

Zbornik Instituta za kriminološka
i sociološka istraživanja
2016 / Vol. XXXV / 3 / 7-18
Originalni naučni rad
UDK: 316.776:004.738.5]:159.964.21
159.923.2/.3.075

NARCIZAM I SAMOPOŠTOVANJE U SVETU FACEBOOKA*

Vesna Gojković*

Fakultet za pravne i poslovne studije dr Lazar Vrkatić, Novi Sad

Aleksandra Narančić*

Jelena Dostanić*

Fakultet za pravne i poslovne studije dr Lazar Vrkatić, Novi Sad

Sve masovnije korišćenje društvenih mreža dovelo je do pojave novih modela prezentovanja selfa. Međutim, ovaj fenomen je još uvek nedovoljno psihološki istražen. Našim istraživanjem pokušali smo utvrditi da li osobine ličnosti utiču na korišćenje facebooka. Uzorak je činilo 68 mladića i 85 devojaka iz Novog Sada, koji su testirani primenom Upitnika za merenje narcizma NPI-40, RSES-om za merenje samopoštovanja i Karpenterovim upitnikom za merenje sklonosti ka korišćenju facebooka.

Rezultati su pokazali da je veća aktivnost na facebooku pozitivno povezana sa narcizmom i negativno sa samopoštovanjem. Osobine narcizma značajno su povezane i sa samopromocijom i sa traženjem emocionalne podrške korišćenjem facebooka, dok je nisko samopoštovanje značajno povezano samo sa samopromocijom na ovoj društvenoj mreži. Nisu utvrđene značajne polne razlike u odnosu na narcizam. Devojke koriste facebook prvenstveno radi samopromocije, što se može dovesti u vezu sa značajno nižim samopoštovanjem. Nalazi uglavnom potvrđuju početne pretpostavke o modelima self - prezentacije na facebooku.

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

* E-mail: vesna_gojkovic@vektor.net

* E-mail: naranciccaca@gmail.com

* E-mail: jelena.dostanic.sm@gmail.com

*KLJUČNE REČI: facebook / narcizam / samopoštovanje / NPI –
40 / RSES*

1. UVOD

Savremeni fenomen virtuelne stvarnosti i virtuelnog identiteta koji je rezultat masovnog korišćenja različitih društvenih mreža, sve više privlači pažnju stručne, psihološke javnosti. Gotovo opsesivna potreba ljudi da elektronskim putem, bez ličnog kontakta i često sa nepoznatim ljudima, grade komunikacione mreže i realizuju lične i socijalne potrebe, postavlja nove granice u definisanju identiteta modernog čoveka (Toma & Hancock, 2013). Jedna od prvih i prilično raširenih društvenih mreža, jeste facebook. Nije retko danas čuti krilaticu: "ako nisi na facebook-u, ne postojiš". Nesporno je da se razmena poruka putem facebooka odvija brže, efikasnije i ekonomičnije, ali sva je prilika, da je ova primarna svrha danas u drugom planu. Pored nesumnjivog uticaja koje korišćenje facebooka ima u društvenim sferama, a koji se očitava kao sticanje profita ili političke koristi (marketing, politika, biznis), u prvom planu se nalazi izuzetan značaj koji facebook ima u ličnom životu korisnika (Willson et al, 2012). Podatak da preko 800 miliona ljudi aktivno koriste ovu društvenu mrežu, i da taj broj raste, ukazuje na ozbiljnost fenomena facebooka, a klinički izveštaji o zavisnosti od interneta, dovode do toga da se on razmatra u okviru opsesivno - kompulsivnih ponašanja koja su u osnovi bihejvioralnih adicija (Hupli et al, 2016).

Neka istraživanja na adolescentima, govore o postojanju 'digitalnog selfa', koji se značajno razlikuje od realnog (Banks, 2015). Ovaj 'network model' selfa je deo ukupnog identiteta, a nastao je zahvaljujući mogućnostima koje elektronski sistem mreža nudi, u kojem pojedinac kreira sebe nezavisno od stvarnog života i mogućnosti. Posledica je gubitak bliskosti koji je moguć samo u realnom životu, a koji je neophodan za svaki vid lične i socijalne ostvarenosti. U tradicionalnom kliničkom smislu, takav disocirani model ponašanja bi bio maladaptivan i disfunkcionalan: integrisan self koncept je preduslov mentalnog zdravlja. Međutim, u savremenim uslovima, on je deo opšte kulture – multifrenije (Banks, 2015; Dimitrijević, 2008), koja podrazumeva nekoherentnost identiteta kao uslov socijalne prihvatljivosti (Gergen, 1991). Moglo bi se reći i da je to (adaptibilni?) odgovor na zahteve i dostupna tehnološka sredstva moderne civilizacije, koju odlikuje brz način života, često menjanje različitih uloga uz visoko postavljene kriterijume uspeha. Biti savršen, u svakom smislu, biti uspešan bez obzira na moguću cenu, posedovati umesto pripadati, materijalno kao mera svih stvari - su samo neke od proklamovanih vrednosti, koje nije jednostavno dostići. Nesumnjivo je lakše prividno ih ponuditi drugima u imaginarnom svetu, kao što su društvene mreže, nego u stvarnom, fizički i materijalno opipljivom i proverljivom kontekstu. Te vrednosti, čija je osnova egocentrizam i nesposobnost emocionalnog ulaganja u druge ljude, Kristofer Laš još krajem prošlog veka, opisuje kao vrednosti današnje, narcističke kulture (Lash, 1979).

Tako na primer, Raskin i Terry, odbacujući dotada isključivo klinički kontekst narcizma, istražuju narcizam kao interpersonalnu osobinu ličnosti, koju definišu autoritarnost, sujeta, egzibicionizam, superiornost, privilegovano pravo, manipulativnost i samopouzdanje (Raskin & Terry, 1988). U prosečnim vrednostima, ove osobine označavaju meru zdravog, poželjnog samoljublja (pozitivnog doživljaja selfa). Međutim, već početkom ovog veka, meta – analiza rezultata studija koje su koristile ovaj pristup tokom 25 godina u SAD, ukazala je na linearni porast narcizma kod mladih (Foster, Campbell, & Twenge, 2003), posebno kod žena (Twenge, 1997, 2006). Da ‘zlo bude veće’, različite studije su pokazale da je narcizam povezan sa hostilnošću (Rhodewalt & Morf, 1995), nedostatkom empatije (Watson, Grisham, Trotter, & Biderman, 1984), željom za slavom (Young & Pinsky, 2006) impulsivnošću (Vazire & Funder, 2006), agresivnim ponašanjem - posebno kada se osećaju odbijenim ili povređenim (Bushman & Baumeister, 2002; Twenge & Campbell, 2003; Locke, 2008). Narcizam, zajedno sa makijavelizmom i subkliničkom psihopatijom čini osnovu socijalno averzivnog karaktera, koji nosi naziv ‘mračna trijada’ (Paulhus & Williams, 2002).

Kao moguće objašnjenje ovih nalaza, autori navode uticaje mas medija, elektronske "kulture", predominaciju površnih i lažnih (parasocijalnih) društvenih vrednosti, posebno u SAD (Twenge et al, 2008, 2011). Imajući u vidu da su narcistične osobe željne samopromocije i divljenja od strane drugih, i da im facebook performanse omogućavaju da efikasno realizuju ove potrebe (Mehdizadeh, 2010), smatrali smo da bi bilo interesantno utvrditi *da li zaista veći stepen narcizma predviđa i veću sklonost ka korišćenju facebooka*. Takođe, interesovalo nas je i *koje narcističke osobine se mogu dovesti u vezu sa motivacijom da se koristi facebook* – u cilju samopromocije ili potragom za emocionalnom podrškom. Konačno, obzirom na paradigmu da je u osnovi stabilnog identiteta samopoštovanje (Mehdizadeh, 2010; Rozenberg, prema Zhao et al, 2008), i da su ranije studije potvrdile da je narcističko samoljublje (samopouzdanje) odlika ljudi sa niskim samopoštovanjem (Campbell & Foster, 2007; Marshall et al, 2015; Morf, Horvath & Torchetti, 2011), pokušali smo da utvrdimo *da li i u kakvoj su vezi narcističke osobine ličnosti i samopoštovanje u odnosu na sklonost ka korišćenju facebooka*. Naš cilj je bio i da utvrdimo u kojoj meri su ove osobine izražene na našem uzroku, kao i da li postoje značajne polne razlike.

2. METOD

Uzorak su činila 153 ispitanika iz Novog Sada, prosečno starih 20 godina, 68 muškaraca i 85 devojaka. Oni su testirani primenom Upitnika za merenje narcizma NPI – 40 (Raskin & Terry, 1988; $\alpha=0.91$), koji meri sedam osobina: autoritarnost, sujeta, egzibicionizam, superiornost, privilegovano pravo, manipulativnost i samopozdanje. Primenjen je i Upitnik za merenje samopoštovanja RSES (Rozenberg, 1965; $\alpha=0.69$) koji je unidimenzionalan. Sklonost ka korišćenju facebooka merena je primenom upitnika o korišćenju facebooka (Carpenter, 2011; $\alpha=0.85$), koji je preveden sa engleskog jezika za potrebe istraživanja i koji meri

sklonost ka samopromociji i sklonost ka traženju emocionalne podrške. Svi upitnici su u Likert formi petostepenog izbora odgovora.

3. REZULTATI

3.1. Rezultati deskriptivne statistike

Tabela 1. Minimalne i maksimalne vrednosti, aritmetičke sredine i standardne devijacije

	Min.	Maks.	AS	SD
Narcizam ukupni	65	198	125.63	21.4
<i>Autoritet</i>	13	40	25.48	5.7
<i>Samopouzdanje</i>	10	30	19.97	3.60
<i>Superiornost</i>	5	25	16.07	3.64
<i>Egzibicionizam</i>	9	33	19.8	4.89
<i>Koristoljublje</i>	5	25	15.75	3.68
<i>Sujeta</i>	3	15	8.55	3.14
<i>Privilegovano pravo</i>	6	30	20	4.61
Samopoštovanje	16	37	23.73	3.83
Sklonost ka korišćenju Facebook-a	20	76	37.37	11.27
<i>Samopromovisanje</i>	12	50	24.78	8.49
<i>Emocionalna podrška</i>	8	29	12.59	4.06

Min – minimalna vrednost; **Maks** – maksimalna vrednost; **AS** – aritmetička sredina; **SD** – standardna devijacija

Iz tabele se može videti da su ispitanici u natprosečnoj meri narcistični, da imaju prosečno izraženo samopoštovanje i sklonost ka korišćenju facebooka. Odlikuje ih narcistička osobina autoritet, a potom samopouzdanje i egzibicionizam, kao i sklonost ka samopromociji na facebooku.

3.2. Rezultati korelacione analize

Primenom Pirsonovog bivarijantnog korelacionog metoda utvrdili smo da postoji statistički značajna pozitivna korelacija narcizma i sklonosti ka korišćenju facebooka ($r=.26$; $p<0.01$). Korelacije između osobina narcizma i dimenzija sklonosti ka korišćenju facebooka su prikazani u tabeli 2:

Tabela 2. Korelacije osobina narcizma, samopoštovanja i dimenzija sklonosti ka korišćenju facebooka

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. Korišćenje facebook-a											
2. Samopromovisanje	,954**										
3. Emocionalna podrška	,779**	,556**									
4. Samopoštovanje	-,206*	-,208**	-,137								
5. Narcizam	,261**	,268**	,163*	-,057							
6. Autoritet	,030	,053	-,028	,114	,800**						
7. Samopouzdanje	,023	,002	,060	-,068	,636**	,509**					
8. Superiornost	,219**	,214**	,159*	-,133	,765**	,522**	,483**				
9. Egzibicionizam	,469**	,494**	,266**	-,035	,746**	,452**	,247**	,494**			
10. Koristoljublje	,058	,042	,073	-,001	,688**	,547**	,434**	,397**	,398**		
11. Sujeta	,316**	,323**	,199*	-,103	,650**	,342**	,203*	,469**	,637**	,361**	
12. Privilegovano pravo	,223**	,228**	,142	-,141	,768**	,519**	,415**	,578**	,507**	,400**	,417**

* p < 0,05; ** p < 0,01

Iz tabele se vidi da narcistične osobe koje odlikuje egzibicionizam, osećanje superiornosti, sujete koriste facebook radi lične promocije, ali i usled traženja emocionalne podrške. Ličnoj samopromociji na mreži teže osobe koje imaju nisko izraženu osobinu privilegovano pravo. Prema jačini dobijenih korelacija, izdvaja se osobina egzibicionizma i povezanost sa samopromocijom.

3.2.1. Povezanost narcizma i samopoštovanja

Suprotno očekivanom, rezultati su pokazali da ne postoji povezanost ove dve varijable ($r = -.06$ $p = 0.482$). U skladu sa tim, ni jedna narcistička osobina nije značajno povezana sa osobinom samopoštovanja, iako moramo primetiti da je smer svih korelacionih koeficijenata negativan.

3.2.2 Povezanost samopoštovanja i sklonosti ka korišćenju facebooka

Rezultati korelacione analize prikazani su u Tabeli 2, a pokazuju da osobe koje su sklone da koriste facebook, prvenstveno radi samopromocije, imaju nisko samopoštovanje.

3.3. Utvrđivanje statistički značajnih polnih razlika prema merenim varijablama

Primenom t-testa, pokušali smo da utvrdimo da li se muškarci i žene u našem uzorku statistički značajno razlikuju prema merenim varijablama. Rezultati su pokazali da, kada je reč o *narcizmu*, devojke imaju veća prosečna postignuća na ukupnom skor narcizma i skoro na svim dimenzijama, osim na dimenzijama autoritet i samopouzdanje, gde mladići postižu više skorove. Primenom t-testa,

utvrđeno je da su opisane razlike statistički značajne na osobinama egzibicionizma ($t=3.525$; $p<0.01$), sujete ($t=2.605$; $p<0.01$) i privilegovano pravo ($t=2.805$; $p<0.01$).

U odnosu na *samopoštovanje*, utvrđeno je da mladiće u statistički značajno većoj meri odlikuje ova osobina od devojaka ($t=3.399$; $p<0.01$).

Konačno, postoje statistički značajne polne razlike i u odnosu na *sklonost ka korišćenju facebooka*: devojke su aktivnije na ovoj društvenoj mreži ($t=5.45$ $p<0.01$), bilo u cilju samopromocije ($t=1.71 <0.01$), bilo radi traženja emocionalne podrške ($t=5.45 <0.01$).

3.4. Povezanost narcizma, samopoštovanja i korišćenja facebook-a na muškom i ženskom poduzorku

Obzirom da su rezultati t – testa na nezavisnim uzorcima pokazali da se mladići i devojke međusobno razlikuju u odnosu na sva tri konstrukta, želeli smo da proverimo kakve su relacije merenih konstrukata na posebnim poduzorcima. Stoga je sprovedena korelaciona analiza na poduzorcima muškaraca i žena i uporedni rezultati su prikazani u tabeli 3 (boldirani su oni koeficijenti koji se najviše razlikuju kod muškaraca u odnosu na žene).

Kada su u pitanju *muškarci*, u odnosu na ukupan uzorak, nije dobijena značajna povezanost između ukupnog narcizma i korišćenja facebooka, kao ni sa njegovim facetama. Takođe, na muškom poduzorku nije dobijena povezanost superiornosti i privilegovanog prava sa korišćenjem facebooka, što je bio slučaj na ukupnom uzorku. Povezanost sujete sa ukupnim skorom na skali i skorom na podskalama korišćenja facebooka je ostala značajna samo kod muškaraca. Naravno, treba imati u vidu da je gubitku značajnosti pojedinih koeficijenata korelacije doprinelo i smanjenje broja stepeni slobode, ali je u većini slučajeva koeficijent ipak dosta opao (na primer, sa $r=.218$ na $r=.141$ između superiornosti i ukupnog skora na skali korišćenja facebooka).

Tabela 3. Povezanost narcizma i samopoštovanja sa korišćenjem facebook-a kod muškaraca i žena

	Korišćenje facebook-a		Samopromovisanje		Emocionalna podrška	
	M	Ž	M	Ž	M	Ž
Samopoštovanje	-,023	-,167	-,008	-,160	-,047	-,119
Narcizam	,208	,244*	,181	,285**	,207	,082
Autoritet	-,003	,178	-,009	,250*	,010	-,014
Samopouzdanje	,078	,017	,027	,024	,162	-,001
Superiornost	,141	,204	,108	,218*	,170	,105
Egzibicionizam	,409**	,403**	,425**	,438**	,264*	,198
Koristoljublje	-,004	,078	-,045	,081	,079	,043
Sujeta	,319**	,204	,296*	,234*	,280*	,076
Privilegovano pravo	,196	,090	,173	,112	,190	,018

* $p<0,05$; ** $p<0,01$; M – muškarci; Ž – žene

Na *ženskom poduzorku* je zadržana povezanost ukupnog skora na narcizmu i na podskali egzibicionizam sa korišćenjem facebooka i samopromovisanjem. Takođe,

kod devojaka je zadržana, u odnosu na ceo uzorak, i povezanost superiornosti sa samopromovisanjem. Za razliku od ukupnog uzorka, kod devojaka je dobijena značajna povezanost autoriteta sa samopromovisanjem, kao motivom u korišćenju facebooka. Sa druge strane, ono što je interesantno je to što kod devojaka nije dobijena nijedna značajna povezanost ukupnog narcizma ili njegovih indikatora sa emocionalnom podrškom kao motivacijom za korišćenje facebooka. Odnosno, kod devojaka narcizam, autoritet, superiornost, egzibicionizam i sujeta isključivo određuju to da će koristiti facebook u svrhe samopromocije.

I konačno, kada je reč o polnim razlikama, one se ogledaju u tome što su ukupan narcizam, autoritet i sujeta osobine koje određuju učestalost korišćenja facebooka, i to posebno u svrhe samopromovisanja kod devojaka. Međutim, narcizam, odnosno njegova dva indikatora egzibicionizam i sujeta su kod muškaraca faktori koji, pored toga što određuju korišćenje facebooka u svrhe samopromocije, doprinose traženju emocionalne podrške na društvenim mrežama.

Kada je u pitanju povezanost samopoštovanja sa korišćenjem facebooka, nisu dobijeni statistički značajni koeficijenti ni na poduzorku muškaraca ni na poduzorku žena.

4. DISKUSIJA

U ovom radu pokušali smo da utvrdimo moguću povezanost nekih psiholoških osobina sa sklonošću ljudi da koriste društvenu mrežu facebook. Na našem govornom području, koliko je nama poznato, istraživanja ovog problema su retka, dok na anglosaksonskom govornom području mnogobrojne studije ukazuju da se postepeno razvija *psihologija facebooka* (Willson et al, 2012). Obzirom da su opisana ponašanja korisnika podudarna sa opisom narcističke ličnosti (koja živi narcističkoj kulturi), naš prvi cilj bio je da na domaćem uzorku proverimo ovu pretpostavljenu povezanost. Drugo, imajući u vidu da je samopoštovanje jedna od osnovnih odrednica integrisanog i adaptibilnog selfa, a da savremeni kulturološki izazovi grade drugačije obrasce ponašanja, naš cilj je takđe bio da utvrdimo vezu između samopoštovanja sa sklonošću da se koristi facebook, ali i sa narcizmom.

Dobijeni rezultati su potvrdili osnovnu hipotezu da narcizam i njegove osobine određuju sklonost ka korišćenju facebooka i to kako radi samopromocije, tako i radi traženja emocionalne podrške. Ovu povezanost definišu osobine superiornosti, sujete i naročito egzibicionizma u odnosu na obe motivacione facebook komponente, dok niska izraženost privilegovanog prava odlikuje težnju ka samopromociji. U tom kontekstu, može se reći da je i traženje emocionalne podrške na facebooku zapravo jedan vid histrioničnog traženja pažnje, njihov 'emocionalni status' je deo ukupnog egzibicionizma i grandioznosti. Jasno je da samopromocija kojom treba zadobiti divljenje i veliki broj 'lajkova' isključuje ponašanja koja bi eventualno izazvala drugačije reakcije ljudi, koja nisu (još uvek) socijalno poželjna, kao što je direktno postavljanje sebe iznad drugih.

U jednom australijskom istraživanju (Ryan & Xenos, 2011), na uzorku od 1158 adolescenata, utvrđeno je da osobe koje koriste facebook odlikuje narcizam,

ekstroverzija, niska savesnost i socijalna usamljenost. Kao što navode neki autori (Buffardy & Campbell, 2008), narcističke osobine koje su u osnovi strukture ličnosti nastoje da se ispolje u svim oblastima, pa i na društvenim mrežama. Istovremeno, prevalenca narcisa – korisnika dovodi do predominacije ovog tipa ponašanja kojima se drugi korisnici prilagođavaju. Stoga se može govoriti o narcističkoj kulturi i na društvenim mrežama. Interesantno je da su autori, pokušavajući da determinišu neki specifičan tip ličnosti koji preferira facebook, uglavnom koristili petofaktorski model, ali su rezultati bili neočekivano slabi i nedosledni. Neki su pokazali da se tip aktivnosti na facebooku mogu dovesti u vezu sa crtama ličnosti, pa tako ekstraverti nastoje da imaju što veći broj prijatelja, četuju i učestvuju u ‘grupama’, dok emocionalno nestabilne osobe postavljaju ‘zidove’ pre nego što direktno komuniciraju (Amichai-Hamburger et al., 2002; Amichai-Hamburger & Vinitzky, 2010; Ross et al, 2009). Drugi autori nisu našli prisustvo ni jedne značajne povezanosti između pet velikih osobina ličnosti i korišćenja facebooka, ili su dobijane niske značajne korelacije sa ekstroverzijom, što navodi na zaključak da odgovore treba tražiti u manje opštim, specifičnijim crtama ličnosti, kao narcizam, stidljivost, usamljenost slično (Ross et al, 2009).

Rezultati našeg istraživanja koji se odnose na crtu narcizma, pokazali su da je narcizam natprosečno izražen, pri čemu dominiraju osobine autoritet i samopouzdanje, što je u skladu sa ranijim istraživanjima kod nas (Gojković i Dostanić, 2015), ali i u zapadnim zemljama (Twenge et al, 2006). Uprkos tome što su devojke imale veća postignuća na skoro svim dimenzijama narcizma i ukupnom skor, utvrđeno je da je narcizam u jednakoj meri odlika oba pola. Medjutim, devojke su značajno više sklone egzibicionizmu, sujeti i privilegovanom pravu. Ovi nalazi govore o postojanju tipičnog adolescentskog profila koji odlukuju specifičan odnos prema autoritetu i visok stepen samopouzdanja, koji izrasta iz svojevrsne adolescentske egocentričnosti i samoljublja. U literaturi, ove narcističke osobine pripadaju setu benignog narcizma, što daje donekle optimističku prognozu (Back, Schmuckle & Egloff, 2010; Hill & Lapsley, 2015; Küfner et al, 2013). Narcističke osobine koje su se pokazale kao diferencijalne odlike ženskog pola, mogu ukazati na značajne izmene u odnosu na tradicionalno shvatanje polnih uloga: da li je sklonost devojaka da se eksplicitno prikazuju u cilju neprekidnog divljenja, odnosno, da li njihov stav da bez obzira na cenu treba doći do onoga što misle da im pripada – odgovor na izmenjene socijalne imperitive? Da je reč o površnom, simplifikovanom i otuđenom ponašanju, koje nema dodira sa realnim selfom, govori i nalaz da ih odlikuje nisko samopoštovanje, kao i veća sklonost od muškaraca da budu na facebooku, prvenstveno radi samopromocije. U tom smislu, moguće je da se radi o kompenzatornom mehanizmu, gde se protiv unutrašnjeg osećanja praznine, neuspešnosti, inadekvatnosti i inferironosti koriste dostupni i socijalno poželjni supstituti koji ne zahtevaju previše ulaganja. Prema nekim našim ranijim istraživanjima (Mitić, Gojković i Đurić, 2014) mogli bismo reći da se kod mladih radi o izmenjenom doživljaju sistema vrednosti. Dodatne argumente koji govore u prilog ovom objašnjenju nalazimo u rezultatima koji su dobijeni testiranjem druge psihološke varijable – samopoštovanja.

Kao što je ranije rečeno, neki prethodni nalazi su pokazali da postoji negativna korelacija između sklonosti da se koristi facebook i samopoštovanja (Mehdizadeh, 2010; Zhao, Grasmuck & Martin, 2008), što je potvrđeno i našim istraživanjem. Nisko samopoštovanje je odlika osoba koje koriste facebook radi lične samopromocije, a ne radi emocionalne podrške. Samopoštovanje se definiše kao evaluacija sopstvene vrednosti, pri čemu se smatra da svaki čovek ima potrebu da zadrži ili poveća samopoštovanje (Branden, 2001). Shodno tome, osobe teže pozitivnom samopromovisanju, kako u offline, tako i u online svetu, pri čemu je ta težnja izraženija ukoliko je realno osećanje slabije. Takođe, istraživanja su pokazala da je nisko samopoštovanje i odlika narcističkih osoba (Raskin, Novacek & Hogan, 1991). Pri tome se navodi da postoje različiti tipovi samopoštovanja, kao što su na primer, sigurno i defanzivno (Jordan, Spencer, Zanna, Hoshino-Brown & Correll, 2003). Za razliku od sigurnog tipa, kada osoba veruje u sebe nezavisno od potvrde drugih, defanzivno samopoštovanje odlikuje nesigurne osobe koje stalno traže potvrde od drugih ljudi.

Međutim, nalaz koji smo mi dobili a koji je suprotan rezultatima na anglosaksonskom području (Marshall et al, 2015; Rhodewalt et al, 1995), jeste odsustvo povezanosti između narcizma i samopoštovanja. Istovremeno, visok stepen narcizma i nisko samopoštovanje, kao i pripadnost ženskom polu, su značajni prediktori korišćenja facebooka. Po svoj prilici, samopouzdanje narcisa je nezavisno od samopoštovanja. Razlika je u tome što je samopoštovanje zasnovano na realnim dostignućima i vrednostima, dok je samopouzdanje narcisa lažno, često se zasniva na strahu od neuspeha, gde je fokus samo na sebi, jer je posledica narcističke reinvesticije libida u sebe. Jačina njihovog selfa zavisi od uspeha samopromocije, odnosno gratifikacije potrebe da im se dive. Moguće je da je iz tog razloga narcizam značajno povezan sa obe motivacione komponente za korišćenje facebooka, dok je nisko samopoštovanje povezano prvenstveno sa samopromocijom.

Na kraju, osnovni zaključak istraživanja i odgovor na postavljeni problem rada, je da 'online' život preferiraju osobe, prvenstveno ženskog pola, sa izraženim narcizmom i niskim samopoštovanjem. Međutim, treba imati u vidu da veličina i struktura uzorka ne dopušta generalizacije, kao i to da je moguće da bi se drugačiji rezultati dobili primenom nekih drugih mernih instrumenata za merenje samopoštovanja ili merenjem sklonosti ka korišćenju neke druge društvene mreže. Ipak, imajući u vidu da su istraživanja fenomena korišćenja društvenih mreža kod nas relativno retka, smatramo da dobijeni rezultati podstiču dalja istraživanja.

5. LITERATURA

- (1) Amichai-Hamburger, Y., Wainapel, G., & Fox, S. (2002). On the Internet no one knows I'm an Introvert: Extroversion, Neuroticism, and Internet interaction. *Cyber Psychology and Behavior*, 5, 125–128.
- (2) Amichai-Hamburger, Y., & Vinitzky, G. (2010). Social Network and Personality. *Computers in Human Behavior*, 26 (6), 1289 – 1295.

- (3) Back, M. D., Schmukle, S. C., & Egloff, B. (2010). Why are Narcissists so Charming at First Sight? Decoding the Narcissism–popularity Link at Zero Acquaintance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 98, 132–145.
- (4) Banks, J. (2015). *Multimodal, Multiplex, Multispatial: A Network Model of the Self*, New Media & Society, Published online before print October 7, 2015.
- (5) Branden, N. (2001). *The Six Pillars of Self-Esteem*, Bantam
- (6) Buffardi, L.,E., & Campbell, W.K. (2008). Narcissism and social networking web sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34, 1303-1314.
- (7) Bushman, B. J., & Baumeister, R. F. (2002). Does Self-love or Selfhate lead to Violence? *Journal of Research in Personality*, 36, 543–545.
- (8) Campbell, W. K., & Foster, J. D. (2007). The narcissistic self: background, an extended agency model, and ongoing controversies. In C. Sedikides, & S. Spencer (Eds.), *Frontiers in social psychology: the self* (pp. 115–138). Philadelphia, PA: Psychology Press.
- (9) Carpenter J. (2011). „Narcissism on Facebook: Self-promotional and anti-social behavior”, *Personality and Individual Differences* 52 (2012): 482–486
- (10) Dimitrijević, A. (2009). Multiphrenia chronica (in obs), *Psihijatrija danas*, 41 (1), 65 – 79.
- (11) Foster, J. D., Campbell, W. K., & Twenge, J. M. (2003). Individual differences in narcissism: Inflated self-views across the lifespan and around the world. *Journal of Research in Personality*, 37, 469–486.
- (12) Gergen KJ. (1991). *The Saturated Self. Dilemmas of Identity in Contemporary Life*. New York: Basic Books
- (13) Gojković, V. i Dostanić, J. (2015). Narcizam kao indikator maladaptivnih formi ponašanja, u M. Hugson, i Z. Stevanović (Ur.) *Kriminal i društvo Srbije: izazovi društvene dezintegracije, društvene regulacije i očuvanja životne sredine*, 123-150. Beograd: Institut za kriminološka i sociološka istraživanja.
- (14) Hill, P.L. & Lapsley, D.K. (2015) Adaptive and Maladaptive Narcissism in Adolescent Development, In C. T. Barry, P. Kerig, K. Stellwagen & T.D. Barry (Eds.). *Implications of narcissism and Machiavellianism for the development of prosocial and antisocial behavior in youth*. Washington, D.C.: APA Press.
- (15) Hupli, A., Didžiokaitė, G., Ydema, M. (2016). Toward the Smarter Use of Smart Drugs Perceptions and Experiences of University Students in the Netherlands and Lithuania, *Contemporary Drug Problems*, 43 (3), 242-257.
- (16) Jordan, C. H., Spencer, S. J., Zanna, M. P. (2003). " "I Love Me... I Love Me Not". Implicit Self-Esteem and Defensiveness". *Motivated Social Perception: The Ontario Symposium* 9. Mahwah, NJ: Erlbaum. pp: 117-145.
- (17) Küfner, A. C. P., Nestler, S., & Back, M. D. (2013). The two pathways to being an (un-)popular narcissist. *Journal of Personality*, 81, 184–195.
- (18) Lasch, K. (1979). *The Culture of Narcissism: American Life in an Age of Diminishing Expectations*, W.E.Norton
- (19) Locke, D. (2008). Aggression, narcissism, self-esteem, and the attribution of desirable and humanizing traits to self versus others, *Journal of Research in Personality* 43, 99–102.
- (20) Marshall, T.C., Lefringhausen, K., Ferenczi, N. (2015). The Big Five, self-esteem, and narcissism as predictors of the topics people write about in Facebook status updates, *Personality and Individual Differences*, 85, 35 – 40.
- (21) Mitić, A., Gojković, V. i Đurić, V. (2014) Osobine ličnosti i interpersonalne strategije. (In: Franceško, M. (Ed), *Vrednosne orijentacije mladih u Vojvodini: Stanje i perspektive*. (pp. 19 - 43). Novi Sad: Fakultet za pravne i poslovne studije dr Lazar Vrkatić
- (22) Mehdizadeh, S. (2010). Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook, *Cyber Psychology, Behavior, and Social Networking*, 13, 357–364.

- (23) Morf, C. C., Horvath, S., & Torchetti, L. (2011). Narcissistic selfenhancement: tales of (successful?) self-portrayal. In M. D. Alicke, & C. Sedikides (Eds.), *Handbook of self-enhancement and self-protection* (pp. 399–424). New York: Guilford.
- (24) Paulhus, D. L., & Williams, K. M. (2002). The Dark Triad of personality: Narcissism, Machiavellianism, and psychopathy. *Journal of Research in Personality, 36*, 556–563.
- (25) Raskin, R., Novacek, J., Hogan, R. (1991). Narcissism, Self-Esteem, and Defensive Self Enhancement. *Journal of Personality, 59*, 19-38.
- (26) Raskin, R., & Terry, H. (1988). A principle-components analysis of the Narcissistic Personality Inventory and further evidence of its construct validity, *Journal of Personality and Social Psychology, 54*, 890–902.
- (27) Rhodewalt, F., & Morf, C. C. (1995). Self and interpersonal correlates of the narcissistic personality inventory. *Journal of Research in Personality, 29*, 1-23.
- (28) Ross, C., Orr, E. S., Sisic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G., & Orr, R. R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior, 25*, 578–586.
- (29) Rosenberg, M. (1965). 'Society and the Adolescent Self-Image. Princeton, NJ: Princeton University Press. In Skues, J. L., Williams, B., Wise, L. (2012). The Effects of Personality Traits, Self-Esteem, Loneliness, and Narcissism on Facebook Use Among University Students. *Computers in Human Behavior 28*: 2414-2419.
- (30) 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*, 1658–1664.
- (31) Toma, C.L., Hancock, J.T. (2013). Self-Affirmation Underlies Facebook Use, *Personality and Social Psychological Bulletin, 39*(3), 321 – 331.
- (32) Twenge, J. M. (2006). *Generation Me: Why today's young Americans are more confident, assertive, entitled—and more miserable than ever before*. New York, NY: The Free Press.
- (33) Twenge, J. M. (1997). Changes in masculine and feminine traits over time: A meta-analysis. *Sex Roles, 36*, 305–325.
- (34) Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2003). Isn't it fun to get the respect that we're going to deserve? Narcissism, social rejection, and aggression. *Personality and Social Psychology Bulletin, 29*, 261–272.
- (35) Twenge, J.M. (2011). Narcissism and culture. In W. K. Campbell & J. D. Miller (Eds.), *The handbook of narcissism and narcissistic personality disorder* (pp. 202–209). Hoboken, NJ: Wiley.
- (36) Young, S. M., & Pinsky, D. (2006). Narcissism and celebrity. *Journal of Research in Personality, 40*, 463–471.
- (37) Vazire, S., & Funder, D. C. (2006). Impulsivity and the self-defeating behavior of narcissists. *Personality and Social Psychology Review, 10*, 154–165.
- (38) Watson, P. J., Grisham, S. O., Trotter, M. V., & Biderman, M. D. (1984). Narcissism and empathy: Validity evidence for the narcissistic personality inventory. *Journal of Personality Assessment, 45*, 159-162.
- (39) Willson, R.E., Gosling, S.D., & Graham, L.T. (2012). A Review of Facebook Research in the Social Sciences, *Perspectives on Psychological Science, 7*(3), 203-220.
- (40) Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior, 24*, 1816–36.

NARCISSISM AND SELF-RESPECT IN THE FACEBOOK UNIVERSE

Massive use of social networks unveiled a completely novel mode of self-presentation. Nevertheless, there is no comprehensive psychological explanation of the phenomenon. This study investigated whether certain personality traits affect the modes of Facebook use. A sample consisting of 68 young males and 85 young females from Novi Sad, Serbia was probed with Narcissism Personality Inventory, Rosenberg's Self-Esteem Scale, and Carpenter's Scale of Facebook Behavior. Our data indicate that greater Facebook activity was positively correlated with narcissism and negatively correlated with self-esteem. Narcissism was significantly correlated with both self-promotion and with seeking support from other, while low self-esteem was significantly correlated only with self-promotion. There was no evidence of gender-related difference with respect to narcissism. Predominant self-promotion Facebook activity among the girls could be attributed to their significantly lower scores on self-respect. Thus, our data are in general agreement with the assumption about self-presentation Facebook use.

KEYWORDS: Facebook / Narcissism / self-respect / NPI – 40 / RSES