

NARCIZAM I SKLONOST KA KORIŠĆENJU FACEBOOKA*

Vesna Gojkovic*

Vladimir Horvat*

Fakultet za pravne i poslovne studije u Novom Sadu

Osnovni problem rada bio je da utvrdimo da li se i u kojoj meri narcizam kao interpersonalna crta ličnosti može dovesti u vezu sa korišćenjem društvene mreže Facebook. U tu svrhu sprovedeno je istraživanje na 133 ispitanika čija je prosečna starost bila 20 godina, i to 83 učenika završne godine Zrenjaninske gimnazije i 50 studenata druge godine Fakulteta za pravne i poslovne studije u Novom Sadu.

Osnovna premisa je bila da će mladi koji aktivno učestvuju na društvenim mrežama imati značajno veća postignuća kako na ukupnom skorom narcizma, tako i na markiranim faktorima narcizma. Takođe, smatrali smo da su pol, starost i stepen obrazovanja varijable koje značajno diferenciraju mlade koji su skloni virtuelnom eksponiranju od onih koji to ne čine. Za procenu narcizma korišćen je upitnik NPI-40 (Pinsky, Young, 1988) koji meri subklinički narcizam - operacionalizovan ukupnim skorom i pretpostavljenom sedmofaktorskom strukturom (autoritet, samodovoljnost, superiornost, egzibicionizam, koristoljubivost, sujeta, privilegovano pravo). Za merenje sociodemografskih varijabli i varijable korišćenje Facebook-a primenili smo posebno konstruisan upitnik. Povezanost između varijabli je testirana primenom Pirsonovog korelacionog metoda, za utvrđivanje značajnosti razlika za nezavisne uzorke korišćen je t-test, odnosno

* Ovaj tekst je nastao kao rezultat rada na projektu "Kriminal u Srbiji: fenomenologija, rizici i mogućnosti socijalne intervencije" (broj 47011) koji finansira Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja RS.

* E-mail: vesna_gojkovic@vektor.net

* E-mail: vestapan@hotmail.com

ANOVA, u zavisnosti od primenljivosti jednog od ova dva testa na određene varijable.

Rezultati su pokazali da postoji značajna pozitivna korelacija između korišćenja Facebook-a i ukupnog narcizma. Narcistički self čine faktori samodovoljnosti, egzibicionizma i sujete. Takođe, utvrđeno je da faktor superiornost značajno korelira sa brojem slika koje korisnici imaju na Facebook-u i da značajno razlikuje muške i ženske ispitanike. Konačno, utvrđeno je da su srednjoškolci u većoj meri narcistični od studenata i da se ta razlika prvenstveno može definisati faktorom privilegovano pravo.

KLJUČNE REČI: narcizam / faktori narcizma / Facebook

I UVOD

U psihologiji individualnih razlika, posebnu pažnju istraživača privlače osobine ličnosti koje se određuju kao konativni "crni trijas", a to su narcizam, makijavelizam i subklinička psihopatija. Konstrukt narcizma, koji je predmet ovog rada, u većini prevalentnih istraživanja, pokazao se kao značajan prediktor u odnosu na mnoge merene varijable – od emocionalne reaktivnosti do samoprocene kognitivnih i konativnih performansi.

Narcizam je primarno psihoanalitički konstrukt, i Frojd (*Freud, 1957*) ga vezuje za proces izbora objekta zadovoljenja. U tom smislu razlikuje primarni narcizam, koji je odlika razvojnog stadijuma odojčeta, jer beba usled psihofiziološke inferiornosti ne razlikuje sebe od drugih, odnosno Ja od Ne Ja. Ovaj period prethodi objektivnim odnosima kojima osoba stiče sposobnost da investira, pomeri libido sa sebe na druge. Ukoliko je tokom odrastanja došlo do osujećenja i formiranja konfliktnih žarista, libido se regresivno povlači iz spoljnog sveta i reinvestira u sopstveno ja, te tako postaje narcistički libido. Radi se o sekundarnom narcizmu, jer je izbor objekta sopstveno Ja, koje, prema mišljenju Kernberga (*Kernberg, 1974*), defanzivnim manevrima narasta do grandioznosti, a u suštini se indikuje bazična depresivnost i inferiornost. S obzirom da su u Ja smešteni sekundarni procesi, jasno je da narcistički pomerena osoba razvija aberantne procese percepcije realnosti (sve je u odnosu na Ja i tako se interpretira), kao i iskrivljene procese mišljenja i zaključivanja. Marej, na primer, empirijskim putem proverava odlike narcističke ličnosti i govori o egofiliji.

Prema Američkoj psihijatrijskoj asocijaciji (APA), narcistički poremećaj ličnosti pripada grupi "dramatika" i podrazumeva simptome kao što su:

grandiozno osećanje sopstvene vrednosti, fantazije o neograničenom uspehu, moći, ljubavi, veruje da je specijalan, zahteva ekscesivno divljenje, smatra da ima privilegovano pravo, eksploatiše druge, nema sposobnost empatije, dominiraju zavist, arogancija i sujeta.

Međutim, za sledeću DSM V klasifikaciju (Miller, 2010), nije predviđeno postojanje ovog poremećaja, što je u skladu sa nalazima do kojih su došli istraživači i koji ukazuju na to da se ne radi više o aberantnom nego prosečno zastupljenom, odnosno, socijalno prihvaćenom ponašanju.

Istovremeno, razvojem empirijskog pristupa, primenom kvantifikovanih metoda, izučavanje narcizma se izmešta iz polja kliničke psihologije i psihopatologije na polje psihologije ličnosti i socijalne psihologije. (Miller, 2008).

Tome su posebno doprineli Jang i Pinski (Yuong, Pinsky, 1988) koji definišu narcizam kao interpersonalnu crtu ličnosti i konstruišu poseban upitnik NPI 40, a visina skora na testu se može tumačiti kao stepen posedovanja narcističkih osobina. Autori prihvataju tezu da je određena doza ljubavi prema sebi i samoprihvatanja prisutna (i poželjna), ali da se može postaviti pitanje gde je "crvena" granica koja označava prelaz od self-love do self-seeking ponašanja. Kempbel (Campbell, 2009) smatra da je ekstremni porast narcizma kod studentkinja simptom epidemije narcizma u populaciji, posebno vladavine osobine koju naziva privilegovano pravo. Upravo u knjizi koja je tako i naslovljena "Epidemija narcizma: živeti u svetu privilegovanog prava", Kempbel narcizam određuje kao ekscesivno samoljublje, praćeno permanentnom potrebom za samopotvrđivanjem, težnjom ka slavi i materijalizmom kao ideologijom. Prema ovom autoru, samoljublje je izgrađeno na nipodaštavanju drugih. Suština socijalnog obrasca narcisa je igra u kojoj "nije cilj pokazati koliko sam važan, lep i poseban, nego koliko je to veće, lepše i bolje u odnosu na tebe".

U tom smislu, potpuno je razumljivo da je facebook, kao i ostale društvene mreže, idealno područje u kome se osobe mogu maksimalno samoreklamirati i komunicirati na bazi izmenjene (ulepšane) slike o sebi i drugim ljudima (virtuelna realnost).

Facebook je web sajt koji danas predstavlja dominantnu društvenu mrežu koja je potpuno besplatna za korišćenje. Tokom svog sedmogodišnjeg postojanja okupio je oko 800 miliona korisnika širom sveta. Za korišćenje Facebook-a potrebna je obavezna registracija nakon koje se može kreirati lični profil sa slikom i stupiti u interakciju sa ostalim korisnicima. Interakcija je moguća među korisnicima koji su facebook prijatelji i servis omogućava uvid u razne aspekte nečijeg profila kao što su slike, interesovanja, omiljena

muzika, filmovi, knjige itd. Korisnik apsolutno kontroliše sve što čini sadržaj profila, i može ograničiti informacije za određene ljude ili grupe ljudi.

Izumitelj Facebooka je Mark Zuckerberg, u to vreme student informatike na Harvardu. Postoje dve veoma interesantne, ali krajnje oprečne priče o tome kako je tvorac Facebook-a došao na ideju za pravljenje sajta. Prva priča govori o tome kako je on želeo da svima saopšti kako ga je devojka ostavila pa je krenuo da pravi sajt kojim bi povezao sve student Harvard-a, a prema drugoj priči on je jednostavno ideju ukrao od dvojice svojih kolega sa fakulteta i dodatno je razradio do neslućenog komercijalnog uspeha. U svakom slučaju, obe priče o nastanku Facebook-a mogu biti interesantne za ovaj rad sa aspekta narcističkog ponašanja jer prva priča oslikava osobu koja traži sebe, i ima potrebu da svoju ličnost izloži javnosti na procenu što bi mogao biti početak procesa samootuđenja. Druga priča pak pokazuje koristoljubivu osobu koja smatra da je privilegovana samim svojim postojanjem i kojoj nije problem da iskoristi svoje doskorašnje prijatelje za promociju sopstvenog ega i na kraju za finansijsku dobit.

Termin "Facebook" prvobitno je označavao žargonski naziv za bilten koji se delio američkim brucosima ne bi li se bolje i lakše upoznali. U početku Facebook je bio lokalan servis namenjen studentima Harvardskog univerziteta, a odatle se širi na ostatak akademske populacije u Americi, da bi na kraju, 2007. postao dostupan svima, sa starosnim ograničenjem od minimum 13 godina. Sajt je doživeo ogroman komercijalni uspeh i njegova vrednost krajem 2010. godine procenjena je na 41 milijardu dolara, a prema posećenosti je juna 2011. godine premašio Google i zauzeo vodeću poziciju sa gotovo neverovatnih trilion poseta mesečno.

Česte su informacije o neovlašćenoj upotrebi ličnih podataka u komercijalne svrhe, i o špijuniranju korisnika što čelnici Facebook-a oštro negiraju, i kao kontra argument pružaju mogućnost ograničenja javnosti svih podataka osim imena i profil slike. Uticaj Facebook-a seže i do sfere visoke politike. Elektronske društvene mreže kao takve, po svojoj suštini van direktne državne kontrole, predstavljaju opasnost za totalitarne ili polu-demokratske režime širom sveta. Kina, Vijetnam, Iran, Uzbekistan, Pakistan, Sirija i Bangladeš su zabranili Facebook, optužujući ga za različite društveno štetne aspekte, poput anti-islamizma ili antikomunizma. Ističe se i veliki uticaj Facebook-a u nedavnim revolucionarnim dešavanjima u Egiptu i Tunisu, kao i uloga Facebook-a u nemirima u Britaniji i aktuelnog "Occupy" pokreta u Americi gde je on korišćen kao brzo i jednostavno sredstvo za organizovanje velikog broja ljudi. Takođe širok je spektar primene ove usluge u marketingu i u biznisu kao i u promotivnim aktivnostima kompanija upravo zbog njenog besplatnog karaktera.

Broj korisnika Facebook-a u našoj zemlji je u rapidnom porastu, koji iznosi čak 40% u poslednjih 20 meseci. Prema broju korisnika Facebook-a Srbija se nalazi na 17. mestu u Evropi sa 2.029.260 otvorenih naloga. Ova brojka ipak ne ukazuje precizno na ukupan broj korisnika ovog sajta kod nas zbog postojanja takozvanih duplih i lažnih profila, kao i zbog firmi koje koriste profile za promociju i marketing. Jedno istraživanje je pokazalo da je u Srbiji više muških (56%) od ženskih korisnika Facebooka, kao i da je najveći broj korisnika starosti od 18 do 34 godine, a najveći priraštaj je zabeležen među korisnicima starijim od 65 godina. Ove podatke ipak treba uzeti sa određenom rezervom jer su brojke dobijene na osnovu podataka koje u korisnici ostavili na svojim profilima.

Ipak većina korisnika nema pragmatične ciljeve u korišćenju ovog servisa. Prosečni korisnik formira profil promovišući svoje pozitivne osobine, lični ukus i stremljenja, odnosno da projektuje svoje idealno ja širokoj publici. Takođe korisniku se otvara mogućnost da šalje obaveštenja o svojim najbanalnijim životnim aktivnostima i da o njima očekuje feed-back u vidu lajkova i komentara njegovih prijatelja. Ovo pruža veliku mogućnost za validaciju percipirane sopstvene izuzetnosti od strane velikog broja ljudi gotovo trenutno. Takođe, nedostatak ličnog kontakta dovodi do depersonalizacije ostalih korisnika što se može manifestovati nedostatkom empatičnog reagovanja među korisnicima, što, između ostalog, pruža mogućnost nesigurnim ličnostima da ispolje svoje narcističke tendencije iz relativne sigurnosti sopstvenog doma.

U tom smislu, problem ovog rada je bio da se utvrdi da li postoji povezanost između narcizma i sklonosti ka korišćenju Facebook-a, kao i da li postoje razlike između različitih kategorija korisnika ove društvene mreže prema stepenu izraženosti narcizma i narcističkih osobina koje sačinjavaju ovaj ličnosni konstrukt.

Ciljevi istraživanja su definisani u skladu sa navedenim problemom, pa tako, operacionalni cilj je bio da utvrdimo da li se i u kojoj meri narcizam može dovesti u vezu sa korišćenjem Facebook-a.

Teorijski cilj je bio da rezultatima našeg istraživanja doprinesemo eksplanaciji jednog generalizovanog konativnog stila mladih koji podrazumeva javno eksponiranje, ličnosni egzibicionizam koji se definiše u okviru facebook eksponencije, kao i narcizma kao personalnog konstrukta.

Praktični cilj je bio da pokušamo da eksplorativnim putem ukažemo na moguće etiološke faktore ovog stila ponašanja, čime bi se doprineli edukaciji mladih koji čine najveći broj korisnika raznih društvenih mreža.

Opšta hipoteza rada je da postoji značajna povezanost između narcističkih osobina ličnosti i narcizma sa korišćenjem Facebook-a.

Posebne hipoteze:

- Pretpostavljamo pozitivnu korelaciju između subskele samodovoljnost i broja prijatelja na Facebook-u.
- Pretpostavljamo pozitivnu korelaciju između subskele egzibicionizam sa jedne strane i broja slika na Facebook-u i ličnog poznavanja ljudi sa Facebook-a.
- Pretpostavljamo pozitivnu korelaciju između subskele superiornost i broja slika na Facebook-u.
- Pretpostavljamo statistički značajne razlike u ukupnom narcizmu s obzirom na učestalost korišćenja Facebook-a.
- Pretpostavljamo značajnu razliku između sklonosti ka korišćenju Facebook-a prema mestu stanovanja (veličine mesta stanovanja)
- Pretpostavljamo značajne polne razlike u odnosu na stepen izraženosti narcizma

Varijable:

Grupu nezavisnih varijabli čine sociodemografske kategorije – pol, stepen obrazovanja, mesto stanovanja (veliki i mali grad), kao i varijable vezane za korišćenje Facebook-a:

- a. učestalost korišćenja (nikad – retko - svakodnevno)
- b. broj prijatelja na mreži (do 100, od 100 do 500, preko 500)
- c. broj postavljenih slika (do 100, od 100 do 400, preko 400)
- d. pristup putem mobilnog (da-ne)
- e. lično poznavanje prijatelja sa mreže (da – ne)

Ova grupa varijabli operacionalno je definisana posebno konstruisanim upitnikom.

Zavisnu varijablu narcizam, operacionalno smo definisali primenom upitnika za merenje narcizma NPI 40 (Pisnky, Young, 1988). Osim ukupne mere narcizma, mere se i postignuća na 7 apstrahovanih faktora: autoritarnost, superiornost, samodovoljnost, sujeta, egzibicionizam, koristoljubivost i privilegovano pravo.

II METOD:

Uzorak je činilo 133 ispitanika, starih u proseku 20 godina, od kojih su 83 bili učenici srednje škole i 50 studenata. Nisu bili polno ujednačeni (42 ispitanika muškog pola i 91 ispitanik ženskog pola). Prema poreklu mesta stanovanja, 26, 8% je bilo iz velikog grada, 52, 6% iz malog grada i 18, 8% sa sela. Testiranje je obavljeno u Zrenjaninskoj gimnaziji (završni razredi) i na Fakultetu za pravne i poslovne studije u Novom Sadu (druga i četvrta godina studija). Testiranje je bilo anonimno.

Instrumenti za merenje definisanih varijabli su sledeći. Za merenje grupe nezavisnih varijabli primenjen je posebno konstruisan upitnik. Upitnik se sastoji od osam pitanja od čega prvih 4 popunjavaju svi ispitanici i odnose se na pol, uzrast, mesto življenja i korišćenje facebook-a, a ostalih 4 popunjavaju samo oni ispitanici koji su odgovorili da koriste Facebook u određenoj meri. Ova pitanja imaju za cilj da utvrde način i intenzitet korišćenja Facebook-a, i to su: Broj vaših prijatelja na Facebook-u? Broj vaših slika na Facebook-u? Da li pristupate Facebook-u putem mobilnog telefona? Da li lično poznajete sve vaše prijatelje sa Facebook-a?

Za merenje zavisne varijable narcizam, korišćen je upitnik *Narcissistic personality inventory* - NPI 40 (Yuong, Pinsky, 1988).

Skala je dihlotomna i sastoji se od 40 parova oprečnih tvrdnji gde ispitanici zaokružuju jednu od tvrdnji iz svakog para za koju smatraju da se u većoj meri odnosi na njih. Skala se sastoji od 7 subskala: *Autoritet* – 8 parova oprečnih tvrdnji, *Samodovoljnost* – 6 parova oprečnih tvrdnji, *Superiornost* – 5 parova oprečnih tvrdnji, *Egzibicionizam* – 7 parova oprečnih tvrdnji, *Koristoljubivost* – 6 parova oprečnih tvrdnji, *Sujeta* – 3 para oprečnih tvrdnji, *Privilegovano pravo* – 5 parova oprečnih tvrdnji.

Obrada podataka:

Za ispitivanje relacija među nezavisnim i zavisnim varijablama izračunat je Pirsonov koeficijent korelacije, a za utvrđivanje razlika korišćen je t-test za nezavisne uzorke odnosno ANOVA u zavisnosti od primenljivosti jednog od ova dva testa na određene varijable.

III REZULTATI

Radi provere postavljenih ciljeva, najpre smo utvrdili da li i u kojoj meri, odnosno koliko često ispitanici koriste Facebook, što je prikazano u sledećoj tabeli.

Tabela 1: Struktura ispitanika prema korišćenju Facebook-a

	Broj	Procenata(%)
Ne koristim	26	19.5
Koristim retko	29	21.8
Koristim svakodnevno	78	58.6
Ukupno	133	100.0

U skladu sa dosadašnjim istraživanjima i našim očekivanjima, jasno je da većina mladih koriste Facebook, jer se 19.5% izjasnilo da ne koriste ovu društvenu mrežu. Samo malo više ispitanika to čini retko, dok je skoro 60% stalnih korisnika.

Dalji koraci su bili izračunavanje mera deskriptivne statistike i mera povezanosti narcizma i nezavisnih varijabli, što je prikazano u narednim tabelama.

Tabela 2: Deskriptivni podaci upitnika NPI

	Broj ispitanika	Minimum	Maksimum	AS	SD
Narcizam	133	3	38	17.23	7.738
Autoritet	133	0	8	4.02	2.169
Privilegovano pravo	133	0	6	2.39	1.609
Sujeta	133	0	3	1.41	1.128
Koristoljubivost	133	0	5	1.97	1.255
Egzibicionizam	133	0	7	2.97	2.034
Superiornost	133	0	5	2.09	1.379
Samodovoljnost	133	0	6	2.38	1.496
Valid N (listwise)	133				

Na osnovu deskriptivnih podataka može se videti da ispitanici ostvaruju najviše rezultate na subskali *Autoritet* a najmanje na subskali *Sujeta*. Na svim subskalama postignut je teorijski maksimalan i minimalan rezultat. Na ukupnom narcizmu maksimalan postignut rezultat je 38 od mogućih 40, a minimalan 3 od mogućih 40. Najveći stepen slaganja ispitanici su postigli na stavkama: 36 (A. Ja sam rođeni vođa.; B. Liderstvo je osobina kojoj je potrebno mnogo vremena da se razvije) gde je 108 ispitanika (81, 2%) dalo odgovor pod B, na stavci 1 (A. Ja imam prirodni dar da utičem na druge ljude.; B. Ne umem da utičem na druge ljude.) gde je 105 ispitanika (78, 9%) dalo odgovor pod A, i na stavci 18 (A. Želim da budem srećan/srećna koliko i svi drugi ljudi.; B. Želim da mi se drugi ljudi dive.) gde je 104 ispitanika (78, 2%) dalo odgovor pod A. *Ispitanici se u najvećoj meri slažu u odnosu prema autoritetu, odnosno, sebe doživljavaju kao*

osobu sa autoritetom i poštuju liderstvo, s tim da se ne podrazumeva da imaju privilegovano pravo.

Najmanji stepen slaganja ispitanici su pokazali na stavkama: 3 (A. Ja sam osoba koja prihvata skoro sve izazove.; B. Trudim se da budem prilično oprezan/opreznna.) gde je 67 ispitanika (50, 4%) dalo odgovor pod A, a 66 ispitanika (49, 6%) dalo odgovor pod B, na stavci 30 (A. Ne interesuju me novi trendovi i moda.; B. Volim da pratim nove trendove i modu.) gde je 66 ispitanika (49, 6%) odgovorilo pod A, a 67 ispitanika (50, 4%) odgovorilo pod B, i na stavci 12 (A. Volim da naređujem drugim ljudima.; B. Ne smeta mi da primam naređenja.) gde je 68 ispitanika (51, 1%) dalo odgovor pod A, a 65 ispitanika (48, 9%) dalo odgovor pod B. *To znači da su ispitanici podeljeni kada je reč o ličnom i telesnom egzibicionizmu i autoritarne dominacije ili submisivnosti.*

Tabela 3. Pirsonove korelacije faktora korišćenja Facebook-a sa ukupnim narcizmom i faktorima narcizma

Varijable	Mesto življenja	Korišćenje Facebook-a	Broj prijatelja	Broj slika	Pristupanje mobilnim	Lično poznavanje
Narcizam	.102	.165**	.036	.148	-.020	.058
Autoritet	.058	.083	-.003	.083	.030	.065
Samodovoljnost	.081	.185*	-.113	.069	.031	-.072
Superiornost	.090	.099	-.070	.222*	-.041	-.073
Egzibicionizam	.014	.176*	.115	.130	-.004	.156
Koristoljubivost	.067	-.026	.073	.014	-.073	.118
Sujeta	.101	.159**	.109	.049	-.012	-.056
Privilegovano pravo	.118	.110	.058	.137	-.061	.068

*korelacija značajna na nivou 0.05

**korelacija značajna na nivou 0.07 (približava se statističkoj značajnosti)

Iz tabele možemo videti da postoji povezanost između ukupnog narcizma i preferencije prema korišćenju Facebook-a na nivou koji se približava statističkoj značajnosti odnosno da one osobe koje su sklonije korišćenju Facebook-a imaju izraženiji narcizam kao crtu ličnosti. Postoji statistički značajna povezanost između samodovoljnosti i sujete kao komponenti narcizma sa preferencijom ka korišćenju Facebook-a na nivou statističke značajnosti od 0.05 što znači da su ove osobine izraženije kod osoba koje više koriste facebook. Statističkoj značajnosti se približava i povezanost između sujete kao komponente narcizma i preferencije ka korišćenju Facebook-a. Statistički značajna korelacija na nivou 0.05 se javlja i između broja slika koje ispitanici imaju na Facebook-u i superiornosti kao dimenzije narcizma što znači da ispitanici koji imaju veći broj slika na Facebook-u imaju izraženiju ovu osobinu.

Prema ovom nalazu, možemo reći da su osobe koje koriste Facebook u većoj meri narcistične, odnosno, one se osećaju samodovoljno, sujetne su i sklone egzibicionizmu. Osobe koje vole da se javno eksponiraju i promovišu sopstvenim fotografijama odlikuju se prvenstveno osećanjem superiornosti.

Tabela 4. Deskriptivna statistika ukupnog narcizma i faktora narcizma prema polu

	Pol	Broj ispitanika	AS	SD
Narcizam	Muški	42	16.36	8.139
	Ženski	91	17.64	7.558
Autoritet	Muški	42	3.90	2.081
	Ženski	91	4.08	2.217
Samodovoljnost	Muški	42	2.24	1.478
	Ženski	91	2.45	1.507
Superiornost	Muški	42	1.74	1.345
	Ženski	91	2.25	1.371
Egzibicionizam	Muški	42	2.90	2.081
	Ženski	91	3.00	2.022
Koristoljubivost	Muški	42	1.98	1.352
	Ženski	91	1.97	1.215
Sujeta	Muški	42	1.21	1.220
	Ženski	91	1.49	1.079
Privilegovano pravo	Muški	42	2.38	1.637
	Ženski	91	2.40	1.605

Možemo primetiti da su na svim merenim dimenzijama narcizma (osim *Koristoljubivosti*, gde su vrednosti skoro identične), pa i na ukupnom skor, devojke imale veće skorove, što bi ukazivalo na to da je *narcizam* izraženiji kod ženskog pola.

Tabela 5. Značajnost polnih razlika u ukupnom narcizmu i faktorima narcizma (t-test).

Varijable	t	p
Narcizam	-.886	.337
Autoritet	-.424	.672
Samodovoljnost	-.760	.449
Superiornost	-2.024	.045*
Egzibicionizam	-.250	.803
Koristoljubivost	.039	.969
Sujeta	-1.335	.148
Privilegovano pravo	-.049	.961

*statistička značajnost na nivou 0.05

Iz tabele se može videti da postoje statistički značajne razlike na dimenziji *superiornost*, na kojoj ispitanici ženskog pola postižu više skorove. Na

ostalim dimenzijma narcizma kao i na ukupnom narcizmu nema statistički značajnih razlika među polovima. U odnosu na prethodne rezultate (tabela br 3 iz koje se vidi da Superiornost značajno korelira jedino sa brojem slika), može se zaključiti da devojke postavljaju svoje slike u većoj meri nego muškarci.

Tabela 6. Deskriptivna statistika ukupnog narcizma i faktora narcizma prema uzrastu

	Uzrast	Broj ispitanika	AS	SD
Narcizam	Srednjoškolci	83	18.30	7.782
	Študenti	50	15.46	7.404
Autoritet	Srednjoškolci	83	4.19	2.303
	Študenti	50	3.74	1.915
Samodovoljnost	Srednjoškolci	83	2.58	1.491
	Študenti	50	2.06	1.463
Superiornost	Srednjoškolci	83	2.16	1.311
	Študenti	50	1.98	1.491
Egzibicionizam	Srednjoškolci	83	3.08	1.983
	Študenti	50	2.78	2.122
Koristoljubivost	Srednjoškolci	83	2.10	1.246
	Študenti	50	1.76	1.255
Sujeta	Srednjoškolci	83	1.49	1.173
	Študenti	50	1.26	1.046
Privilegovano pravo	Srednjoškolci	83	2.70	1.544
	Študenti	50	1.88	1.599

Iz tabele se može videti da srednjoškolci imaju izraženije mere narcizma od studenata.

Tabela 7. Razlike između srednjoškolaca i studenata u ukupnom narcizmu i faktorima narcizma (t-test).

Varijable	t	p
Narcizam	2.077	.040**
Autoritet	1.168	.245
Samodovoljnost	1.956	.053***
Superiornost	.714	.476
Egzibicionizam	.835	.405
Koristoljubivost	1.504	.135
Sujeta	1.160	.248
Privilegovano pravo	2.923	.004*

*statistička značajnost na nivou 0.01

**statistička značajnost na nivou 0.05

***statistička značajnost na nivou 0.07 (približava se statističkoj značajnosti)

Iz tabele se može videti da postoje statistički značajne razlike između srednjoškolaca i studenata u rezultatima postignutim na ukupnom narcizmu, kao i na dimenzijama *Samodovoljnost* i *Privilegovano pravo*, na kojima srednjoškolci postižu statistički značajno više rezultate od studenata. Prema ostalim merenim faktorima narcizma studenti i srednjoškolci su ujednačeni.

Tabela 8. Razlike u ukupnom narcizmu i faktorima narcizma među kategorijama korisnika Facebook-a (ANOVA).

Zavisna varijabla	Korišćenje Facebook-a (I)	Korišćenje Facebook-a (J)	AS razlike (I-J)	Nivo značajnosti
Autoritet	Ne koristim	Koristim retko	-.488	.408
		Koristim svakodnevno	-.513	.300
	Koristim retko	Ne koristim	.488	.408
		Koristim svakodnevno	-.025	.958
Samodovoljnost	Ne koristim	Koristim retko	-.928*	.021
		Koristim svakodnevno	-.833*	.013
	Koristim retko	Ne koristim	.928*	.021
		Koristim svakodnevno	.095	.766
Superiornost	Ne koristim	Koristim retko	-.134	.720
		Koristim svakodnevno	-.269	.390
	Koristim retko	Ne koristim	-.134	.720
		Koristim svakodnevno	-.403	.181
Egzibicionizam	Ne koristim	Koristim retko	.269	.390
		Koristim svakodnevno	.403	.181
	Koristim retko	Ne koristim	-.232	.671
		Koristim svakodnevno	-.846**	.066
Koristoljubivost	Ne koristim	Koristim retko	.232	.671
		Koristim svakodnevno	-.614	.164
	Koristim retko	Ne koristim	.846**	.066
		Koristim svakodnevno	.614	.164
Sujeta	Ne koristim	Koristim retko	.073	.831
		Koristim svakodnevno	.090	.754
	Koristim retko	Ne koristim	-.073	.831
		Koristim svakodnevno	.017	.951
Privilegovano pravo	Ne koristim	Koristim retko	-.090	.754
		Koristim svakodnevno	-.017	.951
	Koristim retko	Ne koristim	-.375	.217
		Koristim svakodnevno	-.487**	.057
Narcizam	Ne koristim	Koristim retko	.375	.217
		Koristim svakodnevno	-.112	.647
	Koristim retko	Ne koristim	.487**	.057
		Koristim svakodnevno	.112	.647
Narcizam	Ne koristim	Koristim retko	-.448	.304
		Koristim svakodnevno	-.500	.172
	Koristim retko	Ne koristim	.448	.304
		Koristim svakodnevno	-.052	.883
Narcizam	Ne koristim	Koristim retko	.500	.172
		Koristim svakodnevno	.052	.883
	Koristim retko	Ne koristim	-2.265	.277
		Koristim svakodnevno	-3.359**	.056
Narcizam	Ne koristim	Koristim retko	2.265	.277
		Koristim svakodnevno	-1.094	.514
	Koristim retko	Ne koristim	3.359**	.056
		Koristim svakodnevno	1.094	.514

*statistička značajnost na nivou 0.05

**statistička značajnost na nivou 0.07 (približava se statističkoj značajnosti)

Iz tabele se može videti da postoje statistički značajne razlike u ukupnom narcizmu i faktorima narcizma u zavisnosti od toga da li, i koliko često ispitanici koriste Facebook. Skorovi na ukupnom narcizmu su statistički značajno manji kod ispitanika koji ne koriste Facebook nego kod onih koji

ga koriste svakodnevno. Na dimenziji Samodovoljnost ispitanici koji ne koriste Facebook postižu statistički značajno niže rezultate i od ispitanika koji koriste Facebook povremeno i od onih koji ga koriste svakodnevno. Takođe, na dimenzijama Egzibicionizam i Sujeta ispitanici koji koriste Facebook svakodnevno postižu statistički značajno više rezultate od onih koji ne koriste Facebook.

Tabela 9. Razlike u ukupnom narcizmu i faktorima narcizma kod korisnika Facebook-a u zavisnosti od broja njihovih slika na Facebook-u.

Nezavisna varijabla	Broj slika(I)	Broj slika(J)	AS razlike (I-J)	Nivo značajnosti
Narcizam	0-100	101-400	-1.597	.310
		400+	-3.750	.165
	101-400	0-100	1.597	.310
		400+	-2.153	.423
	400+	0-100	3.750	.165
		101-400	2.153	.423
Autoritarnost	0-100	101-400	-.164	.716
		400+	-.721	.351
	101-400	0-100	.164	.716
		400+	-.557	.470
	400+	0-100	.721	.351
		101-400	.557	.470
Samodovoljnost	0-100	101-400	-.010	.973
		400+	-.500	.330
	101-400	0-100	.010	.973
		400+	-.490	.339
	400+	0-100	.500	.330
		101-400	.490	.339
Superiornost	0-100	101-400	-.185	.489
		400+	-1.283*	.006
	101-400	0-100	.185	.489
		400+	-1.098**	.018
	400+	0-100	1.283*	.006
		101-400	1.098**	.018
Egzibicionizam	0-100	101-400	-.247	.546
		400+	-1.004	.153
	101-400	0-100	.247	.546
		400+	-.757	.280
	400+	0-100	1.004	.153
		101-400	.757	.280
Koristoljubivost	0-100	101-400	-.330	.201
		400+	-.333	.449
	101-400	0-100	.330	.201
		400+	.663	.133
	400+	0-100	-.333	.449
		101-400	-.663	.133
Sujeta	0-100	101-400	-.093	.692
		400+	-.163	.686
	101-400	0-100	.093	.692
		400+	-.069	.863
	400+	0-100	.163	.686
		101-400	.069	.863
Privilegovano pravo	0-100	101-400	-.568	.091
		400+	-.413	.470
	101-400	0-100	.568	.091
		400+	.155	.785
	400+	0-100	.413	.470
		101-400	-.155	.785

*statistička značajnost na nivou 0.01

**statistička značajnost na nivou 0.05

Iz tabele se može videti da su korisnici Facebook-a koji imaju više od 400 svojih slika na Facebook-u postigli statistički značajno veće rezultate na dimenziji *Superiornost* i od korisnika koji imaju manje od 100 svojih slika na Facebook-u i od korisnika koji imaju između 100 i 400 slika na Facebook-u.

IV. DISKUSIJA I ZAKLJUČAK

Cilj ovog istraživanja je bio da se utvrdi da li postoji povezanost između narcizma kao osobine ličnosti i faktorima koji sačinjavaju ovu osobinu sa korišćenjem Facebook-a, kao i sa određenim elementima koji predstavljaju načine na koje korisnik bira da upotrebljava ovaj internet servis. Na osnovu dobijenih rezultata može se primetiti da postoje značajne pozitivne korelacije između ukupnog narcizma, i Samodovoljnosti, Egzibicionizma i Sujete kao faktora narcizma sa varijablom korišćenje Facebook-a koja predstavlja samoprocenu ispitanika o tome da li i koliko koriste Facebook.

To znači da je naša osnovna polazna premisa potvrđena i da narcistička konativna struktura značajno učestvuje u sklonosti ispitanika da se javno eksponiraju putem društvenih mreža.

Primećuje se da je metodom slučajnog uzorka dobijena veoma neravnomerna raspodela ispitanika po zadatim kategorijama intenziteta korišćenja gde je većina ispitanika ušla u kategoriju "Koristim svakodnevno". Sa ciljem korigovanja ovakve neujednačenosti uzorka uzeti su u obzir i rezultati na nivou značajnosti od 0.07, koji se približavaju statističkoj značajnosti, pod pretpostavkom da bi se njihova značajnost povećala na većem uzorku ispitanika. Preporuka za buduća istraživanja ja povećanje broja ispitanika ili selekcija uzorka prema varijabli "Korišćenje Facebook-a" radi dobijanja pouzdanijih rezultata. Pozitivna korelacija između ukupnog narcizma i korišćenja Facebook-a govori o tome da osobe koje više koriste Facebook, u većoj meri ispoljavaju ovu osobinu ličnosti, što se potvrdilo i prilikom ispitivanja značajnosti razlika među grupama. Iako ne možemo biti sasvim sigurni da li je veći skor na narcizmu uzrok ili posledica korišćenja Facebook-a, moguće je primetiti da ovakav način interakcije sa drugim ljudima obezbeđuje određene uslove za lakše ispoljavanje ove osobine, kao što su fizička udaljenost učesnika, relativna anonimnost i potencijalno neograničena publika koji utiču na depersonalizaciju ovakvog načina komunikacije. U budućim istraživanjima bilo bi interesantno proveriti ovakvu pretpostavku pitanjem da li ispitanici koriste svoje puno ime i prezime ili neki pseudonim, nadimak i sl.

Statistički značajna povezanost dobijena je na dimenziji *Samodovoljnost* gde je ispitivanjem značajnosti među grupama utvrđeno da ispitanici koji

ne koriste Facebook, postižu statistički značajno niže rezultate na ovoj dimenziji. Ajtemi koji mere ovaj faktor ukazuju na to da osobe koje postižu veće skorove na ovoj dimenziji ispoljavaju veći nivo egocentrizma i samoživosti što se opet može dovesti u vezu sa depersonalizacijom odnosa u virtualnom svetu i može govoriti o boljoj socijalizaciji osoba koje su više usmerene na direktne interpersonalne odnose. Ovo bi se dalje mogle proveriti ispitivanjem učestalosti i kvaliteta socijalnih interakcija van društvenih mreža kod osoba koje ih koriste.

Statistički značajna povezanost javila se i na dimenziji *Egzibicionizam*, koji se odnosi na narcizam tela, i pokazalo se da ispitanici koji više koriste Facebook postižu i više skorove na ovoj dimenziji, što se može objasniti činjenicom da više vremena provode pred velikim auditorijumom gde pronalaze publiku i odobravanje. U prilog ovoj interpretaciji ide i dobijeni rezultat koji govori o višim skorovima na dimenziji *Superiornost* kod korisnika koji imaju više slika na Facebook-u. Ajtemi koji mere dimenziju superiornost takođe se u velikoj meri odnose na narcizam tela i dobijanje komplimenata, a ovu težnju prilično je lako zadovoljiti koristeći Facebook kao medijum.

Dobijen je još jedan rezultat koji se približava statističkoj značajnosti, i to na dimenziji *Sujeta*. Ajtemi koji mere ovu dimenziju još eksplicitnije govore o narcizmu tela, odnosno direktno govore o zadovoljstvu svojim telom, tako da su povećani rezultati na ovoj skali kod ispitanika koji više koriste Facebook u skladu sa prethodno opisanim rezultatima. Primećuje se tendencija ka izdvajanju narcizma tela kao posebnog faktora na populaciji mladih ispitanika, što bi bilo interesantno proveriti faktorskom analizom većeg uzorka ispitanika.

U ovom istraživanju ispitivano je i postojanje i značajnost polnih razlika u ispoljavanju narcizma i faktora narcizma i dobijeni rezultati pokazuju da je *Superiornost kao faktor narcizma izraženiji kod devojaka nego kod mladića*, što je u skladu sa očekivanjima i prethodnim istraživanjima (Campbell, 2010), međutim ove rezultate treba uzeti sa izvesnom rezervom zbog neujednačenosti uzorka.

Takođe, dobijene su i statistički značajne razlike između srednjoškolaca i studenata u ispoljavanju ukupnog narcizma i Privilegovanog prava i Samodovoljnosti kao faktora narcizma. Na ukupnom narcizmu kao i na navedenim faktorima narcizma srednjoškolci postižu više rezultate od studenata što je u skladu sa prethodnim istraživanjima i razvojnim teorijama, mada bi za preciznije rezultate istraživanje trebalo obaviti na većem i bolje ujednačenom uzorku.

Prilikom formulisanja istraživačkih hipoteza najviše je pažnje posvećeno interpersonalnoj komponenti ispoljavanja narcističkih tendencija zbog samog karaktera Facebook-a kao sve rasprostranjenijeg medijuma komunikacije među mladima. Kao i u ranijim istraživanjima (Mehdizadeh, 2010) i u ovom istraživanju je pokazano da postoji značajna povezanost između narcizma kao osobine ličnosti i komponenata koje čine ovu osobinu sa korišćenjem Facebook-a. Ovakvi rezultati se mogu dovesti u vezu sa samom prirodom Facebook-a kao servisa koji svojom masovnošću i interaktivnošću omogućava korisnicima efikasnu i besplatnu promociju svog idealnog selfa putem ostavljanja slika, komentara i raznih drugih ličnih podataka. Na ovaj način korisnici stvaraju svoj virtualni identitet usmeren na isticanje onih osobina koje smatraju poželjnim imajući konstantnu kontrolu nad tim kako se predstavljaju i kome sa mogućnošću dobijanja brzih povratnih informacija o slici koju projektuju sa ciljem daljeg unapređenja te slike. Ovakav način komunikacije posebno je intresantan mladim ljudima koji nemaju još potpuno formiranu sliku o sebi, da se prikažu u što boljem svetlu i na neki način izdvoje među vršnjacima. Značajno je istaći da postoji veća izraženost narcizma i privilegovanog prava kao komponente narcizma kod srednjoškolaca nego kod studenata što ide u prilog shvatanju narcizma kao razvojnog izazova kod adolescenata. Takođe primećena je tendencija ka dominantnom ispoljavanju narcizma tela preko Facebook-a što je u saglasnosti sa vizuelnom prirodom ovog medija komunikacije. Okretanje ovom površnom načinu samopromocije može se posmatrati i kao kulturološki uslovljeno visokim društvenim i medijskim standardom postavljenim kada je u pitanju fizička lepota i poželjnost koji promoviše nesigurnost u sebe i sopstveni izgled, kao i nisko samopoštovanje.

Kao što navode Jang i Pinski (Young, Pinsky, 2010), stepen izraženosti narcističke crte svakog od nas se može predstaviti skorom na dimenziji egocentrizam – altruizam, s tim da se profil svakog pojedinca razlikuje strukturalno, odnosno prema tome u kojoj meri poseduje svaku od merenih narcističkih osobina. Nalazi dobijeni u ovom istraživanju u skladu su sa nalazima Kempbela (Campbell, 2010), koji primećuje da se danas može govoriti o tome da "narcizam kao personalna crta čini pervazivnu pojavu i polako se pretvara u nacionalnu egomanijačnu strukturu". Apsolutno podržano performansama društvenih mreža, ljudi se "brane" stvarajući falš identitet kojim sakrivaju originalni self i bazično osećanje unutrašnje praznine. Nedostatak realnog dodira sa drugim ljudima koji se indikuje kroz devijantnu transformaciju primarne potrebe za pripadanjem u potrebu za posedovanjem, praćeno ličnom filozofijom "imati, a ne biti", ukazuje na zastrašujući dehumanizovani okvir strukture ličnosti novih generacija.

Slične zaključke nalazimo u tekstu *Virtuelno prijateljstvo i novi narcizam* (Rosen, 2007), u kome autor razmatra popularnost različitih š mreža i stepen njihovog korišćenja u odnosu na aloplastične forme ličnosti korisnika, te postavlja pitanje da li je samoljublje postalo mainstream savremenog oblika života:

"Danas su naši autoportreti demokratski i digitalni, sačinjeni od piksela pre nego četkom. Na sajtovima za društveno povezivanje kao što su MySpace i Facebook, moderni autoportreti sadrže pozadinsku muziku pažljivo izmenjene fotografije, razmišljanja korisnika, i navedene hobije i spisak prijatelja. Oni su interaktivni, pozivaju gledaoce, ne samo da ih gledaju već i da odreaguju na virtualno oslikan život. Pravimo ih da pronađemo prijateljstvo, ljubav i nejasnu i loše definisanu savremenu stvar koju nazivamo povezanost. Kao i slikari, koji stalno doteruju svoj rad, mi menjamo, ažuriramo i doterujemo naše autoportrete; ali budući da su digitalni, oni su mnogo promenljiviji nego ulje na platnu. Lični opisi, nagoveštaji gole kože, liste omiljenih bendova i pesama, svi se bore za našu pažnju i tu vekovna ljudska želja za pažnjom dolazi do punog izražaja kao dominantna tema ovih nepreglednih virtualnih galerija. Iako su društvene mreže tek u povoju, primećujemo njihov kulturološki uticaj, u jeziku, politici, u studentskim domovima. Ali tek počinjemo da se hvatamo u koštac sa posledicama upotrebe ovakvih sajtova na prijateljstvo, naše poimanje privatnosti, zajedništva i identiteta. Kao i sa svakom drugom vrstom tehnološkog napretka, moramo da uzmemo u obzir kakvo ponašanje ohrabruje ovakvo povezivanje preko interneta. Da li ovakva tehnologija, sa svojim stalnim zahtevom za prikupljanjem (prijatelja i ugleda) i za ličnom promocijom, na neki način podrića našu mogućnost da dostignemo ono što obećava – jasnije osećanje o tome ko smo i gde pripadamo? *Preporuka proročišta u Delfima je bila "upoznaj sebe". Danas, u svetu društvenih mreža, ta preporuka bi mogla glasiti "pokaži sebe".*"

LITERATURA

- (1) Campbell, W.K. (1999). Narcissism and romantic attraction, *Journal of Personality and Social Psychology*, 77, 1254-1270
- (2) Freud, S. (1957). On narcissism: An introduction. In J.Strachey (ED.&Trans), *The standard edition of the complete psychological works of Sigmund Freud* (vol14 pp67 - 104), London: Hogarth Press
- (3) <http://en.wikipedia.org/wiki/Facebook> (pristupljeno 6.11.2011 god.)
- (4) http://www.akademijauspeha.com/clanci_svi/Narcizam.html (pristupljeno 3.11.2011 god.)

- (5) Kernberg, O. (1974). Barriers to falling and remaining in love, *Journal of the American Psychoanalytic Association*, 22, 486-515
- (6) Mehdizadeh, S (2010). Behavior, and Social Networking. *Cyberpsychology*
- (7) Miller, J. D. & Campbell, W. K. (2008). Comparing clinical and social-personality conceptualizations of narcissism. *Journal of Personality*, 76, 449-476.
- (8) Miller, J. D., Widiger, T. A., & Campbell, W. K. (2010). Narcissistic Personality Disorder and the DSM-5. *Journal of Abnormal Psychology*, 119, 640-649.
- (9) Pinsky, D., & Young, M. (2010). *The Mirror Effect: How Celebrity is Seducing America*, Harper Collins Publishers, New York
- (10) Raskin, R. N., & Hall, C. S. (1979). A narcissistic personality inventory, *Psychological Reports*, 45, 590
- (11) Raskin, R., & Terry, H. (1988). A principal-components analysis of the Narcissistic Personality Inventory and further evidence of its construct validity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 890-902.
- (12) Rosen, C (2007). Virtual friendship and the new narcissism, *The new atlantis*, numb.17, pp. 15-31
- (13) Twenge, J. M., Campbell, W. K. (2009). *The narcissism epidemic: Living in the age of entitlement*. New York: Free Press.

NARCISSISM AND THE TENDENCY TO USE FACEBOOK

The main problem of this study was to determine whether and to what extent narcissism, as interpersonal personality traits, may be associated with the use of social network Facebook. For this purpose, the research was conducted on 133 examinees whose average age was 20 years old; 83 final year students of Zrenjanin grammar school and 50 second year students of the Faculty of Legal and Business Studies in Novi Sad.

The basic premise was that the young people, who actively participate in social networks, have significantly higher achievement both in the total score of narcissism, and on the marked factors of narcissism. Also, we thought that gender, age and educational level are variables that significantly differentiated young people who are prone to the virtual exposure than the young people who are not. For the assessment of narcissism questionnaire NPI-40 was used (Pinsky, Young, 1988), that measures subclinical narcissism – operationalized by the total score and already assumed structure of seven factors (authority, self-sufficiency, superiority, exhibitionism, greed, vanity, entitlement). For the measurement of demographic variables and variables of using Facebook, we used a specially made questionnaire. Correlation between variables was

tested using Pearson's correlation method, and to determine the significance of differences for independent samples it was used t-test or ANOVA, depending on the applicability of one of these two tests on certain variables.

The results have shown that there is a significant positive correlation between the use of Facebook and total narcissism. The narcissistic self consists of self-sufficiency, exhibitionism and vanity. Also, it was determined that the superiority factor is significantly correlated with the number of photos that users have on Facebook and that makes significant differences between male and female examinees. Finally, it was found that high school students are much more narcissistic than the college students are, and that this difference can be defined primarily by the factor of preferential right.

KEY WORDS: narcissism / factors of narcissism / Facebook