

Tartu Ülikool
Psühholoogia instituut

Johanna Lehtmets

**SOTSIAALSE VÕRDLUSE SEOSSED SOTSIAALMEEDIA KASUTAMISE,
ISIKSUSE NING ELUGA RAHULOLUGA EESTI ÜLIÕPILASTE NÄITEL**

Uurimistöö

Juhendajad:

Karin Täht, PhD

Dmitri Rozgonjuk, MA

Läbiv pealkiri: Sotsiaalne võrdlus, eluga rahulolu, isiksus ja sotsiaalmeedia

Tartu 2017

**SOTSIAALSE VÕRDLUSE SEOSED SOTSIAALMEEDIA KASUTAMISE,
ISIKSUSE NING ELUGA RAHULOLUGA EESTI ÜLIÕPILASTE NÄITEL****Kokkuvõte**

Käesolevas uurimistöös vaadeldi sotsiaalse võrdluse seoseid sotsiaalmeedia kasutamise, isiksuseomaduste ning eluga rahuloluga Eesti kõrgkoolide õpilaste hulgas. Uuringus osales 401 inimest vanuses 19 – 58 eluaastat ($M = 26.35$; $SD = 7.78$; naisi 79.6 %). Uuringu tulemused näitavad, et sotsiaalse võrdluse ning sotsiaalmeedia kasutamise vahel esineb positiivne seos. Isiksuseomadustest seondub sotsiaalne võrdlus positiivselt kõige enam neurootilisusega. Sotsiaalsel võrdlusel esinesid negatiivsed korrelatsioonid meelekindluse ja sotsiaalsusega. Sotsiaalse võrdluse ja eluga rahulolu vahel käesolevas töös seoseid ei leitud. Sotsiaalset võrdlust ennustav regressioonmudel kirjeldas ära 25 % sotsiaalse võrdluse tendentsi variatiivsusest ning mudelis omasid kõrgeimat ennustusvõimet sotsiaalmeedia kasutamine ning neurootilisus.

Märksõnad: Sotsiaalne võrdlus, sotsiaalmeedia, isiksuseomadused, eluga rahulolu

**SOCIAL COMPARSION AND ITS LINKS TO SOCIAL MEDIA USAGE,
PERSONALITY TRAITS AND LIFE SATISFACTION ON THE EXAMPLE OF
ESTONIAN UNIVERSITY STUDENTS**

Abstract

The research paper focuses on social comparison and its links to social media usage, personality traits and life satisfaction among Estonian university students. A set of questionnaires was completed by 401 people between the ages of 19-58 years ($M = 26.35$; $SD = 7.78$; female 79.6 %). The study demonstrated a positive correlation between social comparison and social media usage. Positive correlation between social comparison and neuroticism was also found. Negative correlation was identified between social comparison and agreeableness as well as conscientiousness. No links between social comparison and life satisfaction were reported. The regression model predicting social comparison described 25 % of social comparison tendency variance. Social media usage and neuroticism had the highest predictive ability in the regression model.

Keywords: Social comparison, social media, life satisfaction, personality traits

SISSEJUHATUS

Suhtlusviisid inimeste vahel on tehnoloogia arenguga ning Interneti levikuga ajas muutunud ning enda elusündmuste jagamine teistega on lihtsam ning kiirem kui kunagi varem. Kas sellised võimalused võivad olla seotud sotsiaalse võrdlusega ning kas sotsiaalne võrdlus võib omada seost ka eluga rahuloluga ja isiksuseomadustega?

Käesoleva uurimistöö eesmärgiks on uurida sotsiaalse võrdluse esinemist Eesti kõrgkoolide tudengite hulgas ning välja selgitada, kas tendents end sotsiaalselt võrrelda on seotud tudengite sotsiaalmeedia kasutamisega õppetöö ajal, eluga rahulolu ning isiksuseomadustega.

Sotsiaalse võrdluse teooria

Sotsiaalse võrdluse kontseptsiooni esitas esmakordselt Leon Festinger 1954. aastal. Ta kirjeldas sotsiaalse võrdlemise fenomeni kui inimeste sisemist tungi saada enda arvamuste ning võimete kohta võimalikult täpseid hinnanguid. Hinnangu saamiseks piisavalt objektiivsete parameetrite puudumisel võrreldakse end indiviididega välisest sotsiaalsest keskkonnast (Festinger, 1954). Festingeri sotsiaalse võrdluse teooriat on aja jooksul täiendatud ning praeguseks hetkeks on identifitseeritud peamiselt kolm baasmotiivi, millel sotsiaalne võrdlus tugineb. Nendeks motiivideks on lisaks Festingeri originaalkontseptsioonis esitletud objektiivsele enesehindamisele (*self-evaluation*) ka eneseareng (*self-improvement*) ning eneseupitamine (*self-enhancement*) (Wayment ja Taylor, 1995). Enesearengut (*self-improvement*) kirjeldab inimeste motivatsioon võrrelda end sagedamini nendega, kes näivad võimekamad (*upward comparison*), et saada teadmisi enda oskuste parandamiseks (Wood, 1989). Selline teise inimese edukusega võrdlemine mõjub motiveerivana enamasti siis, kui teise inimesega milleski sama taseme saavutamine tundub enda jaoks realistliku ja saavutatavana (Lockwood ja Kunda, 1997). Eneseupitamist (*self-enhancement*) kirjeldab vähenenud subjektiivne heaolu ning enda võrdlemine vähem võimekate (*downward comparison*), kuna see võib panna ennast sellises olukorras paremini tundma (Wills, 1981). Käesolevas töös ei eristata üles- ja allapoole sotsiaalset võrdlust ning analüüsitakse üksnes üldist sotsiaalse võrdluse tendentsi.

Individuaalsed erinevused sotsiaalses võrdluses ja sotsiaalmeedia kasutamises

Tendents end teistega võrrelda enese kohta võimalikult täpse hinnangu saamiseks on universaalne (Gibbons ja Buunk, 1999). Samas leidub individuaalseid erinevusi inimeste valmisolekus end teistega võrrelda.

Üks tänapäeva populaarsemaid isiksuse käsitusi on Suure Viisiku isiksuseomaduste teooria, mis kirjeldab isiksust viie peamise dimensiooni abil (Costa ja McCrae, 1992). Neurootilisus (*neuroticism*) mõõdab seda, kui aldis on inimesed psühholoogilisele stressile. Kõrge neurootilisusega inimesed kogevad sagedamini ärevust, viha, frustratsiooni. Nad on impulsiivsed ning võivad tihti tunda süüd, kurbust ja üksindust. Ekstravertsus (*extroversion*) mõõdab väljapoole suunatud energia intensiivsust ja kogust. Kõrgema ekstravertsusega inimesed on soojad, sõbralikud, seltskondlikud, aktiivse elutempoga. Nad kogevad sagedamini positiivseid emotsioone ning neid iseloomustab ka kõrgem elamusjanu. Avatus kogemustele (*openness*) mõõdab inimeste uudishimu, uute kogemuste otsimist, kujutlusvõimet. Kõrge avatusega inimesed väärtustavad kunsti, ilu ning esteetikat, on avatud uutele ideedele ning tähtsustavad inimeste sisemisi tundeid ning emotsioone. Meelekindlus (*conscientiousness*) mõõdab inimese organiseerituse taset, püsivust, eneseusku, kohusetundlikkust. Kõrge meelekindlusega inimestel on tugev enesedistsipliin ning saavutusvajadus. Neid kirjeldab eesmärkidele suunatud käitumine ning kalduvus mõelda asju hoolikalt läbi enne tegutsemist. Sotsiaalsus (*agreeableness*) mõõdab inimeste positiivsete sotsiaalsete suhete toimumisele keskendumist. Neid iseloomustab siirus ja empaatilisus. Kõrge sotsiaalsusega inimesed on teistega arvestavad ning neil on kaaslase suhtes tavaliselt head kavatsused. (Costa ja McCrae, 1992)

Suure Viisiku isiksuseomadustest on sotsiaalse võrdlusega positiivselt seotud peamiselt ekstravertsus ning neurootilisus (Van Der Zee, Buunk, Sanderman, Botke ja Van Den Bergh, 1999). Olson ja Evans (1999) lisavad sotsiaalse võrdlusega seotud olevatele isiksuse dimensioonidele ka avatuse ning sotsiaalsuse. Ka Gibbons ja Buunk (1999) on leidnud, et kõrgema sotsiaalse võrdluse tasemega inimesed kipuvad olema vähem avatud. Lisaks seovad Buunk ja Gibbons (2006) kõrgema sotsiaalse võrdluse skooriga inimesi Suure Viisiku isiksuseomadustest neurootilisusega, mis hõlmab enda alla ka madalat enesehinnangut, negatiivset afektiivsust ning ebakindlust.

On leitud, et inimeste Interneti keskkonnas käitumise eripärad võivad samuti omada seoseid isiksuseomadustega. Näiteks võivad domineerivad isiksusejooned olla seotud infovalikuga üldisemalt, Interneti teenuste kasutamise intensiivsusega või sellega, kas suhtlusel eelistatakse veebipõhiseid võimalusi või näost-näku suhtlusviise (Blumer ja Döring, 2012). Suure Viisiku isiksuseomadustest seostuvad Interneti ja sotsiaalmeedia kasutamise harjumused positiivselt peamiselt ekstravertsusega, neurootilisusega ning avatusega kogemustele (Correa, Hinsley ja De Zuniga, 2010). Ryan ja Xenos (2011) leidsid, et sotsiaalmeediat kasutavad rohkem need, kes on ekstravertsed ja väiksema meelekindlusega. Ka Hamburger jt (2000) ning Bachrach jt (2012) on näidanud et ekstravertsus suudab kõige edukamalt ennustada inimeste sotsiaalmeedia kasutamist. Viiest dimensioonist kõige madalamat seotust sotsiaalmeedia kasutamisega on täheldatud sotsiaalsuse puhul (Bachrach, Kosinski, Graepel jt, 2012).

Sotsiaalmeedia kasutamine ja sotsiaalne võrdlus

Tänapäeval on suuremal osal elanikkonnast juurdepääs Internetile, mis teeb ka sotsiaalmeediakanalite kasutamise väga mugavaks. 2016. aastal oli Internetile ligipääs ligi 45 % maailma elanikkonnast (Statista, 2017a). Eesti 25-32 aastastest noortest kasutavad igapäevaselt Interneti tervelt 99% (Statista, 2017b). Kõige populaarsemas sotsiaalmeedia keskkonnas Facebook omavad 2016. aasta seisuga kontot 600 000 (45.7 %) Eesti inimest ning sellele näitajale ennustatakse pidevat kasvutrendi (Statista, 2017c).

Sotsiaalmeediana (*social media; social network*) käsitleti antud töö kontekstis kõige populaarsemaid keskkondi nagu Facebook, Twitter, Instagram, Whatsapp ja Snapchat.

Sotsiaalmeedia keskkonnad on veebipõhised teenused, mis võimaldavad inimestel luua avalikku või pool-avalikku profiili ühte piiratud süsteemi, luua listi teistest kasutajatest, kellega soovitakse olla ühenduses, vaadata ning jälgida teiste kasutajate loodud sisu ja kontaktide nimekirja (Ellison, 2007). Sellised rakendused pakuvad kasutajatele mugavat keskkonda oma personaalse info jagamiseks teistega. Miljonid sotsiaalmeedia kasutajad jagavad oma mõtteid ja tundeid esitledes teistele kasutajatele oma erinevaid elusündmusi. Samal ajal on neil võimalik olla kursis ka teiste inimeste sarnaste elusündmustega (Jang, Park ja Song, 2016).

Kasutades Facebook’is visuaalseid jagamisvõimalusi nagu pildid ja videod, saavad kasutajad ise kujundada üsna täpselt, missugusena soovivad nad ennast presenteerida. Postitused, pildid ja videod, mis sisaldavad kasutaja jaoks ebasobivat informatsiooni või talle lihtsalt ei meeldi, on võimalik kustutada või muuta ning seeläbi on võimalus end esitleda just parimast küljest (Gonzales ja Hancock, 2011).

On leitud, et rohkem sotsiaalmeediat kasutavad inimesed raporteerivad ka kõrgemat sotsiaalset võrdlust (Lee, 2014). Aktiivsed Facebook’i kasutajad tajuvad mitte-aktiivsetest suurema tõenäosusega, et teistel kasutajatel on parem ning rõõmsam elu ning et elu on üldiselt ebaõiglane (Chou ja Edge, 2012). Samuti on leitud, et inimesed, kellel on Facebook’is rohkem sõpru, kellega nad tegelikult isiklikult kokku puutunud ei ole, tunnevad, et nendel “sõpradel” on neist endist parem elu (Chou ja Edge, 2012). Facebook tekitab sageli tunde, et teistel inimestel on ainult rõõmsad elusündmused, kuna eksponeeritakse eelkõige just positiivseid hetki. Inimesed, kes saavad sõpradega päriselt kokku ning teavad nende kohta nii positiivseid kui negatiivseid lugusid, tajuvad harvem oma sõprade elusid endi omadest oluliselt parematena (Chou ja Edge, 2012). Facebooki keskkond soosib sotsiaalse võrdlemise tekkimist just nendega, kel näib, et läheb elus üldiselt paremini (Vogel, Rose jt, 2014). Inimesed, kelle sotsiaalse võrdluse skoor Facebook’i keskkonnas on kõrge, tunnevad ennast sellest võrdlemisest ajendatult sagedamini negatiivselt (Lee, 2014). Enda võrdlemine sotsiaalmeedias teiste inimestega võib mõjutada veel ka tuju, kehaga rahulolu ning kehapildi objektiivset tajumist (Robl ja Mulgrew, 2016; Brown ja Tiggemann, 2016). On isegi leitud, et neil, kes end teistega Facebook’is palju negatiivselt võrdlevad, on rohkem depressiooni sümptomeid (Feinstein, Hershenberg, Bhatia jt, 2013). Depressiooni ja ärevuse sümptomite avaldumist võib mõjutada ka väga mitmete erinevate sotsiaalmeedia platvormide kasutamine (Primack, Shensa, Escobar-Viera jt, 2017). Depressiooni sümptomitega inimesed aga raporteerivad madalamat eluga rahulolu (Saunders ja Roy, 1999).

Eluga rahulolu, sotsiaalne võrdlus ja sotsiaalmeedia kasutamine

Õnnelikkust ja eluga rahulolu määratletakse subjektiivse heaolu kaudu. Subjektiivse heaoluna käsitatakse emotsionaalseid ja kognitiivseid hinnanguid, mida inimesed oma elule annavad (Diener jt, 2003).

Eluga rahulolu on suuresti mõjutatud inimese isiksuseomadustest ning kalduvusest kogeda erinevaid elusündmusi positiivsel või negatiivsel viisil (Diener, 1984). Subjektiivse rahulolu puhul on teada, et inimesed tähtsustavad erinevaid eluvaldkondi erinevalt ning nende rahuolu kriteeriumid võivad olla samuti erinevad. Seega on oluline hinnata pigem inimese üldisemat globaalset eluga rahulolu selle asemel, et käsitleda rahuolu ainult mõne spetsiifilise eluvaldkonnaga (Diener, 1984). Eluga rahulolu skaala (The Satisfaction With Life Scale: SWLS) on arendatud välja, et hinnata vastajate elu tervikuna (Diener jt, 1985).

Sotsiaalne võrdlus võib madalama eluga rahuloluni viia juhul, kui võrreldakse end nendega, kel näib, et läheb elus paremini ja see tajutud edukus näib enda jaoks kättesaamatuna (Lee, 2014). Frison ja Eggermont (2016) on leidnud, et inimesed, kes on eluga vähem rahul, võrdlevad end teistega rohkem negatiivselt. On ka leitud, et sotsiaalmeedia keskkondade (nagu näiteks Facebook) kasutamine on seotud madalama eluga rahulolu ning madalama enesehinnanguga juhul, kui Facebook'i kasutamine on tõeliselt sage või on välja kujunenud sõltuvussuhe (Blachnio, Przepiorka ja Pantic, 2016). Erinevad kommunikatsiooniviisid võivad mõjutada elu ning suhetega rahulolu erinevalt. Mitmekülgsemad kommunikatsioonimeetodid (näost-näku suhtlemine, videokõned ja telefonikõned) on seotud kõrgema eluga ning suhetega rahuloluga. Vastupidiselt, piiratumad suhtlusmeetodid (sotsiaalmeedia keskkondades sõnumite saatmine, tekstisõnumite saatmine) on seotud vähenenud eluga rahuoluga (Goodman-Deane, Mieczakowski jt, 2016). Ka Facebook'i keskkonnas teiste inimestega sotsiaalsest võrdlemisest alguse saav kadedusetunne võib viia madalama eluga rahuloluni (Krasnova, Wenninger, Widjaja jt, 2013).

Käesoleva töö eesmärk ja hüpoteesid

Varasemalt on uuritud sotsiaalse võrdluse seoseid nii sotsiaalmeedia kasutamisega, isiksusega kui ka eluga rahuloluga. Samas pole kõiki neid konstrukte korraga uuritud, seega on käesoleva töö ülesehitus uudne ning ka üldine probleemipüstitus ajakohane.

Töö eesmärgiks on uurida, kas tendents end teistega sotsiaalselt võrrelda, on seotud sotsiaalmeedia kasutamisega õppetöö ajal, tudengite üldise eluga rahuloluga ning isiksuseomadustega.

Lähtudes eelnevalt kirjeldatud kirjandusest püstitati järgnevad hüpoteesid:

Hüpotees 1: Tudengite tendents end teistega sotsiaalselt võrrelda on positiivselt seotud ajaga, mis veedetakse õppetöö ajal sotsiaalmeedia keskkondades.

Hüpotees 2: Tudengite tendents ennast teistega sotsiaalselt võrrelda on negatiivselt seotud eluga rahuloluga.

Hüpotees 3: Tendents end teistega sotsiaalselt võrrelda on positiivselt seotud neurootilisusega.

Hüpotees 4: Tendents end teistega sotsiaalselt võrrelda on positiivselt seotud ekstraversusega.

Hüpotees 5: Tendents end teistega sotsiaalselt võrrelda on positiivselt seotud avatusega kogemusele.

Hüpotees 6: Tendents end teistega sotsiaalselt võrrelda on negatiivselt seotud sotsiaalsusega.

Hüpotees 7: Tendents end teistega sotsiaalselt võrrelda on negatiivselt seotud meelekindlusega.

MEETOD

Valim ja protseduur

Inimesi kutsuti uuringusse 2017. aasta jaanuaris kontakteerudes meililistide kaudu kõikide Eesti kõrgkoolidega. Enne veebipõhise küsimustiku täitmist oli katseisikutel võimalik lugeda sissejuhatavat teksti, mis informeeris neid vastamise anonüümsusest ning võimalusest igal ajahetkel osalemisest loobuda. Küsimustiku täitma hakkamisega kinnitasid katseisikud oma nõusolekut uuringus osalemiseks.

Küsimustikku avati kokku 853 korral, lõpuni täitis küsimustiku 408 inimest. Valimist eemaldati kaks välisriikide ülikoolides õppivat tudengit ning need, kes ei olnud märkinud oma keskmist hinnet ($n = 5$). Lõplikku valimisse jäi 401 inimest. Vastajad olid vanuses 19 - 58 aastat ($M = 26.35$; $SD = 7.78$).

Vastajate hulgas oli mehi 82 (20.4 %) ning naisi 319 (79.6 %). Hetkel omandatava haridustasemena märkisid vastajad bakalaureuse õppeastet 226 (56.4 %), magistriõpet 81 (20.2 %), doktorantuuri 15 (3.7 %), integreeritud õppekava 33 (8.2 %), rakendusõpet 45 (11.2 %) ning diplomiõpet 1 (0.2 %) korral.

Mõõtevahendid

Internetipõhine küsimustik koosnes kokku 117 küsimusest ning jaotus erinevateks alaosadeks: 1) Sotsiaal-demograafilised ning haridusega seotud andmed 2) Prokrastineerimise küsimustik 3) Rööprähklemisega (*task switching; multitasking*) seotud küsimused 4) Sotsiaalse võrdluse küsimustik 5) Eluga rahulolu küsimustik 6) Küsimused sotsiaalmeedia kasutamise kohta 7) Nutitelefonisõltuvusele kaldumise küsimustik 8) Isiksuseomaduste küsimustik. 9) Lisaküsimus: “Kas selles uurimuses osalemisega sa lükkasid edasi mõne olulisema tegevuse juurde asumist?” Kuna käesoleva töö andmed on osa suuremast projektist, siis ei kasutatud analüüsis kõiki kogutud andmeid.

Käesolevas töös kasutatud küsimustikud:

1. Sotsiaal-demograafiliste andmete küsimustik (9 küsimust). Uuritavatele küsiti järgmised andmed: sugu, vanus, kas vastaja õpib kõrgkoolis, kõrgkooli nimi, eriala, hetkel omandatav haridustase, kaalutud keskmine hinne, subjektiivne hinnang enda õppeedukusele teiste tudengitega võrreldes.
2. Sotsiaalse võrdluse küsimustik (11 küsimust): *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure* (INCOM; Gibbons ja Buunk, 1999). Küsimustik mõõdab inimeste sotsiaalse võrdluse tendentsi. Küsimustik koosneb 11 väitest, millele saab vastuseid anda 5 pallisel skaalal (1 = üldse ei nõustu ... 5 = nõustun täiesti) INCOM skaala on näidanud tugevat sisemist reliaablust ($\alpha = .83$).
3. Eluga rahulolu küsimustik (5 küsimust): *Satisfaction with Life Scale* (SWLS; Diener, Emmons, Larsen ja Griffin, 1985). Küsimustik koosneb 5 väitest, millele saab vastuseid anda 7 pallisel skaalal (1 = ei nõustu üldse ... 7 = nõustun täielikult). SWLS skaala on näidanud tugevat sisemist reliaablust ($\alpha = .87$).

4. Küsimused sotsiaalmeedia kasutamise kohta õppetöö ajal (6 küsimust) – käesoleva uurimistöö tarbeks loodud täpsustavad küsimused nutitelefone kasutamise ja sotsiaalmeedia kasutamise kohta. Moodustati ka “Sotsiaalmeedia kasutamine õppetöö ajal” indeks, mis koosnes kahest küsimusest: 1. *Kui sageli kasutad ÕPPETÖÖ (nt loengud, seminar jmt) ajal sotsiaalvõrgustikke (Facebook, Twitter, Instagram jmt)?* ja 2. *Kui sageli suhtled ÕPPETÖÖ ajal sõpradega kiirsõnumeid kasutades (nt Facebookis, WhatsApp-is jne)?* Küsimustele sai vastuse anda 5-pallisel skaalal (1= ei kasuta/suhtle üldse 5= kasutan/suhtlen väga sageli). Antud indeks moodustati kuna need väited olid omavahel tugevas korrelatsioonis ($r = 0.75, p < .01$).
5. Lühike isiksuseomaduste küsimustik (30 küsimust): *Extra Short Big Five Personality Inventory* (Konstabel, Lönngqvist, Leikas, Garcia Velazquez, Verkasalo ja Walkowitz, *käsikiri*). Küsimustik mõõdab isiksust Suure Viisiku 5-dimensioonilise mudeli järgi. Küsimustik koosneb 30 väitest (6 väidet on iga alaskaala jaoks), millele saab vastata 7 pallisel skaalal (-3 = ei nõustu üldse ... 3 = nõustun täielikult). Alaskaalade sisereliaabluse näitajad olid järgnevad: ekstravertsus ($\alpha = .75$), neurootilisus ($\alpha = .76$), avatus ($\alpha = .66$), sotsiaalsus ($\alpha = .57$) ja meelekindlus ($\alpha = .70$).

Lisaks kasutati järgnevaid küsimustikke, mida käesolevas töös ei analüüsitud:

1. Prokrastineerimise küsimustik (19 küsimust): *Aitken Procrastination Inventory* (API; Aitken, 1982)
2. Rööprähklemiseküsimustik (14 küsimust): *Multitasking Preference Inventory* (MPI; Poposky ja Oswald, 2010)
3. Nutitelefonisõltuvusele kalduvuse küsimustik (18 küsimust): *Estonian Smartphone Addiction Proneness Scale* (Rozgonjuk, Rosenthal, Janno ja Täht, 2016). Küsimustik koosneb 18 nutitelefone kasutamise harjumusi puudutavast küsimusest, millele saab vastuseid anda 6 pallisel skaalal (1 = üldse ei ole nõus ... 6 = olen täiesti nõus). Skaala on näidanud tugevat sisemist reliaablust ($\alpha = .87$).
4. Lisaküsimus (1 küsimus): “*Kas selles uurimuses osalemisega sa lükkasid edasi mõne olulisema tegevuse juurde asumist?*”

Statistiline analüüs

Andmete analüüsimiseks kasutati andmetöötlusprogrammi IBM SPSS Statistics v 23.0 ning statistilise olulisuse nivooks kogu töö vältel oli 0.05. Sotsiaalse võrdluse konstruktivaliidsuse hindamiseks viidi läbi faktoranalüüs peakomponentide meetodil ning kasutati kalduunalist (*oblimin*) pööramist koos Kaiseri normaliseerimisega. Sotsiaalse võrdluse, õppetöö ajal sotsiaalmeedia kasutamise, eluga rahulolu ning isiksuse omavaheliste seoste uurimiseks viidi läbi korrelatsioonanalüüsid. Kuna tunnused ei olnud normaaljaotuslikud, vaadati Spearmani korrelatsioonikordajat (Spearmani ρ). Sotsiaalset võrdlust ennustava mudeli loomiseks viidi läbi mitmene regressioonanalüüs.

TULEMUSED

Sotsiaalse võrdluse skaala faktorstruktuur

Faktorite eraldamiseks 11 väitelisest küsimustikust kasutati peakomponentide meetodit (*principal components*) kalduunalise (*oblimin*) pööramisega. Faktorite arvu määramisel kasutati Kaiseri kriteeriumi (Kaiser, 1960), mille kohaselt jäetakse alles need faktorid, mille omaväärtus on suurem kui üks. Faktorite arvu määramisel jõuti originaaliga sarnase faktorstruktuurini (Gibbons ja Buunk, 1999). 11 küsimuse põhjal tehtud analüüsi tulemusena saadi 2 faktorit, mis nimetati järgnevalt: F1 “Võime“ (7 küsimust) ($\alpha = .85$); F2 “Arvamus“ (4 küsimust) ($\alpha = .71$) (Tabel 1). Ainsa erinevusena võrreldes originaalartikliga saab välja tuua 10. küsimuse (*Ma ei võrdle kunagi oma elu olukorda teiste omaga*), mille faktorlaadungid määrasid F1 osaks, kuid originaalis oli tegemist F2 osaga (Gibbons ja Buunk, 1999). Kahe-faktorilisel lahendil puudus lihtne faktorstruktuur. Kuigi eraldati kaks faktorit, siis leiti sarnaselt originaalartiklile, et faktorite vahel on kõrge korrelatsioon ($r = .51$), mistõttu on töös edaspidi ühefaktorilise struktuuri kasutamine skaalas põhjendatud (Gibbons, Buunk, 1999). Ühe-faktoriline mudel (F), mille kirjeldusvõimeks on 43 % , loodi samuti peakomponentide meetodil (Tabel 1).

Tabel 1

Sotsiaalse Võrdluse Küsimustiku faktoranalüüs ja faktorite sisemine konsistentsus

Küsimus	<i>Kahe-faktoriline mudel</i>		<i>Ühe-faktoriline mudel</i>
	F1	F2	F
1. Ma võrdlen sageli oma elu jooksul saavutatut sellega, mida teised on saavutanud	.83		.77
11. Ma võrdlen sageli oma sotsiaalset olukorda (nt suhtlemisostkust, populaarust jne) teiste inimeste omaga	.8		.76
6. Ma ei ole seda tüüpi inimene, kes võrdleb end sageli teistega	.8		.76
7. Kui ma tahan teada, kui hästi ma olen millegagi hakkama saanud, võrdlen oma tulemusi teiste inimeste omadega	.75		.74
5. Ma soovin alati teada, mida teeksid teised inimesed samas olukorras	.54	.67	.67
4. Ma võrdlen sageli, kuidas minu lähedastel (poiss-sõber või tüdruksõber, perekonnaliikmed jne) läheb võrreldes teiste inimestega	.67		.67
10. Ma ei võrdle kunagi oma elu olukorda teiste omaga	.74		.67
8. Ma püüan sageli välja uurida, mida arvavad teised inimesed, kellel on samasugused probleemid kui minul	.48	.75	.65
3. Ma pööran palju tähelepanu sellele, kuidas ma asju teen, võrreldes sellega, kuidas teised samu asju teevad	.48	.46	.55
9. Mulle meeldib sageli teistega rääkida ühistest arvamustest ja kogemustest		.70	.47
2. Kui ma tahan millegi kohta rohkem teada saada, siis tihti küsin teistelt nende arvamust selle asja kohta		.74	.35
Seletab variatiivsusest (%)	42.74	12.73	43
Kumulatiivne varieeruvus (%)	42.74	55.46	

Märkus: Peatelgede meetod; kaldsuunaline (oblimin) pööramine Kaiseri normaliseerimisega. N = 401. Faktorlaadungid < .30 on peidetud. F1: “Võime”; F2: “Arvamus”; F: “Sotsiaalne võrdlus”

Sotsiaalne võrdlus, sotsiaalmeedia kasutamine, eluga rahulolu ja isiksus

Sotsiaalse võrdluse ning õppetöö ajal sotsiaalmeedia kasutamise, eluga rahulolu ja isiksusevaheliste seoste hindamiseks viidi läbi Spearmani korrelatsioonanalüüs.

Tabel 2

Korrelatsioonid sotsiaalse võrdluse, eluga rahulolu, sotsiaalmeedia kasutamise ning isiksuse vahel

	1	2	3	4	5	6	7
2	-.09						
3	.23**	-.17					
4	.47**	-.36**	.23**				
5	-.07	.32**	.09	.34**			
6	-.02	.20**	.08	-.18**	.41**		
7	-.14**	.13**	-.14**	-.28**	.14**	.25**	
8	-.25**	.36**	-.14**	-.55**	.43**	.11*	.15**

Märkus: ** $p < .001$; * $p < .05$. $N = 401$. 1 = Sotsiaalne võrdlus; 2 = Eluga rahulolu; 3 = Sotsiaalmeedia kasutamine; 4 = Neurootilisus; 5 = Ekstravertsus; 6 = Avatus kogemusele; 7 = Sotsiaalsus; 8 = Meelekindlus

Leiti, et sotsiaalse võrdluse ning õppetöö ajal sotsiaalmeedia kasutamise vahel esineb positiivne korrelatsioon $r_s = .23$ ning see on statistiliselt oluline ($p < .01$) (Tabel 2). Sotsiaalse võrdluse ning eluga rahulolu vahel puudub statistiliselt oluline korrelatsioon ($r_s = -.09$; $p = .06$) (Tabel 2). Isiksuse skooride ning sotsiaalse võrdluse vahel esines kolm statistiliselt olulist seost.

Isiksusejoontest korreleerub sotsiaalne võrdlus kõige enam neurootilisusega $r_s = .47$ ($p < .001$). Samuti leiti nõrgemaid korrelatsioone sotsiaalsuse ($r_s = -.14$; $p < .001$) ning meelekindlusega ($r_s = -.25$; $p < .001$) (Tabel 2).

Regressioonanalüüs

Regressioonmudeli koostamise eesmärgiks oli luua mudel sotsiaalse võrdluse tendentsi ennustamiseks. Sotsiaalse võrdluse ennustajatena kasutati esimeses regressioonimudelis

konstrukte, mis omasid statistiliselt olulist korrelatsiooni sotsiaalse võrdlusega. Sõltumatuteks muutujateks võeti seega õppetöö ajal sotsiaalmeedia kasutamine ning isiksuse dimensioonidest neurootilisus, sotsiaalsus ning meelekindlus.

Tabel 3

Regressioonanalüüs sotsiaalset võrdlust ennustavate muutujatega

	β	t	p	R	R^2	$R^2_{Kohandatud}$
<i>Mudel 1</i>				.50	.25	.24
Sotsiaalmeedia kasutamine	.11	2.53*	.01			
Neurootilisus	.49	8.88*	.00			
Sotsiaalsus	-.004	-.09	.93			
Meelekindlus	.04	.79	.43			
<i>Mudel 2</i>				.49	.25	.25
Sotsiaalmeedia kasutamine	.11	2.54*	.01			
Neurootilisus	.46	10.40*	.00			

Märkus: N = 401 ; *p < .05

Esimene regressioonmudel kirjeldab 25.0 % sotsiaalse võrdluse variatiivsusest ($F(4, 396) = 32.98$, $p < .05$, $R = .50$, $R^2 = .25$, $R^2_{Kohandatud} = .24$). Analüüs näitasid et sotsiaalset võrdlust ei ennusta sotsiaalsus (Beta = -.004, $t = -.09$, ns) ega meelekindlus (Beta = .04, $t = .79$, ns). Seevastu ennustavad õppetöö ajal sotsiaalmeedia kasutamise puhul (Beta = .11, $t = 2.53$, $p < .05$) ning samuti ennustab sotsiaalset võrdlust neurootilisus (Beta = .49, $t = 8.88$, $p < .05$).

Teise regressioonmudelisse jäeti sisse need konstruktid, mis omasid esimeses mudelis statistiliselt olulist ennustusvõimet. Teine mudel kirjeldab samuti 25.0 % sotsiaalse võrdluse tendentsi variatiivsusest ($F(2, 398) = 65.85$, $p < .05$, $R = .5$, $R^2 = .25$, $R^2_{Kohandatud} = .25$) (Tabel 3).

ARUTELU JA JÄRELDUSED

Käesoleva uurimistöö eesmärgiks oli uurida Eesti kõrgkoolide tudengite seas sotsiaalse võrdluse tendentsi ning seoseid sotsiaalse võrdluse ja õppetöö ajal sotsiaalmeedia kasutamisega. Samuti uuriti, kuidas on sotsiaalne võrdlus seotud eluga rahulolu ning isiksuseomadustega.

Seoste leidmiseks püstitati seitse hüpoteesi, millest analüüsi käigus said kinnituse neli hüpoteesi ning kolm hüpoteesi ei leidnud kinnitust.

Sotsiaalse võrdluse skaala sisemine struktuur

Uuringu keskmes oli sotsiaalse võrdluse skaala, mille sisemist struktuuri andmetöötluse käigus uuriti. Faktoranalüüsi tulemus jaotas sotsiaalse võrdluse skaala kaheks faktoriks ning need faktorid seletasid ära vastavalt 42.7 % ja 12.7 % andmete varieeruvusest. Selline tulemus on sarnane originaaluurimuse tulemustele (Gibbons, Buunk, 1999), kus faktorid seletasid ära vastavalt 38 % ja 10 % andmete varieeruvusest. Originaalist erinev oli käesolevas töös faktorlaadungitest tulenev väidete jaotus kahe faktori vahel. Originaaluuringus oli F1 “Võime“ osadeks 6 küsimust ning F2 “Arvamus“ osadeks 5 küsimust. Käesolevas töös oli see vastavalt F1 (7 küsimust) ning F2 (4 küsimust). Erinevuse tõi sisse 10. küsimus (*Ma ei võrdle kunagi oma elu olukorda teiste omaga*), mille faktorlaadungid määrasid F1 osaks, kuid originaalis oli tegemist F2 osaga (Gibbons, Buunk, 1999).

Sotsiaalne võrdlus ning sotsiaalmeedia kasutamine

Hüpotees 1 (H1): Tudengite tendents end teistega sotsiaalselt võrrelda on positiivselt seotud ajaga, mis veedetakse õppetöö ajal sotsiaalmeedia keskkondades. Järelduvalt positiivsest korrelatsioonist sotsiaalse võrdluse ning sotsiaalmeedias veedetud aja vahel leidis H1 kinnitust.

Toetudes varasematele uuringutele, kus on leitud, et inimeste sotsiaalmeedia kasutamise harjumused ning tendents end teistega sotsiaalselt võrrelda omavad omavahelist seost (Lee, 2014), oli põhjust püstitada hüpotees uurimaks sarnast tendentsi ka Eesti valimil. Käesolevas töös viidi seose kontrollimiseks läbi korrelatsioonanalüüs, millega leiti, et sotsiaalse võrdluse ning sotsiaalmeedia kasutamise vahel on positiivne

korrelatsioon. Seda seost toetas ka sotsiaalset võrdlust ennustava regressioonianalüüsiga leitud tulemus, mille kohaselt 25 % sotsiaalse võrdluse tendentsi variatiivsusest kirjeldab sotsiaalmeedia kasutamine koos neurootilisusega.

Sotsiaalne võrdlus ning eluga rahulolu

Hüpotees 2 (H2): Tudengite tendents ennast teistega sotsiaalselt võrrelda on negatiivselt seotud eluga rahuloluga. Sotsiaalse võrdluse ning eluga rahulolu vahel ei leitud negatiivset korrelatsiooni ning seega ei leidnud H2 kinnitust.

Varasemates uuringutes on leitud, et sotsiaalne võrdlus võib olla seotud madalama eluga rahuloluga. Sellele seosele viitavad mitmed uuringud, mis on leidnud seoseid sotsiaalse võrdluse ja depressioonisümptomite, ärevuse, tuju, enda välimusega rahulolu, ning subjektiivse heaolu vahel (Lee, 2014; Robl ja Mulgrew, 2016; Brown ja Tiggeman, 2016; Feinstein, Hershenberg, Bhatia jt, 2013). Püstitatud hüpoteesi kontrollimiseks viidi läbi korrelatsioonanalüüs, kuid leitud seosed ei olnud statistiliselt olulised. Põhjuseks võib olla näiteks sotsiaalse võrdluse tihedam seos konstruktidega, mis ei mõõda ise päriselt subjektiivset eluga rahuolu, kuid on kaudselt seotud madalama eluga rahuloluga (depressioonitase, ärevus). Samuti võivad sotsiaalse võrdluse ning eluga rahulolu puhul tulemust mõjutada mitmed muud seosed. Näiteks võib inimese eluga rahulolu mõjutada sotsiaalmeedia kontaktide arv, mis suurendab sotsiaalse seotuse tunnet (Kim ja Lee, 2011). Samuti võib heaolu suurendada positiivne tagasiside, mida sotsiaalmeedia keskkonnad inimestele pakuvad (Valkenburg, Peter ja Schouten, 2006).

Sotsiaalne võrdlus ning isiksusejooned

Hüpotees 3 (H3): Tendents end teistega sotsiaalselt võrrelda on positiivselt seotud neurootilisusega. Sotsiaalse võrdluse ning isiksusedimensioonide vahelisi seoseid analüüsides leidis H3 kinnitust.

Toetudes varasematele uuringutele, püstitati hüpotees sotsiaalse võrdluse seotuse kohta Suure Viisiku viie erineva isiksuseomadusega. Korrelatsioonanalüüsi tulemusena leiti, et neurootilisuse ning sotsiaalse võrdluse vahel on positiivne korrelatsioon ning seega leidis H3 kinnitust. Samuti leiti sotsiaalset võrdlust ennustava regressioonianalüüsiga, et 25 % sotsiaalse võrdluse tendentsi variatiivsusest kirjeldab ära

sotsiaalmeedia kasutamine koos neurootilisusega. Kuigi korrelatiivseid seoseid leiti ka meelekindluse ning sotsiaalsuse dimensiooni puhul, siis ennustavas regressioonimudel ei omanud nad statistiliselt olulisi väärtusi.

Veel leiti korrelatsioonanalüüsi tulemusena, et nii ekstravertsuse kui ka avatusega kogemusele puudub statistiliselt oluline korrelatsioon sotsiaalse võrdlusega ning seega ei leidnud H4 ja H5 kinnitust. Statistiliselt olulised negatiivsed korrelatsioonid leiti sotsiaalse võrdluse puhul nii sotsiaalsusega kui ka meelekindlusega ning seega leidsid nii H6 kui ka H7 kinnitust.

Uuringu olulisus, edasiarendused ja kitsaskohad

Käesolev töö oli oluline, kuna antud teemal ei ole Eesti valimil varasemalt sarnast uuringut läbi viidud. Samuti on tegemist väga aktuaalse ning ühiskondlikult olulise teemaga, kuna on põhjust arvata, et sotsiaalne võrdlus võib mõjutada mitmeid elu aspekte, kuid seda pole põhjalikumalt uuritud. Noored kasutavad sotsiaalmeedia keskkondasid väga palju ja seetõttu on vajalik uurida, missuguseid mõjusid see inimesele võib avaldada. Sotsiaalse võrdluse baastõdemuseks on see, et inimestel on objektiivsete parameetrite puudumisel universaalne kalduvus enda arvamuste ja võimete kohta võimalikult täpsete hinnangute saamiseks võrrelda end indiviididega välisest sotsiaalsest keskkonnast (Festinger, 1954). Sotsiaalse võrdluse uurimine sotsiaalmeedia kontekstis on oluline, kuna sotsiaalmeedias on suurel määral võimalik endast jäetavat muljet mõjutada ning teistele jagatava infoga manipuleerida. Seega ei pruugi võrdlusobjektid alati adekvaatsed ning realistlikud olla.

Tendents näidata oma elusid läbi sotsiaalmeedia tegelikkusest positiivsemana võib olla üheks oluliseks piiranguks, et leida sotsiaalmeedia keskkonnas adekvaatset pinda enda võrdlemiseks teistega.

Uuringu edasiarendusena oleks võimalik sotsiaalse võrdluse skaala puhul eraldada üles-ja allapoole võrdlus (*upward comparison/downward comparison*) ning analüüsida sellest lähtuvaid erisusi. Võimalik, et sotsiaalse võrdluse kahe-dimensionaalne käsitus tooks statistiliselt olulisi tulemusi ka sotsiaalse võrdluse ning eluga rahulolu omavahelistes seostes. Allapoole sotsiaalne võrdlus võib panna end paremini tundma, kui tajuda, et teistel inimestel läheb endast kehvemini (Wills, 1981). Seevastu kui inimene

kasutab ülespoole sotsiaalset võrdlust ning teise inimese saavutused või elu kvaliteet ei näi enese jaoks realistliku ja saavutatavana, siis on võimalik, et see toob kaasa negatiivse enesetunde (Lockwood ja Kunda, 1997). Seega võib sotsiaalne võrdlus mõjutada inimese eluga rahulolu vastavalt võrdluse suunale erinevalt ning see võib olla põhjuseks, miks käesolevas töös ei leitud sotsiaalse võrdluse ning eluga rahulolu vahelisi seoseid.

Samuti on uuringu põhjal järelduste tegemise piiranguks see, et sotsiaalmeedia kasutamist vaadati vaid õppetöö ajal. Kindlasti pakuks põhjalikumat analüüsivõimalust see, kui oleks andmed tudengite sotsiaalmeedia kasutamise kohta igas olukorras.

Uuringu ühe piiranguna võib välja tuua ka seda, et valim ei olnud soolise jaotumise poolest tasakaalus, mis tähendab, et naisi osales uuringus ligi neli korda rohkem kui mehi. Selline valim on aga teisalt ka mõneti ootuspärane, kuna Eesti kõrgkoolides õppijate üldine sooline jaotus on ebaproportsionaalne. Kõrgkoolide lõpetajate hulgas on kaks korda rohkem naisi kui mehi (Valk, 2016). Vastanute haridusasutuse põhine profiil oli aga esinduslikult mitmekülgne, kuna osalemiskutsed saadeti kõikidesse Eesti kõrgkoolidesse ning lõpliku valimi moodustasid 12 erineva Eesti kõrgkooli tudengid. Samuti võib piiranguks lugeda ainult enesekohaste küsimuste kasutamist, kuna see võib soosida vastajate sotsiaalselt soovitatavat vastamist. Samuti oli küsimustik küllaltki pikk, mistõttu mitmed vastajad jätsid küsimustiku täitmise pooleli ning ei pruukinud küsimustiku lõpuni põhjalikult ning ausalt vastata.

Kindlasti on teema oluline ning edasised uuringud antud valdkonnas vajalikud. Sotsiaalmeediakeskkonnad võivad tekitada sageli tunde, et teistel inimestel on ainult rõõmsad elusündmused. Need inimesed, kes saavad oma sõpradega päriselt kokku teavad, et neil on tegelikult elus nii positiivsed kui ka negatiivsed lood. Seetõttu tajuvad nad harvem oma sõprade elusid endi omadest oluliselt parematena (Chou ja Edge, 2012). Sotsiaalne võrdlemine teiste inimestega sotsiaalmeedia keskkondades puudutab väga suurt osa ühiskonnast ning teades individuaalsetest erinevustest tulenevaid kalduvusi on võimalik valida suhtlusviise teiste inimestega, et need kajastaksid võimalikult realistlikku informatsiooni ning pakuksid adekvaatset pinda konstruktiivseks sotsiaalseks võrdluseks.

KOKKUVÕTE

Antud uurimistöös uuriti sotsiaalse võrdluse seoseid sotsiaalmeedia kasutamise, isiksuseomaduste ning eluga rahuloluga Eesti kõrgkoolide õpilaste hulgas. Uuringu tulemused näitavad, et sotsiaalse võrdluse ning sotsiaalmeedia kasutamise vahel esineb positiivne seos. Samas ei leitud statistiliselt olulisi seoseid sotsiaalse võrdluse ja eluga rahulolu vahel, nagu eeldati. Leiti, et isiksuseomadustest seondub sotsiaalne võrdlus positiivselt kõige enam neurootilisuse dimensiooniga. Negatiivsed korrelatsioonid leiti sotsiaalsel võrdlusel ka meelekindluse ja sotsiaalsusega. Sotsiaalset võrdlust ennustava regressioonimudeliga kirjeldati ära 25 % sotsiaalse võrdluse tendentsi variatiivsusest. Kõrgeimat ennustusvõimet omasid sotsiaalmeedia kasutamine ning neurootilisus. Uuringu tulemused näitavad, et sotsiaalsel võrdlusel on seosed sotsiaalmeedia kasutamisega ning isiksuseomadustega. Need teadmised võivad edaspidiste uurimistööde puhul veelgi täpsemalt uurida sotsiaalse võrdluse seoseid inimese elu erinevate aspektidega.

TÄNUSÕNAD

Soovin tänada oma juhendajaid Karin Tähte ja Dmitri Rozgonjuki väga toetava ja põhjaliku juhendamise eest. Samuti olen tänulik Mari Kattagole, kellega koos kogusime andmeid. Veel tänan Mart Kiisi, Lisette Lehtmetsa ja Airiin Lehtmetsa, kes nõu ja jõuga mulle suureks abiks olid. Tänan ka kõiki kõrgkoolide kontaktisisikuid, kes uuringu küsimustiku oma tudengiteni toimetasid ja neid, kes uuringus osalesid ja oma väärtuslikku aega selle peale pühendasid.

KASUTATUD KIRJANDUS

- Aitken, M. E. (1982). A personality profile of the college student procrastinator (Unpublished doctoral dissertation). University of Pittsburgh, USA.
- Bachrach, Y., Kosinski, M., Graepel, T., Kohli, P., Stillwell, D. (2012). Personality and patterns of Facebook usage. In Proceedings of the 4th Annual ACM Web Science Conference, 24-32. <http://dx.doi.org/10.1145/2380718.2380722>
- Błachnio, A., Przepiorka, A., Pantic, I. (2016). Association between Facebook addiction, self-esteem and life satisfaction: A cross-sectional study. *Computers in human behavior*, 55, 701-705. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2015.10.026>
- Blumer, T., Döring, N. (2012). Are we the same online? The expression of the five factor personality traits on the computer and the Internet. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 6(3). <http://dx.doi.org/10.5817/CP2012-3-5>
- Brown, Z., Tiggemann, M. (2016). Attractive celebrity and peer images on Instagram: Effect on women's mood and body image. *Body Image*, 19, 37-43. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.08.007>
- Buunk, A.P., Gibbons, F.X. (2006). Social comparison orientation: a new perspective on those who do and those who don't compare with others. In Guimond, S. (Ed.) *Social Comparison and Social Psychology: Understanding cognition, intergroup relations and culture* (pp. 15-33). Cambridge: Cambridge University Press. <http://dx.doi.org/10.1017/CBO9780511584329.003>
- Buunk, B. P., Gibbons, F. X. (1999). Individual differences in social comparison: development of a scale of social comparison orientation. *Journal of personality and social psychology*, 76(1), 129. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.76.1.129>
- Chou, H. T. G., 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. <http://dx.doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>
- Correa, T., Hinsley, A. W., De Zuniga, H. G. (2010). Who interacts on the Web?: The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior*, 26(2), 247-253. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2009.09.003>

- Costa Jr, P. T., McCrae, R. R. (1992). The five-factor model of personality and its relevance to personality disorders. *Journal of Personality Disorders*, 6(4), 343-359. <http://dx.doi.org/10.1521/pedi.1992.6.4.343>
- Costa, P. T., McCrae, R. (1992) Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) and NEO Five Factor Model (NEO-FFI) Professional manual. Odesa, FL; Psychological Assessment Center
- Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological bulletin*, 95(3), 542-575. <http://dx.doi.org/10.1037/0033-2909.95.3.542>
- Diener, E. D., Emmons, R. A., Larsen, R. J., Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of personality assessment*, 49(1), 71-75. http://dx.doi.org/10.1207/s15327752jpa4901_13
- Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Feinstein, B. A., Hershenberg, R., Bhatia, V., Latack, J. A., Meuwly, N., Davila, J. (2013). Negative social comparison on Facebook and depressive symptoms: Rumination as a mechanism. *Psychology of Popular Media Culture*, 2(3), 161. <http://dx.doi.org/10.1037/a0033111>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human relations*, 7(2), 117–140. <http://dx.doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Frison, E., Eggermont, S. (2016). "Harder, Better, Faster, Stronger": Negative Comparison on Facebook and Adolescents' Life Satisfaction Are Reciprocally Related. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(3), 158-164. <http://dx.doi.org/10.1089/cyber.2015.0296>
- Gonzales, A. L., Hancock, J. T. (2011). Mirror, mirror on my Facebook wall: Effects of exposure to Facebook on self-esteem. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(1-2), 79-83. <http://dx.doi.org/10.1089/cyber.2009.0411>
- Goodman-Deane, J., Mieczkowski, A., Johnson, D., Goldhaber, T., Clarkson, P. J. (2016). The impact of communication technologies on life and relationship satisfaction. *Computers in Human Behavior*, 57, 219-229. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2015.11.053>

- Hamburger, Y. A., & Ben-Artzi, E. (2000). The relationship between extraversion and neuroticism and the different uses of the Internet. *Computers in human behavior*, 16(4), 441-449. [http://dx.doi.org/10.1016/S0747-5632\(00\)00017-0](http://dx.doi.org/10.1016/S0747-5632(00)00017-0)
- Jang, K., Park, N., Song, H. (2016). Social comparison on Facebook: Its antecedents and psychological outcomes. *Computers in Human Behavior*, 62, 147-154. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.082>
- Kaiser, H. F. (1960). The application of electronic computers to factor analysis. *Educational and Psychological Measurement*, 20, 141-151. <http://dx.doi.org/10.1177/001316446002000116>
- Kim, J., Lee, J. E. R. (2011). The Facebook paths to happiness: Effects of the number of Facebook friends and self-presentation on subjective well-being. *CyberPsychology, behavior, and social networking*, 14(6), 359-364. <http://dx.doi.org/10.1089/cyber.2010.0374>
- Konstabel, K., Lönnqvist, J.-E., Leikas, S., Garcia Velazquez, R., Verkasalo, M., Walkowitz, G. (N.d.). Measuring single constructs by single items: Constructing an even shorter version of the "Short Five" personality inventory. Manuscript submitted for publication.
- Krasnova, H., Wenninger, H., Widjaja, T., Buxmann, P. (2013). Envy on Facebook: A hidden threat to users' life satisfaction?. 11th International Conference on Wirtschaftsinformatik (WI), Leipzig, Germany, In press
- Lee, S. Y. (2014). How do people compare themselves with others on social network sites?: The case of Facebook. *Computers in Human Behavior*, 32, 253-260. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2013.12.009>
- Lockwood, P., Kunda, Z. (1997). Superstars and me: Predicting the impact of role models on the self. *Journal of personality and social psychology*, 73(1), 91. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.73.1.91>
- Olson, B. D., Evans, D. L. (1999). The role of the Big Five personality dimensions in the direction and affective consequences of everyday social comparisons. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25(12), 1498-1508. <http://dx.doi.org/10.1177/01461672992510006>

- Poposki, E.M., Oswald, F.L. (2010). The Multitasking Preference Inventory: Toward an Improved Measure of Individual Differences in Polychronicity. *Human Performance*, 23(3), 247–264. <http://dx.doi.org/10.1080/08959285.2010.487843>
- Primack, B. A., Shensa, A., Escobar-Viera, C. G., Barrett, E. L., Sidani, J. E., Colditz, J. B., James, A. E. (2017). Use of multiple social media platforms and symptoms of depression and anxiety: A nationally-representative study among US young adults. *Computers in Human Behavior*, 69, 1-9. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.013>
- Robl, K. E., Mulgrew, K. E. (2016). The Effects of Concentrated and Realistic Viewing Patterns of Music Video Clips on Men's Body Satisfaction and Mood. *International Journal of Men's Health*, 15(3).
- Rozgonjuk, D., Rosenthal, V., Janno, S., Täht, K. (2016). Developing a shorter version of the Estonian Smartphone Addiction Proneness Scale (E-SAPS18). *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 10(4), article 1. <http://dx.doi.org/10.5817/CP2016-4-4>
- Ryan, T., Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1658-1664. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2011.02.004>
- Saunders, S. A., Roy, C. (1999). The relationship between depression, satisfaction with life, and social interest. *South Pacific Journal of Psychology*, 11(01), 9-15. <http://dx.doi.org/10.1017/S0257543400000717>
- Statista, The Statistic Portal. (2017a). Statistics and facts about internet usage worldwide. <https://www.statista.com/topics/1145/internet-usage-worldwide/> (Loetud 6.05.2017)
- Statista, The Statistic Portal. (2017b). Daily internet usage rate in Estonia in 2016, by age group <https://www.statista.com/statistics/347939/daily-internet-usage-by-age-group-estonia/> (Loetud 6.05.2017)
- Statista, The Statistic Portal. (2017c). Forecast of user numbers in Estonia from 2015 to 2021 (in million users) <https://www.statista.com/statistics/568773/forecast-of-facebook-user-numbers-in-estonia/> (Loetud 6.05.2017)

- Valk, A. (2016). Soolised lõhed hariduses. Tartu: Haridus- ja Teadusministeerium.
- Valkenburg, P. M., Peter, J., Schouten, A. P. (2006). Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. *CyberPsychology & Behavior*, 9(5), 584-590. <http://dx.doi.org/10.1089/cpb.2006.9.584>
- Van Der Zee, K. I., Buunk, B. P., Sanderman, R., Botke, G., Van Den Bergh, F. (1999). The Big Five and identification-contrast processes in social comparison in adjustment to cancer treatment. *European Journal of Personality*, 13(4), 307-326. [http://dx.doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-0984\(199907/08\)13:4%3C307::AID-PER342%3E3.0.CO;2-R](http://dx.doi.org/10.1002/(SICI)1099-0984(199907/08)13:4%3C307::AID-PER342%3E3.0.CO;2-R)
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206e222. <http://dx.doi.org/10.1037/ppm0000047>
- Wayment, H. A., Taylor, S. E. (1995). Self-evaluation processes: Motives, information use, and self-esteem. *Journal of Personality*, 63, 729-757. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-6494.1995.tb00315.x>
- Wills, T. A. (1981). Downward comparison principles in social psychology. *Psychological bulletin*, 90(2), 245. <http://dx.doi.org/10.1037/0033-2909.90.2.245>
- Wood, J. V. (1989). Theory and research concerning social comparison of personal attributes. *Psychological Bulletin*, 106, 231-248. <http://dx.doi.org/10.1037/0033-2909.106.2.231>

Käesolevaga kinnitan, et olen korrektselt viidanud kõigile oma töös kasutatud teiste autorite poolt loodud kirjalikele töödele, lausetele, mõtetele, ideedele või andmetele. Olen nõus oma töö avaldamisega Tartu Ülikooli digitaalarhiivis DSpace.

/Johanna Lehtmets/