

Uloga osobina ličnosti, zadovoljstva životom te straha od propuštanja u objašnjenju problematičnog korištenja Instagrama

Šalinović, Petra

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **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:131:730589>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom](#).

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-02**



Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
University of Zagreb
Faculty of Humanities
and Social Sciences

Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište u Zagrebu

Filozofski fakultet

Odsjek za psihologiju

**ULOGA OSOBINA LIČNOSTI, ZADOVOLJSTVA ŽIVOTOM TE STRAHA OD
PROPUŠTANJA U OBJAŠNJENJU PROBLEMATIČNOG KORIŠTENJA
INSTAGRAMA**

Diplomski rad

Petra Šalinović

Mentorica: Doc.dr.sc. Aleksandra Huić

Zagreb, 2021.

IZJAVA

Pod punom moralnom odgovornošću izjavljujem da sam ovaj rad izradila samostalno te da u njemu nema kopiranih, prepisanih ili preuzetih dijelova teksta tuđih radova koji nisu propisno označeni kao citati s navedenim izvorom iz kojeg su preneseni.

U Zagrebu, 2021. godine

Petra Šalinović

Zahvala

Za početak se zahvaljujem mentorici doc. dr. sc. Teni Vukasović Hlupić na velikoj podršci, razumijevanju i pomoći oko osmišljanja i provedbe istraživanja.

Hvala i mojoj drugoj mentorici, doc. dr. sc. Aleksandri Huić, koja je preuzela mentorstvo te svojim savjetima i toplim riječima pomogla da dovršim ovaj diplomski rad.

Sadržaj

| | |
|---|----|
| Uvod | 1 |
| <i>Društvene mreže</i> | 1 |
| <i>Instagram i njegovo problematično korištenje</i> | 3 |
| <i>Ličnost i problematično korištenje Instagrama</i> | 4 |
| <i>Zadovoljstvo životom i problematično korištenje Instagrama</i> | 8 |
| <i>Strah od propuštanja i problematično korištenje Instagrama</i> | 9 |
| Cilj istraživanja, problemi i hipoteze | 11 |
| <i>Cilj istraživanja</i> | 11 |
| <i>Problem i hipoteze</i> | 11 |
| Metodologija | 12 |
| <i>Sudionici</i> | 12 |
| <i>Instrumenti</i> | 12 |
| <i>Postupak</i> | 15 |
| Rezultati | 15 |
| Rasprava | 22 |
| <i>Metodološka ograničenja i praktične implikacije</i> | 28 |
| Zaključak | 30 |
| PRILOZI | 42 |

Uloga osobina ličnosti, zadovoljstva životom te straha od propuštanja u objašnjenju problematičnog korištenja Instagrama

The role of personality, life satisfaction and fear of missing out in explaining problematic Instagram use

Petra Šalinović

SAŽETAK: Društvene mreže danas su sve prisutnije u našim životima i uvelike ih određuju. Štoviše, njihova dostupnost omogućava nam da ih neograničeno konzumiramo, što može dovesti do problematičnog korištenja istih, odnosno razvoja moguće ovisnosti. Budući da je Instagram jedna od vodećih društvenih mreža, a prediktori korištenja iste još su relativno neistraženi, u ovom smo se radu odlučili baviti upravo njome. Točnije, cilj ovog rada bio je istražiti kako osobine ličnosti Pet-faktorskog modela, strah od propuštanja te zadovoljstvo životom objašnjavaju individualne razlike u problematičnom korištenju Instagrama. U tu svrhu, provedeno je online istraživanje na prigodnom uzorku od 296 sudionika (230 ženskog, a 66 sudionika muškog roda), u rasponu dobi od 18 do 70 godina. Korišteni su sljedeći upitnici: BFI upitnik ličnosti, Skala straha od propuštanja (FoMO), Skala zadovoljstva životom (SWLS) te SMUQ upitnik problematičnog korištenja Instagrama. Rezultati su pokazali da neke osobine ličnosti te strah od propuštanja predviđaju statistički značajan udio varijance problematičnog korištenja Instagrama. Osobe više na neuroticizmu te osobe koje osjećaju veći strah od propuštanja, u većoj mjeri iskazuju problematično korištenje Instagrama. Savjesnost je također značajno negativno predviđala problematično korištenje Instagrama, no u konačnom modelu, dodavanjem straha od propuštanja, ta se značajnost izgubila, što sugerira postojanje medijacije koju bi trebalo ispitati u daljnjim istraživanjima.

Ključne riječi: Instagram, zadovoljstvo životom, strah od propuštanja, ličnost

ABSTRACT: Social networks are becoming more ubiquitous and determine our lives more and more. In addition, their availability allows us to consume them without limits, which can lead to their problematic use, or even a possible addiction. Since Instagram is one of the leading social networks, and its predictors have still not been thoroughly examined, we have decided to dedicate this paper to researching its problematic use. Specifically, the aim of this paper was to explore how personality dimensions of the Five-Factor Model, the fear of missing out, and life satisfaction explain individual differences in problematic Instagram use. Moreover, an online survey was conducted on a sample of 296 participants (230 women and 66 men), aged from 18 to 70 years. The following questionnaires were used: the BFI Personality Questionnaire, the Fear of Missing Out Scale (FoMO), the Life Satisfaction Scale (SWLS), and the SMUQ Problematic Instagram Use Questionnaire. Results showed that some personality dimensions and fear of missing out predict a statistically significant proportion of problematic Instagram use variance. People higher on neuroticism and people who feel a greater fear of missing out, will be more likely to express problematic use of Instagram. Conscientiousness was also found to be a significant negative predictor of problematic Instagram use, but by adding fear of missing out to the final model, that significance was lost, suggesting the existence of mediation that should be further examined.

Keywords: Instagram, life satisfaction, fear of missing out, personality

Uvod

Društvene mreže

Tijekom posljednja dva desetljeća, tehnologija i internet počeli su se rapidno razvijati i time uvjetovali svijet kakav danas poznajemo. Štoviše, teško da danas možemo i zamisliti život bez raznih mogućnosti koje nam tehnologija pruža. Primjerice, tehnologija nam pomaže ispuniti motive za pripadanjem, ljubavlju i samopotvrđivanjem jer nam olakšava stvaranje i održavanje kontakata s drugima (Rakić-Bajić i Hedrih, 2012). Točnije, možemo reći da nikada nije bilo lakše ostvariti kontakt s prijateljima i bližnjima koji nam možda i nisu fizički blizu. Također, zahvaljujući internetu, informacije i proširivanje znanja postalo nam je dostupnije i jednostavnije nego ikada prije, što je svakako još jedna dobra strana ovakvog napretka u tehnologiji (Rakić-Bajić i Hedrih, 2012). Naposljetku, u trenutnoj situaciji s pandemijom COVID-19, tehnologija nam je uvelike pomogla i u kontekstu obrazovanja. No, iako postoje brojne prednosti i aspekti života koji su olakšani zahvaljujući tehnologiji i društvenim mrežama, ipak se sve veći broj istraživača zanima za moguće negativne posljedice korištenja istih.

Naime, kako se razvijao internet, njegova popularnost i dostupnost dovele su i do njegovog prekomjernog korištenja. Još 1995., Hamilton i Kalb (prema Griffiths, 2000) izvijestili su u časopisu *Newsweek* o manjem postotku ljudi koji razvija ozbiljnu ovisnost o internetu, nakon čega su se mnogi stručnjaci počeli zanimati za taj pojam i debatirati o tome može li se prekomjerno korištenje interneta uistinu proglasiti ovisnošću (Young, 2004). Danas možemo reći da postoji nekoliko različitih pristupa i definiranih kriterija ovisnosti o internetu te još uvijek ne postoje jednoznačni nalazi koji bi išli u prilog jednom od pristupa (Van Rooij i Prause, 2014). Stoga se smatra da je internet bolje promatrati kao krovni pojam te da se ovisnost ne treba vezati uz njega kao takvog, već uz njegove razne modalitete (Kircaburun i Griffiths, 2018). Ovu tezu potvrđuju istraživanja koja pokazuju da, kada govorimo o ovisnostima na internetu, zapravo govorimo o specifičnim ovisnostima kao što su: ovisnost o kockanju, igricama, *shoppingu*, pornografiji, društvenim mrežama i slično

(Király i sur., 2014; Montag i sur., 2015; Kircaburun i Griffiths, 2018). Društvene mreže, platforme koje omogućuju komunikaciju te razmjenu informacija i sadržaja poput teksta, slika i videa još su relativno nova i neistražena tema. Ono što ipak znamo o njima jest da privlače velik broj korisnika, koji svakim danom sve više raste (Auxier i Anderson, 2021), a neminovno utječu na čovjekovo ponašanje te ih je zbog toga važno dodatno proučavati. Primjerice, istraživanje koje su proveli Kircaburun i suradnici (2016) pokazalo je povezanost prekomjerenog korištenja društvenih mreža i depresivnosti, dok su Jackson i Luchner (2018; prema Kersebaum, 2020), uz depresivnost, povezali korištenje društvenih mreža i s negativnim afektom, smanjenim zadovoljstvom životom te smanjenom subjektivnom dobrobiti.

Nadalje, istraživači također ističu važnost distinkcije aktivnog i pasivnog korištenja društvenih mreža. Naime, aktivno korištenje društvenih mreža odnosi se na radnje koje uključuju razmjenu i interakciju s drugima. Ta razmjena može biti između dvije osobe (npr. poruke na Facebooku) ili između više ljudi (npr. objava fotografije na profilu Instagrama). U svakom slučaju, aktivno korištenje mreža obuhvaća neki vid kreiranja sadržaja (Verduyn i sur., 2017). S druge strane, pasivno korištenje društvenih mreža definirano je kao pregledavanje tuđih objava bez uključivanja u socijalnu interakciju (Verduyn i sur., 2017). Ono što su istraživanja pokazala jest da je pasivno korištenje društvenih mreža ono koje je potencijalno problematično. Ono je, dakle, pozitivno povezano s izraženijom uzlaznom socijalnom komparacijom i ljubomorom, što je potom negativno povezano sa subjektivnom dobrobiti. S druge strane, aktivno korištenje društvenih mreža pozitivno korelira s osjećajem povezanosti i većim socijalnim kapitalom, što je naposljetku pozitivno povezano sa subjektivnom dobrobiti (Verduyn i sur., 2017). Osim razlike aktivno-pasivno, važno je i odvojeno promatrati različite društvene mreže jer su uistinu jedinstvene i specifične, što otežava generalizaciju zaključaka. Budući da je Instagram u manjoj mjeri istražen (Trifiro, 2018), a iznimno popularan te potencijalno opasan zbog činjenice da je postao mjesto nametanja nerealnih standarda, u ovom ćemo se radu baviti upravo njime.

Instagram i njegovo problematično korištenje

Instagram, društvena mreža čija je glavna svrha dijeljenje fotografija i videa u online okruženju, nastala je 2010. godine, a danas broji više od milijardu korisnika mjesečno (Kang i Wei, 2020; prema Kersebaum, 2020), dok u Hrvatskoj trenutno broji 1 323 000 korisnika (NapoleonCat, 2021). Kao što je spomenuto, Instagram se koristi za objavu fotografija i video sadržaja, uz mogućnost primjene filtera kao načina uređivanja objava. Također, ono što je karakteristično za Instagram je i *hashtag* – znak ljestvi uz kojeg se nalazi riječ ili izraz, a služi za grupiranje tematski povezanog online sadržaja (Arbona, 2018). Još jedna karakteristika koja razlikuje Instagram od, primjerice, Facebooka, jest i način na koji je organiziran. Prije svega, međusobno umreženi korisnici koje na Facebooku nazivamo prijateljima, na Instagramu se nazivaju pratiteljima (eng. *followers*) i razlikuju se utoliko što njihov odnos ne mora biti recipročan. Točnije, činjenica da osoba A prati osobu B, ne znači nužno da osoba B prati osobu A (Lup i sur., 2015). Još jedna razlika Instagrama i ostalih društvenih mreža leži i u tzv. filterima, efektima koji omogućuju uljepšavanje fotografija, što je potencijalno problematično zbog postavljanja nerealnih standarda ljepote. Naposljetku, pronalazimo razliku i u načinu na koji se objava označava sa „sviđa mi se”. Točnije, na Facebooku, Twitteru i Youtubeu postoji mogućnost izražavanja nesviđanja (eng. *dislike*), dok na Instagramu nema takve opcije, već se objava može isključivo *lajkati*. Zbog svih navedenih razloga možemo govoriti o tome da je Instagram specifičan i da ga stoga treba zasebno proučavati.

Smatra se kako Instagram, kao jedna od vodećih društvenih mreža koja se izrazito brzo razvija (Trifiro, 2018), svoj uspjeh može zahvaliti upravo činjenici da su slike njezin glavni fokus. Naime, ne kaže se uzalud da slika govori više od tisuću riječi jer istraživanja iz područja marketinga pokazuju da ljudi uistinu preferiraju vizualni sadržaj nad samim tekstom. Razlog tome je što nam slika na jednostavniji i brži način prenosi emocije i time nam olakšava da se povežemo sa sadržajem (Burgin, 2011). No, važno je proučiti i ostale čimbenike koji nas potiču na opetovano korištenje ove društvene mreže. Montag i suradnici (2019) istraživali su mehanizme u podlozi društvenih mreža i aplikacija, a neki od njih

primjenjivi su i na Instagram. Primjerice, koncept *scrollanja* (pretraživanja/listanja) može objasniti adiktivnu moć ove društvene mreže. Naime, ova radnja nema svoj prirodni kraj, već je moguće u nedogled pretraživati sadržaje, pri čemu će se ponekad neminovno pojaviti nešto zanimljivo ili zabavno – predstavljajući tako potkrepljenje za nastavak. Također, valja se osvrnuti i na činjenicu da se danas pomoću algoritama strojnog učenja prilagođavaju i individualiziraju sadržaji koji se prikazuju korisnicima, što znači da vidimo upravo ono što nas zanima i što želimo vidjeti, a samim time duže ostajemo aktivni (Montag i sur., 2019). Nadalje, osim vanjskih poticaja koji nas motiviraju na korištenje Instagrama, istraživači su se počeli zanimati i za one unutarnje. Tako su Sheldon i Bryant (2016) ispitali motive za korištenje Instagrama te su zaključili kako postoje četiri osnovna motiva: nadzor, odnosno informiranje o tome što drugi rade (eng. *surveillance*), dokumentiranje, točnije pohrana uspomena (eng. *documentation*), kreativnost, u smislu pokazivanja svojih vještina i pronalaženja ljudi koji dijele iste interese (eng. *creativity*) i, naposljetku, posebnost (eng. *coolness*), što se odnosi na popularnost, samopromociju i tome slično. Istraživači Kircaburun i Griffiths (2018) otišli su korak dalje i pokušali objasniti ovisnost o Instagramu na temelju osobina ličnosti, dok je Kersebaum (2020) u vezu s Instagramom doveo i strah od propuštanja (FOMO) te zadovoljstvo životom. Iako su navedeni konstrukti proučavani u raznim drugim kontekstima, još uvijek nisu dovoljno istraženi u Hrvatskoj, što je bio povod za ovaj rad.

Ličnost i problematično korištenje Instagrama

Jedno od potencijalnih objašnjenja prekomjernog korištenja Instagrama možemo pronaći i u osobinama ličnosti. Općenito, ličnost definiramo kao „skup psihičkih osobina i mehanizama unutar pojedinca koji su organizirani i relativno trajni, te utječu na interakcije i adaptacije pojedinca na intrapsihičku, fizičku i socijalnu okolinu” (Larsen i Buss, 2008, str. 4). Odgovor na pitanje kako ličnost može objasniti problematično i ovisničko korištenje interneta nudi, između ostaloga, teorija upotrebe i gratifikacije (eng. *uses and gratifications theory*) koju su postavili su Katz i suradnici (1974, prema Kircaburun i Griffiths, 2018). Ova teorija govori da će pojedinci, ovisno o njihovim dispozicijskim karakteristikama, koristiti

internet kako bi ispunili različite motive, a upravo te različite motivacije u podlozi mogu pomoći objasniti razvoj specifičnih ovisnosti. Drugi model koji pokušava dati odgovor na ovo pitanje je I-PACE model (eng. *Interaction of Person-Affect-Cognition Execution*), kojeg su postavili Brand i suradnici (2016). Ovaj model smatra da se specifični poremećaji korištenja interneta mogu objasniti na temelju međudjelovanja različitih predisponirajućih čimbenika kao što su genetika, stilovi suočavanja, kognitivne pristranosti i mnogih drugih. No, povrh navedenih, smatraju kako upravo osobine ličnosti igraju ključnu ulogu u objašnjenju nastanka i održavanja različitih ovisnosti na internetu (Brand, 2019).

Nadalje, iako postoje brojni modeli ličnosti, najzastupljeniji i najistraživaniji je Pet-faktorski model (eng. *Five Factor Model*; McCrae i Costa, 1987). Ovaj model opisuje ličnost pomoću pet dimenzija, a to su ekstraverzija, ugodnost, savjesnost, neuroticizam i otvorenost. Ove su dimenzije široko prihvaćene, stabilne kroz vrijeme (Larsen i Buss, 2008), te je njihova faktorska struktura potvrđena (Costa i McCrae, 1994), a pomažu nam objasniti brojne razlike u ljudskim ponašanjima, pa tako i razlike u problematičnom korištenju Instagrama.

Ekstraverzija je dimenzija Pet-faktorskog modela ličnosti koja se odnosi na karakteristike kao što su pričljivost, druželjubivost i asertivnost (Larsen i Buss, 2008). Općenito, osobe više na ovoj dimenziji imaju potrebu češće biti okružene drugim ljudima, lakše prilaze drugima (Wehrli, 2008; prema Moore i Craciun, 2021) te pokazuju veće zadovoljstvo svojim prijateljstvima (Wilson i sur., 2015). Isto se očituje i u njihovom online ponašanju, gdje je pronađeno kako ekstrovertiraniji pojedinci imaju više prijatelja na društvenim mrežama (Kuss i Griffiths, 2011), te u većoj mjeri objavljuju sadržaj na Instagramu (Moore i Craciun, 2021). Introvertima, s druge strane, nije potrebna vanjska stimulacija niti veliko društvo, a online komunikacija im odgovara jer mogu samostalno odlučivati kada i koliko će biti dostupni, u skladu sa svojim potrebama (Etemadian, 2021). Točnije, činjenica da se osjećaju sigurnije i opuštenije na društvenim mrežama, čini ih ranjivijima za razvoj problematičnog korištenja društvenih mreža. U skladu s time, Kayış i suradnici (2016) pokazali su da je ekstraverzija negativno povezana s ovisnošću o internetu, a isti su nalaz dobili i Kircaburun i suradnici (2020). Nadalje, zanimljiv je i nalaz koji su pronašli Koporčić i Ručević (2018), koji ukazuje na ulogu roda kao moderatora u odnosu

ekstraverzije i problematičnog korištenja interneta. Konkretno, pokazalo se kako s višim rezultatom na dimenziji ekstraverzije raste i izraženost ovisnosti o internetu kod muškaraca, dok je kod žena izraženost istog bila u padu.

Ugodnost se najčešće opisuje kao sklonost osobe da bude suradljiva i povjerljiva prema drugima, dok bi se osobe na suprotnom polu ove dimenzije mogle opisati kao agresivne i neprijateljski nastrojene (Costa i McCrae, 1992). Smatra se kako osobe više na ugodnosti, prilikom izlaganja na internetu, imaju tendenciju sebe prikazivati u autentičnijem obliku (Leary i Allen, 2011; prema Moore i Craciun, 2021) te da ne preferiraju objavljevati sadržaj kako bi pridobili pažnju drugih, već kako bi ostvarili komunikaciju i povezali se s drugima (Seidman, 2013; prema Moore i Craciun, 2021). Što se tiče nalaza iz literature, ne pokazuju se jednoznačnima. Primjerice, Kayış i suradnici (2016) pokazali su negativnu povezanost ugodnosti i ovisnosti o internetu, a Kircaburun i Griffiths (2018) takav su nalaz dobili i kad je u pitanju ovisnost o Instagramu. Štoviše, ovi su istraživači pronašli i djelomičnu medijaciju tog odnosa preko samosviđanja, pokazavši da osobe više na ugodnosti postižu više rezultate na skali samosviđanja, što je potom negativno povezano s ovisnošću o Instagramu (Kircaburun i Griffiths, 2018). S druge strane, Moore i Craciun (2021) izvještavaju kako povezanost ugodnosti i ovisnosti o Instagramu ne postoji. S obzirom na prethodno navedene karakteristike ugodnih osoba, moguće je da im Instagram, kao uistinu kompetitivna društvena mreža, ne odgovara, te da preferiraju koristiti neke druge mreže gdje će se moći povezati s prijateljima bez nametnutog pritiska.

Savjesnost se odnosi na osobine kao što su organiziranost, discipliniranost, odgovornost, radišnost i tome slično (Costa i McCrae, 1992). Što se tiče odnosa ove osobine i ponašanja na internetu, Kayış i suradnici (2016) pokazali su negativnu povezanost ove dimenzije i ovisnosti o internetu. U istom je smjeru potvrđen i odnos ove dimenzije s ovisnošću o Instagramu (Kircaburun i Griffiths, 2018). Nadalje, zanimljivo je da su Moore i Craciun (2021) pokazali kako osobe koje postižu više rezultate na skali savjesnosti ne prate nužno manji broj ljudi, niti objavljuju manje sadržaja na svojim Instagram profilima, međutim njihova je savjesnost u manjoj mjeri mogla predvidjeti ovisnost o Instagramu. Potencijalno objašnjenje njihove manje sklonosti ovisničkom ponašanju na internetu može

biti u tome da savjesniji pojedinci preferiraju okolinu koja je u većoj mjeri definirana i strukturirana, što nije odlika interneta (Landers i Lounsbury, 2006). Također, moguće je da, kada i koriste internet, savjesne osobe to čine u svrhu kognitivne stimulacije, odnosno da im je važno ostvariti određenu korist (Kim i Jeong, 2015). Budući da Instagram nije strukturiran, a uz to je njegova svrha gotovo isključivo zabava, moguće je da savjesnim pojedincima nije toliko interesantan.

Neuroticizam se u literaturi opisuje kao manjak emocionalne ravnoteže (McCrae i Costa, 1997; prema Kayış i suradnici, 2016), a očituje se u većoj osjetljivosti, razdražljivosti te općenito nekonstruktivnim načinima suočavanja sa stresom (Kayış i sur., 2016). Osim što je doveden u vezu s mnogim neadaptivnim ponašanjima, neuroticizam se također pokazao pozitivno povezan s ovisnošću o internetu (Kayış i suradnici, 2016). Osim s internetom kao krovnom pojmom, novija istraživanja potvrdila su i njegovu pozitivnu povezanost s prekomjernim korištenjem društvenih mreža (Seidman, 2013; prema Moore i Craciun, 2021), ovisnošću o Facebooku (Hwang, 2017) te ovisnošću o Instagramu (Ershad i Aghajani, 2017; Moore i Craciun, 2021). No, kako objasniti vezu neuroticizma i prekomjernog korištenja Instagrama? Moguće objašnjenje leži u tome da osobe više na neuroticizmu u većoj mjeri brinu o tome kakvu sliku o sebi ostavljaju, a društvene mreže kao što je Instagram omogućavaju im da tu sliku kontroliraju i prezentiraju sebe onako kako žele (Moore i Craciun, 2021). Osim toga, Instagram im može „pomoći” da se osjećaju manje usamljeno te u većoj mjeri prihvaćeno i podržano (Moore i Craciun, 2021).

Otvorenost je dimenzija ličnosti koja opisuje radoznale, inovativne, kreativne i nekonvencionalne pojedince (Costa i McCrae, 1992). Što se tiče njezine veze s problematičnim korištenjem interneta, ona se pokazuje nekonzistentnom. Dok neki istraživači pronalaze negativnu povezanost (Kayış i suradnici, 2016), drugi pronalaze pozitivnu povezanost s problematičnim ponašanjima na internetu (Ko et al., 2010; prema Kuss i suradnici, 2013) i čestinom korištenja društvenih mreža (Correa i suradnici, 2010). Treći pak ne nalaze nikakvu vezu (Kircaburun i Griffiths, 2018). Konkretno, Moore i Craciun (2021) nisu pronašli povezanost otvorenosti niti s ovisničkim tendencijama korištenja društvenih mreža niti s intenzitetom korištenja Instagrama. Potencijalno objašnjenje možemo

temeljiti na nalazima Hughesa i suradnika (2012), koji su pronašli da pojedinci s višim rezultatima na dimenziji otvorenosti češće koriste društvene mreže kako bi spoznali nove informacije i nešto naučili, a ne u svrhu socijalizacije s drugima. Stoga je moguće da, kao i kod ugodnosti, Instagram nije mjesto koje će ih inspirirati do te mjere da ga počnu pretjerano koristiti.

Zadovoljstvo životom i problematično korištenje Instagrama

Razvojem društvenih mreža, ubrzo se počelo nametati pitanje u kakvom je odnosu korištenje istih sa zadovoljstvom životom. Općenito, zadovoljstvo životom predstavlja konstrukt čijem se istraživanju psihologija posljednjih godina sve više posvetila, usmjeravajući se time na ugodne emocije i objašnjenje sreće umjesto na neugodne emocije i fenomene poput depresije i anksioznosti (Myers i Diener, 1995). Prema Myersu i Dieneru (1995), zadovoljstvo životom možemo definirati kao globalnu procjenu zadovoljstva vlastitim životom, a predstavlja kognitivnu komponentu subjektivne dobrobiti.

Dakle, s obzirom na to da je zadovoljstvo životom komponenta šireg konstrukta, valja prije svega reći nešto o subjektivnoj dobrobiti kao nadređenom pojmu. Prema Dieneru i suradnicima (2017), subjektivna dobrobit odnosi se na cjelovitu samoevaluaciju vlastitog života te emocionalnih doživljaja, a uz zadovoljstvo životom sastoji se još od pozitivnog afekta, negativnog afekta te zadovoljstva životnim domenama. Pozitivni i negativni afekt zajedno čine afektivnu komponentu subjektivne dobrobiti, a odnose se na omjer ugodnih i neugodnih raspoloženja i emocija u životu osobe. Nadalje, zadovoljstvo životnim domenama tiče se specifičnih područja u životu osobe, kao što su zadovoljstvo poslom, odnosima, zdravljem i slično. S druge strane, zadovoljstvo životom, kao što je spomenuto, odnosi se na općenito zadovoljstvo cjelokupnim životom, što svaka osoba procjenjuje na temelju vlastitih standarda sreće (Diener i sur., 2018). Budući da ne postoji kvalitetan, validiran instrument koji mjeri sve navedene komponente subjektivne dobrobiti, odlučili smo se u našem istraživanju ispitivati samo zadovoljstvo životom.

Nadalje, mnoga istraživanja bavila su se pitanjem u kakvoj su vezi zadovoljstvo životom i korištenje društvenih mreža, te su nalazi pokazali postojanje negativne povezanosti. Odnosno, možemo reći da osobe koje se procjenjuju manje zadovoljnima životom ujedno i češće iskazuju problematična (ovisnička) ponašanja glede korištenja interneta i društvenih mreža (Çelik i Odacı, 2013; Longstreet i Brooks, 2017; Lachmann i sur., 2018). No, i dalje se nameće pitanje je li smanjeno zadovoljstvo životom prediktor prekomjernog korištenja društvenih mreža ili ishod. Nažalost, zbog prirode korelacijskih istraživanja ne možemo dati jednoglasan odgovor na ovo pitanje, ali pretpostavljamo da je mogući odgovor – oboje. Ipak, više se istraživanja bavilo zadovoljstvom životom kao ishodom, pa su tako Marttila i suradnici (2021) proveli longitudinalno istraživanje i pokazali da problematično korištenje društvenih mreža ne predviđa smanjeno zadovoljstvo životom direktno, već predviđa usamljenost koja potom predviđa smanjeno zadovoljstvo životom. S druge strane, bilo bi logično očekivati i obrnuto objašnjenje, a to je da osobe koje su manje zadovoljne svojim životom pronalaze rješenje u *surfanju* po društvenim mrežama, što se posljedično može razviti u ovisnost. Takav je nalaz pokazao i Bulut Serin (2011), u čijem je istraživanju zadovoljstvo životom predviđalo problematično korištenje Interneta. Naposljetku, Kersebaum i suradnici (2020) pokazali su da se veza između čestine korištenja Instagrama i zadovoljstva životom ostvaruje preko straha od propuštanja kao medijatora.

Strah od propuštanja i problematično korištenje Instagrama

Strah od propuštanja (eng. *fear of missing out*, u daljnjem tekstu: FOMO) postao je, zahvaljujući razvoju društvenih mreža, sve istaknutiji pojam u javnom prostoru. Przybylski i suradnici (2013) definirali su ga kao strepnju da bi drugi ljudi mogli doživjeti ugodna, nagrađujuća iskustva, a da osoba nije tome prisustvovala, odnosno da je isto propustila. Iako FOMO ne mora nužno biti vezan za društvene mreže, u tom je kontekstu ipak najpoznatiji te kao takav postaje sve veći predmet interesa istraživačima u području psihologije. No, valja se vratiti korak unazad kako bismo objasnili pozadinu ovog konstrukta. Naime, prema teoriji samoodređenja (eng. *Self-Determination Theory*, *SDT*; Ryan i Deci, 2000), temeljne ljudske

potrebe su potreba za kompetentnošću (osjećaj da smo u nečemu vješti), autonomijom (osjećaj da imamo kontrolu i izbor kako ćemo se ponašati) i povezanošću (osjećaj pripadnosti i bliskosti). Upravo posljednja potreba, ona za povezanošću, može objasniti pojavu straha od propuštanja jer, da bismo bili bliski s drugima, važno je ostati u kontaktu i imati informacije što se tim osobama događa. U tome nam društvene mreže uvelike „pomažu“, čineći povezivanje s drugima dostupnijim nego prije. Budući da društvene mreže, a pogotovo Instagram, promoviraju konstantno objavljivanje vlastite i pregled tuđe svakodnevice, moguće da je su zbog toga zanimljive osobama s izraženijim strahom od propuštanja. Konkretno, na Instagramu, osim u vidu klasičnih objava, postoje i tzv. priče (eng. *story*) koje su ograničenog trajanja od 24 sata, a pojedinci u njima najčešće prikazuju isječke iz svoga dana (npr. što su jeli, gdje su izašli, što su taj dan radili, i slično). Shodno tome, Instagram predstavlja vrlo bogat izvor informacija za osobe s izraženim strahom od propuštanja, a činjenica da u svakom trenutku možemo vidjeti što propuštamo, može dovesti do brojnih štetnih posljedica.

Konkretno, Baker i suradnici (2016) pokazali su da je snažniji doživljaj FOMO-a povezan s izraženijim depresivnim simptomima, smanjenom usredotočenom svjesnošću (eng. *mindful attention*) te s više tjelesnih simptoma kao što su glavobolja, grlobolja, kratkoća daha i slično. No, u ovom se radu nećemo usmjeriti na moguće posljedice doživljaja FOMO-a, već ćemo ga promatrati kao potencijalno objašnjenje prekomjernog korištenja Instagrama. Vezu ovih dvaju konstrukata pronašla su brojna istraživanja, utvrdivši da FOMO zaista ima važnu ulogu u objašnjenju problematičnih i ovisničkih ponašanja na internetu (Blackwell i sur., 2017; Reyes i sur., 2018; Franchina i sur., 2018). Povrh toga, Ruyandy i Kartasasmita (2021) su utvrdili kako je FOMO medijator između određenih osobina ličnosti i problematičnog korištenja interneta. Nadalje, istraživala se i veza između potrebe za pripadanjem i potrebe za popularnošću te FOMO-a i Facebooka te je pronađeno kako su povećana potreba za pripadanjem te povećana potreba za popularnošću pozitivno povezane s prekomjernom uporabom Facebooka, dok tu vezu posreduje FOMO (Beyens i suradnici, 2016). U svakom slučaju, mnoštvo je istraživanja dovelo u vezu FOMO i prekomjerno korištenje društvenih mreža, ali vrlo ih se malo fokusiralo isključivo na Instagram (Moore i

Craciun, 2021). Instagram je, iz prethodno navedenih razloga drugačiji u odnosu na druge društvene mreže i samim time ga je zanimljivo proučavati u paru s FOMO-om.

Cilj istraživanja, problemi i hipoteze

Cilj istraživanja

Cilj ovog istraživanja bio je ispitati doprinos osobina ličnosti, zadovoljstva životom te straha od propuštanja (FOMO) u objašnjenju problematičnog korištenja Instagrama.

Problem i hipoteze

Problem: Ispitati ulogu osobina ličnosti Pet-faktorskog modela, zadovoljstva životom te straha od propuštanja (FOMO) u objašnjenju varijance individualnih razlika u problematičnom korištenju Instagrama.

Hipoteza 1: Osobine ličnosti ekstraverzija, ugodnost, savjesnost, neuroticizam i otvorenost zajedno će objasniti statistički značajan udio varijance problematičnog korištenja Instagrama. Očekujemo da će ekstraverzija, savjesnost i neuroticizam biti statistički značajni samostalni prediktori problematičnog korištenja Instagrama, u smjeru da će osobe niže na dimenzijama savjesnosti i ekstraverzije, te osobe više na dimenziji neuroticizma, pokazivati veću izraženost problematičnog korištenja Instagrama.

Hipoteza 2: Zadovoljstvo životom objasniti će statistički značajan udio varijance problematičnog korištenja Instagrama, povrh osobina ličnosti, u smjeru da će osobe koje iskazuju manje zadovoljstvo životom, pokazivati veću izraženost problematičnog korištenja Instagrama.

Hipoteza 3: Strah od propuštanja (FOMO) objasniti će statistički značajan udio varijance problematičnog korištenja Instagrama, povrh zadovoljstva životom te osobina ličnosti, u smjeru da će osobe koje iskazuju veći strah od propuštanja, pokazivati veću izraženost problematičnog korištenja Instagrama.

Metodologija

Sudionici

U istraživanju je sudjelovalo ukupno 412 sudionika, od čega njih 115 nije odgovorilo na sva pitanja u upitniku te stoga nisu uključeni u daljnje obrade. Također, jedan je sudionik imao 17 godina pa stoga nije uvršten u obradu podataka. Dakle, analiza je rađena na ukupno 296 sudionika, od čega je bilo 230 žena i 66 muškaraca. Dob sudionika kretala se u rasponu od 18 do 70 godina, a u prosjeku je iznosila $M = 31.45$ ($SD = 11.74$). Podjednak dio sudionika završio je srednju školu (32.4%), odnosno preddiplomski (36.8%) te diplomski studij (28%). Što se tiče njihovog radnog statusa, većina ih je ili zaposlena (47%) ili studira (43.6%), a većinu svojih života proveli su uglavnom u gradu (28.7%) ili velikom gradu (32.8%). Po pitanju njihovog životnog standarda, više od polovice sudionika procjenjuje ga prosječnim (53.7%), a trećina smatra da je njihov standard iznad prosjeka (34.8%). Naposljetku, za svoj ljubavni status trećina se izjasnila da nije u vezi (31.8%), trećina je u vezi (34.5%), dok je u braku njih 24.3%. Detaljnije informacije o sociodemografskim karakteristikama uzorka nalaze se u Prilogu A.

Instrumenti

Zadovoljstvo životom ispitano je pomoću Skale zadovoljstva životom (SWLS, eng. *Satisfaction with life scale*; Diener i sur., 1985). Ovaj se upitnik sastoji od 5 čestica koje mjere kognitivni aspekt zadovoljstva životom. Zadatak sudionika je na skali Likertovog tipa označiti u kojoj se mjeri slažu sa svakom od čestica, a odgovor je moguće dati na jednoj od sedam uporišnih točaka, koje se kreću od 1 (uopće se ne slažem), do 7 (u potpunosti se slažem). Primjer jedne čestice glasi: „Moj život je vrlo blizu onome što smatram idealnim“. Ukupni rezultat računa se kao prosjek svih pet čestica, pri čemu veći rezultat upućuje na veće zadovoljstvo životom. Što se tiče metrijskih karakteristika ovog upitnika, Pavot i Diener (1993) ističu kako ovaj upitnik ima dobru konvergentnu i diskriminantnu valjanost, a pouzdanost izražena kao Cronbach alpha kreće se u rasponu od .79 do .89, ovisno o istraživanju. Nadalje, Bratko i Sabo (2006) koristili su ovu skalu na hrvatskom uzorku, gdje

je njezina pouzdanost tipa unutarnje konzistencije iznosila .79, dok je u ovom istraživanju Cronbach alpha vrijednost iznosila .83, što upućuje na visoku pouzdanost.

Osobine ličnosti ispitane su pomoću upitnika BFI (John i sur., 2008). BFI upitnik mjeri pet dimenzija ličnosti, zasnovanih na Pet-faktorskom modelu – ekstraverziju, ugodnost, savjesnost, neuroticizam i otvorenost. Ukupno se sastoji od 44 čestice, a zadatak sudionika je na ljestvici Likertovog tipa, od 5 uporišnih točaka, odrediti koliko se slažu sa svakom od tvrdnji, pri čemu vrijedi 1 – uopće se ne slažem, 5 – u potpunosti se slažem. Čestice za svaku od dimenzija koncipirane su kao kratke izjave, a svaka je dimenzija zastupljena s određenim brojem čestica. Primjerice, dimenzija ekstraverzije zastupljena je s 8 čestica, od čega jedna glasi – „*Sebe vidim kao osobu koja je pričljiva*”. Ugodnost je, s druge strane, zastupljena s 9 čestica (npr. „*Sebe vidim kao osobu koja je spremna pomoći i nesebična je.*“). Nadalje, savjesnost je također zastupljena s 9 čestica (npr. „*Sebe vidim kao osobu koja temeljito obavlja posao.*“), a neuroticizam s 8 čestica (npr. „*Sebe vidim kao osobu koja može biti napeta.*“). Naposljetku, dimenzija otvorenosti zastupljena je s 10 čestica, a jedna od njih glasi – „*Sebe vidim kao osobu koja je originalna, ima nove ideje.*“. Općenito, pokazalo se kako ovaj upitnik ima dobre psihometrijske karakteristike (John i sur., 2008), a zadovoljavajuću pouzdanost pokazao je i na hrvatskom uzorku, gdje je prosječni Cronbachov alpha koeficijent iznosio .79 (Kardum i sur., 2006). U ovom istraživanju Cronbach alpha za pojedine skale iznosi redom .85, .77, .82, .76, .84 za neuroticizam, ekstraverziju, otvorenost, ugodnost i savjesnost.

Problematično korištenje Instagrama ispitano je pomoću upitnika SMUQ (Xanidis i Brignell, 2016), uz zamjenu riječi *društvene mreže* za riječ *Instagram*. Ovaj upitnik inicijalno je razvijen u sklopu istraživanja koje je ispitivalo vezu između prekomjernog korištenja društvenih mreža, kvalitete sna i kognitivnih funkcija tijekom dana. Same čestice su osmišljene po uzoru na kriterije ovisnosti o kockanju iz priručnika DSM-V (American Psychiatric Association, 2013; Xanidis i Brignell, 2016), te po uzoru na Internet Addiction Test (IAT; Young, 1998a; Xanidis i Brignell, 2016) i Fagerstrom Test for Nicotine Dependence (FTND; Heatherton, Kozlowski, Frecker, i Fagerstrom, 1991; Xanidis i Brignell, 2016). Upitnik se sastoji od ukupno devet čestica (npr. „*Osjećam tjeskobu kad ne*

„mogu provjeriti svoj Instagram račun.“, „Izgubim pojam o vremenu kad koristim Instagram.“) koje mjere dva faktora – povlačenje (eng. *withdrawal*) i kompulziju (engl. *compulsion*). Bez obzira na dvodimenzionalnu prirodu ovog upitnika, odlučili smo koristiti samo ukupni rezultat, po uzoru na prethodno provedena istraživanja (Kircaburun i sur. 2019; 2020; Fernandes i sur., 2020). Zadatak sudionika je, uz pomoć skale Likertovog tipa s pet uporišnih točaka, odrediti stupanj u kojem se slažu s danim tvrdnjama, a mogući odgovori kreću se od 1 – uopće se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem. Upitnik je u svrhu ovog istraživanja preveden na hrvatski jezik metodom dvostrukog slijepog prijevoda. Ukupni rezultat računa se kao aritmetička sredina svih devet čestica, a veći rezultat ukazuje na veću izraženost problematičnog korištenja Instagrama. Psihometrijske karakteristike ovog upitnika pokazale su se dobrima, pri čemu pouzdanost tipa unutarnje konzistencije kompletnog upitnika iznosi .87 (Xanidis i Brignell, 2016), a prema Kircaburun i suradnicima (2018) iznosi .90. U ovom istraživanju Cronbach alpha koeficijent iznosi .86.

Strah od propuštanja ispitan je pomoću upitnika FoMOs (Przybylski i sur., 2013), koji je u svrhu ovog istraživanja preveden na hrvatski jezik metodom dvostrukog slijepog prijevoda. Upitnik se sastoji od 10 čestica, a zadatak sudionika je, na skali Likertovog tipa od pet uporišnih točaka, označiti u kojoj se mjeri slažu sa svakom od tvrdnji. Mogući odgovori kreću se od 1 – uopće se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem. Primjeri nekih od čestica su sljedeći: „Uznemirim se kad ne znam što moji prijatelji rade.“, „Kad se zabavljam, bitno mi je da detalje podijelim online.“ Ukupni rezultat izražava se kao aritmetička sredina svih čestica, pri čemu veći rezultat ukazuje na veću izraženost konstrukta – odnosno veći strah od propuštanja. U istraživanju koje su proveli Przybylski i suradnici (2013), pouzdanost tipa unutarnje konzistencije iznosila je .90, dok je u ovom istraživanju iznosila .78.

Od *sociodemografskih podataka* prikupljene su informacije o dobi, rodu, stupnju obrazovanja, mjestu življenja, radnom statusu, bračnom statusu te životnom standardu. Jedino su na pitanje o dobi sudionici trebali upisati numeričku vrijednost, dok su za preostala pitanja odabirali samo jedan od odgovora koji za njih vrijedi. U hijerarhijsku regresijsku analizu uključeni su podaci o dobi i rodu, a ostale su informacije služile za detaljniji opis uzorka.

Postupak

Istraživanje je provedeno u siječnju 2021. godine, u trajanju od četiri tjedna, uz pomoć online upitnika. Isti je kreiran putem *LimeSurvey* alata te objavljen na društvenoj mreži Facebook, na osobnom profilu te u nekoliko različitih grupa, uglavnom studentske populacije (npr. grupa *Studentski dom „Stjepan Radić“ – „Sava“*, *Tražim/nudim studentski posao*, *Anketalica – podijeli svoju anketu*, i slično). Sudionike se molilo da upitnik podijele i među svojim punoljetnim prijateljima, poznanicima i članovima obitelji. Na početku upitnika sudionicima je dana detaljna uputa koja je uključivala informaciju o svrsi istraživanja, procijenjenom vremenu ispunjavanja upitnika (10 minuta) te informaciju o očekivanoj razini stresa ili neugode koja se može doživjeti prilikom sudjelovanja u istraživanju. Također, u uputi je bilo istaknuto kako su svi odgovori anonimni i povjerljivi. Nadalje, prije svakog pojedinačnog upitnika bila je dana uputa za njegovo ispunjavanje, a redosljed kojim su im sudionici pristupali bio je sljedeći: BFI, Skala zadovoljstva životom, FoMOs, Upitnik problematičnog korištenja Instagrama te sociodemografska pitanja. Naposljetku, podaci dobiveni ovim upitnikom obrađeni su uz pomoć računalnog programa za obradu podataka SPSS v.23.

Rezultati

Preliminarne analize

Kako bismo provjerili opravdanost primjene parametrijskih statističkih postupaka, proveli smo vizualnu inspekciju grafičkih prikaza varijabli, na temelju koje možemo zaključiti da su distribucije približno normalne (vidi Prilog B). Iznimka je distribucija varijable problematičnog korištenja Instagrama, koja je pozitivno asimetrična. Međutim, budući da su rezidualni rezultati na ovoj varijabli ipak približno normalno distribuirani (vidi Prilog B, Sliku 9), zaključili smo kako je pretpostavka o homoscedasticitetu zadovoljena te je opravdano koristiti parametrijske postupke (Petz, Kolesarić i Ivanec, 2012).

Prije daljnje obrade rezultata, važno je naglasiti kako smo, od sociodemografskih varijabli, u statističke analize uključili varijable dobi i roda (iako nije kontinuirana varijabla). Jedan od razloga za takvu odluku bili su nalazi iz literature koji pokazuju značajne efekte roda i dobi, a drugi razlog bio je mogućnost kontrole njihova utjecaja u hijerarhijskoj regresijskoj analizi.

Tablica 1

Prikaz deskriptivne statistike i distribucija skalnih rezultata Pet-faktorskog modela osobina ličnosti, straha od propuštanja, zadovoljstva životom i problematičnog korištenja Instagrama (N=296).

| | <i>M</i> | <i>SD</i> | <i>Min</i> | <i>Max</i> | <i>A</i> | <i>S</i> | <i>K-S</i> | <i>p_{K-S}</i> |
|-------------------------------------|----------|-----------|------------|------------|----------|----------|------------|------------------------|
| Dob | 31.45 | 11.74 | 18 | 70 | .99 | -.15 | .25 | <.001 |
| Ekstraverzija | 3.57 | .60 | 2.00 | 4.88 | -.26 | -.19 | .09 | <.001 |
| Ugodnost | 3.70 | .55 | 1.56 | 5.00 | -.29 | .18 | .08 | <.001 |
| Savjesnost | 3.66 | .62 | 1.89 | 5.00 | -.26 | -.36 | .08 | <.001 |
| Neuroticizam | 2.69 | .73 | 1.13 | 5.00 | .37 | -.08 | .08 | <.001 |
| Otvorenost | 3.24 | .53 | 1.60 | 4.50 | -.18 | -.13 | .07 | <.001 |
| Strah od propuštanja | 2.56 | .62 | 1.00 | 4.20 | -.21 | -.19 | .06 | .02 |
| Zadovoljstvo životom | 23.80 | 5.83 | 1.20 | 7.00 | -.70 | .36 | .10 | <.001 |
| Problematično korištenje Instagrama | 1.89 | .75 | 1.00 | 4.22 | .66 | -.36 | .12 | <.001 |

Legenda: *M* – aritmetička sredina; *SD* – standardna devijacija; *Min* – minimalan ostvareni rezultat; *Max* – maksimalan ostvareni rezultat; *A* – asimetričnost; *S* – spljoštenost; *K-S* – Kolmogorov-Smirnovljev test, *p_{K-S}* – razina statističke značajnosti rezultata Kolmogorov-Smirnovljev testa;

Povezanost osobina ličnosti, straha od propuštanja, zadovoljstva životom i problematičnog korištenja Instagrama

U sljedećem koraku smo, uz pomoć Pearsonovog koeficijenta korelacije, izračunali povezanosti između ispitivanih varijabli. Na temelju Tablice 2 možemo zaključiti kako postoje statistički značajne korelacije između određenih prediktora, no one su u sferi malih do umjerenih veličina učinaka.

S problematičnim korištenjem Instagrama, što je ujedno i naš kriterij, povezane su bile neuroticizam i strah od propuštanja u pozitivnom smjeru, a dob, ugodnost, savjesnost i zadovoljstvo životom u negativnom. Sve su korelacije bile malih do umjerenih veličina učinaka.

Tablica 2*Deskriptivni podaci i bivarijatne korelacije (N = 296)*

| | 2. | 3. | 4. | 5. | 6. | 7. | 8. | 9. | 10. |
|---|--------|------|-------|-------|--------|-------|--------|--------|--------|
| 1. Rod | -.23** | -.01 | -.08 | -.08 | -.16** | -.10 | -.01 | -.05 | -.08 |
| 2. Dob | - | .09 | .20** | .24** | -.16** | .07 | -0.8 | .09 | -.35** |
| 3. Ekstraverzija | | - | .14* | .29** | -.33** | .27** | -.08 | .27** | -.07 |
| 4. Ugodnost | | | - | .14* | -.31** | .05 | -.10 | .19** | -.12* |
| 5. Savjesnost | | | | - | -.35** | .11 | -.30** | .32** | -.25** |
| 6. Neuroticizam | | | | | - | -.07 | .32** | -.44** | .30** |
| 7. Otvorenost | | | | | | - | -.06 | .08 | -.07 |
| 8. Strah od propuštanja | | | | | | | - | -.23** | .38** |
| 9. Zadovoljstvo životom | | | | | | | | - | -.14* |
| 10. Problematično korištenje Instagrama | | | | | | | | | - |

Legenda: rod kodiran kao ženski = 1, muški = 2; * $p < .05$, ** $p < .01$

Uloga osobina ličnosti, straha od propuštanja i zadovoljstva životom u objašnjenju problematičnog korištenja Instagrama

Kako bismo pristupili odgovaranju na postavljeni istraživački problem, proveli smo hijerarhijsku regresijsku analizu. Time smo nastojali provjeriti samostalan doprinos pojedinih blokova varijabli, ali i samih varijabli unutar blokova, u objašnjenju kriterija problematičnog korištenja Instagrama. Rezultati analize nalaze se u Tablici 3.

Proveli smo hijerarhijsku regresijsku analizu u četiri koraka, pri čemu smo u prvom koraku kao prediktore uvrstili dob i rod, u drugom koraku osobine ličnosti Pet-faktorskog modela, a u trećem zadovoljstvo životom. Naposljetku, u četvrtom koraku kao prediktor je uvršten strah od propuštanja.

U prvom koraku, koji je ujedno objasnio 15% varijance kriterija, dob i rod pokazali se kao značajni prediktori problematičnog korištenja Instagrama, a kao takvi su se zadržali i do posljednjeg koraka analize. Točnije, možemo reći da su osobe mlađe dobi te ženskog roda u većoj mjeri sklone problematičnom korištenju Instagrama.

Nadalje, u drugom smo koraku uključili osobine ličnosti Pet-faktorskog modela te se pokazalo da one imaju statistički značajan doprinos u objašnjenju problematičnog korištenja Instagrama. Povrh roda i dobi, osobine ličnosti objasnile su dodatnih 7% varijance kriterija. Od svih pet osobina ličnosti, jedino su neuroticizam i savjesnost imale značajan samostalni doprinos u objašnjenju problematičnog korištenja Instagrama, pri čemu se kod neuroticizma taj doprinos zadržao i do posljednjeg koraka, dok je savjesnost u posljednjem koraku analize prestala biti statistički značajan prediktor. Općenito, vidimo da je samostalni doprinos neuroticizma u pozitivnom smjeru, dok je kod savjesnosti u negativnom.

Zatim smo u trećem koraku uključili zadovoljstvo životom te se pokazalo kako taj model ne objašnjava statistički značajan postotak varijance problematičnog korištenja Instagrama povrh roda, dobi i osobina ličnosti.

U posljednjem smo koraku dodali strah od propuštanja, čime smo objasnili statistički značajan udio od 8% varijance problematičnog korištenja Instagrama. Strah od propuštanja bio je značajan prediktor u pozitivnom smjeru, odnosno govori nam da na temelju većeg straha od propuštanja možemo u većoj mjeri predvidjeti problematično korištenje Instagrama.

Zaključno, cjelokupnim modelom objasnili smo ukupno 29% varijance problematičnog korištenja Instagrama te su prvi, drugi i četvrti korak bili statistički značajni, odnosno pokazali inkrementalnu prediktivnost povrh prethodnog bloka. To nije bio slučaj kod trećeg bloka, odnosno zadovoljstva životom, koji se nije pokazao značajnim povrh prethodnih. Naposljetku, možemo reći da su statistički značajni prediktori višeg rezultata na skali problematičnog korištenja Instagrama bili ženski rod, niža dob, viši neuroticizam, niža savjesnost i veći strah od propuštanja. Međutim, kao što je prethodno spomenuto, savjesnost je, dodavanjem straha od propuštanja u posljednjem koraku, prestala biti značajan negativni prediktor, što nam govori da je došlo do potpune medijacije, odnosno da je strah od propuštanja mehanizam u podlozi negativne veze savjesnosti i straha od propuštanja.

Što se tiče veličina pojedinačnih doprinosa, objašnjenju kriterija najviše su pridonijele varijable dobi ($\beta = -.33$, $p < .01$) i straha od propuštanja ($\beta = -.30$, $p < .01$).

Dakle, djelomično smo potvrdili prvu hipotezu, pri čemu su osobine ličnosti objasnile značajan udio varijance problematičnog korištenja Instagrama, a neuroticizam i savjesnost se istaknuli kao statistički značajni prediktori. Druga hipoteza nije se potvrdila, odnosno zadovoljstvo životom nije objasnilo dodatni udio varijance kriterija povrh osobina ličnosti. Naposljetku, u trećoj smo hipotezi pretpostavili inkrementalni doprinos straha od propuštanja u objašnjenju problematičnog korištenja Instagrama, što smo potvrdili, pokazavši da je značajan pozitivni samostalni prediktor istoga. No, dodavanjem straha od propuštanja, savjesnost je prestala biti statistički značajan negativni prediktor, što ukazuje na potrebu za dodatnim medijacijskim analizama.

Tablica 3*Rezultati hijerarhijske regresijske analize za kriterij problematično korištenje Instagrama**(N = 296)*

| Problematično korištenje Instagrama | | | | |
|-------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | β_{M1} | β_{M2} | β_{M3} | β_{M4} |
| Rod | -.17** | -.14* | -.14* | -.14* |
| Dob | -.39** | -.32** | -.32** | -.33** |
| Ekstraverzija | | .08 | .08 | .05 |
| Ugodnost | | .01 | .01 | .01 |
| Savjesnost | | -.13* | -.13* | -.06 |
| Neuroticizam | | .21** | .21** | .14* |
| Otvorenost | | -.06 | -.06 | -.04 |
| SWLS | | | -.003 | -.03 |
| FoMO | | | | .30** |
| R^2 (R^2_{adj}) | .15 (.15) | .22 (.19) | .22 (.19) | .29 (.27) |
| F | 25.94 | 11.39 | 9.93 | 13.23 |
| p | .0001 | .0001 | .0001 | .0001 |
| ΔR^2 | | .07 | .0001 | .08 |
| $F_{\Delta R^2}$ | | 4.88 | .002 | 31.28 |
| $p_{\Delta R^2}$ | | .0001 | .963 | .0001 |

Legenda: β = vrijednost standardiziranog regresijskog koeficijenta; M1,M2,M3 = Grupe prediktora u hijerarhijskoj regresijskoj analizi (modeli); R^2 = ukupni doprinos objašnjenju varijanci; R^2_{adj} = korigirani ukupni doprinos objašnjenju varijanci; F = vrijednost ukupnog F -omjera; ΔR^2 = doprinos pojedine grupe prediktora objašnjenju varijanci; $F_{\Delta R^2}$ = vrijednost F -omjera za dodanu grupu prediktora, * $p < .05$, ** $p < .01$

Rasprava

Cilj ovog istraživanja bio je ispitati kako osobine ličnosti Pet-faktorskog modela, zadovoljstvo životom te strah od propuštanja objašnjavaju individualne razlike u problematičnom korištenju Instagrama. Mnoga su novija istraživanja dovodila u vezu navedene konstrukte, međutim, prema našim saznanjima, malo ih je pokušalo objasniti upravo problematično korištenje Instagrama kao kriterij. Rakić-Bajić i Hedrih (2012), koji su pretpostavili sličan model, pokazali su da je savjesnost jedini statistički značajan negativni prediktor prekomjernog korištenja interneta. Zadovoljstvo životom, kao ni u našem slučaju, niti kod njih se nije pokazalo inkrementalno prediktivnim. S druge strane, istraživanje koje su proveli Stead i Bibby (2017) pokazalo je kako problematično korištenje interneta i strah od propuštanja, povrh osobina ličnosti, negativno predviđaju subjektivnu dobrobit. Iako vođeni ovom idejom, u našem smo se istraživanju ipak fokusirali na problematično korištenje Instagrama kao kriterij, kako bismo istražili moguća objašnjenja u podlozi istog. Također, valja napomenuti kako smo u našim smo hipotezama pretpostavljali odnose samo za varijable ekstraverzije, neuroticizma i savjesnosti, ali smo unatoč tome u analizu uvrstili i ugodnost te otvorenost. Naime, bez obzira na očekivane odnose, važno je ličnost promatrati kao cjelinu jer nas uostalom na taj način i određuje. Drugim riječima, dimenzije ličnosti nisu ortogonalne te ih ne možemo tek tako ispustiti iz modela.

Rod i dob

Rod i dob uvrstili smo kao prvi korak hijerarhijske regresijske analize kako bismo kontrolirali njihov utjecaj na kriterij problematičnog korištenja Instagrama te su navedene varijable zajedno objasnile 15% varijance kriterija. Nadalje, obje su varijable statistički značajni negativni prediktori problematičnog korištenja Instagrama, točnije osobe mlađe dobi te osobe ženskog roda sklonije su izvještavati o višim razinama problematičnog korištenja Instagrama. Ovakvi nalazi ne iznenađuju jer su u skladu s nalazima iz literature. Konkretno, kada govorimo o rodu, pokazalo se da je ženski rod naj snažniji prediktor korištenja Instagrama (Sheldon i Bryant, 2016). Smatra se da objašnjenje leži u činjenici da su ženama važniji interpersonalni odnosi, što će iskazivati aktivnošću na društvenim

mrežama. Drugim riječima, češće će komunicirati s prijateljima na Facebooku (Acar, 2008; Sheldon, 2008; prema Sheldon i Bryant, 2016), bit će sklonije komentirati objave svojih prijatelja kako bi pokazale brigu te će češće objavljivati fotografije vlastite obitelji i prijatelja (Bond, 2009; prema Sheldon i Bryant, 2016). Ipak, važno se osvrnuti i na naš uzorak, koji je po pitanju roda bio pristran, što je moglo utjecati na korelaciju s kriterijskom varijablom. Konkretno, od ukupno 296 sudionika, 230 je bilo žena. Što se tiče dobi, činjenica da je dob negativno povezana s problematičnim korištenjem Instagrama također ne iznenađuje. Povrh istraživanja koja to pokazuju (Macur i sur., 2016; Kuss i Griffiths, 2017), iz iskustva možemo zaključiti kako su mlađe generacije u većoj mjeri izložene takvom vidu komunikacije jer je razvoj društvenih mreža ujedno pratio i njihov razvoj. Drugim riječima, za razliku od starijih generacija koje preferiraju tradicionalne oblike komunikacije, mladi su naučili paralelno živjeti i u online svijetu. Po pitanju varijable dobi, naš je uzorak također bio pristran te je dominantna vrijednost iznosila 24 godine. Međutim, unatoč tome, pokazali su se očekivani odnosi.

Osobine ličnosti

Našom prvom hipotezom pretpostavili smo značajan doprinos osobina ličnosti Pet-faktorskog modela u objašnjenju problematičnog korištenja Instagrama. Očekivanja su se potvrdila te su varijable ličnosti zajedno objasnile dodatnih 7% varijance problematičnog korištenja Instagrama, povrh roda i dobi. Međutim, drugi dio naše hipoteze nije se u potpunosti potvrdio. Točnije, neuroticizam i savjesnost očekivano su se pokazale kao značajni prediktori, dok ekstraverzija nije samostalno predviđala problematično korištenje Instagrama.

Neuroticizam

Neuroticizam se pokazao značajnim pozitivnim prediktorom problematičnog korištenja Instagrama. Dakle, osobe koje postižu više rezultate na skali neuroticizma, također postižu više rezultate i na skali problematičnog korištenja Instagrama. Odnos ovih dviju varijabli u skladu je s očekivanim, te se kao takav pokazao u brojnim prethodnim istraživanjima. Primjerice, Wang i suradnici (2015) pokazali da je neuroticizam pozitivno

povezan s ovisnošću o društvenim mrežama, a takav nalaz utvrdili su i Kayış i suradnici (2016) u svojoj metaanalizi. Potencijalno objašnjenje ovakve veze može ponuditi nalaz Rozgonjuka i suradnika (2019), koji je pokazao kako su pojedinci viši na neuroticizmu skloniji socijalnoj komparaciji. Budući da je Instagram mreža koja gotovo pa isključivo počiva na usporedbi s drugima, ne iznenađuje da se neurotični pojedinci pronalaze u korištenju iste. Nadalje, Wang i suradnici (2012) pokazali su kako neurotičniji pojedinci češće koriste društvene mreže kako bi objavljivali novosti o sebi, odnosno kako bi se prezentirali. Općenito, s obzirom na to da su neurotični pojedinci skloniji preispitivati vlastitu vrijednost i strahovati od odbijanja (Wehrli, 2008; prema Moore i Craciun, 2021), moguće je da objavljuju sadržaj na društvenim mrežama kako bi nadomjestili potrebu za potvrdom (Amichai-Hamburger i Vinitzky, 2010). Svi ovi nalazi ukazuju na to da je Instagram uistinu „plodno tlo“ za osobe više na neuroticizmu jer ondje mogu pasivno *scrollati*, pratiti osobe koje ne poznaju i prezentirati se u najboljem mogućem svjetlu. U narednim istraživanjima, bilo bi korisno ispitati koji su uistinu motivi zbog kojih pojedinci viši na neuroticizmu koriste Instagram. Naime, Kircaburun i Griffiths (2018) ističu kako osobe koje se razlikuju prema dimenzijama ličnosti mogu razviti ovisnost o istoj društvenoj mreži zbog potpuno različitih razloga, koje bi bilo važno razumijeti.

Ekstraverzija

Ekstraverzija se, unatoč našim očekivanjima, nije pokazala značajnim negativnim prediktorom problematičnog korištenja Instagrama. Naime, očekivali smo kako će osobe niže na ovoj dimenziji postizati više rezultate na skali problematičnog korištenja Instagrama. Takav su nalaz pokazali Kircaburun i suradnici (2020), u čijem je istraživanju introverzija bila značajan prediktor problematičnog korištenja društvenih mreža. Naime, iako se pokazalo kako ekstrovertirane osobe objavljuju veći broj objava na Instagramu (Moore i Craciun, 2021) te češće *lajkaju* i komentiraju tuđe *selfije* (Choi i sur., 2017), introverti su ipak bili skloniji iskazivati problematično korištenje društvenih mreža (Kircaburun i sur., 2020). Razlog tome može biti taj što je introverzija povezana s većom usamljenošću (Cheng i Furnham 2002; prema Kircaburun i sur., 2020) te nižim samopouzdanjem (Erdle i sur., 2009; prema Kircaburun i sur., 2020), pa su takvi pojedinci možda nadoknađivali potrebu za

drugima tako što su bili prekomjerno aktivni na društvenim mrežama. No, u našem se istraživanju nije pokazao ovakav odnos, što može biti posljedica činjenice da ekstrovertirani pojedinci koriste društvene mreže kako bi dodatno ojačali postojeća prijateljstva, dok ih introverti koriste da bi nadomjestili manjak odnosa u realnom svijetu. Drugim riječima, i jedni i drugi imaju jednako snažne motive za korištenje Instagrama, iako se oni razlikuju u svojoj srži (Kircaburun i Griffiths, 2018). Nadalje, ovi su istraživači također pronašli da samosviđanje objašnjava vezu između ekstraverzije i problematičnog korištenja Instagrama. To nam govori kako se problematično korištenje Instagrama može posredno objasniti i smanjenim samosviđanjem, a ne samo ekstraverzijom (Kircaburun i Griffiths, 2018). Povrh navedenog, valja se osvrnuti i na pandemiju kao kontekst u kojem su podaci prikupljeni. Naime, prema hipotezi jakih i slabih situacija (Mischel, 1977), pandemiju korona virusa možemo okarakterizirati kao jaku situaciju, što znači da će kod pojedinaca, neovisno o njihovim osobinama ličnosti, pobuditi određeni sklop ponašanja. Točnije, prema uputama, izbjegavat će druženja i izlaske, a kako bi ipak zadovoljili potrebu za povezanošću – pribjegavat će većoj prisutnosti na društvenim mrežama. Dakle, moguće je da će u tako jakoj situaciji biti manje presudno gdje se netko nalazi na dimenziji ekstraverzije, a veću ulogu će igrati okolinski čimbenici.

Savjesnost

Kao što je bilo očekivano, savjesnost je imala statistički značajan negativni doprinos u objašnjenju problematičnog korištenja Instagrama. Međutim, u zadnjem koraku regresije prestala je biti značajna, što možemo objasniti medijacijskim utjecajem FOMO-a. Takav nalaz odstupa od onog kojeg su dobili Moore i Craciun (2021), kod kojih se savjesnost pokazala značajnim prediktorom tendencije ka ovisnosti o društvenim mrežama, čak i kad su u posljednjem koraku dodali FOMO. Općenito, ovakvu smo vezu očekivali jer je karakteristika savjesnih pojedinaca da posjeduju veću samokontrolu i odgovornost, pa tako i u ponašanju na internetu (Rakić-Bajić i Hedrih, 2012). Također, savjesni pojedinci su, prilikom izloženosti stresorima, skloniji koristiti adaptivne strategije suočavanja kao što su usmjerenost na problem te traženje podrške u okolini (Penley i Tomaka, 2002; prema Marengo i sur., 2020). Stoga je pretpostavka da društvene mreže jednostavno nisu rješenje

za kojim posežu jer bijeg od problema nije način na koji se preferiraju suočavati s teškoćama. Brojna dosadašnja istraživanja to su i potvrdila, štoviše, recentna metaanaliza Marengo i suradnika (2020) kao jedan od najrobusnijih nalaza ističe upravo negativnu vezu savjesnosti i problematičnog korištenja pametnih uređaja. No, u našem slučaju, činjenica da se standardizirani regresijski koeficijent (β) za savjesnost smanjio te prestao biti statistički značajan nakon što smo u analizu dodali FOMO, sugerira da bi veza savjesnosti i problematičnog korištenja Instagrama mogla biti potpuno ostvarena preko FOMO-a kao medijatora. Drugim riječima, osobe koje postižu niže rezultate na dimenziji savjesnosti, iskazivat će veći strah od propuštanja, a osobe koje osjećaju veći strah od propuštanja, u većoj će mjeri koristiti Instagram na problematičan način. Upravo su takav nalaz potvrdili Ruyandy i Kartasmita (2021), pokazavši da je savjesnost negativno povezana sa FOMO-om, a FOMO pozitivno povezan s problematičnim korištenjem interneta. Moguće objašnjenje je u tome da manje savjesni pojedinci imaju teškoće s regulacijom neugodnih emocija te da će zbog toga biti skloniji osjećati strah od propuštanja (Holmberg i sur., 2013; prema Ruyandy i Kartasmita, 2021). Strah od propuštanja će potom voditi ka češćem provjeravanju Instagrama, ne bi li to pomoglo otkloniti osjećaje straha.

Zadovoljstvo životom

Zadovoljstvo životom u prethodnim se istraživanjima pokazalo značajno negativno povezanim s problematičnim korištenjem društvenih mreža (Sahin, 2017; Longstreet i Brooks, 2017). Naime, smatra se kako manje zadovoljni pojedinci češće provode vrijeme na društvenim mrežama kako bi nadoknadili osjećaje nezadovoljstva i neispunjenosti (Demir i suradnici, 2015; prema Sahin, 2017). Kao i kod mnogih drugih ovisnosti, čini se da je možda upravo mogućnost bijega u neku drugačiju stvarnost ono što „pomaže“ u nošenju s nezadovoljstvom, što potom može biti povezano s problematičnim korištenjem Instagrama. Međutim, u našem istraživanju zadovoljstvo životom nije objasnilo dodatni udio varijance problematičnog korištenja Instagrama povrh varijabli dobi, roda te osobina ličnosti, a takav su nalaz dobili i Sheldon i suradnici (2021). Premda iz Tablice 1 možemo vidjeti kako je negativna korelacija zadovoljstva životom i problematičnog korištenja Instagrama statistički značajna uz 5% rizika, u hijerarhijskoj regresijskoj analizi zadovoljstvo životom se nije

pokazalo inkrementalno prediktivnim u objašnjenju problematičnog korištenja Instagrama. Ono što također možemo uočiti u Tablici 1 jesu statistički značajne umjerene povezanosti zadovoljstva životom i svih dimenzija ličnosti Pet-faktorskog modela, osim dimenzije otvorenosti. Ovakav podatak daje naslutiti da je zadovoljstvo životom objasnilo jednak dio varijance problematičnog korištenja Instagrama kao i ekstraverzija, ugodnost, savjesnost i neuroticizam. Dakle, budući da je zadovoljstvo životom uvedeno u analizu nakon osobina ličnosti, nije se imalo mogućnost pokazati značajnim prediktorom jer su osobine ličnosti već objasnile taj zajednički dio varijance kriterija. Nadalje, iako nisu istraživali konkretno vezu Instagrama i zadovoljstva životom, već druge društvene mreže, Hawi i Samaha (2016) su pokazali kako je medijator ove veze samopoštovanje, dok su Bozoglan i suradnici (2013) kao medijator istaknuli i usamljenost. Kersebaum i suradnici (2020) su pak pronašli medijacijski učinak FOMO-a. U svakom slučaju, valjalo bi u narednim istraživanjima uvrstiti i druge varijable kako bi se ispitaio njihov odnos.

Strah od propuštanja (FOMO)

U posljednjoj hipotezi očekivali smo da će strah od propuštanja (FOMO) objasniti značajnu proporciju varijance problematičnog korištenja Instagrama, povrh varijabli roda, dobi, osobina ličnosti te zadovoljstva životom te smo isto i potvrdili. Točnije, FOMO je objasnio dodatnih 8% varijance kriterija. Ovakav je nalaz u skladu s literaturom, gdje je također pronađeno da je FOMO značajan prediktor ovisnosti o Instagramu (Baker i suradnici, 2016; Sheldon i sur., 2021). Kao što je prethodno istaknuto, u objašnjenju ovog odnosa istraživači se često pozivaju na teoriju samodeterminacije, ističući kako FOMO proizlazi iz potrebe za povezanošću. Naime, ako nisu prisutni na društvenim mrežama, kod pojedinaca s izraženijim FOMO-om javlja se strah da bi mogli nešto važno propustiti, što može ugroziti njihov osjećaj pripadnosti (Conlin i suradnici, 2016; prema Sheldon i sur., 2021). Jednako tako, Moore i Craciun (2021) pokazali su kako su osobe koje su izvještavale o višoj razini doživljenog FOMO-a, pokazivale pozitivniji stav prema Instagramu, pratile više ljudi te iskazivale veće tendencije ka ovisnosti o društvenim mrežama. Na temelju naših i prethodnih nalaza, možemo zaključiti kako je FOMO zaista važan konstrukt kada govorimo o ponašanju ljudi na internetu te ga je samim time važno dalje istraživati. Općenito, osim što je FOMO

važan prediktor problematičnog ponašanja na internetu, iz naših nalaza možemo zaključiti da ga je važno proučavati upravo uz osobine ličnosti. Konkretno, u našim se rezultatima iskazala njegova medijacijska uloga u vezi između savjesnosti i problematičnog korištenja Instagrama, a bilo bi zanimljivo pobliže ispitati i njegovu ulogu u odnosu neuroticizma i problematičnog korištenja Instagrama. Naime, Rozgonjuk i suradnici (2019) potvrdili su kako osobe više na neuroticizmu iskazuju veću sklonost socijalnoj komparaciji, što je potom bilo povezano s pasivnim korištenjem Facebooka. Budući da FOMO zapravo počiva na socijalnoj komparaciji, očekivali bismo upravo ovakav nalaz u narednim istraživanjima.

Metodološka ograničenja i praktične implikacije

Jedno od metodoloških ograničenja ovog istraživanja jest način prikupljanja podataka. Točnije, podatke smo prikupljali metodom snježne grude putem Facebooka, što je rezultiralo dobno i rodno pristranim uzorkom. S druge strane, s obzirom na to da su upravo ženske, mlađe osobe populacija koja koristi Instagram, možemo ipak zaključiti kako smo zahvatili željeni uzorak. Nadalje, mogući problem prikupljanja podataka na Facebooku može biti činjenica da je cilj bio istražiti problematično korištenje Instagrama, a ne Facebooka. Naime, vjerojatno se dogodilo da 114 sudionika, koje smo morali isključiti radi nepotpunih odgovora na pitanja o Instagramu, nisu odgovorili upravo zato što niti ne koriste Instagram. Nažalost, nije bilo moguće dijeliti upitnik putem Instagrama, budući da je ta društvena mreža rezervirana za fotografije i videe, te smo bili svjesni da će to biti potencijalno ograničenje. Činjenica da su odgovori prikupljeni na Facebooku mogla je dovesti do pristranosti uzorka i u vidu toga da nismo zahvatili sudionike koji pokazuju izraženo problematično korištenje Instagrama. Štoviše, iz Tablice 1 možemo vidjeti kako je prosječna vrijednost na ovoj skali iznosila 1.89, a dominantna vrijednost bila je 1, što nam govori da naši sudionici ne koriste Instagram problematično. No, moguće je i da su na pitanja odgovarali socijalno poželjno, kako na ovoj skali, tako i na skalama zadovoljstva životom, straha od propuštanja te na upitniku ličnosti. Naime, sve su ove skale samoprocjene pa je moguće da su na svima sudionici odgovarali donekle pristrano. Nadalje, što se tiče mjere zadovoljstva životom,

moguće je da bi mjera subjektivne dobrobiti, kao nadređenog konstrukta, objasnila veći udio varijance problematičnog korištenja Instagrama. Točnije, možda je ipak afektivna komponenta subjektivne dobrobiti ključna u objašnjenju našeg kriterija. Naime, afektivna komponenta operacionalizira se kao omjer doživljenih ugodnih (pozitivni afekt) i neugodnih (negativni afekt) emocija (Myers i Diener, 1995), a moguće je da su svakodnevne emocije ključne za razvoj problematičnog ponašanja na Instagramu. Konkretno, u tom bismo slučaju očekivali da će osobe koje postižu niže rezultate na skali pozitivnog afekta, a više na skali negativnog, pokazivati više rezultate na mjeri problematičnog korištenja Instagrama. Sličan nalaz pronašli su Senol-Duraka i Duraka (2011), pokazavši da je zadovoljstvo životom medijator između afektivnih komponenti subjektivne dobrobiti s jedne strane te kognicija koje upućuju na problematično korištenje interneta, s druge strane. Sukladno tome, valjalo bi u budućim istraživanjima uključiti i preostale komponente subjektivne dobrobiti. Naposljetku, valja spomenuti kako je generalizacija zaključaka otežana zbog konteksta pandemije u kojem su podaci prikupljeni te ne možemo znati bi li se jednaki odnosi pokazali i nakon završetka ove krize. No, s druge strane, specifičnost situacije u kojoj se istraživanje provelo može biti i prednost. Naime, činjenica je da smo i dalje suočeni s pandemijom korona virusa i neizvjesno je koliko će još potrajati te je stoga važno saznati koje su to odrednice problematičnog ponašanja na internetu kako bismo na iste reagirali. U svakom slučaju, bilo bi zanimljivo provesti longitudinalno istraživanje koje bi pratilo sudionike i nakon završetka pandemije, na temelju čega bismo mogli govoriti o ulozi same pandemije u objašnjenju povezanost ispitivanih varijabli.

Dobiveni nalazi mogu biti od koristi u prevenciji razvoja problematičnog korištenja Instagrama. Konkretno, naši rezultati ukazuju na značajne predisponirajuće faktore problematičnog korištenja Instagrama i time pomažu otkriti ranjive skupine, a to su mlađe osobe, ženskog roda, osobe više na neuroticizmu, niže na savjesnosti te osobe koje osjećaju veći strah od propuštanja. Upravo je prevencija izuzetno važna kako bi se spriječile moguće štetne posljedice. Primjerice, Hou i suradnici (2019) su, nakon utvrđivanja negativne povezanosti između ovisnosti o društvenim mrežama i mentalnog zdravlja te akademskog uspjeha kod studenata, odlučili osmisliti intervenciju. Pritom su se vodili postavkama

kognitivno-bihevioralnog modela, koji smatra da su kognitivne distorzije ključni uzrok prekomjernog korištenja interneta (Davis, 2001; prema Hou i sur., 2019). Njihova je intervencija uključivala korištenje različitih tehnika, a uz pomoć 2x2 eksperimentalnog nacrt, utvrdili su kako je, u drugoj točki mjerenja, u odnosu na prvu, došlo do smanjenja vremena provedenog na društvenim mrežama te povećanja rezultata na skali mentalnog zdravlja, a ta je razlika bila statistički značajno veća kod skupine koja je pristupovala intervenciji. No, osim za eventualne buduće intervencije, naše istraživanje može dati smjernice za neka buduća istraživanja na ovom planu, imajući na umu važnost ličnosti te straha od propuštanja.

Zaključak

Ovim smo istraživanjem htjeli ispitati mogućnost previđanja problematičnog korištenja Instagrama na temelju dimenzija ličnosti Pet-faktorskog modela, zadovoljstva životom te straha od propuštanja (FOMO). Utvrđeno je kako dimenzije ličnosti objašnjavaju statistički značajan udio varijance kriterija, pri čemu su značajni prediktori bili neuroticizam u pozitivnom smjeru te savjesnost u negativnom smjeru. Nadalje, zadovoljstvo životom nije objasnilo značajan udio varijance kriterija povrh osobina ličnosti. U posljednjem koraku, strah od propuštanja (FOMO) pokazao se inkrementalno prediktivnim u objašnjenju problematičnog korištenja Instagrama, u pozitivnom smjeru. Međutim, dodavanjem FOMO-a, značajnost savjesnosti kao prediktora problematičnog korištenja Instagrama se izgubila, što daje naslutiti da je FOMO medijator ove veze. Naposljetku, možemo zaključiti kako su osobe koje postižu više rezultate na dimenziji neuroticizma te osobe koje izvještavaju o većem strahu od propuštanja, sklonije izvještavati i o većim razinama problematičnog korištenja Instagrama, dok bi u daljnjim istraživanjima valjalo ispitati medijacijski utjecaj straha od propuštanja na povezanost savjesnosti i problematičnog korištenja Instagrama.

Literatura

- Amichai-Hamburger, Y., i Vinitzky, G. (2010). Social network use and personality. *Computers in human behavior*, 26(6), 1289-1295. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.03.018>
- Anglim, J., i Horwood, S. (2021). Effect of the COVID-19 pandemic and big five personality on subjective and psychological well-being. *Social Psychological and Personality Science*, 12(8), 1527-1537. <https://doi.org/10.1177/1948550620983047>
- Arbona (2018). Hashtagovi: 5 razloga zašto ih morate imati u svakoj marketinškoj kampanji! #HashtagInLoveMarketing. <https://www.arbona.hr/blog/drustveni-marketing/hashtagovi-5-razloga-zasto-ih-morate-imati-u-svakoj-marketinskoj-kampanji-hashtaginlovemarketing/1757>
- Auxier, B., i Anderson, M. (2021). *Social media use in 2021*. Pew Research Center.
- Baker, Z. G., Krieger, H. i LeRoy, A. S. (2016). Fear of Missing Out: Relationships With Depression, Mindfulness, and Physical Symptoms. *Translational Issues in Psychological Science*, 2(3), 275–282. <https://doi.org/10.1037/tps0000075>
- Beyens, I., Frison, E., i Eggermont, S. (2016). “I don’t want to miss a thing”: Adolescents’ fear of missing out and its relationship to adolescents’ social needs, Facebook use, and Facebook related stress. *Computers in Human Behavior*, 64, 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.083>
- Blackwell, D., Leaman, C., Trampusch, R., Osborne, C., i Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences*, 116, 69-72. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.039>
- Bozoglan, B., Demirer, V., i Sahin, I. (2013). Loneliness, self-esteem, and life satisfaction as predictors of Internet addiction: A cross-sectional study among Turkish university students. *Scandinavian journal of psychology*, 54(4), 313-319. <http://dx.doi.org/10.1111/sjop.12049>

- Brand, M., Young, K. S., Laier, C., Wölfling, K., i Potenza, M. N. (2016). Integrating psychological and neurobiological considerations regarding the development and maintenance of specific Internet-use disorders: An Interaction of Person-Affect-Cognition-Execution (I-PACE) model. *Neuroscience and biobehavioral reviews*, 71, 252–266. <https://doi.org/10.1016/j.neubiorev.2016.08.033>
- Brand, M., Wegmann, E., Stark, R., Müller, A., Wölfling, K., Robbins, T. W., i Potenza, M. N. (2019). The Interaction of Person-Affect-Cognition-Execution (I-PACE) model for addictive behaviors: Update, generalization to addictive behaviors beyond internet-use disorders, and specification of the process character of addictive behaviors. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 104, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.neubiorev.2019.06.032>
- Bratko, D. i Sabol, J. (2006). Osobine ličnosti i osnovne psihološke potrebe kao prediktori zadovoljstva životom: rezultati on-line istraživanja. *Društvena Istraživanja: Časopis za Opća Društvena Pitanja*, 15(4-5 (84-85)), 693-711.
- Buglass, S. L., Binder, J. F., Betts, L. R., i Underwood, J. D. (2017). Motivators of online vulnerability: The impact of social network site use and FOMO. *Computers in Human Behavior*, 66, 248-255. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.055>
- Bulut Serin, N. (2011). An Examination of Predictor Variables for Problematic Internet Use. *Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET*, 10(3), 54-62.
- Burgin, V. (2011). Kako gledamo fotografije. *Život umjetnosti*, 89 (2), 104-109.
- Çelik, Ç. B., i Odacı, H. (2013). The relationship between problematic internet use and interpersonal cognitive distortions and life satisfaction in university students. *Children and Youth Services Review*, 35(3), 505-508. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2013.01.001>
- Choi, T. R., Sung, Y., Lee, J. A., i Choi, S. M. (2017). Get behind my selfies: the Big Five traits and social networking behaviors through selfies. *Personality and Individual Differences*, 109, 98–101. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.12.057>

- Cohen, J. (1992). A power primer. *Psychological bulletin*, 112(1), 155. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.112.1.155>
- Correa, T., Hinsley, A. W., i De Zuniga, H. G. (2010). Who interacts on the Web?: The intersection of users' personality and social media use. *Computers in human behavior*, 26(2), 247-253. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.09.003>
- Costa, P. T. i McCrae, R. R. (1992). Normal personality assessment in clinical practice: The NEO Personality Inventory. *Psychological Assessment*, 4(1), 5–13. <https://doi.org/10.1037/1040-3590.4.1.5>
- Diener, E. D., Emmons, R. A., Larsen, R. J. i Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71-75. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa4901_13
- Diener, Ed., Heintzelman, S., Kushlev, K., Tay, L., Wirtz, D., Lutes, L. i Oishi, S. (2017). Findings All Psychologists Should Know From the New Science on Subjective Well-Being. *Canadian Psychology/Psychologie canadienne*, 58(2), 87–104. <https://doi.org/10.1037/cap0000063>
- Diener, E., Oishi, S. i Tay, L. (2018). Advances in subjective well-being research. *Nature Human Behaviour*, 2, 253–260. <https://doi.org/10.1038/s41562-018-0307-6>
- Etemadian, N. (2021). *Do Personality Traits Affect Individuals' Social Media Use, Their Life Satisfaction and Levels of Connectedness to Others?* (Doctoral dissertation, The Chicago School of Professional Psychology).
- Fernandes, B., Biswas, U. N., Mansukhani, R. T., Casarín, A. V., i Essau, C. A. (2020). The impact of COVID-19 lockdown on internet use and escapism in adolescents. *Revista de psicología clínica con niños y adolescentes*, 7(3), 59-65. <https://doi.org/10.21134/rpcna.2020.mon.2056>
- Franchina, V., Vanden Abeele, M., Van Rooij, A. J., Lo Coco, G., i De Marez, L. (2018). Fear of missing out as a predictor of problematic social media use and phubbing

- behavior among Flemish adolescents. *International journal of environmental research and public health*, 15(10), 2319. <https://doi.org/10.3390/ijerph15102319>
- Ghasemi, A., i Zahediasl, S. (2012). Normality tests for statistical analysis: a guide for non-statisticians. *International journal of endocrinology and metabolism*, 10(2), 486. <https://dx.doi.org/10.5812%2Fijem.3505>
- Griffiths, M. (2000). Internet addiction-time to be taken seriously?. *Addiction research*, 8(5), 413-418. <http://dx.doi.org/10.3109/16066350009005587>
- Hawi, N. S., i Samaha, M. (2017). The relations among social media addiction, self-esteem, and life satisfaction in university students. *Social Science Computer Review*, 35(5), 576-586. <https://doi.org/10.1177/0894439316660340>
- Hou, Y., Xiong, D., Jiang, T., Song, L., i Wang, Q. (2019). Social media addiction: Its impact, mediation, and intervention. *Cyberpsychology: Journal of psychosocial research on cyberspace*, 13(1). <https://doi.org/10.5817/CP2019-1-4>
- Hughes, D. J., Rowe, M., Batey, M., i Lee, A. (2012). A tale of two sites: Twitter vs. Facebook and the personality predictors of social media usage. *Computers in Human Behavior*, 28(2), 561–569. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.11.001>
- Hwang, H. S. (2017). The Influence of personality traits on the Facebook Addiction. *KSII Transactions on Internet and Information Systems (TIIS)*, 11(2), 1032-1042. <http://dx.doi.org/10.3837/tiis.2017.02.022>
- John, O. P., Naumann, L. P. i Soto, C. J. (2008). Paradigm Shift to the Integrative BigFive Trait Taxonomy: History, Measurement, and Conceptual Issues. *Handbook of personality: Theory and research*. 114-158, New York, NY: Guilford Press.
- Kardum, I., Gračanin, A. i Hudek-Knežević, J. (2006). Odnos crta ličnosti i stilova privrženosti s različitim aspektima seksualnosti kod žena i muškaraca. *Psihologijske teme*, 15, 101-128.

- Kayış, A. R., Satıcı, S. A., Yılmaz, M. F., Şimşek, D., Ceyhan, E., i Bakıoğlu, F. (2016). Big five-personality trait and internet addiction: A meta-analytic review. *Computers in Human Behavior*, 63, 35-40. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.012>
- Kersebaum, P. (2020). Instagram and Life-satisfaction: does fear of missing out act as a mediator in the relationship between Instagram use and Life-satisfaction of young adults? (*Bachelor's thesis, University of Twente*).
- Kim, Y.; Jeong, J. S. (2015). *Personality predictors for the use of multiple internet functions. Internet Research*, 25(3), 399–415. doi:10.1108/IntR-11-2013-0250
- Király, O., Griffiths, M. D., Urbán, R., Farkas, J., Kökönyei, G., Elekes, Z., Tamás, D., & Demetrovics, Z. (2014). Problematic internet use and problematic online gaming are not the same: findings from a large nationally representative adolescent sample. *Cyberpsychology, behavior and social networking*, 17(12), 749–754. <https://doi.org/10.1089/cyber.2014.0475>
- Kircaburun, K. (2016). Self-Esteem, Daily Internet Use and Social Media Addiction as Predictors of Depression among Turkish Adolescents. *Journal of Education and Practice*, 7(24), 64-72.
- Kircaburun, K., i Griffiths, M. D. (2018). Instagram addiction and the Big Five of personality: The mediating role of self-liking. *Journal of Behavioral Addictions*, 7(1), 158–170. <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.15>
- Kircaburun, K., Kokkinos, C. M., Demetrovics, Z., Király, O., Griffiths, M. D., i Çolak, T. S. (2019). Problematic online behaviors among adolescents and emerging adults: Associations between cyberbullying perpetration, problematic social media use, and psychosocial factors. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 17(4), 891-908. <https://doi.org/10.1007/s11469-018-9894-8>
- Kircaburun, K., Alhabash, S., Tosuntaş, Ş. B., i Griffiths, M. D. (2020). Uses and gratifications of problematic social media use among university students: A simultaneous examination of the Big Five of personality traits, social media

- platforms, and social media use motives. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 18(3), 525-547. <https://doi.org/10.1007/s11469-018-9940-6>
- Koporčić, M., i Ručević, S. (2018). Odnos osobina ličnosti, tipova usamljenosti i ovisnosti o internetu. *Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, 24(2), 69-90.
- Kuss, D. J., i Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction—a review of the psychological literature. *International journal of environmental research and public health*, 8(9), 3528-3552. <https://doi.org/10.3390/ijerph8093528>
- Kuss, D. J., Griffiths, M. D., i Binder, J. F. (2013). Internet addiction in students: Prevalence and risk factors. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 959-966. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.12.024>
- Kuss, D. J., i Griffiths, M. D. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International journal of environmental research and public health*, 14(3), 311. <https://doi.org/10.3390/ijerph14030311>
- Lachmann, B., Sindermann, C., Sariyska, R. Y., Luo, R., Melchers, M. C., Becker, B., ... i Montag, C. (2018). The role of empathy and life satisfaction in internet and smartphone use disorder. *Frontiers in Psychology*, 9, 398. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00398>
- Landers, R. N., i Lounsbury, J. W. (2006). An investigation of Big Five and narrow personality traits in relation to Internet usage. *Computers in Human Behavior*, 22(2), 283–293. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2004.06.001>
- Larsen, R. J. i Buss, D. M. (2005). *Psihologija ličnosti*. Jastrebarsko: Naklada Slap.
- Longstreet, P., i Brooks, S. (2017). Life satisfaction: A key to managing internet & social media addiction. *Technology in Society*, 50, 73-77. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2017.05.003>

- Lup, K., Trub, L., i Rosenthal, L. (2015). Instagram# instasad?: exploring associations among instagram use, depressive symptoms, negative social comparison, and strangers followed. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(5), 247-252. <https://doi.org/10.1089/cyber.2014.0560>
- Macur, M., Király, O., Maraz, A., Nagygyörgy, K., i Demetrovics, Z. (2016). Prevalence of problematic internet use in Slovenia. *Slovenian Journal of Public Health*, 55(3), 202.
- Marengo, D., Poletti, I., i Settanni, M. (2020). The interplay between neuroticism, extraversion, and social media addiction in young adult Facebook users: Testing the mediating role of online activity using objective data. *Addictive behaviors*, 102, 106150. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2019.106150>
- Marttila, E., Koivula, A., i Räsänen, P. (2021). Does excessive social media use decrease subjective well-being? A longitudinal analysis of the relationship between problematic use, loneliness and life satisfaction. *Telematics and Informatics*, 59, 101556. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101556>
- McCrae, R. R., i Costa, P. T. (1987). Validation of the five-factor model of personality across instruments and observers. *Journal of personality and social psychology*, 52(1), 81. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.52.1.81>
- McCrae, R. R., i Costa Jr, P. T. (1994). The stability of personality: Observations and evaluations. *Current directions in psychological science*, 3(6), 173-175. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.ep10770693>
- Mischel, W. (1979). On the interface of cognition and personality: Beyond the person-situation debate. *American Psychologist*, 34(9), 740-754. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.34.9.740>
- Moore, K., i Craciun, G. (2021). Fear of Missing Out and Personality as Predictors of Social Networking Sites Usage: The Instagram Case. *Psychological Reports*, 124(4), 1761-1787. <https://doi.org/10.1177/0033294120936184>

- Montag, C., Lachmann, B., Herrlich, M., i Zweig, K. (2019). Addictive features of social media/messenger platforms and freemium games against the background of psychological and economic theories. *International journal of environmental research and public health*, 16(14), 2612. <https://doi.org/10.3390/ijerph16142612>
- Myers, D. G., i Diener, E. (1995). Who is happy?. *Psychological science*, 6(1), 10-19. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.1995.tb00298.x>
- NapoleonCat (2021). *Instagram users in Croatia*. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-croatia/2021/07/>
- Pavot, W. i Diener, E. (1993). Review of the satisfaction with life scale. *Psychological Assessment*, 5(2): 164-172. <https://doi.org/10.1037/1040-3590.5.2.164>
- Petz, B., Kolesarić, V., i Ivanec, D. (2012). Petzova statistika. *Osnovne statističke metode za nematematičare*. Jastrebarsko: Naklada Slap.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., i Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in human behavior*, 29(4), 1841-1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Rakić-Bajić, G. i Hedrih, V. (2012). Prekomjerna upotreba interneta, zadovoljstvo životom i osobine ličnosti. *Suvremena psihologija*, 15 (1), 119-130.
- Reyes, M. E. S., Marasigan, J. P., Gonzales, H. J. Q., Hernandez, K. L. M., Medios, M. A. O., i Cayubit, R. F. O. (2018). Fear of missing out and its link with social media and problematic internet use among Filipinos. *North American Journal of Psychology*, 20(3).
- Rozgonjuk, D., Ryan, T., Kuljus, J. K., Täht, K., i Scott, G. G. (2019). Social comparison orientation mediates the relationship between neuroticism and passive Facebook use. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 13(1). <https://doi.org/10.5817/CP2019-1-2>

- Ruyandy, R., i Kartasasmita, S. (2021, August). The Effect of FoMO as a Mediator of Big-Five Personality Relationship with Problematic Internet Use Among Emerging Adulthood. In *International Conference on Economics, Business, Social, and Humanities (ICEBSH 2021)* (pp. 356-364). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210805.058>
- Ryan, R. M., i Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American psychologist*, 55(1), 68. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.68>
- Ryan, T., i Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage. *Computers in human behavior*, 27(5), 1658-1664. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.02.004>
- Sahin, C. (2017). The Predictive Level of Social Media Addiction for Life Satisfaction: A Study on University Students. *Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET*, 16(4), 120-125.
- Senol-Durak, E., i Durak, M. (2011). The mediator roles of life satisfaction and self-esteem between the affective components of psychological well-being and the cognitive symptoms of problematic Internet use. *Social Indicators Research*, 103(1), 23-32. <https://doi.org/10.1007/s11205-010-9694-4>
- Sheldon, P., i Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, 58, 89-97. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.059>
- Sheldon, P., Antony, M. G., i Sykes, B. (2021). Predictors of problematic social media use: personality and life-position indicators. *Psychological Reports*, 124(3), 1110-1133. <https://doi.org/10.1177/0033294120934706>
- Sindermann, C., Elhai, J. D., i Montag, C. (2020). Predicting tendencies towards the disordered use of Facebook's social media platforms: On the role of personality,

- impulsivity, and social anxiety. *Psychiatry Research*, 285, 112793.
<https://doi.org/10.1016/j.psychres.2020.112793>
- Stead, H., i Bibby, P. A. (2017). Personality, fear of missing out and problematic internet use and their relationship to subjective well-being. *Computers in Human Behavior*, 76, 534-540. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.08.016>
- Trifiro, B.M. (2018). Instagram Use and It's Effect on Well-Being and Self-Esteem.
- Van Rooij, A., i Prause, N. (2014). A critical review of “Internet addiction” criteria with suggestions for the future. *Journal of behavioral addictions*, 3(4), 203-213.
<https://doi.org/10.1556/jba.3.2014.4.1>
- Verduyn, P., Ybarra, O., Résibois, M., Jonides, J., i Kross, E. (2017). Do social network sites enhance or undermine subjective well-being? A critical review. *Social Issues and Policy Review*, 11(1), 274–302. <https://doi.org/10.1111/sipr.12033>
- Wang, C. W., Ho, R. T., Chan, C. L., i Tse, S. (2015). Exploring personality characteristics of Chinese adolescents with internet-related addictive behaviors: Trait differences for gaming addiction and social networking addiction. *Addictive behaviors*, 42, 32-35.
<https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2014.10.039>
- Wang, Jin-Liang; Jackson, Linda A.; Zhang, Da-Jun; Su, Zhi-Qiang (2012). The relationships among the Big Five Personality factors, self-esteem, narcissism, and sensation-seeking to Chinese University students’ uses of social networking sites (SNSs). *Computers in Human Behavior*, 28(6), 2313–2319.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.07.001>
- Wilson, R. E., Harris, K., i Vazire, S. (2015). Personality and friendship satisfaction in daily life: Do everyday social interactions account for individual differences in friendship satisfaction? *European Journal of Personality*, 29(2), 173-186.
<https://doi.org/10.1002/per.1996>

Xanidis, N., i Brignell, C. M. (2016). The association between the use of social network sites, sleep quality and cognitive function during the day. *Computers in Human Behavior*, 55(Part A), 121–126. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.004>

Young, K. S. (2004). Internet addiction: A new clinical phenomenon and its consequences. *American behavioral scientist*, 48(4), 402-415. <https://doi.org/10.1177/0002764204270278>

PRILOZI

Prilog A

Tablica 4

Prikaz demografske strukture uzorka (N=296)

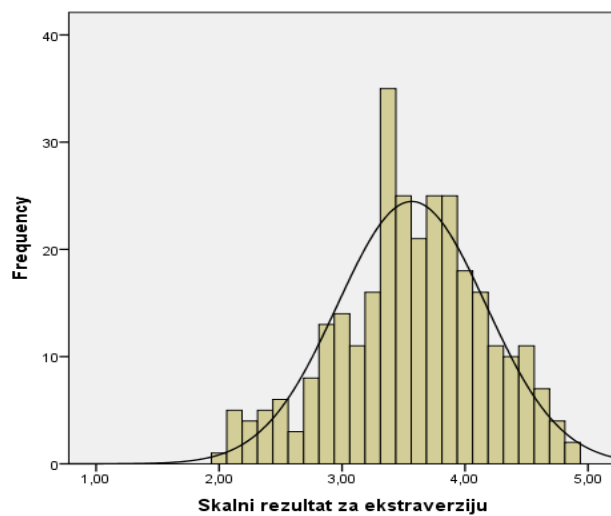
| | | <i>N</i> | <i>%</i> |
|------------------|--|----------|----------|
| Rod | Muškarci | 66 | 22.3 |
| | Žene | 230 | 77.7 |
| Veličina mjesta | Veliki grad (više od 500 000 stanovnika) | 97 | 32.8 |
| | Grad (do 500 000 stanovnika) | 85 | 28.7 |
| | Manji grad (do 100 000 stanovnika) | 41 | 13.9 |
| | Manje mjesto (do 10 000 stanovnika) | 33 | 11.1 |
| | Selo | 40 | 13.5 |
| Radni status | Student/ica | 129 | 43.6 |
| | Zaposlen/a | 139 | 47 |
| | Nezaposlen/a | 24 | 8.1 |
| | U mirovini | 4 | 1.4 |
| Obrazovanje | Osnovna škola | 1 | .30 |
| | Srednja škola | 96 | 32.4 |
| | Preddiplomski studij/VŠS | 109 | 36.8 |
| | Diplomski studij/VSS | 83 | 28 |
| | Poslijediplomski studij | 7 | 2.4 |
| Životni standard | Znatno ispod prosjeka | 1 | .30 |
| | Ispod prosjeka | 23 | 7.8 |
| | Prosječan | 159 | 53.7 |
| | Iznad prosjeka | 103 | 34.8 |
| | Znatno iznad prosjeka | 10 | 3.4 |
| Ljubavni status | Nisam u vezi | 94 | 31.8 |
| | U vezi | 102 | 34.5 |
| | U braku | 72 | 24.3 |
| | Rastavljen/a | 12 | 4.1 |
| | Udovac/udovica | 2 | .70 |
| | U izvanbračnoj zajednici | 12 | 4.1 |
| | Drugo | 2 | .70 |

Prilog B

Histogrami distribucija rezultata na upitnicima korištenim u istraživanju

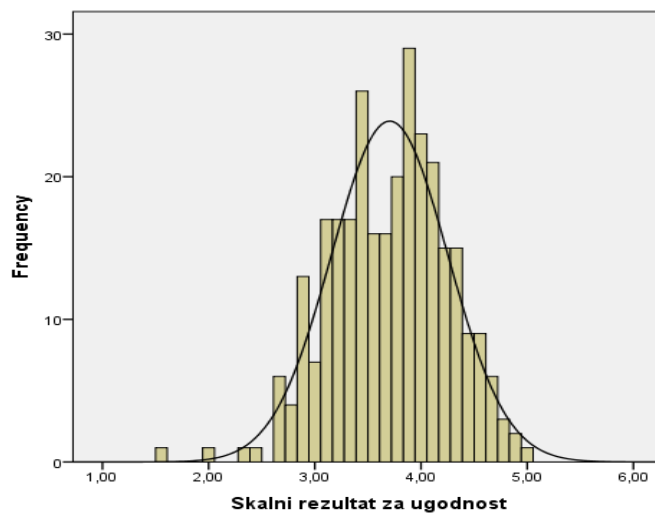
Slika 1

Histogram distribucija rezultata na upitniku ličnosti BFI za dimenziju ekstraverzije s linijom normalne distribucije (N=296)



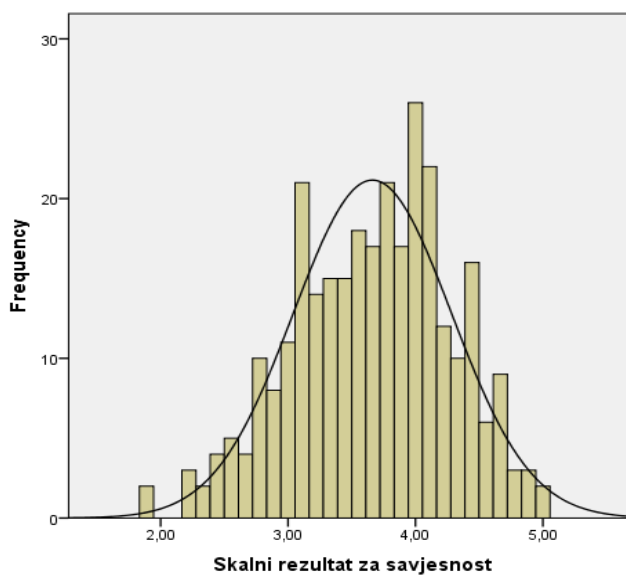
Slika 2

Histogram distribucija rezultata na upitniku ličnosti BFI za dimenziju ugodnosti s linijom normalne distribucije (N=296)



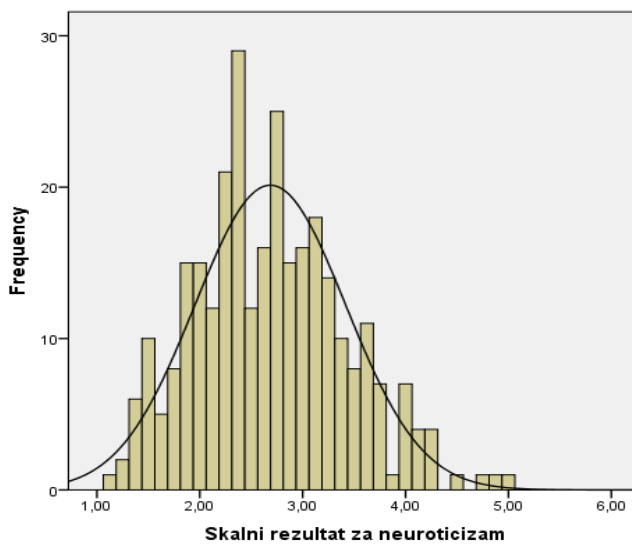
Slika 3

Histogram distribucija rezultata na upitniku ličnosti BFI za dimenziju savjesnosti s linijom normalne distribucije (N=296)



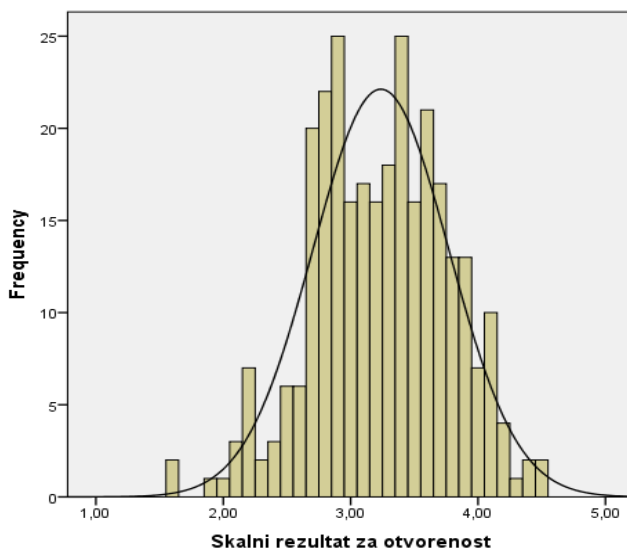
Slika 4

Histogram distribucija rezultata na upitniku ličnosti BFI za dimenziju neuroticizma s linijom normalne distribucije (N=296)



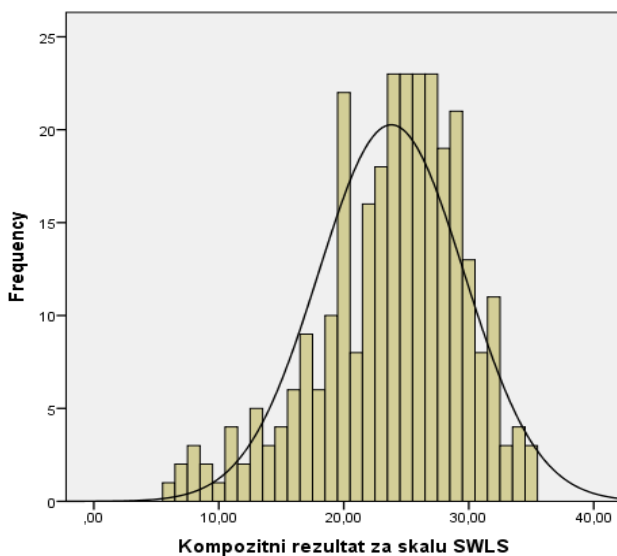
Slika 5

Histogram distribucija rezultata na upitniku ličnosti BFI za dimenziju otvorenosti s linijom normalne distribucije (N=296)



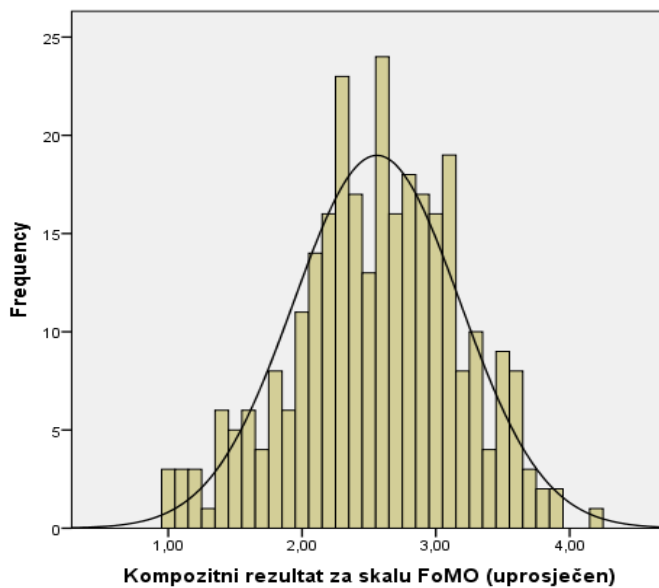
Slika 6

Histogram distribucija rezultata na Skali zadovoljstva životom (SWLS) s linijom normalne distribucije (N=296)



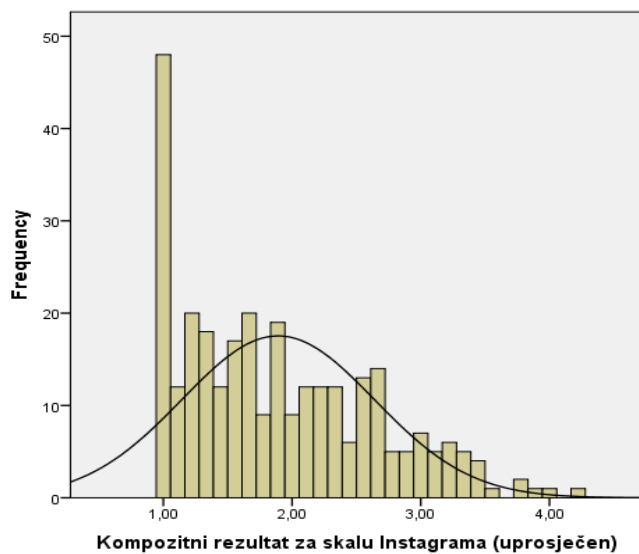
Slika 7

Histogram distribucija rezultata na Upitniku straha od propuštanja (FOMO) s linijom normalne distribucije (N=296)



Slika 8

Histogram distribucija rezultata na Upitniku problematičnog korištenja Instagrama s linijom normalne distribucije (N=296)



Slika 9

Histogram distribucija rezidualnih rezultata na Upitniku problematičnog korištenja Instagrama s linijom normalne distribucije (N=296)

