsókn Kalpidou, Costin og Morris (2011) sem leggur áherslu á neikvæð áhrif Facebook á sjálfsáliti og vellíðan sýnir fram á það að mikill tími á miðlinum hefur sterka tengingu við lægra sjálfsálit og verri líðan. Enn fremur segja Chou og Edge (2012) að álit fólks á sinni eigin hamingju breyttist eftir því hversu löngum tíma þau eyddu á miðlinum. Fólk taldi aðra lífa hamingjusamara lífi en það sjálf. Það er mikil tenging á milli notkunar á Facebook og sjálfsálits einstaklinga (Tazghini og Siedlecki, 2013). Í rannsókn þeirra kom fram að fólk með minna sjálfsálit voru líklegri til þess að eyða myndum af sér sem aðrir höfðu sett inn og merkt þau á. Einstaklingar með lítið sjálfsálit vildu verja ímynd sína og töldu þeir myndirnar ekki gera góð skil á því (Tazghini og Siedlecki, 2013). Í nýlegri rannsókn um Facebook notkun kom í ljós að „FOMO“ á mjög



stóran þátt í netmiðlafíkn meðal unglinga og getur því auðveldlega leitt til ómeðvitaðra hvatninga til netmiðlanotkunar (Pontes, Taylor og Stavropoulos, 2018). Rannsókn Beyenes, Frison og Eggermont (2016) benti til þess að „FOMO” og það að hafa áhyggjur af því að vera einangraður eða að upplifa sig óvinsælan leiði til meiri Facebook notkunar og valdi streituvíðbrögðum. Önnur rannsókn leiddi í ljós að fjöldi „like-a” sem notendur fá á forsíðumyndirnar sínar á Facebook voru jákvætt tengdar við sjálfsálit þeirra (Burrow og Rainone, 2017).

## **Instagram**

Samfélagsmiðillinn Instagram gengur út á sjónræna frásögn, fólk hleður myndum eða myndböndum inn á eigin aðgang, notar mismunandi „filter” sem forritið býður upp á og deilir því svo með fylgjendum sínum. Eftir að myndinni hefur verið hlaðið inn á geta fylgjendur líkað eða skrifað athugasemd við myndina. Instagram hefur notið gífurlegra vinsælda síðustu ár og fara þær vaxandi með hverjum deginum en í dag eru daglegir notendur miðilsins meira en 500 milljónir (Aslam, 2020). Notendur miðilsins hafa val um það hvort þeir vilji hafa aðganginn sinn læstan og aðeins aðgengilegan fyrir sína fylgjendur eða opinn öllum notendum. Finstagram er einnig þekkt hugtak innan samfélagsmiðilsins en það er samsetning af „Instagram” og „Fake”. Samkvæmt unglíngum er það í raun og veru annar aðgangur innan Instagrams sem fólk notar á mun persónulegri máta þar sem notendur leyfa sér að vera þau sjálf án þess að hafa áhyggjur af því hvað öðrum finnst þar sem aðgangurinn er aðeins ætlaður nánustu vinum, þar sem glansmyndin er ekki höfð í fyrirrúmi eins og venjulega og hversdagsleikinn fær að njóta sín eins og hann er (Throuvala o.fl., 2019).

Í Kuala Lumpur var framkvæmd rannsókn í tveimur háskólum þar sem fjallað var um neikvæð áhrif á líkamsímynd ungs fólks tengt Instagram. Samkvæmt niðurstöðum kom í ljós að Instagram ýti undir neikvæða líkamsímynd þar sem miðillinn getur gefið falska mynd af öðrum sem hugsanlega notast við forrit til þess að breyta sér og líta þannig betur út. Ungt fólk á það til að bera sig saman við þetta fólk sem getur leitt til óhamingju gagnvart eigin líkama (Ahadzadeh, Pahlevan Sharif og Ong, 2017). Önnur rannsókn sem framkvæmd var í háskóla í Bandaríkjunum gaf sömu niðurstöður, en þar kom í ljós að ungar stelpur sem eru ítrekað að bera sig saman við aðra á Instagram eru líklegri til að þróa með sér neikvæða líkamsímynd (Hendrickse, Arpan, Clayton og Ridgway, 2017).

## Snapchat

Samfélagsmiðillinn Snapchat gerir notendum þess kleift að senda áfram og fá sendar myndir eða myndbönd frá öðrum notendum í hámark 10 sekúndur (Bayer, Ellison, Schoenebeck og Falk, 2016). Samkvæmt rannsókn Throuvala o.fl. (2019) var Snapchat að mati unglunga miðill fyrir þeirra innsta hring. Forritið býður upp á tækifæri til þess að eiga mjög persónuleg samskipti og jafnframt hvetur til þess þar sem aðrir samfélagsmiðlar bjóða ekki upp á sömu möguleika og auðveldleika. Manneskjan upplifir einhverskonar friðhelgi sem ýtir undir miðlun persónulegra upplýsinga. Þessu er oft líkt við dagbók sem er aðgengileg fyrir þá nánustu. Viðmót forritsins er mjög einfalt og hnitmiðað sem gerir samskipti mun skemmtilegri. Manneskjan er því líklegri til að deila einhverju skemmtilegu með öðrum sem hún vanalega myndi ekki gera á öðrum miðlum. Ein af helstu niðurstöðunum var að Snapchat var metið af unglungum sem spjallforrit. Unglingar töldu sig í raun ekki vera að nota forritið eins og við mætti búast heldur notuðu þeir það fyrst og fremst fyrir samskipti. Mikil útbreiðsla forritsins og vinsældir þess á meðal unglunga hefur orðið til þess að bæði munnleg- og skrifleg samskipti hafa orðið að nýrri samskiptaleið á Snapchat. Það hefur verið tekið á móti nýjum eiginleikum forritsins með jákvæðu móti þar sem þessir eiginleikar víkkuðu þá möguleika sem forritið bauð upp á en fyrir vikið varð forritið ópersónulegra og ekki eins traustvekjandi (Throuvala o.fl., 2019).

### Tengsl sjálfsmyndar við áhrif samfélagsmiðla

Samfélagsmiðlanotkun er ein vinsælasta afþreying unglunga nú til dags. Við getum lýst miðlum eins og Instagram, Snapchat og Facebook sem sýndarsamfélögum þar sem notendur geta haft samskipti á mismunandi hátt í gegnum mismunandi vettvanga. Mjög hraðar breytingar eiga sér þó stað í netheiminum í dag og eru sífellt nýir miðlar að koma inn á markaðinn (Buda, Lukoševičiūtė, Šalčiūnaitė og Šmigelskas, 2020). Samkvæmt Throuvala o.fl. (2019) upplifa unglingar snjallsíma sem hluta af sjálfinu þar sem þeir eru tengdir símunum á persónulegan hátt og tengist þannig sjálf þeirra við umheiminn. Grundvallaratriði hjá notendum á samfélagsmiðlum er að þróa og viðhalda eigin sjálfsmynd og orðspori. Samfélagsmiðlar veita stöðuga félagslega umbun til notenda með hamingjutilfinningu að aðalmarkmiði svo notendur verði háðir miðlunum sem getur svipað til annarra fíkna (Buda o.fl., 2020). Samfélagsmiðlarnir Snapchat og Instagram eru eftirsóttastir meðal unglunga í dag en helsti munurinn á milli þeirra er sá að Snapchat virðist vera talinn persónulegri vettvangur fyrir vinahópa, fjölskyldu eða innstu hringi viðkomandi þar sem notendur hafa þar samskipti og deila hversdagslegu efni sín á milli á auðveldan og persónulegan hátt (Throuvala o.fl., 2019). Aftur á móti var Instagram samkvæmt unglungum talið aðeins sýna brotabrot af daglegu lífi notenda sem þeir deila annaðhvort opinberlega eða einungis með fylgjendum sínum. Facebook var svo talinn vera síst eftirsótt af miðlunum þremur hjá unglungum þar sem þeir telja það frekar vera vettvang sem hentar eldri kynslóðum betur (Throuvala o.fl., 2019). Staðfestir það einnig niðurstöður rannsóknar Anderson og Jiang (2018) sem sýndi prósentuhlutfall notenda meðal samfélagsmiðlanna, þar sem hlutfall bandarískra unglunga sem notuðu Facebook sýndi aðeins 51% á móti 72% notenda Instagram og 69% notenda Snapchat. Snapchat og Instagram voru talin vera góð viðbót við hvort annað þar sem miðlarnir voru mikið notaðir samhliða af unglungum. Unglingar virðast vera viðkvæmari fyrir því að þróa með sér vandamál tengt samfélagsmiðlanotkun vegna hraða tækniþróunarinnar sem á sér stað í dag. Vandamálin geta verið margþætt svo sem lítil sjálfstjórn, ótti við að aftengjast miðlum og þ.a.l. missa af einhverju (FOMO) og ótti við að vera án snjallsíma (NOMO). Vegna þessarar áhættuþátta má gera ráð fyrir að líklegra sé að unglingar notist meira og oftar við samfélagsmiðlana. Nýlegar rannsóknir sýna að því fleiri samfélagsmiðlar sem viðkomandi notast við því hærri líkur eru á því að hann þrói með sér vandamál tengt samfélagsmiðlanotkun (Kuss, Griffiths, Karila og Billieux, 2014; Primack, Shensa, Escobar-Viera, Barrett, Sidani, Colditz og James, 2017). Samkvæmt rannsókn Hinduja og Patchin (2010) um neteinelti sýndu niðurstöður að um sterk tengsl er að ræða á milli neteineltis og

sjálfsmyndar. Þeir þátttakendur í rannsókninni sem höfðu mjög lágt sjálfsálit voru töluvert líklegri til þess að hafa orðið fyrir neteinelti eða verið gerendur þess. Einnig hefur komið í ljós að gerendur séu líklegri til þess að hafa hærra sjálfsálit en aðrir og geta þeir því dansað báðum megin við línuna annað en fórnarlömb neteineltis (Hinduja og Patchin, 2010). Því er hægt að segja með vissu að sterk tengsl séu á milli sjálfsálits og neteineltis.

Niðurstöður rannsókna hafa einnig sýnt sterka fylgni á milli sjálfmyndar, samfélagsmiðla og samanburðar en ungt fólk notar samfélagsmiðla oft til samanburðar við aðra þar sem það kannar sjálfsmynd sína út frá sjónarhorni annarra (Bergstrom, Neighbors og Malheim, 2009). Glansmynd er þekkt hugtak innan samfélagsmiðla þar sem fólk sýnir oft ekki raunveruleikann og vill sýna fram á hið fullkomna líf eins og t.d. varðandi ferðalög, tísku og útlit. Áhrifavaldar ýta mikið undir glansmynd á miðlum eins og Instagram og Snapchat þar sem þeir sýna ekki raunsjálfið sitt eða „slæmu dagana“ heldur einungis það sem þeir kjósa að aðrir sjái. Ungt fólk verður fyrir miklum áhrifum á samfélagsmiðlunum og áttar sig oftast ekki á því hvað er raunheimur og hvað er netheimur (Neira og Barber, 2015). Samanburður verður oft til á samfélagsmiðlum þar sem ungt fólk sér því miður ekkert nema glansmyndir og ber sig því saman við þær sem getur þar að leiðandi leitt til neikvæðra áhrifa á líkamsmynd þeirra og sjálfsmynd. Þar sem líkamsmyndin og sjálfsmyndin haldast í hendur þá hefur það samverkunaráhrif á sjálfsmyndina þegar líkamsmyndin skaddast (Bergstrom o.fl., 2009). Í takt við fyrri rannsóknir bentu niðurstöður Buda o.fl. (2020) til þess að ungar stelpur væru líklegri til að þróa með sér vandamál tengd samfélagsmiðlum. Ástæðan fyrir því er talin vera sú að stelpur eiga það til að vera mun háðari símunum sínum heldur en strákar og eru þær viðkvæmari fyrir þrýstingi til að viðhalda vináttutengslum á netmiðlum (Buda o.fl., 2020). Rannsókn Kelly, Zilanawala, Booker og Sacker (2018) styðja við þessa hugmynd þar sem niðurstöður þeirra sýndu fram á að mikil samfélagsmiðlanotkun meðal stelpna tengdist lágu sjálfsáliti, verri líkamsímynd, verri svefni og áreiti á netmiðlum. Samkvæmt rannsókn Rideout (2012) kom áhyggjuefni unglinga vel í ljós, sem á þá sérstaklega við um stelpur. Það var í sambandi við að deila myndum af sér á netmiðla þ.e. áhyggjur sem tengjast því hvort myndin standist kröfur samfélagsins og hvort að hún muni ná að vekja nógu mikla athygli fólks (Rideout, 2012). Um 17% unglinganna sögðust breyta myndum af sér til hins betra áður en þau myndu setja þær inn á samfélagsmiðla. 22% þeirra töldu það vera áhyggjuefni ef að enginn myndi líka við (*e. Like*) myndina sem þau deildu eða skilja eftir athugasemd (*e. Comment*). Einnig var mikið áhyggjuefni að ljótar myndir myndu birtast af viðkomandi inni á samfélagsmiðlum þar sem hann væri merktur (*e. tagged*) inn á hana en 35% unglinga reyndust hafa þær áhyggjur (Rideout, 2012). Af öllu þessu að dæma má segja að unglingar

upplifi bæði jákvæð og neikvæð áhrif á sjálfsmynd sína í gegnum samfélagsmiðla en eins og með margt annað getur notkun samfélagsmiðla verið góð í hófi.

Samfélagsmiðlanotkun hefur áhrif á sjálfsmynd unglunga með þeim hætti að þeir beri sig saman við aðra og móta þannig sjálfsmynd sína út frá sjónarhorni annarra. Einnig eru sterk tengsl á milli neteineltis og sjálfsmyndar þar sem þeir sem hafa lágt sjálfsálit eru líklegri til að hafa orðið fyrir neteinelti eða verið gerendur þess. Stúlkur eru líklegri til að verða háðar símanum sínum og bera sig saman í mun meiri mæli við glansmyndir samfélagsmiðla og geta þannig þróað með sér neikvæða líkams- og sjálfsmynd.

### Gögn og aðferðir

Notast var við spurningalista EU Kids Online í tengslum við börn og netnotkun frá árunum 2017-2019, en hægt er að rýna nánar í rannsóknina hér (Smahel o.fl., 2020). Það voru 19 Evrópulönd sem tóku þátt í könnuninni og voru þátttakendur börn á aldrinum 9-17 ára. Hér er unnið með gögn frá sjö löndum þar sem spurt var um þau atriði sem nota má til að meta sjálfsmynd. Til þess að skoða hvernig samfélagsmiðlar hafi áhrif á sjálfsmynd unglinga ákváðum við að notast við þrjár spurningar úr gögnunum sem okkur fannst komast næst því að geta mælt megin hugtökin sem eru: samfélagsmiðlanotkun, neteinelti og sjálfsmynd. Sú spurning sem okkur fannst vera næst því að geta mælt samfélagsmiðlanotkun var „Ertu með þinn eigin prófil á netmiðlum eða samfélagsmiðlum eða leikjasíðum sem er í notkun?“ (e. „*Do you have your own profile on a social networking or social media or gaming site that you currently use?*“). Spurninguna „Á síðastliðnu ári, hefur einhvern tímann eitthvað gerst á netinu sem hefur truflað þig eða sært þig á einhvern hátt?“ (e. „*In the past year, has anything EVER happened online that bothered or upset you in some way e.g., made you feel upset, uncomfortable, scared or that you shouldn't have seen it?*“) notuðum við til að mæla neteinelti unglinga og til þess að mæla sjálfsmyndina notuðum við spurninguna „Aðrir krakkar á mínum aldri kunna almennt vel við mig“ (e. „*Other people my age generally like me*“) þar sem svarmöguleikinn „Mjög sammála“ (e. „*Very true for me*“) kom fram. Til þess að undirstrika hvort að munur sé á kynferði þá var einnig gerður samanburður á kynjum við spurningarnar.

**Niðurstöður**

Til að svara spurningunni um áhrif samfélagsmiðlanotkunar á sjálfsmynd var gerð tvíkosta aðhvarfsgreining. Líkanið metur áhrif samfélagsmiðlanotkunar á líkur á að börn séu mjög sammála fullyrðingunni „krökkum á mínum aldri líkar almennt vel við mig“ ásamt því að meta áhrif aldurs, kynferðis og neikvæðrar reynslu á netinu. Einnig er stjórnað fyrir áhrifum búsetu. Í töflu 1 má sjá yfirlit um dreifingu svara eftir löndum.

Tafla 1.

*Yfirlit um dreifingu svara eftir löndum.*

	HR	EE	FR	LT	NO	PL	SK	Allir
Krökkum á mínum aldri líkar almennt vel við mig (% mjög sammála)	50	32	34	48	41	35	43	41
Hafa upplifað eitthvað neikvætt á netinu (% Já)	15	25	17	23	24	27	8	20
Hafa upplifað neteinelti (% Já)	6	17	11	10	15	28	5	13
Kynferði (% stelpur)	49	49	49	49	51	49	49	49
Aldur (meðaltal, 9-17)	13,0	12,8	12,8	13,0	12,9	12,8	13,2	12,9
Notkun á samfélagsmiðlum (meðaltal, 0-5)	2,6	2,6	2,0	2,8	2,6	2,3	2,7	2,5

HR=Króatía, EE=Eistland, FR=Frakkland, LT=Litháen, NO=Noregur, PL=Pólland, SK=Slóvakía

Eins og sjá má í töflu 2 sýnir líkan 1 áhrif aldurs og kynferðis á sjálfsmynd að teknu tilliti til búsetu. Jafnframt er prófað fyrir sveiglínufylgni í áhrifum aldurs á sjálfsmynd. Áhrif aldurs eru tölfræðilega marktæk en áhrif kynferðis eru það ekki. Í líkani 2 er áhrifum samfélagsmiðlanotkunar bætt við. Samfélagsmiðlanotkun hefur tölfræðilega marktæk áhrif á sjálfsmynd með þeim hætti að þegar samfélagsmiðlanotkunin vex um 1 stig (á 6 punkta kvarða), aukast líkurnar á því að börn segist vera mjög sammála fullyrðingunni „krökkum á mínum aldri líkar almennt vel við mig“ um 7%. Í líkani 3 eru að auki metin áhrif neikvæðrar reynslu af netnotkun, annars vegar neteinelti og hins vegar neikvæðri upplifun almennt. Hvort tveggja hefur áhrif á sjálfsmynd. Þannig eru börn sem hafa upplifað neteinelti um 36% ólíklegri til að vera sammála fullyrðingunni „krökkum á mínum aldri líkar almennt vel við mig“ og börn sem hafa upplifað eitthvað neikvætt almennt (án þess að tilgreint sé hvað) eru að jafnaði 23% ólíklegri til að vera sammála þessari fullyrðingu. Í líkani 4 eru svo að endingu prófuð áhrif samvirkni milli kynferðis og samfélagsmiðlanotkunar. Þar kemur í ljós að samfélagsmiðlanotkun hefur ólík áhrif á sjálfsmynd stráka annars vegar og stelpna hins vegar. Einnig var prófað hvort samvirkni væri milli tíðni samfélagsmiðlanotkunar og neikvæðrar reynslu af netnotkun eða neteineltis en svo reyndist ekki vera.

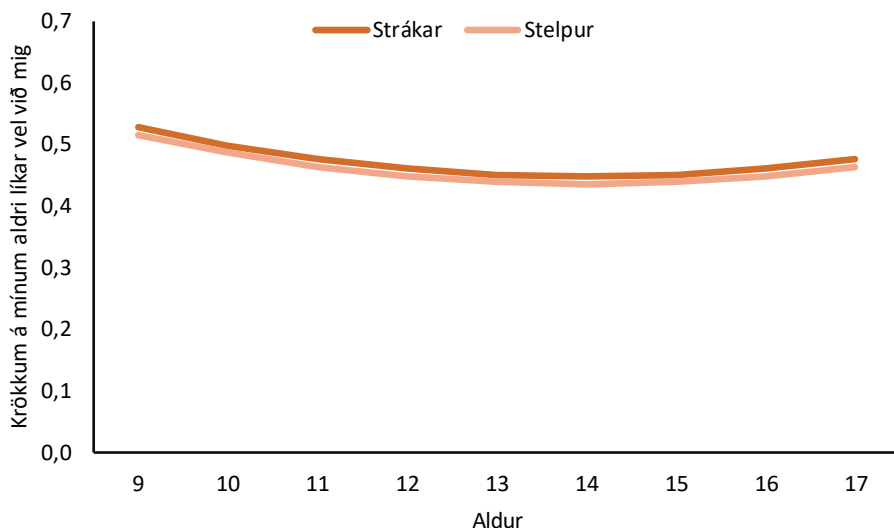
Tafla 2.

*Tvískota aðhvarfslíkön fyrir áhrif aldurs, kynferðis, samfélagsmiðlanotkunar, neteineltis og neikvæðrar reynslu á netinu á sjálfsmynd.*

	Líkan 1		Líkan 2		Líkan 3		Líkan 4	
	exp(b)	p	exp(b)	p	exp(b)	p	exp(b)	p
Fasti	0,71	0,00	0,61	0,00	0,66	0,00	0,59	0,00
Króatía	1,39	0,00	1,40	0,00	1,32	0,01	1,31	0,01
Eistland	0,65	0,00	0,65	0,00	0,66	0,00	0,66	0,00
Frakkland	0,75	0,01	0,78	0,02	0,76	0,01	0,76	0,01
Litháen	1,31	0,01	1,30	0,01	1,28	0,02	1,27	0,02
Pólland	0,68	0,00	0,69	0,00	0,75	0,02	0,76	0,02
Slóvakía	1,04	0,68	1,04	0,70	0,96	0,71	0,96	0,71
Aldur	0,97	0,06	0,95	0,00	0,95	0,00	0,95	0,01
Sveiglínuáhrif aldurs	1,01	0,03	1,01	0,01	1,01	0,01	1,01	0,01
Stelpur	1,00	0,94	0,98	0,75	0,99	0,81	1,23	0,05
Notkun á samfélagsmiðlum (0-5)			1,07	0,00	1,08	0,00	1,13	0,00
Upplifað neteinelti					0,64	0,00	0,65	0,00
Upplifað eitthvað neikvætt á netinu					0,77	0,00	0,78	0,00
Stelpur x notkun á samfélagsmiðlum							0,92	0,01
X <sup>2</sup>	95,9		104,8		146,2		152,4	
df	9		10		12		13	
p	<0,001		<0,001		<0,001		<0,001	
Cox & Snell R <sup>2</sup>	0,02		0,02		0,03		0,03	
Nagelkerke R <sup>2</sup>	0,03		0,03		0,04		0,04	

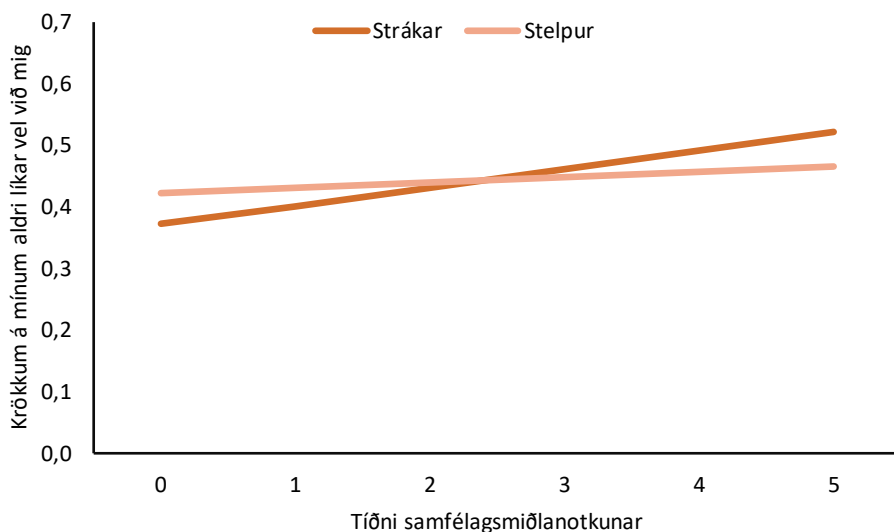
Til að rýna nánar í áhrif einstaka frumbreyta í líkaninu má líta á spáðar líkur á að vera sammála fullyrðingunni „krökkum á mínum aldri líkar almennt vel við mig“ miðað við ólíkar forsendur. Mynd 1 sýnir spáðar líkur á að vera mjög sammála fullyrðingunni „krökkum á mínum aldri líkar almennt vel við mig“, eftir aldri og kynferði. Spáin er reiknuð fyrir börn sem búa í Noregi, nota samfélagsmiðla hér um bil daglega og hafa hvorki upplifað neteinelti né annað neikvætt á netinu. Myndin sýnir hvernig sveiglínuáhrif aldurs koma fram og þann hverfandi mun sem er á milli stráka og stelpna.





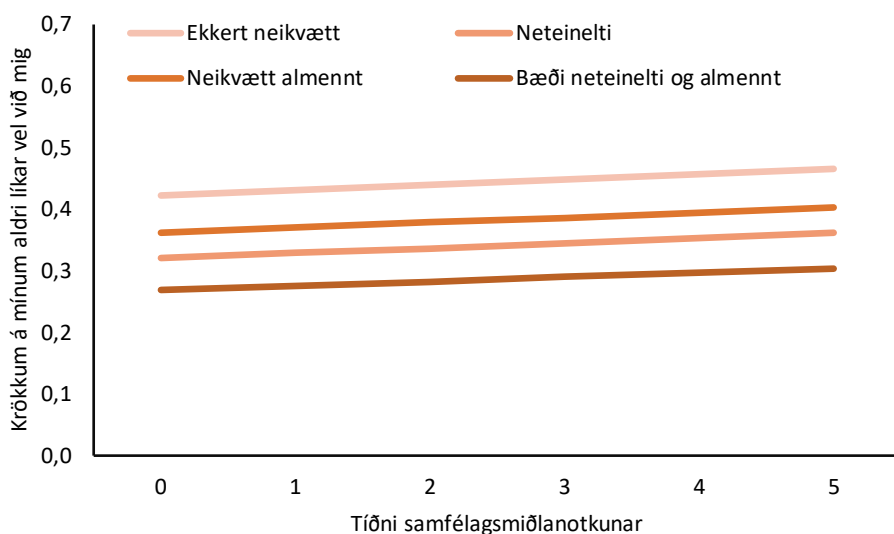
Mynd 1. Spáðar líkur á að vera mjög sammála fullyrðingunni „krökkum á mínum aldri líkar almennt vel við mig“ eftir aldri og kynferði.

Mynd 2 sýnir spáðar líkur á að vera mjög sammála fullyrðingunni „krökkum á mínum aldri líkar almennt vel við mig“, eftir tíðni samfélagsmiðlanotkunar og kynferði. Spáin er reiknuð fyrir börn sem búa í Noregi, eru 12 ára og hafa hvorki upplifað neteinelti né annað neikvætt á netinu. Myndin sýnir þau samvirkniáhrif sem eru milli kynferðis og samfélagsmiðlanotkunar þar sem aukin tíðni samfélagsmiðlanotkunar er tengd bættri sjálfsmynd hjá strákum en miklu síður hjá stelpum.



Mynd 2. Spáðar líkur á að vera mjög sammála fullyrðingunni „krökkum á mínum aldri líkar almennt vel við mig“ eftir tíðni samfélagsmiðlanotkunar og kynferði.

Mynd 3 sýnir spáðar líkur á að vera mjög sammála fullyrðingunni „krökkum á mínum aldri líkar almennt vel við mig“, eftir tíðni samfélagsmiðlanotkunar og tegundum neikvæðrar reynslu af netnotkun. Spáin er reiknuð fyrir stelpur sem búa í Noregi og eru 12 ára. Myndin sýnir þau neikvæðu áhrif sem bæði neteinelti og önnur neikvæð reynsla af netnotkun hefur á sjálfsmynd. Þannig eru á bilinu 42% til 47% 12 ára stelpna í Noregi sem hvorki hafa upplifað neteinelti né annað neikvætt á netinu sammála fullyrðingunni „krökkum á mínum aldri líkar almennt vel við mig“. Til samanburðar eru aðeins á bilinu 27% til 30% þeirra sem hafa upplifað bæði neteinelti og annað neikvætt á netinu sammála þessari fullyrðingu.



Mynd 3. Spáðar líkur á að vera mjög sammála fullyrðingunni „krökkum á mínum aldri líkar almennt vel við mig“ eftir tíðni samfélagsmiðlanotkunar og tegund neikvæðrar upplifunar á netinu.

### Umræður

Í þessari ritgerð var leitast við að svara eftirfarandi rannsóknarspurningu: „Hvernig hafa samfélagsmiðlar áhrif á sjálfsmynd unglunga?“. Greint var frá fyrri rannsóknum sem gerðar hafa verið um möguleg áhrif samfélagsmiðla á sjálfsmynd þar sem kom í ljós að sterk tengsl voru á milli neteineltis og sjálfsmyndar, þ.e.a.s. að þolendur neteineltis voru líklegri til að vera með lágt sjálfsálit en gerendur þess voru líklegri til að vera með bæði lágt eða hátt sjálfsálit (Hinduja og Patchin, 2010). Unglingar eiga það til að gera samanburð við aðra í gegnum samfélagsmiðla og móta þannig sjálfsmynd sína út frá skoðunum annarra (Bergstrom o.fl., 2009). Einnig voru stelpur líklegri til þess að bera sig saman við aðra þar sem þær gera óraunhæfar kröfur til sín vegna glansmynda sem eru mjög áberandi á samfélagsmiðlum. Stelpur voru þ.a.l. mun líklegri til þess að þróa með sér skaddaða líkamsímynd en þar sem líkamsímynd og sjálfsmynd eru beintengdar þá hefur það einnig slæm áhrif á sjálfsmynd þeirra (Bergstrom o.fl., 2009). Samkvæmt rannsóknum var stærsti áhættuhópurinn til að þróa með sér bæði neikvæða sjálfsmynd og lágt sjálfsálit þeir unglingar sem höfðu sterkustu tilfinningalegu tengslin við samfélagsmiðla (Valkenburg o.fl., 2016; Vogel, 2014). Til þess að kanna tengslin betur milli áhrifa samfélagsmiðla á sjálfsmynd unglunga ákváðum við að notast við spurningar úr gagnasafni EU Kids Online. Notast var við fylgibreytuna “krökkum á mínum aldri líkar almennt vel við mig” til að meta sjálfsmynd á mismunandi frumbreytur t.d. aldur, kynferði, neteinelti og almennt neikvæðrar reynslu á netinu og samfélagsmiðlanotkun. Niðurstöður sýndu að áhrif aldurs eru tölfræðilega marktæk en aftur á móti voru áhrif kynferðis ekki marktæk. Einnig kom fram að því meira sem notast var við samfélagsmiðla því betri varð sjálfsmyndin. Bæði neteinelti og neikvæð upplifun netnotkunar hefur áhrif á sjálfsmynd en það var engin samvirkni á milli tíðni samfélagsmiðlanotkunar og neteineltis eða neikvæðrar reynslu af netnotkun. Samvirkni milli kynferðis og samfélagsmiðlanotkunar var athugað sem leiddi í ljós að kynjamunur kom fram. Því meira sem strákar nota samfélagsmiðla því betri verður sjálfsmynd þeirra en miklu síður hjá stelpum. Einnig sýndu niðurstöðurnar að þær stelpur sem hafa orðið fyrir neteinelti eru líklegri til þess að hafa slæma sjálfsmynd.

Ýmsar takmarkanir gætu verið á þeim gögnum sem rannsóknin byggði á en það er hægt að deila um það hvort að þessar frumbreytur og fylgibreyta sem notast var við úr gagnasafninu séu nógu góðar til þess að mæla áhrifin. Möguleiki gæti verið á því að við séum ekki með nógu góða mælingu á sjálfsmyndinni eða samfélagsmiðlanotkuninni eða að okkur sé jafnvel að yfirsjáast eitthvað í þessu samhengi. Það sem kom okkur á óvart var að aukin tíðni

samfélagsmiðlanotkunar hjá strákum leiddi til betri sjálfsmyndar en það á ekki við um stelpur eins og áður hefur komið fram. Samt sem áður myndum við þó ekki ráðleggja einhverjum að vera duglegri á samfélagsmiðlum til þess að bæta sjálfsmyndina sína. Niðurstöður benda til þess að samfélagsmiðlanotkun hefur ekki eins mikil áhrif og fólk hefur haldið fram síðustu ár með áberandi hræðsluáróðri tengt netnotkun unglunga. Við veltum því einnig fyrir okkur hvort að fólk hafi verið að ofmeta áhrif samfélagsmiðla í gegnum tíðina. Við teljum að með tíð og tíma höfum við lært meira inn á samfélagsmiðla og þróast í takt við þá og þar með erum við ekki eins viðkvæm gagnvart þeim þ.e.a.s. áhyggjur okkar hafa minnkað. Með því að halda samfélagsmiðlanotkun í hófi þá ætti það ekki að hafa nein skaðleg áhrif á sjálfsmynd unglunga en huga þarf að því að of mikill samanburður við aðra er engum hollur þar sem samfélagsmiðlar sýna aðeins ákveðið brotabrot af hversdagsleikanum.

## Heimildaskrá

- Aboujaoude, E. (2010). Problematic internet use: an overview. *World Psychiatry*, 9(2), 85-90.
- Ahadzadeh, A. S., Pahlevan Sharif, S. og Ong, F. S. (2017). Self-schema and self-discrepancy mediate the influence of Instagram usage on body image satisfaction among youth. *Computers in Human Behavior*, 68, 8–16. <http://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.011>
- Aldís Unnur Guðmundsdóttir. (1992). *Sálfræði: Vöxtur og þroski*. Reykjavík: Mál og menning.
- Aldís Unnur Guðmundsdóttir. (2016). *Þroskasálfræði – Lengi býr að fyrstu gerð*. Reykjavík: Mál og menning.
- Al-Menayes, J. J. (2015). Motivations for using social media: An exploratory factor analysis. *International Journal of Psychological Studies*, 7(1), 43-50.  
doi:<http://doi.org/10.5539/ijps.v7n1p43>
- Anderson, M. og Jiang, J. (2018). Teens, Social Media & Technology 2018. Sótt af <http://publicservicesalliance.org/wp-content/uploads/2018/06/Teens-Social-Media-Technology-2018-PEW.pdf>
- Ang, C. S., Talib, M. A., Tan, K. A., Tan, J. P. og Yaacob, S. N. (2015). Understanding computer-mediated communication attributes and life satisfaction from the perspectives of uses and gratifications and self-determination. *Computers in Human Behavior*, 49, 20-29. doi: <http://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.037>
- Aslam, S. (2020, 10.febrúar). Instagram by the numbers: Stats, demographics & fun fact. Sótt af <http://www.omnicoreagency.com/instagram-statistics/>
- Álfheiður Steinþórsdóttir og Guðfinna Eydal. (2010). *Sálfræði einkalífsins*. 2. Útgáfa. Reykjavík: Almenna bókafélagið.

- Balakrishnan, J. og Griffiths, M. D. (2017). An exploratory study of „selfitis“ and the development of the Selfitis behavior scale. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 16(3), 722-736. doi: <http://doi.org/10.1007/s11469-017-9844-x>
- Barcelos, R. H. og Rossi, A. V. C. (2014). Paradoxes and strategies of social media consumption among adolescents. *Young Consumers; Bradford*, 15(4), 275–295.
- Bayer, J. B., Ellison, N. B., Schoenebeck, S. Y. og Falk, E. B. (2016). Sharing the small moments: ephemeral social interaction on Snapchat. *Information, Communication & Society*, 19(7), 956-977. doi:<http://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1084349>
- Bazon, E. (2013). *Sticks and stones: Defeating the culture of bullying and rediscovering the power of character and empathy*. New York: Random House.
- Bergstrom, R. L., Neighbors, C. og Malheim, J. E. (2009). Media comparisons and threats to body image: Seeking evidence of self-affirmation. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 28(2), 264-280.
- Berk, L. E. (2007). *Development through the lifespan* (4. útgáfa). Boston: Pearson Education.
- Beyens, I., Frison, E. og Eggermont, S. (2016). „I don't want to miss a thing“: Adolescents fear of missing out and its relationship to adolescents social needs, Facebook use, and Facebook related stress. *Computers in Human Behavior*, 64, 1-8.  
doi:<http://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.083>
- Buda, G., Lukoševičiūtė, J., Šalčiūnaitė, L. og Šmigelskas, K. (2020). Possible effects of social media use on adolescent health behaviors and perceptions. *SAGE journals*, 1-18.  
doi:<http://doi.org/10.1177/0033294120922481>
- Burrow, A.L. og Rainone, N. (2017). How many likes did I get?: Purpose moderates links between positive social media feedback and self-esteem. *Journal of Experimental Social Psychology*, 69, 232-236. doi:<http://doi.org/10.1016/j.jesp.2016.09.005>

- Chen, C., Zhang, K. Z. K., Gong, X., Zhao, S. J., Lee, M.K.O. og Liang, L. (2017). Examining the effects of motives and gender differences on smartphone addiction. *Computers in Human Behavior*, 75, 891-902.  
doi:<http://doi.org/10.1016/j.chb.2017.07.002>
- Chou, H. T. G. og Edge, N. (2012). „They are happier and having better lives than I am“: the impact of using Facebook on perceptions of others lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117-121.
- Deci, E. L. og Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. London: Plenum.
- Deci, E. L. og Ryan, R. M. (2000). The „what“ and „why“ of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227-268.
- Ellison, N. B., Steinfield, C. og Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook „friends“: Social capital and college students use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 1143-1168.
- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. New York: W.W. Norton & Company.
- Forbes, E. E. og Dahl, R. E. (2010). Pubertal development and behavior: Hormonal activation of social and motivational tendencies. *Brain and Cognition*, 72(1), 66–72.  
doi:<http://doi.org/10.1016/j.bandc.2009.10.007>
- Fuchs, C. (2014). *Social media: a critical introduction / Christian Fuchs*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Guðrún Ragnarsdóttir og Margrét Guðmundsdóttir. (2006). *Leikur að lifa*. Reykjavík: Mál og menning.
- Heilsuvera. (2016). Hvað er líkamsmynd? Sótt 26.apríl 2020 af  
<http://www.heilsuvera.is/efnisflokkar/lidan/likamsmynd/hvad-er-likamsmynd/>

- Heilsuvera. (2017). Sjálfsmynd ungmenna. Sótt 25.apríl 2020 af [http://www.heilsuvera.is/efnisflokkar/lidan/sjalfsmynd/sjalfsmynd-ungmenna/?fbclid=IwAR0e\\_1bmQxYBk5zNJcqu2r6A6gWVD\\_dWqoTscQFEn3PGnrU-AzRWaaxhMMU](http://www.heilsuvera.is/efnisflokkar/lidan/sjalfsmynd/sjalfsmynd-ungmenna/?fbclid=IwAR0e_1bmQxYBk5zNJcqu2r6A6gWVD_dWqoTscQFEn3PGnrU-AzRWaaxhMMU)
- Hendrickse, J., Arpan, L. M., Clayton, R. B. og Ridgway, J. L. (2017). Instagram and college women's body image: Investigating the roles of appearance-related comparisons and intrasexual competition. *Computers in Human Behavior*, 74, 92–100. doi:<http://doi.org/10.1016/j.chb.2017.04.027>
- Hinduja, S. og Patchin, J. W. (2010). Cyberbullying and self-esteem. *Journal of School Health*, 80(12), 614–621. doi:10.1111/j.1746-1561.2010.00548.x
- Hjördís Sigursteinsdóttir, Eva Halapi og Kjartan Ólafsson. (2014). Ég nota alla lausa tíma sem ég hef. Netla. Sótt af <http://netla.hi.is/greinar/2014/ryn/008.pdf>
- Hrafnhildur Ragnarsdóttir. (1993). Þroski barna og unglunga. Í Hörður Þorgilsson og Jakob Smári (ritstjórar), *Sálfræðibókin* (bls. 15-65). Reykjavík: Mál og menning.
- Huang, H. og Leung, L. (2009). Instant messaging addiction among teenagers in China: Shyness, alienation, and academic performance decrement. *CyberPsychology & Behaviour*, 12(6), 675-679. Doi:10.1089/cpb.2009.0060.
- Internet live stats. (2020). Internet Users. Sótt af <http://www.internetlivestats.com/internet-users/>
- Israelashvili, M., Kim, T. og Bukobza, G. (2012). Adolescents over-use of the cyber world- Internet addiction or identity exploration? *Journal of Adolescence*, 35(2), 417–424.
- Kalpidou, M., Costin, D. og Morris, J. (2011). The relationship between Facebook and the well-being of undergraduate college students. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(4), 183-189.



- Kelly, Y., Zilanawala, A., Booker, C., og Sacker, A. (2018). Social media use and adolescent mental health: Findings from the UK Millennium Cohort Study. *eClinical Medicine*, 6, 59–68. doi:<https://doi.org/10.1016/j.eclinm.2018.12.005>
- Korn, L., Gonen, E., Shaked, Y. og Golan, M. (2013). Health perceptions, self and body image, physical activity and nutrition among undergraduate students in Israel. *Public Library of Science*, 8(3), 1–7. doi:10.1271/journal.pone.0058543
- Kozier, B., Erb, G., Berman, A. og Snyder, S. (2004). *Fundamentals of nursing: Concepts, process, and practice* (7. útgáfa). New Jersey: Pearson Education Inc.
- Kuss, D. J., Griffiths, M. D., Karila, L., og Billieux, J. (2014). Internet addiction: A systematic review of epidemiological research for the last decade. *Current Pharmaceutical Design*, 20(25), 4026–4052. doi:<http://doi.org/10.2174/13816128113199990617>
- Neira, C. J. B. og Barber, B. L. (2014). Social networking site use: Linked to adolescents social self-concept, self-esteem and depressed mood. *Australian Journal of Psychology*, 66, 56-64. doi: 10.1111/ajpy.12034
- Pontes, H. M., Taylor, M. og Stavropoulos, V. (2018). Beyond „Facebook addiction“: The role of cognitive-related factors and psychiatric distress in social networking site addiction. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(4), 240-247. doi:<http://doi.org/10.1089/cyber.2017.0609>
- Primack, B. A., Shensa, A., Escobar-Viera, C. G., Barrett, E. L., Sidani, J. E., Colditz, J. B., og James, A. E. (2017). Use of multiple social media platforms and symptoms of depression and anxiety: A nationally-representative study among U.S. young adults. *Computers in Human Behavior*, 69, 1–9. doi:<http://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.013>
- Ryan, T., Allen, K. A., Gray, D. L. og McInerney, D. M. (2017). How social are social media? A review of online social behaviour and connectedness. *Journal of Relationships Research*, 1-8. doi:10.1017/jrr.2017.13

Santrock, J. W. (2016). *Adolescence*. (16. útgáfa). New York: McGraw-Hill.

Scott, H. og Woods, H. C. (2018). Fear of missing out and sleep: Cognitive behavioural factors in adolescents nighttime social media use. *Journal of Adolescence*, 68, 61-65. doi:<http://doi.org/10.1016/j.adolescence.2018.07.009>

Sebastian, C., Burnett, S. og Blakemore, S. J. (2008). Development of the self-concept during adolescence. *Trends in Cognitive Sciences*, 12(11), 441-446.

Sigrún Aðalbjarnardóttir. (2007). *Virðing og umhyggja: Ákall 21. aldar*. Reykjavík: Heimskringla.

Smahel, D., Machackova, H., Mascheroni, G., Dedkova, L., Staksrud, E., Ólafsson, K., . . . Hasebrink, U. (2020). *EU Kids Online 2020: Survey results from 19 countries*. doi: 10.21953/lse.47fdeqj01of0

Smith, A. og Anderson, M. (2018, 1.mars). Social Media use in 2018. Sótt af <http://www.pewresearch.org/internet/2018/03/01/social-media-use-in-2018/>

Steingerður Ólafsdóttir. (2017). Smábörnin með snjalltækin. Netla. Sótt af [http://netla.hi.is/serrit/2017/menntakvika\\_2017/001.pdf](http://netla.hi.is/serrit/2017/menntakvika_2017/001.pdf)

Tazghini, S. og Siedlecki, K. L. (2013). A mixed method approach to examining Facebook use and its relationship to self-esteem. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 827-832.

Throuvala, M.A., Griffiths, M.D., Rennoldson, M. og Kuss, D.J. (2019). Motivational processes and dysfunctional mechanisms of social media use among adolescents: A qualitative focus group study. *Computers in Human Behavior*, 93, 164-175. doi:<http://doi.org/10.1016/j.chb.2018.12.012>

Upplýsingasiða um sjálfsmynd barna og unglinga. (e.d.). Líkamsmynd og sjálfsmynd. Sótt af <http://sjalfsmynd.wordpress.com/likamsmynd/>

- Utz, S., Tanis, M. og Vermeulen, I. (2011). It is all about being popular: The effects of need for popularity on social network site use. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(1), 37-42. doi:<http://doi.org/10.1089/cyber.2010.0651>
- Valkenburg, P. M., Peter, J. og Schouten, A. P. (2006). Friend networking sites and their relationship to adolescents well-being and social self-esteem. *Cyberpsychology and Behavior*, 9(5), 584–590. doi:10.1089/cpb.2006.9.584
- Vannucci, A., Flannery, K. M. og Ohannessian, C. M. (2017). Social media use and anxiety in emerging adults. *Journal of Affective Disorders*, 207, 163–166. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.jad.2016.08.040>
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R. og Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206–222. doi:10.1037/ppm0000047