



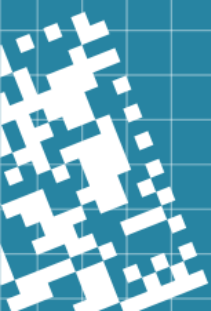
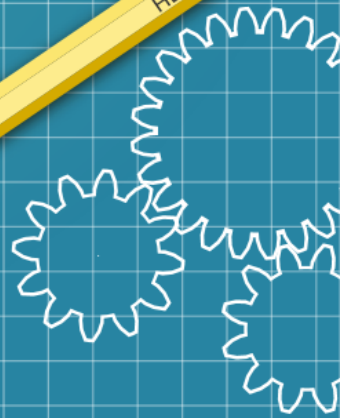
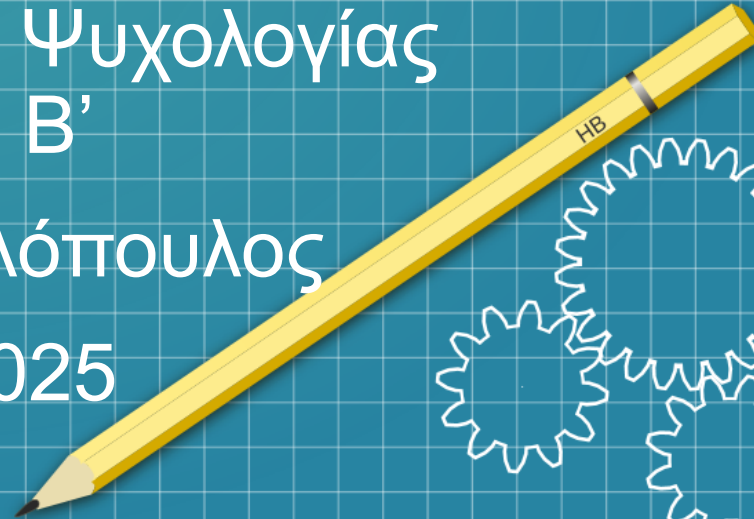
Η κοινωνική επιθυμητότητα στη διαδικτυακή και μη αξιολόγηση

Πέτρος Λιτητάρης

Μάθημα: Θέματα Κοινωνικής Ψυχολογίας
στον Κυβερνοχώρο Β'

Καθηγητής: Βασίλης Παυλόπουλος

Ημερομηνία: 13/5/2025



Τι είναι η κοινωνική επιθυμητότητα;

- Απάντηση ερωτηματολογίων με τρόπο ώστε να φαίνονται καλοί
- Συμβαίνει σε
 - Αξιολόγηση προσωπικότητας (MMPI)
 - Αξιολόγηση για μία θέση εργασίας

Κοινωνική Επιθυμητότητα Στα Ερωτηματολόγια

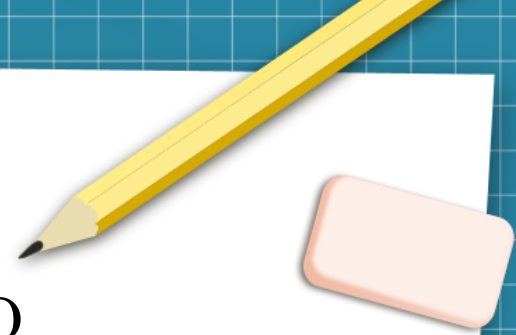


Παράγοντες που οδηγούν σε κοινωνική επιθυμητότητα

- 1) Υπερ-εκτίμηση ηθικότητας των συμμετεχόντων σε σχέση με άλλους ανθρώπους
- 2) Ευαίσθητες ερωτήσεις που προκαλούν αρνητικά συναισθήματα
 - Ερωτήσεις ταμπού
 - Ερωτήσεις που απειλούν την αποκάλυψη του ατόμου σε τρίτο άτομο
- 3) Συμμόρφωση με τις νόρμες
- 4) Διατήρηση θετικής εικόνας του εαυτού
- 5) Διαχείριση εντυπώσεων στον χώρο εργασίας

Krumpal (2013); Tourangeau & Yan (2007); Rickwood & Coleman-Rose (2023)

Παράδειγμα



Κοινωνική επιθυμητότητα στο ερωτηματολόγιο HEXACO

Ειλικρίνεια – Ταπεινότητα : οι μεγαλύτεροι προβλεπτικοί παράγοντες κοινωνικής επιθυμητότητας (μικρότερη ειλικρίνεια → μεγαλύτερη κοινωνική επιθυμητότητα)

de Vries. (2016); Asthon & Lee (2007)

Διαδικτυακή Αξιολόγηση και Κοινωνική Επιθυμητότητα



Σημαντικός παράγοντας → ανωνυμία

- 1) Joinson (1999) : λιγότερη κοινωνική επιθυμητότητα στις διαδικτυακές αξιολογήσεις λόγω ανωνυμίας → μεγαλύτερη ασφάλεια για τον συμμετέχοντα
- 2) Koivula et al. (2019) : για μεταναστευτικά θέματα → λιγότερη κοινωνική επιθυμητότητα
- 3) Dodou & de Winter (2014) : μετά ανάλυση → δεν υπάρχει διαφορά ως προς την κοινωνική επιθυμητότητα σε διαδικτυακή και μη αξιολόγηση

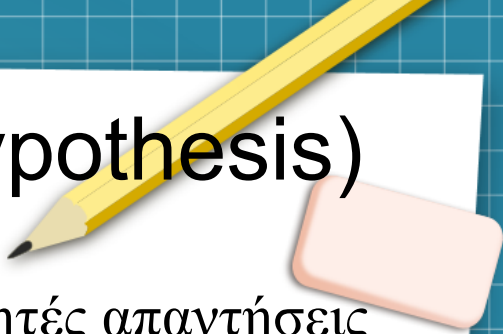
Διαδικτυακή Αξιολόγηση και Κοινωνική Επιθυμητότητα (2)



Caputo (2017) : Ανωνυμία και κοινωνική επιθυμητότητα

- 1) Η ευγνωμοσύνη επηρεάζεται από την κοινωνική επιθυμητότητα (είναι κοινωνικά αποδεκτή)
- 2) Η μοναχικότητα δεν επηρεάζεται από την κοινωνική επιθυμητότητα
- 3) Παρά την ανωνυμία, υπάρχει κοινωνική επιθυμητότητα
- 4) Μήπως η κοινωνική επιθυμητότητα είναι χαρακτηριστικό προσωπικότητας;

Υπόθεση της Ειλικρίνειας (Candor Hypothesis)



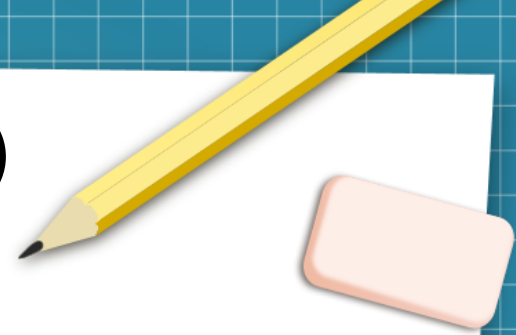
Η διαδικτυακή αξιολόγηση θα έχει λιγότερο κοινωνικά επιθυμητές απαντήσεις

Gnambs & Kasper (2017) : μελέτη 3 ειδών κοινωνικής επιθυμητότητας

- 1) Αυτοαναφερόμενη
- 2) Υπεραναφορά ευνοϊκών χαρακτηριστικών
- 3) Υπό – αναφορά αρνητικών χαρακτηριστικών

Δεν υπήρχε διαφορά ως προς τα 3 είδη σε διαδικτυακή και μη αξιολόγηση

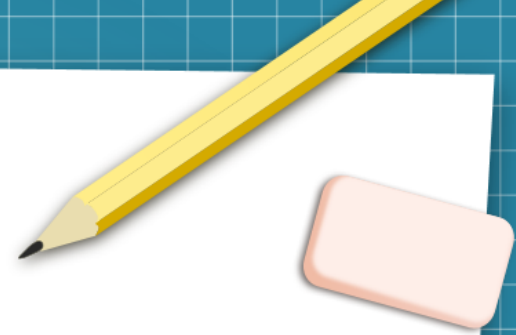
Ευαίσθητες πληροφορίες(?)



Gnambs & Kaspar (2015) :
Για αξιολόγηση ευαίσθητων πληροφοριών

- 1) αύξηση αυτό-αποκάλυψης στο διαδίκτυο
- 2) Πιο συχνή αναφορά ευαίσθητων συμπεριφορών στο διαδίκτυο (λιγότερη κοινωνική επιθυμητότητα)
- 3) Σημαντικό ρόλο έπαιζε αν υπήρχε κάποιο άλλο άτομο ή όχι
- 4) επιβεβαίωση υπόθεσης ειλικρίνειας για ευαίσθητα θέματα, αλλά όχι για γενικά θέματα

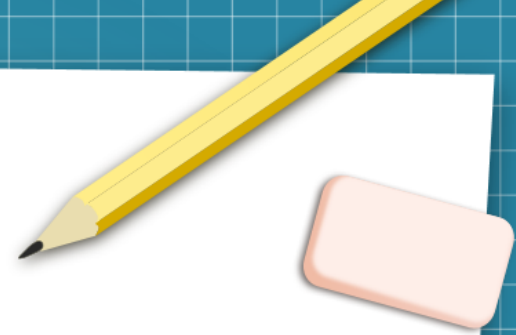
Αποτελέσματα σε τρίτους



Eberlen et al. (2019) :

- 1) Η διαφάνεια των δεδομένων με ταυτόχρονη διασφάλιση ανωνυμίας δεν δημιουργεί διαφορά σε κοινωνικά επιθυμητές απαντήσεις
- 2) Η έρευνα επικεντρώθηκε σε διαστάσεις προσωπικότητας, όχι σε ευαίσθητες πληροφορίες → δεν γενικεύουμε

Ποιοτικές έρευνες



Bergen & Labonte (2020) :

- 1) Δεν υπάρχει άμεση ανωνυμία (ο συμμετέχων εκτίθεται σε μία συνέντευξη)
- 2) Χρήση 3 τεχνικών για μείωση κοινωνικής επιθυμητότητας:
 - Έμμεσες ερωτήσεις
 - Προλογικές ερωτήσεις (“οι περισσότεροι άνθρωποι νιώθουν τροπή όταν..”)
 - Ταίριασμα με τον συνεντευκτή
- 3) Σημαντικό εύρημα : παίζει ρόλο η κουλτούρα;
Η έρευνα έγινε στην Αιθιοπία (κολεκτιβιστική κουλτούρα) → μεγαλύτερη συμμόρφωση σε νόρμες

Αντιμετώπιση Κοινωνικής Επιθυμητότητας



- Καταγραφή ακραίων απαντήσεων στα ερωτηματολόγια
- Δείκτης μερικής συνάφειας (αφαίρεση κοινωνικής επιθυμητότητας με στατιστικό τρόπο)
- Forced-Choice ερωτηματολόγια (Thurstonian Item Response Theory)

Forced-Choice Ερωτηματολόγια

Bryq

Normative

I enjoy exploring new ideas and concepts.

☐☐☐☐☐

I seek out new experiences even if they involve some risk.

☐☐☐☐☐

Acquiring new knowledge is not my priority.

☐☐☐☐☐

Ipsative

Rank each of the following statements according to which one describes you best to which one describes you least:

A. I enjoy exploring new ideas and concepts.

B. I prefer to complete tasks accurately rather than quickly.

C. I am comfortable with making changes to my routine.

1.

2.

3.

Take Home Messages



- Είτε είναι χαρακτηριστικό προσωπικότητας είτε όχι, η κοινωνική επιθυμητότητα επηρεάζει την ποιότητα των δεδομένων
- Το διαδίκτυο σε συνδυασμό με το είδος των ερωτημάτων φαίνεται να δημιουργεί διαφορές στην ύπαρξη κοινωνικής επιθυμητότητας
- Η μέτρηση της προσωπικότητας έχει εξελιχθεί τα τελευταία χρόνια
- No one is perfect

Βιβλιογραφία

- Ashton, M. C., & Lee, K. (2007). Empirical, theoretical, and practical advantages of the HEXACO model of personality structure. *Personality and social psychology review*, 11(2), 150-166.
- Bergen, N., & Labonté, R. (2020). “Everything is perfect, and we have no problems”: detecting and limiting social desirability bias in qualitative research. *Qualitative health research*, 30(5), 783-792.
- Brown, A. (2010). How item response theory can solve problems of ipsative data.
- Caputo, A. (2017). Social desirability bias in self-reported well-being measures: Evidence from an online survey. *Universitas Psychologica*, 16(2), 245-255.
- de Vries, R. E., Zettler, I., & Hilbig, B. E. (2014). Rethinking trait conceptions of social desirability scales: Impression management as an expression of honesty-humility. *Assessment*, 21(3), 286-299.
- Dodou, D., & de Winter, J. C. (2014). Social desirability is the same in offline, online, and paper surveys: A meta-analysis. *Computers in Human Behavior*, 36, 487-495.
- Eberlen, J. C., Nicaise, E., Leveaux, S., Mora, Y. L., & Klein, O. (2019). Psychometrics anonymous: Does a transparent data sharing policy affect data collection?. *Psychologica Belgica*, 59(1), 373.
- Gnambs, T., & Kaspar, K. (2015). Disclosure of sensitive behaviors across self-administered survey modes: a meta-analysis. *Behavior research methods*, 47, 1237-1259.
- Gnambs, T., & Kaspar, K. (2017). Socially desirable responding in web-based questionnaires: A meta-analytic review of the candor hypothesis. *Assessment*, 24(6), 746-762.
- Koivula, A., Räsänen, P., & Sarpila, O. (2019, June). Examining social desirability bias in online and offline surveys. In *International Conference on Human-Computer Interaction* (pp. 145-158). Cham: Springer International Publishing.
- Kwak, D. H. A., Ma, X., & Kim, S. (2021). When does social desirability become a problem? Detection and reduction of social desirability bias in information systems research. *Information & Management*, 58(7), 103500.
- Paulhus, D. L. (1988). Balanced inventory of desirable responding (BIDR). *Acceptance and Commitment Therapy. Measures Package*, 41, 79586-79587.
- Rickwood, D. J., & Coleman-Rose, C. L. (2023). The effect of survey administration mode on youth mental health measures: Social desirability bias and sensitive questions. *Heliyon*, 9(9).
- Tourangeau, R., & Yan, T. (2007). Sensitive questions in surveys. *Psychological bulletin*, 133(5), 859.