

Tartu Ülikool
Sotsiaalteaduste valdkond
Psühholoogia instituut

Kadi Jürimäe

INSTAGRAMI KASUTUSE SEOSSED EMOTSIONAALSE ENESETUNDEGA

Uurimistöö

Juhendaja: Dmitri Rozgonjuk, MA

Läbiv pealkiri: Instagrami kasutus ja emotsionaalne enesetunne

Tartu 2019

Instagrami kasutuse seosed emotsionaalse enesetundega

Lühikokkuvõte

Varasemalt on leitud mitmeid seoseid sotsiaalmeedia kasutamise ja vaimse tervise vahel, kuid vähem on uuritud, missugust rolli omab selles seoses konkreetselt Instagram. Seetõttu uuriti käesolevas töös, kuidas on Instagrami kasutus seotud emotsionaalse enesetundega. Valimisse kuulus 339 täisealist Instagrami kasutajat (279 naist ja 57 meest) vanuses 18-51 aastat ($M = 23.88$, $SD = 5.60$). Emotsionaalse enesetunde mõõtmiseks kasutati EEK-2 ning Instagrami kasutamise uurimiseks kasutati Instagrami kasutamise sageduse skaalat ning lisaks küsiti uuringus osaleja postituste, jälgijate ning jälgitavate arvu. Korrelatsioonanalüüsi tulemusena selgus, et enesekohaselt raporteeritud Instagrami kasutuse, konto omamise aja, jälgijate, jälgitavate ja postituste arvu ning emotsionaalse enesetunde vahel seosed puudusid või olid nõrgad. Mitmese lineaarse regressiooni analüüsi tulemusena leiti, et sagedasemat Instagrami kasutust ennustab naissugu.

Märksõnad: sotsiaalmeedia, Instagram, emotsionaalne enesetunne

Association between Instagram usage and emotional state

Abstract

An association between social media usage and mental health has been found before, but there has not been enough research to find out the effect of Instagram alone. The aim of this study was to examine the association between Instagram usage and emotional state. The sample size was 339 adult participants (279 female and 57 male), ranging in age from 18 to 51 years ($M = 23.88$, $SD = 5.60$). EST-Q2 was used to examine the emotional state, the frequency scale of Instagram usage was used to examine the Instagram usage and additional questions were asked about the number of participant's posts, followers and followings. Correlation analysis showed weak or no connections between Instagram usage and the number of followers, followings, posts, how long the person has owned the account and emotional state. Multiple linear regression showed that females are the predictors of frequent Instagram usage.

Keywords: social media, Instagram, emotional state

Sissejuhatus

Sotsiaalmeedia kasutus on aastatega järjepidevalt kasvanud. Kui 2010. aastal oli maailmas 0.97 miljardit sotsiaalmeedia kasutajat, siis 2017. aastaks on see arv tõusnud 2.46 miljardini (Statista, 2017). Facebook, Youtube, WhatsApp, Facebook Messenger, WeChat ja Instagram on kasutajate arvu poolest kõige populaarsemad sotsiaalmeedia platvormid, neil kõigil on üle miljardi kasutaja (Statista, 2019). Facebook omab neist WhatsAppi (Facebook, 2014), Facebook Messengeri ning Instagrami (Facebook, 2012). Sotsiaalmeedia kasutamisel on nii positiivseid kui negatiivseid külgi. Noored vanuses 13-17 aastat peavad sotsiaalmeedia kõige positiivsemaks küljeks võimalust olla ühenduses oma sõpradega (81%), lisaks arvab 69% noortest, et sotsiaalmeedia aitab ühenduses olla mitmesugustesse gruppidesse kuuluvate inimestega ja 68% noortest leiab, et tänu sotsiaalmeediale on neil olemas inimesed, kes toetavad neid rasketel hetkedel (Pew Research Center, 2018a). Samas negatiivse külje pealt mainivad noored, et nad on ülekoormatud sotsiaalmeedias leiduvatest liigsetest tülidest/probleemidest (45%), lisaks survest postitada sisu, mis teeb neid teiste silmis meeldivamaks (43%) ja survest postitada sisu, mis saaks palju meeldimisi ja kommentaare (37%) (Pew Research Center, 2018a).

Sotsiaalmeedia kasutust on seostatud ka vaimse tervise häiretega. Sotsiaalmeedia kasutamine on olulisel määral seotud depressiooniga (Lin et al., 2016). Samas üksnes sotsiaalmeedia kasutamine ei pruugi veel omada nii halba mõju. On leitud, et oluline pole ainult see, kui palju sotsiaalmeediat kasutatakse, vaid ka see, kui paljusid erinevaid platvorme kasutatakse, sest mitmete erinevate sotsiaalmeediakanalite omamine on seotud depressiooniga (Primack et al., 2017). Liigset sotsiaalmeedia kasutust on seostatud ka suurema eelsoodumusega ärevuse sümptomitele ja suurema tõenäosusega haigestuda ärevushäiretesse (Vanucci, Flannery & Ohannessian, 2017). Sarnaselt depressiooniga on ka ärevuse puhul leitud, et paljude erinevate sotsiaalmeediakanalite kasutamine on seotud ärevusega (Primack et al., 2017). Sotsiaalmeedia kasutust, aga eriti just öist kasutust, on seostatud ka halvema unega (Woods & Scott, 2016). Selle liigne kasutamine vähendab uneaega, raskendab magama jäämist ning põhjustab katkendlikku und (Kelly, Zilanawala, Booker & Sacker, 2018). Samas sotsiaalmeedia kasutuse piiramine 30-le minutile päevas parandab oluliselt inimese heaolu (Hunt, Marx, Lipson & Young, 2018).

Kuigi diagnostiliste manuaalide DSM-5 (APA, 2013) ja RHK-10 (Maailma Terviseorganisatsioon, 1992) kohaselt ei ole sotsiaalmeediasõltuvust võimalik diagnoosida, on viimastel aastatel sel teemal läbi viidud mitmeid uuringuid (Blackwell, Leaman, Tramposch, Osborne & Liss, 2017; Jasso-Medrano & López-Rosales, 2018; Pontes, 2017). Sotsiaalmeediasõltuvust on nimetatud üheks internetisõltuvuse alaliigiks, millega kaasneb kompulsiiivne interneti kasutamine ning mille tagajärjel tuntakse, et ei olda võimeline ilma internetita igapäevaselt toime tulema (Longstreet & Brooks, 2017). Samas aga võib sellise nimetuse kasutamine olla eksitav, kuna ei ole teada, kas inimene on sõltuvuses interneti kasutamisest või mõnest konkreetsest tegevusest internetis (Starcevic, 2013). Kindlasti ei tohi aga segamini ajada sotsiaalmeedia liigset kasutust ja sõltuvust, kuna vaid liigne kasutus ei tähenda ilmtingimata sõltuvust (Brand, Young, Laier, Wölfling & Potenza, 2016; Brand, Laier & Young, 2014). Antud töös on vaatluse all Instagrami kasutamise, mitte sõltuvusliku kasutamise sagedus.

Seletusi sellele, miks sotsiaalmeedia kasutus on seotud vaimse tervise häiretega, võib leida mitmeid. Kuna aeg on piiratud ja kõigel, mis sotsiaalmeedias toimub, ei ole võimalik silma peal hoida, jääb osa selle sisust märkamata, mis võib endaga kaasa tuua FoMo ehk ilmajäämishirmu (*Fear of Missing out*; Przybylski, Murayama, DeHaan & Gladwell, 2013). FoMo on hirm, et jäädakse ilma millestki põnevast, mida teised kogevad (Przybylski et al. 2013). Przybylski et al. (2013) leidsid, et FoMo vahendab seoseid sotsiaalmeedia liigse kasutamise, meeleolu ning eluga rahulolu vahel. Lisaks mõjub sotsiaalmeedia negatiivselt sotsiaalsele võrdlusele, pannes inimesi arvama, et teised on neist õnnelikumad ja elavad paremat elu (Chou & Edge, 2012). Chou & Edge (2012) uurisid, kuidas on Facebooki kasutus seotud sotsiaalse võrdlusega, ja leidsid, et selline veendumus on suurem neil, kes on kauem omanud Facebooki kontot ja kellel on sõbralistis rohkem inimesi, keda nad isiklikult ei tunne. On leitud aga, et sotsiaalne võrdlus on seotud depressiooniga (Yoon, Kleinman, Mertz & Brannick, 2019). Lisaks on suur emotsionaalne investeering sotsiaalmeediasse seotud suurenenud riskiga ärevusele ja depressioonile tänu sellele, et tuntakse muret ja isoleeritust, kui ei kasutata parasjagu sotsiaalmeediat (Woods & Scott, 2016). Sotsiaalmeedia kasutamine voodis enne magamaminekut (mis lükkab edasi magama jäämist ja lühendab uneaega) ning ärevus sellest, et ei olda ühenduses sotsiaalmeediaga (mis teeb sotsiaalmeediast eemaldumise

keerulisemaks ja muudab raskemaks lõõgastumise enne magama jäämist) võivad seletada, miks on sotsiaalmeedia kasutamine seotud halvema unega (Woods & Scott, 2016).

Instagram

Üheks populaarseimaks sotsiaalmeediakanaliks on Instagram, millel on üle miljardi kasutaja (Instagram, 2018). 71% noortest vanuses 18-24 kasutab Instagrami, vanuse suurenedes Instagrami kasutus kahaneb märgatavalt olles üle 50 aastaste hulgas 16% (Pew Research Center, 2018b). Eestis on üle 300 000 Instagrami kasutaja, neist üle poole (59.1%) on naised ning kõige enam kasutavad Eestis Instagrami 25-34 aastased (NapoleonCat, 2019). Instagram on mõeldud piltide ja videote töötlemiseks ning jagamiseks oma profiilil ning loos (*stories*, võimalus jagada oma profiilil pilte/videosid, mis kaovad 24 tunni möödudes (Instagram, 2016)); teiste inimeste jälgimiseks, nende postitustele reageerimiseks; otseülekannete tegemiseks ning teiste kasutajatega suhtlemiseks (Google Play, 2019). On leitud, et piltidel on teksti ees suuremad eelised (Dewan, 2015). Seetõttu annab Instagramis jagatud pilt edasi rohkem infot, kui Twitteris 280-tähemärgilise lühisõnumi (Rosen, 2017) jagamine. Instagrami eelis Facebooki ees on võimalus oma pilte enne postitamist töödelda atraktiivsemaks. Kuigi ka Facebook võimaldab pilte töödelda, on Instagramis selleks olemas rohkem tööriistu. Nagu paljudel teistel platvormidel, on ka Instagramis võimalik oma postitustele tagasisidet saada. Selleks on võimalik teistel kasutajatel jätta meeldimisi ja/või kommentaare. Põhjuseid, miks aga antud rakendus nii palju kasutust leiab, on mitmeid. Sheldon'i ja Bryant'i (2016) uuringust selgub, et kõige olulisemad põhjused on soov teiste inimeste tegevusel silma peal hoida, dokumentatsioon (enda elu kujutamine läbi piltide, ümbritseva maailmaga kursis olemine jne), populaarsus (endale populaarsuse kogumine, enda reklaamimine), loovus (sarnaste huvidega inimeste leidmine, oma fotograafiaoskuste näitamine). Kõige enam postitatakse Instagrami *selfie*-sid (iseendast tehtud foto; Hu, Manikonda & Kambhampati, 2014).

Instagram ja vaimne tervis

Sage Instagrami kasutamine, aga ka suurem jälgijate ja jälgitavate arv, on positiivses korrelatsioonis depressiivsuse sümptomite ja ärevusega ning negatiivses korrelatsioonis enesehinnanguga (Sherlock & Wagstaff, 2018). Oluline on ka see, keda kasutaja jälgib, sest rohke võõraste inimeste jälgimine suurendab depressiivseid sümptomeid ja sotsiaalset

võrdlust (Lup, Trub & Rosenthal, 2015). Positiivne seos on leitud ka sagedase postitamise ning depressiooni vahel (Reece & Danforth, 2017). Lisaks on liigne keskendumine sellele, kui palju postitus Instagramis meeldimisi saab, seotud nartsissismiga (Dumas, Maxwell-Smith, Davis & Giulietti, 2017). Noorte (vanuses 14-24) hinnangul on Instagramil võrreldes teiste platvormidega (YouTube, Twitter, Facebook, Snapchat) kõige negatiivsem mõju nende tervisele ja heaolule, omades mõju näiteks unele, ärevusele, depressioonile ja üksindusele (Royal Society for Public Health, 2017).

Siiski on Instagrami kasutamise ja vaimse tervise seoseid vähe uuritud ning Eestis taolisi uuringuid tehtud ei ole. Kuna aga Instagrami kasutajate hulk on suur ning sotsiaalmeedia kasutamisega üldiselt on leitud seoseid vaimse tervise häiretega, aitaks antud uuring anda olulise panuse ka Instagrami kasutamise ja emotsionaalse enesetunde vaheliste seoste mõistmisesse.

Uurimistöö eesmärk

Käesoleva uurimistöö eesmärgiks on uurida, kuidas Instagrami kasutus on seotud emotsionaalse enesetundega ning lisaks, kas emotsionaalne enesetunne ning sugu ja vanus ennustavad Instagrami kasutust. Spetsiifilisemalt, antud uurimistöös on fookuses, kuidas on enesekohaselt raporteeritud Instagrami (funktsioonide) kasutuse sagedus, postituste, jälgijate ning jälgitavate arv seotud emotsionaalse enesetundega. Toetudes varasematele uuringutele püstitatakse järgnevad hüpoteesid:

H1: Suurem enesekohaselt raporteeritud Instagrami kasutuse sagedus on seotud kõrgemate emotsionaalse enesetunde konstruktide skooridega.

Antud hüpoteesiga püütakse näidata, et sagedasem Instagrami kasutus on seotud kõrgemate depressiooni, ärevuse, agorafobia-paanika, sotsiaalärevuse, asteenia ja unetuse skooridega. Varasemalt on nii Instagrami kasutuse sagedust (Sherlock & Wagstaff, 2018), kui ka üldiselt sotsiaalmeedia kasutuse sagedust seostatud depressiooni (Lin et al., 2016), ärevuse (Vanucci et al., 2017) ja uneprobleemidega (Woods & Scott, 2016).

H2: Suurem jälgijate, jälgitavate ning postituste arv ja konto omamise aeg on seotud kõrgemate emotsionaalse enesetunde konstruktide skooridega.

Antud hüpoteesiga püütakse näidata, et suurema jälgijate, jälgitavate ning postituste arvuga ning kauem kontot omanud Instagrami kasutajatel on kõrgemad depressiooni, ärevuse, agorafobia-paanika, sotsiaalärevuse, asteenia ja unetuse skoorid. Varasemalt on leitud seos Instagrami jälgijate ning jälgitavate arvu ja depressiooni ning ärevuse vahel (Sherlock & Wagstaff, 2018). Lisaks on leitud seos sagedase postitamise ning depressiooni vahel (Reece & Danforth, 2017).

H3: Sugu, vanus ning emotsionaalse enesetunde konstruktid ennustavad Instagrami kasutuse sageduse skoori.

Lisaks esimeses hüpoteesis mainitud emotsionaalse enesetunde ja sagedase Instagrami kasutuse vahelistele seostele on varasemalt leitud, et naised kasutavad sotsiaalmeediat sagedamini kui mehed (Lin et al., 2016) ning nooremad inimesed kasutavad sotsiaalmeediat/Instagrami rohkem kui vanemad (Sherlock & Wagstaff, 2018; Lin et al., 2016).

Meetod

Valim ja andmete kogumise protseduur

Kokku avati küsimustikku 625 korda. 63-l juhul küsimustik avati, kuid ei vastatud ühelegi küsimusele. 59 inimest vastasid vaid sotsiaal-demograafilistele küsimustele ja kahe vastaja puhul olid vastuste väärtused läbivalt võimatud või ebausutavad. Lisaks eemaldati 49 inimese vastused, kuna kolm inimest ei vastanud uuringus osalemise kriteeriumile (ei olnud täisealised) ning 46 inimest seetõttu, et nendel puudusid osaliselt või täielikult Instagrami kasutuse skaala vastused. Alles jäi 452 vastajat, kellest 339 kasutavad Instagrami – nemad moodustavad antud töö valimi. Instagrami kasutajatest 279 olid naised (82.30%), 57 mehed (16.81%) ning 3 inimest (0.88%) ei avaldanud oma sugu. Keskmise vanus oli $M = 23.88$ aastat ($SD = 5.60$ aastat), mediaanvanus 22 aastat. Kõige noorem Instagrami kasutaja oli 18-aastane ja kõige vanem 51-aastane.

Kutset uuringusse levitati sotsiaalmeedias ning ülikoolide meililistides. Uuringusse kutsuti täisealisi eesti keelt kõnelevaid Instagrami kasutajaid. Osalejatel paluti täita küsimustik, mis oli koostatud TÜ psühholoogia instituudi poolt hallatavas uuringute keskkonnas Kaemus (<https://kaemus.psych.ut.ee>). Andmeid koguti ajavahemikul 8. november - 8. detsember 2018.

Antud töö on osa suuremast uurimisprojektist, milles osalevad lisaks Patrik Pruunsild ja Rosiine-Johanna Schwarz.

Uuritavale kuvati uuringu alustamise eel informeeritud nõusolekut puudutav informatsioon. Uuringut alustades kinnitas osaleja, et on uuringus osalemise tingimuste osas informeeritud. Uuringus osalemine oli anonüümne ning uuritav võis igal hetkel küsimustikule vastamise katkestada. Lisaks arvutas ning kuvas uuringu keskkond osalejatele välja nende EEK-2 skoorid. Kui need ületasid äralõikepunkte, anti sellest automaatselt tagasisides teada ning soovitati potentsiaalseid keskkondi, kuhu abi saamiseks pöörduda. Uuringu läbiviimine oli kooskõlastatud Tartu Ülikooli inimuuringute eetika komitee poolt.

Küsimustik

Küsimustik koosnes taustaküsimustikust, Instagrami kasutamisega seotud küsimustikust ning emotsionaalse enesetunde küsimustikust. Lisaks sisaldas küsimustik skaalaid, mida käesolevas töös ei kasutatud.

Taustaküsimustikus olid küsimused vastaja vanuse, soo, pikkuse, kaalu, kõrgeima omandatud haridustaseme, õpingute ja tööstaatuses kohta ning kas vastaja kasutab Instagrami.

Instagrami kasutamisega seotud küsimustikus küsiti kasutaja postituste arvu, kasutaja jälgijate arvu, kasutaja jälgitavate arvu ja esimese postituse kuupäeva (et arvutada ligikaudne konto omamise aeg alates esimesest postitusest kuni küsimustikule vastamise kuupäevani). Lisaks pidid uuritavad 7-punkti skaalal (1 = täiesti vale ... 7 = täiesti nõus) hindama järgmisi enesekohaseid väiteid: 1) „Ma vaatan teiste kasutajate otseülekandeid Instagramis.“, 2) „Ma vaatan teiste postitatud Instagrami videosid.“, 3) „Ma vaatan teiste postitatud pilte Instagramis.“, 4) „Ma jätan meeldimisi ja/või kommentaare teiste kasutajate Instagrami postitustele.“, 5) „Teised jätavad meeldimisi ja/või kommentaare minu Instagrami postitustele.“, 6) „Ma vaatan teiste postitatud Instagrami lugusid“, 7) „Ma postitan Instagrami regulaarselt.“

Emotsionaalse enesetunde mõõtmiseks kasutati 2002. aastal loodud Emotsionaalse Enesetunde Küsimustikku (EEK-2; Ööpik, Aluoja, Kalda & Maaros, 2006). EEK on sobiv mõõtevahend hindamiseks depressiooni, üldist ärevust, kurnatust ja unehäireid (Aluoja, Shlik, Vasar, Luuk & Leinsalu, 1999). EEK-2 on EEK lühem versioon, kust on välja jäetud kõik need väited, mis ei sobinud ühtegi alaskaalasse. EEK-2 koosneb järgmistest alaskaaladest:

depressioon, ärevus, agorafobia-paanika, asteenia ja insomnia. Vastajal paluti hinnata, kui palju on väites esitatud probleem uuritavat häirinud viimase 4 nädala jooksul. Iga väite hindamiseks kasutatakse 5 palli skaalat 0-st kuni 4-ni (0 – üldse mitte; 1 – harva; 2 – mõnikord; 3 – sageli; 4 – pidevalt). Kokku koosneb EEK-2 28 väitest, millest 8 kuuluvad depressiooni alaskaalasse (Ööpik *et al.*, 2006). Soodumust depressioonile viitab punktisumma > 11, ärevushäirele > 11, agorafobia-paanikale > 6, sotsiaalärevusele > 3, asteeniale > 6 ning unetusele > 5 (Medicum, 2015).

Andmeanalüüs

Andmeid analüüsiti statistikaprogrammiga SPSS, versioon 25 (IBM, 2017). Instagrami kasutuse ja emotsionaalse enesetunde vaheliste seoste leidmiseks kasutati korrelatsioonanalüüsi, kasutades Spearmani korrelatsioonikordajat, kuna tunnused ei olnud normaaljaotuslikud. Instagrami kasutuse sageduse skoori ennustamiseks kasutati mitmest lineaarset regressiooni Enter-meetodiga.

Tulemused

Kirjeldav statistika

Tabel 1 näitab emotsionaalse enesetunde konstruktide (depressiooni, ärevuse, agorafobia-paanika, sotsiaalärevuse, asteenia ning unetuse) kirjeldavat statistikat.

Tabel 1

Emotsionaalse enesetunde skaalade kirjeldav statistika.

	Depressioon	Ärevus	Agorafobia- -paanika	Sotsiaal- -ärevus	Asteenia	Unetus
M	11.12	9.91	1.79	2.18	8.08	3.76
SD	6.17	4.84	2.66	2.06	3.72	2.69
Min	0	0	0	0	0	0
Max	30	23	14	8	16	12
Asümmeetriakordaja	.54	.33	2.14	.85	-.02	.68
Ekstsess	-.08	-.45	4.97	.00	-.57	.15

Märkused. N = 327

Depressiooni alaskaala ärälõikepunkti ületas 142 (43.43%) inimest, ärevuse 112 (34.25%) inimest, agorafobia-paanika 26 (7.95%) inimest, sotsiaalärevuse 77 (23.55%) inimest, asteenia 222 (67.89%) inimest ja unetuse 82 (25.08%) inimest.

Tabel 2 näitab Instagrami kasutuse sageduse kirjeldavat statistikat. Konto omamise ligikaudse aja leidmiseks arvutati esimese postituse kuupäeva ja küsimustikule vastamise algusaja vaheline aeg (päevades). IUF ehk Instagrami kasutuse sagedus sisaldab endas kõikide enesekohaselt raporteeritud Instagrami kasutuse väidete skooride summeeritud tulemust.

Tabel 2

Instagrami kasutuse sageduse kirjeldav statistika.

	Jälgijate arv	Jälgitavate arv	Postituste arv	Konto omamise aeg (päevades)	IUF
M	285.3	272.9	140.2	1336.1	32.1
SD	193.9	301.4	274.0	653.7	7.4
Min	7	0	0	2	11
Max	1000	3540	2224	2959	49
Asümmeetriakordaja	1.2	6.1	4.6	-.165	-.360
Ekstsess	1.6	60.3	26.5	-.807	.264

Märkused. N = 232 jälgijate, jälgitavate ning postituste arvu puhul; N = 223 konto omamise aja puhul; N = 339 enesekohaselt raporteeritud Instagrami kasutuse skoori puhul.

Korrelatsioonid

Tabel 3 näitab konto omamise aja, Instagrami kasutuse sageduse, jälgitavate, jälgijate ning postituste arvu ja emotsionaalse enesetunde konstruktide (depressiooni, ärevuse, agorafobia-paanika, sotsiaalärevuse, asteenia ning unetuse) korrelatsioone.

Tabel 3

Konto omamise aja, Instagrami kasutuse sageduse, jälgitavate, jälgijate, postituste arvu ning konto omamise aja ja emotsionaalse enesetunde konstruktide korrelatsioonid.

	Jälgitavate arv	Jälgijate arv	Postituste arv	Konto omamise aeg (päevades)	IUF
Depressioon	-.09 (.16)	-.14* (.03)	-.10 (.13)	-.09 (.21)	-.02 (.67)
Ärevus	-.01 (.89)	-.05 (.48)	-.01 (.91)	.06 (.41)	.07 (.23)
Agorafoobia- paanika	-.05 (.51)	-.09 (.20)	-.07 (.29)	.00 (.96)	.15** (.01)
Sotsiaalärevus	-.16* (.02)	-.17* (.01)	-.07 (.28)	.07 (.34)	.03 (.63)
Asteenial	-.02 (.76)	-.06 (.39)	-.06 (.40)	-.04 (.55)	.05 (.34)
Unetus	-.07 (.33)	-.10 (.15)	-.05 (.50)	.05 (.46)	-.04 (.45)

Märkused. * $p < .05$, ** $p < .01$. $N = 225$ jälgitavate, jälgijate ja postituste arvu puhul; $N = 217$ konto omamise aja puhul; $N = 327$ IUF puhul. P-väärtused on toodud sulgudes.

Tabelist 3 selgub, et nõrk seos on olemas sotsiaalärevuse ja jälgitavate arvu ($r = -.16$, $p = .02$), sotsiaalärevuse ja jälgijate arvu ($r = -.17$, $p = .01$), depressiooni ja jälgijate arvu ($r = -.14$, $p = .03$) ning agorfoobia-paanika ja Instagrami kasutuse sageduse ($r = .15$, $p = .01$) vahel. Konto omamise ligikaudne aeg ning postituste arv ei olnud seotud aga ühegi emotsionaalse enesetunde konstruktiga. Samuti puudusid seosed ärevuse, asteenia, unetuse ja Instagrami funktsioonide ning kasutuse vahel.

Lisaks uuriti, kuidas on seotud Instagrami kasutuse sagedus jälgitavate, jälgijate ning postituste arvu ja konto omamisega ajaga. Nõrk positiivne seos leiti konto omamise aja ja Instagrami kasutuse sageduse ($r = .19$, $p = .00$) vahel. Keskmise positiivne seos leiti Instagrami kasutuse sageduse ning jälgitavate arvu ($r = .32$, $p = .00$), jälgijate arvu ($r = .37$, $p = .00$) ja postituste arvu ($r = .36$, $p = .00$) vahel.

Mitmene lineaarne regressioon

Tabel 4 sisaldab mitmese lineaarse regressiooni tulemusi, kus sõltumatuteks muutujateks on sugu, vanus ja emotsionaalse enesetunde konstruktid ning sõltuvaks muutujaks enesekohaselt raporteeritud Instagrami kasutuse skoor, et uurida, kas sugu, vanus ja emotsionaalse enesetunde konstruktid ennustavad enesekohaselt raporteeritud Instagrami kasutuse sagedust.

Tabel 4

Sugu, vanus ja emotsionaalse enesetunde konstruktid kui Instagrami kasutuse sageduse ennustajad.

	B	SE	β	t	p
Konstant	29.91	2.77		10.82	.00
Sugu	3.01	1.06	.16	2.84	.01**
Vanus	-.14	.08	-.10	-1.82	.07
Depressioon	-.17	.09	-.14	-1.84	.07
Ärevus	.12	.12	.08	1.02	.30
Agorafoobia-paanika	.23	.19	.08	1.20	.23
Sotsiaalärevus	-.18	.24	-.05	-.77	.44
Asteenia	.20	.15	.10	1.37	.17
Unetus	-.26	.17	-.09	-1.55	.12

Märkused. N = 327, R² = .07. ** p < .01

Tulemused näitavad, et Instagrami kasutuse sagedust ennustab vaid sugu ($\beta = .16$, p = .01), täpsemalt naissugu. Mudel tervikuna seletab Instagrami kasutuse sagedusest ära 7% (F(8, 318) = 2.76, p = .01).

Arutelu ja järeldused

Antud töö eesmärgiks oli uurida, kuidas on Instagrami kasutus seotud emotsionaalse enesetundega. Esimeseks hüpoteesiks oli, et suurem enesekohaselt raporteeritud Instagrami kasutuse sagedus on seotud kõrgemate emotsionaalse enesetunde konstruktide skooridega. Teiseks hüpoteesiks oli, et suurem jälgijate, jälgitavate ning postituste arv ja konto omamise aeg on seotud kõrgemate emotsionaalse enesetunde konstruktide skooridega. Kolmandaks hüpoteesiks oli, et sugu, vanus ning emotsionaalse enesetunde konstruktid ennustavad Instagrami kasutuse sageduse skoori.

Esimene hüpotees üldiselt kinnitust ei leidnud. Nõrk ning statistiliselt oluline positiivne seos leiti vaid agorafobia-paanika ning enesekohaselt raporteeritud Instagrami kasutuse sageduse vahel. Kui varasemalt on leitud seos Instagrami kasutuse ning depressiooni vahel (Sherlock & Wagstaff, 2018), siis antud töös sellist seost ei leitud. Ka teiste emotsionaalse enesetunde konstruktide ja Instagrami kasutuse vahel seosed puudusid, kuigi on leitud, et sotsiaalmeedia kasutus on seotud näiteks ärevuse (Vanucci et al., 2017) ja uneprobleemidega (Woods & Scott, 2016). Seoste puudumist võib seletada asjaolu, et sage sotsiaalmeedia kasutus ei pruugi ilmingimata tähendada problemaatilist ehk sõltuvuslikku kasutust (Brand et al., 2016; Brand et al., 2014), mis on sageli seotud psüühikahäirete sümptomitega (Jasso-Medrano & López-Rosales, 2018; Pontes, 2017).

Teine hüpotees kinnitust ei leidnud. Kui varasemalt on leitud positiivne seos Instagrami jälgijate ning jälgitavate arvu ja depressiooni ning ärevuse vahel (Sherlock & Wagstaff, 2018), siis antud töös leiti vaid nõrk negatiivne seos depressiooni ja jälgijate arvu vahel ehk kõrgema depressiivsuse skooriga inimestel on Instagramis vähem jälgijaid. Seos leiti lisaks ka jälgijate ning jälgitavate arvu ja sotsiaalärevuse vahel, kuid ka see seos oli negatiivne. Kuna Instagrami kontot võib omada ilma Instagrami aktiivselt kasutamata, võib see põhjendada, miks ei leitud seoseid konto omamise aja ja emotsionaalse enesetunde vahel. Sama võib kehtida ka jälgijate ning jälgitavate kohta, kuna nende arv (eriti jälgitavate arv) ei pruugi näidata, kui aktiivselt inimene Instagrami kasutab.

Kolmas hüpotees leidis osaliselt kinnitust. Sagedasemat Instagrami kasutust ennustas vaid sugu. Naiste puhul on Instagrami kasutuse sagedus suurem kui meestel, mis on kinnitust leidnud ka varasemalt (Lin et al., 2016). Vanus Instagrami kasutust ei ennustanud, kuigi

varasemalt on taolist seost raporteeritud (Sherlock & Wagstaff, 2018; Lin et al., 2016). Seda võib põhjendada asjaolu, et kasutatud mugavusvalimis ei olnud erinevad vanused võrdselt esindatud. Samuti uuriti antud töös vaid täisealisi, kuid Instagram võib populaarsem olla just teismeliste seas.

Instagrami kasutust ning selle seoseid vaimse tervisega on varasemalt uuritud võrdlemisi vähe ning Eestis taolisi uuringuid läbi viidud ei ole. Instagrami kasutajate hulk on aga suur (ka Eestis), mistõttu on käesolev uuring oluline, kuna aitab mõista täisealiste Instagrami kasutust ning selle seoseid emotsionaalse enesetundega. Antud töö panuseks on teadmine, et Instagrami kasutamise sageduse, jälgijate, jälgitavate ning postituste arvu ja emotsionaalse enesetunde vahel seosed üldjoontes puuduvad. Seetõttu ei peaks Instagrami kasutajad tundma muret, et vaid sage kasutamine mõjuks nende vaimsele tervisele halvasti. Erinevused võivad aga sisse tulla, kui uuritakse Instagrami/sotsiaalmeedia sõltuvuslikku kasutust.

Käesolevas töös on ka mõned piirangud. Instagrami kasutuse sageduse uurimiseks kasutati vaid enesekohaseid väiteid, mis ei pruugi kajastada tegelikku kasutust. Usaldusväärsem oleks kasutada objektiivselt mõõdetud andmeid iga Instagrami funktsiooni kasutuse kohta. Uuritavatel oli ka võimalik anda valeinfot, kuna neil paluti endal üles märkida oma konto jälgijate, jälgitavate ning postituste arv ja esimese postituse kuupäev. Lisaks oli valimi puhul tegemist mugavusvalimisega, mis tõi endaga kaasa selle, et valim ei pruugi olla populatsiooni suhtes esinduslik.

Järgnevates uuringutes võiks kasutada objektiivselt mõõdetud andmeid ehk uuringus osaleja Instagrami kasutajanime teades tuleks ise või rakenduse abil üles märkida uuritava Instagrami kontolt saadav info, kuna sellisel viisil mõõdetud andmed annaks valiidsemat informatsiooni. Ka tasuks edaspidi sotsiaalmeedia kasutuse uuringute puhul eristada aktiivset ja passiivset kasutust, kuna need võivad anda erinevaid tulemusi.

Tänuõnad

Soovin tänada oma juhendajat Dmitri Rozgonjuki põhjaliku ja toetava juhendamise eest. Olen tänulik kõigile, kes uuringus osalesid ja tänu sellele töö valmimisele kaasa aitasid.

Kasutatud kirjandus

- Aluoja, A., Shlik, J., Vasar, V., Luuk, K., & Leinsalu, M. (1999). Development and psychometric properties of the Emotional State Questionnaire, a self-report questionnaire for depression and anxiety. *Nordic Journal of Psychiatry*, 53(6), 443-449. <https://doi.org/10.1080/080394899427692>
- APA. (2013). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, 5th Edn.* Washington, DC: APA.
- Blackwell, D., Leaman, C., Tramposch, R., Osborne, C., & Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences*, 116, 69-72. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.039>
- Brand, M., Laier, C., & Young, K. S. (2014). Internet addiction: coping styles, expectancies, and treatment implications. *Front. Psychol*, 5. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2014.01256>
- Brand, M., Young, K. S., Laier, C., Wölfling, K., & Potenza, M. N. (2016). Integrating psychological and neurobiological considerations regarding the development and maintenance of specific Internet-use disorders: An Interaction of Person-Affect-Cognition-Execution (I-PACE) model. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 71, 252-266. <https://doi.org/10.1016/j.neubiorev.2016.08.033>
- 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, Behavioral and Social Networking*, 15(2). <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>
- Dewan, P. (2015). Words Versus Pictures: Leveraging the Research on Visual Communication. *Partnership: The Canadian Journal of Library and Information Practice and Research*, 10(1). <https://doi.org/10.21083/partnership.v10i1.3137>
- Dumas, T. M., Maxwell-Smith, M., Davis, J. P., & Giulietti, P. A. (2017). Lying or longing for likes? Narcissism, peer belonging, loneliness and normative versus deceptive like-seeking on Instagram in emerging adulthood. *Computers in Human Behavior*, 71, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.037>
- Facebook. (2012). Facebook to Acquire Instagram. Kasutatud 07.04.2019 <https://newsroom.fb.com/news/2012/04/facebook-to-acquire-instagram/>

- Facebook. (2014). Facebook to Acquire WhatsApp. Kasutatud 07.04.2019
<https://newsroom.fb.com/news/2014/02/facebook-to-acquire-whatsapp/>
- Google Play. (2019). Instagram. Kasutatud 20.02.2019
<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.instagram.android>
- Hu, Y., Manikonda, L., & Kambhampati, S. (2014). What we instagram: A first analysis of instagram photo content and user types. *In Proceedings of the 8th International Conference on Weblogs and Social Media*, 595-598.
- Hunt, M. G., Marx, R., Lipson, C., & Young, J. (2018). No More FOMO: Limiting Social Media Decreases Loneliness and Depression. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 37(10), 751-768. <https://doi.org/10.1521/jscp.2018.37.10.751>
- IBM. (2017). IBM SPSS Statistics V25 offers new statistics, stronger integration with third-party applications, and enhanced productivity. Kasutatud 04.04.2019
http://www-01.ibm.com/common/ssi/ShowDoc.wss?docURL=/common/ssi/rep_ca/9/897/ENUS217-279/index.html&request_locale=en
- Instagram. (2016). Introducing Instagram Stories. Kasutatud 07.04.2019
<https://instagram-press.com/blog/2016/08/02/introducing-instagram-stories/>
- Instagram. (2018). Welcome to IGTV. Kasutatud 20.02.2019
<https://instagram-press.com/blog/2018/06/20/welcome-to-igtv/>
- Jasso-Medrano, J. L., & López-Rosales, F. (2018). Measuring the relationship between social media use and addictive behavior and depression and suicide ideation among university students. *Computers in Human Behavior*, 87, 183-191.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.05.003>
- Kelly, Y., Zilanawala, A., Booker, C., & Sacker, A. (2018). Social Media Use and Adolescent Mental Health: Findings From the UK Millennium Cohort Study. *EClinicalMedicine*, 6, 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.eclinm.2018.12.005>
- Lin, L.Y., Sidani, J.E., Shensa, A., Radovic, A., Miller, E., Colditz, J.B., ... Primack, B. A. (2016). Association between social media use and depression among U.S. young adults. *Depression and Anxiety*, 33(4), 323-331, <https://doi.org/10.1002/da.22466>
- Lup, K., Trub, L., & Rosenthal, L. (2015). Instagram #instasad?: exploring associations among instagram use, depressive symptoms, negative social comparison, and strangers followed. *Cyberpsychology, Behavioral and Social Networking*, 18(5), 247-252. doi:10.1089/cyber.2014.0560

- Longstreet, P., & Brooks, S. (2017). Life satisfaction: A key to managing internet & social media addiction. *Technology in Society*, 50, 73-77. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2017.05.003>
- Maaailma Terviseorganisatsioon (1992). *Rahvusvaheline Psüühika- ja käitumishäirete klassifikatsioon (RHK-10)*. Tartu: Tartu Ülikool.
- Medicum. (2015). Emotsionaalse enesetunde küsimustik. Kasutatud 27.04.2019 <https://www.medicum.ee/wp-content/uploads/2015/11/Emotsionaalne-enesetunde-k%C3%BCsimustik.pdf>
- NapoleonCat. (2019). Instagram users in Estonia. Kasutatud 19.04.2019 <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-estonia/2019/03>
- Pew Research Center. (2018a). Teens' Social Media Habits and Experiences. Kasutatud 05.03.2019 <http://www.pewinternet.org/2018/11/28/teens-social-media-habits-and-experiences/>
- Pew Research Center. (2018b). Social Media Use in 2018. Kasutatud 04.03.2019 <http://www.pewinternet.org/2018/03/01/social-media-use-in-2018/>.
- 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 U.S. young adults. *Computers in Human Behavior*, 69, 1-9, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.013>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Pontes, H. M. (2017). Investigating the differential effects of social networking site addiction and Internet gaming disorder on psychological health. *Journal of Behavioral Addictions* 6(4), 601–610. <https://doi.org/10.1556/2006.6.2017.075>
- Reece, A. G., & Danforth, C. M. (2017). Instagram photos reveal predictive markers of depression. *EPJ Data Science*, 6(15). <https://doi.org/10.1140/epjds/s13688-017-0110-z>
- Rosen, A. (2017). Tweeting Made Easier. Kasutatud 28.03.2019 https://blog.twitter.com/official/en_us/topics/product/2017/tweetingmadeeasier.html
- Royal Society for Public Health. (2017). Status of Mind: Social media and young people's mental health. Kasutatud 13.03.2019

<https://www.rsph.org.uk/uploads/assets/uploaded/62be270a-a55f-4719-ad668c2ec7a74c2a.pdf>

- Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, 58, 89-97. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.059>
- Sherlock, M., & Wagstaff, D. L. (2018). Exploring the relationship between frequency of Instagram use, exposure to idealized images, and psychological well-being in women. *Psychology of Popular Media Culture*. <http://dx.doi.org/10.1037/ppm0000182>
- Starcevic, V. (2013). Is Internet addiction a useful concept? *Australian & New Zealand Journal of Psychiatry*, 47(1), 16-19. <https://doi.org/10.1177/0004867412461693>
- Statista. (2017). Number of social media users worldwide from 2010 to 2021 (in billions). Kasutatud 20.02.2019 <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>
- Statista. (2019). Most famous social network sites worldwide as of January 2019, ranked by number of active users (in millions). Kasutatud 07.04.2019 <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
- Vanucci, A., Flannery, K. M., & Ohannessian, C. M. (2017). Social media use and anxiety in emerging adults. *Journal of Affective Disorders*, 207, 163-166. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2016.08.040>
- Woods, H. C., & Scott, H. (2016). #Sleepyteens: Social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self-esteem. *Journal of Adolescence*, 51, 41-49. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.05.008>
- Õöpik, P., Aluoja, A., Kalda, R., & Maaros, H.-I. (2006). Screening for depression in primary care. *Family Practice*, 23, 693-698. <https://doi.org/10.1093/fampra/cml052>
- Yoon, S., Kleinman, M., Mertz, J., & Brannick, M. (2019). Is social network site usage related to depression? A meta-analysis of Facebook–depression relations. *Journal of Affective Disorders*, 248, 65-72. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2019.01.026>

Käesolevaga kinnitan, et olen korrekselt 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.

/Kadi Jürimäe/