

Patološke osobine ličnosti kao prediktori ponašanja na Facebooku

Prović, Narci

Master's thesis / Diplomski rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:730077>

Rights / Prava: [In copyright](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2021-03-05**



Repository / Repozitorij:

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
Odsjek za psihologiju

**PATOLOŠKE OSOBINE LIČNOSTI KAO PREDIKTORI PONAŠANJA NA
FACEBOOKU**

Diplomski rad

Narci Prović

Mentorica: Dr. sc. Anita Lauri Korajlija

Zagreb, 2019

SADRŽAJ

UVOD	1
<i>Društvene mreže</i>	1
<i>Facebook</i>	1
<i>Istraživanja o Facebooku</i>	2
<i>Osobine i poremećaji ličnosti</i>	4
CILJ	7
PROBLEM I HIPOTEZE	7
METODOLOGIJA	8
<i>Sudionici</i>	8
<i>Instrumenti</i>	8
<i>Postupak</i>	11
REZULTATI	12
<i>Motiv privlačenje pažnje i društvenost</i>	13
<i>Motiv zabava</i>	14
<i>Motiv dosada</i>	15
<i>Motiv bijeg od problema</i>	16
<i>Motiv socijalna znatiželja</i>	17
<i>Motiv odnosi</i>	18
RASPRAVA	20
<i>Metodološki nedostaci</i>	27
<i>Implikacije</i>	27
ZAKLJUČAK	30
LITERATURA	31
PRILOZI	33

Patološke osobine ličnosti kao prediktori ponašanja na *Facebooku*
Pathological personality traits as predictors of behaviour on *Facebook*
Narci Prović

Sažetak

Facebook je jedna od najpopularnijih društvenih mreža na svijetu, stoga nije iznenađujuće da je često predmet interesa brojnih istraživača. Dosadašnja istraživanja bavila su se petfaktorskim osobinama ličnosti te drugim specifičnijim osobinama poput srama u kontekstu *Facebooka*. S vremenom su se počele ispitivati i klinički poremećaji koji su zastupljeni na *Facebooku*. U skladu s time, predložen je i novi termin, *iDisorder*, koji naglašava negativnu povezanost između korištenja tehnologije i psihološkog zdravlja. S obzirom na sve veću zastupljenost kliničkih poremećaja, cilj ovog istraživanja je bio ispitati jesu li i na koji način su patološke osobine ličnosti povezane s ponašanjem na *Facebooku*. Istraživanje je provedeno *online* putem na uzorku od 528 punoljetnih sudionika. Analizirane su demografske karakteristike, emocionalna uznemirenost, intenzitet i učestalost korištenja *Facebooka*, patološke osobine ličnosti te ponašanja na *Facebooku*. Korišteni mjerni instrumenti su: Upitnik *Facebook* motiva, Intenzitet korištenja *Facebooka*, Inventar ličnosti i Upitnik emocionalne uznemirenosti. Hijerarhijska regresijska analiza je pokazala da motivi privlačenje pažnje i društvenost te odnosi objašnjavaju po tri patološke osobine ličnosti (dezinhibicija, antagonizam i otuđenost) ($\beta \approx .08$), dok motiv zabave ne objašnjava niti jedna. U objašnjenju ostalih motiva po jedna ili dvije patološke osobine ličnosti imaju samostalan doprinos ($\beta \approx .14$). Motiv bijeg od problema predstavlja zabrinjavajući sadržaj ponašanja i jedini je motiv koji je objašnjen emocionalnim poteškoćama uz negativni afektivitet i psihoticizam ($\beta \approx .14$). Demografske karakteristike većinom nisu značajne u objašnjenju ponašanja na *Facebooku*, dok je intenzitet korištenja *Facebooka* značajan prediktor svih vrsta ponašanja.

Ključne riječi: patološke osobine ličnosti, *Facebook* motivi, demografske karakteristike, emocionalna uznemirenost, intenzitet, učestalost

Abstract

Facebook is one of the most popular social network sites in the world, therefore it is not surprising that it is often subject of interest from many researchers. So far researches have been dealing with five-factor personality traits and more specific like shame on *Facebook*. In time, clinical disorders on *Facebook* started examining. According with that, a new term was proposed, *iDisorder*, which highlights negative correlation between using technology and psychological health. Considering bigger representation of clinical disorders, the aim of this research was to examine in what way and if pathological personality traits correlate with behaviour on *Facebook*. Online survey was conducted with sample of 528 adults. Demographic characteristics, emotional anxiety, intensity and frequency of using *Facebook*, pathological personality traits and behaviour on *Facebook* were analysed. Used measures are: *Facebook* motives questionnaire, *Facebook* Intensity Scale, Personality Inventory and Questionnaire for emotional anxiety. Hierarchical regression analysis suggested that motives seeking attention and sociability as well as relations explain three pathological personality traits (disinhibition, antagonism and detachment) ($\beta \approx .08$), while motive fun none of the traits explain. In explanation of other motives one or two pathological personality traits have independent contribution ($\beta \approx .14$). Motive escape from the problem represents disturbing content of behaviour and is the only motive explained by emotional anxiety with negative affect and psychoticism ($\beta \approx .14$). Demographic characteristics mostly aren't significant, while intensity of using *Facebook* is significant predictor of each behaviour.

Key words: pathological personality traits, *Facebook* motives, demographic characteristics, emotional anxiety, intensity, frequency

UVOD

Društvene mreže

Od upoznavanja s njima, *online* društvene mreže (engl. *social network sites*) su zaintrigirale milijune korisnika koji su ih, između ostalog, integrirali u svoju dnevnu rutinu. *Online* društvene mreže su postale značajna komponenta svakodnevnog života. Postoji više vrsta mreža, a razlike proizlaze iz različitih tehnoloških mogućnosti, potkrijepljene širokim rasponom interesa, običaja i navika. Osnovna obilježja društvenih mreža su većinom konstantna te obuhvaćaju virtualnu komunikaciju i zabavu, dok se specifičnosti oblikuju na temelju zahtjeva koje postavlja društvo (Boyd i Ellison, 2008). U skladu s time, društvene mreže poput *Friendster*, prve društvene mreže koja je napravljena 2002. godine, omogućuju pojedincima predstavljanje njih samih te uspostavljanje i/ili održavanje odnosa s drugima. Nadalje, mogu se povezati s poslom poput društvene mreže *LinkedIn*, uspostavljanjem ljubavne veze kao *Tinder* ili za potrebe studentske populacije zbog čega je i prvotno nastala društvena mreža *Facebook* (Ellison i sur., 2007).

Online društvene mreže obuhvaćaju kontinuum od osobne do poslovne sfere života pojedinca. Početni razlog korištenja društvenih mreža je bio taj da su ljudi htjeli biti informirani, htjeli su pročitati i naučiti. Razlog zbog kojeg ljudi danas odlaze na Internet je taj što žele biti dio komunikacije, žele sudjelovati u njoj, žele biti prisutni, žele čitati o drugima i žele da se o njima čita (Caci i sur., 2014).

Facebook

Jedna od najpopularnijih *online* društvenih mreža je *Facebook*. Pokrenut je 2004. godine kao stranica za studentsku populaciju jednog američkog fakulteta, no s vremenom je proširio svoje okvire te je sada prisutan i među drugim studentskim populacijama, srednjim školama, organizacijama, među općom populacijom starijom od trinaest godina. Sada je dostupan na više od 70 jezika, a njegova popularnost raste u različitim državama, kulturama, čak i generacijama (Tandoc i sur., 2015).

O popularnosti *Facebooka* govore sljedeći statistički pokazatelji. Podaci iz siječnja 2019. godine navode kako postoji više od milijardu aktivnih korisnika, a trend

pokazuje kako se taj postotak povećava za deset posto svaku godinu, što potvrđuje i činjenica da se svake sekunde napravi pet novih profila („The Top 20“, 2019). U Europi je aktivno preko 307 milijuna aktivnih korisnika, pri čemu u Republici Hrvatskoj ima oko 2 milijuna korisnika (Arbona, 2018). Također, kako bi se potvrdilo da su korisnici stvarno aktivni, zanimljiva je činjenica da je svakih 60 sekundi komentirano preko petsto tisuća postova, napisano oko tristo tisuća statusa i objavljeno preko sto tisuća slika („The Top 20“, 2019).

Facebook korisnici imaju vlastiti profil na temelju kojeg se predstavljaju. Korisnici sami kontroliraju koliko osobnih informacija žele podijeliti. Mogu se predstaviti kroz razne aspekte poput spola, dobi, obrazovanja, ljubavnog statusa i slično. Također, mogu birati kome će podijeliti te informacije te time kontroliraju veličinu svoje društvene mreže, tj. koliko prijatelja će imati na profilu. Od dodatnih aktivnosti koje *Facebook* nudi su objavljivanje slika, video isječaka, objavljivanje statusa, pregledavanje profila drugih korisnika, javno *lajkanje* i komentiranje tuđih objava poput slika i poveznica, sudjelovanje u grupama po vlastitim preferencijama, slanje privatnih poruka, stvaranje događaja na koji će pozvati prijatelje ili objavljivanje dolaska na događaj, igranje igrica i slično (Ross i sur., 2009).

Istraživanja o Facebooku

Brojna istraživanja o *Facebooku* mogu se klasificirati u dvije kategorije: tko i zašto koristi *Facebook* (Ferrucci i Tandoc, 2015). Odgovor na pitanje tko koristi *Facebook* nije ponudio jednoznačne odgovore jer se profil tipičnog *Facebook* korisnika svakodnevno mijenja. No postoji jasan trend koji pokazuje da ima više žena, mladih ljudi i ekstroverata što potvrđuju i statistički podaci („The top 20“, 2019). Druga kategorija, objašnjenje korištenja ove društvene mreže, rezultirala je brojnim tipologijama motivacije. Ranija istraživanja su pokazala kako je primarna upotreba bila održavanje povezanosti s poznatim ljudima, radije nego stvaranje novih prijateljstava. Kasnije se pokazalo da prijateljstva sklopljena preko ove društvene mreže imaju jednaku bliskost kao i prijateljstva nastala uživo (Smock, 2011). Korištenje Interneta općenito se pokazalo ispunjavajućim za interpersonalne i posredovane potrebe. Interpersonalne potrebe ispunjene društvenim mrežama mogu biti osjećaj manje usamljenosti i održavanje veza, dok posredovane mogu biti oblikovane raznim usvojenim znanjima koje nesvjesno

pohranjujemo u pamćenje (Sheldon, 2008). Sheldon (2008) je pokušala obuhvatiti razne motive koji zadovoljavaju potrebe pojedinca na *Facebooku* te je konstruirana i ljestvica koja mjeri učestalost različitih ponašanja koja ljudi koriste. Uz razne varijacije, zadnja forma kategorija motiva za korištenje *Facebooka* obuhvaća: ekshibicionizam i društvo, zabavu, bijeg od problema i prolazak vremena, socijalnu znatiželju, nastanak i održavanje odnosa (Alzougool, 2018).

Facebook je sredstvo različitih korisnika (Smock i sur., 2011), od pasivnih čitača raznih informacija do angažiranih pojedinaca koji objavljuju različite tipove sadržaja poput statusa, slika i komentara. Korisnici se uključuju u različite aktivnosti kako bi ispunili različite potrebe, npr. pisanje komentara na nečiju objavu je povezano s motivima opuštanja, zabave, društva i socijalne interakcije (Ferrucci i Tandoc, 2015).

Uloga individualnih razlika u *online* društvenim mrežama je zanimljiv i relativno nov predmet istraživačkih interesa u psihologiji. Razna istraživanja su pokazala kako osobine ličnosti imaju značajnu ulogu u specifičnim aspektima *Facebooka* (Caci i sur., 2014, Moore i McElroy, 2012, Ross i sur., 2009). Pojedinci s izraženijom ekstraverzijom uključuju se u više grupa na *Facebooku*, nego oni koji su imaju visok rezultat na introverziji. Također, visoko ekstrovertirane osobe češće koriste *Facebook* (Ross i sur., 2009). Ross i suradnici (2009) opisuju kako oni s izraženim neuroticizmom koriste *Facebook* da izbjegnu usamljenost, a još češće se uključuju u ponašanja na *Facebooku* da zadovolje svoju potrebu za socijalnom podrškom. Pojedinci nisko na ugodnosti češće koriste mogućnosti *Facebooka*, npr. komentiranje nečije objave ili slike, na način da su manje obzirni i suzdržani (Moore i McElroy, 2012), dok oni visoko na savjesnosti smatraju *Facebook* gubitkom vremena (Caci i sur., 2014). Pojedinci otvoreni k iskustvima, iz svoje znatiželjne prirode da istražuju nove ideje, najčešće koriste alternativne opcije koje *Facebook* nudi, npr. pronalaze nove kreativne stranice, istražuju nove igrice te pretražuju događaje koji odgovaraju njihovim interesima (Moore i McElroy, 2012). Nadalje, pojedinci visoko na savjesnosti i ugodnosti, a nisko na neuroticizmu manje objavljuju problematične sadržaje na svojim profilima poput objavljivanja statusa i pjesama depresivnog ili devijantnog (prostog i vulgarnog) sadržaja.

Iako imaju značajnu ulogu, osobine ličnosti su pokazale male do umjerene efekte. Istraživači se slažu da se njihov doprinos ne smije zanemariti, no mjere osobina ličnosti

predstavljaju široke globalne konstrukte koji ne mogu zahvatiti specifične aktivnosti (Ross i sur., 2009), stoga su se počele ispitivati specifičnije karakteristike korisnika poput narcizma, samopoštovanja, depresije (npr. Tandoc i sur., 2015). U istraživanjima se pokazalo da su narcizam i nisko samopoštovanje povezani s većom socijalnom aktivnosti na *online* društvenim mrežama (Mehizadeh, 2010). Mehizadeh (2010) navodi kako takve društvene mreže imaju visoko kontrolirano okruženje koje dopušta korisnicima s narcističnim karakteristikama da uljepšaju svoju samoprezentaciju pisanjem poželjnih karakteristika o sebi. S druge strane, oni koji imaju nisko samopoštovanje na taj način traže kompenzaciju u virtualnom svijetu. *Facebook* je povezan sa srećom, no istovremeno i s problematičnim ponašanjima poput objavljivanja slika u pijanom stanju ili seksualno nametljivih slika (Tandoc i sur., 2015). Iz tog razloga, istraživanja su se usmjerila na proučavanje neadaptivnih, patoloških i kliničkih ponašanja na *Facebooku*. Ispitala se povezanost s depresijom i dobiveni su nejednoznačni rezultati. Najčešći nalaz pokazuje da je veći broj sati na *Facebooku* pozitivno povezan s kliničkim razinama depresije, no Tandoc i suradnici (2015) navode da je bitan način na koji se koristi *Facebook* povezan s depresivnim elementima. Nedavno su istraživači predstavili termin za novu psihološku bolest pod nazivom *iDisorder*, koja se pojavila kao reakcija na rezultat istraživanja u kojemu se ističe negativna povezanost između korištenja tehnologije i psihološkog zdravlja (Rosen i sur., 2013). Zabrinutost zbog navedenih povezanosti je rezultirala istraživanjem povezanosti čestine korištenja *Facebooka* te stavova prema društvenim mrežama s kliničkim konstruktima poput bipolarnog poremećaja, depresije i poremećaja ličnosti (Rosen i sur., 2013).

Osobine i poremećaji ličnosti

Ličnost pojedinca je predmet interesa koji seže davno u prošlost. Aristotel je u svojim djelima opisivao razne osobitosti specifične za pojedinca na temelju osobina ličnosti, što u svakodnevnom životu rade i drugi ljudi. Nerijetko se dogodi da pojedinci preuzmu ulogu amaterskog psihologa ličnosti, npr. na temelju ponašanja drugih ljudi procjenjuju njihovu ličnost (Larsen i Buss, 2008). Zbog nerijetke upotrebe osobina ličnosti, kako u ponašanju tako i u drugim aspektima, rana usmjerenost istraživača prema tom području je očekivana (Larsen i Buss, 2008). Štoviše, još uvijek se osobine ličnosti nastoje povezati s trenutnim aktualnostima poput njihovog odnosa s tehnologijom što je

i ranije opisano. Dakle, ličnost se odnosi na skup psihičkih osobina i mehanizama unutar pojedinca koji su organizirani i relativno trajni, te utječu na interakcije i adaptacije na njihovu okolinu (Larsen i Buss, 2008). S druge strane, poremećaji ličnosti su definirani kao neadaptivne varijacije uobičajenih osobina ličnosti. Dodatno, opisuje se kako ekstremi na bilo kojem kraju specifične dimenzije ličnosti mogu biti povezani s poremećajem ličnosti, npr. nedruštvena i vrlo anksiozna osoba mogla bi biti sklona izbjegavajućem poremećaju ličnosti (Larsen i Buss, 2008). Osnovno obilježje poremećaja ličnosti je trajni, nefleksibilni obrazac unutarnjeg doživljavanja i ponašanja, devijantan u odnosu na kulturu kojoj osoba pripada i očituje se u najmanje dva područja: kognicije, afekt, interpersonalno funkcioniranje ili kontrola poriva (APA, 2013). Takav obrazac ponašanja je nefleksibilan i pervazivan u širokom rasponu osobnih i socijalnih situacija te dovodi do značajnih oštećenja u socijalnom, radnom i drugom okruženju (APA, 2013) te tako neposredno uzrokuje patnju osobe i njene okoline (Larsen i Buss, 2008).

Dijagnostički i statistički priručnik za mentalne poremećaje (DSM) je sustav koji se najčešće koristi za dijagnozu i opis poremećaja ličnosti. No ovisno o izdanju pojedinog DSM-a postojale su razne promjene kriterija na temelju kojih se dijagnosticira poremećaj ličnosti. Prvo, poremećaji ličnosti su se nalazile na Osi II, što znači da se promatra prisutnost ili odsutnost kad god se postavlja dijagnoza. Problemi koji su se pojavljivali odražavaju se najčešće u niskoj pouzdanosti dijagnoze nekih pojedinaca, nedostatkom dobrog dijagnostičkog instrumenta te preklapanjem više dijagnoza (Davison i Neale, 1999). Takav pristup, kategorijalni, označava da postoje jasne granice između prisutnosti i odsutnosti poremećaja. Konkretno, u DSM-IV je opisano deset poremećaja ličnosti sa sedam do devet kriterija od kojih većina mora biti ispunjena da bi se mogao dijagnosticirati poremećaj. Postoje tri skupine poremećaja: klaster A (shizotipni, shizoidni i paranoidni poremećaj ličnosti), klaster B (antisocijalni, histrionski, narcistički poremećaj ličnosti, borderline) i klaster C (izbjegavajući, ovisni, opsesivno-kompulzivni poremećaj ličnosti) (Davison i Neale, 1999).

Kao kontrast kategorijalnom pristupu, u DSM-5 koristi se i dimenzionalni pristup prema kojemu poremećaji ličnosti predstavljaju neprilagođene varijante crta ličnosti koje se neprimjetno stapaju s normalnošću i jedan s drugim (APA, 2013). Kriterij za dijagnozu određenog poremećaja ličnosti u alternativnom modelu je definiran tipičnim oštećenjima u funkcioniranju ličnosti i prisutnošću patoloških crta ličnosti za koje se empirijski

odredilo da su povezani s poremećajima ličnosti koje predstavljaju (APA, 2013). Oštećenje u funkcioniranju ličnosti se procjenjuje empirijski te se tako maksimalizira točnost dijagnoze. Nadalje, funkcioniranje ličnosti i crte ličnosti mogu se odrediti neovisno o tome ima li pojedinac poremećaj ličnosti ili ne i na taj način pruža klinički korisne informacije. U ovom istraživanju će biti naglasak na patološkim crtama ličnosti.

Patološke crte ličnosti su: negativni afektivitet, otuđenje, antagonizam, dezinhibicija i psihoticizam. Negativni afektivitet je osobina koja se odnosi na učestala i jaka iskustva širokog spektra negativnih emocija, poput anksioznosti i depresije, i njihovih ponašajnih i interpersonalnih manifestacija, te se nalazi na jednom kraju kontinuuma suprotno od emocionalne stabilnosti. Otuđenost karakterizira izbjegavanje i povlačenje iz interpersonalnih relacija od svakodnevnih do intimnih odnosa te ograničeno doživljavanje i iskazivanje afektivnih stanja, i nalazi se na suprotnoj strani kontinuuma od ekstraverzije. Antagonizam, koji se na kontinuumu nalazi nasuprot osobine ugodnosti, obilježava ponašanja koja izdvajaju osobu od drugih tako da osoba ima pojačan osjećaj vlastite važnosti, želi poseban tretman, antipatična je prema drugima i koristoljubljiva. Dezinhibicija, osobina koja se nalazi na ekstremu kontinuuma nasuprot savjesnosti, obilježava karakteristiku osobe koja teži neposrednoj gratifikaciji, što dovodi do impulzivnih ponašanja bez uzimanja u obzir drugih faktora poput posljedica vlastitog ponašanja. Psihoticizam, na kontinuumu nasuprot razumnosti, predstavlja doživljavanje širokog spektra kulturalno nekongruentnog, čudnog, neuobičajenog ili ekscentričnog ponašanja ili razmišljanja koje uključuje procese (percepcije) i sadržaj (vjerovanja) (APA, 2013).

Naposljetku, može se zaključiti kako su razne osobine ličnosti povezane s ponašanjima na *Facebooku*. U početku se ispitivao širi i sveobuhvatniji model osobina ličnosti, a kasnije se pažnja usmjerila na uže i specifičnije osobine. Aktualni predmet interesa je povezanost kliničkih simptoma i ponašanja na *Facebooku* što će se ispitivati i ovim istraživanjem. Za razliku od specifičnih kliničkih poremećaja, u ovom istraživanju će se pristupiti poremećajima ličnosti kroz dimenzionalni pristup gdje je cilj pokazati kako je prisutnost jedne ili više patoloških osobina ličnosti povezano s ponašanjima na *Facebooku*.

CILJ

Cilj ovog istraživanja je bio ispitati na koji način i jesu li patološke osobine ličnosti povezane s ponašanjem na *Facebooku*. U skladu s tim ciljem, formuliran je istraživački problem i postavljene su hipoteze.

PROBLEM I HIPOTEZE

Problem 1: Ispitati doprinos demografskih karakteristika (spol, dob i radni status), patoloških osobina ličnosti (dezinhibicija, antagonizam, negativni afektivitet, otuđenost i psihoticizam), korištenja *Facebooka* (intenzitet i učestalost) i emocionalne uznemirenosti u objašnjenju varijance pojedinih ponašanja na *Facebooku* (privlačenje pažnje i društvenost, zabava, dosada, bijeg od problema, socijalna znatiželja i odnosi).

Hipoteza 1: Očekuje se da skup prediktora koji čine demografske karakteristike (spol, dob i radni status), patološke osobine ličnosti (dezinhibicija, antagonizam, negativni afektivitet, otuđenost i psihoticizam), korištenje *Facebooka* (intenzitet i učestalost) i stupanj emocionalne uznemirenosti značajno pridonosi objašnjenju varijance pojedinih ponašanja na *Facebooku* (privlačenje pažnje i društvenost, zabava, dosada, bijeg od problema, socijalna znatiželja i odnosi).

Hipoteza 2: Očekuje se da će osobe više koristiti pojedina ponašanja na *Facebooku* ako su žene, mlađe osobe i studenti, što imaju više rezultate na upitniku patoloških osobina ličnosti, zatim više rezultate na upitniku korištenja *Facebooka* i viši rezultat na upitniku emocionalne uznemirenosti.

Hipoteza 3: Očekuje se da će najsnažniji prediktor ponašanja na *Facebooku* biti rezultat na upitniku intenziteta korištenja *Facebooka*.

METODOLOGIJA

Sudionici

U Tablici 1 su prikazane neke demografske karakteristike sudionika. Većinu uzorka su činile žene. Dob koja prevladava je između 26 i 50 godina ($M = 36$ godina, $SD = 12.99$). Sudionici su većinom zaposleni. Veći broj sudionika koristi društvenu mrežu *Facebook* od pola sata do dva sata.

Tablica 1.
Prikaz demografskih karakteristika sudionika ($N=558$).

		<i>N</i>	%
Spol	Ženski	415	74.4%
	Muški	143	25.6%
Dob	18-25	184	33%
	26-50	272	48.7%
	51-71	102	18.3%
Radni status	Zaposleni	311	55.7%
	Studenti i učenici	151	27.1%
	Nezaposleni	96	17.2%
Učestalost korištenja <i>Facebooka</i>	Manje od 10 minuta	23	4.1%
	11-30 minuta	98	17.6%
	31-60 minuta	136	24.4%
	1-2 sata	131	23.5%
	2-3 sata	79	14.2%
	Više od 3 sata	91	16.2%

Napomena: *N* – broj sudionika, % - postotak sudionika u ukupnom uzorku

Instrumenti

Upitnik motiva za korištenje Facebooka (*Facebook motives questionnaire*, Alzougool, 2018) mjeri svrhu zbog koje pojedinci koriste *Facebook*, odnosno ponašanja koja ljudi koriste. Konstruirani upitnik se sastoji od 35 čestica koje opisuju različita ponašanja ljudi prilikom korištenja *Facebooka*. Zadatak sudionika je bio navesti slaganje s pojedinom česticom na Likertovoj skali od 1 (*U potpunosti se ne odnosi na mene*) do 5 (*U potpunosti se odnosi na mene*).

Za konstrukciju upitnika su nakon analize faktorske strukture čestice grupirane u šest faktora: *privlačenje pažnje i društvenost, zabava, dosada, bijeg od problema, socijalna znatiželja i odnosi*. Jedan primjer čestice faktora *privlačenje pažnje i*

društvenost je „Zbog toga što volim kada ljudi čitaju stvari o meni“, sastoji se od devet čestica, pouzdanost ovog faktora je $\alpha=.89$. Primjer čestice faktora *zabava* je „Jer je zabavno.“, sastoji se od tri čestice te je pouzdanost $\alpha=.92$. Faktor *dosada* se, također, sastoji od tri čestice, a primjer čestice je „Jer nemam ništa pametnije za raditi.“, pouzdanost ovog faktora je $\alpha=.85$. Faktor *bijeg od problema* se sastoji od sedam čestica, primjer jedne čestice tog faktora je „Kako bih pobjegao/la od pritisaka i odgovornosti.“, pouzdanost ovog faktora je $\alpha=.85$. Faktor *socijalna znatiželja* se sastoji od šest čestica, primjer jedne čestice je „Kako bih znao/la što se događa u životima drugih ljudi.“, pouzdanost faktora iznosi $\alpha=.81$. Posljednji faktor, *odnosi*, sastoji se od sedam čestica, primjer jedne čestice je „Kako bih upoznao/la nove prijatelje.“, pouzdanost iznosi $\alpha=.82$.

Faktorska struktura konstruiranog upitnika u ovom istraživanju je drukčija od originalnog (Alzougool, 2018). Faktori koji se nisu promijenili u ovom istraživanju su *privlačenje pažnje i društvenost, zabava, socijalna znatiželja i bijeg od problema*, no zasićeni su drugim česticama. Faktori *nastanak odnosa i održavanje odnosa* u ovom istraživanju su grupirani u jedan faktor *odnosi* te se pojavio dodatni faktor *dosada*. Postotak objašnjene varijance ukupnog upitnika je 65.0%, dok je u originalnom upitniku 59.3% (Alzougool, 2018).

Za potrebe ovog istraživanja upitnik je preveden s engleskog na hrvatski jezik prateći proceduru koju su koristili Jokić-Begić i suradnici (2014). Konačna verzija prijevoda upitnika te faktorskih zasićenja nalazi se u Prilogu A.

Ljestvica intenziteta korištenja Facebooka (Facebook Intensity Scale, FBI, Ellison i sur., 2007; prema Markolini, 2017) mjeri koliko je pojedinac aktivan korisnik Facebooka. Za potrebe ovog istraživanja preuzeto je prvih šest čestica koje mjere aktivnost pojedinca na Facebooku. Neki od primjera čestica su „Osjećam se ponosno kada kažem ljudima da sam na Facebooku“, „Facebook mi je postao svakodnevna navika.“ Zadatak sudionika je bio navesti vlastito slaganje s tvrdnjom, na Likertovoj skali od 1 (*Uopće se ne slažem*) do 5 (*Potpuno se slažem*). Ukupan rezultat je zbroj svih čestica upitnika i kreće se od 6 do 30. Za potrebe ovog istraživanja korišten je prijevod ljestvice na hrvatski jezik preuzet iz diplomskog rada autorice Markolini iz 2017. godine. Pouzdanost ovog upitnika je $\alpha=.83$ što je u skladu s prethodnim istraživanjima pouzdanosti upitnika (Markolini, 2017).

Inventar ličnosti za DSM-5 – kratka forma (Personality Inventory for DSM-5-Brief form, PID-5-BF, Krueger i sur., 2013) je ljestvica samoprocjene osobina ličnosti za pojedince starije od 18 godina. Mjeri pet različitih dimenzija ličnosti po alternativnom DSM-5 modelu za poremećaje ličnosti koji mjeri dimenzionalni, a ne kategorijalni pristup, tj. omogućava postojanje patološke osobine ličnosti na kontinuumu.

Upitnik se sastoji od 25 čestica grupiranih u pet dimenzija: dezinhibicija, antagonizam, negativni afektivitet, otuđenost i psihoticizam. Svaka dimenzija sastoji od pet čestica. Primjer jedne čestice je „*Vidim stvari kojih zapravo nema*“ koja se nalazi unutar dimenzije psihoticizam. Zadatak sudionika je bio odrediti vlastiti stupanj slaganja na Likertovoj skali od 1 (*U potpunosti se ne odnosi na mene*) do 5 (*U potpunosti se odnosi na mene*). Ukupan rezultat na upitniku je zbroj svih čestica, no za potrebe ovog istraživanja će se koristiti ukupni rezultati na razini pojedine dimenzije ličnosti. Ukupna pouzdanost upitnika je $\alpha=.88$, dok je pouzdanost na razini dimenzija manja. Pouzdanost je najmanja za antagonizam i iznosi $\alpha=.63$, za otuđenost je pouzdanost $\alpha=.66$, dezinhibicija ima pouzdanost $\alpha=.74$, negativni afektivitet $\alpha=.78$ te psihoticizam $\alpha=.79$.

Za potrebe ovog istraživanja upitnik je preveden s engleskog na hrvatski jezik prateći proceduru koju su koristili Jokić-Begić i suradnici (2014). Konačna verzija upitnika nalazi se u Prilogu B.

CORE-YP (Young Persons' Clinical Outcomes in Routine Evaluation, Twigg i sur., 2009) je ljestvica za samoprocjenu opće emocionalne uznemirenosti. Sastoji se od 10 čestica raspoređenih u četiri kategorije: opća dobrobit, simptomi/problemi, funkcioniranje i rizik (za sebe). Primjer jedne čestice je „*Moje misli i osjećaji su me uznemiravali.*“ Sudionici odgovaraju vlastitim stupnjem slaganja na svaku česticu na ljestvici od 1 (*Nikada*) do 5 (*Gotovo uvijek*) prisjećajući se događaja koji su se dogodili proteklih tjedan dana. Tri čestice se obrnuto boduju jer predstavljaju ugodna stanja, a veći ukupni rezultat označava veći stupanj emocionalne uznemirenosti. Ukupni rezultat na ljestvici je zbroj svih čestica. Za potrebe ovog istraživanja korišten je prijevod ljestvice na hrvatski jezik preuzet iz rada Jokić-Begić i suradnika (2014). Pouzdanost ljestvice u ovom istraživanju je $\alpha=.81$ što je u skladu s očekivanjima.

Postupak

Za potrebe ovog istraživanja napravljen je *online* upitnik u SurveyMonkey aplikaciji koji je prosljeđen sudionicima preko *Facebooka* u razdoblju od sredine siječnja do kraja veljače 2019. godine. Uzorak je prigodan te je prikupljen metodom snježne grude tako da su sudionici zamoljeni da proslijede upitnik svojim prijateljima koji također koriste društvenu mrežu *Facebook*. U upitniku je istaknuta napomena da je sudjelovanje u istraživanju dobrovoljno i anonimno te je rečeno da će se ispitivati povezanost osobina ličnosti i korištenja društvenih mreža. Ispunjavanje upitnika je u prosjeku trajalo 7 minuta.

Podaci su obrađeni na računalu u programu *SPSS verzija 24.0*. Iz obrade je izostavljeno 30 sudionika koji nisu dali odgovore na sve čestice u upitniku.

REZULTATI

Prije odgovaranja na probleme provjerene su distribucije rezultata. Za provjeru je korišten Kolmogorov-Smirnov test normaliteta distribucije. Na svim varijablama utvrđena su odstupanja distribucija rezultata od normalne distribucije što je vidljivo u Tablici 2. Kod tih distribucija vidljiva su odstupanja u smjeru nižih vrijednosti, odnosno distribucije su pozitivno asimetrične. S obzirom na to da se radi o upitniku za ispitivanje patoloških osobina ličnosti, u skladu s očekivanjima je da će sudionici imati niže rezultate. Za upitnik *Facebook* motiva, jedino motiv bijeg od problema ima značajnija odstupanja po nagibu, dok su distribucije drugih motiva bliže normalnoj, ali svejedno su asimetrične, slično je i za intenzitet i učestalost korištenja *Facebooka*. No, prema Klineu (2005, prema Navijalić, 2013) ekstremna odstupanja su ona prema kojima je koeficijent nagnutosti veći od 3, a koeficijent spljoštenosti veći od 10. Iz Tablice 2 je vidljivo kako nijedna varijabla ne prelazi te uvjete te je stoga ipak u ovom istraživanju korištena parametrijska statistika. Također, u Tablici 2 su prikazane aritmetička sredina, standardna devijacija, minimum i maksimum pojedinih varijabli.

Tablica 2.

Aritmetička sredina, standardna devijacija, minimum, maksimum vrijednost Kolmogorov-Smirnovljeve vrijednosti, nagnutost i spljoštenost svih varijabli korištenih u istraživanju ($N=528$).

	<i>M</i>	<i>SD</i>	Minimum	Maksimum	<i>K-S</i>	Nagnutost	Spljoštenost
Dezinhibicija	9.8	3.77	5	25	.10**	.67	.19
Antagonizam	8.2	3.03	5	25	.15**	1.41	2.88
Negativni afektivitet	12.1	4.76	5	25	.10**	.41	-.53
Otuđenost	10.4	3.93	5	25	.11**	.72	.16
Psihoticizam	10.2	4.37	5	25	.12**	.83	.12
Intenzitet korištenja <i>Facebooka</i>	17.3	5.77	6	30	.07**	-.01	-.81
Učestalost korištenja <i>Facebooka</i>	4.8	1.43	1	7	.16**	.12	-.92
CORE-YP	21.8	6.55	10	47	.09**	.65	.31
FB – privlačenje pažnje i društvenost	14.6	6.61	9	45	.20**	1.72	3.72
FB – zabava	9.5	3.51	3	15	.09**	-.08	-.89
FB – dosada	8.5	3.76	3	15	.11**	.11	-.1.12
FB – bijeg od problema	13.1	5.84	7	34	.15**	.97	.29
FB – socijalna znatiželja	17.3	5.38	6	30	.06**	.00	-.68
FB – odnosi	18.4	6.09	7	35	.05*	.19	-.46

Napomena: * $p < .05$, ** $p < .001$, FB – *Facebook*

Kako bi provjerili povezanosti varijabli izračunati su Pearsonovi koeficijenti korelacije (Prilog C). Demografske karakteristike su nikako do malo povezane s pojedinim ponašanjima. Patološke osobine ličnosti imaju značajne povezanosti male do srednje veličine sa svim ponašanjima, jedino otuđenost mijenja značajnost povezanosti ovisno o skupu ponašanja. Intenzitet i učestalost korištenja *Facebooka* imaju značajne povezanosti male do srednje veličine s ponašanjima na *Facebooku*, kao i rezultat na upitniku CORE-YP.

Za odgovor na istraživački problem provedena je hijerarhijska regresijska analiza u četiri koraka za svaki skup ponašanja na *Facebooku*. U prvom koraku uvedene su demografske karakteristike, tj. spol, dob i radni status. U drugom koraku uvedene su patološke osobine ličnosti, a to su dezinhibicija, antagonizam, negativni afektivitet, otuđenost i psihoticizam. U trećem koraku su dodani intenzitet i učestalost korištenja *Facebooka* te je posljednje uvedena emocionalna uznemirenost (CORE-YP). Svaka tablica odnosi se na zasebni faktor unutar Upitnika motiva korištenja *Facebooka*.

Motiv privlačenje pažnje i društvenost

Iz Tablice 3 je vidljivo da u prvom koraku regresijske analize demografske karakteristike objašnjavaju 3% rezultata na faktoru *privlačenje pažnje i društvenost*, no nema značajnih samostalnih prediktora. U drugom koraku su uvedeni rezultati iz upitnika PID-BF-5 koji se odnosi na patološke osobine ličnosti. Analiza je pokazala da se ovim korakom objasni dodatnih statistički značajnih 22% varijance kriterija. Značajnim samostalnim prediktorom pokazali su se dob i sve patološke osobine ličnosti. U trećem koraku su uvedeni rezultati iz Ljestvice intenziteta korištenja *Facebooka* i učestalost korištenja *Facebooka*. Dodatna objašnjena varijanca u ovom koraku je statistički značajna i iznosi 8%. Značajni samostalni prediktori su dob, patološke osobine ličnosti osim negativnog afektiviteta i intenzitet korištenja *Facebooka*. U četvrtom koraku uveden je rezultat na upitniku CORE-YP koji nema značajan doprinos. Značajnim samostalnim prediktorima *privlačenja pažnje i društvenosti* na *Facebooku* pokazali su se dob, dezinhibicija, antagonizam, negativni afektivitet i intenzitet korištenja *Facebooka*. Ukupni postotak objašnjene varijance je 33%.

Tablica 3.

Rezultati hijerarhijske regresijske analize za faktor *privlačenje pažnje i društvenost* (N=528).

	Kriterij			
	<i>Faktor 1: Privlačenje pažnje i društvenost</i>			
Prediktori	1. korak	2. korak	3. korak	4. korak
	β	β	β	β
<i>Demografija</i>				
Spol	.67	.61	.58	.58
Dob	.03	.03*	.02*	.02*
Radni status	.39	.35	.33	.33
<i>Ličnost</i>				
Dezinhibicija		.08*	.08*	.08*
Antagonizam		.10**	.09**	.09**
Negativni afektivitet		.07*	.07	.07
Otuđenost		.08*	.07*	.07*
Psihoticizam		.08*	.07*	.08
<i>Facebook</i>				
Intenzitet			.05**	.05**
Učestalost			.20	.20
<i>CORE-YP</i>				
R^2	.03*	.25	.33	.33
F	3.87*	18.64**	22.65**	20.73**
ΔR^2		.22	.08	.00
F ΔR^2		29.61**	30.99**	.09

Napomena: * $p < .05$, ** $p < .001$

Motiv zabava

Iz Tablice 4 je vidljivo da u prvom koraku regresijske analize demografske karakteristike objašnjavaju 2% rezultata na faktoru *zabava*, taj doprinos nije statistički značajan. U drugom koraku su uvedeni rezultati iz upitnika PID-BF-5. Analiza je pokazala da se ovim korakom objasni dodatnih statistički značajnih 11% varijance kriterija. Značajnim samostalnim prediktorom pokazali su se spol, dezinhibicija i antagonizam. U trećem koraku su uvedeni rezultati iz Ljestvice intenziteta korištenja *Facebooka* i učestalost korištenja *Facebooka*, a dimenzije ličnosti prestaju biti samostalni prediktori. Dodatna objašnjena varijanca u ovom koraku je statistički značajna i iznosi 21%. Značajni samostalni prediktori su dob, intenzitet i učestalost korištenja *Facebooka*. U četvrtom koraku uveden je rezultat na upitniku CORE-YP koji nema značajan doprinos. Značajnim samostalnim prediktorima korištenja *Facebooka* za zabavu pokazali su se dob, intenzitet i učestalost korištenja *Facebooka*. Ukupni postotak objašnjene varijance je 34%.

Tablica 4.

Rezultati hijerarhijske regresijske analize za faktor *zabava* (N=528).

Prediktori	Kriterij			
	<i>Faktor 2: Zabava</i>			
	1. korak	2. korak	3. korak	4. korak
	β	β	β	β
<i>Demografija</i>				
Spol	-.08	-.09*	-.06	-.05
Dob	.07	.10	.09*	.09*
Radni status	.04	.05	.05	.05
<i>Ličnost</i>				
Dezinhibicija		.13*	.08	.08
Antagonizam		.18**	.08	.07
Negativni afektivitet		.11	.00	.02
Otuđenost		-.08	-.04	-.03
Psihoticizam		.05	.01	.03
<i>Facebook</i>				
Intenzitet			.45**	.45**
Učestalost			.10*	.10*
<i>CORE-YP</i>				
R ²	.02	.13	.34	.34
F	3.14*	8.40**	24.21**	22.38**
ΔR^2		.11	.21	.00
F ΔR^2		12.34**	83.48**	1.86

Napomena: * p < .05, *** p < .001

Motiv dosada

Iz Tablice 5 je vidljivo da u prvom koraku regresijske analize demografske karakteristike objašnjavaju 15% rezultata na faktoru *dosade*. Značajni samostalni prediktori su dob i spol. U drugom koraku su uvedeni rezultati iz upitnika PID-BF-5. Analiza je pokazala da se ovim korakom objasni dodatnih statistički značajnih 9% varijance kriterija. Značajnim samostalnim prediktorom pokazali su se spol, dob, otuđenost i psihoticizam. U trećem koraku su uvedeni rezultati iz Ljestvice intenziteta korištenja *Facebooka* i učestalost korištenja *Facebooka*. Dodatna objašnjena varijanca u ovom koraku je statistički značajna i iznosi 3%. Značajni samostalni prediktori su dob, spol, otuđenost, psihoticizam i intenzitet korištenja *Facebooka*. I u ovoj analizi, emocionalna uznemirenost (CORE-YP) samostalno ne doprinosi objašnjavanju varijance kriterija. Značajnim samostalnim prediktorima korištenja *Facebooka* uslijed *dosade* pokazali su se dob, spol, otuđenost, psihoticizam i intenzitet korištenja *Facebooka*. Ukupni postotak objašnjene varijance je 27%.

Tablica 5.

Rezultati hijerarhijske regresijske analize za faktor *dosada* (N=528).

Prediktori	Kriterij			
	<i>Faktor 3: Dosada</i>			
	1. korak	2. korak	3. korak	4. korak
	β	β	β	β
<i>Demografija</i>				
Spol	.04	.04	.05	.05
Dob	-.35**	-.33**	-.33**	-.33**
Radni status	-.16**	-.13**	-.13**	-.13**
<i>Ličnost</i>				
Dezinhibicija		.06	.05	.05
Antagonizam		.03	-.01	-.01
Negativni afektivitet		.09	.05	.06
Otuđenost		.11*	.13*	.13*
Psihoticizam		.12*	.10*	.11*
<i>Facebook</i>				
Intenzitet			.17**	.17**
Učestalost			.01	.01
<i>CORE-YP</i>				
				-.02
R ²	.15	.24	.27	.27
F	23.39**	18.49**	17.15**	15.70**
ΔR^2		.09	.03	.00
F ΔR^2		12.54**	8.66**	.12

Napomena: * p < .05, ** p < .001

Motiv bijeg od problema

Iz Tablice 6 je vidljivo da u prvom koraku regresijske analize demografske karakteristike objašnjavaju 2% rezultata na faktoru *bijeg od problema*. Značajni samostalni prediktor je dob, iako ukupan doprinos nije značajan. U drugom koraku su uvedeni rezultati iz upitnika PID-BF-5. Analiza je pokazala da se ovim korakom objasni dodatnih statistički značajnih 24% varijance kriterija. Značajnim samostalnim prediktorom pokazali su se negativni afektivitet i psihoticizam. U trećem koraku su uvedeni rezultati iz Ljestvice intenziteta korištenja *Facebooka* i učestalost korištenja *Facebooka* koji objašnjavaju dodatnih 8% varijance. Značajni samostalni prediktori su dob, negativni afektivitet, psihoticizam i intenzitet korištenja *Facebooka*. U četvrtom koraku uvedeni su rezultati iz upitnika CORE-YP i analiza je pokazala da je dodatno objašnjenje varijance kriterija 1% statistički značajno. Značajnim samostalnim prediktorima korištenja *Facebooka* kao *bijega od problema* pokazali su se dob, negativni

afektivitet, psihoticizam, intenzitet korištenja *Facebooka* i emocionalna uznemirenost. Ukupni postotak objašnjene varijance je 25%.

Tablica 6.

Rezultati hijerarhijske regresijske analize za faktor *bijeg od problema* (N=528).

Prediktori	Kriterij			
	<i>Faktor 4: Bijeg od problema</i>			
	1. korak	2. korak	3. korak	4. korak
	β	β	β	β
<i>Demografija</i>				
Spol	-.03	-.02	.00	-.01
Dob	-.15*	-.09	-.09*	-.09*
Radni status	-.03	.02	.02	.03
<i>Ličnost</i>				
Dezinhibicija		.08	.05	.05
Antagonizam		.03	-.04	-.04
Negativni afektivitet		.26**	.19**	.15*
Otuđenost		.08	.11	.08
Psihoticizam		.19**	.17**	.15**
<i>Facebook</i>				
Intenzitet			.29**	.29**
Učestalost			.05	.04
<i>CORE-YP</i>				.11*
R ²	.02	.26	.34	.35
F	3.13	20.52**	24.86**	23.51**
ΔR^2		.24	.08	.01
F ΔR^2		33.65**	33.08**	5.99*

Napomena: * p < .05, ** p < .001

Motiv socijalna znatiželja

Iz Tablice 7 je vidljivo da u prvom koraku regresijske analize demografske karakteristike objašnjavaju 2% rezultata na faktoru *socijalna znatiželja*. Značajni samostalni prediktor je dob. U drugom koraku su uvedeni rezultati iz upitnika PID-BF-5. Analiza je pokazala da se ovim korakom objasni dodatnih statistički značajnih 12% varijance kriterija. Značajnim samostalnim prediktorom pokazali su se spol, dezinhibicija i psihoticizam. U trećem koraku su uvedeni rezultati iz Ljestvice intenziteta korištenja *Facebooka* i učestalost korištenja *Facebooka*. Dodatna objašnjena varijanca u ovom koraku je statistički značajna i iznosi 17%. Značajni samostalni prediktori su psihoticizam i intenzitet korištenja *Facebooka*, a ostali prediktori gube samostalan doprinos. U četvrtom koraku uvedeni su rezultati iz upitnika CORE-YP i analiza je pokazala da nema dodatnog objašnjenja varijance. Značajnim samostalnim prediktorima korištenja

Facebooka iz *socijalne znatiželje* pokazali su se psihoticizam i intenzitet korištenja *Facebooka*. Ukupni postotak objašnjene varijance je 31%.

Tablica 7.

Rezultati hijerarhijske regresijske analize za faktor *socijalna znatiželja* (N=528).

	Kriterij			
	<i>Faktor 5: Socijalna znatiželja</i>			
	1. korak	2. korak	3. korak	4. korak
	β	β	β	β
<i>Demografija</i>				
Spol	-.07	-.09*	-.05	-.05
Dob	-.12*	-.08	-.06	-.06
Radni status	.05	.07	.05	.05
<i>Ličnost</i>				
Dezinhibicija		.10*	.07	.07
Antagonizam		.08	-.02	-.02
Negativni afektivitet		.11	.02	.03
Otuđenost		-.08	-.05	-.04
Psihoticizam		.18*	.15*	.15*
<i>Facebook</i>				
Intenzitet			.50**	.50**
Učestalost			-.07	-.07
<i>CORE-YP</i>				
R ²	.02	.14	.31	.31
F	3.17*	9.21**	21.39**	19.61**
ΔR^2		.12	.17	.00
F ΔR^2		13.74**	65.92**	.36

Napomena: * $p < .05$, ** $p < .001$

Motiv odnosi

Iz Tablice 8 je vidljivo da u prvom koraku regresijske analize demografske karakteristike ne doprinose objašnjenju varijance na faktoru *odnosi*. U drugom koraku su uvedeni rezultati iz Upitnika PID-BF-5. Analiza je pokazala da se ovim korakom objasni statistički značajnih 9% varijance kriterija. Značajnim samostalnim prediktorom pokazali su se negativni afektivitet, otuđenost i psihoticizam. U trećem koraku su uvedeni rezultati iz Ljestvice intenziteta korištenja *Facebooka* i učestalost korištenja *Facebooka*. Dodatna objašnjena varijanca u ovom koraku je statistički značajna i iznosi 11%. Značajni samostalni prediktori su dob, negativni afektivitet, otuđenost, psihoticizam i intenzitet korištenja *Facebooka*. U četvrtom koraku uvedeni su rezultati iz upitnika CORE-YP i analiza je pokazala da nema dodatnog statistički značajnog objašnjenja varijance. Značajnim samostalnim prediktorima korištenja *Facebooka* zbog *socijalnih odnosa*

pokazali su se dob, negativni afekt, otuđenost, psihoticizam i intenzitet korištenja *Facebooka*. Ukupni postotak objašnjene varijance je 21%.

Tablica 8.

Rezultati hijerarhijske regresijske analize za faktor *odnosi* ($N=528$).

Prediktori	Kriterij			
	<i>Faktor 6: Odnosi</i>			
	1. korak	2. korak	3. korak	4. korak
	β	β	β	β
<i>Demografija</i>				
Spol	-.07	-.06	-.03	-.02
Dob	.03	.09	.10*	.10*
Radni status	.06	.08	.06	.05
<i>Ličnost</i>				
Dezinhibicija		.02	-.01	-.01
Antagonizam		.03	-.05	-.05
Negativni afektivitet		.20**	.13*	.15*
Otuđenost		-.14*	-.11*	-.10*
Psihoticizam		.14*	.11*	.12*
<i>Facebook</i>				
Intenzitet			.40**	.40**
Učestalost			-.07	-.06
<i>CORE-YP</i>				
R^2	.02	.09	.20	.21
F	1.94	5.87**	11.95**	11.14**
ΔR^2		.07	.11	.01
$F\Delta R^2$		8.89**	35.76**	2.02

Napomena: * $p < .05$, ** $p < .001$

RASPRAVA

Facebook je od svojih početaka društvena mreža s velikim predmetom interesa mnogih istraživača te su se najčešće ispitivale različite osobine ličnosti. U ovom istraživanju predmet interesa se usmjerio na patološke osobine ličnosti kao što su dezinhibicija, antagonizam, negativni afektivitet, otuđenost i psihoticizam. Osim osobina, ispitan je i doprinos demografskih karakteristika, emocionalne uznemirenosti, intenziteta i učestalosti korištenja *Facebooka*.

Ponašanja na *Facebooku* grupirana su u šest motiva za korištenjem ove društvene mreže – korištenje radi privlačenja pažnje i društvenosti, radi zabave, iz dosade, kako bi pobjegli od problema, kako bi uspostavili i održavali socijalne odnose te zadovoljili socijalnu znatiželju.

Za motiv privlačenja pažnje i društvenost su značajni prediktori čak tri patološke osobine ličnosti – antagonizam, dezinhibicija i otuđenost, te dob i intenzitet korištenja *Facebooka*. Motiv privlačenje pažnje i društvenost obuhvaća različita ponašanja koja se odnose na prikazivanje sebe u povoljnom svjetlu i na taj način se privlače reakcije drugih ljudi. U skladu s navedenim ponašanjima, osobina koja najbolje odgovara tom opisu, a prediktor je ovog skupa ponašanja, je antagonizam. Pojedinci koji imaju veći rezultat na ovoj osobini ličnosti imaju veću tendenciju koristiti *Facebook* kako bi se pokazali, privukli pažnju na sebe te informirali o sebi na način da se drugima svide. Pozadina ove osobine ličnosti je dijelom sadržana u narcisoidnom poremećaju ličnosti. Narcisi, također, imaju grandiozan osjećaj vlastite važnosti, smatraju da imaju posebna prava, nedostaju im adekvatni socijalni odnosi poput empatije i eksploativni su, tj. uočavaju načine na koje mogu dominirati situacijom i iskoristiti druge, npr. komplimentima (Davison i Neale, 1999). Narcizam je već dulje vrijeme predmet interesa u društvenim mrežama (Buffardi i Campbell, 2008, Mehdizadeh, 2010, Rosen i sur., 2013). Navedeni istraživači većinom naglašavaju kako su društvene mreže plodno tlo za samoregulaciju osoba s povišenim narcizmom jer nude pristup površnim i hladnim odnosima te omogućuju komunikaciju lišenu emocija putem objava i komentara. Štoviše, takva razina prijateljstva na *Facebooku* može narcisima ponuditi pažnju i divljenje kojima i teže. Pored navedenog, narcizam se više puta vezao uz ovisnost korištenja *Facebooka* (Rosen i sur., 2013), što potvrđuju i dobiveni rezultati jer je antagonizam jedina osobina ličnosti koja je povezana

s intenzitetom korištenja *Facebooka*, a intenzitetom se smatra upravo uključenost i posvećenost *Facebooku*. Štoviše, uz antagonizam, intenzitet korištenja *Facebooka* je najznačajniji prediktor ovog skupa ponašanja.

Druga značajni prediktor je dezinhibicija. Za razliku od antagonizma gdje se pojedinac mora svidjeti drugima, u dezinhibiciji se teži neposrednom zadovoljstvu što dovodi do impulzivnog ponašanja potaknuto trenutačnim mislima, osjećajima i vanjskim podražajima, a ključno je da se zanemaruju posljedice ili ranije učenje (APA, 2013). Tako čestice poput „*Kako bih pokazao što osjećam*“ i „*Kako bih privukao/la reakcije drugih ljudi*“ mogu odgovarati toj osobini. Specifičnosti koje pružaju Internet postavke olakšavaju manifestacije takvih ponašanja. Ponašanja su manje strukturirana, imaju manji stupanj kontrole zbog temeljne postavke *online* društvenih mreža – anonimnosti. Nadalje, *online* komunikacija čini pojedinca manje ranjivim prilikom iznošenja vlastitih osjećaja ili intimnih informacija jer se njegove riječi ili djela ne mogu direktno povezati s ostatkom njegovog života (Suler, 2004). Takva anonimnost pomaže i devijantnom ponašanju jer pojedinac lako može odbaciti odgovornost za takve obrasce ili se uvjeriti da to nije realan prikaz njega samoga. Pozadina ovog skupa pokazatelja se odnosi na pojavu koja ističe koliko je lakše na Internetu oslabiti „kočnice u ponašanju“ (Suler, 2004), tj. pojavu da ljudi na Internetu govore i rade ono što obično u interakciji „licem u lice“ ne bi rekli ili učinili. Stoga, dezinhibicija u obliku nepromišljenosti, brzopletosti i naglosti može djelovati upravo na „oslabljene kočnice“ gdje pojedinac nije dovoljno osviješten da odgovorno i savjesno pristupi ponašanju na *Facebooku*. Također, dezinhibicija je povezana s učestalosti korištenja *Facebooka* na način da pojedinci koji imaju veći rezultat na ovoj osobini više vremena provode na *Facebooku*, što je pokazano i ranijim istraživanjem autora Rosena i suradnika (2013). Naime, Carpenter (2012; prema Rosen i sur., 2013) je ispitivao povezanost ponašanja na *Facebooku* s antisocijalnim ponašanjem i dobio je značajan rezultat da je upravo privlačenje pažnje povezano s devijantnim ponašanjem.

Sljedeći značajni prediktor, otuđenost, predstavlja izbjegavanje socioemocionalnog iskustva, što znači povlačenje od socijalnih interakcija, potiskivanje doživljavanja i izražavanja emocija te je jako prisutan osjećaj manje važnosti. Za ono što predstavlja otuđenost, neobičan je nalaz da zapravo veća zastupljenost ove osobine doprinosi pozitivno ponašanjima privlačenja pažnje i društvenosti. Tj. ako je otuđenost

jasno definirana osobina kojom se izbjegava pa i najmanji stupanj socijalne interakcije, pitanje je kako to da je zastupljena među ponašanjima gdje se želi biti prihvaćen, pokazati osjećaje ili s nekim pričati. Ograničen interpersonalni kapacitet kod pojedinaca koji posjeduju ovu osobinu se možda može lakše prevladati na društvenim mrežama poput *Facebooka*. Upravo kako je rečeno za dezinhibiciju da su postavke Interneta takve da pružaju anonimnost što pojedinaca čini manje ranjivim. Povlačenje iz socijalnih situacija i izbjegavanje intimnosti (prisutno kod otuđenosti) se može lakše prevladati jer pojedinac može sebe predstaviti kako želi.

Konačno, ponašanja obuhvaćena ovim motivom su više zastupljena kod starijih ljudi. Žele se družiti i razgovarati s nekim, informiraju o sebi i vole da se o njima čita. Što je u skladu s nalazima istraživanja koje su proveli McAndrew i Jeong (2012), gdje navode da su stariji više od mlađih osoba uključeni u *online* obiteljske aktivnosti, u interakciji s drugima preko društvene mreže te češće pretražuju obiteljske aspekte.

Bitno je naglasiti da kod motiva privlačenja pažnje i društvenosti doprinosi ovih prediktora nisu veliki, najveći beta koeficijent je uz prediktor antagonizam ($\beta=.09$) za razliku od drugih motiva koji imaju veće doprinose prediktora.

Motiv zabave je specifičan skup ponašanja koji predstavlja samo zabavu i uživanje na *Facebooku*. Zanimljivo je uočiti kako samo u ovom skupu ponašanja patološke osobine ličnosti nisu značajni prediktori, a značajan doprinos imaju dob, intenzitet i učestalost korištenja *Facebooka*. Pitanje je može li se na temelju odsutnosti patoloških osobina ličnosti povući zaključak kako je ova upotreba *Facebooka* „bezopasna“ jer ipak ne pokazuje povezanost s patologijom. Teško je govoriti jednoznačno o dobrim i lošim efektima, no dobro je znati da za ovaj skup ponašanja patološke osobine nisu značajne. S druge strane, intenzitet i učestalost nisu bezopasni sami po sebi. Intenzitet u ovom skupu ponašanja predstavlja jedan od najvećih doprinosa, a predstavlja uključenost i posvećenost ovoj društvenoj mreži. Blachnio i suradnici (2016) su pokazali da je intenzitet korištenja *Facebooka* povezan s ovisnosti, tj. da su pojedinci koji više koriste *Facebook* više skloni razviti ovisnost. Jedan od razloga može biti habituacija koja je karakteristična upravo za ovisnost. Dakle, pojedinac postepeno treba sve jaču stimulaciju podražaja koja bi davala jednake učinke zadovoljstva u zadnjoj fazi ovisnosti kao i u prvj. Naime, baš takva ponašanja koja uključuju zabavu i uživanje (npr.

igranje igrica) su povezana s duljim vremenom provedenim na *Facebooku*, što je pak nadalje povezano sa stvaranjem ovisnosti (Blachnio i sur., 2016). Tu činjenicu potvrđuje i podatak da je učestalost korištenja *Facebooka* najviše povezan upravo s motivom zabava (Prilog C), tj. dulje vrijeme provedeno na *Facebooku* je povezano s ponašanjima koja zabavljaju pojedinca. Štoviše, učestalost korištenja *Facebooka* se razlikuje od intenziteta jer je povezan sa svim patološkim osobinama ličnosti srednje do umjereno (Prilog C). Dakle, što više sati pojedinci provedu na *Facebooku* to je veća vjerojatnost da imaju prisutne patološke osobine ličnosti što dalje može biti plodno tlo za druge psihičke probleme. Nadalje, pomalo iznenađujući nalaz je da stariji korisnici češće koriste *Facebook* za zabavu nego mladi. Jedan od razloga može biti da su mlađi korisnici koriste druge platforme za zabavu i uživanje, dok stariji ujedinjuju i zabavu na *Facebooku*.

Objašnjenju korištenja *Facebooka* radi dosade doprinose prediktori dob, radni status, otuđenost, psihoticizam i intenzitet korištenja *Facebooka*. Suština ovog motiva odnosi se na trošenje vremena kada prevladava dosada ili kada se nema ništa pametnije za raditi. U skladu s time je skroz logičan rezultat da upravo mlađi korisnici te oni nezaposleni češće od drugih koriste *Facebook* na taj način. Dosada se i prije pokazala kao jedan od potencijalnih prediktora korištenja Interneta, kasnije se istraživala i sklonost dosadi na *Facebooku* te je dobivena pozitivna povezanost dosade s vremenom provedenim na *Facebooku* i to najčešće kod mlađih korisnika (La Sala i sur., 2014). Mlađi i nezaposleni, za razliku od starijih i zaposlenih, imaju manje obveza unutar svoga dana kojeg, iz dosade, mogu provesti na *Facebooku*.

Osobine ličnosti prediktori ovog motiva su otuđenost i psihoticizam. Objasnjenu dosade najviše doprinosi otuđenost, za što bi se moglo reći da je očekivani rezultat jer uz odsustvo socijalnih interakcija, izbjegavanje druženja i komunikacije s prijateljima, slobodno vrijeme se treba potrošiti, a ako „nema ništa pametnije za raditi“, koristi *Facebook*. Zapravo je dulje vrijeme provedeno na *Facebooku* povezano s ekstraverzijom (Ross i sur., 2009), a ta osobina je suprotnost otuđenosti. Druga patološka osobina, psihoticizam prvenstveno predstavlja kulturološki neprilagođeno ponašanje i kognicije, najčešće se opisuju kao ekscentrični, tj. bizarni i čudni (APA, 2013). Često se za pojedince visoko na ovoj osobini kaže da „žive u svom svijetu“ (Davison i Neale, 1999). Oni stvarnost doživljavaju drukčije od drugih ljudi te su „u svojim mislima“. U skladu s time, oni mogu pribjegavati aktivnostima na *Facebooku* i u virtualnom svijetu potrošiti

svoje vrijeme. Čak je Shotton (1989; prema Rosen, 2013) u ispitivanju utjecaja virtualnog svijeta dobio nalaz da je općenito veća aktivnost na računalu povezana sa simptomima shizoidnog poremećaja ličnosti, čiji su simptomi opisani unutar ove osobine, s objašnjenjem da su računala za razliku od ljudskih bića racionalna i neosuđujuća. Iz perspektive osobe koja ima visok rezultat na psihoticizmu, teže je naići na razumijevanje i prihvaćanje jer je njihov svjetonazor naprosto drukčiji od kulturalnih očekivanja.

Sljedeći motiv je bijeg od problema. Po svojem sadržaju bi se moglo reći da predstavlja zabrinjavajuću upotrebu *Facebooka* jer obuhvaća ponašanja poput izbjegavanja vlastitih problema, odgađanje vlastitih obveza, bijeg od pritisaka i odgovornosti, sveukupno ponašanja koja predstavljaju neadekvatno suočavanje s vlastitim poteškoćama. Za taj motiv su značajni prediktori dob, negativni afektivitet, psihoticizam, intenzitet korištenja *Facebooka* i izraženost emocionalnih poteškoća.

Negativni afektivitet se odnosi na širok spektar neugodnih emocija poput negativnog raspoloženja, depresije i anksioznosti. Sagioglou i Greitemeyer (2014) su se pitali zbog čega *Facebook* dovodi do sniženog raspoloženja te pogotovo zbog čega nakon takvih rezultata pojedinci i dalje ostaju aktivni korisnici, na što su ponuđena su nejednoznačna objašnjenja. Jedno se odnosi na negativne aspekte, poput pogreške predviđanja prema kojoj pojedinci precjenjuju pozitivan utjecaj *Facebooka* nakon što provedu vrijeme na toj društvenoj mreži, a zapravo im bude lošije (Sagioglou i Greitemeyer, 2014). Nadalje, Rosen i suradnici (2013) navode i druge negativne aspekte, u istraživanju su dobili značajnu povezanost *Facebooka* sa sniženim raspoloženjem i ovisnosti o *Facebooku*. Postoje opsežna istraživanja koja upućuju na povezanost depresije i korištenja društvenih mreža, npr. pokazalo se da intenzivno korištenje *Facebooka* doprinosi većoj usamljenosti (Rosen i sur., 2013) što je upravo jedna od čestica unutar ponašanja koja se odnose na bijeg od problema, a povezuje se s depresivnim simptomima. Također, negativne interakcije na društvenim mrežama koje su povezane s depresivnim simptomima, npr. *cyberbullying*, mogu rezultirati snažnom negativnom reakcijom (Rosen i sur., 2013). Problem može biti kada neugodna iskustva na *Facebooku* preplave pojedinca koji na tom mjestu traži društvo i podršku, želi se osjećati manje usamljenim i disocira se od trenutnih životnih teškoća što su sve ponašanja koja obuhvaćaju bijeg od problema. Nadalje, psihoticizam uz svoje kulturalno neprihvaćene obrasce, slično kao i za dosadu, može navesti pojedince koji su visoko na

toj osobini da pribjegu aktivnostima na *Facebooku* te na taj način odgode suočavanje s vanjskim svijetom. Također, osobe visoko na psihoticizmu češće koriste *Facebook* (Prilog C) što može učvrstiti njihovu virtualnu okupiranost.

Sljedeće, emocionalne poteškoće doprinose objašnjenju motiva bijeg od problema i to je jedino ponašanje za koje ovaj prediktor ima značajan doprinos. Odnosi se na trenutno stanje emocionalne uznemirenosti, tj. na to koliko je pojedinac nervozan, kako se suočava sa svojim problemima te koliko je zadovoljan svojim životom. Bijeg od problema se upravo odnosi na ta ponašanja. Najveća (pozitivna) povezanost emocionalne uznemirenosti je s negativnim afektivitetom što govori o velikom stupnju preklapanja ovih konstrukata. S obzirom na to da mjere slična ponašanja za očekivati je da će doprinos jednog prediktora biti objašnjen drugim, no u ovom skupu ponašanja, bijega od problema, značajna su oba prediktora. Razlika u ova dva prediktora se sastoji u vremenskom rasponu, naime negativni afektivitet se odnosi na trajne obrasce ponašanja, a ovdje se značajnim pokazao i utjecaj trenutne emocionalne uznemirenosti. Dakle, trenutne i trajne emocionalne poteškoće imaju jedinstven doprinos objašnjenju ovog skupa ponašanja. Nadalje, nije zanemariva ni pozitivna povezanost emocionalne uznemirenosti sa psihoticizmom. Svi navedeni prediktori su visoko povezani, no svejedno imaju svoj samostalan i značajan doprinos za bijeg od problema. Uz navedeno, ovom skupu ponašanja doprinosi i intenzitet korištenja *Facebooka*, tj. korisnici se poistovjećuju s *Facebookom*, smatraju ga vlastitom svakodnevnom navikom i aktivnosti koju moraju obaviti da budu u toku s događajima.

Peti motiv korištenja *Facebooka*, socijalna znatiželja, odnosi se na informiranje korisnika bilo da se radi o životima drugih ljudi ili o nekim događajima te ujedno predstavlja i ponašanja na temelju kojih korisnici prate druge sa sličnom životnom pričom i uključuju se u aktivnosti koje odgovaraju vlastitim interesima. Jedina patološka osobina koja ima svoj doprinos kao prediktor u ovom ponašanju je psihoticizam. Uz neprihvatanje od drugih ljudi u svojoj okolini, *Facebook* je, čini se, dobro rješenje na temelju kojeg pojedinci visoko na psihoticizmu mogu zadovoljiti svoje potrebe socijalne interakcije. Dapače, traženje društva na temelju vlastitih karakteristika, sličnih interesa, istog svjetonazora može doprinijeti osjećaju prihvaćenosti što u okolini nije zastupljeno jer ih mnogi gledaju kao alternativce. Drugi prediktor je intenzitet korištenja *Facebooka* koji nesumnjivo predstavlja najveći doprinos u svim ponašanjima ($\beta=.50$). Intenzitet

korištenja *Facebooka* predstavlja neizostavnu komponentu korisnika gdje je ključna karakteristika da je korisnik dio *Facebook* zajednice bez koje se ne bi mogle pratiti aktualnosti društvenog svijeta. Sva navedena ponašanja su skoro podudarna s komponentama socijalne znatiželje gdje je smisao informirati i pratiti događaje i druge ljude.

Zadnji motiv korištenja *Facebooka* su odnosi. Ovaj skup ponašanja predstavlja uspostavljanje i održavanje odnosa, najčešće u vidu novih prijatelja. Značajni prediktori za ovaj motiv su dob, negativni afektivitet, otuđenost, psihoticizam i intenzitet. Ovaj motiv, uz privlačenje pažnje i društvenost, predstavlja zastupljenost najviše patoloških osobina ličnosti. Unutar ovog skupa ponašanja je zapravo vidljiv drukčiji aspekt negativnog afektiviteta koji govori o pozitivnim učincima *Facebooka* gdje pojedinci putem socijalnih mreža stvorenih na *Facebooku* pozitivno mijenjaju sliku o sebi, prvenstveno na planu samopoštovanja, blagostanja i zadovoljstva životom (Rosen i sur., 2013). No, iako se navodi da je kvaliteta društvenog života na *Facebooku* bitnija od kvantitete za razvoj depresivnih simptoma (Rosen i sur., 2013) upitno je koliko je održiv taj podatak jer se u ovom istraživanju pokazalo kako je upravo povezanost između vremena provedenog na *Facebooku* i negativnog afektiviteta najveća. Navedeno potvrđuje kontradiktorni nalaz da ipak oni koji provode više vremena na *Facebooku* imaju veći rizik za razvoj depresivnih simptoma. Nadalje, neobično je kako je za predikciju ovih ponašanja značajna osobina psihoticizam koja obilježava izbjegavanje socijalne interakcije, no može biti da korisnici samo prate ljude na *Facebooku*, bez interakcije. Također, odnosi obuhvaćaju stvaranje novih poznanstava i održavanje starih, ali virtualno, u ovom slučaju na *Facebooku*, a u skladu s tim je da pojedinci visoko na psihoticizmu biraju prijatelje na temelju vlastitih preferencija (uz motiv socijalne znatiželje). Posljednja patološka osobina, otuđenost, je također doprinijela ovom skupu ponašanja, tj. njena odsutnost. Već je navedeno kako prisutnost drugog kraja kontinuuma doprinosi većoj upotrebi *Facebooka*, tj. ekstraverzija je više zastupljena u odnosima nego otuđenost što je široko dobiven nalaz (Ross i sur., 2009).

Za navedeni skup ponašanja demografske karakteristike i emocionalna uznemirenost, su najmanje doprinijele objašnjenju. Značajni doprinosi su za dob i radni status, no već je navedeno da su njihovi doprinosi mali, dok spol nema značajan doprinos. Većinom se u istraživanjima i prema statistici dobiva veća uključenost žena u ponašanja

na *Facebooku* (McAndrew i Jeong, 2012, The top 20“, 2019). Moguće je da su drugi prediktori doprinijeli više u objašnjenju ponašanja te da je relativno velik nesrazmjer između muških i ženskih sudionika onemogućio zahvaćanje realnog uvida u ponašanja na *Facebooku*. S druge strane, intenzitet korištenja *Facebooka* predstavlja prediktor koji je nesumnjivo najzastupljeniji u pojedinim ponašanjima te toliko snažan da svojim uključivanjem nerijetko promijeni značajnost drugih prediktora.

Metodološki nedostaci

Uzorak sudionika u ovom istraživanju čine korisnici društvene mreže *Facebook*, prosječne dobi od 36 godina. Naime, u statistikama se najčešće pokazuje kako je najveći broj korisnika dobi od 13 do 34 godine, a u ovom istraživanju se uopće nije zahvatila dob od 13 do 18 godina. Osim toga, uzorak je prikupljen metodom snježne grude što govori da nije slučajan uzorak zbog čega je upitna reprezentativnost uzorka na populaciju. Također, većinu uzorka čine žene što je svakako nedostatak koji bi mogao utjecati na generalizaciju rezultata.

S druge strane, korišteni instrumenti imaju svojih nedostataka koji se ne smiju zanemariti. Bilo bi korisno konstruirati dosljedan i stabilan upitnik *Facebook* motiva koji će omogućiti uspoređivanje rezultata istraživanja s istim mjernim instrumentom. U prijašnjim istraživanjima navedeni upitnik je rezultirao dodatkom nove kategorije ili čestice što bitno mijenja sadržaj koji se ispituje, a to se pokazalo i u ovom istraživanju gdje je nova dodana kategorija – motiv dosade. Također, upitna je sveobuhvatnost ponašanja na *Facebooku* ovim upitnikom jer su izostavljena neka ponašanja poput kreiranje stranice, oglašavanje tvrtke ili robne marke, organiziranje nekog privatnog ili javnog događaja, prodavanje artikala te prikupljanje novca. Nadalje, u instrumentu za mjerenje patoloških osobina ličnosti, PID-5-BF, problem predstavlja socijalna poželjnost čestica gdje sudionici nerijetko nastoje umanjiti simptome prilikom rješavanja. Također, ovo je klinički instrument, a populacija zahvaćena ovim upitnikom je neklinička zbog čega su distribucije (pozitivno) asimetrične.

Implikacije

U ovom istraživanju korisno je uočiti koja ponašanja na *Facebooku* su povezana s patologijom. Postoje ponašanja gdje su zastupljene čak tri patološke osobine, a to su

privlačenje pažnje i društvenost te odnosi. Navedena ponašanja uključuju interakciju s drugim ljudima, na način da se pojedinci žele predstaviti drugima i privući njihovu pažnju ili da se žele upoznati s drugim korisnicima i održavati te odnose. S druge strane, motiv zabave nema zastupljene patološke osobine ličnosti, a odnosi se na uživanje i zabavljanje na *Facebooku* kao takvoj društvenoj mreži. Kada bi se usporedila ova dva obrasca, značilo bi da korištenje *Facebooka* kao „igrice“ same za sebe nema patološke značajnosti kao što imaju virtualne socijalne interakcije. Bilo bi dobro ispitati u budućim istraživanjima kakva je komunikacija između korisnika na ovoj društvenoj mreži i postoji li u tome drugi razlog od veće anonimnosti, manje ranjivosti ili veće otvorenosti.

Nadalje, trenutna emocionalna uznemirenost je prisutna kao prediktor samo kod motiva bijeg od problema koji i po svojem sadržaju i po prediktorima koji ga objašnjavaju predstavljaju neadaptivne načine korištenja *Facebooka*, te je također u visokoj korelaciji s negativnim afektivitetom. Bilo bi korisno osvijestiti aktivnosti koje *Facebook* nudi, a povezane su s patologijom poput motiva bijeg od problema. Kako se ta povezanost provlači u većini istraživanja, te se sve više naglašava negativan trend, bilo bi korisno usmjeriti korisnike na te aspekte. Priliku za to zasigurno imaju stručni suradnici koji se nalaze u školama te imaju mogućnost educirati, prvenstveno učenike, kako koristiti društvene mreže poput *Facebooka*. Između ostalog, educiranje adolescenata može biti preventivno za neadaptivno korištenje *Facebooka* u kasnijoj dobi. Adolescenti tek razvijaju vlastito kritičko mišljenje te bez konkretnih i jasnih informacija o načinu korištenja *Facebooka* mogu biti sljedeća generacija na kojoj bi se mogli replicirati rezultati ovog istraživanja, npr. da oni koji su više emocionalno uznemireni više koriste *Facebook* kako bi pobjegli od vlastitih problema. Trebao bi se staviti veći naglasak na informiranje, ne samo adolescenata, nego i javnosti o povezanosti kliničkih simptoma i ponašanja na *Facebooku* te osim stručnih suradnika u školama, to mogu svi pojedinci ako su im te informacije dostupne i prisutne, a mogu postati samo ako bi se prezentirale na pravi način, npr. kao projekt udruge koja se bavi mentalnim zdravljem.

S druge strane, *Facebook* nudi niz kvalitetnih i poželjnih aktivnosti. Nedavno se počeo ispitivati *Facebook* kao sredstvo za učenje, npr. grupe studenata gdje si međusobno pomažu, zadavanje zadaća učenicima preko *Facebooka* i slično (Lampe i sur., 2011). Iz tog razloga bi bilo korisno u informiranju i educiranju istaknuti pozitivne aspekte iznad negativnih i usredotočiti pažnju na kritičko razmišljanje prilikom korištenja *Facebooka*.

Navedeno je kako su adolescenti najbrojniji korisnici, stoga bi bilo poželjno provjeriti longitudinalno kako se mijenja njihov pristup korištenja *Facebooka* s obzirom na informiranost i educiranost o korištenju *Facebooka* kako bi se vidjelo ima li takav pristup značajan doprinos. Također, bilo bi korisno u budućim istraživanjima provjeriti ima li samopredstavljanje na *Facebooku* doprinos te kakav je taj doprinos u povezanosti kliničkih simptoma, konkretno patoloških osobina ličnosti, i ponašanja na *Facebooku*. To jest, ispitati je li ovaj nalaz realan prikaz nečije osobnosti ili društvene mreže omogućavaju predstavljanje sebe kroz „filtre“. Samopredstavljanje kao medijacijski proces između navedene povezanosti može pružiti uvid koliko je ta povezanost pojačana nekim drugim aspektima. Sveukupno, rezultati ovog istraživanja mogu biti polazišna točka u budućim istraživanjima koja ispituju dodatne konstrukte koji doprinose ili ne doprinose dobivenim korelacijama, a ujedno rezultati mogu biti i pokretač akcija koje bi imale ulogu osvijestiti zabrinjavajuće povezanosti kliničkih simptoma i ponašanja na *Facebooku*.

ZAKLJUČAK

Facebook je društvena mreža koja obuhvaća više različitih ponašanja, u ovom istraživanju naveden je skup od šest kategorija motiva zbog kojih korisnici koriste *Facebook*. Za te kategorije se gledalo koliki je doprinos odabranih prediktora. Za motive privlačenje pažnje i društvenost te odnose, koji većinom predstavljaju virtualne socijalne interakcije, pokazalo se da čak tri patološke osobine doprinose objašnjenju tih ponašanja što po rezultatima predstavlja štetnu upotrebu *Facebooka*. Motiv bijeg od problema predstavlja po svom sadržaju neadaptivna ponašanja kojima se korisnici izlažu, što objašnjava doprinos negativnog afektiviteta i psihoticizma kao i trenutne emocionalne uznemirenosti. Motiv socijalne znatiželje je objašnjen samo osobinom psihoticizam uz veliki doprinos intenziteta korištenja *Facebooka*. Motiv dosade se pojavljuje češće kod mlađih i nezaposlenih s visokim stupnjem izraženosti otuđenosti i psihoticizma. Konačno, motiv zabave je jedini skup ponašanja kojemu patološke osobine ličnosti nisu dale svoj doprinos.

Demografske karakteristike su većinom bile neznčajne u cijelom skupu prediktora, jedino dob i radni status imaju pojedinačne doprinose (osim u motivu socijalne znatiželje). Učestalost korištenja *Facebooka* nije bila snažan prediktor poput intenziteta čiji je doprinos bio prisutan u svakoj od šest kategorija motiva.

LITERATURA

- American Psychiatric Association (APA) (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (5th ed.). Washington, DC: American Psychiatric Association.
- Alzougool, B. (2018). The Impact of Motives for Facebook Use on Facebook Addiction among Ordinary Users in Jordan. *International Journal of Social Psychiatry*, 64(6), 528-535.
- Arbona (2018). *INFOGRAFIKA: Tko su hrvatski Facebook korisnici? [2016. vs. 2018.]*. <https://www.arbona.hr/blog/online-digitalni-marketing/infografika-tko-su-hrvatski-facebook-korisnici-2016-vs-2018/695>. Pristupljeno 30. ožujka 2019.
- Blachnio, A., Przepiorka, A. i Pantic, I. (2016). Association between Facebook addiction, self-esteem and life satisfaction: A cross-sectional study. *Computers in Human Behavior*, 55, 701-705.
- Boyd, D.M. i Ellison, N.B. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210–23.
- Buffardi, L. E. i Campbell, W. K. (2008). Narcissism and Social Networking Web Sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 1303-1314.
- Caci, B., Cardaci, M., Tabacchi M. E. i Scrima F. (2014). Personality variables as predictors of Facebook usage. *Psychological Reports: Relationship and Communications*, 114(2), 528-539.
- Davison, G.C. i Neale, J.M. (1999). *Psihologija abnormalnog doživljavanja i ponašanja*. Jastrebarsko: Naklada Slap.
- Ellison, N.B., Steinfield, C. i 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.
- Ferrucci, P. i Tandoc, E. (2015). The Facebook Experience: A phenomenology of Facebook use. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 5(3), 176-197.
- Gazdek, T. (2016). Prijevod i validacija Inventara ličnosti za DSM -5 (PID-5). Neobjavljeni diplomski rad. Osijek: Odsjek za psihologiju Filozofskog fakulteta u Osijeku.
- Jokić-Begić, N., Lauri Korajlija, A.L., Jurin, T. & Evans, C. (2014). Faktorska struktura, psihometrijske karakteristike i kritična vrijednost hrvatskoga prijevoda CORE-OM upitnika. *Psihologijske teme*, 23(2), 265-288.
- Krueger, R.F., Derringer, J., Markon, K.E., Watson, D. & Skodol, A.E. (2013). The Personality Inventory for DSM-5 Brief Form (PID-5-BF). Manuscript in preparation.
- Lampe, C., Wohn, D.Y., Vitak, J., Ellison, N.B. i Wash, R. (2011). Student use of Facebook for organizing collaborative classroom activities. *Computer-Supported Collaborative Learning*, 6, 329-347.

- Larsen, R.J. i Buss, D.M. (2008). *Psihologija ličnosti*. Jastrebarsko: Naklada Slap.
- La Sala, L., Skues, J. i Grant, S. (2014). Personality Traits and Facebook Use: The Combined/Interactive Effect of Extraversion, Neuroticism and Conscientiousness. *Social Networking*, 3, 211-219.
- Markolini, A. (2017). *Narcizam i korištenje društvenih mreža*. Neobjavljeni diplomski rad. Zagreb: Odsjek za psihologiju Hrvatskih studija u Zagrebu.
- McAndrew, F.T. i Jeong, H.S (2012). Who does what on Facebook? Age, sex, and relationship status as predictors of Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 28, 2359–2365.
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-Presentation 2.0: Narcissism and Self-Esteem on Facebook. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 13(4), 357-364.
- Moore, K. i McElroy, J.C. (2012). The influence of personality on Facebook usage, wall postings, and regret. *Computers in Human Behavior*, 28, 267-274.
- Navijalić. M. (2013). *Anksiozna osjetljivost, strategije suočavanja i motivi pijenja kod studenata*. Neobjavljeni diplomski rad. Zagreb: Odsjek za psihologiju Filozofskog fakulteta u Zagrebu.
- Ross, C., Orr, E. S., Sisic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G. i Orr, R. R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 25, 578–586.
- Sheldon, P. (2008). The Relationship Between Unwillingness-to-Communicate and Students' Facebook Use. *Journal of Media Psychology, Theories Methods, and Applications*, 20(2), 67-75.
- Smock, A. D., Ellison, N. B., Lampe, C., & Wohn, D. Y. (2011). Facebook as a toolkit: A uses and gratification approach to unbundling feature use. *Computers in Human Behavior*, 27(6), 2322-2329.
- Suler, J. (2004). The Online Disinhibition Effect. *Cyberpsychology & Behavior*, 7(3), 321-326.
- Sagioglou, C. i Greitemeyer, T. (2014). Facebook's emotional consequences: Why Facebook causes a decrease in mood and why people still use it. *Computers in Human Behavior*, 35, 359–363.
- Tandoc, E.C. Jr., Ferrucci, P. i Duffy, M. (2015). Facebook use, envy, and depression among college students: Is facebooking depressing? *Computers in Human Behavior*, 43, 139-146.
- The Top 20 Valuable Facebook Statistics (2019). <https://zephoria.com/top-15-valuable-facebook-statistics/>. Pristupljeno 30. ožujka 2019.
- Twigg, E., Barkham, M., Bewick, B.M., Mulhern, B., Connell, J. & Cooper, M. (2009). The Young Person's CORE: development of a brief outcome measure for young people. *Counselling and Psychotherapy Research*, 9(3), 160–168.

PRILOZI

Prilog A

Tablica 9.
Faktorska zasićenja upitnika Facebook motiva i pouzdanost (N=528).

	Zasićenje	Varijanca	Pouzdanost (α)
<i>FB – privlačenje pažnje i društvenost</i>		43.80	.89
1. Kako bih stekao/la slavu ili ugled.	.51		
2. Kako bih privukao/la pažnju.	.68		
3. Kako bih privukao/la reakcije drugih ljudi.	.65		
4. Zbog toga što volim kada ljudi čitaju stvari o meni.	.63		
5. Jer ponekad imam potrebu razgovarati o svojim problemima.	.51		
6. Kako bih pokazao/la što osjećam.	.50		
7. Zato što me moje objave čine prihvaćenim/om među mojim vršnjacima.	.45		
8. Zato jer trebam nekoga s kim mogu pričati ili s kim mogu biti.	.51		
9. Kako bih druge informirao o sebi.	.46		
<i>FB – zabava</i>		12.40	.92
10. Jer me to zabavlja.	.81		
11. Jer je zabavno.	.83		
12. Jer uživam u tome.	.57		
<i>FB – dosada</i>		14.03	.95
13. Jer nemam ništa pametnije za raditi.	.48		
14. Kako bi prošlo vrijeme kada je dosadno.	.58		
15. Kako bih potrošio/la vrijeme.	.51		
<i>FB – bijeg od problema</i>		34.31	.85
16. Kako ne bih bio/la sam/a.	.52		
17. Kako bih se odmaknuo/la od onog što trenutno radim.	.43		
18. Kako bih pobjegao/la od pritisaka i odgovornosti.	.67		
19. Kako bih zaboravio/la na svoje probleme.	.68		
20. Kako bih odgodio/la nešto što trebam napraviti.	.39		
21. Kako bi se osjećao/la manje usamljenim/om.	.58		
22. Kako bih našao/la društvo.	.26		
<i>FB – socijalna znatiželja</i>		29.31	.81
23. Kako bih saznao/la nešto o drugima.	.72		
24. Kako bih znao/la što se događa u životima drugih ljudi.	.75		
25. Kako bih vidio/la aktivnosti drugih ljudi.	.64		
26. Kako bih se informirao/la o društvenim događajima.	.24		
27. Kako bih pratio/la ljude sa sličnom životnom pričom.	.29		
	.29		

28. Kako bih se pridružio/la grupi koja odgovara mojim interesima.			
<i>FB – odnosi</i>		37.70	.82
29. Kako bih upoznao/la nove prijatelje.	.30		
30. Kako bih objavio/la poruku na zid mojih prijatelja.	.30		
31. Kako bih vidio/la tko se od mojih poznanika pridružio mreži.	.34		
32. Kako bih ostao/la u kontaktu s prijateljima.	.57		
33. Kako bih pronašao/la stare prijatelje.	.46		
34. Kako bih ostao/la povezan/a s drugima.	.58		
35. Kako bih došao/la do nekoga do koga je teško doći.	.39		
Ukupno	.65	467.06	.92

Prilog B

Tablica 10.
Čestice Inventara ličnosti za DSM-5 i pouzdanost (PID-5-BF) (N=528).

	Pouzdanost (α)
<i>Dezinhibicija</i>	.74
1. Ljudi bi za mene rekli da sam nepromišljen/a. (pid1)	
2. Osjećam da reagiram naglo. (pid2)	
3. Iako znam da mogu bolje, ne mogu prestati donositi brzoplete odluke. (pid3)	
4. Drugi smatraju da sam neodgovoran/na. (pid5)	
5. Ne ide mi planiranje. (pid6)	
<i>Antagonizam</i>	.63
6. Nije me briga ako povrijedim osjećaje drugih ljudi. (pid17)	
7. Privlačim pažnju. (pid19)	
8. Često se moram nositi s ljudima koji su manje važni od mene. (pid20)	
9. Iskorištavam ljude da dobijem što želim. (pid22)	
10. Nije mi problem iskoristiti druge ljude. (pid25)	
<i>Negativni afektivitet</i>	.78
11. Brinem se oko gotovo svega. (pid8)	
12. Lako se uznemirim, često kada su u pitanju sitnice. (pid9)	
13. Najviše me strah da ću u životu biti sam/a. (pid10)	
14. Iako je jasno da neće uspjeti, nastavljam raditi po svom. (pid11)	
15. Lako me naživciraju različite stvari. (pid15)	
<i>Otuđenost</i>	.66
16. Često se osjećam kao da ništa što napravim nije važno. (pid4)	
17. Izbjegavam romantične odnose. (pid13)	
18. Nisam zainteresiran/a za sklapanje prijateljstava. (pid14)	
19. Ne volim se previše zbližavati s ljudima. (pid16)	
20. Rijetko sam entuzijastičan/na. (pid18)	
<i>Psihoticizam</i>	.79
21. Moje misli često drugima nemaju smisla. (pid7)	
22. Vidim stvari kojih zapravo nema. (pid12)	

-
23. Često imam misli koje meni imaju smisla, ali ne i drugim ljudima. (pid21)
 24. Često se zamislim i onda iznenada shvatim da je prošlo dosta vremena. (pid23)
 25. Stvari oko mene često izgledaju nestvarno ili više stvarno nego inače. (pid24)
-

Ukupno

.88

Prilog C

Tablica 11.
Pearsonovi koeficijenti korelacija između svih ispitivanih varijabli (N=528).

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
1 – Spol	-	.00	-.01	.05	.10**	-.13**	.00	.02	-.02	-.07	.01	.04	-.09*	.06	-.02	-.07	-.06
2 – Dob		-	.19**	-.18**	.03	-.26	.02	-.11**	.20**	-.03	-.15**	.13**	.11*	-.35	-.14**	-.12**	.07
3 – Radni status			-	-.09**	-.01	-.13**	-.09**	-.12**	-.02	-.01	-.21**	.07	.04	-.19**	-.05	.02	.06
4 – Dezinhibicija				-	.27**	.51**	.32**	.45**	.04	.25**	.35**	.26**	.21**	.26**	.35**	.25**	.12**
5 – Antagonizam					-	.24**	.28**	.35**	.08*	.29**	.21**	.39**	.24**	.14**	.22**	.18**	.10*
6 – Negativan afektivitet						-	.37**	.50**	.04	.33**	.49**	.24**	.20**	.32**	.46**	.29**	.22**
7 – Otuđenost							-	.45**	.03	.12**	.41**	.09*	.07	.24**	.29**	.10*	.01
8 – Psihotizam								-	.01	.26**	.46**	.27**	.18**	.30**	.41**	.28**	.18**
9 – Intenzitet									-	.54**	.11**	.22**	.37**	.16**	.27**	.23**	.17**
10 – Učestalost										-	.21**	.43**	.54**	.26**	.44**	.52**	.39**
11 – CORE-YP											-	.14**	.06	.25**	.37**	.15**	.04
12 – FB – privlačenje pažnje i društvenost												-	.43**	.08*	.45**	.39**	.33**
13 – FB – zabava													-	.24**	.44**	.44**	.32**
14 – FB – dosada														-	.46**	.25**	.17**
15 – FB – bijeg od problema															-	.47**	.36**
16 – FB – socijalna znatiželja																-	.52**
17 – FB – odnosi																	-

Napomena: * p < .05, ** p < .001, CORE-YP – emocionalna uznemirenost, FB – Facebook