

OTDK – DOLGOZAT

**Az én képem, az énképem? - avagy az
introvertált vonások megnyilvánulása a
Facebookon**

**Face to face(book) – the manifestation of
introverted people's traits on Facebook**

**Gaudi Zsófia
Órás Mariann Andrea
BA**

2014

Szerzők:

Gaudi Zsófia

Órás Mariann Andrea

Babeş–Bolyai Tudományegyetem, Kolozsvár, Pszichológia és Neveléstudományok Kar,
Alkalmazott Pszichológia Intézet, Pszichológia szak, nappali képzés, I. év

Órás Mariann Andrea

Babeş–Bolyai Tudományegyetem, Kolozsvár, Pszichológia és Neveléstudományok Kar,
Alkalmazott Pszichológia Intézet, Pszichológia szak, nappali képzés, I. év

Témavezető:

Dr. Demeter Kármén tanársegéd,

Babeş–Bolyai Tudományegyetem, Kolozsvár, Pszichológia és Neveléstudományok Kar,
Alkalmazott Pszichológia Intézet

Drd.Szabó Kinga doktorandusz,

Babeş–Bolyai Tudományegyetem, Kolozsvár, Pszichológia és Neveléstudományok Kar,
Alkalmazott Pszichológia Intézet

Tartalomjegyzék

TARTALOMJEGYZÉK	3
I. FEJEZET	5
1. ELMÉLETI RÉSZ.....	5
1.1. Személyiségelméletek	5
1.1.1. Vonáselméletek kezdete	5
1.1.2. Big Five.....	5
1.1.3. Eysenck Nagy Hármak vonáselmélete.....	6
1.1.4. Az extravertált és introvertált személyek jellemzői	6
1.2. A Facebook jelenség világa	7
1.3. Facebook és a személyiség	8
1.3.1. Miért használjuk a Facebookot?	9
1.3.2. iDisorder	10
II. FEJEZET	11
2.KUTATÁSI RÉSZ.....	11
2.1 Célok	11
2.1.1 Elméleti cél.....	11
2.1.2 Módszertani cél	12
2.1.3 Gyakorlati cél.....	12
2.2. 1.Tanulmány.....	13
2.2.1.Hipotézis	13
2.2.2 Módszer és eljárás	13
2.2.2.1. Résztvevők.....	13
2.2.2.2. Eszközök	13
2.2.2.3. Kutatási design	15
2.2.2.4. Eljárás.....	15
2.2.3. Az eredmények bemutatása és értelmezése.....	17
2.3. 2.Tanulmány.....	17
2.3.1 Hipotézis	25
2.3.2 Módszer és eljárás	25
2.3.2.1. Résztvevők.....	25
2.3.2.1. Eszközök	25
2.3.2.3. Kutatási design	26
2.3.2.4. Vizsgálati eljárás	27
2.3.3. Az eredmények bemutatása és értelmezése.....	27
2.4. Következtetések.....	28
2.4.1.A kutatás korlátai és továbbfejlesztési lehetőségei	30
BIBLIOGRÁFIA	32

MELLÉKLETEK.....	36
-------------------------	-----------

Bevezetés

Facebook napjaink legelterjedtebb közösségi oldala, 1.23 billió regisztrált személlyel, szinte minden korosztályt és kultúrát magába foglal. A legtöbben ismerkedés és kapcsolatfenntartás céljából használják az oldalt, melyen személyiségük és mások személyisége profilokon keresztül ismertethető. Egyes profilok láttán felmerül bennünk a kérdés: Vajon valós képet mutat a személy magáról, ilyen a való életben is? Kutatásunk újszerű, aktuális problémákra keresi a választ: mennyire reális az a kép amit a személyek mutatnak magukról Facebook profiljaikon keresztül. Extraverzió dimenziója mentén az introvertált személyek vizsgálatát tűztük ki célul, mivel ennek a kategóriának a megnyilvánulásai a legeltérőbbek a reális énképükhöz viszonyítva.

I. Fejezet

1. Elméleti rész

1.1. Személyiségelméletek

1.1.1. Vonáselméletek kezdete

„A személyiséget a vonások határozzák meg, egymástól független személyiségjegyek, melyek erős hatást gyakorolnak a viselkedésre” (Eysenck, 1965, p.38).

A vonáselméletek Allport és Odbert lexikai hipotézisén alapszanak, mely szerint a legfontosabb személyiségjellemzők a nyelvben kódolódnak (Allport, 1985), így az adott nyelvet beszélő emberek személyiségét meghatározó tulajdonságokra lehet következtetni. 1925-ös Webster szótár azon szavait válogatták ki melyek személyre jellemző tulajdonságokat írnak le. A kapott szavakat kategorizálták, meghatározván és elkülönítvén az állapot- és vonásterminusokat. Az állapotok múló, rövid ideig tartó viselkedést határoznak meg, míg a vonások, hosszabb távú, tartós viselkedésjegyek, melyekre a viselkedés során jelentkező jegyekből következtetni lehet. Fontosabb vonáselméletek közé sorolhatjuk Cattel (1943) 16 ellentétpáron alapuló vonáselméletét, valamint Tupes és Christal (1961) öt nagy faktoros modelljét. Az utóbbi két elméletre és Allport és Odbert lexikai hipotézisére alapozva jött létre a Big Five vonáselmélet.

1.1.2. Big Five

Az elmélet célja személyiségjegyek meghatározása, általános leírása. Előző gondolatrendszerekkel való ellentmondás eredményeként jött létre. Korábbi szakirodalomban egyes tulajdonságok több jelentéssel társultak, nem voltak megfelelőek és konkrétak a jellemzők meghatározásai, így a Big Five elmélet ezt a hibát szeretne volna kiküszöbölni. Az

„öt nagy faktor” elnevezés arra utal, hogy tartalmuk szerteágazó és tág, több jellemzőt is magukba foglalnak. A Big Five aktuális értelmezése szerint a következő 5 kategóriát különítjük el: extraverzió, lelkiismeretesség, érzelmi stabilitás, nyitottság, barátságosság (Mirnics, 2006).

Pervin (2003) az alábbi jellemzőkkel határozza meg a faktorokat:

- Extraverzió: interperszonális interakciók minősége és mértéke, aktivitás szintje, ingerek utáni szükséglet.
- Érzelmi stabilitás: emocionális stabilitás, hajlam a pszichikai stresszre, valóságtól eltérő gondolatok, maladaptív válaszok.
- Nyitottság: kezdeményezés új tapasztalatok, ingerek iránt, az új helyzetekhez való alkalmazkodás és tolerancia mértéke.
- Barátságosság: érzékenység mások szükségleteire, mások érzéseinek felfedésére, gondolataira, cselekvéseire.
- Lelkiismeretesség: a viselkedés szervezettsége, motivált és céltudatos viselkedés.

1.1.3. Eysenck Nagy Hármak vonáselmélete

H.J. Eysenck (1965) elmélete egy jól alátámasztott személyiségmodellt határoz meg. Modellje faktoranalízises kérdőívekre adott válaszok kiértékelésén alapszik, mely által a személyiség 3 dimenzióját különíti el: extraverzió, neurocitizmus, és pszichocitizmus. Két dimenzió része a Big Five modellnek is. Extraverzió/introverzió dimenziója a külvilág vagy a belső világ felé fordulást jelenti, stabilitás/labilitás (neuroticizmus) a belső lelki egyensúly meghatározására szolgálnak, mennyire stabil vagy labilis az egyén lelki állapota, míg a pszichocitizmus/szuperego erő dimenziója- pszichotikusokra jellemző viselkedés és fiziológia elváltozás jelenlétének mértéke (Mirnics, 2006).

Az EPQ (Eysenck, 1975) kérdőívben megjelenik egy negyedik skála: szociális konformitás (hazugság skála), ami kezdetben a kérdőív megbízhatóságának ellenőrzésére szolgált. Valójában a skála mögött a társadalmi elvárásoknak megfelelő viselkedés igénye is állhat (Eysenck, 1965).

1.1.4. Az extravertált és introvertált személyek jellemzői

Introvertált személyek belső világukra fókuszálnak, inkább az egyéni, mint csoportos feladatot/cselekvést szeretnek végezni, zárkóztak, nehezen alkalmazkodnak a változáshoz, a külvilág nehezen befolyásolja őket: nem akarnak megfelelni a környezetnek, teljesítményhelyzetben a büntetőjelzések útján hatékonyabban alakítható a viselkedésük (Peck és Whitlow, 1983).

Extravertált személyek szociálisabbak, törekvők, erős a külvilág iránti érdeklődésük, igényük van a külvilággal való kapcsolatok kialakítására és fenntartására, nem szeretik a magányt, általában optimisták, harsányak, könnyedén alkalmazkodnak a környezethez: sokkal befolyásolhatóbbak, kedvelik a változást, új helyzeteket, színes változatos ingereket, a jutalmazás hat leginkább viselkedésük módosítására (Peck és Whitlow, 1983).

“A tipikus extravertált társaságkedvelő, szereti az összejövételeket, sok barátja van, igényli maga körül az embereket, akivel beszélhet, s nem szeret magában olvasni. Igényli az izgalmakat, szeret kockáztatni, gyakran fejest ugrik a dolgokba, a pillanat hevében cselekszik, teljesen impulzív ember. Kedveli a durva tréfákat, s általában szereti a változatosságot, meggondolatlan és optimista, szereti a nevetést és vidámságot. Hajlik az agresszióra és könnyen kijön a sodrából.

A tipikus introvertált csendes, visszahúzódó ember, befelé figyelő, jobban szereti a könyveket, mint az emberek társaságát. A közeli barátok kivételével távolságtartó és visszahúzódó. Szeret előre tervezni és nem bízta magát pillanatnyi indulatokra. Nem szereti az izgalmakat, komolysággal végzi a hétköznapi dolgait, s szereti a megszokott életmódot. Érzéseit szigorú ellenőrzés alatt tartja, ritkán viselkedik agresszív módon, nem könnyű kihozni sodrából. Megbízható, kissé pesszimista, s nagy hangsúlyt helyez az erkölcsi normákra” (Eysenck, 1965, p.59).

1.2. A Facebook jelenség világa

A Facebook a második leghasználtabb internetes oldal (Alexa Internet Inc., 2011), de az első leghasználtabb szociális hálózat (Facebook, 2014) és 1.28 billió ember használja hónaponta és 802 millió használja naponta a Facebookot (Facebook Newsroom, 2014), valamint 1.310.000.000 millió látogatója van hónaponta. Minden hónapban az emberek átlagosan 640.000.000 percet töltenek el a Facebookon, az átlag időköz amit eltöltenek az oldalon minden belépéskor pedig 18 perc. Továbbá összesen 54.200.000 Facebookos oldal található. Minden 20-dik percben 1 millió linket osztanak meg, 2 millió barát kérését küldenek, kapnak illetve 3 millió üzenet van küldve (Facebook, 2014).

44%-a a Facebook felhasználóknak minden nap módosítja a Facebook státuszát, illetve körülbelül 400 millió Facebook státusz van írva minden nap (Fitzgeralds, 2012). Mindez csupán annyit jelent: rengeteg ember életének szerves részévé vált a Facebook (Winter és mtsai., 2014).

A Facebook profilok bemutatják a felhasználó publikus személyiségét, ami az egyén „megmutatási” szükségletére van formálva. Ezek a szükségletek irányítják a felhasználó viselkedését, mint például a profil fotó választás, és a barátok száma, ami kapcsolatban van azzal, hogy milyen képet kíván mutatni a felhasználó (Nadkarni és Hofman, 2011).

A Facebook rengeteg lehetőséget nyújt az emberek számára. Először is esélyt ad, egy virtuális profil felépítéséhez. Másodszor lehetőséget nyújt olyan emberek megtalálására és „elfogadására, mint barát” aki ismerős, rokon, barát. Továbbá ezekről az emberekről nyilvános információt szolgáltat. Így követhető mások tevékenysége, viselkedése, gondolkozása, az hogy kivel barátkozik, mi érdekli és sok minden más (Body és Ellison, 2007).

A Facebook megadja annak a lehetőségét is, hogy egy látható profilt alkothasson a személy, amihez minimum egy felhasználó név szükséges, nem, születési dátum, de ezenfelül a felhasználó még megadhat további hasonló információt, mint például a születési város, vagy elérhetőség, személyes érdekltség, munkahely, illetve fotókat is feltölthetnek, ami közül az egyik a profil fotónak nevezett fénykép, ami általában egy leíró fotó (Boyd és Hargittai, 2010; Facebook, 2014).

Ezenfelül a Facebook rengeteg információt nyújt másoknak magáról a felhasználókról, illetve a felhasználónak más felhasználókról: a barátok listája (engedély szerint mindenki láthatja mindenkiet), a fal (ahol az ismerősök napi információja jelenik meg, vagy épp a sajátunk, amit kiteszünk, feltöltünk), a státusz (jelenlegi állapot leírása, vagy másénak az elolvasása), ennek kedvelése (egy jelzés az aktivitásra, illetve pozitív vélemény kifejtésre). Valamint lehet látni eseményeket, ahová el lehet menni (egy képzés, szórakozási lehetőség, akármilyen esemény ami történik), videók, üzenet küldése, beszélgetés lehetősége (több emberrel egyszerre vagy akár egy valakivel privátban), a csoportok (ahová egy bizonyos közösség tartozik, bizonyos céllal), illetve a képek feltöltése (ezek csoportosulhatnak albumokba, és rengeteg információt elárulnak a másik félről), mindezekre ad lehetőséget a Facebook (Facebook, 2014).

1.3. Facebook és a személyiség

A Facebook hirtelen híressé válása miatt, rengeteg kutatás arra fektette a hangsúlyt, hogy beazonosítson személyiségtípusokat, a felhasználókon keresztül (Hargittai, 2008; Tufekci, 2008), mások pedig arra fektették a hangsúlyt hogy letisztázzák a kapcsolatot a Facebook használat, illetve a személyiségjellemzők, típusok között (Amichai-Hamburger, 2002; Mehdizadeh, 2010; Orr és mtsai., 2009).

Az internet és a személyiségtípusok közötti különbségek vizsgálatára legtöbbször a Big Five modellre építenek (Goldberg, 1990). A Big Five modell szerint a személyiségtípusokat meghatározhatjuk egy bipoláris faktoron való értékelés mentén: extravertió, barátságosság, lelkiismeretesség, neuroticizmus és nyitottság a tapasztalatokra (McCrea és John, 1992).

Az elméletalkotók több személyiségtípust internetes viselkedéssel asszociálnak. Például az extravertáltak pozitívan korrelálnak mind a szociális interakció mértékével, mind az interneten eltöltött idővel (Aspendorpf és Wilpers, 1998).

Ross és munkatársai (2009) illetve Amichai-Hamburger és Vinitzky (2010) pontosan arra a kapcsolatra koncentráltak, ami a Big Five és a Facebook használat között létezik. Például kimutatták, hogy az extravertáltabb embereknek több a Facebookos barátjuk, és több Facebook csoportba is beletartoznak, mint az introvertált emberek (Jin, 2013). Az eredmények azt mutatják, hogy a magány asszociálva volt kevesebb számú Facebook baráttal és kevesebb átfedés mutatkozott a Facebook és a nem internetes (offline) barátok között. Más kutatás pedig épp ellenkező konklúziót vont le, vagyis hogy az introvertáltaknak több barátjuk van a Facebookon és a közösségi oldal használatának gyakorisága is nagyobb a csoportjuknál (Skues, Williams és Wise, 2012).

Kutatások bebizonyították, hogy a félénk emberek messzemenően több időt töltenek Facebookon, mint a nem félénk társaik (Orr és mtsai., 2009), illetve azok akik szociálisan szorongóak jobban szeretik használni a Facebookot, a magány elleni küzdelem céljából. Következtetve, azok az emberek, akik félénkek, illetve szociálisan szorongóak kényelmesebben érzik magukat, azáltal hogy kapcsolataikat az interneten keresztül tarthatják fenn, s nem élő interakcióban (Ebeling-Witte, Frank és Lester, 2007). Viszont szociálisan magányos emberek sokkal több mindent elmondanak a valóságban ismert barátaiknak, reális élethelyzetekben, mint Facebookon. Vizsgálatok kimutatták, hogy a visszahúzódo emberek egyáltalán nem akarják helyettesíteni a való életben eltöltött időt, a reálisan eltöltött idővel (Sheldon, 2013). Ezzel ellentétben más kutatások eredményeiből arra következtethetünk, hogy a magányos emberek a Facebookot hasznosabb önfeltárási és szociális eszközként tartják, viszont az elégedettségük a Facebookkal szemben alacsonyabb szinten volt, mint másoknak (Jin, 2013).

1.3.1 Miért használjuk a Facebookot?

A kutatás mely azt vizsgálja, hogy mi okból használjuk a Facebookot két feltételezésből indult ki: a valahova tartozás igénye és a személyek kibontakozásának, megmutatásának szükségessége miatt. A valahova tartozás igényét egy intrinzik drive

mozgatja, egy készítés, hogy az egyén kommunikáljon másokkal és szociálisan el legyen fogadva, valamint a második ok szükségessége annak, hogy bemutassa magát.

Az adott tanulmány bizonyos mennyiségű kutatásokat tartalmazó oldalról (PubMed, PsychInfo, Cochrane Library) összegzett minden cikket ami a Facebook szó alatt megjelent. 279 találatból, 42 kutatás volt használható az összegzés céljából. Ezekre a kutatásokra alapozva arra a következtetésre jutottak, hogy azok akiknek magas az extraverzió szintjük inkább használják a Facebookot szociális eszközként, de nem mint egy alternatívát a szociális eseményekhez, azokkal szemben akiknek alacsony volt az extraverzió szintjük (Nadkarni és Hofman, 2012).

További eredmények kihangsúlyozzák, hogy kultúra- és személyiségfüggő a Facebookon nyilvánosságra hozott adatok és információk mértéke. Pontosabban, akiknek alacsony az extraverzió szintjük és rengeteg mindent nyilvánosságra tesznek, azokat egyes kultúrákban kevésbé ítélünk őszintének. A kutatás másik részében azt is kimutatták, hogy az emberek leginkább az ismerősökkel való kapcsolatfenntartás céljából használják a Facebookot, és hogy mindenki használja a beállításait, saját magához igazítva (Chen és Marcus, 2012).

1.3.2. iDisorder

Az iDisorder negatív kapcsolatot hangsúlyoz ki a technológia és a pszichológiai egészség között (Rosen és mtai., 2012).

Sokan túlzott mértékű önkifejezésre használják a Facebookot, a legújabb pszichológiai zavarok pedig ebből adódóan jönnek létre. Ezt a kijelentést alátámasztja David Veal híres „selfie” esete mellett, további páciensei. Újonnan Facebookon nagyon elterjedt trend a „selfie”-zés, saját önarckép készítés, s ezen fotók feltöltése, ami narcizmushoz, addikcióhoz valamint mentális zavarhoz vezet. David Veal pszichiáter számolt be arról, hogy 3 emberből 2 testtorzulás zavarral fordul hozzá, ami összefüggésbe hozható a fényképezőgépek illetve a fényképek számának radikális megnövekedésével. Egyik leghíresebb esetek közé tartozik egy fiatal brit férfi (Danny Bowman) esete, aki öngyilkos akart lenni, mert nem tudta a tökéletes selfiet elkészíteni magáról. Depresszióban szenvedett a függőségétől, az önportrék készítésétől. 10 órát töltött el mindennap a selfie-k készítésével és kiválasztásával. A képekkel való elégedetlensége vezette az öngyilkosság gondolatához („Selfie addicts”, 2014).

Már korábbi feljegyzések is említenek hasonló pszichológia függőségeket, amelyek az internettel, Facebookkal kapcsolatosak. 1995-ben Robert Kraut internetet vezetett be 93 házba, hogy tanulmányozhassa az internet használat pszichológiai hatásait, több éven

keresztül (Kraut és mtsai., 2002). Néhány év után a kutatók azt a következtetést vonták le, hogy asszociálható a magányosság és a depresszió az internet gyakoribb használatával.

Későbbi vizsgálatok során rájöttek, hogy egyes fiatalokra nézve azonosítani lehet az úgynevezett „Facebook depresszió”-t is (Rosen és mtsai., 2013). Azt vizsgálták, hogy technológia, internet, szociális oldalak, ezen belül a Facebook mennyire vannak súlyosabb, mentális zavarra utaló hatással a egyénre. Hat személyiség zavart vizsgáltak: skizoid, nácisztikus, antiszociális, kényszeres, hisztériás zavarok, és három hangulat zavart: súlyos depresszió, disztímia, és bipoláris mánia. A vizsgált korosztályban lévők tinédzserek voltak illetve fiatal felnőttek, felnőttek. Névtelen online kérdőívet töltöttek ki, hangsúlyt fektetve a következő tényezőkre: az általános használatra, benyomás kezelésre (*impression management*) és a barátságra (Rosen és mtsai., 2013).

Ez eredmények azt mutatták ki, hogy a nagy számú Facebook barátok szignifikáns kapcsolatba hozhatóak a disztímiával, nácizmussal, paranoid és hisztériás viselkedéssel, valamint fordított korrelációban van a skizoid viselkedéssel és a súlyos depresszióval. Az általános Facebook használat erősen szignifikáns a paranoid és hisztérius viselkedéssel, bipoláris mániával illetve a kényszeres zavarokkal és a Facebook benyomásnak a kezelése (*Facebook impression management*) szignifikáns kapcsolatban van a nácizmussal, illetve a hisztériás paranoid zavarral (Rosen és mtsai., 2013).

II. Fejezet

2.Kutatási rész

2.1 Célok

2.1.1 Elméleti cél

Célunk egy olyan kutatás létrehozása, amivel elméletek eddig még nem foglalkoztak. Továbbá célunk összefüggésbe hozni az introverziót és a szociális konformitást (Big5, Eysenck) a Facebookon megnyilvánuló személyiséggel. Elméletünk alapja Eysenck extraverzió dimenziójára épül, valamint az EPQ (Eysenck, 1975) személyiségkérdőívben használt szociális konformitás fogalmára. Tanulmányunkban vizsgáljuk közösségi oldalakon keresztül mutatott, énkép realitásának fokát. Célunk meghatározni azokat a dimenziókat, amelyek által az emberek, Facebookos profiljaikon keresztül, felismerhetők legyenek az extraverzió skálája mentén. Következtetésképpen, kutatásunkban meghatározzuk a közösségi oldalon való interakción és megtekinthető adatokon keresztül, a személyek reális énképének mértékét.

2.1.2 Módszertani cél

A személyiség extraverzió menti mérhetőségének megvalósításához, és a reális énkép mértékének vizsgálhatóvá tételéhez új, eddig nem alkalmazott eszközöket, vizsgálati módszereket fejlesztettünk ki. Az első felmérésnél alkalmazott módosított Eysenck kérdőív és saját fejlesztésű Facebook kérdőív által tettük mérhetővé a valós (Eysenck(1) kérdőív) és a Facebookon keresztül mutatott (Facebook kérdőív) személyiség extraverziójának mértékét. A Facebook kérdőív azt méri, hogy az egyén másnak akarja-e mutatni magát a szociális hálózaton, s a két kérdőív értékei közti különbség pedig meghatározza a személy Facebookon megnyilvánuló reális képének mértékét, figyelembe véve a szociális konformitás nagyságát. Ez a felmérés segített abban, hogy létrehozzunk 3 típusú introvertált személy kategóriát: 1. aki a való életben introvertált, de a Facebook profilja extravertálnak mutatja, 2. aki a való életben introvertált, de a Facebook profilján keresztül introvertáltnak tűnik, valamint 3. aki a való életben extravertált de a Facebook profilja introvertáltnak mutatja. A második felmérés a 3 kategória felismerhetőségét vizsgálta, melyből következtetni tudunk arra hogy az introverzió illetve a reális énkép felismerhető-e mások által. A kísérlet független változói, 3 sablon profil bemutatása, s maga a vizsgálati módszer szintén újszerű, eddig nem alkalmazott. A kísérletvezetőktől teljesen függetlenül, csakis a kísérleti résztvevők kiértékelésén alapszik a bemutatott személyek reális énképének a felismerése. A három sablonprofil kiválasztása teljesen objektíven, 7 dimenzió mentén történt (lásd 2.3.2.1. Eszközök). A tanulmány erősségét és hitelességét a résztvevők száma, aránya és kategorizálása is növeli. Az első felmérés résztvevői humán illetve reál szakos középiskolás és egyetemista diákok, (lásd 2.2.2.1. Résztvevők), míg a második felmérésben egyetemista diákokat mértünk fel humán és reál tagozatról (lásd 2.3.2.1. Résztvevők). A résztvevőkkel egy bizonyos mintát céloztunk meg, így a következtetések levonásakor hitelesebben tudunk általánosítani a meghatározott kategóriákon belül.

2.1.3 Gyakorlati cél

A kutatásunk alapvető céljai közé tartozik a valós kép felismerhetősége. Így tanulmányunk különböző részei hasznosak lehetnek olyan területeken, ahol fontos a személy előzetes megismerése, vagy megismerés utáni felmérése, továbbá hasznos lehet ha valakit vizsgálni szeretnénk, akár előzetes információk nélkül. Ezek a területek lehetnek: iskolai pszichológia, szervezet vagy munka pszichológia (pl. interjúnál, fejlesztésnél), vagy akár a normális, mindennapi életben: képzésnél résztvevők szelektálásakor, Facebookon ismerősök, új barátok reális képének meghatározásakor stb.

2.2. 1.Tanulmány

2.2.1.Hipotézis

Az első hipotézisünk amelyet megfogalmaztunk: Az introvertált emberek vonásai másképp nyilvánulnak meg a Facebookon, mint a valós életben. Továbbá egy ehhez kapcsolódó alhipotézis: Szociálisabbnak tűnnek az introvertált emberek a virtuális világban, mint a valós életben.

2.2.2 Módszer és eljárás

2.2.2.1. Résztvevők

Az első felmérés résztvevői $N=245$. 57 %-a nő, 43%-a férfi párciumi területeken élő, kisvárosi X-XI.-es diákok. Ők 62%-át tették ki a kutatásnak, az életkor 15 és 18 között mozgott ($M_{\text{életkor}} = 16.7$, $SD=0.757$), humán (77,75% nő, 22,25% férfi), illetve reál (25,39% nő, 74, 61% férfi) osztályok tanulói, illetve kolozsvári Babeş-Bolyai egyetemen tanuló első éves hallgatók, akik a résztvevők 38%-át tették ki, az életkor 18 és 26 között mozgott ($M_{\text{átlag életkor}}=20.01$, $SD=1.527$). Pszichológia szakról ($N=48$), ennek 75%-a nő, 25%-a férfi, és informatika szakról $N=38$, ennek 32%-a nő, 68%-a férfi, matematika-informatika szakról $N=4$, 4,75%-a nő, 95,25%-a férfi, és matematika szakról $N=4$, 4,75%-a nő, 95,25%-a férfi.

A felmérésben való részvétel kikötései, ami alapján szelektáltuk a résztvevőket: Facebookon való tagsága több mint egy éves, valamint a személy aktív felhasználója a Facebooknak. A 18 év alatti résztvevők, előzetesen szülő által aláírt *Szülői beleegyező nyilatkozat* felmutatásával vehettek részt a felmérésben.

2.2.2.2. Eszközök

A résztvevők két kérdőívet kellett kitöltsenek és egy Facebook applikáció százalékos eredményeit kellett elküldjék e-mailben. Mindegyik kérdőív elején a résztvevők a következő adatokat kellett megadják: név/Facebook azonosító, nem, kor, osztály/évfolyam, szak típusa, illetve a konkrét szak, amin tanulnak. A név/Facebook azonosító megadása szükséges volt, a második felmérés (Facebook profilok elemzése és sablon profilok meghatározása (lásd 2.3.2.1. Eszközök)) szempontjából, erről a résztvevők részletes indokolt, magyarázatot kaptak. Beleegyezésüket a kérdőívek végén lévő kijelentés egyetértésével támasztották alá.

a. Eysenck(1) kérdőív

Eysenck 1975-ben megjelent EPQ személyiségkérdőívének módosított változata. Az eredeti kérdőív négy dimenzió mentén vizsgálja a személyiséget: extraverzió, neuroticizmus,

hazugság (szociális konformitás), valamint pszichocitizmus. Az általunk módosított kérdőív csak két dimenzió: extravertió (20 item) és szociális konformitás (22 item) alskálákon keresztül méri a személyiségjellemzőket (ezt a 42 itemet foglalja magába az Eysenck(1) kérdőív, ami az Eysenck Személyiség kérdőívnek Extraverzió és Szociális konformitás alskálájának itemei). Minden item egy rövid kijelentést tartalmaz, melyre „Igen” vagy „Nem” választ lehet adni, mindegyik „Igen”, fordított tételek esetén minden “Nem” 1 pont értékű. A résztvevők (nők, férfiak egyaránt, kortól függetlenül) 10-es pontszámig introvertált, 10 feletti eredmények esetén extravertált kategóriába sorolhatók, valamint 10 pont feletti szociális konformitás értékük a társadalom iránti elvárásoknak való, nagy mértékű megfelelést jelent.

b. Facebook kérdőív

Saját kidolgozású kérdőív, az EPQ-ra (Eysenck, 1975) alapozva, extravertiót és szociális konformitást mér, 17 item alapján. Az itemek rövid kijelentéseket tartalmaznak, melyekre „igen” vagy „nem” választ kellett adjanak a résztvevők. Az extravertióra vonatkozó kijelentések (17 item) azt mérik, hogy az egyén extravertáltabb-e Facebookon, mint a valós életben (pl. F8.Facebookon (sokkal) kezdeményezőbb vagy, mint a valós életben?). A szociális konformitást mérő kérdések (6 item) alapján (pl. F12. Fontosnak tartod, hogy mit reagálnak mások a Facebookon való megnyílvánulásaidra?) az egyén Facebookon való szociális megfelelési mértékére következtethetünk. A 18. itemre adott válaszokból kiderül, hogy a résztvevő mi célból használja a Facebookot, valamint a 19., 20., 21. kijelentések gyakoriságot mérnek, egy nap mennyire gyakran használják (19. item), mennyi ideig nem használták (21.item) a szociális hálózatot, és meddig bírnák Facebook nélkül (21.item) a résztvevők.

c. YouAreWhatYouLike applikáció

A YouAreWhatYouLike applikáció (Kosinki, Stillwell és Graepel, 2013): egy személyiségkérdőív, ami a Facebookon like-oltak alapján meghatározza az egyén pszichológiai profilját. Az applikáció erőssége, hogy a virtuális világi viselkedést tanulmányozza és óriási adatmennyiséget dolgoz fel, elemezvén az egyén és Facebook barátainak publikus profilját, likeokat, ismerősöket, e-mail címet, kapcsolatokat, érdeklődési köröket, születésnapot, munkahelyet, iskolázottságot, születési helyet, lakhelyet, vallási és politikai nézeteket. Az online személyiségteszt vizsgálja azokat az oldalakat, amiket az egyén like-ol és ennek függvényében következtet a személyiségtípusára (Kosinki, Stillwell és Graepel, 2013). Az oldalak vizsgálatával meghatározza az oldalt like-olt egyének átlagának

személyiségtípusát, rengeteg online adat feldolgozásával, s összehasonlítván az átlaggal, utal az egyén egyes tulajdonságaira. A következő példa leegyszerűsítve bemutatja a személyiségkérdőív adatfeldolgozásának mechanizmusát: például azok akik a deviantART Facebookos oldalt kedvelik, azok átlagban liberálisak, míg a NASCAR oldalt kedvelők tradicionálisabbak (Kosinki, Stillwell és Graepel, 2013).

Az applikáció a Big Five elméletre alapozván öt dimenziót mér (extraverzió, lelkiismeretesség, érzelmi stabilitás, nyitottság, barátságosság), amiből mi az extraverzió dimenzióját használjuk fel. Az extraverzió dimenzióját 2 kategóriára osztja: félénk és óvatos (*shy and reserved*), valamint társaságkedvelő és aktív (*outgoing and active*), előzőt az introverzióval, utóbbit az extraverzióval csatoljuk majd a későbbiekben össze.

2.2.2.3. Kutatási design

Az első tanulmány egy leíró kutatás, nem alkalmazván semmilyen független változót, csakis a kérdőívek értékeléséből kapott eredményekre hagyatkoztunk. Az Eysenck(1) kérdőívben mért extraverzió szerint a résztvevőket elkülönítettük és két nagy csoportot hoztunk létre: introvertáltak (10 pont vagy alatt), és extravertáltak (10 pont felett), így következtethettünk az egyén egy dimenzió menti, valós személyiségvonásaira és a valós életben rá jellemző szociális konformitás mértékére. Míg a Facebook kérdőívvel mérhetővé tettük az egyén Facebookon megnyilvánuló extraverziójának mértékét, valamint a virtuális világra utaló szociális konformitását. A két felmérés alapján pedig az introvertált személyekből újabb csoportokat alkottunk: szak, nem, iskolázottság, és szak típusa szerint.

2.2.2.4. Eljárás

A tanítási év második felében végeztük a vizsgálatot. Az első felmérés három időpontban és különböző helyszíneken zajlott.

Az első időpontban az „Arany János” Elméleti Líceum (Nagyszalonta) és „Simion Bărnuțiu” Főgimnázium (Szilágysomlyó) középiskolás diákjait mértük fel. A középiskolás diákok előzetes felvilágosításban részesültek Facebookon. Az első felmérés előtti napokban a 8 osztály (négy X., négy XI.) osztályfelelősei értesítve voltak, hogy szükség lesz az ő és osztályuk segítségére kutatásunk megvalósításában, melyet az Erdélyi Tudományos Diákköri Konferenciára készítettünk. Továbbá fel lettek kérve az előbb említett személyek, hogy az általunk előzőleg létrehozott *Kutatás* nevű Facebook csoportba hívják meg a Facebookot használó osztálytársaikat. A meghívott diákok így már a személyes találkozás előtt értesültek a kutatásról, melyben személyiségvonásokat vizsgálunk bizonyos dimenziók mentén, mely összefüggésben áll a Facebookon megnyilvánuló személyiségvonásokkal. Továbbá

értesítettük a diákokat, hogy a 18 évet be nem töltött diákok, csak szülő által aláírt *Szülői beleegyező nyilatkozat* leadásával vehetnek részt a kutatásban.

Mindkét helyszínen (Szilágysomlyó és Nagyszalonta) egy-egy vizsgálatvezető volt jelen és részletesen tájékoztatta a diákokat a kutatás céljáról, menetéről, és a résztvevők jogairól.

A diákok értesítve voltak a kutatás minden részletéről: a dolgozat egy erdélyi Tudományos Diákköri Konferenciára készül, amelynek résztvevői lehetnek. Továbbá információt szerezhettek arról, hogy kutatásunk két felmérésből áll, és az első felmérésben ki kell tölteniük két on-line (Szilágysomlyón papírra kinyomtatott) tesztet, amelyek egyenként 20 percet vesznek igénybe. Miután a 18 éven aluliak a szülői beleegyezést beadván jogosultak a részvételre, értesítve voltak arról, hogy még most is visszaléphetnek, valamint bármikor joguk van megszakítani a kutatásban való részvételüket. A tesztek kitöltése után a diákok beleegyezését kértük, hogy a kutatás céljából adjanak engedélyt a Facebookon elérhető személyes adataik felhasználásához, illetve tájékoztatva voltak arról, hogy a kérdőívek elején megadott személyes információikat is csakis a kutatás céljából, objektíven és bizalmasan fogjuk kezelni. Kihangsúlyoztuk, hogy a második felméréshez kötötten szükséges megadniuk a Facebook azonosítójukat/nevüket, mert az első felmérés eredményeitől függően végezzük majd a második felmérést.

A jelenlévő diákok közül mindenki önkéntesen beleegyezett, hogy részt vesz a kérdőívek kitöltésében. Nagyszalontán, mindkét kérdőív kitöltése az iskola informatika laborjában törént tanár jelenlétében, online formátumban, osztályonként külön-külön (X.A, X.B, XI.A, XI.B) egy-egy órát vett igénybe a kérdőívek kitöltése. Szilágysomlyón a diákok a kérdőíveket kinyomtatott formában töltötték ki, tanár jelenléte nélkül, a saját osztálytermükben. A szilágysomlyói 4 osztály (X.B, X.D, XI.B, XI.D) rendelkezésére is 4-szer 1 óra állt, ami a kérdőívek kitöltését illeti.

Második időpontban Pszichológia szakon tanuló diákok felmérésére került sor, Kolozsváron a Babeş-Bolyai Egyetem, Pszichológia karának intézményében. Egy harmadik időpontban az egyetem Főépületének egyik termében az informatika-, matematika- és matematika-informatika szakos hallgatók töltötték ki a kérdőívek kinyomtatott formáját. Mindkét helyen, mindkét vizsgálatvezető és egy tanár volt jelen a teremben, a diákokon kívül, a kérdőívek kitöltése 30-30 percet vett igénybe. Mind a négy szakon tanuló diákok értesültek a kutatás céljáról, menetéről és jogairól (hasonlóan ahogyan a középiskolás diákoknál történt). Továbbá értesültek arról, hogy a nevükre/Facebook azonosítójukra a második felmérés miatt

van szükségünk, és hogy adataikat szigorúan kutatás céljából, objektíven és bizalmasan fogjuk kezelni.

A kérdőívek kitöltése után az egyetemisták és középiskolás diákok meg lettek kérve, hogy emailben küldjék el az egyik kutatást vezetőnek a <http://youarewhatyoulike.com/> internetes oldalról, az ott található Facebook applikáció által kapott százalékos eredményeket. Az applikáció egy teljesen objektíven mérő eszköz, amire azért van szükségünk, hogy eredményeinket egy külső program által kiszámított eredményekkel is összehasonlítsuk.

A továbbiakban problémák adódtak ennek kitöltésével, több ok miatt. A legfőbb probléma az volt, hogy sokan nem tudták elküldeni az applikáció által kiszámított eredményeket, így nem tudtuk beleszámolni, teljesen korrelációba hozni a többi eredményünkkel, bár minőségi, vagyis általunk megfigyelt megállapítás által, a program legitim és az eredményekhez hasonló számokat tartalmaz..

2.2.3. Az eredmények bemutatása és értelmezése

A adatokat az IBM SPSS Statistics 20 (Statistical Package for the Social Sciences) programmal dolgoztuk fel. Az első felmérés adataiból, ahol eleinte 245 résztvevő volt, kiválasztottuk az introvertáltakat ($N=53$), mivel kutatásunk szempontjából, csak ők relevánsak. Az introvertáltak kiválasztása az Eysenck(1) kérdőívénél és a Facebook kérdőívénél kapott eredmények alapján történt.

Elmondható a leíró statisztikai adatok alapján (Táblázat 1), hogy a 245 személyből az Eysenck(1) kérdőív alapján, 53 személy került az introvertált kategóriába. Az introvertált résztvevők statisztikai adatai az Eysenck(1) kérdőív extraverzió és szociális konformitás, valamint Facebook kérdőív extraverzió és szociális konformitás dimenziói mentén a Táblázat 1 nevű táblázatban vannak feltüntetve. A Youarewhatyoulike applikáció által kiszámított és így megkapott adatokkal láthatóan kevesebb információ dolgozható fel a személyek száma miatt, így ennek érvényessége nem maximális.

Táblázat 1*Az introvertált résztvevők leíró statisztika adatai*

	<i>N</i>	<i>Min.</i>	<i>Max.</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
Ossz E	53	3	10	8.55	1.93
Ossz Sz-K	53	3	17	9.43	3.40
F- Ossz – E	53	0	7	3.25	2.08
F - Ossz - Sz.K	53	0	6	2.87	1.28
Y – E	15	0	73	46.53	16.77

Megj.: Ossz E= Eysenck(1) kérdőív által mért extraverzió értéke, Ossz Sz-K= Eysenck(1) kérdőív által mért szociális konformitás értéke, F- Ossz – E= Facebook kérdőív által mért extraverzió értéke, F - Ossz - Sz.K= Facebook kérdőív által mért szociális konformitás mértéke, Y-E=YouAreWhatYouLike applikáció által mért extraverzió értéke

A Táblázat 2-ben az extravertáltak adatait láthatjuk azon célból, hogy legyen egy összehasonlítási alapunk az introvertáltakkal szemben. Az Eysenck(1) és Facebook kérdőívek extraverzió és szociális konformitás dimenziói mentén kapott adatok a lenti táblázatban megtekinthetők (Táblázat 2). Fontos újra megemlíteni hogy a Youarewhatyoulike applikáció eredményeit 192 emberől 71 ember küldte be. Az applikáció nem minden esetben adott százalékos eredményeket. Egyes személyeknél kiírta, hogy bizonyos mennyiségű like-olt oldal hiányában nem tud eredményt számolni.

Táblázat 2*Az extravertált résztvevők leíró statisztika adatai*

	<i>N</i>	<i>Min.</i>	<i>Max.</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
Ossz E	192	11	20	15.28	2.25
Ossz Sz-K	192	1	16	7.44	3.24
F- Ossz - E	192	0	12	4.13	2.29
F - Ossz - Sz.K	192	0	6	3.02	1.15
Y – E	71	0	94	56.41	21.23

Megj.: Ossz E= Eysenck(1) kérdőív által mért extraverzió értéke, Ossz Sz-K= Eysenck(1) kérdőív által mért szociális konformitás értéke, F- Ossz – E= Facebook kérdőív által mért extraverzió értéke, F - Ossz - Sz.K= Facebook kérdőív által mért szociális konformitás mértéke, Y-E= YouAreWhatYouLike applikáció által mért extraverzió értéke

A két kérdőív dimenziói között, Pearson féle korrelációt használva, az extroverzió és a szociális konformitás dimenziók között nem találtunk kapcsolatot. Észrevehetjük, hogy fordított korreláció van az Eysenck(1) kérdőív alapján kapott eredmény, vagyis az extraverzió és a szociális konformitás között, illetve fordított korrelációt észlelhetünk a Youarewhatyoulike applikációjának az eredménye és az Eysenck(1) kérdőívben kapott

extraverzió között. Szintén fordított korreláció van a Facebook kérdőív kapott eredményei, és az Eysenck(1)-nél kapott szociális konformitás között (Táblázat 2.1).

Táblázat 2.1

Introvertáltak korrelációs táblázata az Eysenck(1) és Facebook kérdőívek dimenziói mentén

	Ossz E	Ossz Sz-K	F- Ossz - E	F - Ossz - Sz.K	Y - E
Ossz E		-.016	.200	.084	-.138
		.908	.152	.552	.623
Ossz Sz-K	-.016		-.091	.053	.421
	.908		.515	.707	.119
F- Ossz - E	.200	-.091		.227	.127
	.152	.515		.101	.652
F - Ossz - Sz.K	.084	.053	.227		.262
	.552	.707	.101		.346
Y - E	-.138	.421	.127	.262	
	.623	.119	.652	.346	

Megj.: Ossz E= Eysenck(1) kérdőív által mért extraverzió értéke, Ossz Sz-K= Eysenck(1) kérdőív által mért szociális konformitás értéke, F- Ossz – E= Facebook kérdőív által mért extraverzió értéke, F - Ossz - Sz.K= Facebook kérdőív által mért szociális konformitás mértéke, Y-E= YouAreWhatYouLike applikáció által mért extraverzió értéke.

Külön csoportokat alakítottunk ki a szakosodás, a oktatási szint, valamint a nem függvényében: az introvertált humán és reál szakos diákok, a középiskolások - egyetemisták, valamint a férfiak és nők (N=24), mindezt a két kérdőív (Eysenck(1), Facebook) mentén. Mivel a Youarewhatyoulike applikáció adataiból nem tudunk megbízható eredményeket levonni.

Humán szakos diákoknál (Táblázat 3) összefüggést vehetünk észre az Eysenck(1) kérdőív, illetve a Facebookos kérdőív mentén, ami azt jelenti hogy a két extraverzió egyenesen arányosan nő. Így feltételezhetjük, hogy amiből ahogy az Eysenck(1) kérdőív introverziója csökken, úgy csökken a Facebook kérdőívénél az introverzió. Továbbá egy újabb szignifikáns eredmény található a Facebook kérdőív szociális konformitás és extraverzió dimenziók között (Táblázat 3), vagyis feltételezhetjük, hogy ahogyan csökken az introverzió, úgy nő a szociális konformitás a Facebookon mutatott képnél, mindez a humán szakokon tanuló diákoknál. Ez fontos a hipotézisünk szempontjából, mert alátámasztja azt hogy az introvertáltak valóban nem mutatnak valós képet a Facebookon.

Táblázat 3

Humán szakon tanuló introvertáltak korrelációs táblázata az Eysenck(1) és Facebook kérdőívek dimenziói alapján

	Ossz E	Ossz Sz-K	F- Ossz - E	F - Ossz - Sz.K	Y - E
Ossz E		.084	.461*	.289	-.414
		.696	.024	.172	.586
Ossz Sz-K	.084		-.031	.052	.361
	.696		.887	.811	.639
F- Ossz - E	.461*	-.031		.588**	.000
	.024	.887		.003	1.000
F - Ossz - Sz.K	.289	.052	.588**		.280
	.172	.811	.003		.720
Y - E	-.414	.361	.000	.280	
	.586	.639	1.000	.720	

*. Szignifikáns korreláció 0.05 szinten (2-tailed).

**. Szignifikáns korreláció at the 0.01 szinten (2-tailed).

Megj.: Ossz E= Eysenck(1) kérdőív által mért extravertió értéke, Ossz Sz-K= Eysenck(1) kérdőív által mért szociális konformitás értéke, F- Ossz – E= Facebook kérdőív által mért extravertió értéke, F - Ossz - Sz.K= Facebook kérdőív által mért szociális konformitás mértéke, Y-E= YouAreWhatYouLike applikáció által mért extravertió értéke

A következőkben a reál szakon tanuló diákokat ($N=29$) adatait elemeztük. Nem észlelhető együttjárás, viszont fordított korreláció van mind a két kérdőív extravertiója és szociális konformitás eredményei között, ami által feltételezhető, hogy ahogyan az Eysenck(1)-ben csökken az introverzió, úgy csökken a szociális konformitás is.

A korrelációs eredmények közé tartoznak azok a eredmények ahol külön női ($N=26$) és férfi ($N=27$) csoportban elemeztük az eredményeinket a két kérdőív mentén. Itt sem említhetők meg szignifikáns eltérések. Fordított korrelációk találhatók ugyanazon dimenziók között, vagyis a Eysenck(1) kérdőív extravertió alszkalája, valamint az Eysenck(1) kérdőív szociális konformitás dimenziója között. Hasonló (nem szignifikáns) kapcsolat jött ki nőknél és férfiaknál a Facebookos extravertió és a Eysenck(1) kérdőívben lévő szociális konformitás között, tehát ahogyan csökken az Facebookon az introverzió, úgy csökken a szociális konformitás.

A középiskolások ($N=28$) és az egyetemisták ($N=25$) között és eredményeik között sincs szignifikáns eredmény. Fordított korreláció az egyetemistáknál szintén található a Eysenck(1) kérdőív menti extravertióval, illetve szociális konformitással ($r=-0.15$, $p=0.473$).

Ugyanilyen típusú fordított korreláció mondható el a Facebook kérdőívben kapott extravertió, valamint szociális konformitás ($r=-0.232$, $p=0.265$) és a két kérdőív szociális konformitás skálái között ($r=-0.078$, $p=0.713$).

Az első felmérés Facebook kérdőívének utolsó 4 iteme (18.,19.,20.,21.) leíró típusú (Melléklet 2). Ezeknél a kérdéseknél, úgyszintén az SPSS program segítségével megnéztük a kérdésekre adott válaszok gyakoriságát. A 18. kérdésnél több válaszlehetőség közül, többet (2-3) is választhattak a résztvevők. A kérdés a Facebook használatának okát vizsgálta. Az introvertáltak ($N=53$) 71.1%-a kommunikáció, 31.3% „egyéb” okok miatt, 17% azért használja a Facebookot, mert mindenkinek van Facebookja. 5.7% azért használja a Facebookot, hogy tartozzon egy közösséghez, és szintén 5.7% önkifejezés céljából.

A 19-es kérdésnél Facebook használat napi gyakoriságának becslésére kértük a résztvevőket. Az introvertáltak 69.8%-a azt választotta, hogy 1 és 5 alkalom közötti gyakorisággal lép fel a Facebookra, 18.9% 5-15 alkalom között, 3.8% 0 alkalom, valamint 1.9%-a 25 alkalom felett látogatja, napi gyakorisággal, a közösségi oldalt.

A 20. kérdés tartalma azt foglalja magába, hogy mennyi volt a leghosszabb időtartam amíg nem használta, vagy ameddig kibírta, hogy ne használja a Facebookot a személy. 32.1% azt választotta, hogy több mint egy hónapig bírta ki Facebook nélkül, 24.5% több mint egy hónapig, 22.6% 1 és 3 nap között, 15.1% 3 és 10 nap között bírta ki, valamint 5.7%-a az introvertált embereknek, mióta van Facebookja minden nap bejelentkezett (0 nap a Facebook nélkül).

A 21-es kérdés arra vonatkozott, hogy hány napot bírna ki az introvertált személy a Facebook nélkül. 71.7% több mint egy hónapot, 18.9% több mint 2 hétig, 5.7%-a csupán 1 és 3 nap között bírná ki, 3.8%-a 3 és 10 nap között, valamint senki sem választotta azt az opciót miszerint egy napig sem bírná ki Facebook nélkül.

Független mintás t-próba alkalmazása introvertáltak és extravertáltak csoportjának összehasonlítására

Független mintás t-próbát (Independent-Samples T Test) alkalmaztunk az introvertált ($N=53$) és extravertált ($N=192$) személyek összehasonlítására. Az összehasonlítás a következő kategóriák mentén történt: nem szerinti, Eysenck(1) kérdőívénél elért extravertió és szociális konformitás szint, Facebook kérdőívénél elért extravertió és szociális konformitás szint, valamint a YouAreWhatYouLike applikáció extravertió dimenziója mentén.

Az extravertáltak és introvertáltak közti különbséget a Táblázat 4 adatai foglalja össze. A nemek dimenziója mentén nem szignifikáns az eltérés: férfiak és nők, introvertált és

extravertált csoportjában nincs nagy számbeli különbség, nincs lényegesen több férfi introvertált vagy férfi extravertált a nőkhöz képest: introvertáltak, extravertáltak. Viszont erős szignifikáns különbség van a két csoport között az Eysenck(1) kérdőívénél elért extraverzió értékeinél. Erős szignifikancia található ugyanezen kérdőív szociális konformitás skáláján mentén, ami utal arra hogy az introvertáltaknak magasabb a szociális konformitásuk a valós életben, az extravertáltakhoz viszonyítva. Facebook kérdőív extraverziója mentén szintén szignifikáns a különbség a két csoport közt. Az introvertáltak az extravertáltakhoz képest kevésbé mutatkoznak extravertáltnak a Facebookon keresztül. Ugyanezen kérdőívénél a szociális konformitásnál nincs szignifikánsan kiemelkedő különbség a csoportok közt. A Facebookos YouAreWhatYouLike applikáció mentén sincs szignifikáns különbség.

Független mintás t-próba alkalmazása introvertáltakon belül létrehozott csoportok összehasonlítására

A következő vizsgálatokban csakis az introvertáltakat ($N=53$) mértük fel, és azon belül hoztunk létre csoportokat. Iskolázottság (középiskola és egyetem), nem (férfi és nő), és szak típusa (humán és reál) szerint hasonlítottuk össze az introvertáltakat. A csoportok összehasonlítására újból Független mintás t -próbát (Independent-Samples T Test) alkalmaztunk, a következő dimenziók mentén: Eysenck(1) kérdőívénél elért extraverzió és szociális konformitás szint, Facebook kérdőívénél elért extraverzió és szociális konformitás szint.

Táblázat 4*Extravertáltak és introvertáltak közti különbségek*

	Extraverzió	N	M	SD	t(df)	p
Nem	1	53	1.49	.51	-1.27(243)	.204
	2	192	1.59	.49		
Ossz E	1	53	8.55	1.93	-19.80(243)	.000
	2	192	15.28	2.25		
Ossz Sz-K	1	53	9.43	3.40	3.92(243)	.000
	2	192	7.44	3.24		
F-Ossz-E	1	53	3.25	2.08	-2.51(243)	.013
	2	192	4.13	2.29		
F-Ossz-Sz.K	1	53	2.87	1.28	-.83(243)	.406
	2	192	3.02	1.15		
Y-E	1	15	46.53	16.77	-1.69(84)	.095
	2	71	56.41	21.23		

Megj.: Ossz E= Eysenck(1) kérdőív által mért extraverzió értéke, Ossz Sz-K= Eysenck(1) kérdőív által mért szociális konformitás értéke, F- Ossz – E= Facebook kérdőív által mért extraverzió értéke, F - Ossz - Sz.K= Facebook kérdőív által mért szociális konformitás mértéke, Y-E= YouAreWhatYouLike applikáció által mért extraverzió értéke.
1=introvertáltak, 2=extravertáltak

A felmért egyetemisták és középiskolások közt nincs szignifikáns különbség se az Eysenck(1) kérdőív extraverziója és szociális konformitás, sem a Facebook kérdőív szociális konformitás skálája mentén. Egyedüli szignifikáns különbség a csoportok közt a Facebook kérdőív extraverzió skálájának mentén van (Táblázat 5). Következésképp az egyetemisták kevesebb mint egy pont különbséggel introvertáltabbnak értékelték magukat a Facebookon, mint a középiskolások.

Táblázat 5*Iskolázottság mentén csoportosított introvertáltak közti különbségek*

	Iskolázottság	N	M	SD	t(df)	p
Ossz E	BA	25	8.40	1.96	-.51(51)	.606
	K	28	8.68	1.94		
Ossz Sz-K	BA	25	9.80	3.53	.73(51)	.464
	K	28	9.11	3.30		
F-Ossz-E	BA	25	2.60	2.23	-2.20(51)	.032
	K	28	3.82	1.78		
F-Ossz-Sz.K	BA	25	2.96	1.39	.48(51)	.627
	K	28	2.97	1.19		

Megj.: Ossz E= Eysenck(1) kérdőív által mért extraverzió értéke, Ossz Sz-K= Eysenck(1) kérdőív által mért szociális konformitás értéke, F- Ossz – E= Facebook kérdőív által mért extraverzió értéke, F - Ossz - Sz.K= Facebook kérdőív által mért szociális konformitás mértéke, BA=egyetemisták, K=középsikolások.

Nemek mentén semmilyen szignifikáns különbség sincs az introvertáltak közt: sem az Eysenck(1) kérdőív extraverziója (férfiak ($M=8.41$, $SD=1.98$), nők ($M=8.69$, $SD=1.91$); $t(51)= -.53$, $p=.597$), sem szociális konformitása mentén (férfiak ($M=8.96$, $SD=3.14$), nők ($M=9.92$, $SD=3.64$); $t(51)= -1.02$, $p=.309$), sem a Facebookos kérdőív extraverzió (férfiak ($M=3.19$, $SD=2.48$), nők ($M=3.31$, $SD=1.61$); $t(44.93)= -.21$, $p=.83$) és szociális konformitás (férfiak ($M=2.81$, $SD=1.41$), nők ($M=2.92$, $SD=1.164$); $t(51)= -.304$, $p=.763$) skálája mentén sem. Introvertált férfiak és nők között nincs különbség.

Szak típusa mentén külön humán és reál csoportra osztottuk az introvertáltakat, a két csoport közt semmilyen szignifikáns különbséget nem találtunk: sem az Eysenck(1) kérdőív extraverziója (humán ($M=8.83$, $SD=1.63$), reál ($M=8.31$, $SD=2.15$); $t(51)=.97$, $p=.333$), sem szociális konformitása mentén (humán ($M=9.83$, $SD=3.58$), reál ($M=9.10$, $SD=3.26$); $t(51)= .77$, $p=.442$), sem a Facebookos kérdőív extraverzió (humán ($M=3.17$, $SD=2.12$), reál ($M=3.31$, $SD=2.089$); $t(51)= -.24$, $p=.805$) és szociális konformitás (humán ($M=2.54$, $SD=1.21$), reál ($M=3.14$, $SD=1.30$); $t(51)= -1.71$, $p=.093$) skálájának mentén. Humán és reál tagozaton tanuló introvertáltak között nincs különbség.

2.3. 2.Tanulmány

2.3.1 Hipotézis

A második hipotézisünk, amely a mi kutatásunkban nem teljesen, de független az elsőtől: Az introvertált személy felismerhető Facebook profilján keresztül.

2.3.2 Módszer és eljárás

2.3.2.1. Résztvevők

Az második felmérés résztvevői ($N=104$) 55%-a nő, 45%-a férfi, az életkor 18 és 27 között ($M_{\text{életkor}} = 19.99$, $SD=1.998$), kolozsvári Babeş-Bolyai egyetemen tanuló első éves hallgatók, akik pszichológia ($N=38$, 82% nő, 18% férfi), informatika ($N=52$, 23% nő 77% férfi), és gyógypedagógia ($N=14$, 100% nő), szakon végzik tanulmányaikat.

2.3.2.1. Eszközök

Az első tanulmányban a résztvevőket az Eysenck(1) kérdőív alapján két kategóriába csoportosítottuk: introvertáltak (akiknek eredményei ≤ 10) és extravertáltak (akik eredményei > 10). A második felmérésnél Facebook profilokat mutattunk be, ezért általunk első tanulmányban felmért introvertált és extravertált egyetemisták profiljait vizsgáltuk a következő dimenziók mentén: ismerősök száma, képek száma, bejelölt képek száma, posztok száma és az ezekre vonatkozó likekok száma 2014-ben, likeolt oldalak száma, adatok kitöltöttsége. A felsorolt kategóriák mentén megvizsgáltuk az összes introvertált ($N=53$) és ugyanennyi extravertált egyetemista profilját. Külön átlagokat számoltunk az introvertáltakra és külön az extravertáltakra, az említett 7 dimenzió mentén. A profilokat ezen átlagok és dimenziók mentén 4 csoportba osztottuk:

Introvertált személyek:

- akik Facebookon introvertáltnak tűnnek és a való életben is introvertáltak (introvertált/introvertált): ismerősök száma(≤ 480), képek száma(≤ 47), bejelölt képek száma(≤ 67), posztok száma(≤ 10) és az ezekre vonatkozó likekok száma(≤ 10) 2014-ben, likeolt oldalak száma(≤ 121), adatok kitöltöttsége(≤ 3)
- akik Facebookon extravertáltnak tűnnek, de valós életben introvertáltak (introvertált/extravertált): ismerősök száma(> 480), képek száma(> 47), bejelölt képek száma(> 67), posztok száma(> 10) és az ezekre vonatkozó likekok száma(> 10) 2014-ben, likeolt oldalak száma(> 121), adatok kitöltöttsége(> 3).

Extravertált személyek:

- akik Facebookon introvertáltak tűnnek, de a valós életben extravertáltak (extravertált/introvertált): ismerősök száma(≤ 863), képek száma(≤ 227), bejelölt képek száma(≤ 244), posztok száma(≤ 22) és az ezekre vonatkozó likek száma(≤ 14) 2014-ben, likeolt oldalak száma(≤ 399), adatok kitöltöttsége(≤ 3)
- akik Facebookon extravertáltak tűnnek és a valós életben is extravertáltak (extravertált/extravertált): ismerősök száma(> 863), képek száma(> 227), bejelölt képek száma(> 244), posztok száma(> 22) és az ezekre vonatkozó likek száma(> 14) 2014-ben, likeolt oldalak száma(> 399), adatok kitöltöttsége(> 3)

A 4 kategóriából kivettük az extravertált/extravertált személyeket, mivel kutatásunk szempontjából a másik három dimenzió relevánsabb, s a 3 kategória mentén 6 sablonprofil (3 humán, valamint 3 reál tagozaton tanuló személyek profiljait) választottunk az első felmérésben kiértékelt introvertáltak és extrovertáltak közül.

A második felmérésnél a résztvevők egy kérdőívet kellett kitöltsenek a bemutatott profilok alapján. A kérdőív elején a résztvevők személyes adataikat kellett megadják: név/azonosító, nem, kor, osztály/évfolyam, szak típusa, illetve a konkrét szak, amin tanulnak. A három profil kiértékelését a kérdőív végén található táblázat kitöltése jelentette.

Az alkalmazott Eysenck(2) kérdőív, az EPQ (Eysenck,1975) személyiségkérdőív egy általunk módosított változata. Az eredeti kérdőívnek egyik alskáláját (extraverzió) és az ahhoz tartozó itemeket (17 item) adaptáltuk, és úgy alakítottuk át a kijelentéseket, hogy azok a bemutatott profil tulajdonosának személyiségére vonatkozzanak (pl. Szerinted a bemutatott személy: 4. Szabadidejében szívesen jár vidám társaságba, és ott jól érzi magát?). A kijelentésekre a résztvevőknek „igen”, vagy „nem”-mel kell válaszolniuk, és válaszaikat egy „x”-el kell jelölniük a kijelentések után lévő 3 táblázatban. Az első táblázat, az első profil személyére, a második táblázat, a második profil személyére, a harmadik, pedig a harmadik bemutatott személyre és az azokhoz tartozó kijelentésekre vonatkozik. Mivel a kérdőív 17 extraverzióra vonatkozó itemből áll, ezért az értékelésnél a 8 pontnál kisebb értéket elérő profilok személyei a Facebookon keresztül az introvertált kategóriába sorolhatóak, míg 8 pont feletti értéket elérő, bemutatott személyek a virtuális világon keresztül az extravertált kategóriába illeszthetők.

2.3.2.3. Kutatási design

Második tanulmányunkban kvázikísérleti designt alkalmaztunk, három Facebook profil bemutatásával (független változók) és ezek kérdőíves kiértékelésével tettük mérhetővé az

introvertált személyek felismerhetőségének mértékét. A három független változó, három különböző kategóriát képviselő Facebook profil:

- az első profil egy a való életben extravertált, Facebook profilján keresztül pedig introvertáltnak tűnő személyt mutat be (extravertált/introvertált)
- a második profil introvertált személy, introvertáltnak tűnő Facebook személyiségjellemzőkkel (introvertált/introvertált)
- a harmadik profil pedig egy introvertált személyé, aki Facebookon keresztül extravertált személynek tűnik (introvertált/extravertált)

A bemutatott Facebook profilok 6 (3 humán, 3 reál szakon tanuló egyetemista) általunk felmért valós személyek tulajdonai, akik a *Beleegyező nyilatkozat* aláírásával engedélyt adtak Facebook profiljaik bemutatására.

2.3.2.4. Vizsgálati eljárás

A felmérés két időpontban és két helyszínen történt. Az első időpontban a gyógypedagógia és pszichológia szakos diákok, a Pszichológia kar intézetében, míg a második időpontban informatika szakon tanuló egyetemisták, a Babeş-Bolyai Egyetem főépületének egyik termében vettek részt a kísérletben, két vizsgálatvezető és egy tanár jelenlétében. A kísérlet elején a diákok információkat kaptak a kutatásról, mely az Erdélyi Tudományos Diákköri Konferenciára készül és témája a személyiség és annak felismerhetősége Facebookon keresztül. A résztvevők jogainak ismertetése következett: nem kötelező a felmérésben való részvétel, a résztvevők adatait csakis a kutatás céljából, bizalmasan használnak fel. Ezek után ki lettek osztva a kérdőívek azoknak, akik elfogadták a kísérletben való részvétel feltételeit. Felhívtuk a figyelmet a kérdőív pontos kitöltési menetére: az első oldalon a személyes adatok kitöltése után Facebook profilokon keresztül bemutatott személyekre vonatkozó kijelentésekre kell „igen”-nel vagy „nem”-mel válaszoljanak, válaszaikat pedig az utolsó oldalon található táblázatba jegyezzék be. A három táblázat, a bemutatott három személy kiértékelését kell tartalmazza, a kiértékelés pedig a kijelentések megválaszolásával valósul meg. A kérdőív kitöltésének módja után, utaltunk azokra a pontokra, amelyek figyelmüket ne kerüljék el egy profil megtekintése közben: ismerősök, fényképek, albumok, posztok, likeolt oldalak, adatok. A profilok ismertetése szisztematikusan, szabályosan felépített sablont követve történt, mindegyik rész 10-20 másodperces időtartamú bemutatást vett igénybe: először a személy profiljának felső részét (borítóképpel, profilképpel) ismertettük, majd 2014-es posztokat amelyek a személy üzenőfalán megjelentek, adatokat, fényképeket (saját és mások által bejelölt), albumokat,

ismerősöket, likeolt oldalakat, csoportokat (aminek tagja). Első az extravertált/introvertált személy profiljának bemutatása volt, majd az introvertált/introvertált, s végül az introvertált/extravertált egyetemista profilját ismertették. Minden bemutatott profil után elegendő idő állt a diákok rendelkezésére, hogy megfelelően kitöltsék a profilokhoz tartozó kérdőívet és táblázatot. Miután mindenki kitöltötte a kérdőív adott részét, csak azután következett a következő profil bemutatása. Pszichológia és gyógypedagógia szakos hallgatókkal való kísérletben a bemutatott 3 profil tulajdonosai a reál szakon tanuló egyetemisták voltak, míg az informatika szakos hallgatóknál, pszichológia karon lévő hallgatók profiljait mutattuk be, annak érdekében, hogy minimálisra csökkentsük annak az esélyét, hogy az egyének ismerjék a Facebookon bemutatott személyt. A kísérlet mindkét helyszínen 30-30 percet vett igénybe.

2.3.3. Az eredmények bemutatása és értelmezése

A második felmérésnél vizsgáltuk az introvertált személyek Facebookon keresztül való felismerhetőségét. A vizsgálat adatait az IBM SPSS Statistics 20 programban dolgoztuk fel. Ebben a részben is több esetet tárgyalunk a Független mintás *t*-próba alkalmazásával (humán és reál, illetve nők és férfiak közti különbségek). Második felmérésünk nem tartalmaz középiskolás diákokat, csakis az egyetemisták ($N=104$) értékelik ki a 3 bemutatott sablon Facebook profilt (lásd 2.3.2.1. Eszközök). Az egyetemisták átlaga, minimum és maximum értéke a 3 bemutatott profil személyeinek megbecsült extraverziója szerint (Táblázat 6): extravertált/introvertált profilnál, introvertált/introvertált profilnál, és introvertált/extravertált profilnál.

Táblázat 6

A résztvevők a három bemutatott profilra adott értékeinek leíró statisztikai adatai

Bemutatott profilok	N	Min.	Max.	M	SD
Ossz - e/i	104	4	17	11.71	2.90
Ossz - i/i	104	1	15	6.37	3.68
Ossz - i/e	104	4	17	12.30	3.18

Megj. Ossz-e/i= extravertált személy, aki Facebook profilján keresztül introvertáltnak tűnik, Ossz-i/i= introvertált személy, aki Facebook profilján keresztül introvertáltnak tűnik, Ossz-i/e= introvertált személy, aki Facebook profilján keresztül extravertáltnak tűnik.

Facebook profilokat értékelő egyetemistákat, nem szerint két csoportba osztottuk. A két csoport közti összehasonlításnál nincs szignifikáns különbség, egyik profil felismerhetőségénél sem: férfiak ($M=11.30$, $SD=2.83$) és nők ($M=12.05$, $SD=2.94$) extravertált/introvertált személy profiljánál: $t(102)=-1.323$, $p=.189$, férfiak ($M=5.64$, $SD=3.253$) és nők ($M=6.98$, $SD=3.930$) introvertált/introvertált személy profiljánál: $t(101.997)=-1.908$, $p=.059$; férfiak ($M=12.00$, $SD=3.407$) és nők ($M=12.54$, $SD=3.006$) introvertált/extravertált személy profiljánál: $t(102)=-.864$, $p=.389$. Az átlagokat figyelembe véve nők, férfiak egyaránt felismerték a Facebookon bemutatott személyek reális extraverziójának mértékét extravertált/introvertált és introvertált/introvertált személyek profiljánál, viszont az introvertált/extravertált személynél az egyént extravertáltnak értékelték.

Második csoportosítást a szak típusa mentén határoztuk meg, így elkülönítve a humán illetve reál szakon tanuló egyetemistákat. A két csoport közti összehasonlításnál nincs szignifikáns különbség a következő két profil felismerhetőségénél: extravertált/introvertált személy és introvertált/introvertált személy (Táblázat 7). Egyedüli szignifikáns érték az introvertált/extravertált személy profiljánál vehető észre. A humán tagozaton tanuló egyetemisták, szignifikánsan nagyobb értéket adtak az introvertált/extravertált személynek, amiből az következik, hogy a reál tagozatosok jobban felismerték az adott személyiségtípust. Az átlagokat figyelembe véve egyik tagozat sem ismerte fel az egyén valódi extraverziójának mértékét (azt, hogy az egyén a valós életben introvertált).

A humán szakon tanuló diákok sokkal extravertáltabbnak látták a profilokat, mint a reál szakon tanuló diákok ($M_{i/e}=13.44$).

Táblázat 7*Humán és reál szakos egyetemisták közti különbségek a profilok értékelése mentén*

Bemutatott profilok	Szak típusa	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>t(df)</i>	<i>p</i>
Ossz-e/i	humán	11.96	3.02	.87(102)	.383
	reál	12.46	2.78		
Ossz-i/i	humán	6.83	3.50	1.25 (102)	.213
	reál	5.92	3.83		
Ossz-i/e	humán	13.44	2.21	3.90(84.843)	.000
	reál	11.15	3.59		

Megj. Ossz-e/i= extravertált személy, aki Facebook profilján keresztül introvertáltnak tűnik, Ossz-i/i= introvertált személy, aki Facebook profilján keresztül introvertáltnak tűnik, Ossz-i/e= introvertált személy, aki Facebook profilján keresztül extravertáltnak tűnik.

2.4. Következtetések

Az első felmérés korrelációinak egyes eredményei bár nem szignifikánsak, de utalnak arra, hogy több adattal, pontosabb eredményt kaphatnánk a hipotézisünkre nézve. Eddigi eredményeink alapján feltételezhetjük, hogy minél inkább introvertáltabb a személy a valós életben, annál inkább mutat egy nem valós képet a Facebookon, sokkal szociálisabbnak tűnik. Fontos megjegyezni, hogy a nagyszámú adatunkból, a résztvevők közel 20%-a introvertált.

Az első felmérés Független mintás *t*-próba által kapott eredményeinél az introvertáltak és az extravertáltak közötti különbséget is észlelhetjük. Eredményként azt kaptuk, hogy az introvertáltaknak magasabb a szociális konformitásuk a valós életben, az extravertáltakhoz viszonyítva, tehát az introvertáltak a valós életben jobban meg akarnak felelni az elvárásoknak (ezáltal a reális énképüktől eltérő képet mutatnak magukról), mint az extravertáltak. Ez a következtetés az eredmények alapján a Facebookos szociális konformitásra is vonatkoztatható: magasabb extraverziójú személynek mutatják magukat, mint amilyenek a való életben. Ezzel kapcsolatosan a kutatások egészen megoszlanak. Több kutatás is azt állítja, hogy az introvertáltaknak több barátjuk van Facebookon (Skues, Williams és Wise, 2012), illetve hogy az introvertáltaknak kényelmesebb a Facebookon való beszélgetés (Ebeling-Witte, Frank és Lester, 2007), és hogy hasznos önfeltárási és

beszélgetési eszköznek tartják a szociális hálót (Jin, 2013). Ezek azok a kutatások amelyek bár nem közvetlenül, de közvetetten utalnak arra, hogy az introvertáltak esetében nagy az esély hogy valótlan képet mutassanak magukról, hiszen számukra ez segítség és eszköz. Nyilvánvalóan a kutatásunk során kapott adatok és eredmények alapján, kizárólagosan tudtunk következtetni egyes szempontok mentén, így további fejlesztés szükséges a jövőben ezek kiküszöbölésére. Kapott eredményeinket, miszerint az introvertáltak leginkább kapcsolat fenntartásra használják a Facebookot, más kutatások is alátámasztják (Chen és Marcus, 2012). Egyes kultúrákban, Chen és Marcus (2012) kutatása alapján, azokat az embereket akiknek alacsony az extraverzió szintjük kevésbé ítélnék őszintének, ez szintén alátámasztja a mi eredményeinket, az introvertált embereknek magas a szociális konformitásuk, jobban meg akarnak felelni a környezetnek, mint extravertált társaik, ezáltal nem egy reális, őszinte énképet mutatnak magukról a környezetnek. Elmondhatjuk azt, hogy az egyetemisták kevesebb, mint egy pont különbséggel introvertáltabbnak értékelték magukat a Facebook kérdőíven keresztül, mint a középiskolások.

A második felmérésnél a résztvevők átlaga felismerte az első (extravertált/introvertált) és a második (introvertált/introvertált) profilok valódi személyiségtípusát. Első esetben Eysenck(1) kérdőív által extravertált kategóriába tartozó személyiséget, introvertáltnak tűnő Facebookja ellenére mégis extravertáltnak értékelték a résztvevők. Második esetben is felismerték az egyén reális énképét és introvertáltnak értékelték a profilt, ahol valós képet, introvertáltnak mutatja magát az egyén. Harmadik bemutatott egyénnél az Eysenck(1) kérdőív által introvertált kategóriába eső személyt extravertáltnak tűnő profilján keresztül, extravertáltnak is értékelték, ebben az esetben nem reális énképet mutat az egyén magáról Facebookon. Az első esetben bemutatott sablon profil sem mutat reális képet az egyénről (introvertáltnak mutatja a 7 dimenzió alapján- lásd 2.3.2.1. Eszközök), mégis a résztvevők felismerték azt, hogy az egyén extravertált.

Következtetésképpen levonhatjuk, hogy az extravertált személy Facebook profilja, tulajdonságaitól függetlenül, felismerhető saját korosztálya által (átlag korosztály 18-26 év). Az introvertált személy valós személyisége csak akkor ismerhető fel, ha az egyén valós képet mutat magáról a Facebookon. Ha extravertáltnak tűnik (az általunk meghatározott 7 dimenzió mentén), a résztvevők is extravertáltnak fogják értékelni, ha pedig introvertált profiljellelmzőkkel rendelkezik, akkor introvertáltnak.

A reál tagozatos egyetemisták az utolsó esetről (introvertált/extravertált profilról), a humán tagozatos egyetemistákhoz képest alacsonyabb extraverziót értékelték a bemutatott introvertált személynek, aki profilján keresztül extravertáltnak tűnik (a 7 dimenzió mentén).

Következtetésképpen jobban felismerték az adott személyiségtípust, de az átlagokat figyelembe véve egyik tagozat sem ismerte fel az egyén valódi extravertiójának mértékét (azt, hogy az egyén a valós életben introvertált). Az, hogy a reál tagozatosok jobban megbecsülték az egyén valós extravertióját annak köszönhető, hogy objektívebben tekintettek az adott személyre, míg a többi diák humán tudományokat tanulván sokkal kritikusabb szemmel nézték a profilokat, és szakmabeli értékeléseket vihettek bele.

2.4.1.A kutatás korlátai és továbbfejlesztési lehetőségei

A kutatás korlátai közé sorolhatjuk az aránylag kis mintaszámot (első tanulmány $N=245$, második tanulmány $N=102$). Még nagyobb mintán való vizsgálat esetén még pontosabb és általánosíthatóbb eredményeket kaphatunk. További korlátok közé sorolhatjuk, hogy tanulmányunk mindkét felében egy bizonyos korosztályt (első tanulmányban 15-26 év közötti diákok, második tanulmányban 18-25 év közötti diákok) vizsgáltunk, mely általánosítás szempontjából szintén korlátozza az eredményeket, viszont egyben erősíti is, mert egy bizonyos kategórián specifikusan meghatározott. Korlátok közé sorolhatjuk az egy dimenzió (extravertió) menti vizsgálatot. Több vonás figyelembe vétele által, a személyről egy részletesebb, komplexebb kép alakul ki ezáltal nagyobb korrelációt kaphatunk az eredményeinknél. Egy további hátrány, hogy a Youarewhatyoulike applikáció kitöltése és beküldése, avagy ezeknek az adatoknak az összegyűjtése nem volt teljes mértékben sikeres. Bár a program nagyon jónak bizonyul, több eredményre lett volna szükségünk a biztosabb számításokhoz.

A második tanulmány továbbfejlesztésénél megvizsgálhatnánk a másod- és harmadéves diákokat is, valamint nem csak humán és reál tudományokon, hanem több szakon tanulókat pl. természettudományokon, sporttudományokon vagy művészeteken. Azon belül vizsgálni lehetne, hogy van-e összefüggés a karok és a reális énkép felismerhetősége között, Facebookon keresztül.

Továbbá az első és második tanulmányt összeköthetnénk és vizsgálhatnánk, hogy introvertált illetve extravertált személyek, hogyan és milyen különbségekkel ismerik fel a bemutatott Facebook profilokat. Eredményeikben értelmezhetjük, hogy az egyik vagy másik kategória ismeri-e fel jobban a saját személyiségtípusát.

Bibliográfia

Internetes referenciák

Alexa Internet Inc. (2011). Alexa top 500 global sites. Retrieved from <http://www.alexa.com/topsites> Accessed 23.04.14.

Boyd, D. M., & Hargittai, E. (2010). Facebook privacy settings: Who cares? *First Monday*, 15(8), Retrieved from <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/3086/2589>

Facebook (2014). Using Facebook. Retrieved from <http://www.facebook.com/help/?section=using>.

Facebook (2014, January). Facebook Statistics. Retrived from <http://www.statisticbrain.com/facebook-statistics/>

Facebook Newsroom (2014, March). Statistics. Retrived from <http://newsroom.fb.com/company-info/>

Fitzgerald, B. (2012). More women on Facebook, Twitter and Pinterest than men. Retrieved from http://www.huffingtonpost.com/2012/07/09/women-facebook-twitterpinterest_n_1655164.html.

Kosinski, M., Stillwell, D. & Graepel, T. (2013, February) Private traits and attributes are predictable from digital records of human behavior. Retrived from <http://www.pnas.org/content/early/2013/03/06/1218772110.full.pdf+html>

Selfie addicts at risk for mental disorders (2014, Mar 31). University Wire. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/1511962694?accountid=8013>

Smith, C., (2014, April). How many people use 416 of the top social media, apps and tools?. Retrieved from http://expandedramblings.com/index.php/resource-how-many-people-use-the-top-social-media/3/#.U1oRjFV_tOJ

Cikkek, könyvek

Allport, G. W (1985). *The historical background of social psychology*. In: Lindzey, G;

Aronson, E. *The Handbook of Social Psychology*. New York: McGraw Hill

Amichai-Hamburger, Y., Wainapel, G., & Fox, S. (2002). On the Internet no one knows I'm an introvert: Extraversion, neuroticism, and Internet interaction. *CyberPsychology and Behavior*, 5(2), 125–128.

Asendorpf, J. B., & Wilpers, S. (1998). Pearsonality effects on social relationships. *Journal of Pearsonality and Social Psychology*, 74(6), 1531–1544.

- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210–230.
- Chen, B. & Marcus, J. (2012). Students' self-presentation on Facebook: An examination of Pearsonality and self-construal factors. *Computer in Human Behavior*, 28(2012), 2091-2099.
- Ebeling-Witte, S., Frank, M. L., & Lester, D. (2007). Shyness, Internet use, and Pearsonality. *CyberPsychology and Behavior*, 10(5), 713–716. doi:10.1089/cpb.2007.9964.
- Eysenck, H.J. (1965) *Fact and Fiction in Psychology (4th Edition)* Harmondsworth-Middlesex, England: Penguin Books Ltd.
- Goldberg, L. R. (1990). An alternative “description of Pearsonality”: The Big-Five factor structure. *Journal of Pearsonality and Social Psychology*, 59, 1216–1229
- Hargittai, E. (2008). Whose space? Differences among users and non-users of social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 276–297. doi:10.1111/i.1083-6101.2007.00396.x.
- Jin, B. (2013). How lonely people use and perceive Facebook. *Computer in Human Behavior*, 29(2013), 2463-2470.
- Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V., & Crawford, A. (2002). Internet paradox revisited. *Journal of Social Issues*, 58(1), 49–74.
- McCrae, R. R., & John, O. P. (1992). An introduction to the Five-Factor model and its applications (special edition). *Journal of Pearsonality*, 60, 175–215.
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. *CyberPsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(4), 357–364. doi:10.1089/cyber.2009.0257.
- Mirics, Zs. (2006) *A személyiség építőkövei. Típus-,vonás- és biológiai elméletek*. Budapest: Bölcsész Konzorcium
- Nadkarni, A. & Hofman, S.G. (2011). Why do people use Facebook?, *Pearsonality and Individual Differences*, 52(2012), 243-249.
- Orr, E. S., Sisic, M., Ross, C., Simmering, M. G., Arseneault, J. M., & Orr, R. R. (2009). The influence of shyness on the use of Facebook in an undergraduate sample. *CyberPsychology and Behavior*, 12(3), 337–340. doi:10.1089/cpb.2008.0214.
- Peck, D. & Whitlow, D. (1983) *Személyiségelméletek*. In: Kardos L. (Szerk.). Budapest: Gondolat kiadó
- Pervin, L.A. (Ed.) (2003). *The Science of Pearsonality. Second Edition*. Oxford University Press

Rosen, L.D., Whaling, K., Rab, S., Carrier, L.M. & Cheever, N.A. (2013). Is Facebook creating “iDisorders”? The link between clinical symptoms of psychiatric disorders and technology use, attitudes and anxiety. *Computer in Human Behavior*, 29(2013),1243-1254

Sheldon, P. (2013). Voices that cannot be heard: Can shyness explain how we communicate on Facebook versus face-to-face?. *Computer in Human Behavior*, 29(2013), 1402-1407.

Skues, J.L., Williams, B. & Wise, L. (2012). The effects of Pearsonality traits, self-esteem, loneliness, and narcissism on Facebook use among university students. *Computer in Human Behavior*, 28(2012, 2414-2419.

Tufekci, Z. (2008). Grooming, gossip, Facebook and Myspace. *Information, Communication, and Society*, 4(11), 544–564. doi:10.1080/13691180801999050.

Winter, S., Neubaum, G., Eimler, S.C., Gordon, V., Theil, J., Hermann, J., ... Krämer, N.C. (2014) Another brick in the Facebook wall – How Pearsonality traits relate to the content of status updates, *Computer in Human Behavior*, 34(2014), 194-202.

Mellékletek

Melléklet 1

Eysenck (1) kérdőív

Kérlek olvasd el figyelmesen az alábbi kijelentéseket, és jelöld be azokat amelyek legjobban illenek rád. Adataidat bizalmasan kezeljük. Tanáraid, csoporttársaid nem fogják megtudni válaszaidat.

*Kötelező

Kérlek add meg a neved

Nem *:

Férfi

Nő

Kor * :

Osztály/Évfolyam * :

Szak típusa *

Humán

Reál

Milyen szakon végzed a tanulmányaidat?

1. Sokféle hobbija van? *
2. Mielőtt valamit tesz jól átszokta gondolni? *
3. Előfordult már, hogy elfogadta a dicséretet olyanért, amiről tudja, hogy valaki más tette? *
4. Beszédes Ön? *
5. Volt már olyan mohó, hogy többet szerzett meg valamiből, mint amennyi megillette? *
6. Élénk Ön? *
7. Ha megígéri, hogy valamit meg fog tenni mindig megtartja ígéretét, bármilyen kellemetlen is az? *
8. Ha ideje engedi, szívesen jár vidám társaságba, és ott jól érzi magát? *
9. Szeret új ismeretséget kötni? *
10. Csak jó szokásai vannak? *
11. Társas összejöveteleken szívesebben marad háttérben? *

12. Előfordult már, hogy elvett valamit (akárcsak egy tűt vagy gombot) ami másé volt? *
13. Szeret társaságba járni? *
14. Előfordult már, hogy olyan dolgokról beszélt, amihez nem értett? *
15. Jobban szeret olvasni, mint emberekkel együtt lenni? *
16. Sok barátja van? *
17. Gyermekkorában azonnal és szó nélkül megtette amit mondtak önnek? *
18. Könnyelműnek tartja magát? *
19. Előfordult már, hogy eltört vagy elveszített valamit ami nem volt az Öné? *
20. Barátkozásban általában Ön a kezdeményező? *
21. Néha dicsekszik egy kicsit? *
22. Könnyen fel tud vidítani egy unatkozó társaságot? *
23. Idegesítik az olyan emberek akik túl óvatosan vezetnek? *
24. Mondott már valaha rosszatt valakiről? *
25. Szeret a barátainak vidám történeteket, vicceket mesélni? *
26. Gyermekkorában előfordult már, hogy szemtelen volt szüleivel? *
27. Szeret elvegyülni az emberek közt? *
28. Étkezés előtt mindig kezet mos? *
29. Majdnem mindig kész felelete van az emberek kérdésére? *
30. Szeret a megbeszélte találkozóra inkább jóval korábban érkezni? *
31. Csalt már társasjátékban? *
32. Szereti az olyan feladatot, amiben gyorsan kell dönteni? *
33. Előfordult már, hogy kihasznált valakit? *
34. Sokat foglalkoztatja a külseje? *
35. Kibújna az adófizetés alól, ha biztos lenne, hogy sosem fedezik fel? *
36. Tud egy társaságban jó hangulatot teremteni? *

37. Mindig úgy cselekszik, ahogy azt másoktól is elvárja? *

38. Elkésett már valaha egy találkozóról vagy a munkahelyéről? *

Sorszám	Válaszok	
	Igen	Nem
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14		
15		
16		
17		
18		
19		
20		
21		
22		
23		
24		
25		
26		
27		
28		
29		
30		
31		
32		
33		
34		
35		
36		
37		
38		
39		
40		
41		
42		

39. Szereti a nyüzsgést, izgalmat maga körül? *

40. Időnként holnapra halasztja, amit ma kellene megtennie? *

41. Az emberek nagyon élénknek tartják Önt? *

42. Mindig kész elismerni ha hibázott? *

Melléklet 2

Facebook kérdőív

Kérlek olvasd el figyelmesen az alábbi kijelentéseket, és jelöld be azokat amelyek legjobban illenek rád. Adataidat bizalmasan kezeljük. Tanáraid, csoporttársaid nem fogják megtudni válaszaidat.

*Kötelező

Azonosító *

Kérlek add meg a neved

Nem *:

Férfi

Nő

Kor * :

Osztály/Évfolyam * :

Szak típusa *

Humán

Reál

Milyen szakon végzed a tanulmányaidat?

1. Szociálisabb vagy Facebookon, mint a valós életben? *

Igen

Nem

2. Inkább megosztod gondolataid/képeid Facebookon, mint a valós életben? *

Igen

Nem

3. Sokkal vidámabbnak mutatkozol Facebookon, mint a mindennapokban? *

Igen

Nem

4. Reális képet mutat a Facebook Rólad? *

Igen

Nem

5. Több pozitív, mint negatív képet osztasz meg az üzenőfaladon? *

Igen

Nem

6. Inkább Facebookon ápolod a kapcsolataidat (barátokkal, családdal, ismerősökkel)? *

Igen

Nem

7. Többet beszélgetsz Facebookon a barátokkal, mint előben? *

Igen

Nem

8. Facebookon (sokkal) kezdeményezőbb vagy, mint a valós életben? *

Igen

Nem

9. Könnyebben kifejezed magad a virtuális világon keresztül, mint a való életben? *

Igen

Nem

10. El tudnád képzelni az életed Facebook nélkül? *

Igen

Nem

11. Többször is átgondolod vagy átfogalmazod azt amit kiraksz, megosztasz? *

Igen

Nem

12. Fontosnak tartod, hogy mit reagálnak mások a Facebookon való megnyílvánulásaidra? *

Igen

Nem

13. Egyezik a Facebook profilod, a saját személyiségeddel? *

Igen

Nem

14. Szerinted hiteles az a kép, amit barátaid mutatnak magukról, Facebookon keresztül? *

Igen

Nem

15. Ismeretlen/alig ismert embereket is visszaigazolsz? *

Igen

Nem

16. Szeretsz új emberekkel megismerkedni Facebookon? *

Igen

Nem

17. Tagja vagy több, mint 10 csoportnak a Facebookon? *

Igen

Nem

18. Milyen célból használod a Facebookot? *

- ☐ a. hogy kommunikáljak a családtagokkal, barátokkal, ismerősökkel
- ☐ b. hogy tartozzam egy közösséghez
- ☐ c. mert mindenkinek van Facebookja
- ☐ d. hogy kifejezzem önmagam
- ☐ e. egyéb

19. Egy nap megközelítőleg hányszor mész fel a Facebookra? *

- ☐ 0 alkalom
- ☐ 1 - 5 alkalom
- ☐ 5 - 15 alkalom
- ☐ 15 - 25 alkalom
- ☐ 25 felett

20. Mennyi volt a leghosszabb időtartam amíg nem használtad/nem jelentkezted be a Facebookodra? *

- ☐ 0 nap
- ☐ 1 - 3 nap
- ☐ 3 - 10 nap
- ☐ több, mint 2 hét (14 nap)
- ☐ több, mint egy hónap (30 nap)

21. Hány napot bírnál ki Facebook nélkül? *

- ☐ 0 nap
- ☐ 1 - 3 nap
- ☐ 3 - 10 nap
- ☐ több, mint 2 hét (14 nap)
- ☐ több, mint egy hónap (30 nap)

Engedélyezem, hogy kutatás céljából, azonosító nélkül felhasználják a nyilvános adataimat Facebook profilomon keresztül. *

Igen

Nem

Melléklet 3

Eysenck(2) kérdőív

Kérlek olvasd el figyelmesen az alábbi kijelentéseket, és jelöld be azt amelyiket leginkább igaznak tartasz, szerinted legjobban illenek **a bemutatott személyre**. Adataidat bizalmasan kezeljük. Tanáraid, csoporttársaid nem fogják megtudni válaszaidat.

Kérlek add meg a neved

Nem *:

Férfi

Nő

Kor * :

Osztály/Évfolyam * :

Szak típusa *

Humán

Reál

Milyen szakon végzed a tanulmányaidat?

Szerinted a bemutatott személy(nek):

1. Sokféle hobbi van?
2. Beszédes természetű?
3. Élénk személyiség?
4. Szabadidejében szívesen jár vidám társaságba, és ott jól érzi magát?
5. Szeret új ismeretséget kötni?
6. Társas összejöveteleken szívesebben marad háttérben?
7. Szeret társaságba járni?
8. Jobban szeret olvasni, mint emberekkel együtt lenni?
9. Sok barátja van?
10. Könnyelműnek tartod?
11. Barátkozásban általában Ő a kezdeményező?

12. Könnyen fel tud vidítani egy unatkozó társaságot?

13. Szeret elvegyülni az emberek közt?

14. Sokat foglalkoztatja a külseje?

15. Tud egy társaságban jó hangulatot teremteni?

16. Szereti a nyüzsgést, izgalmat maga körül?

17. A bemutatott személy élénknek tartja magát?

Sorszám	Válaszok(profil 1)		Válaszok(profil 2)		Válaszok (profil 3)	
Szerintem:	Igen	Nem	Igen	Nem	Igen	Nem
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						