

„Mutasd a Facebook-profilképed, megmondom,
ki akarsz lenni!” – Kora-serdülőkori érteremtési
törekvések megnyilvánulásai a Facebook nevű
közösségi portál virtuális terében

Készítette: Vékássy Lili

Pszichológia BA III. évfolyam, Pázmány Péter Katolikus Egyetem
Bölcsészet- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető: Berta Judit Ph.D.

Egyetemi adjunktus, Pázmány Péter Katolikus Egyetem
Bölcsészet- és Társadalomtudományi Kar
Fejlődés- és Szociálpszichológiai Tanszék

2014. április 30.

Absztrakt

Érdeklődésünk középpontjában a Facebook nevű közösségi portál virtuális terében zajló, kora-serdülőkori énteremtési törekvések megnyilvánulásai állnak. Az adolezscenskor egyik legégetőbb kérdése az önmeghatározás (Dacey és Kenny, 1994), amelynek új dimenziói nyíltak meg az internet, s azon belül is a közösségi oldalak mindennapi életvitelbe történő beépülése által. A gyakori ön-fénykép (*selfie*) készítést, mint a jelenkori ifjúság egyik markáns kulturális jellemzőjét és a Facebookon folytatott rendszeres aktivitást, egymással szoros összefüggésben álló tényezőket kezelve azt feltételeztük, hogy e tulajdonságokkal rendelkező fiatalok önértékelése eltérést mutat azon serdülőkéhez képest, akik csak ritkán vagy egyáltalán nem fényképezik önmagukat. Vizsgálatunk során kvantitatív és kvalitatív módszerekkel egyaránt dolgoztunk, s bár hipotézisünket az elvégzett statisztikai próbák nem igazolták, eredményeink a téma újszerű, még feltáratlan mivolta végett is értékesnek, s további kutatásra érdemesnek bizonyulnak.

Bevezető

A serdülőkor általános jellemzése

A serdülőkor fogalma Stanley Hall nyomán született meg, aki 1904-ben elsőként írta le, mint krízisekkel teli, s éppen ezért az addigiaktól markánsan elkülönülő fejlődési szakaszt. Ennek eredményeképpen a jelenkori társadalmak többsége – főként a nyugati individualista kultúrák – az átmenet és az egyéni útkeresés időszakaként definiálja a serdülőkort (Collins és Kuczaj, 1991). A harmadik-negyedik életév során bekövetkező változásokat követően a serdülőkor a második nagy, gyors és minden funkcióra kiterjedő fejlődési periódus az ember életében (Bühler, 1925). A korábbi, a gyermekkorra jellemző szemlélet és viselkedésminták elveszítik hatékonyságukat, ami kaotikus viszonyokat, normál fejlődés esetén is krízisállapotot (pl. identitáskrízis, autoritáskrízis, teljesítménykrízis) szül (Kulcsár, 2006). E válságokkal teli időszaknak azonban lényeges eleme a kreativitás, amely az átmeneti regressziót követően igen konstruktív folyamatok elindítója, s aminek rendkívül fontos, énteremtő funkciója van (Vikár, 1980).

Biológiai aspektusait tekintve a serdülőkor már a 10-11. életév körül megkezdődik. A hipofízis megélnkülő nemi hormon termelésének következtében igen gyors vertikális növekedés, illetve súlygyarapodás megy végbe. A nemi éréssel járó pubertás során pedig

kialakul a másodlagos nemi jelleg, s az egyének képessé válnak a szaporodásra (Shirtcliff, Dahl és Pollak, 2009). A kognitív képességek terén 11-12 éves korban minőségi változás következik be. A logikai műveletek a konkrét manipuláció területéről tisztán képzeleti síkra tevődnek át, azaz a konkrét műveleti szakaszt felváltja a formális műveleti gondolkodás, amely egészen új tudati struktúra létrejöttét segíti elő (Piaget, 1990; Piaget és Inhelder, 2004). A serdülő látószöge kitágul: képessé válik saját a lehetőségeiről, rövid- és hosszú távú jövőjéről való gondolkodásra, hipotézisalkotásra, az ellentmondások feloldására, s a metakogníció kialakulása lehetővé teszi számára más személyek nézőpontjának figyelembe vételét (Keating, 1980). Ugyanakkor érdeklődése középpontjában saját énje áll.

Az önmeghatározás és önértékelés, mint a serdülőkor központi kérdései

A serdülőkor egyik fő alapproblémája az önmeghatározás, a „Ki vagyok én?” kérdésre való válasz keresése. Az ekkor megjelenő fokozott introspekció, az ún. „önismereti érzékenység” vagy „normál nárcizmus” következtében a fiatalok minden addiginál nagyobb figyelmet fordítanak önmaguk megismerésére, megértésére és megfigyelésére (Mérei, 1993; Clauss és Hiebsch, 1980). A serdülőkorra jellemző egocentrizmus mértékét erősíti, a személyes mítoszképzés jelensége, amelynek során a kamasz a saját magával kapcsolatos élményeit és érzelmeit teljes mértékben egyedülállóként, rendkívülként és megismételhetetlenként éli meg (Kulcsár, 2006). Éppen ezért – a naiv ön-, és emberismeret jellegzetes megnyilvánulási formájaként – a serdülő gondolkodásából hiányzik a történetiség, s önmagát mások felett álló, különleges lényként értelmezi. Ám ez az erőteljes onnipotencia-érzés meglehetősen nagyfokú labilitással jár együtt, amely érzelmi hullámmáshoz, „viharakhoz” vezet. (Mérei, 1993).

Szintén a saját énnel tulajdonított kitüntetett szerepből következik, hogy a serdülők hajlamosak úgy vélni, mások legalább akkora figyelemmel viseltetnek irántuk, mint ahogyan ők tekintenek saját magukra (Elkind, 1967). Az e témában folytatott kutatások az adolescens énefejlődéssel járó átmeneti nárcizmus egyik sajátosságaként emelik ki a képzelt nézőközönség jelenségét, amelynek során a fiatalok próbainterakciók formájában, fantáziájuk segítségével előre lejátsszák várható találkozásait, szerepeiket, élethelyzeteiket, ezzel anticipálva partnereik reakcióit (Lapsley és Rice, 1988). Intenzív belső konfliktusokhoz vezethet a serdülőkorban megjelenő „többszörös én”, amely serdülő különböző helyzetekben tanúsított, olykor egymástól gyökeresen eltérő, inkohere viselkedését jelenti (Harter, 1986). A fiatal

ezt hajlamos úgy értelmezni, hogy valóban több személyiség lakozik benne; ezek integrálására, az „igazi én” keresésére igen erős igényt támaszt (Damon és Hart, 1982).

A serdülőkori legfontosabb változásai közé sorolható, hogy a fiatalok idejük tetemes százalékát töltik szülői vagy tanári felügyelet nélkül, egymás társaságában, így a kortársak válnak számukra az elsődleges referenciaszeméllyé (Dacey és Kenny, 1994). Harter és Rosenberg 1979-es vizsgálata megállapította, hogy a serdülőkori önértékelést befolyásoló legfontosabb tényezők a kortársak általi elismertség, valamint a fizikai megjelenés, amely szoros összefüggésben áll a romantikus vonzerővel. Szintén kiemelkedő jelentőséggel bír a serdülő számára a referenciaszemélyek róla kialakított véleménye, s ennek állandó figyelemmel kísérése (Schwalbe és Staples, 1991). Ezek a legfontosabb elvárások, amelyeket a kamasz önmagával szemben támaszt, s amelynek pozitív vagy negatív kimenetele alapvetően hat az önértékelésére. Ezzel kapcsolatban markáns különbség mutatkozik a nemek tekintetében, mivel a serdülőkori elején megkezdődő fizikai változásoknak sokkal negatívabb hatása mutatható ki lányok esetében, mint a fiúk körében (Collins és Kuczaj, 1991). Harter 1990-ben végzett vizsgálata is ezt támasztja alá: a kutató eredményei szerint a serdülő lányok sokkal nagyobb jelentőséget tulajdonítanak a fizikai megjelenésnek, mint a fiúk, s ennél fogva sokkal elégedetlenebbek is testi adottságaikkal, mint az erősebbik nem képviselői (Dacey és Kenny, 1994).

Testséma és fényképezőgép

Mivel az adolescenzkor elején hirtelen végbemenő fizikai változásokat a testséma nem képes ugyanolyan ütemben követni, zavar keletkezik az énképben, s ez komoly megpróbáltatást jelent a serdülő számára. Instabil öntudatukat megszilárdítandó, ezen időszak egyik legjellemzőbb attribútuma a pozitív benyomás keltésére való törekvés, az imponálni akarás jelensége. Annak érdekében, hogy „új külsejüket” minél jobban megismerjék, s azt a lehető legvonzóbb színben tüntethessék fel, a fiatalok hosszú időt töltenek önmaguk tényleges alakításával. Ennek során gyakran túlzásokba esnek, mivel még nem rendelkeznek a saját személyük értékére vonatkozó kellő rálátással. Saját énjük formálása közben mintákat, példaképeket keresnek – akik lehetnek kortársak és hírességek egyaránt –, s hozzájuk külsőleg is hasonulni akarnak, pl. öltözködés, hajviselet és viselkedés tekintetében (Clauss és Hiebsch, 1980).

Néhány évtizeddel korábban a saját külső megismerésére irányuló törekvés abban nyilvánult meg, hogy a fiatalok a tükör előtt állva vizsgálgatták, méregették magukat, hogy

kikísérletezzék legelőnyösebb, legmegnyerőbb oldalukat. A 2000-es évek elejétől kezdve azonban ez a gyakorlat megváltozott, pontosabban kiegészült egy eszközzel: a fényképezőgéppel. Amint azt a műszaki fejlődés lehetővé tette, és a kompakt digitális fényképezőgépek bekerültek az átlagos, mindenki által használt technikai eszközök közé, hamar részeivé váltak a serdülők mindennapjainak is. Már az 1990-es évek végén született olyan tanulmány, amely a digitális képalkotó eszközöknek, a fiatalok én-meghatározásában és saját maguk interpretációjában betöltött domináns szerepét vetítette előre (Bloustien, 1998).

Az ön-fotózás jelensége és ennek elsőszámú közege: a Facebook nevű közösségi oldal

Az ön-fotózás egyike korunk legjobban kézzelfogható kulturális jelenségeinek, amelynek népszerűsége nem korlátozódik kizárólagosan a serdülők korosztályára, ám kétségkívül itt a legjellemzőbb (<http://www.theguardian.com/artanddesign/2013/apr/02/rise-and-rise-of-the-selfie>). Az angol nyelvben a „*selfie*” szleng kifejezés használatos annak megnevezésére, ha valaki digitális fényképezőgéppel, mobiltelefonnal, esetleg webkamerával készít fényképet saját magáról. A szó Jim Krause fotográfus tollából származik, aki szerint az *selfie*-k legvonzóbb tulajdonsága éppen az egyszerűségük; bárki, bárhol készíthet önmagáról portrét, ha rendelkezik a megfelelő eszközzel (Krause, 2005). Az ön-fotózás jelenségét, mint a jelen korszak egyik sajátosságát kiválóan reprezentálja az a tény, hogy az Oxford Dictionaries a 2013-as év szavának választotta a *selfie*-t. A bejelentéssel egy időben rövid ismertető is megjelent a kifejezés egyes változatairól, amelyek különböző részletekről, személyekről vagy élethelyzetekről készített ön-fényképeket jelölnek. Így jött létre pl. a *helfie*, amely csak a képkészítő haját örökíti meg; a rendkívül népszerű *legsie*, azaz a kinyújtott lábakat általában egy szép táj vagy érdekes helyszín előtt ábrázoló fénykép; illetve a *drelfie*, amely – az angol *drunk* (részeg), és a *selfie* kifejezések parafrázisaként – a készítő saját ittas állapotát örökíti meg. Ezen felül a kifejezés első betűjének egy másikra történő kicserélésével számtalan variáció született, a készítés körülményeinek megfelelően. Jól példázza ezt a *delfie*, amelyben a *d* jelenthet kutyát (*dog*), de akár apát (*dad*) is attól függően, hogy ki szerepel még a képen a készítőn kívül (<http://blog.oxforddictionaries.com/2013/11/word-of-the-year-2013-winner/>).

Az Oxford Dictionary online változatának adatbázisába 2013 augusztusában került be a kifejezés definíciója, amely a következőképpen határozható meg: „Fénykép, amelyet a személy önmagáról készít, rendszerint okostelefon vagy webkamera segítségével, majd a képet a közösségi oldalak valamelyikén teszi közzé” (<http://oxforddictionaries.com/definition/english/selfie?q=selfie>). Mint ahogyan az előbbi

meghatározásból is kitűnik, a *selfie*-k és a közösségi oldalak napjainkban már elválaszthatatlan egységet képeznek. A 2000-es évek első évtizedében a serdülők és a fiatal felnőttek váltak az internet adta lehetőségek elsőszámú használóivá és kihasználóivá (Valkenburg és Peter, 2009). A nyugati országok mindegyikére általánosan jellemző, hogy a tizenévesek túlnyomó többsége rendelkezik internet-hozzáféréssel a számítógépén, a mobiltelefonján, esetleg mindkettőn egyszerre. Ennek köszönhetően a serdülők a nap minden szakában – legyenek akár otthon, közlekedési eszközön vagy éppen egy tanórán – képesek jelen lenni a közösségi oldalak virtuális terében; ott kommunikálni, információt gyűjteni és megosztani.

A *selfie*-k internetes térhódításának elsőként a MySpace nevű közösségi oldal adott otthont, 2006-2009 között (<http://www.newyorker.com/online/blogs/elements/2013/06/the-return-of-the-selfie.html>). Ezeket, az egymáshoz szinte megszólalásig hasonlító, tipikus ismertetőjegyekkel rendelkező fényképeket a „MySpace-portré” gyűjtőnévvel is szokás illetni. Általános jellemzőiket tekintve ezek amatőr, nagyon rossz minőségű, sokszor nem megfelelően exponált képek voltak, amelyeket tulajdonosaik rendszerint saját fürdőszobájukban vagy hálósobájukban, a tükör előtt pózolván készítettek. Szintén nagyon elterjedt volt továbbá a serdülők körében önmaguk teljesen függőleges szögből való fotózása. Ezeken a felvételeken a készítő arca egyáltalán nem, vagy csak részben volt felismerhető. 2009-től a Facebook népszerűség tekintetében folyamatosan kezdte felülmúlni a MySpace-t, s ez egyúttal a profilképek jellegzetességeinek átalakulását is jelentette. Az új közösségi oldalon közzétett képek szemmel láthatóan jobb minőségűek és formálisabbak voltak, mint MySpace-es elődeik. Utóbbi változás oka egyfelől a technikai fejlődésében, pl. a digitális képalkotó eszközök képminőség-javulásban keresendő. Ám arról sem feledkezhetünk el, hogy az újabb és újabb, mind több és modernebb funkcióval rendelkező elektronikus készülékek – mint pl. az iPhone 4-es mobiltelefon, amely beépített előre néző kamerával rendelkezik – ösztönzőleg hatottak a *selfie*-k népszerűségének ugrásszerű növekedésére. Végezetül a saját fényképekhez, mint az én online reprezentációjához való tudatosabb hozzáállás kérdése is mérlegelendő szempont e tekintetben.

A Facebook nevű közösségi oldalnak 2013. júniusi adatok szerint 1,15 milliárd regisztrált felhasználója volt világszerte (<http://newsroom.fb.com/Key-Facts>). Magyarországon 2013 első félévében a lakosságának közel fele, azaz 4,6 millió fő volt aktív tagja a Facebook oldalának; a 13-17 év közötti korosztály felhasználói ennek a számnak a 13%-át tették ki (<http://kozmedia.blogspot.hu/2013/07/7-kal-nott-magyar-aktiv-facebook.html>).

Online személyiség versus valós én

A Facebookon folytatott aktivitás mára teljes mértékben beépült a serdülők mindennapjaiba; rendszeres tevékenységeik szerves részét képezi a közösségi oldalon eltöltött idő, illetve az itt folytatott társas interakció (Back, Stopfer, Vazire, Gaddis, Schmukle, Egloff és Gosling, 2010). Amint egy fiatal felhasználójává válik valamely online felületnek, egyúttal kézhez kapja annak lehetőségét is, hogy prezentálhatja önmagát a virtuális közösség, ismerősök és ismeretlenek előtt egyaránt (Calvert, 2002). Döntést hozhat arról, miként kommunikálja belső tulajdonságait és külső adottságait; aprólékosan kidolgozhatja, mit szeretne hangsúlyozni, s mit inkább elrejtteni önmagából. Erre pedig természetesen hatással van saját személyéhez való éppen aktuális viszonyulása. Az internetes megjelenés sokkal inkább kézben tartható, pontosabban megkonstruálható, mint a való életben zajló interakciók, ezért a jó benyomás keltésére való törekvés még sokkal inkább érvényesül (Wallace, 2006). A fiatalnak tulajdonképpen lehetősége van eldönteni, hogy ki akar lenni.

Hiába a téma újszerűsége, már születtek kutatások arra nézve, hogy a közösségi oldalakon létező profilok valós képet tükröznek-e tulajdonosaikról, vagy inkább hasonlítanak egy jól megkonstruált, a felhasználó idealizált énképét kommunikáló felületre. Manago, Graham, Greenfield és Salimkhan 2008-as vizsgálata az ún. „idealizált virtuális identitás hipotézis” felállításával és igazolásával azt az eredményt közölte, hogy a profil-tulajdonosok aktuális személyisége és az adatlapjuk jellemzői sok tekintetben nem fedik egymást. A kutatók továbbá azt is hangsúlyozták, hogy azok a benyomások, amelyek egy Facebook-profil láttán keletkeznek, teljesen eltérőek attól, amik a való életben, egy személyes találkozás során jönnek létre (Manago és mtsai, 2008).

Ezzel szemben Back és munkatársai 2010-ben megjelent tanulmányukban pont a fentiek ellenkezőjét igazolták. Az általuk közölt adatok szerint a közösségi oldalakon található online személyiség azonos a valós énnel. A kutatók mindezt azzal magyarázták, hogy a virtuális adatlapon található számos, különböző jellegű adat idealizálása igen nehéz feladat, mivel a közelebbi ismerősök minden apró, a valósággal nem egyező részletre reagálnak, feltárva ezzel azok hamisságát. A tanulmány szerint a közösségi oldalak biztosítják a legjobb és legkézenfekvőbb felületet ahhoz, hogy az egyének kifejezhessék és kommunikálhassák valós személyiségüket. Ez pedig magyarázatul szolgálhat annak, hogy miért örvendenek ilyen nagy népszerűségnek világszerte (Back és mtsai, 2010).

Ezt némiképp cáfolja Forest és Wood 2012-ben írt tanulmánya, amely szerint a közösségi oldalakon megosztott személyes információkra adott közvetlen reakció nem látható,

csak akkor, ha az valamilyen formában kifejeződik – pl. kedvelés, hozzászólás –, ami azonban már jóval disztinkáltabb módja a véleménynyilvánításnak (Forest és Wood, 2012). A Facebook felhasználói beállításai pedig mára már lehetőséget adnak arra is, hogy az adatlap tulajdonosa a neki tetsző módon szabályozza a hozzászólásokat és fénykép-megjelöléseket. Ezeket a felhasználó előzetes jóváhagyáshoz kötheti, sőt az ilyen formában érkező véleménynyilvánítások megjelenítését adott esetben akár tiltás alá is helyezheti.

Egy egészen friss, 2013-ban publikált tanulmány szerint viszont azok a személyek, akik rendszeresen közölnek saját magukról készült fényképeket, ezt Facebook-ismerőseiktől várt elismerés, társas támogatottság és intimitás érdekében teszik (Houghton, Joinson, Caldwell és Marder, 2013), ami szintén arra enged következtetni, hogy a pozitív benyomás keltése érdekében a közzétett adatok némileg idealizáltak.

A kutatás célja, központi kérdései és hipotézise

Jelen kutatás célja a korai serdülőkorban jelentkező önmeghatározásra irányuló törekvések, illetve az önértékelésben megjelenő tendenciák és a Facebook nevű közösségi oldalon folytatott fénykép-feltöltési szokások közti összefüggések feltárása. A vizsgálat további célkitűzése, hogy bemutassa, miként használják ki a fiatalok a virtuális személyiség adta könnyedén megkonstruálható, tág teret annak érdekében, hogy saját, még kialakulóban lévő személyiségüket fényképek segítségével interpretálják. Szintén a dolgozat központi kérdései közé tartozik annak minél részletesebb feltérképezése is, hogy a serdülők milyen szempontok szerint, milyen mértékű tudatossággal készítik el azokat a fényképeket önmagukról, amelyeket azután közzétesznek a közösségi portálon. Valamint a kutatás vizsgálni kívánja azt is, hogy a fiatalok milyen benyomásokat kívánnak kiváltani a szemlélőkből fényképeik által, illetve saját magukban milyen benyomást keltenek előnyös *selfie*-jeik.

Mivel a Facebookon a legnagyobb közösségi reakciót kiváltó tartalmak a fényképek (<http://www.socialbakers.com/blog/1749-photos-make-up-93-of-the-most-engaging-posts-on-facebook>), ezért a kutatás kiindulópontja azon a feltevésen alapul, hogy egy *selfie* elkészítésének és közzétételének célja a serdülők esetében igen sokrétű, ám eredője közös: a kortársak felőli megerősítés elérése. Ha a gyakori fénykép-feltöltési aktivitást, mint a kívülről érkező pozitív visszajelzés iránti fokozott igényt értelmezzük, akkor feltételezhető, hogy e személyek mutatnak bizonyos közös tulajdonságokat önértékelés tekintetében.

Mindezek függvényében tehát, jelen dolgozat hipotézise a következő: a vizsgálati személyek közül azok, akiknek napi Facebookon eltöltött időmennyisége magasabb a minta átlagánál és gyakran töltenek fel magukról selfie-t, alacsonyabb önértékeléssel rendelkeznek, mint azok, akik hasonlóan átlagon felüli Facebook-aktivitást mutatnak, ám teljesen más tevékenységekkel töltik ki ezt az időt.

Vizsgálati módszer

Vizsgálati személyek

Jelen kutatás lefolytatására nem valószínűségi mintavételi technikával került sor. A vizsgálatban két budapesti középiskola – a Sztéhló Gábor Evangélikus Gimnázium és a Budapesti Egyetemi Katolikus Gimnázium – 80 tanulója vett részt. Mindannyian kevert nemű, 9-11. osztályok diákjai voltak, életkoruk pedig 14-18 év közé esett. Kiválasztásuk kritériumául az iskolák tanári karának egyes tagjaival való ismeretség szolgált. Mindkét esetben olyan tanerőket kerestünk fel, akik megbízható, a diákok körében tekintélyszemélyként számon tartott személyek, s így a vizsgálat zavartalan menetét is szavatolni tudták.

Az egyes vizsgálati csoportok a következőképpen kerültek kialakításra: a minta átlagánál magasabb napi Facebook-aktivitást mutatók képezték azt a populációt, amelyet további értékelésnek vetettünk alá. Ezen belül a tevékenység jellege mentén állítottunk fel két csoportot: a *selfie*-t gyakran feltöltő személyek képezték az első, míg a másfajta aktivitást mutató egyének a második vizsgálati csoport tagjait.

Eszközök

A kutatás első, kvantitatív szakaszában a vizsgálati személyek egy két kérdőívből álló tesztcsomagot töltöttek ki. Az első egy teljes mértékben saját összeállítású, a Facebook-használati szokásokat feltáró, 10 kérdésből álló kérdőív volt (I. melléklet). A kitöltőknek nemük és életkoruk megadása mellett egy jeligét is választaniuk kellett, amelynek segítségével visszakövethető volt kilétük, ami a vizsgálat második szakaszában vált lényeges információvá. A közösségi oldalon folytatott aktivitással kapcsolatos általános kérdéseken túl a kérdőívben szerepeltek olyan tételek is, amelyek célzottan az önfotózási, illetve *selfie*-feltöltési tevékenységet hivatottak feltárni.

A második kérdőív a Morris Rosenberg által 1965-ben kidolgozott Rosenberg Önértékelési Skála (Rosenberg Self-Esteem Scale, RSE) volt (II. melléklet). A skála az önértékelés, önbizalom és énkép tekintetében az elsőszámú egydimenziós explicit mérőeszköz, amely önkitöltéses formában, serdülők és felnőttek körében egyaránt alkalmazható. Kitöltése mindössze 3-5 percet vesz igénybe. A skála 10 tétel segítségével ad képet a vizsgálati személy önértékelésének globális szintjéről. Az egyes tételekkel való egyetértés mértékét a kitöltők egy ötfokozatú skálán fejezhetik ki, amelyben az 1-es az azonosulás teljes hiányának („Nagyon nem értek vele egyet.”), míg az 5-ös a maximális egyetértésnek („Nagyon egyetértek vele.”) feleltethető meg. A kérdőív 10 tételéből 5 fordított kódolású, amelyek a következők: 2. („Néha úgy érzem, egyáltalán nem vagyok jó.”), 5. („Úgy érzem, nincs sok okom a büszkeségre.”), 6. („Néha haszontalannak érzem magam.”), 8. („Azt kívánom, hogy nagyobb tekintélyem legyen.”), 9. („Összességében hajlamos vagyok azt hinni, hogy csődtömeg vagyok.”). Az elérhető maximális pontszám 50, amelyből a magyarországi validitás-vizsgálatban résztvevő fiatalok átlagos összpontszáma 35,89 pont volt (Gerevich és mtsai, 2012).

A vizsgálat második, kvalitatív szakaszában használt eszköz egy szintén teljes egészében saját összeállítású, 11 tételből álló félig strukturált interjú kérdései voltak (III. melléklet). Mivel interjú felvételére már csak és kizárólag olyan vizsgálati személyekkel került sor, akik állandó ön-fotózási aktivitást mutattak, a kérdések szerkesztése során az elsődleges szempont a jelenség minél behatóbb megismerése és feltárása volt. Éppen ezért az interjú olyan célzott kérdéseket tartalmaz, mint pl. hogy az alanyok milyen benyomást szeretnének kelteni fényképeikkel, miért szeretnek *selfie*-ket készíteni, retusálják-e őket utólagosan, milyen körülmények között készítik el őket, illetve hogyan képzelik el „álmaik Facebook-profilképét”.

A vizsgálati eljárás menete

A vizsgálat legelső lépéseként – korábbi ismeretségre támaszkodva – két különböző budapesti gimnázium osztályfőnökével vettük fel a kapcsolatot, akiknek személyes találkozó alkalmával adtunk át 50-50 darab szülői beleegyező nyilatkozatot. Az iskolánként két-két osztályban kiosztott dokumentumok közül 84 érkezett vissza pozitív válasszal. Ezután ismét személyesen kerestük fel az oktatókat, akik 40, illetve 44 kérdőívet kaptak kézhez. A diákok tanóra keretében töltötték ki a teszteket. Az osztályfőnökök ezután visszaszolgáltatták a már kitöltött kérdőíveket, amelyek közül – alapos ellenőrzést követően – 80-at találtunk teljes

mértékben érvényesnek. A fennmaradó 4 tesztet név vagy nem hiányában, illetve a kérdőív egy oldalának – vélhetően véletlenszerű – kihagyása miatt vetettük el.

A vizsgálat második szakaszát megelőzően a *selfie*-készítési, és feltöltési szokások gyakoriságának függvényében kiválasztottuk azt az öt személyt a kitöltők közül, akik leginkább alkalmasnak bizonyultak arra, hogy e témában interjút készítsünk velük. Ezután ismét az osztályfőnökök segítségét kértük, ugyanis a kérdőívek beszédeseikor ők jegyezték fel azt, hogy az egyes jelígek mely vizsgálati személyeket takarják. Az oktatókon keresztül tudattuk a kiválasztott tanulókkal az interjúkészítési szándékunkat, ám sajnálatos módon az öt fiatalból három elzárkózott a válaszadástól. Két diák azonban beleegyezését adta, így az interjúra személyes találkozás alkalmával, a serdülők iskolájához közeli vendéglátó-ipari egységben került sor.

A vizsgálat eredményei

Az adatok feldolgozásának menete

Elsőként a vizsgálat kvantitatív szakaszának első részéből, azaz az egyénileg összeállított kérdőívből gyűjtött adatok értékelésére került sor. A teszt egyes kérdéseire adott válaszokat a következőképpen pontoztuk.

Azon kérdéscsoportok esetében, ahol magát a kérdést követően a különböző állításokkal való egyetértés mértékét fejezte ki a vizsgálati személy válasza (4., 8. kérdések), a teljes elutasítást („Egyáltalán nem értek egyet.”) a legalacsonyabb pontszámmal (1), míg a maximális helyeslést („Teljesen egyetértek.”) a legmagasabb pontszámmal (4) láttuk el. Az 5. kérdés esetében („Milyen gyakran jellemzőek rád a következő aktivitások a Facebookon?”) a hét válaszlehetőség adott időegységet jelölt; a legalacsonyabb pontszámot (1) a „Soha”, a legmagasabbat (7) a „Naponta többször” lehetőséghez rendeltük. A vizsgálati személy a 3. kérdést („Mire használsz a Facebookot?”) követő állításokat aszerint értékelhette, hogy azokat a saját személyére vonatkozóan milyen mértékben ítélte igaznak. Ez esetben az „Egyáltalán nem igaz rám.” válaszlehetőség érte a legkevesebb (1) pontot, míg a „Teljesen igaz rám.” a legtöbbet (4).

A fennmaradó kérdéseket, amelyek csupán egy választ eredményeztek, annak mértékével egyenesen arányos pontozással láttuk el. Kivételt képeznek a 9., illetve 10. kérdések, amelyek esetében a kérdés jellegéből adódóan fordítottan pontoztunk. Tehát a 9. kérdést tekintve („Mi jellemző a jelenlegi profilképedre?”) a legmagasabb (6) pontszámot az

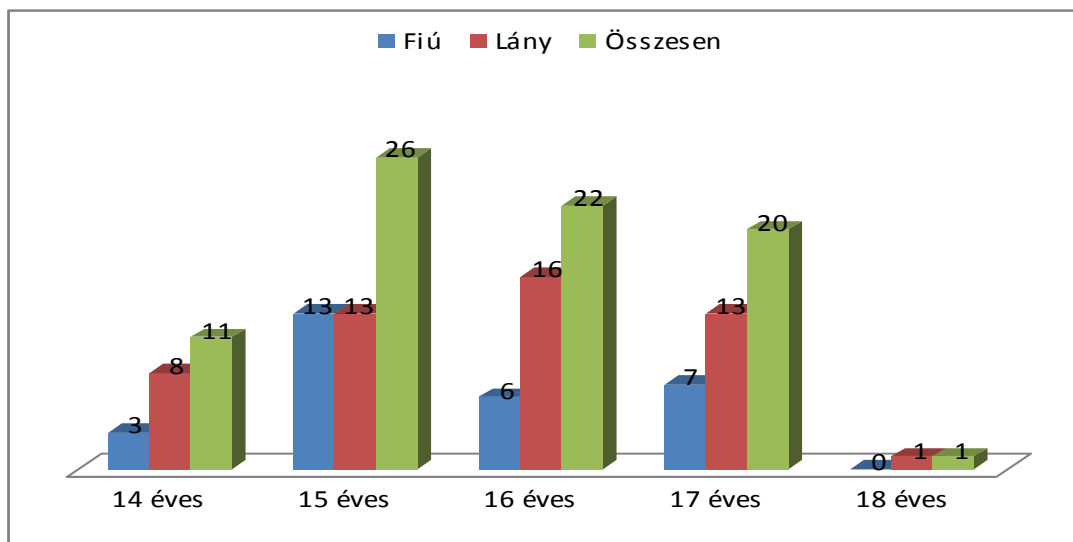
első („Én készítettem magamról, egyedül vagyok rajta.”), a legalacsonyabbat (1) pedig a hatodik („Nincs profilképem.”) válaszlehetőség érte. A profilkép-feltöltés gyakoriságát felmérő 10. kérdésnél is hasonlóan jártunk el.

A vizsgálat kvantitatív szakaszának második részéből – Rosenberg Önértékelési Skála – származó adatokkal a validált kérdőív kiértékelési szempontjainak megfelelően jártunk el. A skála öt fordított tételének (2., 5., 6., 8., 9.) kódolását követően a kapott eredményeket a saját szerkesztésű kérdőív adataival együtt összesített Excel-táblázatba vezettük be.

A vizsgálat kvalitatív részét alkotó interjúk feldolgozása a beszélgetésről készült hanganyag jegyzőkönyvéként való írásos rögzítésével kezdődött. Ezt követően került sor az előre meghatározott szempontok szerinti tartalmi elemzésre.

A leíró statisztikai adatok eredményei

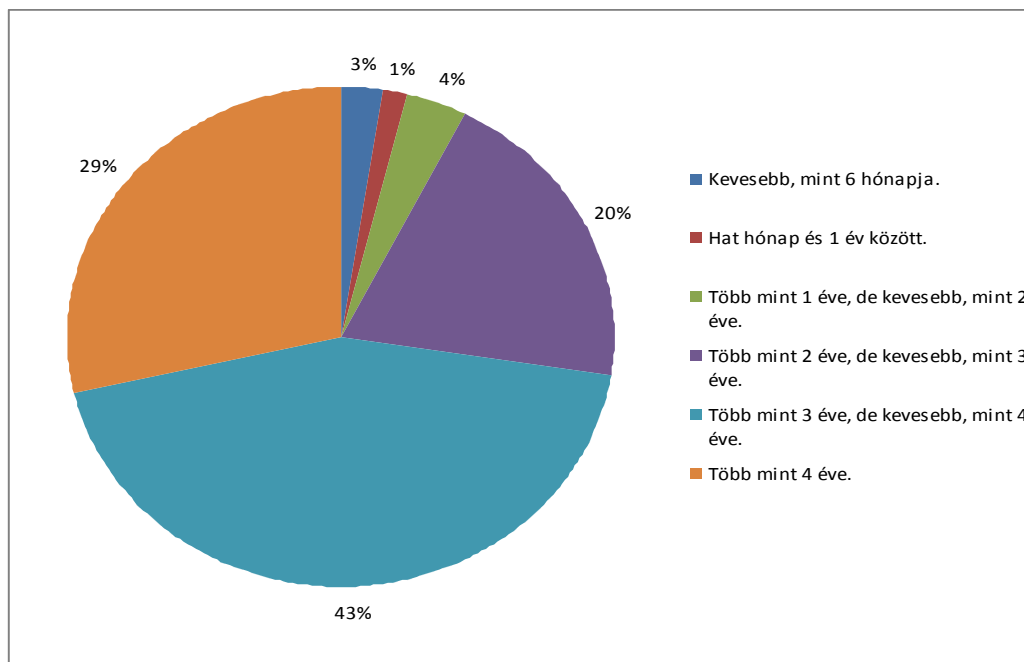
A vizsgálatban résztvevő két iskola 80 középiskolás diákjából 29 főt tett ki a fiúk, valamint 51 főt a lányok száma. Életkor tekintetében a minta a következőképpen alakult: 14 évesek (11 fő), 15 évesek (26 fő), 16 évesek (22 fő), 17 évesek (20 fő), 18 évesek (1 fő) (I. ábra). A vizsgálati személyek átlagéletkora 15,68 év, a szórás értéke pedig 1,041 volt.



I. ábra – A vizsgálati személyek nemi és életkorbeli eloszlása.

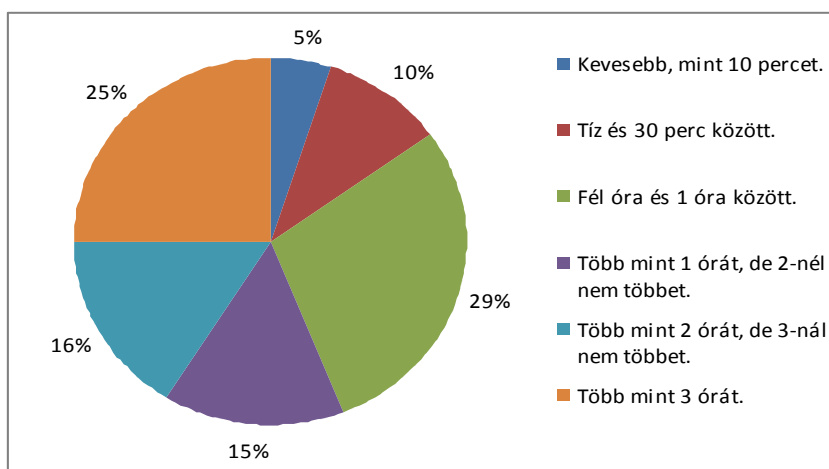
A fiatalok közel fele (43%) több mint 3 éve regisztrált felhasználója a Facebooknak. Legkevesebben vannak azon vizsgálati személyek, akik 1 éve tagjai a közösségi portálnak; százalékos arányuk – a kevesebb, mint 6 hónapja, illetve a hat hónap és 1 év között

regisztráltak adatait összesítve – 4%. 96%-uk Facebook-tagsága tehát években mérhető (II. ábra).



II. ábra – A Facebook-tagság kezdetére vonatkozó adatok százalékban kifejezve.

A napi átlagos Facebookon eltöltött idő a vizsgált csoportok körében a következőképpen alakult (III. ábra). A vizsgálatban részt vevő tanulók több mint egynegyede (29%-a) egy átlagos napon fél és egy óra közötti időt tölt el a közösségi oldal böngészésével. A naponta 0-30 percet a Facebookon töltők összesen 15%-át teszik ki a teljes mintának. Azon serdülők, akiknek Facebookon folytatott aktivitása 1 óránál több, de 3 óránál kevesebb, 31%-át teszi ki a populációnak. Szintén jelentős a naponta 3 óránál többet a közösségi portálon töltők aránya, amely a vizsgált személyeknek pontosan az egynegyede (25%).



III. ábra – A vizsgálati személyek naponta átlagosan eltöltött ideje a Facebookon.

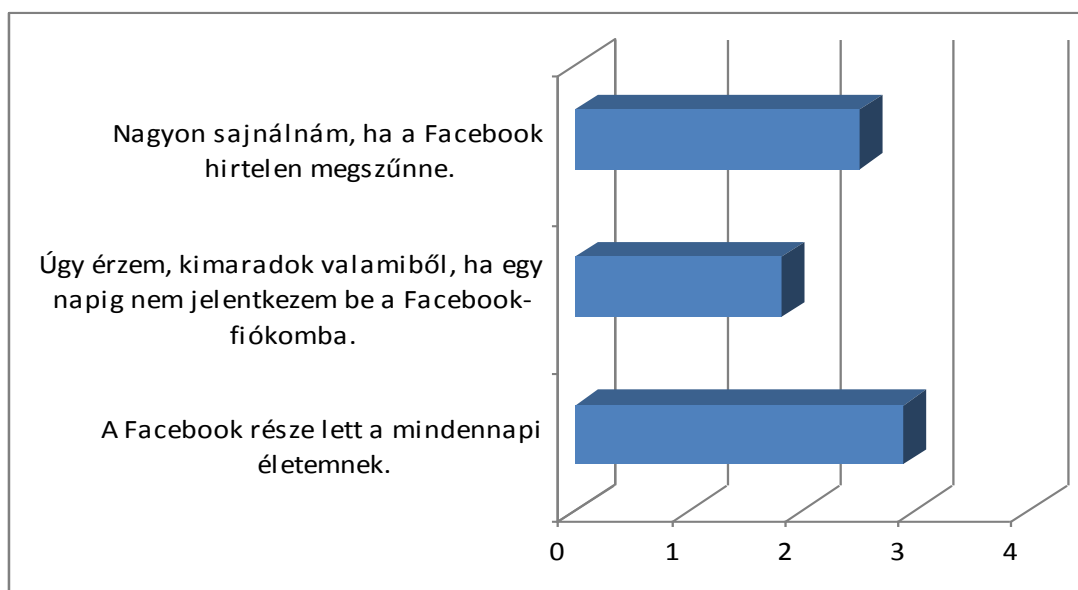
Arra a kérdésre, hogy miért használják a Facebookot, a kutatásban résztvevő fiatalok átlagban kifejezett válaszaik a következőképpen alakultak (IV. ábra). A válaszok 1-4-es skálán kódolódnak, amelyen az 1-es feleltethető meg, ha a személy egyáltalán nem ért egyet az adott kijelentéssel önmagára vonatkozólag, a 4-es pedig a teljes egyetértést fejezi ki. A vizsgálati személyek közül a legtöbben a „Gyorsan és könnyen tudok kommunikálni azzal, akivel szeretnék.” válaszlehetőséggel értettek teljes mértékben egyet (3,67). Szintén igen magas (3,01) volt a „Tájékozódhatok az engem érdeklő, érintő témákban.” kijelentéssel való egyetértés mértéke is. Ezen kérdés esetében a vizsgálati személyeknek a 6 állítás mellett egy hetedik, „Egyéb” jelzéssel ellátott rubrika beillesztésével lehetőséget biztosítottunk arra, hogy egyéni választ fogalmazzanak meg. Ezzel mindössze négy fiatal élt, s válaszaik mind illeszkedtek ezen állítás – az érdeklődési körhöz tartozó témákban való tájékozódás – jelentéstartományához, ennek tulajdonképpen kiegészítései, részletezései voltak. Így pl. a 12. számú kitöltő a következőket fogalmazta meg: „Könnyebben el tudom kérni a házi feladatot.”; a 26. számú vizsgálati személy pedig ezt írta az „Egyéb” rubrikába: „Eseménymeghívások.”.

Továbbá magas volt az egyetértés mértékének átlaga (2,68) az „Adatlapomat és fényképeimet a nekem tetsző módon alakíthatom.” állítással is. Érdekes módon a legalacsonyabb átlagos egyetértés „A Facebook segítségével minden ismerősömről tudhatom, ha történik vele valami.” (2,45), a „Minden barátom fent van a Facebookon, én sem akarok kimaradni.” (2,2), illetve „A Facebook segítségével minden ismerőssémmel tudathatom, ha történik velem valami.” (2,03) válaszlehetőséggel született.



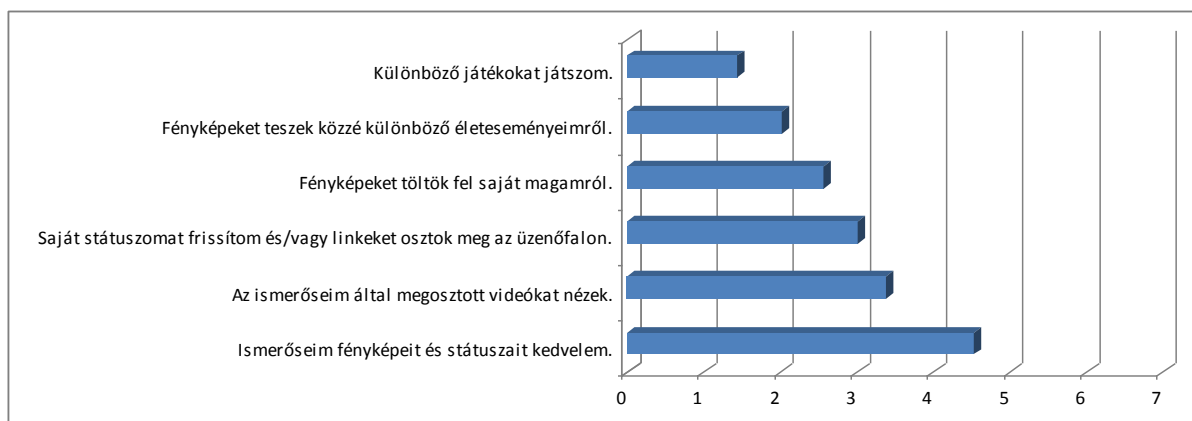
IV. ábra – A Facebook-használat okainak átlagban kifejezett alakulása.

A vizsgálatban részt vevő serdülők a Facebook mindennapi rutinba történő beépülésére vonatkozó állításokkal egy 1-4-ig terjedő skálán fejezhették ki egyetértésüket (V. ábra). Ennek eredményeképpen a válaszadók leginkább azzal a kijelentéssel értettek egyet, hogy a Facebook része lett a mindennapi életüknek (2,92). Ezt követte a „Nagyon sajnálnám, ha a Facebook hirtelen megszűnne.” (2,53) állítással, végül pedig az „Úgy érzem, kimaradok valamiből, ha egy napig nem jelentkezem be a Facebook-fiókomba.” (1,84) való azonosulás.



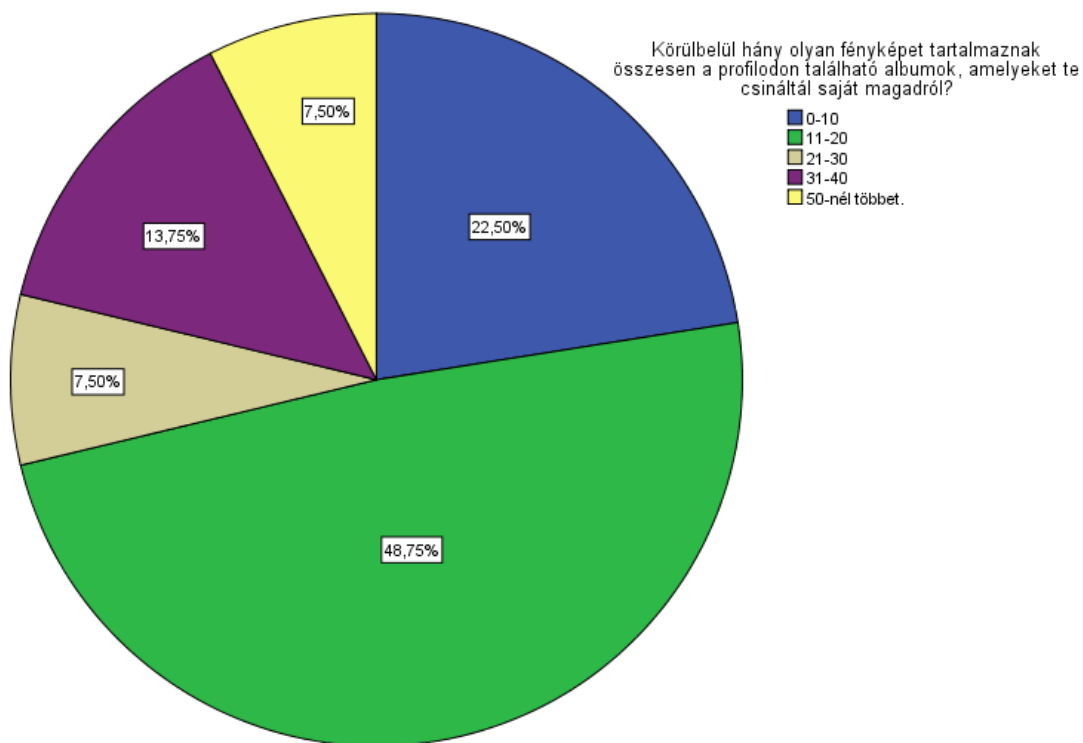
V. ábra – A Facebook mindennapi rutinra gyakorolt hatásával kapcsolatos kérdésre adott válaszok átlagai.

A Facebookon folytatott aktivitások tekintetében a serdülők válaszait egy 1-7-es skálán kódoltuk, amelyen az 1-es a „Soha” opciónak, míg a 7-es a „Naponta többször” válaszlehetőségnek felelt meg. A VI. ábra az egyes tevékenységek átlagosan előforduló gyakoriságát mutatja be. Ezek közül az ismerősök tevékenységének figyelemmel kísérése, pl. fényképek, illetve státuszaik kedvelése (4,55), valamint az általuk megosztott videók megtekintése (3,39) fordult elő a legmagasabb arányban a kérdőívet kitöltő serdülők körében. Ezt követte a saját státusz frissítésére és linkek megosztására irányuló aktivitás gyakorisága (3,03), majd a fényképfeltöltési tevékenység: *selfie*-k (2,58) és különböző életeseményeket megörökítő fotók (2,03). Legritkább tevékenységként a közösségi oldalon játszható játékok használata jelent meg (1,45).



VI. ábra – A Facebookon folytatott tevékenységek gyakoriságának átlagos előfordulása.

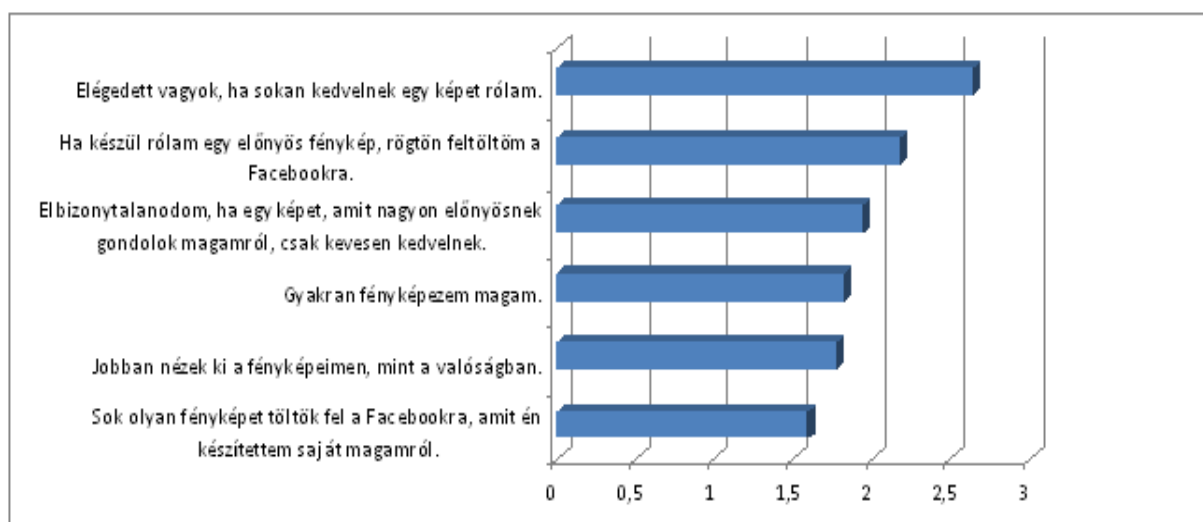
A vizsgálatban résztvevő diákok több mint háromnegyedének (77,5%-ának) Facebook-profilján található összes fénykép közül legalább 11-et ő készített saját magáról. A kérdőívet kiöltő serdülők 22,5%-ának adatlapján 0-10-ig terjed a *selfie*-k száma. Legnagyobb arányban, 48,75%-ban szerepelnek azon fiatalok, akik 11-20 közti ön-fotót töltöttek fel a közösségi oldalra (VII. ábra).



VII. ábra – A selfie-k számának százalékos előfordulása a vizsgálati személyek Facebook-profiljain.

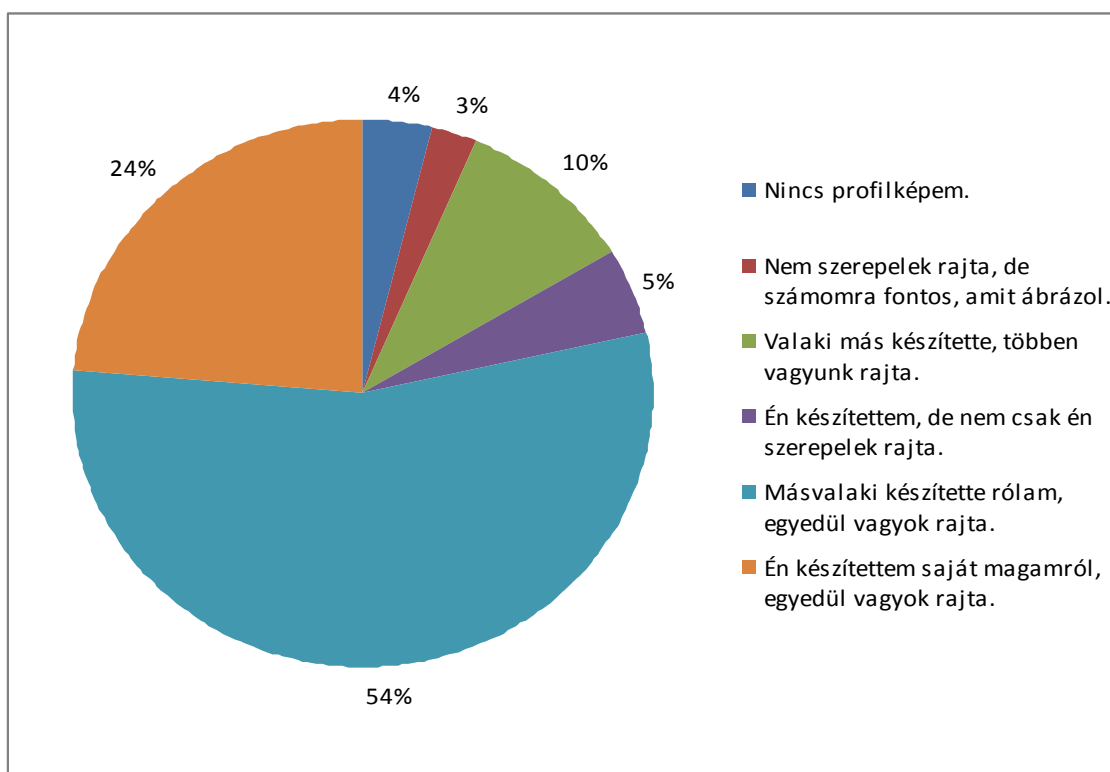
A kérdőív 8. kérdése teljes mértékben a vizsgálati személyek *selfie*-készítési szokásaira, valamint az ezzel kapcsolatos viszonyulásaik feltárására irányult. A fiatalok egy 1-

4-ig terjedős sálán fejezhették ki azonosulásukat hat, e témára vonatkozó kijelentéssel, ahol az 1-es az egyetértés teljes hiányát („Egyáltalán nem igaz rám.”), a 4-es pedig a teljes azonosulást („Teljes mértékben igaz rám.”) jelentette. A VIII. ábra az erre a kérdésre adott válaszok átlagait mutatja be. A kutatásban részt vevő fiatalok leginkább az „Elégedett vagyok, ha sokan kedvelnek egy képet rólam.” kijelentéssel értettek egyet, az itt adott válaszok átlagát (2,64) tekintve. Szintén igen magas egyetértés mutatkozott a „Ha készül rólam egy előnyös fénykép, rögtön feltöltöm a Facebookra.” állítással (2,18). A vizsgálati személyek az „Elbizonytalanodom, ha egy képet, amit nagyon előnyösnek gondolok magamról, csak kevesen kedvelnek.” kijelentéssel már jóval alacsonyabb mértékben azonosultak (1,95). Ezt követte a *selfie*-készítés gyakoriságát firtató állítással való azonosulás (1,83). A két legalacsonyabb egyetértési átlag a „Jobban nézek ki a fényképeimen, mint a valóságban.” (1,78), valamint a „Sok olyan fényképet töltök fel a Facebookra, amit én készítettem saját magamról.” (1,59) kijelentések esetében született.



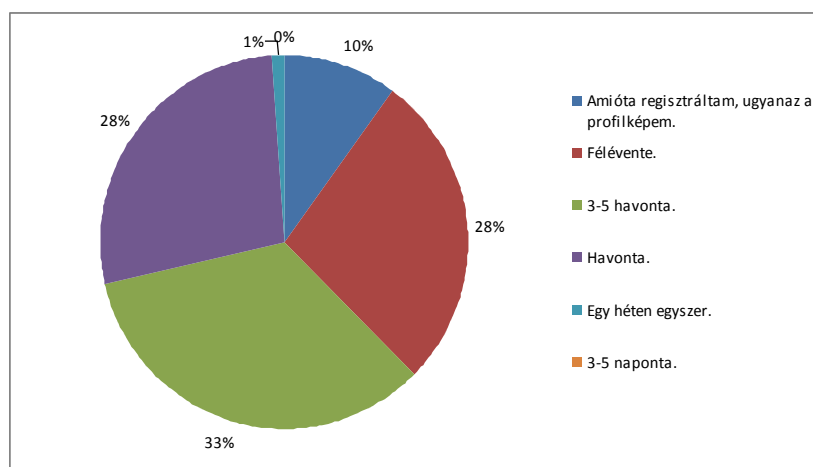
VIII. ábra – A *selfie*-készítéssel, és feltöltéssel kapcsolatos 8. kérdéscsoport válaszlehetőségeivel való egyetértés átlagban kifejezett mértéke.

Profilképek tekintetében (IX. ábra) a vizsgálatban részt vevő tanulók több mint felére (54%) jellemző, hogy másvalaki által készített, csak önmagukat ábrázoló képpel reprezentálják magukat a közösségi oldalon. A serdülők közel egynegyedének (24%) *selfie* a Facebook-profilképe; 5%-uknak pedig olyan ön-fotó, amelyen a készítőn kívül más személyek is szerepelnek. A diákok 10%-ára jellemző, hogy valaki más által készített, nem csak őt magát ábrázoló fényképet használ profilképként. Igen alacsony százalékban fordul elő, hogy a vizsgálati személynek nincs (4%) profilképe vagy olyan képet töltött fel erre a célra, amely őt magát nem ábrázolja, ám számára fontos dolgot ábrázol (3%).



XI. ábra – A vizsgálati személyek profilképeire jellemző tulajdonságok százalékos eloszlása.

A kutatásban részt vevő diákok profilkép-feltöltési szokásait tekintve (X. ábra) elmondható, hogy mindössze 1%-uk cseréli le heti rendszerességgel régi fényképét. A minta 10%-ára jellemző, hogy regisztrációja óta nem töltött fel adatlapjára újabb profilképet. A félévente (28%) és a havonta (28%) történő profilkép-frissítés a legnagyobb arányban előforduló jelenség a vizsgálati személyek körében. A legtöbben (33%) azonban 3-5 havi rendszerességgel töltönek fel magukról új profilképet.

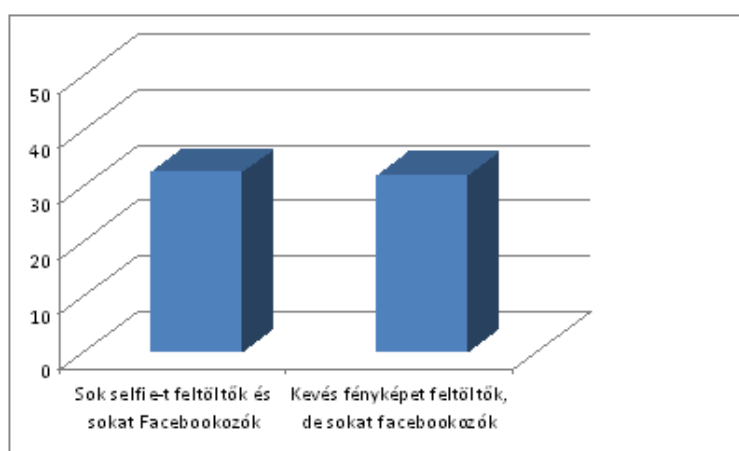


X. ábra – Új profilkép feltöltési gyakoriságának százalékban kifejezett eloszlása.

Az elvégzett statisztikai próbák eredményei

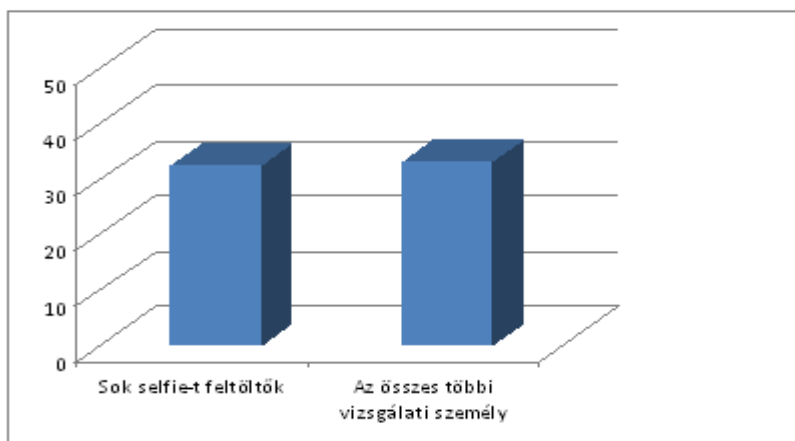
Mivel a hipotézisünknek megfelelően két egymástól független csoportot kívántunk összehasonlítani önértékelés tekintetében, ezért a statisztikai próbák közül a kétmintás t-próba elvégzése mellett döntöttünk. Első lépésként a vizsgálati személyeket két csoportra bontottuk a naponta a Facebookon eltöltött időmennyiség függvényében. Az elért pontszámok átlagának (4,03) megállapítása után azon vizsgálati személyeket, akik ennél alacsonyabb pontszámot értek el, a „Facebookon kevés időt töltők”, míg az ennél magasabb értéket elérőket a „Facebookon sok időt töltők” kategóriájába soroltuk be. Ezt követően az utóbbi csoportot a 8. kérdésre adott válaszaik, azaz az itt szerzett pontszámaik alapján bontottuk tovább. E kérdés esetében a teljes minta átlaga 11,95 pont volt, a szórás pedig 3,532 (IV. melléklet). Így azokat a fiatalokat, akik az átlag értékénél magasabb pontszámot értek el, az „Önmagukat sokat fényképező” csoportba, míg azon személyeket, akiknek ennél alacsonyabb pontszámot produkáltak, az „Önmagukat keveset, vagy egyáltalán nem fényképező” csoportba soroltuk. Átlagot számoltunk továbbá a Rosenberg Önértékelési Skálán elért eredményeiből is, amelynek eredménye 33,0375, a szórás pedig 7,91960.

A kétmintás t-próba elvégzése előtt ellenőriztük az összehasonlítandó alcsoportokon a függő változó, azaz a Rosenberg Önértékelési Skála adatainak eloszlását, amely normális eloszlású volt, s így teljesült a próba elvégzésének feltétele. Az első kétmintás t-próbát az „Önmagukat sokat fényképező, sok *selfie*-t feltöltő” (n=16, átlag=32,4375) és az „Önmagukat keveset vagy egyáltalán nem fényképező, kevés fényképet feltöltő” (n=17; átlag=32,1176) alcsoport Rosenberg-skálán elért adataival végeztük el (XI. ábra). Ennek eredményeképpen $t=0,119$, $p=0,906$ -t kaptunk.



XI. ábra – A selfie-készítési szokások függvényében kettéosztott, „Facebookon sok időt töltő” vizsgálati személyek Rosenberg-skálán elért átlagpontszámai.

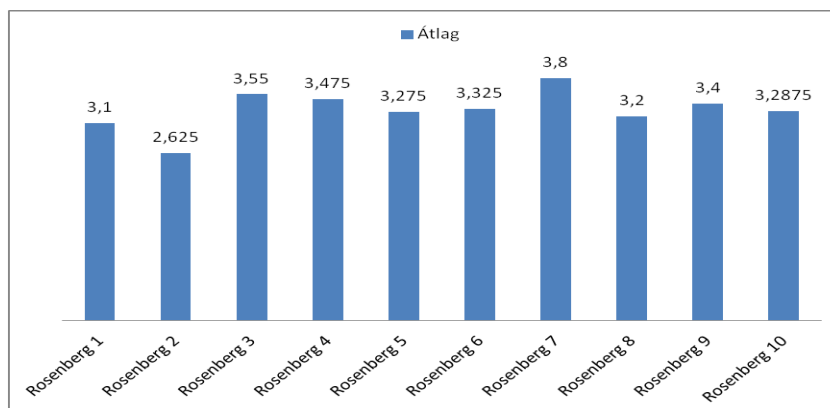
Az „Önmagukat sokat fényképező, sok *selfie*-t feltöltő” alcsoport önértékelési átlagpontszámát összevetettük a teljes mintáéval is ($n=64$; $\text{átlag}=33,1875$); ennek során: $t=0,337$; $p=0,737$ (XII. ábra). Mindezek után – mivel változóink normális eloszlásúak voltak – Pearson korrelációt számoltunk, ahol $\rho=-0,035$; $p=0,756$ -t kaptunk (XII. ábra; V. melléklet).



XII. ábra – Az „Önmagukat sokat fényképező, sok *selfie*-t feltöltő” alcsoport önértékelési pontszámainak összevetése a teljes minta átlagával.

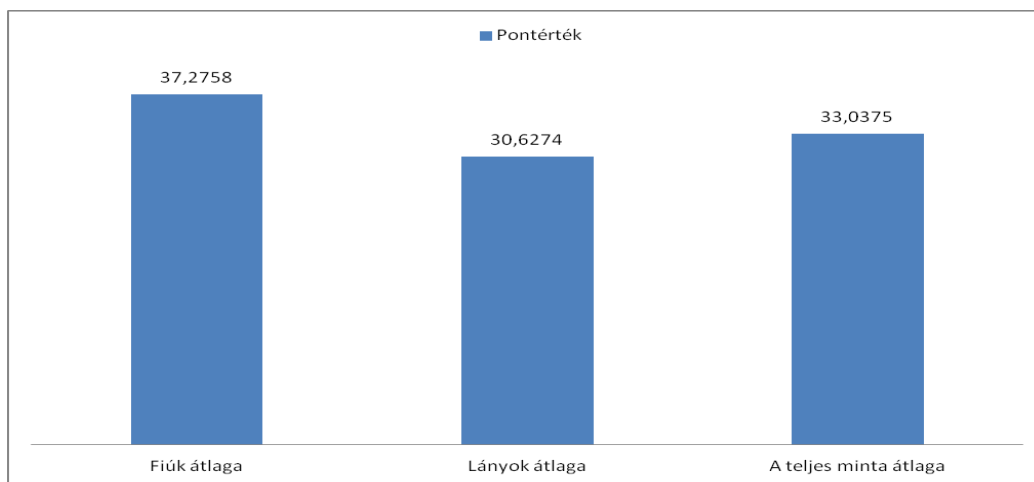
A kérdőív 8. tételének kérdéseire – amelyek teljes mértékben a fényképkészítési, illetve feltöltési szokásokra irányulnak – Cronbach-alfa együtthatót számoltunk, amelyben $\alpha=0,746$ értéket kaptunk. Ennek kiszámolását azért tartottuk szükségesnek, mivel a kérdőív tételei közül e kérdés esetében a legfontosabb a magas fokú reliabilitás. A kutatás témájának tükrében a teszt 8. kérdése a legértékesebb információforrás.

A Rosenberg-skála egyes tételeinek átlagpontszámai a 2,625 (2. tétel) és a 3,8 (7. tétel) közötti tartományban helyezkedtek el (XIII. ábra).



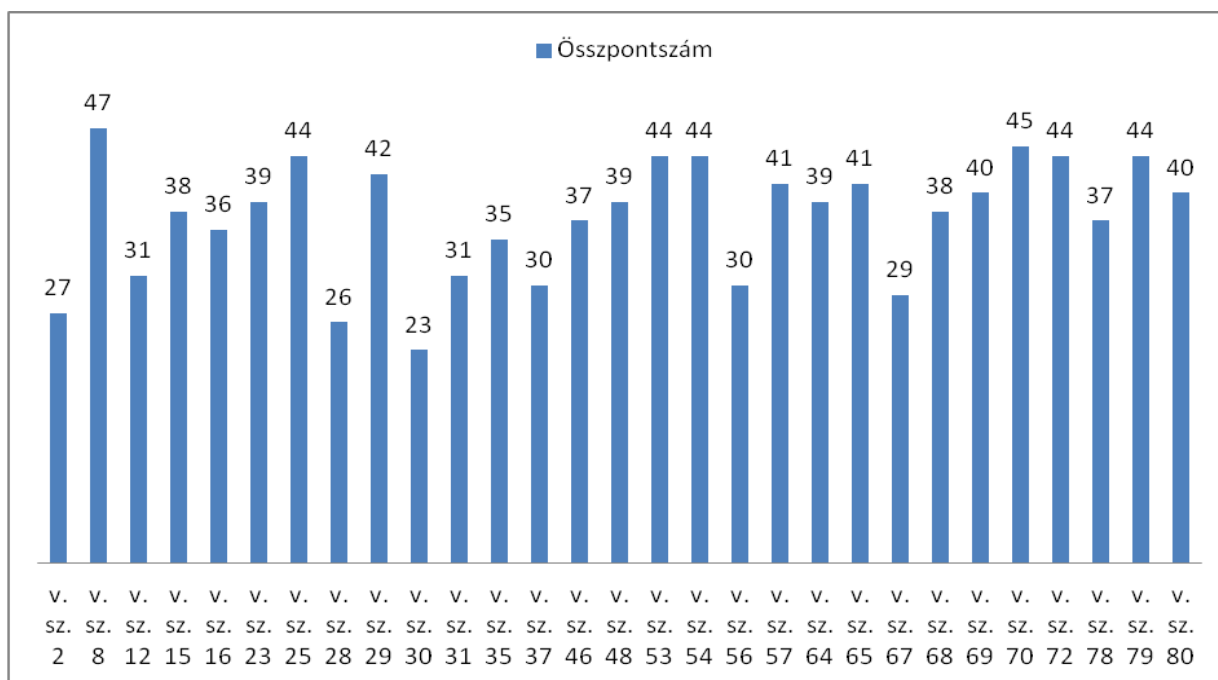
XIII. Ábra – A Rosenberg-skála egyes tételeire adott válaszok átlagai.

A skálán elérhető legmagasabb pontszámból (50) jelen kutatás mintáján az átlagos összpontszám 33,075 volt; ennek nemenkénti eloszlását tekintve a fiúk átlagpontszáma 37,27586, míg a lányokké 30,62745 volt (XIV. ábra).



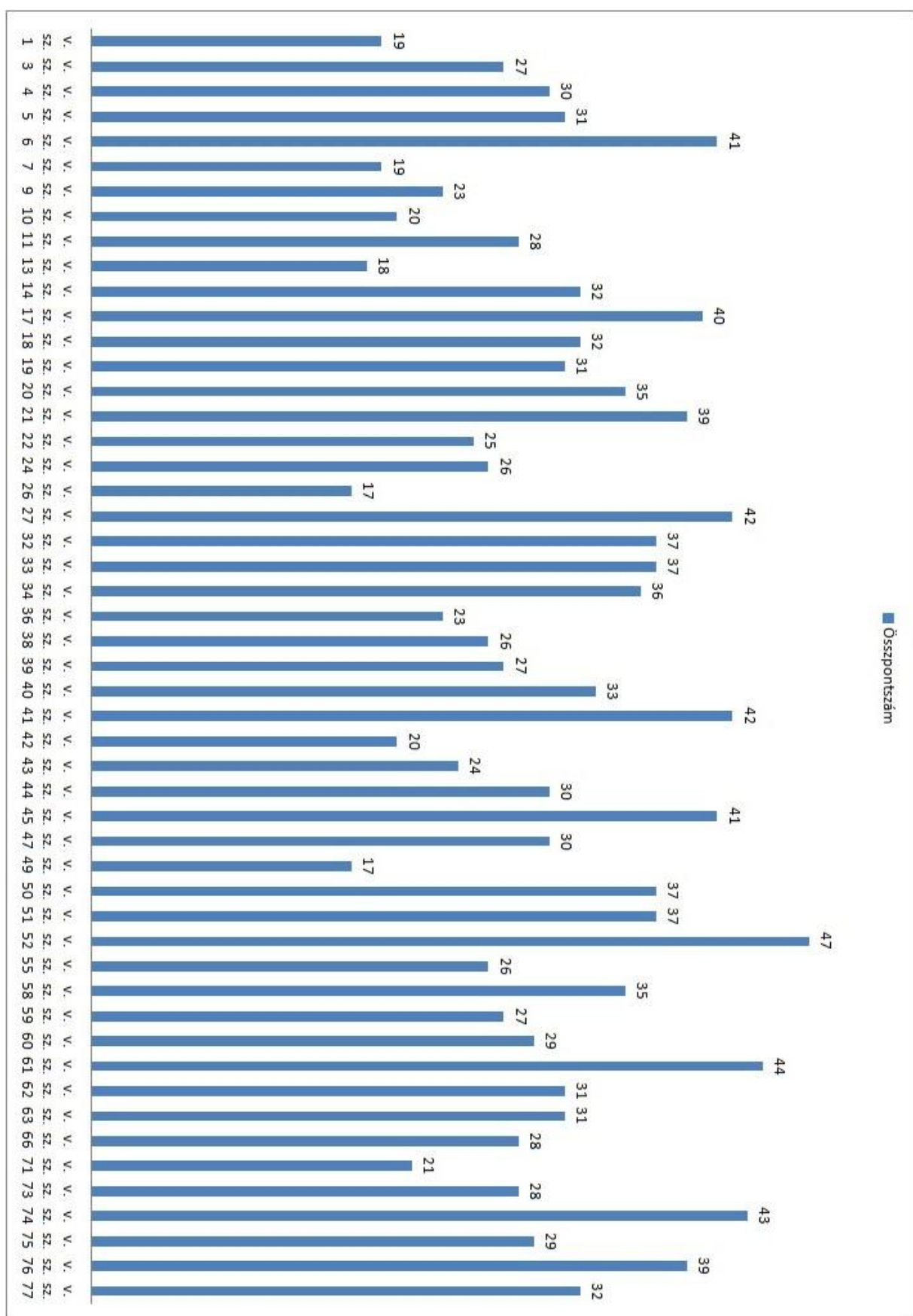
XVI. ábra – A Rosenberg Önértékelési Skálán elért átlagos összpontszám teljes mintára, illetve nemenkénti eloszlás szerint megjelenítve.

A nemenként kialakult összpontszámok tekintetében a fiúk eredményei 23 és 47 pont között helyezkedtek el (XV. ábra).



XV. ábra – A fiú kitöltők eredményei a Rosenberg Önértékelési Skálán.

A lányok esetében az elért összpontszámok 17 és 47 pont közé estek (XVI. ábra).



XVI. ábra – A lány kitöltők eredményei a Rosenberg Önértékelési Skálán.

A felvett interjúk eredményei

A kutatás kvalitatív szakaszát képező, 11 kérdésből álló félig strukturált interjút két vizsgálati személlyel vettük fel: mindketten lányok, és 17 évesek. A feltett kérdésekre készségesen válaszoltak, amelyet diktafon segítségével rögzítettünk. A beszélgetések részletesebb elemzése a dolgozat „Értelmezés” pontjában kerül kifejtésre, valamint az interjúk teljes terjedelmükben megtalálhatók a dolgozathoz csatolt mellékletek között.

Értelmezés

A leíró statisztikai adatok értelmezése

A minta egészét tekintve megállapítható, hogy a vizsgálati személyek nagy részének életében már évek óta jelenlévő tényező a Facebook nevű közösségi portál. Serdülőkori fejlődésüket szinte egészében végigkísérték az oldal által nyújtott lehetőségek. A kérdőívet kitöltő fiatalok jelentős hányada tölt órákban mérhető időmennyiséget a portál böngészésével naponta, s folytat rajta különböző aktivitásokat. A Facebook-használati okokat tekintve a diákok számára a legfontosabb szempont a gyors és könnyű kommunikáció lehetősége. Szintén fontos kritériumként jelenik meg a tájékozottság a számukra releváns témákban; a közösségi oldal által nyújtotta szolgáltatások az információ szerzés rendkívül egyszerű módját teszik lehetővé.

Ugyancsak hangsúlyos az egyetértés mértéke a vizsgálati személyek körében azt illetően, hogy adatlapjaikat és fényképeiket a nekik tetsző módon alakíthatják. Ez az eredmény megegyezik a Calvert (2002), Wallace (2006) és Back (2010) különböző munkáiban leírtakkal, akik azt hangsúlyozzák, hogy a közösségi oldalak virtuális térben történő megjelenés kiváló lehetőséget biztosít a személyiség reprezentációja számára, amely magyarázatul szolgálhat e felületek népszerűségének.

A kérdőívet kitöltő fiatalok nagy része egyetértett azzal a kijelentéssel, hogy a Facebook része lett a mindennapi életének; továbbá a válaszadók többsége számára igen sajnálatos volna, ha az oldal hirtelen megszűnne. Ez egybeesik Back (2010) tanulmánya által megfogalmazottakkal, amely szerint a jelen fiatal generáció életvitelének szerves részét képezi a közösségi oldalakon folytatott aktivitás.

A különböző tevékenységek tekintetében az ismerősök által megosztott tartalmak figyelemmel követése és a rájuk adott reakció bizonyult a legjellemzőbbnek a mintában.

Szintén nagyarányú egyetértés mutatkozott a saját státusz frissítésének és különböző linkek megosztásának gyakoriságát illetően. Ugyancsak jellemző aktivitásként írható le *selfie*-feltöltés is, amely tökéletesen illeszkedik a korábban már tárgyalt jelenkori Facebook-használati tendenciákhoz. Szintén ezt támasztja alá az adatokból jól kirajzolódó tény, hogy szinte az összes kutatásban részt vevő fiatal adatlapján található legalább egy olyan fénykép, amelyet ő készített saját magáról.

A fiatalok válaszai teljes mértékben alátámasztják azon korábbi kutatásokat, amelyek szerint a közösségi oldal virtuális terében a jó benyomás keltésére való törekvés még sokkal inkább érvényesül (Wallace, 2006), ugyanis a kérdőívet kitöltő diákok döntő többségét az elégedettség érzésével tölti el, ha sokan kedvelnek egy róla készült képet. Így aztán a válaszadók többségére jellemző, hogy ha készül róluk egy általuk előnyösnek gondolt fénykép, azt azonnal feltöltik a Facebookra. A serdülők többségére jellemző továbbá, hogy ha Facebook-ismerősek közül csak kevesen kedvelnek egy olyan képet, amelyet ők maguk kifejezetten előnyösnek találnak, elbizonytalanodnak saját külső adottságaikat illetően. E jelenségre szintén találunk analógiát a témában született szakirodalomban: Houghton, Joinson, Caldwell és Marder (2013) kutatásai szerint ugyanis azon személyek, akik rendszeresen tesznek közzé *selfie*-ket, azt a kívülről érkező elismerés, megerősítés és társas támogatottság elnyerése érdekében teszik. A vizsgált személyek ebbéli szokásai, életvitele jól illeszkedik a jelenkori kulturális és társadalmi jelenségek áramlatába, ugyanis nagy arányban fordul elő körükben a *selfie*-készítés tendenciája, mint a mindennapi élet részét képező, gyakran végzett tevékenység.

A „Jobban nézek ki a fényképeimen, mint a valóságban.” kijelentéssel azonban igen alacsony egyetértés mutatkozott, amely bizonyos tekintetben cáfolja Manago, Graham, Greenfield és Salimkhan (2008) által felállított „idealizált virtuális identitás hipotézist”. A kutatók véleménye szerint a profil-tulajdonosok aktuális személyisége és az adatlapjuk jellemzői sok tekintetben nem fedik egymást, ám a jelenleg vizsgált minta esetében ez az eredmény nem tekinthető helytállónak.

A Rosenberg Önértékelési Skála eredményeit tekintve megállapítható, hogy a vizsgált mintában a fiúk önértékelése jóval magasabb, mint a lányoké. Ez megegyezik a serdülőkor önértékelését tárgyaló szakirodalom által megfogalmazottakkal, mely szerint a lányok sokkalta negatívabb énképpel rendelkeznek ebben a fejlődési szakaszban, mint az erősebbik nem képviselői (Dacey és Kenny, 1994). A vizsgált minta átlagos összpontszámát a Gerevich és munkatársai által végzett kutatás eredményeivel összehasonlítva, jelen kutatás során némiképp alacsonyabb értéket kaptunk (Gerevich és mtsai, 2012).

A statisztikai próbák eredményeinek értelmezése

Az általunk meghatározott két, az „Önmagukat sokat fényképező”, illetve az „Önmagukat keveset, vagy egyáltalán nem fényképező” alcsoport önértékelése között nem mutatkozott markáns különbség; előbbi kategória tagjainak Rosenberg-skálán elért átlagpontszáma kb. 3 század ponttal magasabb. Az „Önmagukat sokat fényképező” alcsoport eredményeinek a teljes mintával való összevetése során is hasonló eredményeket kaptunk.

A Pearson korreláció arra az alapvető kérdésre ad választ, hogy van-e kapcsolat két változó között, s ha igen, az mennyire szoros. Mivel az általunk elvégzett statisztikai próba eredményeképpen igen alacsony értékű, negatív korrelációs együtthatót, valamint ezzel párhuzamosan 0,05-nél magasabb p értéket kaptunk, ezért elmondható, hogy az eredmény nem szignifikáns, nincs kapcsolat a két változó között. Azon személyek önértékelése, akik gyakran fényképezik magukat, s rendszeresen töltenek is fel *selfie*-t a közösségi portálra, elenyésző mértékben tér el azokétól, akiknek egyéb tevékenységek jellemzik Facebookon eltöltött idejüket, illetve azon személyekétől sem különbözik, akik csak keveset látogatják az oldalt. Így tehát a kutatás kezdeti fázisában felállított hipotézis nem igazolódott be: nincs kapcsolat a rendszeres *selfie*-feltöltési tevékenység és az önértékelés alacsony mivolta között. Ezzel az eredménnyel jelen vizsgálat azon kutatásokhoz csatlakozik, amelyek az online személyiség és a valós én közti azonosságot hangsúlyozzák (Back, 2010). Azon serdülők esetében tehát, akik állandó *selfie*-készítési tevékenységet mutatnak, ez az átlagosnak tekinthető önértékelés egyik megnyilvánulási formájaként értelmezhető.

A kutatás pozitív eredményének tekinthető, hogy a Facebook-használati, valamint *selfie*-készítési szokásokat vizsgáló, saját összeállítású kérdőív 8. kérdéscsoportjának tételeire – amelyek a kutatás témáját tekintve a legfontosabb információkat szolgáltatták – kiszámolt Cronbach alfa együttható értéke, azaz a reliabilitás mutatója igen magas. Ez különösen kedvező annak tükrében, hogy olyan kérdőív esetében, amelyben csak ilyen kisszámú tétel szerepel, ez igencsak ritka.

Az interjú során kapott válaszok értelmezése

A beszélgetésre előzetesen kiválasztott fiatalok közös jellemzője volt, hogy már mindannyian betöltötték a 17. életévüket, ugyanis az interjú kérdései megkívánták a magasabb szintű verbalizációs képességeket. Ezen előfeltevésünk igazolást nyert, mivel

mindkét vizsgálati személy releváns és adekvát válaszokat adott az interjú során (VI. melléklet).

Mindkét interjúalany esetében tetten érhető a serdülőkorra általánosan jellemző, pozitív benyomás keltésére való törekvés jelensége. Ám egyúttal megfigyelhető a fényképek által közvetített benyomás és a valós személyiség közti eltérés is. Fényképeik alapján mindketten más – sokkal negatívabb – jellemzőket tulajdonítottak maguknak (pl. „flegma”, „plázacica”), s egyöntetűen úgy értékelték, a személyes találkozás minden esetben pozitív csalódást jelentene a róluk készült fényképhez képest. Ez teljességgel ellentmondásban áll mind az online személyiség és valós én egyezése mellett érvelő, mind pedig a Manago, Graham, Greenfield és Salimkhan (2008) által megalkotott „idealizált virtuális identitás hipotézissel”, amely egyértelműen a közösségi oldalon megjelenő „ént” ruhazza fel pozitívabb töltettel.

A vizsgálati személyek mindegyikéről elmondható, hogy a *selfie*-készítéssel életük számos mozzanatát kívánják dokumentálni; olyan élményeket, eseményeket, amelyeket nem feltétlenül egyedül, hanem egy számukra fontos személlyel közösen élnek meg, s amiket a technikai eszközök segítségével képesek pontosan dokumentálni. Továbbá mindkét serdülő esetében fontos szempontként jelenik meg a *selfie*-készítés, mint a szabadidő kihasználásának egy (újfajta) módja. Amint azt a témában publikáló szerzők (pl. Clauss és Hiebsch, 1980) számtalan esetben hangsúlyozzák, önmaguk minél behatóbb tanulmányozása, a minél előnyösebb megjelenés kikísérletezése rendkívüli mértékben jellemzi a serdülőkort, s ezt támasztják alá mindkét interjúalany válaszai is. Ám a technikai eszközök, amelyek elérhetőek számukra, lehetővé teszik, hogy ezeket önmaguk felfedezésének szolgálatába állítsák. Mindketten mobiltelefonjuk segítségével fényképezik magukat, ezért álmai profilképét a vizsgálati személyek mindegyike jobb minőségű, hivatásos fotográfus által készített képként jellemezte.

Korlátok, kritika

A vizsgálat korlátait tekintve elmondható, hogy az adatokat csupán két különböző intézményből gyűjtöttük be, amelyek valószínűsíthetően gazdagabbak lehettek volna, ha több iskolát vonunk be a kutatásba. A kérdőívet kitöltő serdülők mindkét esetben egyházi középiskola tanulói voltak; a minél átfogóbb, szélesebb körű vizsgálat érdekében be lehetett volna vonni állami, illetve esetleg magánkézben lévő intézményeket is a kutatás menetébe. Ennél fogva jócskán emelkedett volna a minta elemszáma, amely szintén gazdagabb

eredményekkel szolgálta volna a dolgot. Továbbá színesítette volna a kutatást a nagyobb számú interjú elkészítése is, amelyet nem csak olyan személyekkel lehetett volna felvenni, akikre jellemző a gyakori *selfie*-készítés, hanem – természetesen eltérő kérdéssor kialakításával – olyan diákokkal is, akik ugyan sok időt töltenek a Facebookon, viszont egyáltalán nem foglalkoznak ön-fényképek készítésével, illetve feltöltésével.

Ha azonban ragaszkodunk a kutatás kezdetén állított hipotézisünkhöz, kritikaként fogalmazható meg módszerválasztás kvantitatív túlsúlya. Tekintettel a dolgozat témájának újszerűségére, a szinte kizárólag kvalitatív eszközökkel való vizsgálat segítségével – pl. nagyobb számú serdülővel történő, sokkal több kérdésből álló mélyinterjú felvétele – átfogóbb képet kaphattunk volna a *selfie*-készítés és az önértékelés kapcsolatáról. Továbbá a hosszabb időtartamú beszélgetések során vélhetően sokkal cizelláltabb információkhoz juthattunk volna a serdülők önmagukhoz való viszonyulását illetően, mint egy gyorsan kitölthető, csupán csak számadatokat tartalmazó skála eredményeit elemezve. Mindezek tükrében lehetséges, hogy a kutatás kezdetén állított hipotézisünk igazolást nyert volna.

Valamint korlátként és kritikaként egyaránt említhető, hogy a vizsgálatban részt vevők Facebook-profiljáról nem alkothattunk elsődleges benyomást, azaz nem tekinthettük meg személyesen az egyes fiatalok adatlapjait, fényképeit; azokat csupán tolmácsolásukban volt módunk megismerni. Kutatásunk eredményei – mindamelllett, hogy sokkal részletesebb és gazdagabb információkat tarthatnánk a kezünkben – valószínűsíthetően eltérőek lennének a jelen dolgozatban ismertetettekkel.

Diszkusszió

Jelen dolgozat első és legfontosabb eredménye, hogy – ugyan csak egy kisszámú mintán, de – betekintést nyújtott egy, a jelenkori serdülők körében rendkívül népszerű, azonban tudományos igényvel még igen kevés esetben vizsgált témába: az ön-fotózás jelenségébe. A kutatás segítségével ismereteket szerezhettünk a résztvevő fiatalok Facebook-használati szokásairól, annak okairól és céljairól, valamint arról, hogy milyen szerepet tölt be mindennapjaikban az ön-fényképezés.

Vizsgálatunkban igazolást nyert, hogy a Facebook a jelenkori fiatalok kommunikációjának, érzelem-kifejezésének és az általuk készített vizuális tartalmak megjelenítésének olyan meghatározó színterévé vált, amelyben magabiztosan mozognak, s ahol képesek és merik kifejezni, megmutatni önmagukat.

A kutatás kezdeti szakaszában felállított hipotézis ugyan nem nyert igazolást, ám e tényt is fontos eredményként kell kezelnünk, tekintettel a téma újszerűségére, kiaknázatlanságára. Megállapítható tehát, hogy a *selfie*-készítés valóban a jó benyomás keltésére irányul. Azonban ennek hátterében nem az instabil, alacsony önértékelés külső visszajelzések általi javítása, hanem a meglévő átlagos, feltételezhetően stabil énkép megerősítése áll. A saját személlyel való megelégedettség fényképek formájában jelenik meg a közösségi oldal virtuális terében.

A téma újszerű, friss mivoltából adódóan a további kutatást tekintve számos irányvonal áll rendelkezésre. Érdekes kérdéseket vethet fel a közösségi oldalon megjelenő előnyös *selfie*-k az instabil, alacsonyabb önértékeléssel rendelkező serdülők énképére, identitásképzésére gyakorolt hatása. Valamint véleményünk szerint a *selfie*-ken megjelenő azonosságok, sémaszerű, egységes beállítások, arckifejezések és mozdulatok szintén behatóbb kutatásra érdemesek.

Irodalomjegyzék

Back, M. D., Stopfer, J. M., Vazire, S., Gaddis, S., Schmukle, S. C., Egloff, B. és Gosling, S. D. (2010): Facebook Profiles Reflect Actual Personality, Not Self-Idealization. *Psychological Science*, 21. 372-374.

<http://blog.oxforddictionaries.com/2013/11/word-of-the-year-2013-winner/> 2013. november 23.

Bloustien, G. (1998): 'It's different to a mirror, 'cos it talks to you': Teenage girls, video cameras and identity. In: Howard, S. (szerk.): *Wired-Up – Young People and the Electric Media*. UCL Press, London.

Bühler, S. (1925): *Az ifjúkor lelki élete*. Franklin-Társulat, Budapest.

Calvert, S. L. (2002): Identity Construction on the Internet. In: Calvert, S. L., Jordan, A. B., Cocking, R. R. (szerk.): *Children in the Digital Age – Influences of Electronic Media on Development*. Praeger Publishers, London.

Collins, W. A. és Kuczaj, S. A. (1991): *Developmental Psychology – Childhood and Adolescence*. Macmillan Publishing Company, New York.

Damon, W. és Hart, D. (1982): The Development of Self-Understanding from Infancy Through Adolescence. *Child Development*, 53, 841-864.

Dacey, J. és Kenny, M. (1994): *Adolescent Development*. WCB Brown & Benchmark Publishing Company, Virginia.

Dr. Clauss, G. és Dr. Hiebsch, H. (1980): *Gyermekepszichológia*. Akadémiai Kiadó, Budapest.

Elkind, D. (1967): Egocentrism in Adolescence. *Child Development*, 38. 1025-1034.

Forest, A. L. és Wood, J. V. (2012): When Social Networking Is Not Working: Individuals With Low Self-Esteem Recognize but Do Not Reap the Benefits of Self-Disclosure on Facebook. *Psychological Science*, 23. 295-302.

Gerevich J., Bácskai E., Czobor P., Öberg, D., Kó J., Haack, M.-J., Matuszka B. és Rózsa S. (2012): *Korszerű addiktológiai mérőmódszerek*. Semmelweis Kiadó, Budapest, 141-148., 297.

Harter, S. (1986): Cognitive-Developmental Processes in the Integration of Concepts about Emotions and the Self. *Social Cognition*, 4, 119-151.

Houghton, D., Joinson, A., Caldvell, N. és Marder, B. (2013): Tagger's Delight? Disclosure and Liking Behaviour in Facebook: The Effects of Sharing Photographs Amongst Multiple Known Social Circles. *University of Birmingham Discussion Paper*, 2013. 03. 1-34.

Keating, D. P. (1980): Thinking Processes in Adolescence. In: Adelson, J. (szerk.): *Handbook of Adolescent Psychology*, Wiley, New York, 211-246.

<http://kozmedia.blogspot.hu/2013/07/7-kal-nott-magyar-aktiv-facebook.html>

2013. szeptember 29.

Krause, J. (2005): *Photo Idea Index*. F+W Publications, Cincinnati. 148.

Kulcsár, Zs. (2006): *Korai személyiségfejlődés és énfunkciók – Pszichoanalitikus elméletek biopszichológiai elemzésben*. Argumentum Kiadó, Budapest. 305-324.

Lapsley, D. K. és Rice, K. (1988): The „New Look” at the Imagery Audience and Personal Fable: Toward a General Model of Adolescent Ego-development. In: Lapsley D.K., Power, F. C. (szerk.): *Self, Ego, and Identity*. Springer, New York, 109-029.

Manago, A. M., Graham, M. B., Greenfield, P. és Salimkhan, G. (2008): Self-presentation and Gender on MySpace. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29, 446–458.

Mérei F. (1993): Az önismereti érzékenység a serdülőkor kezdetén. In: Kósa É., Ritoókné Á. M. (szerk.): *Fejlődés-lélektani szöveggyűjtemény*. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest, 141-470.

<http://newsroom.fb.com/Key-Facts> 2013. szeptember 28.

<http://www.newyorker.com/online/blogs/elements/2013/06/the-return-of-the-selfie.html> 2013. szeptember 27.

<http://oxforddictionaries.com/definition/english/selfie?q=selfie> 2013. szeptember 27.

Piaget, J. (1990): *Hat pszichológiai tanulmány*. PRIMO Kiadó, Budapest.

Piaget, J. és Inhelder, B. (2004): *Gyermeklélektan*. Osiris Kiadó, Budapest.

Roberts, D. F. és Foehr, U. G. (2008): Trends in Media Use. *The Future of Children*, 18. 11-37.

Schwalbe, M. L. és Staples, C. L. (1991): Gender Differences in Sources of Self-Esteem. *Social Psychology Quarterly*, 54, 158-168.

Shirtcliff, E. A., Dahl, R. E. és Pollak, S. D. (2009): Pubertal Development: Correspondence between Hormonal and Physical Development. *Child Development*, 80. 327-337.

<http://www.socialbakers.com/blog/1749-photos-make-up-93-of-the-most-engaging-posts-on-facebook> 2013. szeptember 29.

<http://www.theguardian.com/artanddesign/2013/apr/02/rise-and-rise-of-the-selfie>

2013. szeptember 28.

Valkenburg, P. M. és Peter, J. (2009): Social Consequences of the Internet for Adolescents: A Decade of Research. *Psychological Science*, 18. 1-5.

Vikár, Gy. (1980): *Az ifjúkor válságai*. Gondolat Kiadó, Budapest.

Wallace, P. (2006): *Az internet pszichológiája*. Osiris Kiadó, Budapest.

Mellékletek

I. melléklet – A Facebook közösségi oldal használatával kapcsolatos, saját összeállítású kérdőív.

Tisztelt Tesztkitöltő!

Az alábbi rövid kérdőívcsomag kitöltésével nagymértékben hozzájárulhatsz szakdolgozatom megírásához. A kitöltés mindössze 10-15 percet vesz igénybe. Kérlek, mielőtt hozzákezdenél, válassz egy számodra könnyen megjegyezhető **jeligét** és tüntesd fel a megadott helyen. Az alábbi kérdések első fele a Facebook közösségi oldal használatára vonatkozik, míg a második rész az általános önértékeléssel kapcsolatos állításokat tartalmaz. Kutatásom sikerének érdekében szeretnék megkérni, hogy minél őszintébb válaszokat adj! Nagyon fontos, hogy **nincsenek jó és rossz válaszok!** Egy-egy kérdésen ne gondolkodj túl sokat, első gondolatodat írd le. Kérem, hogy minden kérdésre válaszolj, válaszaidat a táblázatokban **X-szel** jelöld. Egyes kérdéseknél, ahol „egyéb” rubrikát is látsz, egyéni válasz megfogalmazására is van lehetőséged.

Segítségedet előre is köszönöm,

Vékássy Lili

Pázmány Péter Katolikus Egyetem Bölcsészeti- és Társadalomtudományi Karának
harmadéves pszichológia BA szakos hallgatója

Jelige:

Nem:

Életkor:

1. Mióta vagy tagja a Facebook nevű közösségi oldalnak?	Kevesebb, mint 6 hónapja.	
	Hat hónap és 1 év között.	
	Több mint 1 éve, de kevesebb, mint 2 éve.	
	Több mint 2 éve, de kevesebb, mint 3 éve.	
	Több mint 3 éve, de kevesebb, mint 4 éve.	
	Több mint 4 éve.	

2. Egy átlagos napon mennyi időt töltesz el a Facebookon?	Kevesebb, mint 10 percet.	
	Tíz és 30 perc között.	
	Fél óra és 1 óra között.	
	Több mint 1 órát, de 2-nél nem többet.	

	Több mint 2 órát, de 3-nál nem többet.	
	Több mint 3 órát.	

3. Miért használod a Facebookot?	Egyáltalán nem igaz rám.	Nem teljesen igaz rám.	Részen igaz rám.	Teljesen igaz rám.
Minden barátom fent van a Facebookon, én sem akarok kimaradni.				
Gyorsan és könnyedén tudok kommunikálni azzal, akivel szeretnék.				
A Facebook segítségével minden ismerőssémmel tudathatom, ha történik velem valami.				
A Facebook segítségével minden ismerősről tudhatom, ha történik vele valami.				
Adatlapomat és fényképeimet a nekem tetsző módon alakíthatom.				
Tájékozódhatok az engem érdeklő, érintő témákban.				
Egyéb: _____				

4. Mennyire értesz egyet az alábbi kijelentésekkel?	Egyáltalán nem értek egyet.	Nem teljesen értek egyet.	Részen egyetértek.	Teljesen egyetértek.
A Facebook része lett a mindennapi életemnek.				
Úgy érzem, kimaradok valamiből, ha egy napig nem jelentkezem be a Facebook-fiókomba.				

Nagyon sajnálnám, ha a Facebook hirtelen megszűnne.				
---	--	--	--	--

5. Milyen gyakran jellemzőek rád a következő aktivitások a Facebookon?	Soha	Nagyon ritkán	Havonta 1-2 alkalommal	Hetente 1-2 alkalommal	Hetente 3-5 alkalommal	Minden nap	Naponta többször
Különböző játékokat játszom.							
Az ismerőseim által megosztott videókat nézek.							
Saját státuszomat frissítom és/vagy linkeket osztok meg az üzenőfalon.							
Ismerőseim fényképeit és státuszait kedvelem.							
Fényképeket töltök fel saját magamról.							
Fényképeket teszek közzé különböző életeseményeimről.							

6. Körülbelül hány ismerősöd van a Facebookon?	50-100	
	100-300	
	300-500	
	500-700	
	700-nál több	

7. Körülbelül hány olyan fényképet tartalmaznak <u>összesen</u> a profilodon található albumok, amelyeket te csináltál saját magadról?	Egyet sem.	
	0-10	
	11-20	
	21-30	

	31-40	
	41-50	
	50-nél többet	

8. Mennyire igazak rád a következő állítások?	Egyáltalán nem értek egyet.	Nem teljesen értek egyet.	Részből egyetértek.	Teljesen egyetértek.
Gyakran fényképezem magam.				
Ha készül rólam egy előnyös fénykép, rögtön feltöltöm a Facebookra.				
Sok olyan fényképet töltök fel a Facebookra, amit én készítettem saját magamról.				
Elégedett vagyok, ha sokan kedvelnek egy képet rólam.				
Elbizonytalanodom, ha egy képet, amit nagyon előnyösnek gondolok magamról, csak kevesen kedvelnek.				
Jobban nézek ki a fényképeimen, mint a valóságban.				

9. Mi jellemző a jelenlegi profilképedre?	Én készítettem saját magamról, egyedül vagyok rajta.	
	Másvalaki készítette rólam, egyedül vagyok rajta.	
	Én készítettem, de nem csak én szerepelek rajta.	
	Valaki más készítette, többen vagyunk rajta.	
	Nem szerepelek rajta, de számomra fontos dolgot fejez ki, amit ábrázol.	
	Nincs profilképem.	

Egyéb: _____

10. Milyen gyakran töltesz fel új profilképet?	3-5 naponta.	
	Egy héten egyszer.	
	Havonta.	
	3-5 havonta.	
	Félévente.	
	Amióta regisztráltam, ugyanaz a profilképem.	

II. melléklet – Rosenberg Önértékelési Skála.

Rosenberg Önértékelési Skála

Kérjük, olvasd el az alábbi kijelentéseket. Döntsd el minden állítás esetén, hogy azzal mennyire értesz egyet, vagy sem. "1" azt jelenti, hogy egyáltalán nem értesz vele egyet, az "5" pedig azt, hogy nagyon egyet értesz vele. Kérjük, hogy az állítás mellett karikázd be az egyetértésed mértékének megfelelő számot.

Nagyon nem értek vele egyet 1	2	3	4	Nagyon egyet értek vele 5
--	---	---	---	---------------------------------

Egészségben véve elégedett vagyok magammal.	1	2	3	4	5
Néha úgy érzem, egyáltalán nem vagyok jó.	1	2	3	4	5
Úgy érzem, sok jó tulajdonságom van.	1	2	3	4	5
Képes vagyok ugyanúgy tenni a dolgokat, mint a legtöbb ember.	1	2	3	4	5
Úgy érzem, nincs sok okom a büszkeségre.	1	2	3	4	5
Néha haszontalannak érzem magam.	1	2	3	4	5
Úgy érzem, legalább olyan értékes személy vagyok, mint mások.	1	2	3	4	5
Azt kívánom, hogy nagyobb tekintélyem legyen.	1	2	3	4	5
Összességében hajlamos vagyok azt hinni, hogy egy csódtömeg vagyok.	1	2	3	4	5
Magammal szemben pozitív a beállítódásom.	1	2	3	4	5

III. melléklet – Ön-fotózással kapcsolatos interjú kérdései.

1. Milyen benyomást szeretnél kelteni a Facebook-profilképeddel?
2. Szerinted mit gondol rólad az, aki ismeretlenül megnézi a Facebook-profilképedet?
3. Mit gondolsz, ha valaki ismeretlenül megnézi a Facebook-profilodat, ugyanazt a benyomást fogod kelteni ebben az illetőben akkor is, ha találkozik veled élőben?
4. Szoktad nézegetni a saját profilképedet, ill. azokat a képeket, amelyeket te készítettél saját magadról?
5. Milyen szempontok szerint értékelsz egy rólad készült képet? Mi alapján tekinted előnyösnek, s egyúttal érdemesnek arra, hogy feltöltsd a Facebookra?
6. Mit remélsz azáltal, hogy feltöltesz egy nagyon előnyös képet magadról?
7. Miért szereted fényképezni saját magadat?
8. Milyen eszközöket használsz a *selfie*-k készítéséhez? Retusálsd utólag a képeidet?
9. Körülbelül milyen időközönként szoktad magad fényképezni? Hogyan zajlik nálad egy ilyen alkalom?
10. Mit gondolsz, a *selfie*-k jobban tükrözik azt, amilyen te vagy, mint azok a képek, amiket mások készítenek rólad?
11. Írd le részletesen, milyen álmaid Facebook-profilképe!

IV. melléklet – Leíró statisztika a 2. és 8. kérdésről, a teljes mintára.

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Második_kérdés__Egy_átlagos_napon_mennyi_időt_töltesz_el_a_Face	80	1	6	4,03	1,526
Nyolcadik_összes	80	6	20	11,95	3,532
Valid N (listwise)	80				

V. melléklet – Korreláció mérése a Rosenberg Önértékelési Skála és a 8. kérdés eredményei között, a teljes mintára.

Correlations			
		Ros_pont	Nyolcadik_összes
Ros_pont	Pearson Correlation	1	-,035
	Sig. (2-tailed)		,756
	N	80	80
	Pearson Correlation	-,035	1
Nyolcadik_összes	Sig. (2-tailed)	,756	
	N	80	80

VI. melléklet – Az önfotózással kapcsolatos interjúk teljes szövege.

V.V.: Milyen benyomást szeretnél kelteni a Facebook-profilképeddel?

V.Sz.1.: „Igazából az első az, hogy nekem már régóta van barátom és igazából én neki szeretnék ezzel megfelelni elsősorban. Igazából a többi ember véleménye úgy... nem érdekkel.”

V. Sz. 2.: „Hát, igazából csak az arcom van rajta és mosolygok, szóval szerintem az emberek azt látják, hogy jó kedvem van, jól érzem magam. Ezt.”

V.V.: Szerinted mit gondol rólad az, aki ismeretlenül megnézi a Facebook-profilképedet?

V.Sz.1.: „Az első benyomása szerintem az lehet, hogy idősebb vagyok a koromnál. Az, hogy szép vagyok? (nevet)”

V. Sz. 2.: „Talán nem azt, amilyen tényleg vagyok. Lehet, hogy azt gondolják, nem vagyok olyan közvetlen, hanem csak próbálok valamit megmutatni, hogy valamilyennek gondoljanak.”

V.V.: Mit gondolsz, ha valaki ismeretlenül megnézi a Facebook-profilodat, ugyanazt a benyomást fogod kelteni ebben az illetőben akkor is, ha találkozik veled élőben?

V.Sz.1.: „Hát, sok olyan visszajelzést kaptam, hogy képekről kicsit flegmának, plázacicának nézek ki, aztán jobban megismertük egymást és teljesen az ellentétét váltottam ki belőlük. Teljesen pozitívan csalódtak bennem.”

V. Sz. 2.: „Szerintem, ha élőben találkozunk, akkor pozitívan csalódik ez az illető.”

V.V.: Szoktad nézegetni a saját profilképedet, ill. azokat a képeket, amelyeket te készítettél saját magadról?

V.Sz.1.: „Nem, igazából nem.”

V. Sz. 2.: „Miután fölvettem, nem. Mielőtt fölteszem, persze jól megnézem, megvizsgálom (nevet).”

V.V.: Milyen szempontok szerint értékelsz egy rólad készült képet? Mi alapján tekinted előnyösnek, s egyúttal érdemesnek arra, hogy feltöltsd a Facebookra?

V.Sz.1.: „Hát, pl. az arcformám. Az előnyösebbik oldalam legyen rajta, inkább azt sugározza ki a kép. A külső dolgok, a hajam... mondjuk a smink nekem nem túl lényeges... de, hogy legyen minden rendben!”

V. Sz. 2.: „Például, hogy milyen beállításban vagyok rajta, hogy az arcom látszik-e csak, vagy egészalakos, mosolygok-e rajta, hogy milyen pillanatomban kapott le... Megpróbálom a legjobb oldalamat adni, amin szép a mosolyom, a szemem...”

V.V.: Mit remélsz azáltal, hogy feltöltesz egy nagyon előnyös képet magadról?

V.Sz.1.: „Pozitív visszajelzéseket várok, like-okat, kommenteket, elsősorban azoktól az emberektől, akik közel állnak hozzám, nem ismeretlenektől.”

V. Sz. 2.: „Azt, hogy ne csak nekem tetszen, hanem minél több embernek. Ha nekem tetszik, akkor felteszem, de azért teszem fel, hogy másnak is tetszen... De ez mindig olyan jó érzés, ha sokan kedvelik egy fényképet. Az eddigi legtöbb 250 volt, de mondjuk sok ismerősöm is van (nevet).”

V.V.: Miért szereted fényképezni saját magadat?

V.Sz.1.: „Hát, így emlékeket szoktam megörökíteni vele, pl. másik emberekkel, a barátommal, családdal. Máskor meg van, amikor csak unatkozok (nevet). Meg van, amikor szebbnek érzem magam és akkor azt megörökítem.”

V. Sz. 2.: „Igazából, mindenhol, ahová elmegyünk, csináltatok magamról egy képet, hogy vissza tudjak emlékezni. Vagy ha otthon vagyok, és pl. úgy gondolom, hogy jól áll a hajam, akkor csinálok egy képet, vagy ha épp jól ki vagyok sminkelve... vagy ha éppen jó kedvem van, általában akkor szoktam.”

V.V.: Milyen eszközöket használsz a selfie-k készítéséhez? Retusálsz utólag a képeidet?

V.Sz.1.: „A kamerás mobilomat, csak azt. Nem szoktam utólag szerkeszteni a képeimet, egyáltalán.”

V. Sz. 2.: „Vagy telefont, vagy fényképezőgépet használok, és igen, szoktam szerkeszteni a képeimet (nevet). Pl. ha van valahol egy pattanás, vagy szeplő, akkor azt... de tudod, vannak ezek az Instagram-effektek, ilyen szép színek... na, ezeket szoktam rárakni.”

V.V.: Körülbelül milyen időközönként szoktad magad fényképezni? Hogyan zajlik nálad egy ilyen alkalom?

V.Sz.1.: „Hát, kb. 3 naponta, viszont ennél sokkal ritkábban rakom föl őket Facebookra. Inkább csak így magamnak csinálom ezeket. Hát, pl. akkor szoktam magam fényképezni, amikor összekészülök, megyek valahová és előtte. Van egy kis időm, és hasznosan töltöm (nevet).”

V. Sz. 2.: „Hát, mondjuk hétfvégén, ha megyek valahová, akkor előtte gyorsan csinállok egy fényképet, vagy hétköznapi, ha van rá időm és kedvem hozzá... Otthon pl. az erkélyen tök jó fény van, és olyan fényképeket, amiken csak az arcom van, ott szoktam csinálni, mert az nagyon előnyös!”

V.V.: Mit gondolsz, a selfie-k jobban tükrözik azt, amilyen te vagy, mint azok a képek, amiket mások készítenek rólad?

V.Sz.1.: „Nem, szerintem egyforma.”

V. Sz. 2.: „Szerintem igen, mert ha más csinál rólam, akkor nem biztos, hogy olyan pillanatban fényképeznek le, ami tényleg én vagyok. Lehet, hogy éppen akkor csak rossz kedvem volt vagy épp valami grimaszt vágok és az nem biztos, hogy túl előnyös. Viszont hogyha én csinállok képet, akkor tudok olyat, ami nekem maximálisan tetszik, és amin igazából olyan vagyok, mint amilyen szerintem vagyok.”

V.V.: Írd le részletesen, milyen álmaid Facebook-profilképe!

V. Sz. 1.: „Nekem pont most volt nemrég kétszer is, hogy profi fotós felkért, hogy legyek a modellje, és igazából most is ez az egyik képem. Ezen tényleg olyan szép vagyok. Ezek a képek olyan mások, már csak a minőség miatt is. Tulajdonképpen nekem a mostani az álom-profilképem.”

V. Sz. 2.: „Húúú... hát, hatalmas szempillákkal (nevet)! Nagyon-nagyon szép bőrrel, és valami nagyon vidám és mosolygós képet képzelek el. Egy profi fotós csinálna rólam, a minőség miatt, mert szerintem az nagyon fontos.”