

Sdílení fotografií na Instagramu a projevy poruch osobnosti

Můžeme předpokládat možnost, že určité aspekty toho, jak se jedinec na sociálních sítích chová (například počet a frekvence sdílení fotografií), mohou být spojeny s určitými rysy osobnosti, včetně rysů spojených s určitými poruchami osobnosti. Pokud bychom předpokládali např. narcistickou poruchu osobnosti, ta může být spojena s touhou po pozornosti, uznání a schopností prezentovat ideální verzi sebe sama veřejnosti. Pro takové lidi je sdílení fotografií na sociálních sítích způsobem, jak získat potvrzení a uznání od ostatních. Na druhou stranu lidé úzkostní nebo paranoidní mohou mít menší potřebu a obecně tendenci ke sdílení osobních fotografií a mohou vykazovat jiné vzorce chování na sociálních sítích.

Cakirpaloglu (2012) definuje jednotlivé rysy poruch osobnosti takto:

Histrionské rysy - přehnaná a teatrální projevy emocí. S touhou být středem pozornosti.

Narcistní rysy - megalomanský postoj k vlastnímu Já. Exhibicionismus panovačnost a arogance, ale s přecitlivělostí na názory a úspěch jiných.

Schizoidní rysy - emočně lhostejný s nezájmem o interpersonální vztahy. Citově chladný s odstupem od ostatních.

Paranoidní rysy - podezřívavý a ostražitý vůči ostatním. Je vystaven obavě, že ho ostatní chtějí ranit nebo v něm vyvolat pocit viny.

Carpenter (2012) uvádí, že narcismus je jedním z nejsilnějších prediktorů využití sociálních médií pro sebepropagaci. Studie Sorokowského, Sorokowské, Oleszkiewicz, Frackowiaka, Huka & Pisanski (2015) odhalila, že více selfie si dělají (a zároveň i prezentují) ženy, které nad také dominují v hromadných selfie. U mužů, ale sdílení selfie koreluje s mírou narcismu více než u žen. Stejně jako Greenfield (2015) si i my můžeme položit otázku, co "zda bylo dříve vejce nebo slepice" a zeptat se, zda „Způsobuje selfie narcismus, nebo narcismus selfie?“.

My pouze předpokládáme, že existuje **spojitost mezi chováním na sociálních sítích (počtem sdílených fotografií) a projevy poruch osobnosti**. Na to se blíže podíváme ve druhé části dokumentu.

Data

Pro toto cvičení byla použita cvičná data z předmětu DSMP-3 (Statistické metody v psychologii 3). Data 120 respondentů zkoumala vztah mezi rozmanitými osobnostními charakteristikami jedince a tím, kolik fotek z jeho profilu na Instagramu znázorňuje jeho samotného (bez ohledu na to, zda jde o selfies, fotky s přáteli nebo profilové foto). U každého respondenta byly změřeny subklinické projevy připomínající tyto poruchy osobnosti: histriónskou, narcistní, schizoidní a paranoidní. Muž je kódován (1) žena (0). Soubor jsme ještě rozdělili na dvě poloviny dle počtu sdílených fotografií. Hranici pro rozdělení na dvě poloviny jsme zvolili na počtu 10 sdílených fotografií (méně než 10 (0), více než 10 (1)). Tato hodnota byla zvolena ad hoc (průměrně bylo sdíleno 12,8 fotky) a představuje kvazi hranici mezi zdravým a patologickým množstvím sdílených fotek.

Analýza dat

Naši ověření naší teorie jsme použili metodou vícerozměrné analýzy rozptylu MANOVA. Též analýza rozptylu mnohorozměrná nebo analýza variance vícerozměrná je zobecněním úlohy analýzy rozptylu na případ vektorové závislé proměnné. Nehodnotí každou závislou samostatně, ale všechny zároveň (Puri, 1971).

Prvním krokem pro nás bude zjištění Wilksovy lambdy. Ta měří množství variability ve skupinách a mimo skupiny v rámci sady nezávislých proměnných. Pokud jsou skupiny podobné, Wilksova lambda bude blízko nule. Pokud jsou skupiny odlišné, hodnota Wilksovy lambdy bude blíž k jedné. Výsledek v Tabulce 1 nám tedy pomůže s rozhodováním, zda je naše úvaha správná a můžeme pokračovat vytyčeným směrem.

Tabulka 1:

Regresor	Wilksova λ	F statistika	p hodnota	Éta-kvadrát
Počet fotek	0,7881	7,726	0,000015	0,2118

Hodnota Wilksovy lambdy je 0,7881. Můžeme tedy rozdíl mezi skupinami předpokládat. P hodnota (0,000) značí, že jde o statisticky významný rozdíl.

Lze tedy interpretovat, že statisticky významný rozdíl mezi testovanými skupinami existuje. Hodnota éta-kvadrát 0,2118 (21,18 % vysvětleného rozptylu) ukazuje, střední rozdíl velikost efektu.

Jak jsme získali tyto hodnoty v programu Statistica:

Statistics->Advance models->General linear->General linears model a OK

Dependent variables: hodnoty jednotlivých rysů

Categorical factors: Počet_fotek

Ok->Ok a následně volba Effect size

Dalším krokem bylo provedení test Hotellingova T^2 , jehož výsledek je uveden v Tabulce 2.

Hotellingův T^2 test: je založen na principu testování rozdílů mezi středními hodnotami více proměnných ve dvou nebo více skupinách. Zatímco t-test měří rozdíly ve středních hodnotách jedné proměnné mezi dvěma skupinami, Hotellingova T^2 zkoumá rozdíly ve vektoru středních hodnot (například vícerozměrného průměru) mezi dvěma nebo více skupinami. Je užitečný pro srovnání skupin v situacích, kde jsou měřeny více proměnných než jen jedna.

Tabulka 2:

Hotellingovo T^2	F statistika	p hodnota
31,7122	7,7265	0,000

Výsledek potvrzuje významný rozdíl mezi průměry mezi oběma soubory. Zdá se, že rozdíl není náhodný a má statistickou hodnotu.

Jak jsme tyto hodnoty v programu Statistica získali:

Basis statistics->t-test, independent, by groups a OK

Dependent variables: hodnoty jednotlivých rysů

Grouping variable : Počet_fotek

Ok-> a v záložce Option zaškrtnout Multivariate test (Hotelling's T^2) Summary

A nakonec se v tabulce 3 podíváme na to, jak si vedly jednotlivé skupiny.

Tabulka 3:

Proměnné (rysy)	Průměr		Směrodatná odchylka		p hodnota
	<10 fotek	>10 fotek	<10 fotek	>10 fotek	
Histriónský	27,07143	29,94000	7,038860	7,536063	0,03466
Narcistní	32,75714	36,90000	8,429478	9,359596	0,01256
Schizoidní	17,32857	14,64000	3,713358	3,778349	0,00017
Paranoidní	16,40000	13,68000	4,427843	4,670533	0,00154

Skupina respondentů se schizoidními a paranoidními rysy vykazuje signifikantní rozdíl mezi skupinami, které sdílí „zdravé a patologické“ množství fotek. Naopak respondenti s histriónskými a narcistními rysy takové rozdíly nevykazují.

Závěr

Pokud bychom se chtěli vrátit k otázce, zda sebe prezentace na sociálních sítích je dána poruchou osobnosti nebo porucha osobnosti ovlivňuje frekvenci a intenzitu sebe prezentace, bylo by potřeba zvolit klasický experiment, kdy by došlo k měření rysů před užíváním sociálních sítí a následné měření po určitém období.

Použitá literatura:

Cakirpaloglu, P. (2012). *Úvod do psychologie osobnosti*. Grada.

Carpenter, C. J. (2012). Narcissism on Facebook: Self-promotional and anti-social behavior. *Personality and Individual Differences*, 52(4), 482–486.

Greenfield, S. (2015, 31. říjen). Me, MySelfie and I. *Psychology today* [vid. 2019-12-10]. Dostupné z: <https://www.psychologytoday.com/us/blog/mind-change/201510/me-myselfie-and-i>

Puri, M. L. – Sen, P. K.: *Nonparametric Methods in Multivariate Analysis*. New York 1971.

Sorokowski, P., Sorokowska, A., Oleszkiewicz, A., Frackowiak, T., Huk, A., & Pisanski, K. (2015). Selfie posting behaviors are associated with narcissism among men. *Personality and Individual Differences*, 85, 123-127.