

Pécsi Tudományegyetem  
Bölcsészettudományi Kar  
Pszichológia BA  
Viselkedésdinamikai műhelymunka

# Én megjelenítés Facebookon

A Facebook szociális hálózat evolúciós pszichológiai vizsgálata

Zala Márton Viktor



PÉCSI TUDOMÁNYEGYETEM

Bölcsészettudományi Kar  
Pszichológiai Intézet

H-7624 Pécs, Ifjúság útja 6.  
Telefon: (72) 501-516; (72) 501-500/4609

## PLÁGIUMNYILATKOZAT

Alulírott Zala Márton Viktor büntetőjogi felelősségem tudatában a jelen nyilatkozat aláírásával kijelentem, hogy a plágium fogalmát megismertem, és az Én megjelenítés Facebookon - A Facebook szociális hálózat evolúciós pszichológiai vizsgálata című dolgozatban azokat betartottam.

A jelen nyilatkozat aláírásával tudomásul veszem, hogy amennyiben a plágium vétsége igazolást nyer, a dolgozat automatikusan elégtelen minősítést kap, és a dolgozat benyújtója ellen fegyelmi eljárás indítható.

Sóskút, 2011. május 23.

---

Zala Márton Viktor

„- *Kapcsolatokat teremteni?*

- *Úgy bizony - mondta a róka. - Te pillanatnyilag nem vagy számomra más, mint egy ugyanolyan*

*kisfiú, mint a többi száz- meg százezer. [...]*

*De ha megszeliéditesz, szükségünk lesz egymásra.*

*Egyetlen leszel számomra a világon.*

*És én is egyetlen leszek a te számodra...”*

Antoine de Saint-Exupéry: A kis herceg

## ***Absztrakt***

A közösségi hálózatok megnövekvő népszerűsége új alapra helyezte az egyének között szövődő kapcsolatokat, és a kapcsolattartást. Ez a kutatás bemutatja 216 személy Facebook profiljának evolúciós szempontok szerinti elemzését. A műhelymunka célja, hogy rávilágítson arra, hogy a hagyományos párválasztási stratégiák nem kizárólagosan a valós életben működnek, hanem szerepet kapnak az énmegjelenítésben az online közösségi hálózatokon. Magyarázatot keres az énmegjelenítés különbségeire és jellegzetességeire. Ez a kutatás semmiképpen sem képes a közösségi hálózatok minden aspektusát feltérképezni. Kis léptekkel közelít az online viselkedés megértése irányába.

## ***Bevezető***

A pszichológiai kísérletek nagy része a valóságot, avagy annak valamely kiragadott részletét kívánja szimulálni. Jelen kísérlet másfelől közelít. A közösségi hálózatokon a felhasználók saját világot építenek. Bizonyos dolgokat kiemelnek, megmutatnak magukról, míg más jellemzőket palástolni szándékoznak.

A felhasználók szabad kezet kapnak abban, hogy milyen információkat töltenek fel magukról, hány darab, és milyen minőségű képet tesznek fel az oldalukra, stb.

A Facebook közösségi portálon a tartalmak megoszthatóak ismerősökkel és ismeretlenekkel\* egyaránt. Utóbbi, előbbinek a részhalmaza. (Olyan információ nem osztható meg ami senki felé sem látható, valamint az sem lehetséges, hogy valami az ismeretlenek számára látható, de az ismerősök felé rejtve marad.)

\*: Az „ismerős” terminológia ebben az esetben annyit tesz, hogy két felhasználó kölcsönösen elfogadta egymást ismerősének. Az „ismeretlenek” olyan felhasználók, akikkel ez a kapcsolat nem kötött meg.

Jelen kutatás nem állítja, hogy a Facebook felhasználói pusztán párkeresési célzattal lennének fent a közösségi hálózaton. Azt ezzel szemben feltételezem, hogy az internetes énmegjelenítésben, ahogyan a valós életben is, felfedezhetőek univerzális párkapcsolati és szexuális stratégiák.

A férfiak a valós életben az olyan hölgyeket preferálják, akik minél több és egészségesebb utódot képesek szülni és felnevelni. Úgy tekintik, hogy ezek a kívánalmak akkor teljesülnek, ha a választandó egyén fiatal, jó a fizikai kondíciója és egészséges, egy szóval számukra a legfontosabbak a fizikai megjelenéssel kapcsolatos tényezők. Ezen preferenciák még erőteljesebbek rövid távú párválasztás esetén. (Meskó, 2010)

A nők számára, a férfiak külső vonzereje inkább rövid távú kapcsolatokban fontos. Hosszú távú kapcsolat esetén, számukra lényegesebb ennél a magas státusz, a jó keresőképeség, a jó anyagi kilátások, az ambíciók valamint az igyekezet (Buss, 1989).

Ambady és Rosenthal (1992) rámutatott, hogy a vizuális jelzőingerek kiemelkedően fontosak a másik kezdeti megítélése szempontjából és hatékonyan bejósolja az adott kapcsolatépítés jövőjét. Cunningham et al. 1997-es publikációjában (Meskó, 2010) nem állított kevesebbet, mint hogy, a párkapcsolat elején mindkét nem számára a legfontosabb tényező a partner szépsége.

Ellison, Heino és Gibbs (2006) szerint a közösségi oldalakra feltöltött fényképnek nem csupán az a szándéka, hogy megmutassa az adott egyént, hanem a fizikai jegyek mellett a személy számára fontos értékrendet bemutassa. Whitty (2008) társkereső oldalakon végzett kutatásának egyik eredménye, a párjukat megtalálni vágyók azt gondolták, hogy minden megadott tulajdonságuknál fontosabb az előnyös megjelenés a fényképükön.

Ezen tényezők miatt egyértelműnek gondolom, hogy a Facebookra feltöltött képek és adatok elemzése evolúciós sémák mentén eredményt hozhat.

A közösségi hálózatok kevesebb önbemutatói lehetőséget biztosítanak, mint a valós élet által kínált percepciók kavalkádja, így jól kitűnnek azok a mintázatok, amelyek által a felhasználók magukat láttatni kívánják. Úgy gondolom, hogy az internet alkotta (látszólagos) anonimitás, generál egy igényt, a kommunikációból kimaradó jelzések pótlására. Ennek tulajdonítom a túlzott smiley használatot, a Myspace és Iwiw oldalak („túlzott”) személyre szabását, a Facebook profilkép gyakori változtatását.

Ezen beállítási lehetőségek úgy vélem, inkább szólnak az online identitás kereséséről, annak kialakításáról, különösen az erre fogékony életkorban lévőknel (kamaszok).

Nem elhanyagolható az ismerősök felé mutatott önreklám sem. Nem egyértelmű, hogy melyek azok a jelzések, amik számítanak az „online presztizs” kialakításakor. Boyd 2008-as 2 éves kutatása azt az eredményt hozta, hogy a Myspace felhasználók ismerőseinek száma jól mutatja a felhasználó presztizsének mértékét. Ugyanakkor Tong et al. (2008) Facebookon végzett kutatása azzal az eredménnyel zárult, hogy nincs direkt összefüggés az észlelt vonzóság és az ismerősök száma között. Kutatásomban a felhasználók ismerőseinek számosságát nem vettem figyelembe, részben technikai akadályok, részben pedig a tudomány jelenlegi ellentmondásai miatt.

### ***Kutatási kérdések***

- Fő hipotézis: Evolúciós mintázatok a Facebookon való énmegjelenítésben:  
A nők fizikai megjelenése fontosabb a férfiaknak, mint fordítva (Bereczkei 2003).
  1. A nők több fényképet töltenek fel, mint a férfiak.
  2. A nők képein, abszolút és relatív módon is több a ruhátlanság mint a férfiaknál.
- A párkapcsolati státusz megjelenítése vagy elrejtése és az énmegjelenítés képekben történő kifejezése között összefüggés van.
  3. Ha a párkapcsolati státusz ismeretlenként látható és kapcsolatban van, akkor magasabb párkapcsolati intimitást jelenít meg, mint az akik kapcsolatban van, de ez ismeretlenként nem látható.
  4. Ha a párkapcsolati státusz egyedülálló és ez látható ismeretleneknek, akkor több fényképet jelenít meg magáról, mint az, aki egyedülálló, de ez nem látható ismeretleneknek.
  5. Ha a kísérleti személy egyedülálló és ez ismeretlenként látható, akkor több fényképet jelenít meg magáról az ismeretlenek számára, mint azok az egyedülállók, akiknek a párkapcsolati státusza csak az ismerőseik számára látható.
  6. Ha a párkapcsolati státusz egyedülálló és ez látható ismeretleneknek akkor több relatív ruhátlanságpontja van mint annak, aki egyedülálló, de ez nem látható ismeretleneknek.
  7. Ha a párkapcsolati státusz egyedülálló és ez látható ismeretlenek számára, akkor nagyobb a párkapcsolati nyitottság mértéke, mint ha a párkapcsolati

státusz csak az ismerősei számára látható.

- A fényképekkel való énmegjelenítésben nemi különbségek vannak a saját fénykép és más ábrázoló képek használatában.

8. A nőknek több olyan fényképük van, ami nem őket ábrázolja, mint a férfiaknak.

- A származási hely urbanizáltsága, így a népsűrűsége befolyásolja az énmegjelenítést.

9. A szülőhely népessége korrelál a párkapcsolati nyitottsággal.

## ***Vizsgálat***

A kísérleti alanyok adatait egy erre a célra készített PHP-ban megírt Facebook alkalmazás rögzítette. Az egyetem által biztosított <http://pszichologiakiserlet.pte.hu/> címen elérhető oldalra egy szabványos beleegyező nyilatkozatot helyeztem el, melynek elfogadásakor a Facebook ismertette a felhasználót arról, hogy mely adatokat készül átadni a kísérleti adatbázis számára. Amikor ebbe is beleegyezett a kísérleti alany, az program a következőket mentette le:

- nemet,
- kort,
- hogy mely nem felé vonzódik,
- párkapcsolati státuszt,
- szülőhelyet,
- lakóhelyet,
- az elvégzett iskolák típusát,
- a Facebookra a felhasználó által feltöltött fényképeket,
- a felhasználó utolsó 50 fal üzenetét,
- a felhasználó publikus linkjét.

A kísérleti alanyok lementett fényképeit megszámloltam, és ezt az adatbázisba rögzítettem. Létrehoztam Facebookon egy új, ismerősökkel nem rendelkező felhasználót, amivel a kísérleti alanyok adatlapját végignézve adatbázisba írtam, hogy hány fényképet osztanak meg az alanyok ismeretlenekkel, és hogy ismeretlenként látható-e a párkapcsolati státuszuk.

Fontos kiemelni, hogy a kutatásban, csak azokat a fényképeket vettem figyelembe, amelyeket a kísérleti alanyok magukról töltek fel. Azok a fényképek, ahol a kísérleti alanyok „csak” bejelölve voltak, de a fényképet nem ők tölthették fel, nem képezik részét a jelenlegi kutatásnak.

A fényképeken történő énmegjelenítés lehet szándékos, összetett folyamat, mely állhat a fénykép akár professzionális elkészítéséből, későbbi retusálásából, majd a fénykép felvállalásából, feltöltéséből. A bejelölt azaz nem a felhasználó által feltöltött kép esetén a felhasználó dönthet a bejelölés megtartásáról, vagy levételéről. Ez a döntés egészen más természetű, kevés beleszólást enged a kísérleti személyeknek. Nem képesek a saját igényeik szerint személyre szabni a róluk szóló, őket megjelenítő felvételeket.

A kutatás mellékágaként a megadott lakhely és születési hely legutolsó elérhető teljes népességi adatait rögzítettem az adatbázisba.

Fényképek feldolgozása:

A kutatás folyamán kulcsfontosságú volt a fényképek objektív szempontok szerinti kódolása. Mindenekelőtt lényeges volt meghatározni, hogy hány képen szerepel a kísérleti személy. Azon túl, hogy ez is hordoz információt az énmegjelenítésről, fontos ahhoz, hogy arányokat tudjunk felállítani a későbbi szempontok számára.

A fényképeken keresett személyt a profilkép határozta meg.

A kísérleti személyeket a következő szempontok szerint értékeltem:

**Ruhátlanság faktor:**

A kísérleti személyek egy-egy pontot kaptak ha a fényképeiken úgy jelenítették meg magukat, hogy:

- váll szabad
- dekoltázs/mellkas látható
- has kitűnik
- comb látható
- fenék látható
- fehérenemű/teljes meztelenség

**Párkapcsolati intimitás faktor:**

Ez a faktor azt hivatott mutatni, hogy a kísérleti személy mennyire jeleníti meg magát olyan fényképeken, amelyek intim, párkapcsolati szituációban készültek. Egy-egy pontot kaptak a következőkért.

- egymáshoz érnek, és kiderül, hogy egy párt alkotnak
- kölcsönös kézkontaktus (pl.: ölelés, kézfogás)
- csók
- együtt fekszenek

**Párkapcsolati nyitottság faktor:**

Ez a faktor azt rögzíti, hogy hány ellenkező neművel látható a kísérleti személy intim helyzetben.

**Szociális faktor:**

Azt mutatja, hogy hány férfival és hány nővel jelenítik meg magukat a felhasználók nem intim helyzetben. Ebből később új változót generáltam úgy, hogy a kísérleti személyek vonzódásának megfelelő egyének számát írtam az adatbázisba.



## ***Eredmények***

A Facebookos alkalmazás oldalára a kísérlet kezdetétől annak lezárultáig (2011. Február 23 – 2011. Március 3.) 964 személy látogatott (1.ábra). 914-en Magyarországról, 8-an Romániából és az Egyesült Királyságból, 6-an Németországból, 4-en az Amerikai Egyesült Államokból, 3-an Ausztriából és Finnországból, 2-en Finnországból és Szlovákiából. (2.ábra)

Az adatok átadásába 394 személy egyezett bele. Ez a látogatók 40.9%-a. (Két háziállat, egy kutya és egy macska profilja is rögzítésre került, őket a kiértékelés közben eltávolítottam a mintából.) A leadási határidő miatt, időrendi sorrendben, az első 216 kísérleti személy kiértékelésére volt lehetőségem. A kísérletben így 72 férfi, 142 nő vett részt, 2 személy nem osztotta meg a nemét. (3. ábra) Egy férfi és négy nő vállalta homoszexualitását. A kísérleti személyek átlagéletkora  $22.96 \pm 6.67$  év.

Az utolsó kivételével, a hipotéziseket független mintás T próbával teszteltem. A számításokat IBM SPSS Statistics 19 programmal végeztem.

1. Hipotézis: A nők több fényképet töltenek fel, mint a férfiak.

Férfiak:  $31.51 \pm 52.92$ ,

Nők:  $56.39 \pm 83.25$ ,

$t = -2.308$ ,  $p < 0.05$

2. Hipotézis: A nők képein, abszolút és relatív módon is több a ruhátlanság, mint a férfiaknál.

A statisztikai eljárást először az összes ruhátlanság ponttal vizsgáltam, ennek eredménye:

Férfiak:  $1.15 \pm 2.87$ ,

Nők:  $7.42 \pm 15.89$ ,

$t = -3.313$ ,  $p < 0.05$

Majd a ruhátlanság értékeket elosztottam azon fényképek számával, amelyen a kísérleti személy látható volt. Eredmény:

Férfiak:  $0.1237 \pm 0.31$ ,

Nők:  $0.3794 \pm 0.42$ ,

$t = -4.314$ ,  $p < 0.01$

3. Hipotézis: Ha a párkapcsolati státusz ismeretlenként látható és kapcsolatban van, akkor magasabb párkapcsolati intimitást jelenít meg, mint az akik kapcsolatban van, de ez ismeretlenként nem látható.

A kapcsolatban lévő személyek közül 33 jelenítette meg a kapcsolati státuszát ismeretleneknek, míg 34 elrejtette azt.

Párkapcsolati státusz látható ismeretlenként:  $4.36 \pm 7.25$ ,  
Párkapcsolati státusz nem látható ismeretlenként:  $3.44 \pm 5.42$ ,  
 $t=0.59, p>0.05$

4. hipotézis: Ha a párkapcsolati státusz egyedülálló és ez látható ismeretleneknek, akkor több fényképet jelenít meg magáról, mint az, aki egyedülálló, de ez nem látható ismeretleneknek.

22 egyedülálló személy jelenítette meg a párkapcsolati státuszát ismeretlenek számára míg 17 elrejtette azt.

Párkapcsolati státusz látható ismeretlenként:  $38.64 \pm 71.72$ ,  
Párkapcsolati státusz nem látható ismeretlenként:  $49.88 \pm 46.17$ ,  
 $t=-0.562, p>0.05$

5. hipotézis: Ha a kísérleti személy egyedülálló és ez ismeretlenként látható, akkor több fényképet jelenít meg magáról az ismeretlenek számára, mint azok az egyedülállók, akiknek a párkapcsolati státusza csak az ismerőseik számára látható.

Az előző hipotézishez hasonlóan itt is 22 egyedülálló egyén jelenítette meg a párkapcsolati státuszát ismeretlenek számára, míg 17 nem tette azt elérhetővé.

Párkapcsolati státusz látható ismeretlenként:  $3 \pm 3.79$ ,  
Párkapcsolati státusz nem látható ismeretlenként:  $1 \pm 0$   
 $t=2.168, p<0.05$

6. Hipotézis: Ha a párkapcsolati státusz egyedülálló és ez látható ismeretleneknek, akkor több relatív ruhátlanáspontja van, mint annak aki egyedülálló, de ez nem látható ismeretleneknek.

Jelen esetben 20 egyedülálló egyén jelenítette meg a párkapcsolati státuszát ismeretlenek számára, 16 pedig nem fedte azt fel.

$$\begin{aligned} \text{Párkapcsolati státusz látható ismeretlenként: } & 0.17 \pm 0.29, \\ \text{Párkapcsolati státusz nem látható ismeretlenként: } & 0.23 \pm 0.38 \\ t = & -0.598, p > 0.05 \end{aligned}$$

7. Hipotézis: Ha a párkapcsolati státusz egyedülálló és ez látható ismeretlenek számára, akkor nagyobb a párkapcsolati nyitottság mértéke, mint ha a párkapcsolati státusz csak az ismerősei számára látható.

22 egyedülálló egyén jelenítette meg a párkapcsolati státuszát ismeretlenek számára, míg 17 inkább titkolta azt.

$$\begin{aligned} \text{Párkapcsolati státusz látható ismeretlenként: } & 0.55 \pm 1.4, \\ \text{Párkapcsolati státusz nem látható ismeretlenként: } & 0.18 \pm 0.39 \\ t = & 1.049, p > 0.05 \end{aligned}$$

8. Hipotézis: A nőknek több olyan fényképük van, ami nem őket ábrázolja, mint a férfiaknak.

Az egész adatbázist felhasználtam a hipotézis tesztelésre. (72 férfi és 142 nő.)

$$\begin{aligned} \text{Férfiak: } & 8.42 \pm 12.66, \\ \text{Nők: } & 18.45 \pm 22.54, \\ t = & -3.505, p < 0.05 \end{aligned}$$

9. Hipotézis: A nők többet jelenítik meg magukat a fényképeiken az általuk preferált és nem preferált nem tagjaival egyaránt.

39 férfi és 38 nő fényképeit vizsgáltam. (Azon kísérleti személyek, akik nem adták meg vonzódásuk típusát, nem kerültek kiértékelésre.)

A preferált nemmel való énmegjelenítés:

Férfiak:  $2.6667 \pm 5.28$ ,

Nők:  $8.3158 \pm 13.24$ ,

$t = -2.470$ ,  $p < 0.05$

A nem preferált nemmel való énmegjelenítés:

Férfiak:  $4.9231 \pm 10.75$ ,

Nők:  $19.0263 \pm 24.85$ ,

$t = -3.217$ ,  $p < 0.05$

10. Hipotézis: A szülőhely népessége korrelál a párkapcsolati nyitottsággal.

A hipotézis alátámasztásához Pearson féle korrelációt vizsgáltam.

$R = 0.2$ ;

$p < 0.05$

### ***Következtetések***

A statisztikai elemzések egyértelműen igazolják a fő hipotézis helyességét, mely szerint a nők jellemzően kiemelik a fizikumukat az énbemutatók alkalmával. Ez nem csak a feltöltött fényképet számosságában nyilvánul meg hangsúlyosan, hanem a megjelenítés módjában is. A nők igyekeznek magukat a férfiak számára minél kívánatosabbnak mutatni, ebből következően ők szignifikánsan meztelenebbek mutatják magukat a férfi társaiknál. Teszik ezt minden bizonnyal az ellenkező nem pozitív megerősítéseinek hatására. Ez lehet akár kizárólagosan internetspecifikus (például fiatalabbak esetében szülői kontroll hiánya az interneten) vagy a valós életben jutalmazott viselkedésmintázatok online „adaptációja”.

Beigazolódtott az a feltevés is, mely szerint a nők több olyan fényképet töltenek fel az albumaikba, amelyek nem őket ábrázolják, mint a férfiak. A nők hajlamosabbak háziállatokat, rajzfilmkockákat, filmszereplőket stb. használni mint énbemutatóra alkalmas eszközöket. Elképzelhetőnek tartom, hogy a nők könnyebben azonosulnak idealizált, elvont alakokkal. Feltehetően jobban hat rájuk a média, mint a férfiakra, valamint lehetséges, hogy kulturálisan elfogadottabb a mesék, kitalált történetek bizonyos szintig való visszatükrözése az énmegjelenítésükben.

A nők ezen kívül szignifikánsan többet jelenítik meg magukat (nem intim

sztuációban) mind a preferált nem, mind a számukra „érdektelen” nem tagjaival, mint a férfiak.

Ez feltehetően olyan kulturális standardokhoz köthető, minthogy a férfiak individuálisabbak, céljaikat szívesebben érik el a másik segítségével nélkül. Megfelelhet ez egy fajta dominancia jelzésnek.

Gilligan 1982-es elméletével összecseng ez az eredmény. Ő úgy látta, hogy a nők identitásformálásában hangsúlyosabb szerepet kapnak a kapcsolatok mint a férfiak esetében. (Manago, Graham, Greenfield, Salimkhan, 2008)

Nem igazolódtott be azon feltevés, mely szerint azok az egyének akik párkapcsolatban vannak és ez ismeretlenként látható erőteljesebben mutatnák a képeiken a párkapcsolati intimitást szemben azokkal, akik szintén párkapcsolatban élnek de ezt az ismeretlenek elől elrejtik.

A hipotézis abból indult ki, hogy aki ismeretlenként nem publikálja párkapcsolati voltát, az ezt azért teszi mert nem szeretné elriasztani az esetleges további partnereket. Ebből kifolyólag vagy pusztán párkapcsolati elégedetlensége okán kevésbé jeleníti meg magát a kedvesével intim szituációban.

Elképzelhető, hogy a kis elemszám (67 fő) az oka annak, hogy a feltevés nem bizonyult helyesnek.

A párok minden bizonnyal látják egymás képeit, adatait. Ez nyomás lehet arra nézve, hogy kölcsönösen intim képeken jelenítsék meg magukat. Azt azonban (miután ismerősei egymásnak) csak közvetve tudják ellenőrizni, hogy a másik ki felé mutatja vagy rejtja a párkapcsolati státuszát.

Nem zárható ki az sem, hogy bizonyos életkorokban a párkapcsolati intimitás megjelenítése jutalmazott a közösség részéről, kialakulhatnak a párok között versenyhelyzetek, de ok lehet a konformizmus is.

Hasonlóképpen hamisnak bizonyult az a hipotézis, hogy az egyedülállók inkább mutatják magukat több ellenkező neművel intim helyzetben, azaz nagyobb a párkapcsolati nyitottságuk, ha a párkapcsolati státuszukat megjelenítik, mint azok akik elrejtik azt.

Akik egyedülállók és ezt az ismeretlenek felé is mutatják, azok minden bizonnyal ezt azon szándékkal teszik, hogy mutassák a párkapcsolatok iránti nyitottságukat, vágyukat.

Azt feltételeztem, hogy a párkapcsolati nyitottság reklámértékkel bír az ellenkező nem számára, ilyesformán pedig evolúciós szempontból adaptív énmegjelenítési stratégiának tűnik.

Kevés személy került be a statisztikai eljáráshoz megfelelő paraméterekkel (39 fő). Ez is okozhatja a hipotézis hamisságát.

Nem tudjuk továbbá, hogy a kísérleti személyeknek milyenek a személyiségjegyei.

Előfordulhat az is, hogy introvertált, visszahúzódo személyek vannak túlsúlyban és a családi, közösségi háttér is ismeretlen.

Az egyedülállók további vizsgálata során arra az eredményre jutottam, hogy nem igaz az, hogy szignifikánsan több ruhátlanságponttal rendelkeznek azok, akik hirdetik az ismeretlenek számára az egyedülálló voltukat, valamint az sem igaz, hogy ők több olyan fényképet töltenének fel a közösségi hálózatra, amelyen szerepelnek.

Ellenben szignifikánsan több fényképet mutatnak magukról az ismeretlenek számára azok, akik a párkapcsolati státuszukat is felvállalják, mint azok akik ezt elrejtik.

Valószínűleg arról van itt szó, hogy akik felvállalják egyedülálló voltukat, hagyományosabb, szigorúbb (esetleg vallásos) neveletésben részesültek, így inkább visszafogottabbak a párkeresési stratégiáik is. Ugyanakkor abból, hogy több képet láttatnak az ismeretlenek számára, mégiscsak az látszik, hogy szívesen adnak magukról bőséges információt, nyitottak a párjuk megtalálására. A több fénykép megosztása pedig az értékrendjükéről is tanúskodik (lásd fentebb).

A kutatás mellékága, hogy a szülőhely népességének van-e valamilyen hatása az énmegjelenítésre. Azt az eredményt kaptam, hogy a szülőhely népességével korrelál a párkapcsolati nyitottság. Azaz minél nagyobb a szülőhely népessége, annál több ellenkező nemű egyénnel jelenítik meg magukat a kísérleti alanyok intim helyzetben.

Mindez jól mutatja, hogy milyen nagy hatása van a környezeti hatásoknak a párkeresési és énmegjelenítési stratégiákra. Egy kisebb faluban minden bizonnyal kevésbé elfogadott a kihívóbb viselkedés és ez rányomhatja a bélyegét az internetes énmegjelenítésre is. Azonban hogy messzemenő következtetéseket lehessen levonni, ahhoz ez az eredmény kevés. Jó alapot szolgáltathat viszont további kutatásokhoz.

## ***Kritika***

Felmerülhet a kísérlettel kapcsolatban az a kritika, hogy vajon a Facebook felhasználók mennyire tudatosak a fényképek és egyéb információk megosztása tekintetében, tehát tudják-e, hogy amit megosztanak, ahhoz kik férhetnek hozzá. Ezt a kritikát cáfolni nem tudom, ugyanakkor látható, hogy a minta ilyen szempontból igen nagy heterogenitással rendelkezik, ami arra enged következtetni, hogy a felhasználók foglalkoztak a megosztás kérdésével.

A nőkkel szemben a férfiak által mutatott felhívó jellegek sokkal kevésbé mérhetőek objektív eszközökkel pusztán fényképekről. A kutatás nem terjedt ki arra, hogy az erőforrások milyen mértékben állnak a választott hölgy rendelkezésére, milyen mértékben hajlandó a későbbi utódgondozásra. Jelen kutatás folytatása azonban tartalmazhatna olyan faktort, hogy „énmegjelenítés gyermekkel (háziállattal) foglalatoskodás közben”, ami mérhetné a későbbi utódgondozásra való hajlandóságot.

A tartalommegosztás nem kizárólagosan ismerősök és ismeretlenek között történik. Létezik egy harmadik, „ismerősök ismerőse” opció is. Ennek a vizsgálata viszont beláthatatlanul megbonyolította volna a kutatás lefolytatását.

A kutatás elején a program letöltötte a felhasználók falára kiírt, publikus üzeneteit is, melyek elemzése -elsősorban időhiány- miatt nem történt meg.

## Mellékletek

pszichokiserlet.pte.hu  
Dashboard

Feb 23, 2011 - Mar 3, 2011  
Comparing to: Site



### Site Usage

964 Visits

57.16% Bounce Rate

1,752 Pageviews

00:01:24 Avg. Time on Site

1.82 Pages/Visit

91.29% % New Visits

1. ábra

pszichokiserlet.pte.hu  
Map Overlay

Feb 23, 2011 - Mar 3, 2011  
Comparing to: Site



2. ábra



Kísérleti személyek adatai:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Férfi	72	33,3	33,3	33,3
Nő	142	65,7	65,7	99,1
Nem adta meg	2	,9	,9	100,0
Total	216	100,0	100	

3. ábra

### ***Felhasznált irodalom***

Ambady, N., - Rosenthal, R. 1992. Thin slices of behavior as predictors of interpersonal consequences: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 2. 256-274.

Bereczkei, T. 2003. *Evolúciós pszichológia*. Budapest, Osiris Kiadó, 183-188.

Boyd, Danah 2008. Why youth ♥ social network sites: The role of networked publics in teenage social life. In D. Buckingham (ed.) *Youth identity and digital media*. Cambridge, MA: The MIT press.

Buss, D. M. 1989. Sex differences in human mate preferences: Evolutionary hypotheses tested in 37 cultures. *Behavioral and Brain Sciences*, 12: 1-49.

Ellison, N. B., Heino, R., & Gibbs, J. 2006. Managing impressions online: Self-presentation processes in dating environment. *Journal of Computer Mediated Communication*, 11, 415-441.

Manago, A. M., Graham, M. B., Greenfield, P. M., Salimkhan, G. 2008. Self-presentation and gender on MySpace. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29, 446-458.

Meskó, N. 2010. Párválasztás. In Bereczkei T. és Paál T. (szerk.) *A lélek eredete*. Budapest, Gondolat Kiadó, 276-277.

Tong, S. T, Van Der Heide, B. Langwell, L., Walther, J. B. 2008. Too much of a good thing? The relationship between number of friends and interpersonal impressions on Facebook. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 531-549.

Whitty, M. T. 2008. Revealing the `real` me, searching for the `actual` you: Presentations of self on an internet dating site. *Computers in Human Behavior*, 24, 1707-1723.

Magyar települések népessége: Központi Statisztikai Hivatal: Magyar Köztársaság Helységnévtára 2009. <http://portal.ksh.hu/pls/portal/cp.helysegnevtar>

Honlap (Facebook alkalmazás) statisztika: Google Analytics.