

MENTALNO ZDRAVLJE U ZAJEDNICI

Tematski zbornik radova

Studentski kulturni centar Niš, 2017.

Tematski zbornik radova „Mentalno zdravlje u zajednici“

MENTALNO ZDRAVLJE U ZAJEDNICI

Tematski zbornik radova

Prvo izdanje, Niš 2017.

REDAKCIJA ZBORNIKA: prof. dr Zvezdan Arsić, doc. dr Bijana Jaredić, doc. dr Jelena Davidović-Rakić, doc. dr Olivera Radović (Univerzitet u Prištini sa privremenim sedištem u Kosovskoj Mitrovici, Filozofski fakultet), **doc. dr Kristina Ranđelović, doc. dr Jelena Opsenica Kostić, prof. dr Nebojša Milićević** (Filozofski fakultet Univerziteta u Nišu)

Recenzenti:

doc. dr Dušan Todorović
doc. dr Milica Mitrović
doc. dr Dušan Ranđelović

Izdavač:

Studentski kulturni centar Niš

Za izdavača:

Dragana Petković, direktor

Saizdavač:

Filozofski fakultet Univerziteta u Nišu

Urednik:

Aleksandar Blagojević

Urednik izdanja:

prof. dr Bojana Dimitrijević

Tehnički urednik:

Milica Ognjanović

Tiraž:

100

Štampa:

Medivest KT, Niš

ISBN 978-86-7757-241-9

Kristina Milević⁴

Aleksandra Marković

Psihološko savetovalište za studente Studentskog kulturnog centra Niš

Nada Dimitrijević

Univerzitet u Nišu, Filozofski fakultet, Departman za psihologiju

OSOBINE LIČNOSTI I PSIHOSOCIJALNI ASPEKTI UPOTREBE FACEBOOK-A: RUŽNA LICA FACEBOOK-A

Rezime

Facebook je virtuelna društvena mreža koja je od jednog zatvorenog sistema komuniciranja postala deo naše svakodnevnice, što je rezultiralo pozitivnim, ali i negativnim efektima. Cilj istraživanja bilo je ispitivanje da li se na osnovu osobina ličnosti mogu predvideti određeni oblici ponašanja na Facebook-u. Istraživanje je sprovedeno na uzorku od 200 ispitanika starosti od 18 do 55 godina (najveći broj ispitanika star je 22 godine). Osobine ličnosti ispitivane su upitnikom Velikih pet plus dva, dok su za ispitivanje različitih aspekata ponašanja na Facebook-u korišćene PSAFU skala i skala Facebook ljubomore.

Rezultati pokazuju da na poduzorcima muškaraca i žena postoji statistički značajna razlika na dimenzijama PSAFU skale Zavisnost u korist žena (srednja vrednost kod žena 2,725; kod muškaraca 2,418; $p < 0,05$) i Socijalizacija u korist muškaraca (prosečni rang kod muškaraca 110,78; kod žena 91,75; $p < 0,05$), ali da takve razlike nema u pogledu izraženosti Facebook ljubomore. Između ispitanika koji nemaju partnera i onih koji su u vezi ili braku postoji statistički značajna razlika u pogledu Socijalizacije na Facebook-u (prosečni rang ispitanika bez partnera je 108,50; kod ispitanika koji imaju partnera 91,65; $p < 0,05$) i izraženosti Facebook ljubomore (prosečni rang ispitanika bez partnera 108,75; a ispitanika koji imaju partnera 88,10; $p < 0,05$). Regresiona analiza pokazuje da su prediktori Kompenzatorne upotrebe Facebook-a osobine ličnosti Agresivnost ($\beta = -0,17$), Neuroticizam ($\beta = 0,33$), Negativna valenca ($\beta = 0,27$), Otvorenost ($\beta = -0,24$) i Pozitivna valenca ($\beta = 0,24$). Prediktori dimenzije Samoprezentacije na Facebook-u su Neuroticizam ($\beta = 0,27$), Pozitivna ($\beta = 0,18$) i Negativna valenca ($\beta = 0,25$). Kao prediktori Socijalizacije na Facebook-u istakle su se osobine Neuroticizam ($\beta = 0,25$), Negativna ($\beta = 0,22$) i Pozitivna valenca ($\beta = 0,16$). Prediktori Zavisnosti na Facebook-u su pol ($\beta = 0,18$) i osobine Ekstraverzija ($\beta = 0,23$), Neuroticizam ($\beta = 0,27$) i Pozitivna valenca ($\beta = 0,16$). Kao prediktor varijable Virtuelni self ističe se Pozitivna valenca ($\beta = 0,18$). Zaključujemo da se na osnovu osobina ličnosti zaista mogu predvideti određeni aspekti upotrebe Facebook-a.

Ključne reči: osobine ličnosti, Facebook, ljubomora

UVOD

Facebook je relativno mlada virtuelna društvena mreža koja je, od skromnih početaka na Univerzitetu Harvard, za trinaest godina postojanja postala gotovo nervni sistem društva. Oformljen je 2004. godine kao zatvoren sistem povezivanja i komuniciranja harvardskih studenata, potom se proširio na druge univerzitete postavši dostupan najpre svim studentima, a onda i svim korisnicima koji imaju validnu imejl adresu i stariji su od 13 godina.

Virtuelne društvene zajednice postoje otkad postoji i internet. Ali za razliku od medija starije generacije, Facebook ne samo da prevazilazi fizičku udaljenost korisnika, već ide i korak dalje objedinjujući različite vidove sinhronih i asinhronih komunikacija na internetu - blogove, časkanja, imejlove, sa novim interaktivnim audio i vizuelnim sadržajima (Radić-Bojanić, 2016). Broj opcija koje Facebook nudi veoma je velik i nastavlja da raste. Ugrađujući u sebe sve brojnije i raznovrsnije potrebe svojih korisnika, ova društvena mreža kontinuirano evoluira, neprestano se menjajući i usavršavajući. Prilagođavajući se potražnji, uporedo sa razvojem tehnologije, Facebook

⁴ kmilevic@yahoo.com

Tematski zbornik radova „Mentalno zdravlje u zajednici“

postaje sveprožimajući element naše svakodnevice, što je svakako rezultiralo pozitivnim, ali i negativnim efektima (Radić-Bojanić, 2016).

Facebook je pogodno tlo za održavanje kontakata sa starim i upoznavanje novih prijatelja, pronalaženje potencijalnih partnera, traženje posla, promovisanje događaja i društvenih akcija, održavanje ljudi oko nekog zajedničkog cilja, sticanje važnih informacija i novosti u oblasti nauke, kulture, sporta; njegovi potencijali mogu se koristiti i u obrazovne svrhe. Naposljetku, Facebook profil služi kao svojevrsan lični dnevnik – za obaveštavanje drugih o događajima iz sopstvenog života, postavljanje fotografija, muzike, video-snimaka.

Mogućnosti ove društvene mreže su velike, ali se ona ne koristi uvek na produktivan i svrsishodan način. Velika privlačnost ovakvog načina komuniciranja i mogućnost pristupa mreži u svakom trenutku otvara vrata za ekscesivnije online komuniciranje na račun onog licem-u-lice, pa i za razvoj zavisnosti (Radić-Bojanić, 2016). Javlja se problem izloženosti i privatnosti korisnika koji lako može postati žrtva proganjanja i/ili online zlostavljanja. Sa druge strane, obilje informacija koje primamo može dovesti do promena u našem socijalnom životu, redefinisati postojeća prijateljstva i partnerske veze. Naime, dostupne su nam aktivnosti i interakcije partnera, poput prihvatanja zahteva za prijateljstvo privlačnih osoba koje u nedostatku konteksta mogu biti procenjene kao potencijalni rivali, a čitava situacija kao alarmantna i ugrožavajuća po vezu. Ovo su samo neki od mogućih problema.

Mediji su neprimetno uključeni u naše društvene svetove i pomažu nam da formiramo izvesne oblike ponašanja (Džajls, 2011). Facebook je jedan takav fenomen, sveprisutan u našim životima. Ipak u našoj sredini nema mnogo istraživanja koja idu u korak sa njegovom evolucijom. Taj nedostatak empirijskih podataka je i bio motivaciono jezgro ovog istraživanja. Cilj nam je bio da sa naučne strane sagledamo odnos pojedinca i virtuelnog okruženja u kome neki od pomenutih problema nastaju, tačnije, da ispitamo predikcionu moć osobina ličnosti u predviđanju različitih aspekata ponašanja na Facebook-u.

METOD

Uzorak

Istraživanje je sprovedeno na uzorku od 200 ispitanika starosti od 18 do 55 godina (najveći broj ispitanika star je 22 godine). Uzorak je brojao 108 žena i 92 muškarca, od kojih je 105 ispitanika bez partnera, 86-toro u vezi, a 9-toro u braku. Većini ispitanika je dostavljen upitnik u online formi upravo putem društvene mreže Facebook, manji broj popunjavao je upitnike po principu papir-olovka.

Instrumenti

Cilj istraživanja bilo je ispitivanje da li se na osnovu osobina ličnosti mogu predvideti određeni oblici ponašanja na Facebook-u.

Kraća verzija upitnika **Velikih pet plus dva** (Smederevac i saradnici, 2010) korišćena je za ispitivanje osobina ličnosti. Upitnik je sastavljen od 70 tvrdnji na koje ispitanici daju sopstvenu procenu slaganja na skali od 1 do 5. Sadrži 7 predmeta merenja, 5 bazičnih osobina ličnosti i 2 dimenzije samoevaluacije:

1. *Otvorenost ka iskustvu* - Težnja ka napretku i usavršavanju, intelektualna radoznalost, otvorenost za promene i širok krug interesovanja. Suprotan pol podrazumeva rigidnost, konzervativan duh i teško prilagođavanje na promene.
2. *Savesnost* - Dimenzija individualnih razlika koja se odnosi na stav prema obavezama, sposobnost odlaganja zadovoljstava zarad viših ciljeva, velikim delom oblikovana vaspitanjem. Na pozitivnom polu nalaze se ljudi koji su preterano aktivni i posvećeni obavezama, na drugom lenji, pasivni, inertni ljudi.
3. *Ekstraverzija* - Dimenzija individualnih razlika u stepenu reaktivnosti na okruženje. Ekstravertnim osobama potrebno je više stimulusa jačeg intenziteta kako bi postigle zadovoljavajući nivo kognitivne aktivacije, društvenije su, lako uspostavljaju kontakte sa drugima, imaju veliki broj poznanstava (ali ne nužno sa emocionalnim angažovanjem). Introvertne osobe intenzivno reaguju na veći broj stimulusa iz okruženja, mogu zato izbegavati situacije koje su zasićene velikim brojem informacija.
4. *Agresivnost* - Dimenzija razlika u učestalosti i intenzitetu agresivnih impulsa i razlika u kontroli i intenzitetu same agresivne reakcije. Agresivnost podrazumeva bezobzirnost, lošu kontrolu impulsa, česte konflikte sa drugima, težnju da se drugima vrati „milo za drago“, a prijatnost kao oponentan pol podrazumeva empatično ponašanje, izbegavanje konflikata.
5. *Neuroticizam* - Sklonost depresivnom raspoloženju, anksioznosti, negativnim osećanjima krivice, ogorčenosti, otuđenosti, samosažaljenja, pesimističan stav prema budućnosti, napetost. Visok skor znači tendenciju, ne nužno da osoba pati od neurotskih simptoma.

6. *Pozitivna valenca* - Pozitivan pol podrazumeva izrazito visoko samovrednovanje, na granci narcizma, negativan pol obuhvata indikatore skromnosti i nedostatka potrebe da se sebi pridaje veliki značaj. Dva njena aspekta su Superiornost, potenciranje vlastite važnosti, ideje veličine, narcističke tendencije i Pozitivna slika o sebi (svest o vlastitim vrednostima i poštovanje osobina, verovanje u sopstvene sposobnosti, samopoštovanje).
7. *Negativna valenca* - Ovo je dimenzija razlika u stavovima prema osobinama koje se konvencionalno smatraju negativnim i nepoželjnim. Pozitivan pol podrazumeva negativno samovrednovanje a suprotan pol opisivanje sebe kao obične, ni po čemu upadljive osobe. Obuhvata Manipulativnost (procena sebe kao osobe koja ciljeve postiže spletkarenjem i iskorišćavanjem drugih) i Negativnu sliku o sebi (svest o vlastitim nepoželjnim osobinama).

Različiti vidovi korišćenja Facebook-a operacionalizovani su **PSAFU skalom** (Bodroža i Jovanović, 2016). Korišćena je duža verzija koja broji 43 stavke, a stepen salganja kreće se u rasponu od 1 do 5. Predmeti merenja su:

1. *Kompenzatorna upotreba Facebook-a* – Zadovoljstvo usled lakšeg komuniciranja preko Facebook-a nego u offline okruženju. Osoba se oseća prihvaćenijom, sigurnijom, manje je opterećena fizičkom pojavom; kada je offline, pojavljuju se simptomi depresije.
2. *Zavisnost od Facebook-a* – Oblik bihejvioralne zavisnosti, prolongirana i uprkos svim naporima nekontrolisana upotreba Facebook-a, praćena razvojem tolerancije (potrebom za povećanjem vremena provedenog na Facebook-u kako bi se postiglo zadovoljstvo), a kao posledica toga gubitak sna i odlaganje važnih obaveza. Kada su ove aktivnosti onemogućene, javljaju se apstinencijalni simptomi – razdražljivost, anksioznost, neraspoloženje...
3. *Virtuelni self* - Uverenje osobe da je njen Facebook profil (iako često idealizovan) prava slika nje same, da on pruža pouzdane i značajne informacije o osobi; ovaj obrazac praćen je i upotrebom Facebook-a kako bi se održali kontakti sa prijateljima iz realnog života.
4. *Samoprezentacija* - Zadovoljstvo usled mogućnosti osobe da podatke o sebi ulepšava, da postavlja fotografije i objave koje bi je predstavljale u idealnom svetlu ili kako bi ostavila utisak na druge, a bez posledica u realnom svetu.
5. *Socijalizacija i traženje partnera* - Težnja za sticanjem prijatelja i seksualnih partnera posredstvom Facebook-a. Sa novopečenim poznanicima potom se kontakt nastavlja i preko drugih medija (preko Skype-a, SMS-a, telefonom), i prebacuju se iz online u offline okruženje (iniciranje susreta uživo).

Skala Facebook ljubomore (Facebook Jealousy Scale, Muise et al. 2009) je instrument korišćen za merenje fenomena Facebook ljubomore, koja se definiše kao nadziranje partnerovih aktivnosti i prijatelja na ovoj društvenoj mreži, te uznemirenost zbog novih prijateljstava partnera na Facebook-u. Skala je jednodimenzionalna, obuhvata 26 tvrdnji, a odgovori se raspoređuju na sedmostepenoj skali.

Sve supskale na ovom uzorku pokazale su se kao pouzdane: Agresivnost ($\alpha=0,818$), Ekstraverzija ($\alpha=0,871$), Neuroticizam ($\alpha=0,865$), Negativna valenca ($\alpha=0,844$), Otvorenost prema iskustvu ($\alpha=0,800$), Pozitivna valenca ($\alpha=0,811$), Savesnost ($\alpha=0,894$), Kompenzatorna upotreba Facebook-a ($\alpha=0,886$), Samoprezentacija ($\alpha=0,875$), Socijalizacija na Facebook-u ($\alpha=0,833$), Zavisnost od Facebook-a ($\alpha=0,811$), Virtuelni self ($\alpha=0,600$), Facebook ljubomora ($\alpha=0,957$).

Pored navedenih, u istraživanje su uključene i dodatne varijable: pol, starost, stepen stručne spreme, status veze i njeno trajanje, učestalost upotrebe Facebook-a i broj prijatelja.

REZULTATI

Deskriptivne mere

Tabela 1. Deskriptivne mere dimenzija VP+2 i PSAFU skale

Varijable	AS	SD
Saradljivost	27,14	8,46
Ekstraverzija	38,64	7,05
Neuroticizam	24,16	8,28
Negativna valenca	17,77	6,51

Otvorenost	39,83	6,07
Pozitivna valenca	32,06	6,31
Savesnost	36,10	8,31
Kompenzatorna upotreba Facebook-a	1,71	0,66
Samoprezentacija	2,30	0,90
Socijalizacija	2,34	0,90
Zavisnost	2,58	0,87
Virtuelni self	2,83	0,79
Facebook ljubomora	67,04	32,53
Starost	23,17	4,58

Razlike na poduzorcima

Tabela 2. Razlike na poduzorcima muškaraca i žena u izraženosti Zavisnosti od Facebook-a

Varijabla	Poduzorci:	AS	p
Zavisnost	Muškarci	2,418	0,013
	Žene	2,275	

Rezultati T-testa pokazuju da između muškaraca i žena postoji razlika na dimenziji Zavisnost u korist žena (srednja vrednost kod žena 2,725, kod muškaraca 2,418; $p < 0,05$).

Tabela 3. Razlike na poduzorcima muškaraca i žena u izraženosti Socijalizacije na Facebook-u

Varijabla	Poduzorci:	Prosečni rang	p
Socijalizacija	Muškarci	110,78	0,020
	Žene	91,75	

Prema U-testu, postoji statistički značajna razlika na skali Socijalizacija u korist muškaraca (prosečni rang kod muškaraca 110,78, kod žena 91,75; $p < 0,05$),

Tabela 4. Razlike na poduzorcima muškaraca i žena u izraženosti Facebook-ljubomore

Varijabla	Poduzorci:	Prosečni rang	p
Facebook ljubomora	Muškarci	94,69	0,325
	Žene	102,70	

Rezultati ukazuju da nisu dobijene razlike u pogledu izraženosti Facebook ljubomore između muškaraca i žena.

Tabela 5. Razlike između ispitanika koji nemaju partnera i koji su u vezi ili braku u pogledu izraženosti Socijalizacije na Facebook-u

Varijabla	Poduzorci:	Prosečni rang	p
Socijalizacija	Ispitanici koji nemaju	108,50	0,040

partnera	
Ispitanici koji su u vezi/braku	91,65

Između ispitanika koji nemaju partnera i onih koji su u vezi ili braku postoji statistički značajna razlika u pogledu Socijalizacije na Facebook-u (prosečni rang ispitanika bez partnera je 108,50, kod ispitanika koji imaju partnera 91,65; $p < 0,05$).

Tabela 6. Razlike između ispitanika koji nemaju partnera i koji su u vezi ili braku u pogledu izraženosti Facebook-ljubomora

Varijabla	Poduzorci:	Prosečni rang	p
Facebook ljubomora	Ispitanici koji nemaju partnera	108,75	0,011
	Ispitanici koji su u vezi/braku	88,10	

Takođe, postoji razlika u korist onih ispitanika koji nemaju partnera u odnosu na one koji su u nekoj vrsti veze u stepenu izraženosti Facebook ljubomora (prosečni rang ispitanika bez partnera 108,75, a ispitanika koji imaju partnera 88,10; $p < 0,05$).

Rezultati regresione analize

Tabela 7. Prediktori Kompenzatorne upotrebe Facebook-a

Zavisna varijabla	Model	Prediktori	β koeficijent	p	R	R ²	p
Kompenzatorna upotreba Facebook-a	1	Pol	-0,066	0,053	0,080	0,006	0,738
		Starost	-0,017	0,816			
	2	Pol	-0,064	0,329			
		Starost	-0,015	0,819			
		Agresivnost	-0,175	0,019			
		Ekstraverzija	-0,063	0,411			
		Neuroticizam	0,333	0,000	0,533	0,280	0,000
		Negativna valenca	0,274	0,001			
		Otvorenost	-0,241	0,000			
		Pozitivna valenca	0,240	0,001			
Savesnost	0,025	0,750					

Tematski zbornik radova „Mentalno zdravlje u zajednici“

Prediktori Kompenzatorne upotrebe Facebook-a su osobine ličnosti Agresivnost, Neuroticizam, Negativna Valenca, Otvorenost i Pozitivna valenca, model objašnjava 28% varijanse.

Tabela 8. Prediktori Samoprezentacije

Zavisna varijabla	Model	Prediktori	β koeficijent	p	R	R ²	p
Samoprezentacija	1	Pol	-0,055	0,443	0,119	0,014	0,420
		Starost	-0,051	0,475			
	2	Pol	0,040	0,561	0,425	0,169	0,000
		Starost	-0,007	0,921			
		Agresivnost	-0,151	0,088			
		Ekstraverzija	0,017	0,833			
		Neuroticizam	0,268	0,002			
		Negativna valenca	0,255	0,007			
		Otvorenost	0,040	0,573			
		Pozitivna valenca	0,182	0,020			
Savesnost	-0,020	0,809					

Kao značajni prediktori dimenzije Samoprezentacije na Facebook-u izdvojili su se Neuroticizam, Pozitivna i Negativna valenca. Ovime je objašnjeno 16,9% varijanse.

Tabela 9. Prediktori Socijalizacije

Zavisna varijabla	Model	Prediktori	β koeficijent	p	R	R ²	p
Socijalizacija	1	Pol	-0,150	0,033	0,220	0,048	0,021
		Starost	-0,158	0,024			
	2	Pol	-0,079	0,259	0,412	0,126	0,000
		Starost	-0,124	0,072			
		Agresivnost	-0,059	0,507			
		Ekstraverzija	0,110	0,178			
		Neuroticizam	0,254	0,004			
		Negativna valenca	0,218	0,025			
Otvorenost	-0,002	0,980					

Tematski zbornik radova „Mentalno zdravlje u zajednici“

Pozitivna valenca	0,159	0,047
Savesnost	0,034	0,692

Prediktori Socijalizacije su pol, kao i osobine ličnosti Neuroticizam, Negativna i Pozitivna valenca. Objašnjeno je 12,6% varijanse.

Tabela 10. Prediktori Zavisnosti od Facebook-a

Zavisna varijabla	Model	Prediktori	β koeficijent	p	R	R ²	p
Zavisnost	1	Pol	0,177	0,011	0,268	0,072	0,002
		Starost	-0,161	0,021			
	2	Pol	0,218	0,001	0,505	0,255	0,000
		Starost	-0,128	0,060			
		Agresivnost	0,145	0,086			
		Ekstraverzija	0,230	0,003			
		Neuroticizam	0,274	0,001			
		Negativna valenca	0,050	0,582			
		Otvorenost	-0,132	0,055			
		Pozitivna valenca	0,158	0,036			
Savesnost	-0,067	0,403					

Zavisnost od Facebook-a može se predvideti na osnovu varijabli: pol, Ekstraverzija, Neuroticizam i Pozitivna valenca, a čitav model objašnjava 25,5% varijanse.

Tabela 11. Prediktori varijable Virtuelni self

Zavisna varijabla	Model	Prediktori	β koeficijent	p	R	R ²	p
Virtuelni self	1	Pol	-0,029	0,689	0,077	0,006	0,758
		Starost	-0,070	0,330			
	2	Pol	0,014	0,844	0,295	0,087	0,022
		Starost	-0,032	0,655			
		Agresivnost	-0,070	0,454			
		Ekstraverzija	0,158	0,066			

Tematski zbornik radova „Mentalno zdravlje u zajednici“

Neuroticizam	0,101	0,263
Negativna valenca	0,106	0,296
Otvorenost	0,069	0,365
Pozitivna valenca	0,177	0,034
Savesnost	-0,025	0,780

U procesu regresione analize, izdvojio se samo jedan značajan prediktor varijable Virtualni self, a to je Pozitivna valenca, koja objašnjava svega 8,7% varijanse.

Tabela 12. Prediktori Facebook ljubomora

Zavisna varijabla	Model	Prediktori	β koeficijent	p	R	R ²	p
Facebook ljubomora	1	Pol	0,061	0,402	,080	,006	,744
		Starost	-0,024	0,737			
	2	Pol	0,138	0,054	0,474	0,225	0,000
		Starost	0,033	0,670			
		Agresivnost	0,058	0,502			
		Ekstraverzija	-0,017	0,834			
		Neuroticizam	0,056	0,512			
		Negativna valenca	0,249	0,010			
		Otvorenost	-0,180	0,013			
		Pozitivna valenca	0,202	0,010			
		Savesnost	0,004	0,965			
		3	Pol	0,111			
	Starost		0,006	0,932			
	Agresivnost		0,056	0,509			
	Ekstraverzija		-0,055	0,496			
	Neuroticizam		-0,049	0,555			
	Negativna valenca		0,179	0,053			
	Otvorenost		-0,172	0,018			
Pozitivna valenca	0,125		0,099				
Savesnost	0,025	0,754					
Kompenzatorna upotreba	0,005	0,953					
Samoprezentacija	0,276	0,001					

Socijalizacija	0,031	0,674
Zavisnost	0,251	0,004
Virtuelni self	-0,097	0,188

Kao važni prediktori Facebook ljubomore izdvojile su se osobine Otvorenost, Pozitivna i Negativna valenca. Kada su u model ubačene i dimenzije PSAFU skale, Negativna i Pozitivna valenca prestale su biti značajni prediktori Facebook ljubomore.

Tabela 13. Preacher-Hayes test medijacije: Samoprezentacija kao medijator

Nezavisna varijabla (NV)	Medijator (M)	Zavisna varijabla (ZV)	Direktni efekat NV na ZV	Efekat M na ZV	Efekat NV na M	Ukupni efekat NV na ZV
			4,205	4,768	4,170	5,514
Negativna valenca	Samoprezentacija	Facebook ljubomora	p	P	p	p
			0,000	0,000	0,000	0,000

Po sprovođenju postupka regresione analize javila se sumnja da postoji medijacija, odnosno da varijabla Negativna valenca vrši uticaj na zavisnu varijablu Facebook ljubomoru preko samoprezentacije na Facebook-u. Preacher-Hayes testom ova pretpostavka je potvrđena.

Tabela 14. Preacher-Hayes test medijacije: Kompenzatorna upotreba Facebook-a kao medijator

Nezavisna varijabla (NV)	Medijator (M)	Zavisna varijabla (ZV)	Direktni efekat NV na ZV	Efekat M na ZV	Efekat NV na M	Ukupni efekat NV na ZV
			3,926	3,847	5,425	5,519
Negativna valenca	Kompenzatorna upotreba Facebook-a	Facebook ljubomora	p	P	p	p
			0,000	0,000	0,000	0,000

Sledeći pretpostavku da je reč o medijacionom procesu, sproveden je Preacher-Hayes test koji je potvrdio da Negativna valenca ostvaruje efekat na Facebook ljubomoru preko Kompenzatorne upotrebe Facebook-a.

DISKUSIJA I ZAKLJUČAK

Primarni cilj istraživanja bilo je ispitivanje mogućnosti predikcije izvesnih ponašanja na Facebook-u na temelju osobina ličnosti, ali dotakli smo se i još nekih analiza.

Najpre, utvrđeno je da se na različitim poduzorcima pojavljuju razlike kada su u pitanju određeni aspekti ponašanja na ovoj društvenoj mreži. Na dimenziji PSAFU skale Zavisnost postoji statistički značajna razlika u korist žena (srednja vrednost kod žena 2,725, kod muškaraca 2,418; $p < 0,05$). Dakle, žene u našem uzorku pokazuju viši stepen ekscesivne upotrebe Facebook-a, na račun zanemarivanja obaveza i socijalnog života u realnom svetu, što je praćeno pojavom neprijatnih simptoma napetosti, razdraživosti, depresije kada je pristup mreži onemogućen.

Sa druge strane, muškarci Facebook vide kao pogodan teren za traženje novih kontakata i potencijalnih seksualnih partnera; oni su ti koji iniciraju susrete uživo i prebacivanje komunikacije iz online u offline okruženje.

To potkrepljuje nalaz o statistički značajnoj razlici među polovima na supskali Socijalizacija u korist muškaraca (prosečni rang kod muškaraca 110,78, kod žena 91,75; $p < 0,05$).

Rezultati nisu pokazali da ima razlike među polovima u pogledu izraženosti Facebook ljubomore. Ipak, pominjemo ovo kao važan nalaz usled toga što se u ranijim istraživanjima ova razlika uporno pojavljivala i to u korist žena (Muisse, Desmarais & Christofides, 2009; McAndrew & Sahil, 2013; Marshal, Bejanyan & DiCastro, 2013).

Između ispitanika koji nemaju partnera i onih koji su u vezi ili braku postoji statistički značajna razlika u pogledu Socijalizacije na Facebook-u (prosečni rang ispitanika bez partnera je 108,50, kod ispitanika koji imaju partnera 91,65; $p < 0,05$), što je očekivano i sasvim razumljivo – oni koji trenutno nisu u vezi, Facebook vide kao mogućnost da prošire krug postojećih kontakata i pronađu potencijalnog partnera.

Razlika se pojavljuje i u izraženosti Facebook ljubomore i to u korist onih koji nemaju partnera (prosečni rang ispitanika bez partnera 108,75, a ispitanika koji imaju partnera 88,10; $p < 0,05$). Jedno od mogućih objašnjenja ovog podatka je da prva grupa ispitanika ostaje bez partnera upravo zbog povećanog nadzora i ispitivanja njegovih aktivnosti. Ovu pretpostavku ostavljamo na verifikaciju budućim istraživanjima.

Rezultati regresione analize pokazuju da je jedan od prediktora Kompenzatorne upotrebe Facebook-a osobina ličnosti Agresivnost ($\beta = -0,176$). Negativan predznak ukazuje da se manjak agresivnosti i pasivnost u offline životu nadomešćuje u online okruženju; ovo ilustruje jedan od indikatora Kompenzatorne upotrebe koji glasi: „U komunikaciji preko Facebook-a osećam se slobodnije nego u komunikaciji uživo“. Prediktori Neuroticizam ($\beta = 0,331$) i Negativna Valenca ($\beta = 0,273$) ukazuju da osobe sklonije anksioznosti i negativnom samovrednovanju pribegavaju Kompenzatornoj upotrebi Facebook-a, gde se osećaju prihvaćenijim i sigurnijim. Prediktor Otvorenost ($\beta = -0,245$) sa negativnim predznakom govori nam da rigidnijim osobama, koje imaju suženiji krug interesovanja, koje su manje spontane u životu pa i komunikaciji, više odgovara komuniciranje preko Facebook-a („Desilo mi se da preko Facebook-a neke ljude doživljam kao veoma bliske, a uživo nemamo o čemu da pričamo“). Poslednji prediktor je Pozitivna valenca ($\beta = 0,242$), dakle, osobama sa visokim samouvažavanjem Facebook daje pozitivna potkrepljenja i omogućava održavanje grandiozne slike o sebi, što objašnjava preferiranje ovakvog vida komunikacije nad onim uživo. Model objašnjava 28% varijanse.

Samoprezentacija na Facebook-u podrazumeva predstavljanje sebe u idealnom svetlu. Kao njeni značajni prediktori izdvojili su se Neuroticizam ($\beta = 0,268$) i Negativna valenca ($\beta = 0,182$), što nam kazuje da su nesigurnijim, anksioznijim, depresivnijim ljudima lajkovi, pozitivne reakcije i komentari koja Facebook obezbeđuje veoma važni da bi se poboljšala poljuljana slika o sebi. Sa druge strane, Pozitivna valenca ($\beta = 0,255$) kazuje da se na ovaj način, po principu povratne pozitivne sprege, održava povoljna slika o sebi. Ovime je objašnjeno 16,9% varijanse.

Prediktori Socijalizacije su pol ($\beta = -0,079$), što ukazuje da su muškarci skloniji ovakvom ponašanju, kao i osobine ličnosti Neuroticizam ($\beta = 0,254$), Negativna valenca ($\beta = 0,218$) i Pozitivna valenca ($\beta = 0,159$). Dakle, Facebook deluje kao sigurniji teren za druženje i traženje partnera onima koji su skloniji negativnom afektu i samovrednovanju, ali i onima sa narcističkim tendencijama – za njih je Facebook pogodnije okruženje budući da održava idealizovanu sliku o sebi, dok u stvarnom okruženju vreba opasnost od neuspeha. Objasnjeno je 12,6% varijanse.

Zavisnost od Facebook-a može se predvideti na osnovu varijabli: pol ($\beta = 0,218$), Ekstraverzija ($\beta = 0,230$), Neuroticizam ($\beta = 0,274$) i Pozitivna valenca ($\beta = 0,158$), a čitav model objašnjava 25,5% varijanse. Dakle, osobe ženskog pola, sa anksiozno-depresivnim tendencijama, koje tragaju za većom količinom stimulacije i imaju idealizovanu sliku o sebi, predisponirane su za pojavu zavisnosti od Facebook-a.

Kao prediktor Virtuelnog selfa, izdvojila se samo Pozitivna valenca, koja objašnjava svega 8,7% varijanse, ali je ovaj nalaz statistički značajan. Zaključujemo, osoba koja ima idealizovano samopoimanje sklonija je da veruje da je i njen Facebook profil, gde je visoka selekcija i filtracija informacija koje će se prikazati, upravo adekvatno ogledalo nje same.

Kao važni prediktori Facebook ljubomore izdvojile su se osobine Otvorenost, Pozitivna i Negativna valenca. Kada su u model ubačene i dimenzije PSAFU skale, Negativna i Pozitivna valenca prestale su biti značajni prediktori Facebook ljubomore, te se javila sumnja da postoji medijacioni proces. Preacher-Hayes testom potvrđeno je da varijabla Negativna valenca vrši uticaj na zavisnu varijablu Facebook ljubomoru preko Samoprezentacije na Facebook-u i Kompenzatorne upotrebe. Dakle, osobe kod kojih je izražena Negativna valenca, usled nesigurnosti u sebe, veliku važnost pridaju Facebooku, virtuelno okruženje im je sigurnije za interakcije i komuniciranje i u njemu nastoje da se istaknu. Pretpostavljamo da upravo zbog ovako iskrivljene precepcije i visokog vrednovanja Facebook-a, ove osobe češće nadziru partnera. U bujici informacija koje su im na ovaj način dostupne, čak i neke benigne draži postaju uznemiravajuće i provociraju ljubomoru. Preacher-Hayes testom nije potvrđeno da Pozitivna valenca ostvaruje svoj efekat preko dimenzija PSAFU skale.

Tematski zbornik radova „Mentalno zdravlje u zajednici“

Pored navedenih, značajni prediktori su još i Otvorenost ($\beta = -0,172$) – rigidnije osobe sklone su nadziranju partnera, i Zavisnost ($\beta = 0,251$) – što je više vremena provedeno na društvenoj mreži, dobijeno je više informacija, a time i više razloga za sumnju.

U poslednjoj deceniji, mreža Facebook je nesumnjivo uspela da postane integralni deo svakodnevnice i da kao takva utiče na naš socijalni život, sliku koju imamo o svetu, na naše samopoimanje. U ovom istraživanju, Pozitivna valenca – koja umereno izražena, podrazumeva svest o vlastitim vrednostima i samopoštovanje; ali ekstremno visoki skorovi ukazuju na potenciranje vlastite važnosti, ideje veličine na granci narcizma – pojavljuje se redovno kao prediktor svih ispitivanih aspekata Facebook upotrebe. Ovo ostavlja prostor za pretpostavku da virtuelno okruženje omogućava narcističkim tendencijama da se ispolje.

Cilj nam je bio da se kritički osvrnemo na psihosocijalne vidove korišćenja Facebook-a, sa naglaskom na njegove manje pozitivne strane. Međutim, interakcija pojedinca i virtuelne sredine kakav je Facebook veoma je kompleksna, te je moguće da neke varijable koje su mogle biti od značaja nisu uključene, a da druge, potencijalno konfundirajuće, nisu dovoljno kontrolisane. Nažalost, u postojećoj literaturi nisu nađena istraživanja u kojima se pomoću regresione analize pokušavaju predvideti određena ponašanja na Facebook-u, zato ostaje na budućim istraživanjima da temeljnije ispituju stavove po pitanju ove društvene mreže i druge motivacione komponente koje bi u ovom složenom mehanizmu mogle imati važnu ulogu.

LITERATURA

- Bodroža B., Jovanović T. (2016). Validation of the new scale for measuring behaviors of Facebook users: Psycho-Social Aspects of Facebook Use (PSAFU). *Computers in Human Behavior*, 54, 425-435.
- Džajls, D. (2011). *Psihologija medija*. Beograd. Clio.
- Marshall, T., Bejanyan, K., Di Castro, G. (2013). Attachment styles as predictors of Facebook-related jealousy and surveillance in romantic relationships. *Personal Relationships*, 20, 1–22.
- McAndrew F., Sahil S. (2013). Sex differences in jealousy over Facebook activity. *Computers in Human Behavior*, 29, 2603–2606.
- Muise A., Christofides E., Desmarais S. (2009). More Information than You Ever Wanted: Does Facebook Bring Out the Green-Eyed Monster of Jealousy? *CyberPsychology & Behavior*, 12(4), 441-444.
- Radić-Bojanić, B. (2016). *Fejsbuk kroz komunikaciju i kolaboraciju: društveno obrazovna istraživanja*. Novi Sad, Filozofski fakultet u Novom Sadu.
- Smederevac S., Mitrović D., Čolović P. (2010). *Velikih pet plus dva (VP+2): Primena i interpretacija*. Beograd. Centar za primenjenu psihologiju.

Kristina Milević

Aleksandra Marković

Psychological Counseling Center for Students within Students' Cultural Center, Niš

Nada Dimitrijević

University of Niš, Faculty of Philosophy, Department of psychology

PERSONALITY TRAITS AND PSYCHO-SOCIAL ASPECTS OF FACEBOOK USE: THE UGLY FACES OF FACEBOOK

Abstract

Facebook is a social networking site which was originally founded as a closed communication system but became an important part of our everyday life, which resulted in both positive and negative effects. The goal of our research was to determine the possibility of predicting certain ways of behaving on Facebook based on personality traits. Our study included 200 participants aged 18-55 years (most of them are 22). Questionnaire Big five plus two (Smederevac et al. 2010) was used to test personality traits, and PSAFU Scale (Bodroža & Jovanović, 2016) and Facebook Jealousy Scale (Muise et al. 2009) were used to measure various aspects of Facebook use.

The results show that there is a significant difference between male and female subsamples on two subscales of the PSAFU scale; women scored significantly higher on FB addiction (mean value for

women 2.725 and for men, 2.418; $p < .05$), and men scored significantly higher on Socializing (mean value for men 110.78 and for women 91.75, $p < .05$), but there is no significant difference when it comes to Facebook jealousy. Furthermore, results suggest that there is a significant difference between FB users that are in a relationship or married and those who are single on the subscale Socializing through Facebook (mean rank of single FB users is 108.50 compared to 91.65 for those in a relationship or married, $p < .05$) and Facebook jealousy (mean rank of single FB users is 108.75 and for FB users in a relationship 88.10; $p < .05$). Regression analysis shows that the predictors of Compensatory use of FB are personality traits such as Aggression, ($\beta = -.17$), Neuroticism ($\beta = .33$), Negative valence ($\beta = .27$), Openness to experience ($\beta = -.24$) and Positive valence ($\beta = .24$). Predictors of Self-Presentation on Facebook are Neuroticism ($\beta = .27$), Positive valence ($\beta = .18$) and Negative valence ($\beta = .25$). Predictors of the subscale Socializing through Facebook are Neuroticism ($\beta = .25$), Negative valence ($\beta = .22$) and Positive valence ($\beta = .16$). When it comes to FB Addiction, predictors are personality traits Extraversion ($\beta = .23$), Neuroticism ($\beta = .27$), Positive valence ($\beta = .16$) but also sex ($\beta = .18$). The subscale Virtual Self has only one predictor, Positive valence ($\beta = .18$). Based on these results, we conclude that there is a possibility to predict certain forms of FB use based on personality traits. It is up to future researches to examine this mechanism as well as attitudes towards this social network and various motivational factors that could have an important part in this mechanism.

Keywords: personality traits, Facebook, jealousy