



Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών

Σχολή Κοινωνικών Επιστημών και Ψυχολογίας

Τμήμα Ψυχολογίας

Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών Ψυχολογίας

Κατεύθυνση: «Θετική Ψυχολογία: Εφαρμογές Συμβουλευτικής»

Κοινωνική σύγκριση και Facebook: Η σημασία της αυτοεκτίμησης, της ικανοποίησης από τη ζωή, των καταθλιπτικών συμπτωμάτων και των θετικών και αρνητικών συναισθημάτων

Τζεσιόνα Μπότσε

A.M.: 0614M001



Επόπτης:

Σταλίκας, Α., Καθηγητής Μεθοδολογίας Έρευνας στην Κλινική Ψυχολογία

Μέλη Τριμελούς Επιτροπής:

Κορδούτης, Π., Καθηγητής Κοινωνικής Ψυχολογίας των Διαπροσωπικών Σχέσεων

Μαντόγλου, Σ., Καθηγήτρια Κοινωνικής Ψυχολογίας

Σταλίκας, Α., Καθηγητής Μεθοδολογίας Έρευνας στην Κλινική Ψυχολογία

Πίνακας περιεχομένων

Περίληψη.....	4
Εισαγωγή.....	7
1. Τα δύο πρόσωπα του Facebook.....	9
1.1. Η θετική πλευρά του Facebook.....	9
1.2. Το Facebook ως απειλή.....	10
2. Κοινωνική σύγκριση	11
2.1. Ιστορική αναδρομή της θεωρίας της κοινωνικής σύγκρισης.....	12
2.2. Συναισθηματικές αποκρίσεις στην κοινωνική σύγκριση	15
2.3. Φύλο και κοινωνική σύγκριση	16
2.4. Η κοινωνική σύγκριση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.....	17
3. Συγκρίνοντας τον εαυτό στο Facebook	18
4. Χρήση Facebook, κοινωνική σύγκριση και συναισθηματικοί παράγοντες.....	20
4.1. Κίνητρα χρήσης Facebook.....	20
4.2. Ικανοποίηση από τη ζωή.....	21
4.3. Αυτοεκτίμηση	23
4.4. Θετικά και αρνητικά συναισθήματα	24
4.5. Καταθλιπτικά συμπτώματα.....	24
5. Η παρούσα έρευνα	25
Μέθοδος.....	27
1. Συμμετέχοντες.....	27
2. Εργαλεία	29
3. Διαδικασία μετάφρασης	32
4. Διαδικασία συμπλήρωσης	32
5. Διαδικασία αναλύσεων	32
Αποτελέσματα.....	34
1. Παραγοντική ανάλυση.....	34
2. Αξιοπιστία και μέσοι όροι κλιμάκων.....	35
3. Συσχετίσεις	36
4. Ιεραρχική ανάλυση παλινδρόμησης.....	36
5. Ανάλυση διαδρομών.....	40
Συζήτηση.....	42
1. Χρήση Facebook.....	42
2. Κοινωνική σύγκριση στο Facebook και μεταβλητές ψυχικής υγείας	44

3.	<i>Προσδιορίζοντας την κατεύθυνση των σχέσεων.....</i>	45
4.	<i>Περιορισμοί και προτάσεις για μελλοντική έρευνα.....</i>	47
5.	<i>Συμπεράσματα</i>	48
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....		49
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι: ΠΙΝΑΚΕΣ		57
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ.....		64

Περίληψη

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κι ιδιαίτερα το Facebook αποτελούν μέρος της καθημερινότητας και του τρόπου επικοινωνίας των ατόμων. Το Facebook έχει συνδεθεί τόσο με θετικές όσο και με αρνητικές συνέπειες για την ψυχική υγεία του ατόμου, χωρίς ωστόσο αυτό να σημαίνει ότι είναι αυτό καθ' αυτό το κοινωνικό δίκτυο που προκαλεί τις συνέπειές αυτές και δεν έχει σημασία η πρότερη ψυχοσυναισθηματική κατάσταση του ατόμου. Η κοινωνική σύγκριση διατυπωμένη αρχικά από τον Festinger (1954) υποστηρίζει ότι τα άτομα όταν στοχεύουν να αξιολογήσουν τους εαυτούς τους προβαίνουν σε συγκρίσεις με τους άλλους. Το Facebook ως χώρος που παρέχει πληθώρα προσωπικών πληροφοριών δίνει άπειρες ευκαιρίες κοινωνικής σύγκρισης, η οποία έχει συνδεθεί τόσο με θετικούς όσο και με αρνητικούς συναισθηματικούς παράγοντες. Στόχος της έρευνας αυτής είναι εξετάσει τη σχέση μεταξύ των μεταβλητών χρήσης του Facebook, της κοινωνικής σύγκρισης και των μεταβλητών ψυχικής υγείας. Η έρευνα θα γίνει μέσω σταθμισμένων ερωτηματολογίων και με τη χρήση του SPSS και του AMOS. Τα αποτελέσματα έδειξαν αλληλοσυσχετίσεις μεταξύ των μεταβλητών χρήσεις του Facebook, όχι όμως ιδιαίτερες αλληλοσυσχετίσεις μεταξύ αυτών και των μεταβλητών ψυχικής υγείας. Από την άλλη, η κοινωνική σύγκριση στο Facebook στο δείγμα μας εμφανίστηκε θετική και να συσχετίζεται με την συχνότητα κοινοποιήσεων και την ευρύτερη στάση απέναντι στο Facebook, ενώ συσχετιζόταν θετικά με τις μεταβλητές που προάγουν την ψυχική υγεία (αυτοεκτίμηση, ικανοποίηση από τη ζωή, θετικά συναισθήματα) κι αρνητικά με όσες την υποβαθμίζουν (καταθλιπτικά συμπτώματα, αρνητικά συναισθήματα). Περαιτέρω αναλύσεις έδειξαν ότι η αυτοεκτίμηση και τα θετικά συναισθήματα οδηγούν στη θετική κοινωνική σύγκριση μέσω μάλιστα της οποίας οδηγούσαν σε συχνότερες κοινοποιήσεις και σε θετικότερη στάση απέναντι στο Facebook. Τα ευρήματα αυτά είναι ενδεικτικά του γεγονότος ότι η προηγούμενη ψυχολογική κατάσταση του ατόμου (η θετική ψυχολογική κατάσταση στη συγκεκριμένη περίπτωση) οδηγούσε σε (θετικές)

κοινωνικές συγκρίσεις και μέσω αυτών επηρέαζαν τη στάση των ατόμων απέναντι στο κοινωνικό δίκτυο και τη συμπεριφορά τους σ' αυτό, δηλαδή συχνότερες κοινοποιήσεις.

Λέξεις κλειδιά: κοινωνική σύγκριση, αυτοεκτίμηση, ικανοποίηση από τη ζωή, καταθλιπτικά συμπτώματα συναισθήματα, Facebook, θετικά και αρνητικά συναισθήματα

Abstract

Social media and specifically Facebook are part of people's everyday lives and communication. Facebook use has been linked with both positive and negative impacts on users' psychological health. However, this does not mean these impacts are only because of the social media platform and the prior psychological state of the user is of no importance. Social comparison - first introduced by Festinger (1954) - supports that people engage in social comparisons in order to evaluate themselves. Facebook is a place full of personal information about others' lives and provides its users with an abundance of social comparison opportunities, which have been linked with both positive and negative emotional factors. Research was conducted through questionnaires and SPSS and AMOS were used for the data analysis. Results indicated intercorrelations between Facebook use variables, but not between Facebook use variables and variables concerning mental health. On the other hand, social comparison on Facebook in our sample was mostly positive and was positively correlated with posting frequency and the general attitude toward Facebook as well as self-esteem, life satisfaction and positive feelings, but negatively correlated with depressive symptoms and negative feelings. Further analyses indicated that self-esteem and positive feelings lead to positive social comparison which leads to more frequent postings and a more positive attitude toward Facebook. These results show that prior psychological factors (self-esteem and positive feelings here) lead to (positive) social comparisons, which mediate the relation between these psychological factors and Facebook use.

Key words: social comparison, self-esteem, life satisfaction, depressive symptoms, Facebook, positive and negative feelings

Εισαγωγή

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν πλέον αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας και του τρόπου επικοινωνίας των ατόμων. Μεταξύ αυτών, το Facebook φαίνεται να έχει κυρίαρχη θέση, όπως δείχνουν τα στοιχεία του Pew Research Center (Douggan, 2015). Τον Μάρτιο του 2016 το Facebook ανέφερε 1.64 δισεκατομμύρια ενεργούς χρήστες μηνιαίως, και περίπου 1.09 εκατομμύρια καθημερινούς χρήστες (Facebook, 2016). Με την εξέλιξη της τεχνολογίας και των smartphones και tablets οι χρήστες πλέον μπορούν να συνδέονται στους λογαριασμούς τους ανά πάσα στιγμή, γεγονός που σε νούμερα έχει μεταφραστεί ως 989 εκατομμύρια καθημερινοί χρήστες από κινητές συσκευές. Μάλιστα, κάθε λεπτό στο Facebook γίνονται 684, 478 κοινοποιήσεις (Bennett, 2012). Η χρήση του Facebook είναι ακόμα περισσότερο διαδεδομένη στους νεαρούς ενήλικες, όπου 82% των ηλικιών 18-29 είναι χρήστες του (Douggan, 2015), και το 50% των ηλικιών 18-24 να αναφέρει ότι συνδέονται στο Facebook όταν ξυπνούν, ενώ το 28% ελέγχει το λογαριασμό του πριν ακόμα σηκωθεί από το κρεβάτι (Pring, 2012).

Ο λόγος που το Facebook είναι τόσο δημοφιλές εντοπίζεται στις δυνατότητες που προσφέρει στους χρήστες του. Η δυνατότητα σύνδεσης με ήδη γνωστά άτομα, αλλά και σύνδεσης με καινούργια άτομα επιτρέπει στους χρήστες να επικοινωνούν εύκολα και γρήγορα ο ένας με τον άλλον. Στις παροχές του Facebook συμπεριλαμβάνεται και η δυνατότητα αναφοράς προσωπικών πληροφοριών, δημοσιεύσεων, κοινωνικών πληροφοριών, οι οποίες μπορούν εύκολα να μοιραστούν με τους υπόλοιπους χρήστες, οι οποίοι μπορούν να προσφέρουν την ανάλογη ανατροφοδότηση. Ακόμη, το Facebook παρέχει και δυνατότητες προσωπικής επικοινωνίας μέσω δημιουργίας ομάδων και κυρίως μέσω της εφαρμογής μηνυμάτων του (messenger). Οι όλο και συχνότερες ενημερώσεις του ενισχύουν τη τάση των

χρηστών του να αυξάνουν τις πληροφορίες που μοιράζονται για τον εαυτό τους και τις προσωπικές τους στιγμές, ακόμα και την ακριβή ώρα που αυτά συμβαίνουν.

Δεδομένης λοιπόν της σημασίας του Facebook για την καθημερινότητα και την επικοινωνία ενός σημαντικού ποσοστού ανθρώπων, έχουν γίνει αρκετές έρευνες, οι οποίες σκοπό έχουν να διερευνήσουν τον τρόπο με τον οποίο το Facebook – αλλά και γενικά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης – έχουν επηρεάσει την καθημερινότητα, τον τρόπο επικοινωνίας, τις διαπροσωπικές σχέσεις και την ψυχοκοινωνική κατάσταση των χρηστών του. Αρκετές απ' αυτές τις έρευνες έχουν σταθεί στα θετικά στοιχεία του Facebook όπως η αύξηση του κοινωνικού κεφαλαίου του ατόμου, η κοινωνική υποστήριξη, η διατήρηση σχέσεων, η χαλάρωση, η διασκέδαση και η ψυχαγωγία (Ellison, Steinfield & Lampe, 2007; Ku, Chung & Tseng, 2013; McEwan, 2013; Nabi, Prestin & So, 2013; Park, Kee & Valenzuela, 2009). Υπάρχουν, ωστόσο, κι έρευνες που στέκονται στις αρνητικές επιπτώσεις στους χρήστες του Facebook, όπως είναι οι πιθανές αρνητικές επιπτώσεις στην ευεξία του ατόμου, η βίωση αρνητικών εμπειριών από την διαγραφή κάποιου από φίλου ή το τέλος μιας σχέσης στην πραγματική ζωή τον οποίο συνεχίζει να βλέπει στο Facebook (Bevan, Ang & Feras, 2014; Chen & Lee, 2013; Chou & Edge, 2012; Fox, Jone & Lookadoo, 2013; Kross et al., 2013; Marshall, 2012).

Ένα ακόμη στοιχείο που μπορεί να συνδεθεί με το Facebook αφορά την τάση για κοινωνική σύγκριση, το αποτέλεσμα αυτής και το πώς συνδέεται με την ψυχοκοινωνική ευεξία του ατόμου. Οι χρήστες των μέσων κοινωνικών δικτύωσης – κι ακόμα περισσότερο του Facebook- τείνουν να παρουσιάζουν μόνο θετικά στοιχεία και πλευρές του εαυτού τους, ποστάροντας τις καλύτερες φωτογραφίες τους (Dorethy, Fiebert & Warren, 2014) και δείχνοντας ότι περνούν πάντα καλά με τους φίλους τους (Zhao, Grasmuck & Martin, 2008). Η παρακολούθηση τέτοιου είδους ιδανικών προφίλ, φωτογραφιών και ενημερώσεων αποτελεί

το μεγαλύτερο μέρος του χρόνου που οι χρήστες επενδύουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Pempek, Yermolayeva & Calvert, 2009), με αποτέλεσμα να επηρεάζεται ο τρόπος με τον οποίο οι χρήστες βλέπουν τους εαυτούς τους, καθώς οι αντιλήψεις του εαυτού βασίζονται κατά ένα μέρος στη σύγκριση του εαυτού με άλλους (Festinger, 1954).

Η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, και συγκεκριμένα του Facebook που εξετάζεται εδώ, σε συνδυασμό με την κοινωνική σύγκριση που αναπτύσσεται σε αυτό έχει συνδεθεί με μια σειρά παραγόντων ψυχικής ευεξίας του ατόμου, όπως η ικανοποίηση, η αυτοεκτίμηση, τα συναισθήματα (θετική κι αρνητικά) και τα καταθλιπτικά συμπτώματα. Στη συνέχεια, παρουσιάζονται τόσο η θετική πλευρά της χρήσης του Facebook όσο κι η αρνητική, κι αναλύονται οι σχέσεις μεταξύ της χρήσης του Facebook, της κοινωνικής σύγκρισης και των προαναφερθέντων παραγόντων ψυχικής ευεξίας (αυτοεκτίμηση, ικανοποίηση από τη ζωή, καταθλιπτικά συμπτώματα, θετικά κι αρνητικά συναισθήματα).

1. Τα δύο πρόσωπα του Facebook

Οι Mantymaki & Islam (2016) εξετάζοντας τις θετικές και αρνητικές πλευρές της χρήσης του Facebook, το παρομοιάζουν με το ρωμαϊκό θεό Ιανό. Ο Ιανός είναι θεός των ενάρξεων και των μεταβάσεων και απεικονιζόταν συνήθως έχοντας δύο πρόσωπα που το ένα κοιτάει πίσω και το άλλο μπροστά. Όπως το πρόσωπο του θεού Ιανού έχει δύο πλευρές έτσι και το Facebook και η χρήση του συνδέεται με θετικά κι αρνητικά στοιχεία.

1.1. Η θετική πλευρά του Facebook

Τα κυριότερα θετικά στοιχεία που συνδέονται με τη χρήση του Facebook – και γενικά των μέσων κοινωνικής δικτύωσης- αφορούν την επικοινωνία και τις διαπροσωπικές σχέσεις (Ellison et al., 2007; Valenzuela, Park & Kee, 2008). Το Facebook ευνοεί την ισχυροποίηση των κοινωνικών δεσμών, την διατήρηση επαφών και φιλιών (McEwan, 2013; Valenzuela et

al., 2008), ενημερώνοντας τους χρήστες για τις ζωές των φίλων τους και παρέχοντας τους τη δυνατότητα να ενισχύουν την αίσθηση ανήκειν και να προωθούν την ομαδική ταυτότητα.

Όσον αφορά τις προσωπικές θετικές συνέπειες της χρήσης του Facebook, αυτό μπορεί να συμβάλει σε αύξηση της αυτοεκτίμησης του ατόμου από την αλληλεπίδραση και τις αντιδράσεις των υπόλοιπων χρηστών και φίλων του στις διαδικτυακές του δραστηριότητες (Gonzalez, 2014; Toma & Hancock, 2013), αλλά και στη βίωση περισσότερης ικανοποίησης από τη ζωή (Ellison et al., 2007; Valenzuela et al., 2009). Επιπλέον, η συνδεσιμότητα που παρέχει η χρήση του Facebook μπορεί να ενισχύει αντιλήψεις σχετικά με την κοινωνική υποστήριξη που λαμβάνουν οι χρήστες, γεγονός που μπορεί να συνδεθεί και με την ευρύτερη ευεξία του ατόμου κι εκτός αυτού (Nabi et al., 2013). Ένα ακόμη θετικό που συνδέεται με τη χρήση του Facebook είναι η υποστήριξη συμπεριφορών όπως η προώθηση του εαυτού (self-promotion) (Belk, 2013; McAndrew & Jeong, 2012) και η τάση για αυτοαποκάλυψη (self-disclosure) (Hollenbaugh & Ferris, 2014). Κατά συνέπεια, το Facebook – και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ευρύτερα – μπορεί να παρέχει σημαντικά ψυχολογικά οφέλη στους χρήστες του τόσο σε ατομικό όσο σε ομαδικό επίπεδο. Όμως, όπως προαναφέρθηκε η έρευνα πάνω στη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης συνδέεται και με αρνητικές συνέπειες, οι οποίες εξετάζονται στη συνέχεια.

1.2. Το Facebook ως απειλή

Παρά τα οφέλη που προαναφέρθηκαν, η χρήση του Facebook μπορεί να περιέχει κι αρνητική πλευρά με τις αντίστοιχες συνέπειες για τους χρήστες του. Η έρευνα σχετικά με το Facebook έχει συνδέσει την αυξημένη χρήση του και τον αυξημένο χρόνο που δαπανούν οι χρήστες σ' αυτό με χαμηλότερη ποιότητα ζωής (Bevan et al., 2014), με χαμηλότερα επίπεδα αυτοεκτίμησης, γνωστική υπερφόρτιση και συναισθήματα άγχους (Chen & Lee, 2013), με μείωση στην γενικότερη ευεξία του ατόμου (Kross et al., 2013), καθώς και με επεισόδια διαδικτυακού μπούλινγκ, παρακολούθησης (stalking) και διαδικτυακής παρενόχλησης (Kwan

& Skoric, 2013). Ακόμη, ο τρόπος αυτοπαρουσίασης στο Facebook μπορεί να συνδεθεί με τάση για επίδειξη (Wang & Stefanone, 2013) και ναρκισσισμό (Panek, Nardis & Konrath, 2013; Ryan & Xenos, 2011).

Όπως προαναφέρθηκε ένα από τα φαινόμενα που συνδέεται με τη χρήση του Facebook είναι η κοινωνική σύγκριση. Έρευνα των Chou και Edge (2011) κατέληξε ότι όσοι χρησιμοποιούσαν το Facebook περισσότερο έτειναν να νιώθουν ότι οι άλλοι άνθρωποι είναι περισσότερο ευτυχισμένοι απ' αυτούς και ότι ζούσαν καλύτερες ζωές. Άλλη έρευνα σχετικά με την κοινωνική σύγκριση στο Facebook βρήκε ότι οι συμμετέχοντες στους οποίους είχαν παρουσιαστεί ελκυστικά προφίλ χρηστών ένιωθαν χειρότερα με το σώμα τους σε σύγκριση με συμμετέχοντες στους οποίους είχαν παρουσιαστεί προφίλ λιγότερο ελκυστικών χρηστών, καθώς κι ότι άνδρες στους οποίους παρουσιάστηκαν προφίλ άλλων επιτυχημένων ανδρών ένιωθαν να υπάρχει μεγαλύτερη απόσταση μεταξύ της παρούσας επαγγελματικής τους κατάστασης και της ιδανικής τους επαγγελματικής κατάστασης σε σύγκριση με άνδρες στους οποίους παρουσιάστηκαν προφίλ λιγότερο επιτυχημένων ανδρών (Haferkamp & Kramer, 2011).

Ένα άλλο πεδίο στο οποίο μπορούν να γίνουν αντιληπτές οι αρνητικές συνέπειες της χρήσης του Facebook είναι αυτό των διαπροσωπικών σχέσεων. Η χρήση του Facebook μπορεί να προωθήσει την ζήλεια μέσα στη σχέση (Utz & Beukeboom, 2011), με αποτέλεσμα να αποτελέσει πηγή σύγκρουσης (Fox, Osborn & Warber, 2014), ενώ μετά τη λήξη της σχέσης μπορεί να συμβάλλει στην παρακολούθηση της ζωής του πρώην συντρόφου και να καθυστερήσει την συναισθηματική «ανάρρωση» (Fox & Warber, 2014).

2. Κοινωνική σύγκριση

Η κοινωνική σύγκριση αναφέρεται σε μια βασική ανθρώπινη τάση να αισθάνεται κανείς καλά ή άσχημα με τον εαυτό του, βασίζοντας όμως την αξιολόγηση αυτή στις συγκρίσεις που κάνει με του άλλους (Festinger, 1954). Σχετικά με την κοινωνική σύγκριση οι Mussweiler,

Ruter και Epstude (2006) αναφέρουν: *«Όποτε οι άνθρωποι είναι αντιμέτωποι με πληροφορίες για το πώς είναι οι άλλοι, τι μπορούν και τι δεν μπορούν να κάνουν οι άλλοι, ή τι έχουν πετύχει ή αποτύχει οι άλλοι, οι άνθρωποι σχετίζουν αυτές τις πληροφορίες με τους εαυτούς του»*. Η παραπάνω διαπίστωση είναι ενδεικτική του γεγονότος ότι η κοινωνική σύγκριση αποτελεί μια διαδικασία η οποία αποτελεί μέρος της καθημερινότητάς μας, διότι οι άνθρωποι βρίσκονται συνεχώς εκτεθειμένοι σε πληροφορίες σχετικές με τους άλλους, είτε άμεσα είτε έμμεσα.

2.1. Ιστορική αναδρομή της θεωρίας της κοινωνικής σύγκρισης

Ο πρώτος που αναφέρθηκε στην κοινωνική σύγκριση ήταν ο Festinger (1954). Ο Festinger (1954) υποστήριξε ότι οι άνθρωποι τείνουν να προβαίνουν σε συμπεριφορές κοινωνικής σύγκρισης λόγω της επιθυμίας τους να αξιολογήσουν τις απόψεις και τις ικανότητές τους, ειδικά σε περιπτώσεις όπου δεν υπάρχουν αντικειμενικά κριτήρια αυτό-αξιολόγησης. Έκτοτε έχουν διατυπωθεί πολλές και διαφορετικές προτάσεις και τροποποιήσεις στη θεωρία κοινωνικής σύγκρισης όπως την πρότεινε ο Festinger (1954).

Η κοινωνική σύγκριση μπορεί να αφορά τρεις κυρίως διαστάσεις (Allan & Gilbert, 1995). Η πρώτη διάσταση αφορά τις κοινωνικές συγκρίσεις που γίνονται για λόγους ταξινόμησης, δηλαδή το πώς το άτομο ταξινομεί τον εαυτό του σε παράγοντες όπως η δύναμη, η εξουσία και η ευρύτερη ικανότητα σε σύγκριση με άλλους. Η δεύτερη διάσταση περιγράφει την κοινωνική ελκυστικότητα και το ταλέντο, δηλαδή περιπτώσεις όπως η επιλογή του ατόμου αντί άλλων σε κάποιο παιχνίδι, σε κάποια δουλειά ή ακόμα κι ως φίλο ή σύντροφο (Barkow, 1980; Gilbert, 1992; Kemper, 1990). Η τρίτη και τελευταία διάσταση σχετίζεται με συγκρίσεις που αφορούν την ομοιότητα του ατόμου με τους άλλους, όπως για παράδειγμα σε στοιχεία που αφορούν την ηλικία, το φύλο, τις θρησκευτικές και πολιτικές αξίες και τις εμπειρίες.

Ένα κύμα μελετών σχετικά με την κοινωνική σύγκριση έχει επικεντρωθεί στους λόγους για τους οποίους οι άνθρωποι προβαίνουν σε κοινωνική σύγκριση. Σ' αυτούς έχουν προταθεί

η ανάγκη των ανθρώπων για αξιολόγηση των συναισθημάτων τους (Schachter, 1959), των χαρακτηριστικών προσωπικότητάς τους (Thornton & Arrowood, 1966), των απόψεων και ικανοτήτων τους (Gibbons & Buunk, 1999), καθώς και η ανάγκη για περισσότερο αποτελεσματικές κρίσεις και αποφάσεις (Mussweiler et al., 2006). Γενικότερα, η κοινωνική σύγκριση μπορεί να είναι ανοδική ή καθοδική, δηλαδή τα άτομα μπορεί να συγκρίνονται είτε με άλλους ανώτερους (ανοδική) απ' αυτούς είτε με άλλους κατώτερους (καθοδική) (Allan & Gilber, 1995).

Ένα άλλο κύμα μελετών της θεωρίας κοινωνικής σύγκρισης αφορά τις ατομικές διαφορές μεταξύ των ατόμων που προβαίνουν σε συμπεριφορές κοινωνικής σύγκρισης. Μια πρόταση σ' αυτόν τον τομέα αφορά τη τάση των ατόμων για υιοθέτηση συμπεριφορών κοινωνικής σύγκρισης με άλλους ή όπως προτείνουν οι Gibbons και Buunk (1999) τον προσανατολισμό κοινωνικής σύγκρισης (*social comparison orientation*). Ο προσανατολισμός κοινωνικής σύγκρισης αφορά το επίπεδο στο οποίο τα άτομα βασίζουν τη δική τους συμπεριφορά στον τρόπο με τον οποίο οι άλλοι συμπεριφέρονται, (Gibbons & Buunk, 1999). Άτομα που εμφανίζουν υψηλά επίπεδα προσανατολισμού κοινωνικής σύγκρισης τείνουν να είναι περισσότερο ευάλωτα σε συμπεριφορές κοινωνικής σύγκρισης από άτομα που εμφανίζουν χαμηλά επίπεδα προσανατολισμού κοινωνικής σύγκρισης (Gibbons & Buunk, 1999), όπως μάλιστα έχει αποδειχθεί και από σχετικές έρευνες (Buunk, Zurriaga, Gonzalez-Roma & Subirats, 2003; Buunk, Zurriaga, Peiro, Nauta & Gonsalvez, 2005).

Οι Baumeister, Tice και Hutton (1989) συνδέουν την κοινωνική σύγκριση με την αυτοεκτίμηση. Συγκεκριμένα, οι Baumeister et al. (1989) προτείνουν ότι άτομα με υψηλή αυτοεκτίμηση τείνουν να κάνουν συγκρίσεις για να τραβήξουν την προσοχή στα ταλέντα και τις ικανότητές τους, ενώ τα άτομα με χαμηλή αυτοεκτίμηση προβαίνουν σε συγκρίσεις με στόχο την αυτοπροστασία και την ελαχιστοποίηση της πιθανότητας έκθεσης των αδύναμων σημείων τους. Με τη σχέση της κοινωνικής σύγκρισης με την αυτοεκτίμηση ασχολήθηκαν

και οι Wood, Giordano-Beech, Taylor, Michela και Gaus (1994). Οι Wood et al. (1994) βρήκαν ότι άτομα με υψηλή αυτοεκτίμηση χάνουν το ενδιαφέρον τους στην κοινωνική σύγκριση όταν επιτυγχάνουν στον τομέα ενδιαφέροντός τους, και μάλιστα φαίνεται να μην ενδιαφέρονται να προβαίνουν σε συγκρίσεις με άτομα που θεωρούν κατώτερα από τους εαυτούς τους. Από την άλλη, άτομα με χαμηλή αυτοεκτίμηση φαίνεται να απολαμβάνουν να συγκρίνουν τους εαυτούς τους με άτομα κατώτερα από τους ίδιους όταν επιτυγχάνουν στον τομέα ενδιαφέροντός τους διότι κάτι τέτοιο τους προσφέρει την ευκαιρία να απολαύσουν ακόμα περισσότερο την επιτυχία τους (Wood et al., 1994).

Ένα ακόμη χαρακτηριστικό που έχει συνδεθεί με την έρευνα για την κοινωνική σύγκριση είναι η αβεβαιότητα για τον εαυτό (*self-uncertainty*). Συγκεκριμένα, άτομα με υψηλή αβεβαιότητα για εαυτό τείνουν να προβαίνουν συχνότερα σε κοινωνική σύγκριση με στόχο τη βελτίωση της αυτό-αντίληψης απ' ότι άτομα με χαμηλή αβεβαιότητα για τον εαυτό (Gibbons & Buunk, 1999; Weary, Marsh & McCormick, 1994).

Σημαντικό κομμάτι της μελέτης της κοινωνικής σύγκρισης είναι και η σύνδεση με την αυτοσυνειδησία (*self-consciousness*). Άτομα με μεγαλύτερη επίγνωση του εαυτού τους κι άρα μεγαλύτερη αυτοσυνειδησία τείνουν να συγκρίνουν συχνότερα τους εαυτούς τους με τους άλλους (Gibbons & Buunk, 1999). Ακόμη, άτομα που ενδιαφέρονται περισσότερο για τις απόψεις και τα συναισθήματα των άλλων τείνουν να κάνουν συχνότερες συγκρίσεις (Gibbons & Buunk, 1999; Stapel & Tesser, 2001). Αυτό συμβαίνει διότι άτομα με μεγαλύτερη αυτοσυνειδησία τείνουν να ενδιαφέρονται περισσότερο για την γνώμη των άλλων γι' αυτούς και το πώς τους κρίνουν οι άλλοι απ' ότι άτομα με χαμηλότερα επίπεδα αυτοσυνειδησίας (Fenigstein, Scheier & Buss, 1975; Scheier & Carver, 1985).

Η κοινωνική σύγκριση δεν είναι αυτή καθ' αυτή προβληματική για το άτομο, κι ακόμα κι αρνητικές αξιολογήσεις – ότι δηλαδή οι άλλοι είναι καλύτεροι από μας – μπορούν να έχουν θετικά αποτελέσματα για το άτομο, όπως είναι η αυτό-βελτίωση κι η αυτό- ενίσχυση

(Feinstein, Hershenber, Bhatia, Latack, Meuwly & Davila, 2013). Ωστόσο, γενικότερα η αρνητική κοινωνική σύγκριση έχει αρνητικές συνέπειες για το συναισθηματικό τομέα του ατόμου και την ευρύτερη ευεξία του (Feinstein et al., 2013).

2.2. Συναισθηματικές αποκρίσεις στην κοινωνική σύγκριση

Καθώς ο στόχος των κοινωνικών συγκρίσεων είναι η αξιολόγηση του εαυτού, οι συναισθηματικές συνέπειες είναι σχεδόν αναπόφευκτες για το άτομο. Συγκεκριμένα, οι ανοδικές κοινωνικές συγκρίσεις, δηλαδή οι συγκρίσεις όπου ο εαυτός κρίνεται ως κατώτερος από τους άλλους, έχουν βρεθεί να συνδέονται με αρνητικές επιπτώσεις για την ψυχική υγεία του ατόμου, όπως περισσότερα καταθλιπτικά συμπτώματα, χαμηλότερη αυτοεκτίμηση και αρνητικές αυτό-αξιολογήσεις (Allan & Gilbert, 1995; Tesser, Millar & Moore, 2000). Οι αντίθετης κατεύθυνσης αξιολογήσεις, δηλαδή οι καθοδικές όπου ο εαυτός κρίνεται ως καλύτερος ή και ανώτερος από τους άλλους, φαίνεται να έχουν συνδεθεί με θετικές επιπτώσεις για την ψυχική υγεία του ατόμου, όπως λιγότερο άγχος, θετική αυτοεκτίμηση και περισσότερα θετικά συναισθήματα (Allan & Gilbert, 1995).

Ωστόσο, οι παραπάνω διαπιστώσεις σχετικά με τη σχέση της κοινωνικής σύγκρισης, των συναισθηματικών αποκρίσεων και κατά συνέπεια της γενικότερης ευεξίας του ατόμου ίσως είναι περιορισμένες και υπεραπλουστευμένες. Η έρευνα πάνω στην κοινωνική σύγκριση και την ψυχική ευεξία έχει επίσης καταλήξει ότι η σχέση αυτή είναι περισσότερο περίπλοκη και δεν στηρίζεται μόνο στην κατεύθυνση της κοινωνικής σύγκρισης (Steers, Wickham & Acitelli, 2014). Για παράδειγμα, έχει βρεθεί ότι ατομικές διαφορές σε παράγοντες όπως η αυτοεκτίμηση, ο αντιλαμβανόμενος έλεγχος πάνω στις συνθήκες και συναισθήματα δυσαρέσκειας μπορεί να λειτουργούν ως ρυθμιστικός παράγοντας στη σχέση των θετικών ή αρνητικών συναισθημάτων που αναπτύσσονται ως αποτέλεσμα της ανοδικής ή καθοδικής κοινωνικής σύγκρισης (Buunk, Taylor, Dakof, Collins & VanYperen, 1990). Η έρευνα πάνω στις συναισθηματικές αποκρίσεις στην κοινωνική σύγκριση έχει ακόμη προτείνει ότι αυτό

που προκαλεί τα αρνητικά συναισθήματα στην κοινωνική σύγκριση δεν είναι η κατεύθυνση της αλλά περισσότερο η συχνότητα με την οποία το άτομο συγκρίνει τον εαυτό με τους άλλους, κι άρα οι οποιεσδήποτε θετικές συνέπειες από τις κοινωνικές συγκρίσεις μπορεί να είναι προσωρινές, ενώ οι συχνές κοινωνικές συγκρίσεις οποιασδήποτε μορφής μπορεί να συνδέονται με χαμηλότερη γενικότερη ευεξία (White, Langer, Yariv & Welch, 2006).

2.3. Φύλο και κοινωνική σύγκριση

Η έρευνα πάνω στην κοινωνική σύγκριση έχει δείξει ότι οι επιλογές των δύο φύλων στον τρόπο με τον οποίο επιδίδονται σε κοινωνικές συγκρίσεις διαφέρει. Οι άντρες φαίνεται να διαφοροποιούν περισσότερο τους εαυτούς σε σχέση με τις γυναίκες (Goethals, Messick & Allison, 1991). Συγκεκριμένα, οι άντρες τείνουν να πιστεύουν ότι είναι περισσότερο ευφυείς, αθλητικοί και δημιουργικοί απ' ότι οι υπόλοιποι, ενώ οι γυναίκες έκριναν τους εαυτούς ως ίσες ή και κατώτερες στα περισσότερα πεδία εκτός από τις ηθικού χαρακτήρα συμπεριφορές (Goethals et al., 1991).

Γενικότερα τα δύο φύλα φάνηκε να προτιμούν τις κοινωνικές συγκρίσεις μεταξύ του ίδιου φύλου, γεγονός που μπορεί να ερμηνεύσει το γιατί οι αντιλήψεις και οι επιπτώσεις της κοινωνικής σύγκρισης είναι διαφορετικές για τα δύο φύλα (Steers et al., 2014). Οι άντρες όταν προέβαιναν σε ανοδικές κοινωνικές συγκρίσεις με άλλους άντρες δήλωναν λιγότερη αυτοεκτίμηση, ενώ αντίθετα οι γυναίκες ναι μεν δήλωναν λιγότερη αυτοεκτίμηση όταν συνέκριναν τους εαυτούς τους με άνδρες, αλλά όχι όταν προέβαιναν σε συγκρίσεις με άλλες γυναίκες (Martinot, Redersdorff, Guimond & Dif, 2002). Η διαφορά αυτή που εμφανίζεται στις γυναίκες μπορεί να οφείλεται στο γεγονός ότι βλέποντας τους εαυτούς τους ως κατώτερες από τους άνδρες η αυτό-εκτίμηση των γυναικών επηρεαζόταν αρνητικά, κι όταν κάνουν ανοδικές κοινωνικές συγκρίσεις με άλλες γυναίκες – τις οποίες θεωρούν μέρος της ενδοομάδας τους – προστατεύουν την αυτό-εκτίμησή τους (Martinot & Redersdorff, 2003). Από την άλλη, όταν οι άντρες συνέκριναν τους εαυτούς με γυναίκες ανέφεραν λιγότερη αυτό-

εκτίμηση μόνο όταν επρόκειτο για ανοδικές κοινωνικές συγκρίσεις σε παραδοσιακά γυναικοκρατούμενους τομείς (Redersdorff, 2002).

2.4. Η κοινωνική σύγκριση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν στους χρήστες τους όχι μόνο ευκαιρίες για διατήρηση φιλιών, σχηματισμό σχέσεων και σύνδεσης με άλλους (Boyd & Ellison, 2007; Manago, Taylor & Greenfield, 2012), αλλά ταυτόχρονα τους επιτρέπουν να σχηματίσουν το προσωπικό τους προφίλ και να παρουσιάσουν έναν πλούτο πληροφοριών για τον εαυτό τους, όπως τα επιτεύγματά τους, τις στάσεις, τις δραστηριότητες, την προσωπικότητά τους, τις σχέσεις τους και την καθημερινότητά τους (Vogel, Rose, Okdie, Eckles & Franz, 2015). Επομένως, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως και κάθε κοινωνική δραστηριότητα προσφέρουν στα άτομα την ευκαιρία να συγκρίνουν τους εαυτούς τους με τους άλλους (Feinstein et al., 2013), ίσως μάλιστα και σε μεγαλύτερο βαθμό από τις κοινωνικές δραστηριότητες εκτός αυτών (Haferkamp & Kramer, 2011; Vogel, Rose, Roberts & Eckles, 2014). Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν το ιδανικό περιβάλλον για κοινωνικές συγκρίσεις, καθώς ένας μεγάλος αριθμός χρηστών του φανερώνει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τους υπόλοιπους χρήστες εφόσον μάλιστα ένα σημαντικό μέρος του χρόνου που δαπανάται σ' αυτά περιλαμβάνει την παρακολούθηση των προφίλ των άλλων χωρίς κάποια περαιτέρω αλληλεπίδραση (Joinson, 2008; Pempke et al, 2009).

Καθώς οι χρήστες τους χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για λόγους κοινωνικής σύγκρισης κάτι τέτοιο επιφέρει και τις ανάλογες συνέπειες. Ωστόσο, φαίνεται ότι οι σχέσεις που οι άνθρωποι δημιουργούν και διατηρούν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι αρκετά διαφορετικές απ' αυτές που δημιουργούν εκτός αυτών (Ivcevic & Ambady, 2012). Επομένως, η διαδικασία της κοινωνικής σύγκρισης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι διαφορετική από αυτήν εκτός των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Η διαφορά αυτή οφείλεται κυρίως στον τρόπο με τον οποίο οι χρήστες παρουσιάζουν τους εαυτούς στα μέσα κοινωνικής

δικτύωσης, επικεντρωνόμενοι κυρίως στις θετικές ευνοϊκές πλευρές του εαυτού τους (Nadkarni & Hofmann, 2012; Rosenberg & Egbert, 2011). Συνεπώς, εφόσον οι πληροφορίες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αφορούν κυρίως θετικές πληροφορίες τότε και οι κοινωνικές συγκρίσεις που γίνονται με βάση αυτές τις πληροφορίες είναι κυρίως ανοδικής κατεύθυνσης (Feinstein et al., 2013; Haferkamp & Kramer, 2011; Lee, 2014; Vogel et al., 2014). Οι συνέπειες μιας τέτοιας έκθεσης σε ανοδικές κοινωνικές συγκρίσεις είναι κυρίως αρνητικές, όπως αύξηση στα καταθλιπτικά συμπτώματα (Feinstein et al., 2013) και μείωση στην αυτοεκτίμηση (Kalpidou, Costin & Morris, 2011; Lee, 2014; Vogel et al., 2014), στις αυτοαξιολογήσεις (Haferkamp & Kramer, 2011) και στην ευεξία (Kross et al., 2013).

3. Συγκρίνοντας τον εαυτό στο Facebook

Το Facebook ως μέσο κοινωνικής δικτύωσης – και μάλιστα ένα από τα βασικότερα, αν όχι το βασικό – αποτελεί έναν χώρο όπου τα άτομα αλληλεπιδρούν με τους άλλους χρήστες, μοιράζονται πληροφορίες για τους εαυτούς τους κι άρα μπαίνουν σε μια διαδικασία κοινωνικής σύγκρισης με τα όσα αναρτούν οι υπόλοιποι χρήστες. Η κοινωνική σύγκριση που γίνεται στο Facebook είναι κατά κύριο λόγο αρνητική καθώς οι χρήστες κατακλύζονται από πληροφορίες για τις ιδανικές ζωές που ζουν οι υπόλοιποι χρήστες, γεγονός που τους οδηγεί να συγκρίνουν τη δική τους ζωή μ' αυτή των άλλων με αποτέλεσμα να νιώθουν ότι μειονεκτούν (Chou & Edge, 2012; Lee, 2014).

Από την στιγμή που οι χρήστες συνδέονται στο Facebook είναι αντιμέτωποι με μια πληθώρα πληροφοριών, όπως ανανεώσεις στάτους, καινούργιες φωτογραφίες, ενημερώσεις, προσκλήσεις σε εκδηλώσεις και δηλώσεις «like». Όλες αυτές οι διαδικτυακές δραστηριότητες μπορούν να λειτουργήσουν ως ερεθίσματα ώστε τα άτομα αυτομάτως να μπουν σε μια διαδικασία κοινωνικής σύγκρισης - είτε ανοδικής είτε καθοδικής, ειδικότερα τα άτομα που επενδύουν περισσότερο χρόνο στη χρήση του Facebook (Steers et al., 2014). Επιπλέον, το Facebook αποτελεί μια πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης όπου τα άτομα τείνουν να αυτό-

αποκαλύπτονται και μάλιστα με λεπτομέρειες για τη ζωή τους που υπό κανονικές συνθήκες επαφής στην καθημερινή ζωή μπορεί να μην αποκάλυπταν (Gross & Acquisti, 2005). Επομένως, οι χρήστες του Facebook μπορούν να έχουν πρόσβαση σε μια πληθώρα πληροφοριών, τις οποίες δεν θα μπορούσαν να γνωρίζουν εκτός αυτού.

Η κοινωνική σύγκριση στο Facebook μπορεί να πάρει και τις πιο απλές μορφές, όπως είναι για παράδειγμα η σύγκριση των *Likes* ή των σχολίων στις αναρτήσεις, έως τις πιο πολύπλοκες, όπως η σύγκριση του ευρύτερου τρόπου ζωής όπως αυτός παρουσιάζεται από τις αναρτήσεις των υπόλοιπων χρηστών και φίλων του ατόμου (Steers et al., 2014). Μια ακόμα περίπτωση που τα άτομα επιδίδονται σε κοινωνικές συγκρίσεις στο Facebook είναι όταν προσπαθούν να νιώσουν καλύτερα για τους εαυτούς τους, αντιλαμβανόμενοι ότι μπορεί να τα πήγαν καλύτερα από κάποιον άλλον χρήστη στον τομέα ενδιαφέροντός τους.

Με βάση τα προηγούμενα, οι Vogel et al. (2014) θεωρούν ότι υπάρχουν δύο βασικοί λόγοι για τους οποίους το Facebook αποτελεί βασικό χώρο κοινωνικών συγκρίσεων. Πρώτον, όταν τα άτομα χρησιμοποιούν το Facebook έχουν απεριόριστη πρόσβαση σε μια πληθώρα πληροφοριών για τη ζωή των άλλων κι άρα βρίσκονται σε ένα ευνοϊκό περιβάλλον για κοινωνικές συγκρίσεις. Δεύτερον, δεδομένου ότι ο χρήστης μπορεί να μοιράζεται κοινό παρελθόν με τους φίλους στο μέσο κοινωνικής δικτύωσης, μπορεί να βρει στόχους κοινωνικής σύγκρισης με τους οποίους έχει περισσότερα κοινά απ' ότι με στόχους που μπορεί να βρει σε κάποιο άλλο περιβάλλον.

Καθώς τα άτομα δεν μπορούν να γνωρίζουν εξ αρχής όσα θα αναρτήσουν οι φίλοι τους, δεν μπορούν να είναι και προετοιμασμένοι για τις κοινωνικές συγκρίσεις στις οποίες θα επιδοθούν. Για το λόγο αυτό η πρότερη ψυχολογική τους κατάσταση και η ευρύτερη ευεξία τους ίσως να παίζουν σημαντικό ρόλο στο εάν θα επιδοθούν σε κοινωνικές συγκρίσεις στο Facebook και στο αποτέλεσμα αυτών στη συμπεριφορά τους στο μέσο κοινωνικής δικτύωσης.

4. Χρήση Facebook, κοινωνική σύγκριση και συναισθηματικοί παράγοντες

Με βάση τα παραπάνω τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης – και συγκεκριμένα το Facebook – αποτελούν ένα σημαντικό νοερό τόπο όπου τα άτομα αξιολογούν τους εαυτούς τους, σχηματίζουν την ταυτότητά τους, μπορούν να νιώσουν ευτυχισμένα ή δυστυχισμένα, ικανοποιημένα ή δυσαρεστημένα και να βιώνουν γενικότερες συναισθηματικές συνέπειες για τον ψυχισμό τους από τις κοινωνικές συγκρίσεις στις οποίες επιδίδονται μέσα σ' αυτά (Lee, 2014). Όπως αναφέρθηκε και πριν η έρευνα πάνω στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και στους ψυχοκοινωνικούς παράγοντες ευεξίας έχει επιφέρει σχετικά συγκεχυμένα αποτελέσματα, χωρίς να μπορεί να υποστηριχθεί με βεβαιότητα μια κατεύθυνση, δηλαδή είναι η χρήση των κοινωνικών δικτύων που καθορίζει την ψυχοκοινωνική κατάσταση του ατόμου ή μήπως η πρότερη ψυχοκοινωνική κατάσταση του ατόμου είναι εκείνη που καθορίζει τον τρόπο με τον οποίο τα άτομα χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

Στη συνέχεια, γίνεται αναφορά στα κίνητρα χρήσης του Facebook και στους τρόπους που αυτά έχουν συνδεθεί με παράγοντες ψυχικής ευεξίας και στο πώς μια σειρά από παράγοντες ψυχικής υγείας έχουν συνδεθεί με τη χρήση του Facebook και την κοινωνική σύγκριση στην οποία τα άτομα επιδίδονται μέσα σ' αυτό.

4.1.Κίνητρα χρήσης Facebook

Καθώς η έρευνα για τη χρήση του Facebook και των κοινωνικών δικτύων ευρύτερα έχει δώσει αντικρουόμενα αποτελέσματα, δηλαδή υπάρχουν έρευνες που επιδεικνύουν βελτίωση στην ευεξία του ατόμου κι άλλες που αναφέρουν αρνητικές συνέπειες της χρήσης των κοινωνικών δικτύων στην ευεξία του ατόμου φαίνεται να υπάρχει ένας παράγοντας που επηρεάζει τις σχέσεις αυτές (Rae & Lonborg, 2015). Ο παράγοντας αυτός είναι τα κίνητρα που έχουν τα άτομα κατά τη χρήση των κοινωνικών δικτύων (Rae & Lonborg, 2015).

Όσον αφορά το Facebook συγκεκριμένα έχουν αναφερθεί δύο κύριες μορφές κινήτρων χρήσης: η αναζήτηση καινούργιων σχέσεων και η διατήρηση των ήδη υπάρχουσων σχέσεων (Bonds-Raacke & Raacke, 2010; Joinson, 2008; Lampe, Ellison & Seinfeld, 2006; Lenhart, Kahne, Middaugh, Macgill, Evans & Vitak, 2008; Subrahmayam, Reich, Waechter & Espinoza, 2008; Tosun, 2012). Τα κίνητρα χρήσης του Facebook μπορεί να συμβάλλουν στην κατανόηση και στην προβλεψιμότητα των συνεπειών της χρήσης του (Rae & Lonborg, 2015). Συγκεκριμένα, οι Rae και Lonborg (2015) εξετάζουν τρεις διαστάσεις κινήτρων χρήσης του Facebook: την ενημέρωση, η οποία αφορά την ανάγκη των χρηστών για πληροφόρηση, τη φιλία, η οποία περιγράφει τη διατήρηση των ήδη υπάρχουσων σχέσεων και φίλων του ατόμου, και η συνδεσιμότητα, δηλαδή την ανάγκη για αναζήτηση και εύρεση καινούργιων επαφών. Τα αποτελέσματά τους έδειξαν ότι οι συνέπειες στην ευεξία του ατόμου από το χρόνο που επενδύει στο Facebook καθορίζονται από τα κίνητρα χρήσης του. Στα άτομα που ανέφεραν ως κύριο κίνητρο χρήσης του Facebook τη συνδεσιμότητα, βρέθηκε ότι ο χρόνος χρήσης του συνδέεται με χαμηλότερα επίπεδα ευρύτερης ευεξίας, ενώ σε όσα άτομα ανέφεραν ως κύριο κίνητρο τη φιλία φάνηκε ότι ο αριθμός των φίλων τους στο Facebook συνδέεται με αυξημένη ικανοποίηση από τη ζωή και με αυξημένη όμως απώλεια του συμπεριφορικού και συναισθηματικού ελέγχου. Επομένως, η ποσότητα χρήσης του Facebook μπορεί να είναι ωφέλιμη όταν στόχος είναι η διατήρηση και η βελτίωση των ήδη υπάρχουσων σχέσεων, αλλά μπορεί να βλάπτει την ευεξία του ατόμου όταν στόχος είναι η απόκτηση καινούργιων επαφών ίσως λόγω της δυσκολίας απόκτησης αυτών των επαφών κι εκτός του Facebook (Yang & Brown, 2013).

4.2. Ικανοποίηση από τη ζωή

Μια πρόσφατη διατύπωση της υποκειμενικής ευεξίας (subjective well-being) αναφέρει ότι αυτή αποτελείται από τρία στοιχεία: την αξιολόγηση της ζωής (life evaluation), το συναίσθημα (affect) και την ευδαιμονία (eudaimonia) (The Organisation for Economic

Cooperation and Development, 2013). Η αξιολόγηση της ζωής συνήθως παρουσιάζεται μέσα από την ικανοποίηση από τη ζωή, δηλαδή το κατά πόσο το άτομο κρίνει ότι είναι ευρύτερα ικανοποιημένο ή όχι από τη ζωή του (Pavot & Diener, 2004).

Ενώ το Facebook έχει συνδεθεί με την ικανοποίηση από τη ζωή, δεν μπορεί να υποστηριχθεί ότι είναι εκείνο που αυτό καθ' αυτό την καθορίζει. Οι Kross et al. (2013) βασιζόμενοι στα αποτελέσματά τους που έδειξαν ότι η χρήση του Facebook οδηγεί σε μείωση στην ικανοποίηση από τη ζωή, θεωρούν ότι η σχέση αυτή οφείλεται κυρίως στην προηγούμενη συναισθηματική κατάσταση του ατόμου, δηλαδή τα άτομα χρησιμοποιούν το Facebook για να αναζητήσουν επαφή όταν ήδη αισθάνονται άσχημα. Στο ίδιο συμπέρασμα κατέληξαν και οι Satici και Uysal (2015), οι οποίοι εξέτασαν την προβληματική χρήση του Facebook. Συγκεκριμένα, θεωρούν ότι δεν είναι απλά η χρήση του Facebook που μειώνει την ικανοποίηση από τη ζωή, αλλά η προβληματική χρήση, δηλαδή ένα είδος εξάρτησης, που οδηγεί σε πτώση στην ικανοποίηση από τη ζωή (Satici & Uysal, 2015). Επομένως, το γεγονός ότι κάποιος χρησιμοποιεί το Facebook δεν συνεπάγεται απαραίτητα πτώση στα επίπεδα ικανοποίησης από τη ζωή του, αλλά έχει περισσότερο να κάνει με το είδος χρήσης (προβληματική ή μη) και την πρότερη ψυχοσυναισθηματική του κατάσταση, εάν δηλαδή είναι ήδη ικανοποιημένος ή μη ικανοποιημένος από τη ζωής του.

Η ικανοποίηση όμως από τη ζωή μπορεί να μην συνδέεται αποκλειστικά και μόνο με τη χρήση του Facebook, αλλά και με τις διαδικασίες κοινωνικής σύγκρισης στις οποίες επιδίδονται τα άτομα μέσα σ' αυτό. Το πώς αισθάνεται το άτομο για τη ζωή του, το κατά πόσο δηλαδή είναι ικανοποιημένο ή όχι απ' αυτήν μπορεί να επηρεάσει τον τρόπο με τον οποίο επιδίδεται σε κοινωνικές συγκρίσεις στο Facebook, καθώς άτομα τα οποία αναφέρουν μεγαλύτερη ικανοποίηση από τη ζωή χαρακτηρίζονται από θετικότερη επεξεργασία πληροφοριών που σχετίζονται με την κοινωνική σύγκριση (Cummins & Nistico, 2002). Συγκεκριμένα, οι de Vries και Kuhne (2015) εξέτασαν το ρυθμιστικό ρόλο που έχει η

ικανοποίηση από τη ζωή στη σχέση της χρήσης του Facebook και της αρνητική κοινωνικής σύγκρισης. Τα αποτελέσματά τους έδειξαν ότι άτομα που βίωναν περισσότερη ικανοποίηση από τη ζωή τους έτειναν να επιδίδονται σε λιγότερες αρνητικές συγκρίσεις στο μέσο κοινωνικής δικτύωσης, γεγονός που μπορεί να συνδεθεί με το συμπέρασμα των Kross et al. (2013) ότι η πρότερη ψυχοσυναισθηματική κατάσταση του ατόμου είναι αυτή που καθορίζει το εάν η χρήση του Facebook κάνει το άτομο να αισθάνεται καλύτερα ή χειρότερα.

4.3. Αυτοεκτίμηση

Καθώς τα μέσα κοινωνική δικτύωσης αποτελούν ένα νοερό τόπο όπου τα άτομα αξιολογούν τους εαυτούς τους κι επιδίδονται σε κοινωνικές συγκρίσεις, και η κοινωνική σύγκριση έχει συνδεθεί με την αυτοεκτίμηση, τότε η σχέση αυτοεκτίμησης και χρήσης του Facebook μπορεί να καθορίζεται από την κοινωνική σύγκριση στην οποία το άτομο επιδίδεται εντός του κοινωνικού δικτύου. Οι Vogel et al. (2015) αναφέρουν ότι ο προσανατολισμός κοινωνικής σύγκρισης στο Facebook επηρεάζει την αυτοεκτίμηση του ατόμου, δηλαδή άτομα με υψηλό προσανατολισμό κοινωνικής σύγκρισης όταν επιδίδονταν σε συγκρίσεις στο Facebook έτειναν να αναφέρουν χαμηλότερα επίπεδα αυτοεκτίμησης. Από την άλλη, ο Lee (2014) υποστηρίζει περισσότερο μια σχέση αρνητικής συσχέτισης μεταξύ της συχνότητας κοινωνικών συγκρίσεων στο Facebook και της αυτοεκτίμησης, γεγονός που μπορεί να σημαίνει ότι δεν είναι απαραίτητο η κοινωνική σύγκριση να καθορίζει τα επίπεδα αυτοεκτίμησης, αλλά να συμβαίνει και το αντίθετο, δηλαδή η αυτοεκτίμηση του ατόμου να επηρεάζει τη συχνότητα κοινωνικών συγκρίσεων. Οι Jang, Park και Song (2016) μελετώντας τους παράγοντες που προηγούνται κι έπονται του προσανατολισμού κοινωνικής σύγκρισης θεωρούν ότι η αυτοεκτίμηση αποτελεί έναν παράγοντα που προηγείται της κοινωνικής σύγκρισης, υποστηρίζοντας ότι άτομα με υψηλότερη αυτοεκτίμηση είναι λιγότερο πιθανό να προβαίνουν συχνά σε κοινωνικές συγκρίσεις.

Τα παραπάνω θα μπορούσαν να συνδεθούν και με τα προηγούμενα ευρήματα για την επίδραση της ικανοποίησης από τη ζωή στη τάση και τα αποτελέσματα της κοινωνικής σύγκρισης στο Facebook (de Vries & Kuhn, 2015).

4.4.Θετικά και αρνητικά συναισθήματα

Καθώς η συναισθηματική κατάσταση αποτελεί έναν από τους παράγοντες υποκειμενικής ευεξίας (The Organisation for Economic Cooperation and Development, 2013), η οποία έχει συνδεθεί με τη χρήση του Facebook και την κοινωνική σύγκριση σ' αυτό, τότε θα ήταν σημαντικό στη μελέτη αυτή να προστεθούν και τα θετικά κι αρνητικά συναισθήματα. Καθώς η κοινωνική σύγκριση μπορεί να κάνει τα άτομα να νιώθουν ότι μειονεκτούν συγκριτικά με τους άλλους, αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση των θετικών συναισθημάτων και την αύξηση των αρνητικών (Haferkamp & Kramer, 2011). Αρκετές έρευνες έχουν συνδέσει τα θετικά και αρνητικά συναισθήματα με την κοινωνική σύγκριση κατά τη χρήση του Facebook. Για παράδειγμα, οι Vogel et al. (2015) που αναφέρθηκαν πρωτύτερα ως προς τις επιδράσεις της κοινωνικής σύγκρισης στο Facebook στην αυτοεκτίμηση ερεύνησαν επίσης τις επιδράσεις που έχει στα θετικά και αρνητικά συναισθήματα και βρήκαν ότι τα άτομα με υψηλό προσανατολισμό κοινωνικής σύγκρισης βίωναν περισσότερα αρνητικά συναισθήματα και σε συνδυασμό με τη μειωμένη αυτοεκτίμηση. Ωστόσο, οι Cramer, Song και Drent (2016) σύνδεσαν τα θετικά συναισθήματα με την κοινωνική σύγκριση όταν αυτή έχει ως στόχο την αυτό-βελτίωση και την αυτό-ενίσχυση, γεγονός που μπορεί να συνδεθεί με προηγούμενες διαπιστώσεις ότι η πρότερη ψυχοσυναισθηματική κατάσταση επηρεάζει την κοινωνική σύγκριση στο Facebook.

4.5.Καταθλιπτικά συμπτώματα

Τόσο η χρήση του Facebook όσο και η κοινωνική σύγκριση σ' αυτό έχουν συνδεθεί με θετικούς κι αρνητικούς παράγοντες ψυχικής υγείας. Ένας απ' αυτούς μπορούν να είναι και τα

καταθλιπτικά συμπτώματα. Οι Steers et al. (2014) μελετώντας το διαμεσολαβητικό ρόλο της κοινωνικής σύγκρισης στη σχέση του χρόνου χρήσης του Facebook και των καταθλιπτικών συμπτωμάτων βρήκαν ότι ο περισσότερος χρόνος χρήσης του Facebook αυξάνει τα καταθλιπτικά συμπτώματα μέσω των κοινωνικών συγκρίσεων. Η σχέση αυτή όμως ίσχυε μόνο για τους άνδρες, γεγονός που μπορεί να αποδοθεί στον τρόπο με τον οποίο το κάθε φύλο χρησιμοποιεί τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Οι Feistein et al. (2013) βρήκαν ότι οι ανηρτικές κοινωνικές συγκρίσεις στο Facebook επέφεραν περισσότερα καταθλιπτικά συμπτώματα στα άτομα μέσω της μηρυκαστικής σκέψης (rumination). Τέλος, η σχέση κοινωνικής σύγκρισης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και καταθλιπτικών συμπτωμάτων αποδεικνύεται και από τους Appel et al. (2015), οι οποίοι βρήκαν ότι οι συχνότερες κοινωνικές συγκρίσεις στο Facebook οδηγούσαν σε αύξηση των καταθλιπτικών συμπτωμάτων.

Ωστόσο, εφόσον προηγουμένως αναφέρθηκε ότι η πρότερη ψυχοσυναισθηματική κατάσταση του ατόμου μπορεί να επηρεάζει την κοινωνική σύγκριση στο Facebook και τα αποτελέσματα αυτής, θα είχε ίσως αξία να δούμε και το ρόλο των καταθλιπτικών συμπτωμάτων στην κοινωνική σύγκριση και τη χρήση του Facebook, δηλαδή να αντιμετωπιστούν κι αυτά ως κομμάτι της πρότερης ψυχοσυναισθηματικής κατάστασης του ατόμου.

5. Η παρούσα έρευνα

Η παρούσα έρευνα λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω θεωρητικά και ερευνητικά ευρήματα πρόκειται να εξετάσει τη σχέση μεταξύ διαφόρων παραγόντων της χρήσης του Facebook, της κοινωνικής σύγκρισης και των παραγόντων ψυχικής υγείας. Στους παράγοντες χρήσης του Facebook συμπεριλαμβάνονται ο χρόνος χρήσης, ο αριθμός φίλων, η συχνότητα κοινοποιήσεων, ο χρόνος που κάποιος έχει λογαριασμό στο μέσο κοινωνικής δικτύωσης, η ευρύτερη στάση του ατόμου απέναντι στο Facebook και το ποσοστό φίλων του

ατόμου στο Facebook που γνωρίζει κι εκτός. Για τη κοινωνική σύγκριση δεν θα χρησιμοποιηθεί το ερωτηματολόγιο προσανατολισμού της κοινωνικής σύγκρισης, αλλά η Κλίμακα Διαβάθμισης της Κοινωνικής Σύγκρισης, η οποία μπορεί να δώσει μια εικόνα για το αποτέλεσμα της κοινωνικής σύγκρισης, αν δηλαδή οι χρήστες νιώθουν καλύτερα ή χειρότερα με τους εαυτούς τους, όταν προβαίνουν σε κοινωνικές συγκρίσεις.. Στους παράγοντες ψυχικής υγείας συμπεριλαμβάνονται η ικανοποίηση από τη ζωή, η αυτοεκτίμηση, τα θετικά κι αρνητικά συναισθήματα και τα καταθλιπτικά συμπτώματα. Τέλος, στις αναλύσεις θα συμπεριληφθούν και τα κίνητρα χρήσης του Facebook.

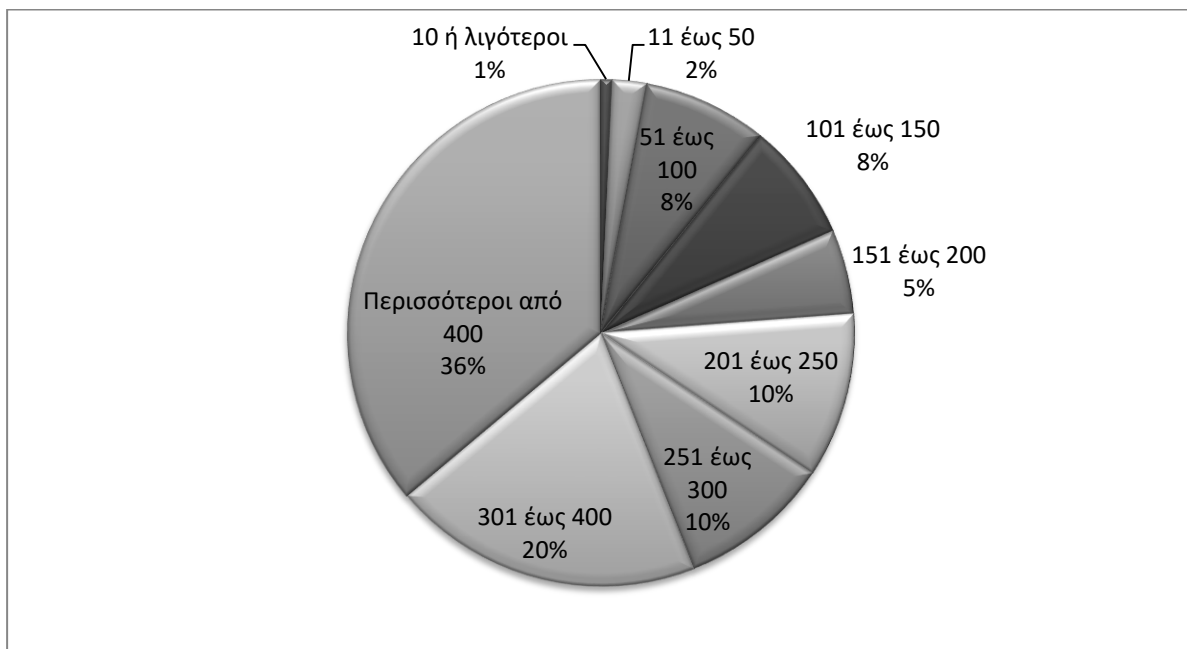
Η μέχρι τώρα έρευνα δεν έχει υποστηρίξει με βεβαιότητα κάποια άποψη. Ένας αριθμός ερευνών υποστηρίζει τη σημασία της πρότερης συναισθηματικής κατάστασης για το αποτέλεσμα της κοινωνικής σύγκρισης στο Facebook, ενώ ένα άλλο κύμα ερευνών υποστηρίζουν ότι τελικά οι κοινωνικές συγκρίσεις στις οποίες προβαίνει το άτομο στο Facebook είναι εκείνες που καθορίζουν την συναισθηματική του κατάσταση. Το γεγονός αυτό γεννά την ανάγκη να διατυπωθεί μια άποψη με περισσότερη βεβαιότητα – τουλάχιστον στην ελληνική περίπτωση. Συνεπώς, η έρευνα αυτή είναι περισσότερο διερευνητική και θα εξεταστούν τόσο οι παράγοντες που καθορίζουν την χρήση του Facebook όσο και οι παράγοντες που καθορίζουν την κοινωνική σύγκριση σ' αυτό. Αρχικά, θα διερευνηθούν οι συσχετίσεις μεταξύ των μεταβλητών. Στη συνέχεια, θα διερευνηθεί ποια σχέση ανταποκρίνεται καλύτερα στην ελληνική περίπτωση, δηλαδή οι παράγοντες χρήσης του Facebook, τα κίνητρα χρήσης και οι παράγοντες ψυχικής υγείας μπορούν να προβλέψουν την κοινωνική σύγκριση στο Facebook ή η κοινωνική σύγκριση, τα κίνητρα χρήσης του Facebook και οι παράγοντες ψυχικής υγείας μπορούν να προβλέψουν σε μεγαλύτερο βαθμό τους παράγοντες χρήσης του Facebook. Τέλος, θα δοκιμαστεί κι ένα μοντέλο ανάλογα με τα αποτελέσματα που θα προκύψουν από τις παραπάνω αναλύσεις για να διατυπωθεί με περισσότερη βεβαιότητα όποιο συμπέρασμα προκύψει.

Μέθοδος

1. Συμμετέχοντες

Το δείγμα αποτελείται από 277 συμμετέχοντες εκ των οποίων οι 227 (81.9%) γυναίκες και οι 50 άνδρες (18.1%) με μέσο όρο ηλικίας τα 23.69 έτη ($SD= 5.99$). Όσον αφορά την απασχόληση των συμμετεχόντων το μεγαλύτερο μέρος αυτών ήταν αποκλειστικά φοιτητές, δηλαδή 145 άτομα (52,3%), οι 56 (20.2%) δήλωσαν ότι ήταν φοιτητές που εργάζονταν ταυτόχρονα, οι 47 (17%) ήταν εργαζόμενοι και οι 29 (10.5%) δήλωσαν άνεργοι.

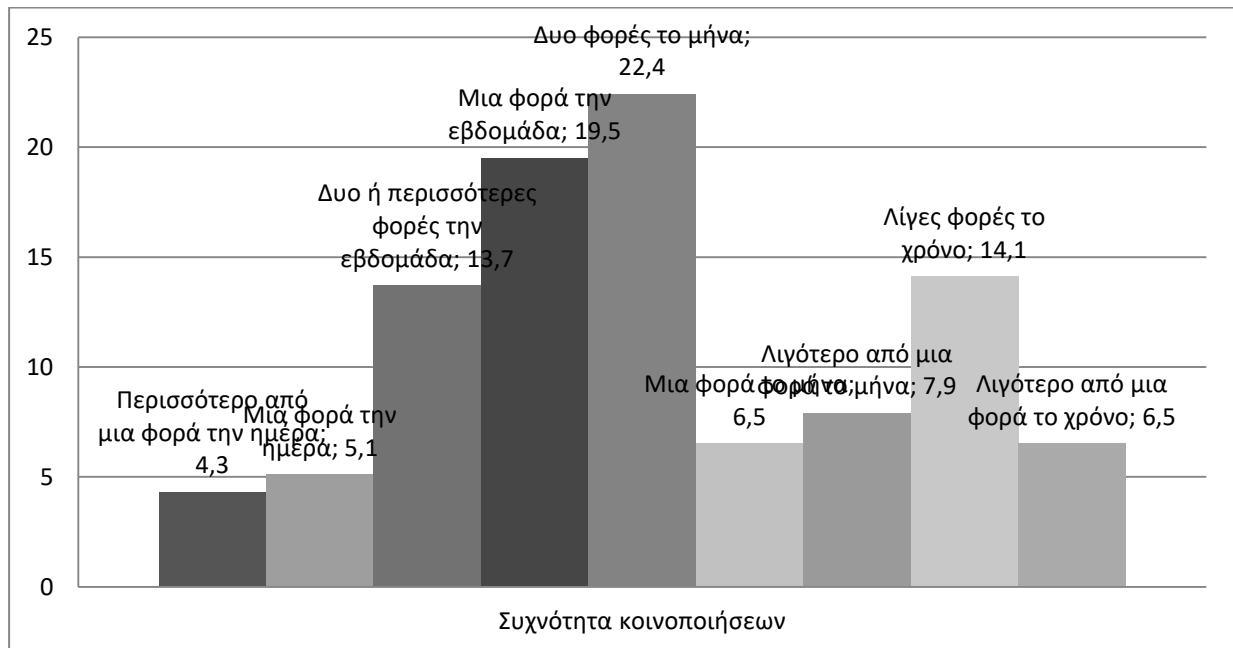
Σχετικά με τα περιγραφικά στοιχεία των συμμετεχόντων για τη χρήση του Facebook το 36.1% (100 άτομα) απάντησαν ότι είχαν πάνω από 400 φίλους και το 19.9% (55 άτομα) ότι είχαν από 301 έως 400 φίλους. Αναλυτικά τα ποσοστά του αριθμού των φίλων στο Facebook των συμμετεχόντων παρουσιάζονται στο Σχήμα 1. Στην ερώτηση σχετικά με το ποσοστό των φίλων που γνώριζαν κι εκτός Facebook οι συμμετέχοντες γνώριζαν ότι κατά μέσο όρο γνώριζαν το 55.88% ($SD=28.82$) των φίλων του στο κοινωνικό δίκτυο κι εκτός αυτού.



Σχήμα 1. Κατανομή του αριθμού των φίλων των συμμετεχόντων

Όσον αφορά τη συχνότητα αναρτήσεων το μεγαλύτερο μέρος των συμμετεχόντων (22.4%) δήλωσε ότι κοινοποιούν περιεχόμενο στο Facebook δυο φορές το μήνα, ενώ το

λιγότερο μέρος αυτών (4.3%) ότι κοινοποιεί κάτι περισσότερο από μια φορά την ημέρα. Αναλυτικά η συχνότητα κοινοποιήσεων από τους συμμετέχοντες παρουσιάζονται στο Σχήμα 2.



Σχήμα 2. Κατανομή της συχνότητας κοινοποιήσεων στο συμμετεχόντων στο Facebook

Περισσότεροι από τους μισούς συμμετέχοντες, δηλαδή το 86.3%, ανέφεραν ότι είχαν λογαριασμό στο Facebook για περισσότερο από τρία χρόνια. Από τους υπόλοιπους το 4.3% ανέφεραν ότι είχαν λογαριασμό στο Facebook για δύομιση χρόνια, 2.9% για έξι μήνες, 2.9% για ένα χρόνο, 2.5% για δυο χρόνια και 1.1 % για ενάμιση χρόνο.

Από το σύνολο των συμμετεχόντων σχεδόν οι μισοί, δηλαδή οι 120 (43.3%) ανέφεραν ότι τους αρέσει το Facebook διότι αποτελεί το μέσο με το οποίο επικοινωνούν με τους τωρινούς τους φίλους. Από τους υπόλοιπους συμμετέχοντες, οι 71 (25.6%) δήλωσαν ότι τους αρέσει το Facebook καθώς τους παρέχει πληροφορίες, όπως για παράδειγμα μέσω των ομάδων, οι 32 (11.6%) λόγω του ότι τους επιτρέπει να επικοινωνούν με ανθρώπους από το παρελθόν τους, οι 19 (6.9%) διότι τους επιτρέπει να συλλέγουν πληροφορίες για ανθρώπους για τους οποίους ενδιαφέρονται, οι 9 (3.2%) διότι τους παρέχει διέξοδο από τον όγκο των

σπουδών τους, ενώ οι 26 (9.4%) επέλεξαν ότι τους αρέσει το Facebook για κάποιο άλλο λόγο από τους αναφερόμενους.

2. Εργαλεία

Χρήση Facebook. Για να διερευνηθεί η χρήση του Facebook χρησιμοποιήθηκε ένας συνδυασμός των ερωτήσεων από τα ερωτηματολόγια που χρησιμοποίησαν οι Ellison et al. (2007) και οι Ross, Orr, Sisic, Arsenault, Simmering και Orr (2009). Επιλέχθηκαν ερωτήσεις οι οποίες αφορούσαν το χρόνο που τα άτομα δαπανούν στο Facebook, τον αριθμό φίλων, τη συχνότητα κοινοποιήσεων, το χρόνο που είχαν το προφίλ τους στο κοινωνικό δίκτυο, το λόγο για τον οποίο τους αρέσει η χρήση του συγκεκριμένου κοινωνικού δικτύου, καθώς και ερωτήσεις που φανέρωναν την ευρύτερη στάση των ατόμων απέναντι στο Facebook. Συνολικά χρησιμοποιήθηκαν 12 ερωτήσεις, εκ των οποίων οι επτά (ερωτήσεις 2, 3, 4, 5, 6, 7, 11) αφορούσαν την ευρύτερη στάση των ατόμων απέναντι στο Facebook και η βαθμολόγηση γινόταν σε 5-βάθμια κλίμακα τύπου Likert, ενώ οι υπόλοιπες ερωτήσεις ανά μια ανταποκρίνονταν στα προαναφερθέντα πεδία ενδιαφέροντος. Παράδειγμα ερώτησης είναι «Το Facebook είναι μέρος της καθημερινότητάς μου». Το ερωτηματολόγιο παρουσιάζεται στο Παράρτημα II στη σελίδα 65.

Κίνητρα χρήσης Facebook. Για τη μέτρηση των κινήτρων χρήσης του Facebook χρησιμοποιήθηκε το ερωτηματολόγιο που δημιουργήθηκε από τους Bonds-Raacke και Raacke (2010), και περιλαμβάνει 11 ερωτήσεις σε 7-βάθμια κλίμακα τύπου Likert (όπου 1= «Δεν ισχύει καθόλου για μένα» και 7= «Ισχύει απόλυτα για μένα»), καταναμεμημένες σε τρεις ξεχωριστούς παράγοντες: την ενημέρωση (information) (ερωτήσεις 1 έως 5), τη φιλία (friendship) (ερωτήσεις 6 έως 8) και τη συνδεσιμότητα (connection) (ερωτήσεις 9 έως 11). Ωστόσο, οι παράγοντες εμφανίζουν χαμηλή αξιοπιστία, καθώς για τον παράγοντα της ενημέρωσης ο δείκτης εσωτερικής συνοχής Cronbach ήταν $\alpha = .73$, για τον παράγοντα της φιλίας ήταν $\alpha = .63$ και γι' αυτόν της συνδεσιμότητας ήταν $\alpha = .62$ (Rae & Lonborg, 2015).

Παράδειγμα ερώτησης είναι «Χρησιμοποιώ το Facebook για να δημοσιεύω κοινωνικά γεγονότα». Το ερωτηματολόγιο παρουσιάζεται στο Παράρτημα II στη σελίδα 67.

Κοινωνική σύγκριση. Για τη μέτρηση της κοινωνικής σύγκρισης χρησιμοποιήθηκε η Κλίμακα Διαβάθμισης της Κοινωνικής Σύγκρισης (Social Comparison Rating Scale) των Allan και Gilbert (1995). Η κλίμακα αποτελείται από 11 δίπολα επιθέτων σε 10-βάθμια κλίμακα (όπου το 1 αναφέρεται στην αρνητική πλευρά του δίπολου και το 10 στη θετική). Σύμφωνα με τους Allan και Gilbert (1995) η κλίμακα αποτελείται από τρεις παράγοντες: τον παράγοντα κατάταξης (rank factor) (ερωτήσεις 1, 2, 6, 7), την κοινωνική προσαρμογή και αποδοχή (social fit and acceptance) (ερωτήσεις 3, 9, 10) και την κοινωνική ελκυστικότητα (social attractiveness) (ερωτήσεις 4, 5, 8, 11). Ο τρόπος χορήγησης της κλίμακας έγινε ακολουθώντας το υπόδειγμα των Feinstein et al. (2013), όπου οι συμμετέχοντες επέλεξαν τη θέση τους στα δίπολα χρησιμοποιώντας την οδηγία «Όταν συγκρίνω τον εαυτό μου με τους άλλους στο Facebook, νιώθω...». Η κλίμακα εμφανίζει γενικά καλή εσωτερική συνοχή, $\alpha = .88$ για τη περίπτωση των Allan και Gilbert (1995) και $\alpha = .94$ γι' αυτή των Feinstein et al. (2013). Το ερωτηματολόγιο παρουσιάζεται στο Παράρτημα II στη σελίδα 68.

Αυτοεκτίμηση. Για τη μέτρηση της αυτοεκτίμησης χρησιμοποιήθηκε η Κλίμακα Αυτοεκτίμησης του Rosenberg (Rosenberg Self-Esteem Scale) (Rosenberg, 1989). Στα ελληνικά η προσαρμογή έχει γίνει από τους Σπανέα, Αναγνωστόπουλος, Καλαντζή-Αζίζι και Σκάρλος (2005). Αποτελείται από 10 ερωτήσεις σε 4-βάθμια κλίμακα τύπου Likert (όπου 1= «Διαφωνώ απόλυτα» και 4= «Συμφωνώ απόλυτα»), εκ των οποίων οι πέντε είναι αντεστραμμένες (ερωτήσεις 2, 5, 6, 8, 9) και εμφανίζει καλή εσωτερική συνοχή $\alpha = .84$. Παράδειγμα ερώτησης είναι «Γενικά είμαι ικανοποιημένος με τον εαυτό μου». Το ερωτηματολόγιο παρουσιάζεται στο Παράρτημα II στη σελίδα 69.

Καταθλιπτικά συμπτώματα. Η μέτρηση των καταθλιπτικών συμπτωμάτων έγινε μέσω της Κλίμακας Καταθλιπτικών Συμπτωμάτων (The Center for Epidemiologic Studies- Depression

Scale [CES-D]) του Radloff (1977). Στα ελληνικά η προσαρμογή έχει γίνει από τους Madianos και Stefanis (1992). Η κλίμακα αποτελείται από 20 ερωτήσεις, στις οποίες τα άτομα καλούνται να βαθμολογήσουν από το 0 έως το 3 πόσο συχνά αισθάνθηκαν έτσι τις τελευταίες 30 μέρες (όπου 0= «Σπάνια ή καθόλου. Λιγότερο από μια μέρα» και 3= «Τον περισσότερο καιρό. 5-7 μέρες»), εκ των οποίων οι τέσσερις είναι αντιστραμμένες (ερωτήσεις 4, 8, 12, 16) και έχει εμφανίσει ικανοποιητική εσωτερική συνοχή. Παράδειγμα ερώτησης είναι «Με ενοχλούσαν πράγματα που συνήθως δεν μ' ενοχλούν». Το ερωτηματολόγιο παρουσιάζεται στο Παράρτημα II στη σελίδα 70.

Ικανοποίηση από τη ζωή. Για τη μέτρηση της ικανοποίησης από τη ζωή χρησιμοποιήθηκε η Κλίμακα Ικανοποίησης από τη Ζωή (Satisfaction With Life Scale [SWLS]) των Diener, Emmons, Larsen & Griffin (1985). Στα ελληνικά η προσαρμογή έχει γίνει από τους Σταλικά και Λακιώτη. Η κλίμακα αποτελείται από πέντε ερωτήσεις σε 7-βάθμια κλίμακα τύπου Likert (όπου 1= «Διαφωνώ πάρα πολύ» και 7= «Συμφωνώ πάρα πολύ») και δείκτης εσωτερική συνοχής είναι ικανοποιητικός με $\alpha = .87$. Παράδειγμα ερώτησης είναι «Από τις περισσότερες απόψεις η ζωή μου είναι κοντά στο ιδανικό μου». Το ερωτηματολόγιο παρουσιάζεται στο Παράρτημα II στη σελίδα 72.

Θετικά και αρνητικά συναισθήματα. Για τη μέτρηση των θετικών κι αρνητικών συναισθημάτων χρησιμοποιήθηκε η Κλίμακα Θετικών κι Αρνητικών Συναισθημάτων (Positive and Negative Affect Scale) των Watson, Clark και Tellegen (1988). Στα ελληνικά έχει γίνει τρεις φορές προσαρμογή του (Μαρμαράς & Παπαστεφάνου, 2003· Sideridis, 2005, 2006· Δάσκαλου, 2005). Η κλίμακα αποτελείται από 20 ερωτήσεις σε 5-βάθμια κλίμακα τύπου Likert (όπου 1= «Ελάχιστα ή καθόλου» και 5= «Πάρα πολύ») αποτελείται από δύο κλίμακες: μια για τα θετικά συναισθήματα (ερωτήσεις 1, 3, 5, 9, 10, 12, 14, 16, 17, 19) και μια για τα αρνητικά συναισθήματα (ερωτήσεις 2, 4, 6, 7, 8, 11, 13, 15, 18, 20). Το ερωτηματολόγιο παρουσιάζεται στο Παράρτημα II στη σελίδα 73.

Δημογραφικά στοιχεία. Από τους συμμετέχοντες ζητήθηκε να αναφέρουν και κάποια δημογραφικά στοιχεία, όπως το φύλο, η ηλικία, η απασχόληση και το ποσοστό φίλων στο Facebook που γνωρίζουν κι εκτός αυτού. ». Οι ερωτήσεις παρουσιάζονται στο Παράρτημα II στη σελίδα 74.

3. Διαδικασία μετάφρασης

Από το σύνολο των μετρήσεων που χρησιμοποιήθηκαν δεν είχαν όλα επίσημη ελληνική προσαρμογή. Συγκεκριμένα, οι μετρήσεις που δεν υπήρχαν στα ελληνικά ήταν: η κλίμακα χρήσης του Facebook, η κλίμακα κινήτρων χρήσης του Facebook και η Κλίμακα Διαβάθμισης της Κοινωνικής Σύγκρισης. Για τα ερωτηματολόγια αυτά ακολουθήθηκε η διαδικασία μετάφρασης με δυο μεταφραστές, όπου ο πρώτος μετέφρασε το αγγλικό ερωτηματολόγιο στα ελληνικά και ο δεύτερος ξαναμετέφρασε στα αγγλικά το ελληνικό από τον πρώτο μεταφραστή ώστε να διαπιστωθούν τυχόν αποκλίσεις.

4. Διαδικασία συμπλήρωσης

Η δειγματοληψία ήταν ευκαιριακή με τη μέθοδο της χιονοστιβάδας. Το τελικό ερωτηματολόγιο αναρτήθηκε σε διάφορες σελίδες και ομάδες στο Facebook και οι συμμετέχοντες καλούνταν να το συμπληρώσουν τόσο οι ίδιοι όσο και να το προωθήσουν σε όσα άτομα ήταν διαθέσιμα να το συμπληρώσουν. Η δειγματοληψία διήρκεσε 15 μέρες, από τις 12 Οκτωβρίου 2015 έως και τις 27 Οκτωβρίου 2015.

5. Διαδικασία αναλύσεων

Για την ανάλυση των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε το Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) 20.0. Για την παραγοντική ανάλυση των ερωτηματολογίων χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος Principal Axis Factoring με πλάγια περιστροφή Promax. Για τον έλεγχο αξιοπιστίας των κλιμάκων έγινε έλεγχος με το δείκτη α του Cronbach. Για τις συσχετίσεις χρησιμοποιήθηκε ο δείκτης Pearson r . Για τον έλεγχο της ικανότητας πρόβλεψης

μίας εξαρτημένης μεταβλητής από μία σειρά ανεξάρτητων χρησιμοποιήθηκε ιεραρχική ανάλυση παλινδρόμησης. Τέλος, για την ανάλυση διαδρομών χρησιμοποιήθηκε το AMOS 20.

Αποτελέσματα

1. Παραγοντική ανάλυση

Στις μετρήσεις όπου υπήρχαν πάνω από ένας παράγοντας πραγματοποιήθηκε ανάλυση παραγόντων με τη μέθοδο Principal Axis Factoring και πλάγια περιστροφή Promax. Οι μετρήσεις αυτές είναι: η Κλίμακα Κινήτρων Χρήσης του Facebook, η Κλίμακα Διαβάθμισης της Κοινωνικής Σύγκρισης και η Κλίμακα Θετικών και Αρνητικών Συναισθημάτων.

Για την Κλίμακα Κινήτρων Χρήσης του Facebook η παραγοντική ανάλυση έγινε με περιορισμό τριών παραγόντων, οι οποίοι εξηγούν το 56.52% της διακύμανσης. Ο πρώτος παράγοντας εξηγεί το 30.80% της διακύμανσης, ο δεύτερος παράγοντας το 14.24% της διακύμανσης και ο τρίτος παράγοντας το 11.48% της διακύμανσης. Οι ερωτήσεις που φορτώνουν στον πρώτο παράγοντα αντανακλούν τη συνδεσιμότητα, οι ερωτήσεις που φορτώνουν στο δεύτερο παράγοντα την ενημέρωση και οι ερωτήσεις που φορτώνουν στο τρίτο παράγοντα τη φιλία. Η ερώτηση 11 φάνηκε να φορτίζει στον παράγοντα της ενημέρωσης αντί γι' αυτόν της συνδεσιμότητας και η ερώτηση 4 φάνηκε να φορτίζει στον παράγοντα της φιλίας αντί γι' αυτόν της ενημέρωσης.

Για την Κλίμακα Διαβάθμισης της Κοινωνικής Σύγκρισης η παραγοντική ανάλυση έγινε με περιορισμό τριών παραγόντων, οι οποίοι εξηγούν το 73.64% της διακύμανσης. Ο πρώτος παράγοντας εξηγεί το 55.99% της διακύμανσης, ο δεύτερος παράγοντας το 11.06% της διακύμανσης και ο τρίτος παράγοντας το 6.59% της διακύμανσης. Οι ερωτήσεις που φορτώνουν στον πρώτο παράγοντα φαίνεται να αντανακλούν την κοινωνική προσαρμογή και αποδοχή, οι ερωτήσεις που φορτώνουν στον δεύτερο παράγοντα τον παράγοντα κατάταξης και οι ερωτήσεις που φορτώνουν στον τρίτο παράγοντα την κοινωνική ελκυστικότητα. Η ερώτηση 3 φάνηκε να φορτίζει στον παράγοντα της κοινωνικής ελκυστικότητας αντί γι' αυτόν της κοινωνικής προσαρμογής και αποδοχής.

Για την Κλίμακα Θετικών και Αρνητικών Συναισθημάτων έγινε παραγοντική ανάλυση με περιορισμό δύο παραγόντων, οι οποίοι εξηγούν το 51.53% της διακύμανσης. Ο πρώτος παράγοντας εξηγεί το 34% της διακύμανσης και ο δεύτερος το 17.53% της διακύμανσης. Οι ερωτήσεις που φορτώνουν στον πρώτο παράγοντα φαίνεται να αντανακλούν τα αρνητικά συναισθήματα, ενώ εκείνες που φορτώνουν στο δεύτερο παράγοντα τα θετικά. Η ερώτηση 3 φάνηκε να φορτίζει στον παράγοντα των αρνητικών συναισθημάτων αντί γι' αυτόν των θετικών.

2. Αξιοπιστία και μέσοι όροι κλιμάκων

Έγινε έλεγχος αξιοπιστία με τον δείκτη Cronbach's alpha για όλες τις κλίμακες και τους παράγοντες στους οποίους κάποιες απ' αυτές χωρίζονταν. Οι δείκτες εσωτερικής συνοχής α ήταν γενικά ικανοποιητικοί. Εξαίρεση αποτελέσαν δύο από τους παράγοντες της Κλίμακας Κινήτρων Χρήσης του Facebook, αυτός της ενημέρωσης κι αυτός της φιλίας, οι οποίοι καθώς δεν ήταν ικανοποιητικοί κρίθηκε απαραίτητο να μην χρησιμοποιηθούν σε περαιτέρω αναλύσεις.

Για όλες τις υπό μελέτη κλίμακες και παράγοντες εξήχθησαν συνολικοί δείκτες από τους μέσους όρους των ερωτήσεων. Για την Κλίμακα Κινήτρων Χρήσης του Facebook και για την Κλίμακα Θετικών και Αρνητικών Συναισθημάτων η θεωρία δεν προβλέπει την εξαγωγή συνολικού δείκτη της εκάστοτε κλίμακα, αλλά συνολικό δείκτη για τον κάθε παράγοντα ξεχωριστά. Όπως προαναφέρθηκε στη Κλίμακα Χρήσης του Facebook υπάρχει ένας συνολικός δείκτης για την ευρύτερη στάση απέναντι στο Facebook.

Στον Πίνακα 1 (Παράρτημα Ι) παρουσιάζονται αναλυτικά οι δείκτες εσωτερικής συνοχής α μαζί με τους μέσους όρους και τις τυπικές αποκλίσεις της εκάστοτε κλίμακας ή/και παράγοντα.

3. Συσχετίσεις

Για να βρεθούν οι συσχετίσεις μεταξύ των μεταβλητών έγινε ανάλυση συσχετίσεων με το δείκτη Pearson r . Εκτός από τις προαναφερθείσες κλίμακες – δηλαδή η στάση απέναντι στο Facebook, ο παράγοντας της συνδεσιμότητας από την Κλίμακα Κινήτρων Χρήσης του Facebook, η Κλίμακα Διαβάθμισης της Κοινωνικής Σύγκρισης μαζί με τους τρεις παράγοντές της (Κοινωνική προσαρμογή και αποδοχή, παράγοντας κατάταξης, κοινωνική ελκυστικότητα), η Κλίμακα Αυτοεκτίμησης του Rosenberg, η Κλίμακα Καταθλιπτικών Συμπτωμάτων, η Κλίμακα Ικανοποίησης από τη Ζωή, και η Κλίμακα Θετικών και Αρνητικών Συναισθημάτων - για τις οποίες εξήχθησαν συνολικοί δείκτες, στις συσχετίσεις συμπεριλήφθηκαν κι άλλες μεταβλητές οι οποίες μετριούνταν με μια μόνο ερώτηση. Οι μεταβλητές αυτές είναι: ο χρόνος που επενδύει κάποιος ημερησίως στο Facebook, ο αριθμός των φίλων του στο Facebook, η συχνότητα κοινοποιήσεων, ο χρόνος που κάποιος έχει λογαριασμό στο κοινωνικό δίκτυο, η ηλικία του συμμετέχοντα και το ποσοστό των φίλων στο κοινωνικό δίκτυο που γνωρίζει κι εκτός αυτού. Πρέπει να αναφερθεί ότι η μεταβλητή της συχνότητας κοινοποιήσεων αντεστράφη έτσι ώστε τα υψηλότερα σκορ να σημαίνουν συχνότερες κοινοποιήσεις. Οι συσχετίσεις παρουσιάζονται αναλυτικά στον Πίνακα 2 (Παράρτημα Ι).

4. Ιεραρχική ανάλυση παλινδρόμησης

Με βάση τα αποτελέσματα της ανάλυσης συσχετίσεων πραγματοποιήθηκαν τρεις ιεραρχικές αναλύσεις παλινδρόμησης. Στη πρώτη χρησιμοποιήθηκε ως εξαρτημένη μεταβλητή η κοινωνική σύγκριση στο Facebook, στη δεύτερη η συχνότητα κοινοποιήσεων και στη τρίτη η ευρύτερη στάση απέναντι στο Facebook.

Με σκοπό να βρεθούν οι παράγοντες οι οποίοι μπορούν να προβλέψουν τη τάση για κοινωνική σύγκριση στο Facebook έγινε ιεραρχική ανάλυση παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή την κοινωνική σύγκριση. Χρησιμοποιήθηκαν τέσσερα βήματα. Το πρώτο βήμα

συμπεριλάμβανε τις προσωπικές μεταβλητές του χρήστη – συμμετέχοντα, δηλαδή την ηλικία και το φύλο. Το δεύτερο βήμα συμπεριλάμβανε τις μεταβλητές που σχετίζονταν με τη χρήση του Facebook, δηλαδή το χρόνο χρήσης, τον αριθμό των φίλων στο κοινωνικό δίκτυο, τη συχνότητα κοινοποιήσεων, το χρόνο που κάποιος έχει το λογαριασμό του στο κοινωνικό δίκτυο, το ποσοστό φίλων που κάποιος έχει κοινό εκτός κι εντός του κοινωνικού δικτύου και την ευρύτερη στάση του ατόμου προς το Facebook. Στο τρίτο βήμα επρόκειτο να εισαχθούν οι τρεις διαστάσεις κινήτρων, καθώς όμως μόνο ο παράγοντας της συνδεσιμότητας εμφάνισε ικανοποιητική αξιοπιστία, τελικά μόνο αυτός εισήχθη στο βήμα αυτό. Στο τέταρτο βήμα εισήχθησαν οι μεταβλητές ψυχικής υγείας, δηλαδή η αυτοεκτίμηση, τα καταθλιπτικά συμπτώματα, η ικανοποίηση από τη ζωή και τα θετικά κι αρνητικά συναισθήματα.

Το μοντέλο στο πρώτο βήμα εμφανίστηκε μη στατιστικά σημαντικό $R^2 = .007$, $F(2, 274) = .950$, $p > .05$. Το μοντέλο στο δεύτερο βήμα εμφανίστηκε στατιστικά σημαντικό, αλλά με χαμηλή προβλεπτική αξία, $R^2 = .068$, $F(8, 268) = 2.44$, $p = .015$. Από το σύνολο των ανεξάρτητων μεταβλητών που εισήχθησαν εκείνες που εμφανίστηκαν να συνεισφέρουν σημαντικά στην πρόβλεψη της κοινωνικής σύγκρισης στο Facebook ήταν η συχνότητα κοινοποιήσεων και η ευρύτερη στάση προς το Facebook. Το μοντέλο στο τρίτο βήμα εμφανίστηκε κι αυτό στατιστικά σημαντικό, αλλά με χαμηλή προβλεπτική αξία, $R^2 = .068$, $F(9, 267) = 2.18$, $p = .024$. Από το σύνολο των ανεξάρτητων μεταβλητών που εισήχθησαν εκείνες που εμφανίστηκαν να συνεισφέρουν σημαντικά στην πρόβλεψη της κοινωνικής σύγκρισης στο Facebook ήταν η συχνότητα κοινοποιήσεων και η ευρύτερη στάση προς το Facebook. Το μοντέλο στο τέταρτο βήμα εμφανίστηκε κι αυτό στατιστικά σημαντικό και σχετικά ικανοποιητική προβλεπτική αξία, $R^2 = .305$, $F(14, 262) = 8.21$, $p = .000$. Από το σύνολο των ανεξάρτητων μεταβλητών που εισήχθησαν εκείνες που εμφανίστηκαν να συνεισφέρουν σημαντικά στην πρόβλεψη της κοινωνικής σύγκρισης στο Facebook ήταν η συχνότητα

κοινοποιήσεων, η ευρύτερη στάση προς το Facebook, τα θετικά συναισθήματα και η αυτοεκτίμηση. Τα αποτελέσματα φαίνονται αναλυτικά στον Πίνακα 3 (Παράρτημα Ι).

Με σκοπό να βρεθούν οι παράγοντες που μπορούν να προβλέψουν τη συχνότητα κοινοποιήσεων στο Facebook έγινε ιεραρχική ανάλυση παλινδρόμησης με τέσσερα βήματα και εξαρτημένη μεταβλητή τη συχνότητα κοινοποιήσεων. Το πρώτο βήμα συμπεριλάμβανε τις προσωπικές μεταβλητές του χρήστη – συμμετέχοντα, δηλαδή την ηλικία και το φύλο. Το δεύτερο βήμα συμπεριλάμβανε την κοινωνική σύγκριση. Στο τρίτο βήμα επρόκειτο να εισαχθούν οι τρεις διαστάσεις κινήτρων, καθώς όμως μόνο ο παράγοντας της συνδεσιμότητας εμφάνισε ικανοποιητική αξιοπιστία, τελικά μόνο αυτός εισήχθη στο βήμα αυτό. Στο τέταρτο βήμα εισήχθησαν οι μεταβλητές ψυχικής υγείας, δηλαδή η αυτοεκτίμηση, τα καταθλιπτικά συμπτώματα, η ικανοποίηση από τη ζωή και τα θετικά κι αρνητικά συναισθήματα.

Το μοντέλο του πρώτου βήματος εμφανίστηκε στατιστικά σημαντικό, αλλά με χαμηλή προβλεπτική αξία $R^2 = .032$, $F(2, 274) = 4.56$, $p = .011$. Από το σύνολο των ανεξάρτητων μεταβλητών που εισήχθησαν εκείνη που φάνηκε να συνεισφέρει σε στατιστικά σημαντικό βαθμό στην πρόβλεψη της εξαρτημένης μεταβλητής ήταν η ηλικία. Το μοντέλο του δεύτερου βήματος εμφανίστηκε στατιστικά σημαντικό, αλλά με χαμηλή προβλεπτική αξία, $R^2 = .066$, $F(3, 273) = 6.43$, $p = .000$. Από το σύνολο των ανεξάρτητων μεταβλητών που εισήχθησαν εκείνες που φάνηκαν να συνεισφέρουν σε στατιστικά σημαντικό βαθμό ήταν η ηλικία και η κοινωνική σύγκριση. Το μοντέλο του τρίτου βήματος εμφανίστηκε στατιστικά σημαντικό, αλλά με χαμηλή προβλεπτική αξία, $R^2 = .099$, $F(4, 272) = 7.49$, $p = .000$. Από το σύνολο των ανεξάρτητων μεταβλητών που εισήχθησαν εκείνες που φάνηκαν να συνεισφέρουν σε στατιστικά σημαντικό βαθμό ήταν η ηλικία, η κοινωνική σύγκριση και η συνδεσιμότητα. Το μοντέλο του τρίτου βήματος εμφανίστηκε στατιστικά σημαντικό, αλλά με χαμηλή προβλεπτική αξία, $R^2 = .115$, $F(9, 267) = 3.87$, $p = .000$. Από το σύνολο των ανεξάρτητων

μεταβλητών που εισήχθησαν εκείνες που φάνηκαν να συνεισφέρουν σε στατιστικά σημαντικό βαθμό ήταν η ηλικία, η κοινωνική σύγκριση και η συνδεσιμότητα. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4 (Παράρτημα Ι).

Με σκοπό να βρεθούν οι παράγοντες που μπορούν να προβλέψουν την ευρύτερη στάση απέναντι στο Facebook έγινε ιεραρχική ανάλυση παλινδρόμησης με τέσσερα βήματα και με εξαρτημένη μεταβλητή την ευρύτερη στάση απέναντι Facebook. Το πρώτο βήμα συμπεριλάμβανε τις προσωπικές μεταβλητές του χρήστη – συμμετέχοντα, δηλαδή την ηλικία και το φύλο. Το δεύτερο βήμα συμπεριλάμβανε την κοινωνική σύγκριση. Στο τρίτο βήμα επρόκειτο να εισαχθούν οι τρεις διαστάσεις κινήτρων, καθώς όμως μόνο ο παράγοντας της συνδεσιμότητας εμφάνισε ικανοποιητική αξιοπιστία, τελικά μόνο αυτός εισήχθη στο βήμα αυτό. Στο τέταρτο βήμα εισήχθησαν οι μεταβλητές ψυχικής υγείας, δηλαδή η αυτοεκτίμηση, τα καταθλιπτικά συμπτώματα, η ικανοποίηση από τη ζωή και τα θετικά κι αρνητικά συναισθήματα.

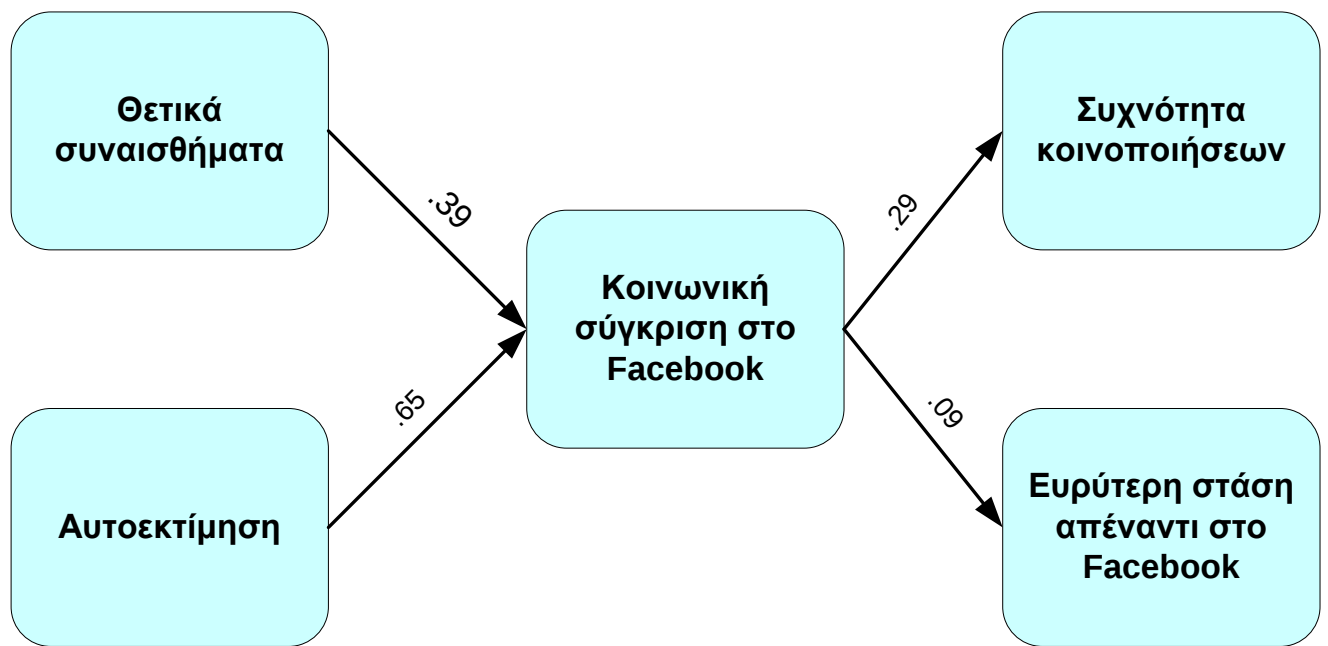
Το μοντέλο του πρώτου βήματος εμφανίστηκε στατιστικά σημαντικό, αλλά με χαμηλή προβλεπτική αξία, $R^2 = .024$, $F(2, 274) = 3.32$, $p = .037$. Από το σύνολο των ανεξάρτητων μεταβλητών που εισήχθησαν εκείνη που φάνηκε να συνεισφέρει σε στατιστικά σημαντικό βαθμό ήταν το φύλο. Το μοντέλο του δεύτερου βήματος εμφανίστηκε στατιστικά σημαντικό, αλλά με χαμηλή προβλεπτική αξία, $R^2 = .052$, $F(3, 273) = 5.00$, $p = .002$. Από το σύνολο των ανεξάρτητων μεταβλητών που εισήχθησαν εκείνες που φάνηκαν να συνεισφέρουν σε στατιστικά σημαντικό βαθμό ήταν το φύλο και η κοινωνική σύγκριση. Το μοντέλο του τρίτου βήματος εμφανίστηκε στατιστικά σημαντικό, αλλά με χαμηλή προβλεπτική αξία, $R^2 = .199$, $F(4, 272) = 16.89$, $p = .000$. Από το σύνολο των ανεξάρτητων μεταβλητών που εισήχθησαν εκείνες που φάνηκαν να συνεισφέρουν σε στατιστικά σημαντικό βαθμό ήταν το φύλο, η κοινωνική σύγκριση και η συνδεσιμότητα. Το μοντέλο του τέταρτου βήματος εμφανίστηκε

στατιστικά σημαντικό και προβλεπτική αξία σχετικά ικανοποιητική, $R^2 = .237$, $F(9, 267) = 9.24$, $p = .000$. Από το σύνολο των ανεξάρτητων μεταβλητών που εισήχθησαν εκείνες που φάνηκαν να συνεισφέρουν σε στατιστικά σημαντικό βαθμό ήταν το φύλο, η κοινωνική σύγκριση και η συνδεσιμότητα. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται αναλυτικά στον Πίνακα 5 (Παράρτημα Ι).

5. Ανάλυση διαδρομών

Με βάση το ποιες μεταβλητές φάνηκαν να εμφανίζουν αλληλοσυσχετίσεις στην ανάλυση συσχετίσεων κι αυτά της ιεραρχικής ανάλυσης παλινδρόμησης, όπου το μοντέλο της με εξαρτημένη μεταβλητή την κοινωνική σύγκριση στο Facebook, έγινε μια ανάλυση διαδρομών. Στην ανάλυση διαδρομών εισήχθησαν ως ανεξάρτητες μεταβλητές οι παράγοντες ψυχικής υγείας (αυτοεκτίμηση, καταθλιπτικά συμπτώματα, ικανοποίηση από τη ζωή, θετικά κι αρνητικά συναισθήματα), ως εξαρτημένες η συχνότητα κοινοποιήσεων και η ευρύτερη στάση πάνω στο Facebook, ενώ η κοινωνική σύγκριση εισήχθη ως διαμεσολαβητική μεταβλητή.

Η ανάλυση διαδρομών έδειξε ότι το μοντέλο ($N = 277$, $\chi^2 = 31.127$, $df = 11$, $p = .001$), δεν εμφάνισε σχετικά καλή προσαρμογή όπως δείχνουν και οι δείκτες καλής προσαρμογής (goodness of fit), $NFI = .960$, $RFI = .899$, $CFI = .973$, $RMSEA = .081$, $p_{close\ fit} = .057$. Το μοντέλο με τις στατιστικά σημαντικές διαδρομές εμφανίζεται στο Σχήμα 3. Από το σύνολο των διαδρομών τα θετικά συναισθήματα ($\beta = .391$) και η αυτοεκτίμηση ($\beta = .646$) ήταν εκείνες που οδηγούσαν στην κοινωνική σύγκριση, ενώ η κοινωνική σύγκριση οδηγούσε τόσο στην συχνότητα κοινοποιήσεων ($\beta = .291$) όσο και στη στάση προς το Facebook ($\beta = .093$). Επίσης, φάνηκε ότι τα θετικά συναισθήματα οδηγούσαν έμμεσα μέσω της κοινωνικής σύγκρισης στη συχνότητα κοινοποιήσεων ($\beta = .114$) και στην ευρύτερη στάση απέναντι στο Facebook ($\beta = .036$). Η αυτοεκτίμηση οδηγούσε έμμεσα μέσω της κοινωνικής σύγκρισης στην συχνότητα κοινοποιήσεων ($\beta = .118$) και στην ευρύτερη στάση απέναντι στο Facebook ($\beta = .060$).



Σχήμα 3. Μοντέλο ανάλυσης διαδρομών

Συζήτηση

Στη μελέτη αυτή εξετάστηκαν οι σχέσεις μεταξύ των παραγόντων χρήσης του Facebook και τη κοινωνικής σύγκρισης σε σχέση με παράγοντες ψυχικής υγείας. Τα αποτελέσματα επιβεβαίωσαν μια σειρά συσχετίσεων μεταξύ των προαναφερθέντων μεταβλητών, τις οποίες έχει υποστηρίξει σε γενικές γραμμές και η μέχρι τώρα βιβλιογραφία, ενώ ταυτόχρονα προσπάθησε να αποδείξει την ισχύουσα κατεύθυνση των σχέσεων αυτών τουλάχιστον για το συγκεκριμένο ελληνικό δείγμα.

1. Χρήση Facebook

Σχετικά με τη χρήση του Facebook χρησιμοποιήθηκε μια σειρά μεταβλητών έτσι ώστε να καλυφθεί όσο το δυνατόν καλύτερα η έννοια αυτή. Οι μεταβλητές αφορούσαν το χρόνο χρήσης του Facebook ημερησίως, τον αριθμό φίλων του χρήστη, η συχνότητα κοινοποιήσεων, το χρονικό διάστημα που είναι χρήστης του κοινωνικού αυτού δικτύου, το ποσοστό φίλων στο κοινωνικό δίκτυο που γνωρίζει κι εκτός αυτού, καθώς και την ευρύτερη στάση του συμμετέχοντα απέναντι στο Facebook. Στους παράγοντες ψυχικής υγείας ελήφθησαν υπόψη η αυτοεκτίμηση, η ικανοποίηση από τη ζωή, τα καταθλιπτικά συμπτώματα και τα συναισθήματα του ατόμου, θετικά κι αρνητικά. Ενώ υπήρχε η πρόθεση να διερευνηθούν και τα κίνητρα χρήσης του Facebook, λόγω του χαμηλού βαθμού αξιοπιστίας των παραγόντων της ενημέρωσης και της φιλίας, χρησιμοποιήθηκε μόνο το κίνητρο της συνδεσιμότητας.

Η ανάλυση συσχετίσεων έδειξε ότι μεταξύ των μεταβλητών χρήσης του Facebook εμφανίστηκαν αλληλοσυσχετίσεις, γεγονός σχετικά αναμενόμενο καθώς ένας χρήστης που περνά περισσότερο χρόνο στο κοινωνικό δίκτυο θα είναι και περισσότερο ενεργός ως προς τις κοινοποιήσεις του, την απόκτηση περισσότερων φίλων και την θετικότερη στάση απέναντι σ' αυτό. Ένα σημείο που θα ήταν

ενδιαφέρον να σημειωθεί ως προς τη χρήση του Facebook είναι οι σχέσεις που εμφάνισε ο αριθμός φίλων στο Facebook που το άτομο γνωρίζει κι εκτός αυτού. Η υπάρχουσα βιβλιογραφία δεν έχει μελετήσει μέχρι στιγμής έναν τέτοιο παράγοντα, γεγονός που αποτελεί μια πρωτοτυπία. Οι συσχετίσεις, λοιπόν, έδειξαν ότι μεταξύ του αριθμού φίλων και του ποσοστού αυτών που το άτομο γνώριζε κι εκτός Facebook υπήρχε αρνητική συσχέτιση, ενώ με μεταξύ του ποσοστού φίλων που το άτομο γνώριζε κι εκτός του κοινωνικού δικτύου και της συχνότητας κοινοποιήσεων θετική. Ακόμη, η μεταβλητή αυτή εμφάνισε αρνητική συσχέτιση με τη συνδεσιμότητα, και με τα αρνητικά συναισθήματα, ενώ δεν εμφανίστηκε να συσχετίζεται με την κοινωνική σύγκριση στο Facebook. Όπως δείχνουν τα αποτελέσματα, το γεγονός ότι το άτομο μπορεί να γνωρίζει ένα μικρό ποσοστό των φίλων του Facebook κι εκτός αυτού συνδέεται με μια αύξηση της ανάγκης του ατόμου για συνδεσιμότητα καθώς και με αύξηση των αρνητικών συναισθημάτων που ίσως να βιώνει. Παρόλο που τα κοινωνικά δίκτυα έχουν βρεθεί να ενισχύουν το κοινωνικό κεφάλαιο (*social capital*, Coleman, 1988) του ατόμου (Donathan & Boyd, 2004; Ellison et al., 2007; Williams, 2006), αυτό δεν συνεπάγεται απαραίτητα ότι η μια αύξηση του αριθμού των φίλων στο Facebook, ειδικά εάν το άτομο δεν γνωρίζει τους διαδικτυακούς αυτούς φίλους και στην καθημερινή εκτός διαδικτύου ζωή του, θα ικανοποιήσει την ανάγκη των ατόμων για σύνδεση τους με τους άλλους και θα συμβάλει στην αντιμετώπιση των αρνητικών συναισθημάτων που τυχόν αισθάνεται, ακόμα και μέσω των συχνότερων κοινοποιήσεων οι οποίες μπορεί να είναι ενδεικτικές μεγαλύτερης τάσης για αυτοαποκάλυψη (*self-disclosure*, Lin, Ton & Qiu, 2014; Wang, Jackson, Gaskin & Wang, 2014).

Όσον αφορά τις συσχετίσεις των μεταβλητών χρήσης του Facebook με την κοινωνική σύγκριση, από το σύνολο αυτών οι μόνες που εμφανίστηκαν να

συσχετίζονται με την κοινωνική σύγκριση στο μέσο κοινωνικής δικτύωσης ήταν η συχνότητα κοινοποιήσεων και η ευρύτερη στάση απέναντι σ' αυτό. Το εύρημα αυτό θα μπορούσε να είναι ενδεικτικό της τάσης ότι όταν τα άτομα διάκινται θετικά προς το Facebook, τείνουν να κοινοποιούν συχνότερα και ταυτόχρονα οι παράγοντες αυτοί μπορεί να συνδέονται με θετικότερη στάση προς τις κοινωνικές συγκρίσεις στο Facebook.

2. Κοινωνική σύγκριση στο Facebook και μεταβλητές ψυχικής υγείας

Ο άλλος παράγοντας άμεσου ενδιαφέροντος στη μελέτη αυτή ήταν η κοινωνική σύγκριση στο Facebook και η σχέση της τόσο με τις μεταβλητές χρήσης του Facebook όσο και με τους παράγοντες ψυχικής υγείας. Ο τρόπος με τον οποίο μελετήθηκε η κοινωνική σύγκριση στην έρευνα αυτή δεν αφορούσε τον προσανατολισμό της κοινωνικής σύγκρισης, αλλά περισσότερο το αποτέλεσμα αυτής, δηλαδή τα άτομα καλούνταν να απαντήσουν πως νιώθουν συγκρίνοντας τον εαυτό τους με τους υπόλοιπους φίλους τους στο μέσο κοινωνικής δικτύωσης. Ο μέσος όρος της κοινωνικής συγκρίσεις στο συγκεκριμένο δείγμα εμφανίστηκε γενικά αυξημένος, δηλαδή τα άτομα εμφανίστηκαν να σκοράρουν πάνω από το μέσο της κλίμακας ($M=5.96$, $SD=1.45$), γεγονός που δείχνει ότι οι κοινωνικές συγκρίσεις στις οποίες προέβαιναν τα άτομα τους έκαναν να αισθάνονται καλύτερα με τον εαυτό τους κι όχι χειρότερα, δηλαδή η κοινωνική σύγκριση στο δείγμα παρουσιάζεται θετική.

Εφόσον στο δείγμα μας μιλάμε για θετική κοινωνική σύγκριση, οι αλληλοσυσχετίσεις που εμφανίστηκαν με τους παράγοντες ψυχικής υγείας ήταν μάλλον αναμενόμενες. Η θετική αυτή κοινωνική σύγκριση εμφανίστηκε να συσχετίζεται θετικά με τους παράγοντες που αποτελούν ενδείξεις ύπαρξης ψυχικής υγείας, δηλαδή την αυτοεκτίμηση, την ικανοποίηση από τη ζωή και τα θετικά

συναισθήματα, αλλά αρνητική συσχέτιση με τους παράγοντες που υποβαθμίζουν τη ψυχική υγεία, δηλαδή τα καταθλιπτικά συμπτώματα και τα αρνητικά συναισθήματα. Καθώς μιλάμε για συσχετίσεις δεν θα μπορούσαμε ακόμη να εκφράσουμε με βεβαιότητα την κατεύθυνση των σχέσεων αυτών. Όπως και να 'χει όμως, το γεγονός ότι στο δείγμα μας η κοινωνική σύγκριση στο Facebook εμφανίστηκε θετική και να συνδέεται κατ' αυτό τον τρόπο με τους παράγοντες ψυχικής υγείας είναι σημαντικό εύρημα, καθώς η ευρύτερη βιβλιογραφία υποστηρίζει την ύπαρξη αρνητικών κοινωνικών συγκρίσεων στο κοινωνικό δίκτυο κι άρα τη σχέση της με την υποβάθμιση της ευρύτερης ευεξίας του ατόμου (π.χ. Appel et al., 2015; Feinstein et al., 2013; Fox & Moreland, 2015; Lee, 2014; Vogel et al., 2015).

3. Προσδιορίζοντας την κατεύθυνση των σχέσεων

Με σκοπό να βρεθεί τελικά η κατεύθυνση των σχέσεων των υπό μελέτη μεταβλητών πραγματοποιήθηκαν τρεις ιεραρχικές αναλύσεις παλινδρόμησης. Στην πρώτη χρησιμοποιήθηκε ως εξαρτημένη μεταβλητή η κοινωνική σύγκριση στο Facebook, ενώ στις άλλες δυο χρησιμοποιήθηκαν δύο από τις μεταβλητές χρήσης του Facebook οι οποίες φάνηκαν να συσχετίζονται με την κοινωνική σύγκριση σ' αυτό, δηλαδή η συχνότητα κοινοποιήσεων και η ευρύτερη στάση απέναντι σ' αυτό. Οι δείκτες R^2 έδειξαν ότι οι ανεξάρτητες μεταβλητές είχαν μεγαλύτερη προβλεπτική ικανότητα όταν εξαρτημένη μεταβλητή ήταν η κοινωνική σύγκριση στο Facebook.

Αξιοσημείωτο είναι μάλιστα το γεγονός ότι οι μεταβλητές ψυχικής υγείας συντελούσαν μόνο στην πρόβλεψη της κοινωνικής σύγκρισης κι όχι των δυο μεταβλητών χρήσης του Facebook που χρησιμοποιήθηκαν. Το γεγονός αυτό ίσως θα μπορούσε να είναι ενδεικτικό του ότι η προηγούμενη συναισθηματική κατάσταση είναι αυτή που μπορεί να συντελέσει στο να μπει κανείς σε διαδικασία κοινωνικής σύγκρισης κι ίσως να είναι σε συνάρτηση με την πρόταση των Jang, Park και Song

(2016), Kross et al. (2013) και de Vries και Kuhn (2015) ότι η προηγούμενη συναισθηματική κατάσταση καθορίζει το αποτέλεσμα της κοινωνικής σύγκρισης. Ωστόσο, στις έρευνες αυτές υπήρχε περισσότερη επικέντρωση στην αρνητική κοινωνική σύγκριση κι άρα παράγοντες ψυχικής υγείας όπως μειωμένη αυτοεκτίμηση, μειωμένη ικανοποίηση από τη ζωή και αυξημένα καταθλιπτικά συναισθήματα. Στην περίπτωση μας, όμως, εμφανίζεται θετική κοινωνική σύγκριση κι άρα η προβλεπτική ικανότητα των παραγόντων της αυτοεκτίμησης και των θετικών συναισθημάτων είναι δικαιολογημένη να εμφανίζεται θετική.

Εξίσου σημαντικό να αναφερθεί είναι και η συνεισφορά της κοινωνικής σύγκρισης στην πρόβλεψη των μεταβλητών της χρήσης του Facebook. Η κοινωνική σύγκριση εμφανίστηκε να είναι σημαντικό προβλεπτικός παράγοντας τόσο της συχνότητας κοινοποιήσεων στο Facebook όσο και της ευρύτερης στάσης απέναντι σ' αυτό. Από την άλλη, παρόλο που οι μεταβλητές ψυχικής υγείας αύξαναν την προβλεψιμότητα τόσο στο μοντέλο ιεραρχικής ανάλυσης με εξαρτημένη μεταβλητή τη συχνότητα κοινοποιήσεων όσο και σ' αυτό με εξαρτημένη μεταβλητή την ευρύτερη στάση απέναντι στο Facebook, καμιά απ' αυτές δεν φάνηκε να συνεισφέρει από μόνη της στην προβλεψιμότητα τους.

Για τους παραπάνω λόγους εξετάστηκε ένα μοντέλο ανάλυσης διαδρομών όπου οι μεταβλητές ψυχικής υγείας εισήχθησαν ως ανεξάρτητες μεταβλητές, η συχνότητα κοινοποιήσεων και η ευρύτερη στάση απέναντι στο Facebook ως εξαρτημένες, ενώ η κοινωνική σύγκριση εισήχθη ως διαμεσολαβούσα μεταβλητή. Το μοντέλο αυτό επιβεβαίωσε σχετικά τα αποτελέσματα των ιεραρχικών αναλύσεων παλινδρόμησης, καθώς η αυτοεκτίμηση και τα θετικά συναισθήματα ήταν εκείνες που οδηγούσαν στην κοινωνική σύγκριση στο Facebook, ενώ η κοινωνική σύγκριση στο Facebook

οδηγούσε τόσο στη συχνότητα κοινοποιήσεων και την ευρύτερη στάση απέναντι στο Facebook.

Τα αποτελέσματα αυτά μπορούν να επιβεβαιώσουν την άποψη ότι η προηγούμενη ψυχική κατάσταση μπορεί να καθορίσει την κοινωνική σύγκριση στο Facebook (Appel et al., 2015; Feinstein et al., 2013; Fox & Moreland, 2015; Lee, 2014; Vogel et al., 2015). Άτομα με αυξημένη αυτοεκτίμηση και με περισσότερα θετικά συναισθήματα προβαίνουν σε περισσότερο θετικές κοινωνικές συγκρίσεις, και μέσω αυτών των θετικών κοινωνικών συγκρίσεων έχουν μια θετικότερη στάση απέναντι στο Facebook και αυξάνουν τη συχνότητα κοινοποιήσεων στο κοινωνικό δίκτυο.

4. Περιορισμοί και προτάσεις για μελλοντική έρευνα

Ενώ η παρούσα έρευνα συνέβαλε στην υπάρχουσα βιβλιογραφία σχετικά με την κοινωνική σύγκριση στο Facebook, υπήρχαν κάποιοι σημαντικοί περιορισμοί που πρέπει να αναφερθούν. Πρώτον, ενώ σκοπός της έρευνας ήταν και η μελέτη της σημασίας των κινήτρων στη χρήση του Facebook και την κοινωνική σύγκριση σ' αυτό, κάτι τέτοιο δεν ήταν πλήρως δυνατόν. Από τις τρεις διαστάσεις κινήτρων χρήσης του Facebook μόνο η συνδεσιμότητα χρησιμοποιήθηκε, καθώς η φιλία και η ενημέρωση δεν εμφάνισαν ικανοποιητικό δείκτη εσωτερικής συνοχής. Κάτι τέτοιο είχε ως συνέπεια να μην μπορούμε να έχουμε μια πλήρη εικόνα του ρόλου και της σημασίας των κινήτρων χρήσης του κοινωνικού δικτύου. Ακόμη, το μοντέλο ανάλυσης διαδρομών δεν εμφανίσει ιδιαίτερα ικανοποιητική προσαρμογή, γεγονός που σημαίνει ότι δεν μπορούμε να προβούμε σε γενίκευση των αποτελεσμάτων με βεβαιότητα.

Μελλοντική έρευνα πάνω στη σχέση της χρήσης του Facebook, της κοινωνικής σύγκρισης και των παραγόντων ψυχικής υγείας θα μπορούσε να διερευνήσει τόσο τον

προσανατολισμό κοινωνικής σύγκρισης όσο και την κλίμακα διαβάθμισης της κοινωνικής σύγκρισης (η οποία και χρησιμοποιήθηκε εδώ) ώστε να έχει μια πληρέστερη εικόνα για την κοινωνική σύγκριση στο Facebook και στη συνέχεια να κάνει τις ανάλογε συνδέσεις με τους παράγοντες ψυχικής υγείας. Ακόμη, σημαντική συνεισφορά στην έρευνα θα ήταν να εξεταστεί εάν είναι συγκεκριμένο περιεχόμενο ή συγκεκριμένα άτομα προκαλούν θετική ή αρνητική κοινωνική σύγκριση, κι αυτά να εξεταστούν τόσο σε περιπτώσεις που το άτομο βρίσκεται σε κατάσταση συναισθηματικής ευεξίας όσο κι όταν βρίσκεται σε κατάσταση έλλειψης αυτής

5. Συμπεράσματα

Αυτό που θα ήταν σημαντικό να συγκρατηθεί από την συγκεκριμένη έρευνα είναι ότι στην περίπτωση της θετικής κοινωνικής σύγκρισης σημασία έχουν η προηγούμενη θετική ψυχολογική κατάσταση του ατόμου, τουλάχιστον τα θετικά συναισθήματα και η αυτοεκτίμηση, κι αυτή η θετική κοινωνική σύγκριση είναι που αυξάνει τη συχνότητα κοινοποιήσεων και βελτιώνει τη την ευρύτερη στάση του ατόμου απέναντι στο Facebook. Το εύρημα της θετικής κοινωνικής σύγκρισης στο Facebook έρχεται σε σχετική αντίθεση με την υπάρχουσα βιβλιογραφία, η οποία υποστηρίζει κυρίως την αρνητική κοινωνική σύγκριση στο δίκτυο. Τέλος, θα πρέπει να συγκρατηθεί το γεγονός ότι εφόσον η πρότερη ψυχική κατάσταση οδηγεί σε θετικές κοινωνικές συγκρίσεις, οι οποίες αυξάνουν τη συχνότητα κοινοποιήσεων και την ευρύτερη στάση απέναντι στο Facebook, αυτό μπορεί να είναι ενδεικτικό της τάσης των χρηστών να αναζητούν ξανά στο κοινωνικό δίκτυο τα θετικά αποτελέσματα της κοινωνικής σύγκρισης δημιουργώντας έτσι έναν πιθανό κύκλο στη χρήση του Facebook διαμέσου των κοινωνικών συγκρίσεων.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Allan, S. & Gilbert, P. (1995). A social comparison scale: Psychometric properties and relationship to psychopathology. *Personality and Individual Differences*, 19(3), 293-299.
- Appel, H., Gerlach, A. L. & Crusius, J. (2016). The interplay between Facebook use, social comparison, envy and depression. *Current Opinion in Psychology*, 9, 44-49.
- Barkow, J. H. (1980). Prestige and self-esteem: A biosocial interpretation. Στο D. R. Omark, D. R. Strayer & J. Freedman (Eds), *Dominance relations: An ethological view of social conflict and social interaction*. New York: Garland STPM Press.
- Baumeister, R. F., Tice, D. M. & Hutton, D. G. (1989). Self-presentational motivations and personality differences in self-esteem. *Journal of Personality*, 57, 547-579.
- Belk, R. W. (2013). Extended self in a digital world. *Journal of Consumer Research*, 40(3), 477-500.
- Bennett, S. (2012). Twitter, Facebook, Google, YouTube e What happens on the Internet every 60 seconds? [INFOGRAPHIC]. All Twitter. Ανακτήθηκε από: http://www.mediabistro.com/alltwitter/data-never-sleeps_b24551.
- Bevan, J.L., Ang, P. C. & Fears, J. B. (2014). Being unfriended on Facebook: An application of expectancy violation theory. *Computers in Human Behavior*, 33, 171-178.
- Bonds,-Raacke, J. & Raacke, J. (2010). MySpace and Facebook: identifying dimensions of uses and gratifications for friend networking sites. *Individual Differences Research*, 8, 27-33.
- Boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 110, 501-517.
- Buunk, B. P., Taylor, S. E., Dakof, G. A., Collins, R. L. & VanYperen, N. W. (1990). The affective consequences of social comparison: Either direction has its ups and downs. *Journal of Personality & Social Psychology*, 59, 1238-1249.
- Buunk, B. P., Zurriaga, R., Gonzalez-Roma, V. & Subirats, M. (2003). Engaging in upward and downward comparisons as a determinant of relative deprivation at work: A longitudinal study. *Journal of Vocational Behavior*, 62(2), 370-388.
- Buunk, B. P., Zurriaga, R., Peiro, J. M., Nauta, A. & Gonsalez, I. (2005). Social comparisons at work as related to a cooperative social climate and to individual differences in social comparison orientation. *Applied Psychology*, 54(1), 61-80.
- Cambell, J. D. (1990). Self-esteem and clarity of the self- concept. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 538-549.

Cheng, W. & Lee, K. H. (2013). Sharing, liking, commenting and distressed? The pathway between Facebook interaction and psychological distress. *CyberPsychology, Behavior, and Social Networking*, 16, 728-734.

Chou, H. G. & Edge, N. (2012). "They are happier than I am:" The impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *CyberPsychology, Behavior, and Social Networking*, 15, 117-121.

Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, 95-120.

Cramer, E. M., Song, H. & Drent, A. M. (2016). Social comparison on Facebook: Motivation, affective consequences, self-esteem and Facebook fatigue. *Computers in Human Behavior*, 64, 739-746.

Cummins, R. A. & Nistico, H. (2002). Maintaining life satisfaction: The role of positive cognitive bias. *Journal of Happiness Studies*, 3(1), 37-69.

De Vries, D. A. & Kuhn, R. (2015). Facebook and self-perception: Individual susceptibility to negative social comparison on Facebook. *Personality and Individual Differences*, 86, 217-221.

Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J. & Griffin, S. (1985). The Satisfaction With Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71-75.

Donath, J. & Boyd, D. (2004). Public displays of connection. *BT Technology Journal*, 22(4), 71.

Dorethy, M. D., Fiebert, M. S. & Warren, C. R. (2014). Examining social networking site behaviors: Photo sharing and impression management on Facebook. *International Review of Social Sciences & Humanities*, 6(2), 111-116.

Duggan, M. (2015). Mobile messaging and social media 2015. Ανακτήθηκε από: <http://www.pewinternet.org/2015/08/19/mobile-messaging-and-social-media-2015/>.

Δασκάλου, Β., & Συγκολλίτου, Ε. (2008). (Προσαρμογή και επιμέλεια). Watson, D., Clark L. A., & Tellegen, A. Κλίμακα Θετικού και Αρνητικού Συναισθήματος (PANAS, Positive and Negative Affect Scales). Στο Α. Σταλίκας, Σ. Τριλίβα, & Π. Ρούσση (Επιμ. Έκδ.), *Τα ψυχομετρικά εργαλεία στην Ελλάδα*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.

Ellison, N. B., Steinfield, C. & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "Friends": Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 1143-1168.

Facebook. (2016). Fb Newsroom: Company Info. Retrieved from <http://newsroom.fb.com/company-info/>.

Feinstein, B. A., Hershenberg, R., Bhatia, V., Latack, J. A., Meuwly, N. & Davila, J. (2013). Negative social comparison on Facebook and depressive symptoms: Rumination as a mechanism. *Psychology of Popular Media Culture*, 2(3), 161-170.

Fenigstein, A., Scheier, M. F. & Buss, A. H. (1975). Public and private self-consciousness: Assessment and theory. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 43(4), 522-527.

Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117-140.

Fox, J., Jones, E. B. & Lookadoo, K. (2013). Romantic relationship dissolution on social networking sites: Social support, coping and rituals on Facebook. Paper presented at the 63rd Annual Conference of the International Communication Association, London, UK.

Fox, J. & Moreland, J. J. (2015). The dark side of social networking sites: An exploration of the relational and psychological stressors associated with Facebook use and affordances. *Computers in Human Behavior*, 45, 168-176.

Fox, J., Osborn, J. L. & Lookadoo, K. (2013). Relational dialectics and social networking sites: The role of Facebook in romantic relationship escalation, maintenance, conflict and dissolution. *Computers in Human Behavior*, 35, 527-534.

Fox, J. & Warber, K. M. (2013). Romantic relationship development in the age of Facebook: An exploratory study of emerging adults' perceptions, motives and behaviors. *CyberPsychology, Behavior and Social Networking*, 16, 3-7.

Gilbert, P. (1992). *Depression: The evolution of powerlessness*. Hove: Guilford/Lawrence Erlbaum Associates.

Goethals, G., Messick, D. & Allison, S. (1991). The uniqueness bias: Studies of constructive social comparison. Στο J. Suls & T. A. Wills (Eds.), *Social comparison research: Contemporary theory and research* (σελ. 149-176). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Gonzales, A. L. (2014). Text-based communication influences self-esteem more than face-to-face or cellphone communication. *Computers in Human Behavior*, 39, 197-203.

Gross, R. & Acquisti, A. (2005, Νοέμβριος). *Information revelation and privacy in online social networks*. Paper presented at the WPES '05, Alexandria, Virginia.

Haferkamp, N. & Kramer, N. C. (2011). Social comparison 2.0: Examining the effects of online profiles on social-networking sites. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 14, 309-314.

Hollenbaugh, E. E. & Ferris, A. L. (2014). Facebook self-disclosure: Examining the role of traits, social cohesion, and motives. *Computers in Human Behavior*, 30(0), 50-58.

Ivcevic, Z. & Ambady, N. (2012). Personality impressions from identity claims on Facebook. *Psychology of Popular Media Culture*, 1, 38-45.

Jang, K., Park, N. & Song, H. (2016). Social comparison on Facebook: Its antecedents and psychological outcomes. *Computers in Human Behavior*, 62, 147-154.

Joinson, A. N. (2008). Looking at, looking up or keeping up with people? Motives and use of Facebook, στο *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems 2008 CHI*, Florence.

Kalpidou, M., Costin, D. & Morris, J. (2011). The relationship between Facebook and the well-being of undergraduate college students. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 14, 1783-1789.

Kemper, T. D. (1992). *Social structure and testosterone: Explorations of socio-bio-social chain*. New Brunswick: Rutgers University Press.

Kross, E., Verduyn, P., Demiralp, E., Park, J., Seungjae Lee, D., Lin, N. et al. (2013). Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults. *PloS One*, 8, 1-16.

Ku, Y., Chu, T. H. & Tseng, C. H. (2013). Gratifications for using CMC technologies: A comparison among SNS, IM and e-mail. *Computers in Human Behavior*, 29, 226-234.

Kwan, G. C. E. & Skoric, M. M. (2013). Facebook bullying: An extension of battles in school. *Computers in Human Behavior*, 29, 16-25.

Lampe, C., Ellison, N. & Steinfield, C. (2006). A Face(book) in the crowd: social searching vs social browsing. Στο *Proceedings of the 2006 20th anniversary conference on computer supported cooperative work*, San Diego, CA.

Lee, S. Y. (2014). How do people compare themselves with others on social network sites? The case of Facebook. *Computers in Human Behavior*, 32, 253-260.

Lenhart, A., Kahne, J., Middaugh, E., Macgill, A. R., Evans, C. & Vitak J. (2008). *Teens, video games and civics: Teens' gaming experiences are diverse and include significant social interactions and civic engagement*. Ανακτήθηκε από: <http://www.pewinternet.org/2008/09/16/teens-video-games-and-civics/>.

Lin, H., Tov, W., & Qiu, L. (2014). Emotional disclosure on social networking sites: The role of network structure and psychological needs. *Computer in Human Behavior*, 41, 342-350.

Madianos, M. & Stefanis, C. (1992). Changes in the prevalence of symptoms of depression and depression across Greece. *Social Psychiatry, Epidemiology*, 27, 211-219.

Manago, A. M., Taylor, T. & Greenfield, P. M. (2012). Me and my 400 friends: The anatomy of college students' Facebook networks, their communication patterns, and well-being. *Developmental Psychology*, 48, 369-380.

Mantymaki, M. & Islam, A. K. M. N. (2016). The Janus face of Facebook: Positive and negative sides of social networking site use. *Computers in Human Behavior*, 61, 14-26.

Marshall, T. C. (2012). Facebook surveillance of former romantic partners: Associations with postbreakup recovery and personal growth. *CyberPsychology, Behavior, and Social Networking*, 15, 521-526.

Martinot, D. & Redersdorff, S. (2003). Impact of comparisons with out-group members on women's self-esteem: Role of the stereotypical connotation of the performance context. *International and Social Psychology Bulletin*, 38, 348-358.

Martinot, D., Redersdorff, S., Guimond, S. & Dif, S. (2002). Ingroup versus out-group comparisons and self-esteem: The role of group status and ingroup identification. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, 1568-1600.

McAndrew, F. T. & Jeong, H. S. (2012). Who does what on Facebook? Age, sex, and relationship status as predictors of Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 18(6), 2359-2365.

McEwan, B. (2013). Sharing, caring and surveilling: An actor-partner interdependence model examination of Facebook relational maintenance strategies. *CyberPsychology, Behavior, and Social Networking*, 16, 721-727.

Mussweiler, T., Ruter, K. & Epstude, K. (2006). The why, who and how of social comparison: A social-cognition perspective. Στο S. Guimond (Ed.), *Social comparison and social psychology: Understanding cognition, intergroup relations and culture*. New York: Cambridge University Press.

Nabi, R. L., Prestin, A. & So, L. (2013). Facebook friends with (health) benefits? Exploring social networking site use and perceptions of social support, stress, and well-being. *CyberPsychology, Behavior, and Social Networking*, 16, 863-869.

Nadkarni, A. & Hofmann, S. G. (2012). Why do people use Facebook? *Personality and Individual Differences*, 52, 243-249.

Panek, E. T., Nardis, Y. & Konrath, S. (2013). Mirror or megaphone?: How relationships between narcissism and social networking site use differ on Facebook and Twitter. *Computers in Human Behavior*, 29(5), 2004-2012.

Park, N., Kee, K. F. & Venezuela, S. (2009). Being immersed in social networking environment: Facebook groups, uses and gratifications and social outcomes. *Cyberpsychology and Behavior*, 12, 729-733.

Pavot, W. & Diener, E. (2008). The satisfaction with life scale and the emerging construct of life satisfaction. *The Journal of Positive Psychology*, 3(2), 137-152.

Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A. & Calvert, S. L. (2009). College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30(3), 227-238.

Pring, C. (2012). 100 social media statistics for 2012. The Social Skinny. <http://thesocialskinny.com/100-social-media-statistics-for-2012/>.

Radloff, L. S. (1977). The CES-D Scale: A self-report depression scale for research in the general population. *Applied Psychological measurement*, 1(3), 385-401.

Rae, J. R. & Lonborg, S. D. (2015). Do motivations for using Facebook moderate the association between Facebook use and psychological well-being? *Frontiers in Psychology*, 6, 1-9.

Redersdorff, S. (2002). *Strategies de protection de l'estime de soi dans un context de comparaison intergroupe: une approche experimentale du role du status du groupe*. Unpublished Doctoral Dissertation, Laboratoire de Psychologie Sociale et Cognitive, Universite Blasé Pascal, Clermont-Ferrand.

Rosenberg, M. (1989). *Society and the adolescent self-image*. Middletown, CT: Wesleyan University Press.

Rosenberg, J. & Egbert, N. (2011). Online impression management: Personality traits and concerns for secondary goals as predictors of self-presentation tactics on Facebook. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17, 1-18.

Ross, C., Orr, E. S., Sisic, M., Arsenault, J. M., Simmering, M. G. & Orr, R. R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 25, 578-586.

Ryan, T. & Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the big five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1658-1664.

Satici, S. A. & Uysal, R. (2015). Well-being and problematic Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 49, 185-190.

Schachter, S. (1959). *The psychology of affiliation*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Scheier, M. F. & Carver, C. S. (1985). The self-consciousness scale: A revised version for use with general populations. *Journal of Applied Social Psychology*, 15(8), 687-699.

Steers, M. N., Wickham, R. E. & Acitelli, L. K. (2014). Seeing everyone else's highlight reels: How Facebook usage is linked to depressive symptoms. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 33(8), 701-731.

Subrahmanyam, K. Reich, S. M., Waechter, N. & Espinoza, G. (2008). Online and offline social networks: Use of social networking sites by emerging adults. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29, 420-433.

Σπανέα, Ε., Αναγνωστόπουλος, Φ., Καλαντζή- Αζίζι, Α. & Σκάρλος, Δ. (2005). Ψυχοκοινωνική προσαρμογή ασθενών με καρκίνο του μαστού. *Hellenic Journal of Psychology*, 2, 159-182.

Σταλίκας, Α. & Λακιώτη, Α. (2008). Κλίμακα Ικανοποίησης από τη Ζωή. Στο Α. Σταλίκας, Σ. Τριλίβα, & Π. Ρούσση (Επιμ. Έκδ.), *Τα ψυχομετρικά εργαλεία στην Ελλάδα*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.

Tesser, A., Millar, M. & Moore, J. (2000). Some affective consequences of social comparison and reflection processes: The pain and pleasure of being close. Στο E. T. Higgins & A. W. Kruglanski (Eds.), *Motivational science: Social and personality perspectives* (σελ. 60-75). New York: Psychology Press.

Toma, C. L. & Hancock, J. T. (2013). Self-affirmation underlies Facebook use. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 39, 321-331.

Tosun, L. P. (2012). Motives for Facebook use and expressing the “true self” on the Internet. *Computers in Human Behavior*, 28, 1510-1517.

The Organisation for Economic Co-operation and Development. (2013). OECD guidelines on measuring subjective well-being. Report <http://doi.org/10.1787/9789264191655-en>.

Thornton, D. A. & Arrowood, A. J. (1966). Self-evaluation, self enhancement, and the locus of social comparison. *Journal of Experimental Social Psychology*, 1(1), 40-48.

Utz, S. & Beukeboom, C. J. (2011). The role of social network sites in romantic relationships: Effects on jealousy and relationship happiness. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 16(4), 511-527.

Valenzuela, S., Park, N. & Kee, K. F. (2009). Is there social capital in a social network site? Facebook use and college students’ life satisfaction, trust and participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(4), 875-901.

Vogel, E. A., Rose, J. P., Okdie, B. M., Eckles, K. & Franz, B. (2015). Who compares and despairs? The effort of social comparison orientation on social media use and its outcomes. *Personality and Individual Differences*, 86, 249-256.

Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R. & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3, 206-222.

Wang, J.-L., Jackson, L. A., Gaskin, J., & Wang, H. Z. (2014). The effects of Social Networking Site (SNS) use on college students’ friendship and well-being. *Computers in Human Behavior*, 37, 229-236.

Wang, S. S. & Stefanone, M. A. (2013). Showing off? Human mobility and the interplay of traits, self-disclosure and Facebook check-ins. *Social Science Computer Review*, 31(4), 437-457.

Watson, D., Clark, L.A., & Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: The PANAS scales. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 1063-1070.

Weary, G., Marsh, K. L. & McCormick, L. (1994). Depression and social comparison motives. *European Journal of Social Psychology*, 24(1), 117-129.

White, J., Langer, E., Yariv, L. & Welch, J. I. V. (2006). Frequent social comparisons and destructive emotions and behaviors: The dark side of social comparisons. *Journal of Adult Development*, 13, 36-44.

Williams, D. (2006). On and off the net: Scales for social capital in an online era. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2).

Wood, J. V., Giordano-Beech, M., Taylor, K. L., Michela, J. L. & Gaus, V. (1994). Strategies of social comparison among people with low self-esteem: Self-protection and self-enhancement. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 713-731.

Yang, C. & Brown, B. (2013). Motives for using Facebook, patterns of Facebook activities, and late adolescents' social adjustment to college. *Journal of Youth and Adolescence*, 42, 403-416.

Zhao, S., Grasmuck, S. & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 1816-1836.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι: ΠΙΝΑΚΕΣ

Πίνακας 1

Μέσοι όροι, τυπικές αποκλίσεις και δείκτες Cronbach's α

	<i>M</i>	<i>SD</i>	Cronbach's α
Στάση απέναντι στο Facebook	2.98	.79	.850
Κλίμακα Κινήτρων Χρήσης του Facebook			
Συνδεσιμότητα	2.53	1.27	.744
Ενημέρωση	3.99	.98	.586
Φιλία	4.58	1.28	.621
Κλίμακα Διαβάθμισης της Κοινωνικής Σύγκρισης	5.96	1.45	.909
Κοινωνική προσαρμογή και αποδοχή	6.09	1.71	.854
Παράγοντας κατάταξης	6.16	.156	.846
Κοινωνική ελκυστικότητα	5.63	1.52	.709
Κλίμακα Αυτοεκτίμησης του Rosenberg	3.09	.55	.858
Κλίμακα Καταθλιπτικών Συμπτωμάτων	1.00	.57	.909
Κλίμακα Ικανοποίησης από τη Ζωή	4.07	1.26	.866
PANAS			
Κλίμακα Θετικών Συναισθημάτων	3.01	.76	.859
Κλίμακα Αρνητικών Συναισθημάτων	2.32	.89	.898

Πίνακας 2

Συσχετίσεις μεταξύ των υπό μελέτη μεταβλητών

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
1.Χρόνος στο Facebook	-	.311***	.250***	.260***	.194**	-.109	.518***	.257***	.019	.018	-.076	.113	-.091	.154*	-.077	.113	-.085
2.Αριθμός φίλων		-	.181**	.446***	-.137*	-.158**	.381***	.176**	.096	.078	.056	.128*	-.032	.036	.064	.066	.067
3.Συχνότητα κοινοποιήσεων			-	.164**	.171**	.120*	.238***	.176**	.197**	.218***	.073	.240**	.035	-.001	-.024	-.022	.083
4.Ηλικία λογαριασμού				-	.026	-.120*	.307***	.041	.070	.055	.050	.086	-.011	.055	.029	.097	.026
5.Ηλικία συμμετέχοντα					-	.001	-.013	-.130*	.082	.089	.062	.071	.216***	-.253***	.094	-.140*	.184**
6.Ποσοστό φίλων κι εκτός Facebook						-	-.131*	-.157**	.012	.037	-.012	.004	.050	-.056	.046	-.138*	.017
7.Στάση απέναντι στο Facebook							-	.399***	.169**	.168**	.049	.241**	-.064	.054	-.070	.139*	-.008
8.Συνδεσιμότητα								-	.091	.114	.022	.109	-.044	.134*	-.055	.116	.055
9.Κοινωνική σύγκριση									-	.946***	.866***	.899**	.444***	-.357***	.356***	-.284***	.419***
10.Κοινωνική προσαρμογή και αποδοχή										-	.733***	.822**	.404***	-.316***	.322***	-.260***	.386***
11.Παράγοντας κατάταξης											-	.621**	.369***	-.305***	.343***	-.230***	.380***
12.Κοινωνική ελκυστικότητα												-	.433***	-.351***	.300***	-.281***	.370***
13.Αυτοεκτίμηση													-	-.643***	.559***	-.595***	.589***
14.Καταθλιπτικά συμπτώματα														-	-.516***	.691***	-.527***
15.Ικανοποίηση από τη ζωή															-	-.402****	.585***
16.Αρνητικά συναισθήματα																-	-.294***
17.Θετικά συναισθήματα																	-

*p< .01, **p< .05, ***p<.001

Πίνακας 3

Περίληψη της Ιεραρχικής Ανάλυσης Παλινδρόμησης για τις μεταβλητές που προβλέπουν την κοινωνική σύγκριση στο Facebook

Προβλεπτικό παράγοντας	B	S.E. B	β
Βήμα 1			
Ηλικία	.020	.015	.083
Φύλο	-.039	.227	-.010
Βήμα 2			
Ηλικία	.009	.015	.038
Φύλο	-.002	.230	-.001
Χρόνος στο Facebook	-.128	.078	-.119
Αριθμός φίλων	.028	.047	.041
Ηλικία λογαριασμού	.000	.087	.000
Ποσοστό φίλων κι εκτός Facebook	.000	.003	.008
Συχνότητα κοινοποιήσεων	.115	.044	.170*
Στάση απέναντι στο Facebook	.318	.133	.176*
Βήμα 3			
Ηλικία	.010	.015	.042
Φύλο	-.005	.230	-.001
Χρόνος στο Facebook	-.128	.079	-.119
Αριθμός φίλων	.027	.047	.041
Ηλικία λογαριασμού	.004	.087	.003
Ποσοστό φίλων κι εκτός Facebook	.001	.003	.011
Συχνότητα κοινοποιήσεων	.112	.045	.166*
Στάση απέναντι στο Facebook	.301	.141	.166*
Συνδεσιμότητα	.030	.076	.026
Βήμα 4			
Ηλικία	-.017	.014	-.072
Φύλο	.114	.203	.030
Χρόνος στο Facebook	-.091	.069	-.085
Αριθμός φίλων	-.001	.042	.001
Ηλικία λογαριασμού	.006	.077	.005
Ποσοστό φίλων κι εκτός Facebook	-.001	.003	-.015
Συχνότητα κοινοποιήσεων	.106	.039	.157**
Στάση απέναντι στο Facebook	.371	.125	.205**
Συνδεσιμότητα	.012	.067	.010
Αυτοεκτίμηση	-.071	.210	.253**
Καταθλιπτικά συμπτώματα	.330	.219	-.040
Ικανοποίηση από τη ζωή	.668	.080	.096
Θετικά συναισθήματα	-.103	.140	.174*
Αρνητικά συναισθήματα	.110	.126	-.044

$R^2 = .007$, $F(2, 274) = .950$, $p > .05$ (Βήμα 1) - $R^2 = .068$, $F(8, 268) = 2.44$, $p = .15$ (Βήμα 2) - $R^2 = .068$, $F(9, 267) = 2.18$, $p = .024$ (Βήμα 3) - $R^2 = .305$, $F(14, 262) = 8.21$, $p = .000$ (Βήμα 4) - Διαφορά $R^2 = .061$ (Βήμα 2) - Διαφορά $R^2 = .000$ (Βήμα 3) - Διαφορά $R^2 = .237$ (Βήμα 4)

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Πίνακας 4

Περίληψη της Ιεραρχικής Ανάλυσης Παλινδρόμησης για τις μεταβλητές που προβλέπουν την συχνότητα κοινοποιήσεων στο Facebook

Προβλεπτικός παράγοντας	B	S.E. B	β
Βήμα 1			
Ηλικία	.054	.021	.165**
Φύλο	.314	.332	.057
Βήμα 2			
Ηλικία	.053	.021	.150*
Φύλο	.325	.327	.058
Κοινωνική σύγκριση	.273	.087	.184**
Βήμα 3			
Ηλικία	.062	.021	.175**
Φύλο	.342	.321	.061
Κοινωνική σύγκριση	.245	.086	.165**
Συνδεσιμότητα	.312	.098	.185**
Βήμα 4			
Ηλικία	.070	.022	.195**
Φύλο	.299	.325	.054
Κοινωνική σύγκριση	.311	.098	.210**
Συνδεσιμότητα	.279	.100	.166**
Αυτοεκτίμηση	.351	.351	-.063
Καταθλιπτικά συμπτώματα	.356	.356	.115
Ικανοποίηση από τη ζωή	-.145	.131	-.086
Θετικά συναισθήματα	.209	.232	.074
Αρνητικά συναισθήματα	-.198	.205	-.083

$R^2 = .032$, $F(2, 274) = 4.56$, $p = .011$ (Βήμα 1) - $R^2 = .066$, $F(3, 273) = 6.43$, $p = .000$ (Βήμα 2) - $R^2 = .099$, $F(4, 272) = 7.49$, $p = .000$ (Βήμα 3) - $R^2 = .115$, $F(9, 267) = 3.87$, $p = .000$ (Βήμα 4) - Διαφορά $R^2 = .034$ (Βήμα 2) - Διαφορά $R^2 = .033$ (Βήμα 3) - Διαφορά $R^2 = .016$ (Βήμα 4)

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Πίνακας 4

Περίληψη της Ιεραρχικής Ανάλυσης Παλινδρόμησης για τις μεταβλητές που προβλέπουν την συχνότητα κοινοποιήσεων στο Facebook

Προβλεπτικός παράγοντας	B	S.E. B	β
Βήμα 1			
Ηλικία	.054	.021	.165**
Φύλο	.314	.332	.057
Βήμα 2			
Ηλικία	.053	.021	.150*
Φύλο	.325	.327	.058
Κοινωνική σύγκριση	.273	.087	.184**
Βήμα 3			
Ηλικία	.062	.021	.175**
Φύλο	.342	.321	.061
Κοινωνική σύγκριση	.245	.086	.165**
Συνδεσιμότητα	.312	.098	.185**
Βήμα 4			
Ηλικία	.070	.022	.195**
Φύλο	.299	.325	.054
Κοινωνική σύγκριση	.311	.098	.210**
Συνδεσιμότητα	.279	.100	.166**
Αυτοεκτίμηση	.351	.351	-.063
Καταθλιπτικά συμπτώματα	.356	.356	.115
Ικανοποίηση από τη ζωή	-.145	.131	-.086
Θετικά συναισθήματα	.209	.232	.074
Αρνητικά συναισθήματα	-.198	.205	-.083

$R^2 = .032$, $F(2, 274) = 4.56$, $p = .011$ (Βήμα 1) - $R^2 = .066$, $F(3, 273) = 6.43$, $p = .000$ (Βήμα 2) - $R^2 = .099$, $F(4, 272) = 7.49$, $p = .000$ (Βήμα 3) - $R^2 = .115$, $F(9, 267) = 3.87$, $p = .000$ (Βήμα 4) - Διαφορά $R^2 = .034$ (Βήμα 2) - Διαφορά $R^2 = .033$ (Βήμα 3) - Διαφορά $R^2 = .016$ (Βήμα 4)

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Πίνακας 5

Περίληψη της Ιεραρχικής Ανάλυσης Παλινδρόμησης για τις μεταβλητές που προβλέπουν την ευρύτερη στάση απέναντι στο Facebook

Προβλεπτικός παράγοντας	B	S.E. B	β
Βήμα 1			
Ηλικία	.000	.008	.002
Φύλο	-.319	.124	-.154*
Βήμα 2			
Ηλικία	-.002	.008	-.012
Φύλο	-.315	.123	-.152*
Κοινωνική σύγκριση	.093	.033	.169**
Βήμα 3			
Ηλικία	.005	.007	.041
Φύλο	-.302	.113	-.146**
Κοινωνική σύγκριση	.071	.030	.130*
Συνδεσιμότητα	.244	.035	.389**
Βήμα 4			
Ηλικία	.007	.007	.056
Φύλο	-.331	.112	-.160**
Κοινωνική σύγκριση	.117	.034	.211**
Συνδεσιμότητα	.239	.035	.381**
Αυτοεκτίμηση	-.099	.121	-.068
Καταθλιπτικά συμπτώματα	-.222	.123	-.159
Ικανοποίηση από τη ζωή	-.043	.045	-.067
Θετικά συναισθήματα	-.086	.080	-.083
Αρνητικά συναισθήματα	.158	.071	.177

$R^2 = .024$, $F(2, 274) = 3.32$, $p = .037$ (Βήμα 1) - $R^2 = .052$, $F(3, 273) = 5.00$, $p = .002$ (Βήμα 2) - $R^2 = .199$, $F(4, 272) = 16.88$, $p = .000$ (Βήμα 3) - $R^2 = .237$, $F(9, 267) = 9.24$, $p = .000$ (Βήμα 4) - Διαφορά $R^2 = .028$ (Βήμα 2) - Διαφορά $R^2 = .147$ (Βήμα 3) - Διαφορά $R^2 = .038$ (Βήμα 4)

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

ΠΑΡΑΤΗΜΑ II: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ

ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑΣ

Η έρευνα στην οποία σας ζητάμε να λάβετε μέρος αφορά την συμπεριφορά σας απέναντι σε θέματα σχετικά με τη χρήση κοινωνικών δικτύων και τις σχέσεις σας με τους άλλους ανθρώπους.

Η έρευνα διεξάγεται στο πλαίσιο του μεταπτυχιακού προγράμματος «Θετική Ψυχολογία: Εφαρμογές Συμβουλευτικής» στο Πάντειο Πανεπιστήμιο, και δε θα μπορούσε να πραγματοποιηθεί χωρίς τη δική σας συμμετοχή και συνεργασία. Η συμμετοχή σας αφορά τη συμπλήρωση του ακόλουθου ερωτηματολογίου.

Οι απαντήσεις σας είναι εντελώς ανώνυμες και εμπιστευτικές. Σε κανένα σημείο του ερωτηματολογίου δε συμπληρώνετε το όνομά σας και κανένας εκτός από τους ερευνητές δεν έχει πρόσβαση στα συμπληρωμένα ερωτηματολόγια.

Πρέπει να σας πούμε ότι δεν υπάρχουν σωστές και λάθος απαντήσεις. Η καλύτερη απάντηση είναι η δική σας προσωπική άποψη. Είναι ιδιαίτερα σημαντικό να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις.

Σας ευχαριστούμε εκ των προτέρων για τη συνεργασία

ΟΔΗΓΙΕΣ: Οι παρακάτω ερωτήσεις αφορούν τη χρήση που κάνετε στο Facebook.

Διαβάστε την καθεμία και επιλέξτε την απάντηση που σας εκφράζει καλύτερα.

1. Κατά μέσο όρο, πόσα περίπου λεπτά την ημέρα ξοδεύεις στο Facebook;

A)10 ή λιγότερα B)10-30 Γ)31-60 Δ)1-2 ώρες Ε)2-3 ώρες 3-4 ώρες

	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ/ Ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
2. Το Facebook είναι μέρος της καθημερινότητάς μου.	1	2	3	4	5
3. Είμαι περήφανος να λέω στον κόσμο ότι είμαι στο Facebook.	1	2	3	4	5
4. Αφιερώνω μέρος της καθημερινότητάς μου στο Facebook.	1	2	3	4	5
5. Αισθάνομαι ότι είμαι εκτός επικοινωνίας όταν δεν έχω συνδεθεί στο Facebook για κάποιο διάστημα.	1	2	3	4	5
6. Αισθάνομαι ότι είμαι μέρος της κοινότητας του Facebook.	1	2	3	4	5
7. Θα στενοχωριόμουν εάν το Facebook έκλεινε.	1	2	3	4	5

8. Περίπου πόσους φίλους έχεις στην Λίστα Φίλων σου στο Facebook;

A)10 ή B)11 Γ)51-100 Δ)101-150 E)151-200 Στ)201-250 Ζ)251-300 Η)301-400 Θ) περισσότερους από 400

9. Πόσο συχνά κοινοποιείς κάτι στο Facebook;

A) Περαισότερ ο από μια φορά την ημέρα B) Μια φορά την ημέρα Γ) Δυο ή περισσότερες φορές την εβδομάδα Δ) Μια φορά την εβδομάδα E) Δυο φορές το μήνα Ζ) Μια φορά το μήνα Η) Λίγες φορές το χρόνο Θ) Λιγότερο από μια φορά το χρόνο

10. Περίπου πόσο καιρό έχεις το προφίλ σου στο Facebook;

A) 6 μήνες B) 1 χρόνο Γ) 1,5 χρόνο Δ) 2 χρόνια E) 2.5 χρόνια ΣΤ) περισσότερo από 3 χρόνια

11. Πόσο ικανοποιημένος είσαι γενικά με το Facebook;

A)Καθόλου ικανοποιημένος B)Σχετικά ικανοποιημένος Γ) Ουδέτερος Δ)Ικανοποιημένος E)Πολύ ικανοποιημένος

12. Γιατί σ' αρέσει το Facebook;

- A) Είναι το μέσο που επικοινωνώ με τους τωρινούς μου φίλους.
- B) Μου παρέχει διέξοδο από τον όγκο των σπουδών μου.
- Γ) Μου επιτρέπει να επικοινωνώ με ανθρώπους από το παρελθόν μου.
- Δ) Μου επιτρέπει να συλλέγω πληροφορίες για ανθρώπους για τους οποίους ενδιαφέρομαι.
- E) Μου παρέχει πληροφορίες (π.χ. στις ομάδες).
- Στ) Άλλο.....

ΟΔΗΓΙΕΣ: Ακολουθεί μια σειρά προτάσεων για τους λόγους που χρησιμοποιείτε το Facebook. Επιλέξτε τον αριθμό που σας εκφράζει καλύτερα.

Χρησιμοποιώ το Facebook:

	Δεν ισχύει καθόλου για μένα			Ουδέ- τερα			Ισχύει απόλυτα για μένα
1. Για να δημοσιεύω κοινωνικά γεγονότα	1	2	3	4	5	6	7
2. Για να μαθαίνω για γεγονότα/ δράσεις	1	2	3	4	5	6	7
3. Για να μοιράζομαι πληροφορίες για τον εαυτό μου	1	2	3	4	5	6	7
4. Για ακαδημαϊκούς λόγους	1	2	3	4	5	6	7
5. Για να κοινοποιώ/ κοιτάζω εικόνες/ φωτογραφίες	1	2	3	4	5	6	7
6. Για να κρατάω επαφή με παλιούς φίλους	1	2	3	4	5	6	7
7. Για να κρατάω επαφή με τωρινούς φίλους	1	2	3	4	5	6	7
8. Για να εντοπίζω παλιούς φίλους	1	2	3	4	5	6	7
9. Για να κάνω γνωριμίες	1	2	3	4	5	6	7
10. Για να κάνω καινούργιους φίλους	1	2	3	4	5	6	7
11. Για να νιώθω σε επαφή με άλλους	1	2	3	4	5	6	7

ΟΔΗΓΙΕΣ: Ακολουθεί μια σειρά επιθέτων. Επιλέξτε ποιο από τα δύο άκρα αντιπροσωπεύει καλύτερα το πώς αισθάνεστε **κατά τη χρήση του Facebook.**

Κατώτερος	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Ανώτερος
Ανίκανος	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Ικανός
Αντιπαθητικός	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Συμπαθητικός
Απομονωμένος	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Αποδεκτός
Διαφορετικός	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Όμοιος
Μη ταλαντούχος	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Περισσότερο ταλαντούχος
Περισσότερο αδύναμος	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Δυνατότερος
Χωρίς αυτοπεποίθηση	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Με περισσότερη αυτοπεποίθηση
Μη επιθυμητός	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Περισσότερο επιθυμητός
Μη ελκυστικός	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Περισσότερο ελκυστικός
Έξω από τα πράγματα	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Μέσα στα πράγματα

ΟΔΗΓΙΕΣ: Επιλέξτε τον αριθμό διπλά στην κάθε πρόταση που σας εκφράζει καλύτερα.

	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
1. Γενικά, είμαι ικανοποιημένος με τον εαυτό μου.	1	2	3	4
2. Μερικές φορές δεν είμαι καθόλου καλός.	1	2	3	4
3. Νομίζω ότι σαν άτομο έχω κάποια καλά χαρακτηριστικά γνωρίσματα.	1	2	3	4
4. Είμαι σε θέση να κάνω πράγματα τόσο καλά όσο και οι άλλοι άνθρωποι.	1	2	3	4
5. Αισθάνομαι ότι δεν έχω πολλά πράγματα για τα οποία θα μπορούσα να είμαι περήφανος.	1	2	3	4
6. Αισθάνομαι άχρηστος μερικές φορές.	1	2	3	4
7. Αισθάνομαι ότι είμαι πρόσωπο που αξίζω, τουλάχιστον τόσο όσο οι άλλοι.	1	2	3	4
8. Νομίζω ότι θα έπρεπε να έχω περισσότερο σεβασμό για τον εαυτό μου.	1	2	3	4
9. Το μόνο που σκέφτομαι είναι ότι είμαι ένας αποτυχημένος.	1	2	3	4
10. Έχω μια θετική στάση για τον εαυτό μου.	1	2	3	4

ΟΔΗΓΙΕΣ: Παρακάτω είναι μια σειρά από καταστάσεις που πιθανό να περάσατε ή να αισθανθήκατε. Παρακαλούμε πείτε μας πόσο συχνά αισθανθήκατε έτσι τις τελευταίες 30 μέρες; Επιλέξτε την απάντηση που αντιπροσωπεύει καλύτερα το διάστημα που αισθανθήκατε κατ' αυτόν τον τρόπο: α. Λιγότερο από μία μέρα τη βδομάδα = «σπάνια, καθόλου» β. 1-2 μέρες = «μερικές φορές» γ. 2-4 μέρες = «αρκετές φορές» δ. 5-7 μέρες = «τον περισσότερο»

Τις τελευταίες 30 μέρες

	Σπάνια καθόλου. Λιγότερο από μια μέρα	ή Μερικές φορές. 1-2 μέρες	Αρκετές φορές. 3-4 μέρες	Τον περισσότερο καιρό. 5-7 μέρες
1. Με ενοχλούσαν πράγματα που συνήθως δεν μ' ενοχλούν.	0	1	2	3
2. Δεν ήθελα να φάω, η όρεξή μου ήταν κακή.	0	1	2	3
3. Ένοιωθα ότι δεν μπορούσα να απαλλαγώ από την κακοκεφιά μου, ακόμη και αν οι φίλοι ή η οικογένειά μου με βοηθούσαν.	0	1	2	3
4. Ένοιωθα ότι ήμουν εξίσου ικανός με τους άλλους.	0	1	2	3
5. Είχα δυσκολία να συγκεντρωθώ σ' αυτό που έκανα.	0	1	2	3
6. Ένοιωθα μελαγχολικός.	0	1	2	3
7. Ένοιωθα πως ότι έκανα με μεγάλη προσπάθεια, πίεση.	0	1	2	3
8. Ένοιωθα ελπίδα για το μέλλον.	0	1	2	3
9. Σκεφτόμουν ότι μέχρι τώρα η ζωή μου ήταν μια αποτυχία.	0	1	2	3
10. Ένοιωθα φοβισμένος.	0	1	2	3
11. Είχα ανήσυχο ύπνο.	0	1	2	3
12. Ήμουν ευτυχισμένος.	0	1	2	3
13. Μιλούσα λιγότερο από το συνηθισμένο.	0	1	2	3
14. Ένοιωθα μοναξιά.	0	1	2	3
15. Οι άνθρωποι δεν ήταν φιλικοί μαζί μου.	0	1	2	3
16. Ευχαριστιόμουν/ χαιρόμουν τη ζωή.	0	1	2	3
17. Έκλαιγα με λυγμούς.	0	1	2	3

18. Ένιωθα λυπημένος.	0	1	2	3
19. Ένιωθα ότι οι άνθρωποι δεν με συμπαθούσαν.	0	1	2	3
20. Δεν μπορούσα να κάνω τις δουλειές μου (εργασία, σπίτι, σχολείο).	0	1	2	3

ΟΔΗΓΙΕΣ: Παρακάτω βρίσκονται πέντε προτάσεις με τις οποίες μπορεί να συμφωνείτε ή να διαφωνείτε. Χρησιμοποιώντας την παρακάτω κλίμακα 1-7 δηλώστε κατά πόσο συμφωνείτε με κάθε πρόταση μαυρίζοντας τον κατάλληλο αριθμό στο απαντητικό φύλλο.

Παρακαλούμε να είστε ανοιχτοί και ειλικρινείς στις απαντήσεις σας.

	Διαφωνώ πάρα πολύ	Διαφωνώ	Διαφωνώ λίγο	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ λίγο	Συμφωνώ	Συμφωνώ πάρα πολύ
1. Από τις περισσότερες απόψεις η ζωή μου είναι κοντά στο ιδανικό μου.	1	2	3	4	5	6	7
2. Οι συνθήκες της ζωής μου είναι εξαιρετικές	1	2	3	4	5	6	7
3. Είμαι ικανοποιημένος/-η από τη ζωή μου	1	2	3	4	5	6	7
4. Μέχρι τώρα έχω αποκτήσει τα σημαντικά πράγματα που θέλω στη ζωή	1	2	3	4	5	6	7
5. Αν μπορούσα να ζήσω τη ζωή μου από την αρχή, δεν θα άλλαζα σχεδόν τίποτα.	1	2	3	4	5	6	7

ΟΔΗΓΙΕΣ: Η κλίμακα αυτή αποτελείται από μια λίστα λέξεων που περιγράφουν διάφορα συναισθήματα. Διαβάστε την κάθε λέξη και επισημάνετε σε ποιο βαθμό η κάθε λέξη αντιπροσωπεύει, γενικά (συνήθως), το πώς αισθάνεστε. Με άλλα λόγια, αν αξιολογούσατε τη ζωή σας συνολικά, σε ποιο βαθμό θα σας αντιπροσώπευαν αυτά τα συναισθήματα; Χρησιμοποιήστε την παρακάτω κλίμακα για να αξιολογήσετε τις απαντήσεις σας.

Ελάχιστα ή καθόλου	Πολύ λίγο	Μέτρια	Αρκετά	Πάρα πολύ
1	2	3	4	5

1. ___ Αισθάνομαι ότι είμαι γεμάτος ενδιαφέροντα
2. ___ Νιώθω αγχωμένος
3. ___ Νιώθω έντονη συγκίνηση, ότι εξιτάρομαι
4. ___ Νιώθω ταραγμένος
5. ___ Αισθάνομαι συναισθηματικά δυνατός
6. ___ Νιώθω ενοχές, ενοχικός
7. ___ Νιώθω τρομαγμένος
8. ___ Νιώθω εχθρικός
9. ___ Αισθάνομαι ενθουσιώδης, ενθουσιασμό
10. ___ Νιώθω περηφάνια
11. ___ Νιώθω ευερέθιστος, ευέξαπτος, οξύθυμος
12. ___ Νιώθω ότι βρίσκομαι σε εγρήγορση, σε συνεχή ετοιμότητα
13. ___ Αισθάνομαι ντροπή, ντροπιασμένος
14. ___ Νιώθω ότι είμαι γεμάτος έμπνευση
15. ___ Νιώθω νευρικότητα, νευρικός
16. ___ Νιώθω αποφασισμένος, με σιγουριά για τις αποφάσεις μου
17. ___ Αισθάνομαι έντονη προσήλωση και προσοχή σε ότι κάνω
18. ___ Νιώθω αναστατωμένος
19. ___ Νιώθω γεμάτος ενέργεια και ότι βρίσκομαι σε συνεχή κίνηση και δράση
20. ___ Νιώθω φοβισμένος

Φύλο:

A) Γυναίκα

B) Άνδρας

Ηλικία:.....

Επίπεδο σπουδών:

A) Προπτυχιακός

B) Μεταπτυχιακός

Γ) Διδακτορικός

Σχολή φοίτησης:.....

Τμήμα φοίτησης:.....

Τι ποσοστό (κατά προσέγγιση) των φίλων σας στο Facebook τους γνωρίζετε κι έχετε επαφές κι εκτός αυτού;.....