

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Špela Selak

**Dejavniki samopredstavljanja na spletnem socialnem omrežju Facebook**  
**Self-presentation factors on the Facebook social networking site**

Doktorska disertacija

Ljubljana, 2018

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Špela Selak

Mentorica: prof. dr. Metka Kuhar

**Dejavniki samopredstavljanja na spletnem socialnem omrežju Facebook**  
**Self-presentation factors on the Facebook social networking site**

Doktorska disertacija

Ljubljana, 2018

*Ko hodiš, pojdi zmeraj do konca.  
Spomladi do rožne cvetice,  
poleti do zrele pšenice,  
jeseni do polne police,  
pozimi do snežne kraljice,  
v knjigi do zadnje vrstice,  
v življenju do prave resnice,  
a v sebi – do rdečice  
čez eno in drugo lice.  
A če ne prideš ne prvič, ne drugič  
do krova in pravega kova  
poskusi  
vnovič  
in zopet  
in znova.*

*Tone Pavček*

To delo je dokaz, da se z vztrajnostjo in trdno voljo da priti do konca. Med pisanjem sem postala drug človek. Tako zaradi procesa pisanja kot tudi vsega, kar mi je prineslo življenje. Prepričana sem, da mi te poti ne bi uspelo prehoditi brez nekaterih oseb, ki so verjele vame, me podpirale, bodrile, mi stale ob strani v težkih trenutkih ter nesebično pomagale na tisoč in en način. Za to in še mnogo več se iz srca zahvaljujem staršema, starim staršem, prijateljem in drugim dragim osebam. Tisočkrat hvala za vse in še enkrat toliko za to, da vas imam.

Iskrena hvala tudi moji mentorici, ki mi je dala priložnost, da se podam na to pot, in me ves čas z razumevanjem, potrpežljivostjo, strokovnostjo in neverjetno odzivnostjo usmerjala k mojemu cilju. In ne nazadnje najlepša hvala tudi članicama komisije za hitre in konstruktivne povratne informacije, ki so pripomogle h končni podobi pričujočega doktorskega dela.

HVALA!

*Doktorsko disertacijo posvečam babicama in dedkoma.*

## **Dejavniki samopredstavljanja na spletnem socialnem omrežju Facebook**

V zadnjih letih smo z vzponom novih tehnologij in fenomena spletnih socialnih omrežij priča transformaciji samopredstavljanja. Spletna socialna omrežja, kot je Facebook, so postala eden od najpomembnejših načinov interakcije. S tem so tudi uporabniški profili in objave na spletnih straneh postali izhodišča socialno motiviranega vedenja posameznikov, ki se odraža v različnih vzorcih samopredstavljanja. Čeprav je samopredstavljanje vsakodnevno prisotno v medosebnem komuniciranju, je v obdobju informacijskega razcveta zaslediti izrazito transformacijo v smeri samopromocijskega oziroma vsečnega vedenja. Splet in še posebej spletna socialna omrežja posameznikom ponujajo idealna okolja za kontrolirano, samoregulirano, samopromocijsko, pretirano selektivno in vse pogosteje že kar narcisistično samopredstavljanje.

Raziskovalno problematiko doktorske disertacije predstavljajo posameznikovo (selektivno) samopredstavljanje na spletnih socialnih omrežjih in dejavniki, ki vplivajo nanj. Natančneje nas zanima, v kolikšni meri in na kakšen način je selektivno samopredstavljanje na spletnem socialnem omrežju pod vplivom identitetno-odnosnih dejavnikov. Pri analizi tega družbenega in psihološkega fenomena je treba vključiti različne vidike s področja socialne, klinične in razvojne psihologije ter psihologije osebnosti, umeščene v širši družbeni kontekst, s poudarkom na razumevanju računalniško posredovanega komuniciranja. Za pojasnjevanje tega fenomena smo izbrali koncepte narcisizma, samospoštovanja in navezanosti, za katere menimo, da so ključni na področju teorij, ki proučujejo posameznikovo intra- in interpsihološko delovanje.

V uvodnem, teoretičnem delu doktorske disertacije se najprej osredotočimo na družbeno-kulturno ozadje obravnavane problematike, natančneje na družbene spremembe v obdobju pozne moderne in digitalno kulturo komuniciranja s poudarkom na spletnih socialnih omrežjih in vidikih računalniško posredovanega komuniciranja na spletnem socialnem omrežju. Sledi drugo, glavno teoretično poglavje, v katerem predstavimo temeljne psihološke koncepte v digitalnem obdobju pozne moderne. Predstavimo koncept samopredstavljanja in ga umestimo na področje spletnih socialnih omrežij. Nato vpeljemo koncept narcisizma, predstavimo temeljne študije na tem področju in mnogoterost pogledov na ta kulturno-psihološki fenomen ter opredelimo njegovo povezanost s samopredstavljanjem. Sledita konceptualizacija samospoštovanja in pregled znanstvenih izsledkov o povezavah s predhodno omenjenimi koncepti. V zadnjem teoretičnem poglavju predstavimo teorijo navezanosti skozi model stilov navezanosti ter povezanost (stilov) navezanosti z ostalimi omenjenimi proučevanimi koncepti.

V okviru pregleda literature ugotovimo, da je bilo narejenih več raziskav, ki so proučevale različne vidike uporabe spletnih socialnih omrežij. Predhodne raziskave so pokazale vpliv in/ali povezanost narcisizma, samospoštovanja in v manjšem številu tudi navezanosti na (samopredstavitveno) vedenje na spletu oziroma spletnih socialnih omrežjih. Ne zasledimo pa celovitejše raziskave, ki bi zajela vse navedene vidike hkrati ter se osredotočila na (selektivno) samopredstavljanje na spletnem socialnem omrežju. Tako je osrednji namen doktorske disertacije razširiti dosedanja dognanja o (selektivnem) samopredstavljanju na spletnih socialnih omrežjih in njegovih dejavnikih ter dodatno o povezanosti med proučevanimi koncepti ter zapolniti omenjeno raziskovalno vrzel.

V empiričnem delu doktorske disertacije na osnovi teoretičnih izsledkov z rezultati kvantitativne raziskave odgovorjamo na osrednje raziskovalno vprašanje, ali dejavniki, kot so različni vidiki narcisizma (narcisistična grandioznost, psihološka upravičenost in prikriti narcisizem), samospoštovanje in navezanost (stili navezanosti), vplivajo na selektivno

samopredstavljanje na spletnem socialnem omrežju Facebook, ter vse skupaj umestimo v širši družbeni kontekst. Ker dosedanje raziskave nakazujejo na pomen socialno-demografskih spremenljivk pri vedenju na spletnem socialnem omrežju, vpliv predpostavljenih dejavnikov selektivnega samopredstavljanja dodatno preverimo še s kontrolnima socialno-demografskima spremenljivkama starost in spol. Prav tako dodatno preverimo medsebojno povezanost proučevanih konceptov, demografske razlike pri posameznem merjenem konceptu ter proučimo še nekatere psihometrične lastnosti uporabljenih merskih pripomočkov.

Podatke smo pridobili s spletno anketo, ki je potekala med 26. junijem 2016 in 5. aprilom 2017. Končni slučajnostni vzorec zajema 243 prebivalcev Slovenije, od tega 30 moških in 213 žensk, starih od 15 do 59 let, ki imajo odprti račun na spletnem socialnem omrežju Facebook. Analize smo opravili s statističnim programom za analizo podatkov SPSS 22.0. Večkratna regresijska analiza na omenjenem vzorcu pokaže, da na selektivno samopredstavljanje na Facebooku vplivajo narcisistična grandioznost, prikriti narcisizem in odklonilen stil navezanosti. Pri tem sta dejavnika narcisistična grandioznost in prikriti narcisizem, vključena v zadnji regresijski model, statistično značilna pozitivna prediktorja selektivnega samopredstavljanja na Facebooku, medtem ko je odklonilen stil navezanosti statistično značilen negativen prediktor. Na Facebooku se torej bolj selektivno samopredstavljajo osebe, ki dosegajo višje stopnje narcisistične grandioznosti oziroma prikritega narcisizma, in osebe, ki imajo manj izražen odklonilen stil navezanosti. Naše ugotovitve v doktorski disertaciji nakazujejo pomemben vpliv narcisističnih teženj in vzorcev navezanosti, ki jih posameznik ustvari tekom svojega življenja s pomembnimi drugimi, na spletno vedenje oziroma v našem primeru na selektivno samopredstavljanje na spletnem socialnem omrežju Facebook.

Razumevanje identitetno-odnosnih procesov tako na spletnih socialnih omrežjih kot zunaj njih v doktorski disertaciji podkrepimo še z dodatnimi analizami in rezultati. Preverjanje povezav med ostalimi koncepti in preverjanje demografskih razlik pri posameznem merjenem konceptu kaže na nekaj pomembnih ugotovitev. Med drugim se sočasno z ugotovitvami večkratne regresijske analize kaže tudi pomembna pozitivna povezava med narcisistično grandioznostjo in odklonilnim stilom navezanosti kot tudi med prikritim narcisizmom in odklonilnim stilom navezanosti. Te ugotovitve nakazujejo na povezanost negotovih oblik navezanosti z negativno oziroma patološko obliko narcisizma ter dopolnjujejo dosedanja dognanja o delni zakoreninjenosti narcisizma že v zgodnjih (in tudi kasnejših) izkušnjah socializacije. S tem lahko še dodatno podkrepimo idejo o narcisizmu kot sodobnem družbenem in tudi razvojnem fenomenu.

V doktorski disertaciji med drugim še ugotavljamo, da osebe z narcisističnimi težnjami spletnega socialnega omrežja Facebook ne uporabljajo v večji meri oziroma pogosteje (razen kadar gre za označevanje sebe na fotografijah), temveč le na drugačen način. Na enak način (z vidika selektivnega samopredstavljanja) kot osebe z bolj izraženimi narcisističnimi težnjami (grandioznost, upravičenost, prikriti narcisizem) spletno socialno omrežje Facebook uporabljajo tudi osebe z bolj izraženim preokupiranim in plašljivim stilom navezanosti ter osebe z nižjim samospoštovanjem. To skupaj z navedenimi ugotovitvami o grandioznem in prikritem narcisizmu ter odklonilnem stilu navezanosti kot prediktorji selektivnega samopredstavljanja na spletnem socialnem omrežju Facebook kaže na to, da se te oblike samopredstavljanja poslužujejo identitetno šibkejše strukture, in to z namenom, da bi dobile pozornost in potrditev souporabnikov omrežja. Na osnovi izsledkov preverjanja demografskih razlik po posameznem proučevanem konceptu hkrati ugotavljamo, da so te oblike značilne za mlajše osebe. Ti izsledki kažejo, da so osebe, mlajše od 30 let, dosegale višje vrednosti pri prikritem narcisizmu ter preokupiranim in plašljivem stilu navezanosti ter nižje vrednosti samospoštovanja kot osebe,

stare 30 let in več. Navedeni podatki lahko nakazujejo tako na generacijski fenomen, povezan z odraščanjem z novodobno tehnologijo, kot tudi na psihološki fenomen, povezan z drugače izraženimi osebnostnimi lastnostmi.

Ugotavljamo, da so spletna socialna omrežja odsev sprememb, ki opisujejo sodobno družbo, za katero so med drugim značilne hitre spremembe, transformacija vrednot oziroma premik od kolektivismu k individualizmu (s poudarkom na notranjem doživljanju posameznika), mnogoterost izbir in drugo. Spletna socialna omrežja, kot je Facebook, uporabnikom zagotavljajo okolje, v katerem lahko s svojim občinstvom oziroma souporabniki delijo vsebine iz svojega življenja. Ker spletna socialna omrežja z naraščajočo popularnostjo igrajo osrednjo vlogo v samoizražanju in pri upravljanju z vtisi, se zdi, da z vsemi elementi, ki omogočajo osredotočenost nase in izražanje lastnih občutij (fotografije, posodabljanje statusov), ter s skoraj popolnim nadzorom nad objavljenimi vsebinami in posledično selektivnim samopredstavljanjem ta spodbujajo oziroma krepijo individualizem oziroma osredotočenost nase. Kot je dejal že Lasch, ki je menil, da sodobna družba, ki jo je označil za kulturo narcisizma, spodbuja posameznike k osredotočanju nase in krepi individualizem, je videti, kot da bi prevladujoče družbene okoliščine, v našem primeru spletna socialna omrežja, iz posameznikov izvablja narcisistične lastnosti, ki so v različni meri prisotne pri vsakomer izmed nas.

Pri uporabi spletnega socialnega omrežja, kot je Facebook, se posameznik nenehno sooča z mnogoterimi izbirami (npr. s kom bo delil določene informacije, katere informacije in na kakšen način jih bo delil). Uporabnik se torej nenehno odloča o svojem vedenju in spletnem odtisu, ki ga pušča na omrežju. Z vidika mnogoterih izbir je tudi (selektivno) samopredstavljanje, ki se ga za ta namen uporabnik nenehno poslužuje, niz določenih izbir oziroma odločitev, ki jih posameznik sprejema o tem, na kakšen način se bo predstavil drugim souporabnikom omrežja oziroma prijateljem, da bo dosegel željeni vtis oziroma pri njih oblikoval določeno podobo o sebi. Posledično je tudi sodobna identiteta, ki se je v obdobju pozne moderne znašla v vrtincu diskurzov, element posameznikove biti in prav tako predmet nenehnih sprememb in prilagajanja kot odgovor na zahteve sodobne družbe. Spletno socialno omrežje zagotavlja okolje, v katerem tem potrebam lahko zadostimo, oziroma okolje, v katerem lahko nenehno spreminjamo in prilagajamo lastno identiteto. Spletno socialno omrežje se tako (v povezavi z zahtevami sodobne družbe) zdi pomemben agent spreminjanja posameznikove identitete in (v krožnem procesu) tudi pomena samopredstavljanja.

Ob vsem bogastvu podatkov, zbranih v okviru naše raziskave, se porodi tudi vprašanje, ali porast in uporaba spletnih socialnih omrežij spreminjata tudi pomen narcisizma oziroma mu omogočata novo areno, ki jo je treba na novo reflektirati. Na tem mestu odgovarjamo, da je neklinična oblika narcisizma med drugim odraz širših družbenih razmer in ne zgolj uporabe spletnih socialnih omrežij, v našem primeru spletnega socialnega omrežja Facebook. Zelo verjetno pa je, da je tudi porast kulturnega narcisizma vplival na načine, na katere posamezniki dandanes uporabljajo tehnologijo. Tako so spletna socialna omrežja zaradi svojih značilnosti in dinamike, ki jo omogočajo, popolna okolja za (prikrite in odkrite) narcisistične osebe ter lahko potencialno krepijo to osebnostno lastnost in prispevajo k porastu narcisističnosti družbe oziroma posebne oblike iskanja pozornosti. Odprto ostaja vprašanje o morebitnem neposrednem vplivu socialnih omrežij na pojavnost narcisizma. Čeprav je večina raziskav, ki smo jih omenili v pričujočem doktorskem delu, odnos med narcisizmom in spletnimi socialnimi omrežji proučevala z vidika spletnih socialnih omrežij kot nove arene oziroma komunikacijskega kanala, ki omogoča večjo manifestacijo že prisotnih narcisističnih teženj, pa se zdi vsekakor smiselno podrobneje proučiti tudi neposredni vpliv omrežja na pojavnost

narcisizma. Glede na vsakodnevno obkroženost s selektivnim oziroma včasih že kar narcisističnim samopredstavljanjem bi lahko pomislili, da slednje prispeva k sprejemanju tega načina samopredstavljanja kot normalnega in sprejemljivega ter da resnično živimo v kulturi narcisizma in je to le odgovor na potrebe in norme naše družbe oziroma današnjega časa.

Doktorska disertacija je prvo znanstveno delo, ki dejavnike selektivnega samopredstavljanja na spletnem socialnem omrežju Facebook razlaga z vidika konceptov narcisizma, samospoštovanja in navezanosti. Gre za unikatno kombinacijo relevantnih spremenljivk, proučevanje katerih pripomore k boljšemu razumevanju vedenja posameznikov v okviru tega spletnega socialnega omrežja. Edinstveni znanstveni prispevek doktorske disertacije je v zapolnjevanju raziskovalne vrzeli in poglobljenem razumevanju dejavnikov selektivnega samopredstavljanja na spletnem socialnem omrežju Facebook ter razumevanju odnosa med vsemi vključenimi proučevanimi identitetno-odnosnimi koncepti. Pričujoče delo s svojo interdisciplinarnostjo prispeva k boljšemu razumevanju posameznih, z vidika teorij uveljavljenih teoretsko-empiričnih psiholoških konceptov, kot so (selektivno) samopredstavljanje, narcisizem (oziroma vsi trije vidiki odkritega in prikrita narcisizma: narcisistična grandioznost, psihološka upravičenost in prikriti narcisizem), samospoštovanje in navezanost (oziroma stili navezanosti), kot tudi k razumevanju povezav med njimi v okviru spletnega socialnega omrežja. To omogoča lažje razumevanje njihovega načina delovanja v okviru tega spletnega komunikacijskega kanala in osvetljuje družbeni vidik samopredstavljanja. Pomemben prispevek z vidika ugotavljanja povezav med koncepti vidimo tudi v ugotovljeni izraženosti vsakega od proučevanih konceptov v našem vzorcu. Večina raziskav, ki so proučevale dejavnike samopredstavljanja na spletnih socialnih omrežjih, je bilo izvedenih v Združenih državah Amerike, Aziji in Avstraliji, v zelo majhnem obsegu pa tudi v Evropi. Pričujoča doktorska disertacija tako predstavlja pomemben doprinos k znanosti tudi na področju raziskovanja vedenja uporabnikov spletnih okolij v evropskem prostoru. Za namen pričujoče raziskave smo uporabili tako uveljavljene kot novejšje merske pripomočke. Doktorska disertacija predstavlja pomemben prispevek tudi na področju prirejanja merskih pripomočkov za uporabo v slovenskem kulturnem okolju in preverjanja psihometričnih lastnosti uporabljenih merskih pripomočkov. Izsledki doktorske disertacije so relevantni za nadaljnja raziskovanja na področju samopredstavljanja in spletnih socialnih omrežij ter za aplikacijo na druga, tako psihološka kot nepsihološka ali interdisciplinarna področja.

**Ključne besede:** samopredstavljanje, spletno socialno omrežje, Facebook, narcisizem, samospoštovanje, stili navezanosti.

## **Self-presentation factors on the Facebook social networking site**

Over the past few years, due to the ascent of new technologies and the phenomenon of social networking sites, we have witnessed the transformation of self-presentation. Social networking sites, such as Facebook, have become one of the predominant ways of interacting. Consequently, user profiles and website posts underpin people's socially motivated behaviour, which is then reflected in different self-presentation patterns. Although self-presentation is present in our everyday interpersonal communication, distinct transformation towards self-promotional or complacent behaviour has been identified through the period of information blooming. The internet and particularly social networking sites provide ideal environments to individuals for a controlled, self-regulated, self-promotional, excessively selective and ever more often narcissistic self-presentation.

In this doctoral dissertation we focus on the individual's (selective) self-presentation on social networking sites, and its factors. More precisely, we examine to what extent and in what way selective self-presentation on a social networking site is influenced by identity-relational factors. When analysing this social and psychological phenomenon one has to take into account several aspects from the fields of social, clinical, developmental, and personality psychology placed in a broader social context, with an emphasis on understanding of computer-mediated communication. In order to explain this phenomenon we have chosen the concepts of narcissism, self-esteem and attachment styles, which are considered to be crucial within the theories that study an individual's inter- and intra-psychological activity.

The introductory, theoretical part of the doctoral dissertation focuses on exploring the social-cultural background of the issue discussed, more precisely on social changes in the era of the late modern, and the digital culture of communication, and sheds light on social networking sites and aspects of computer-mediated communication in the context of the latter. Further on, the second main theoretical chapter follows, in which we present the main psychological concepts in the digital era of the late modern. It delves into the concept of self-presentation in the context of social networking sites. In the next chapters, it introduces the concept of narcissism, presents the basic studies in this field as well as a diversity of views of this cultural-psychological phenomenon and its relation with self-presentation. This is followed by conceptualisation of self-esteem and an overview of scientific findings on correlations with the previously mentioned concepts. The last, theoretical chapter presents the attachment theory through an attachment style model and correlations between attachment styles and other mentioned studied concepts.

In the frame of a literature review we establish that several research studies with a focus on different aspects of the use of social networking sites have been carried out. Previous research studies have shown the influence and/or correlation between narcissism, self-esteem and in a smaller number also attachment to (self-presentational) behaviour on the internet or social networking sites. However, a review of the available literature did not reveal any study that would delve more comprehensively into all these aspects at the same time, focusing on (selective) self-representation on social networking sites. Thus, the main purpose of the doctoral dissertation is to broaden the existing knowledge on (selective) self-representation on social networking sites and its factors, and additionally on the correlations between the studied concepts and to fill in the mentioned research gap.

Using quantitative research based on theoretical findings, in the empirical part of the doctoral dissertation we answer our central research question of whether factors like different aspects of



narcissism (narcissistic grandiosity, psychological entitlement and hypersensitive narcissism), self-esteem, and attachment (attachment styles) influence selective self-presentation on the social networking site Facebook, and we place everything in a broader social context. Previous research suggests the importance of socio-demographic variables in behaviour on the social networking site, thus we additionally verify the assumed influence of factors on selective self-presentation with control social-demographic variables of age and gender. We additionally verify the interconnectedness of the included concepts, demographic differences within an individual measured concept, and we focus also on some psychometric properties of the metrics tools used.

Data were acquired through an internet survey and were collected between 26 June 2016 and 5 April 2017. The final random sample included 243 inhabitants of Slovenia, of whom 30 were men and 213 were women aged between 15 and 59 years, with an active profile on the Facebook social networking site. The analyses were made using the SPSS 22.0 statistical analysis software package. A multiple regression analysis performed with the sample mentioned above shows that selective self-presentation on Facebook is influenced by narcissistic grandiosity, hypersensitive narcissism and dismissive attachment style. The factors of narcissistic grandiosity and hypersensitive narcissism, which are included in the last regression model, are statistically significant positive predictors of selective self-presentation on Facebook, whereas the dismissive attachment style is a statistically significant negative predictor. Therefore, people who achieve higher degrees of narcissistic grandiosity or hypersensitive narcissism as well as those who have a less pronounced dismissive attachment style tend to present themselves on Facebook more selectively. Our findings in the doctoral dissertation indicate an important influence of narcissistic tendencies and attachment patterns, which a person creates throughout their life with significant others on their internet behaviour or, in our case, selective self-presentation on the Facebook social networking site.

The understanding of identity-relational processes both within social networking sites as well as outside them is underpinned in the doctoral dissertation with additional analyses and results. A verification of relationships between other concepts and verification of demographic differences within an individual measured concept yields some very important findings. Simultaneously with the results of the multiple regression analysis a statistically significant correlation is established between narcissistic grandiosity and dismissive attachment style as well as between hypersensitive narcissism and dismissive attachment style. These findings indicate the connection between insecure forms of attachment to the negative or pathological form of narcissism, and complement the existing knowledge of partial rootedness of narcissism in early (and also later) experiences of socialisation. Thus we can additionally support the idea of narcissism as a modern social as well as developmental phenomenon.

In the doctoral dissertation we find, among others, that persons with narcissistic tendencies don't use the social networking site Facebook in a greater extent or more often (except when it's about tagging themselves on the photos), but only in a different way. In the same way (from the standpoint of selective self-representation) as persons with more expressed narcissistic tendencies (grandiosity, entitlement, hypersensitive narcissism), the social networking site Facebook is also used by persons with more expressed preoccupied and fearful attachment style and people with lower self-esteem. This, together with the abovementioned findings on grandiose and hypersensitive narcissism and the dismissive attachment style as predictors of selective self-representation on the social networking site Facebook suggests that the selective type of self-presentation is mostly used by persons with weaker identity structures, with the intention of gaining attention and approval from network co-users. Based on the findings of verification of demographic differences within an individual measured concept, we

simultaneously establish that this type in our sample is characteristic of younger persons. These findings show that persons aged up to 30 years scored higher on hypersensitive narcissism, and the preoccupied and fearful attachment style, while they scored lower on self-esteem than persons aged 30 and more. The above data can indicate a generational phenomenon which is associated with growing up with modern technology as well as a psychological one which is associated with differently expressed personality traits.

We find that online social networks are a reflection of the changes that describe a modern society, characterised by rapid changes, transformation of values, or a shift from collectivism to individualism (with an emphasis on the inner experience of an individual), a variety of choices, and more. Online social networks, such as Facebook, provide users with an environment in which they can share content from their lives with their audience or co-users. As online social networks with increasing popularity play a central role in self-expression and impression management, it seems that with all the elements that enable users to focus on themselves and express their own feelings (photos, updating of statuses) and with almost complete control over the published content and consequently selective self-representation, social networks stimulate or strengthen individualism or focusing on ourselves. As Lasch said, who considered that modern society, which he characterised as a culture of narcissism, encourages individuals to focus on themselves and strengthen individualism, it seems that the prevailing social circumstances, in our case online social networks, extract from individuals narcissistic qualities that are to a varying extent present in each of us.

When using an online social network such as Facebook, an individual is constantly facing multiple choices (e.g. who to share the information with, which information and how it will be shared). Therefore, the user constantly decides on his behaviour and the webprint he leaves on the network. From the viewpoint of the many choices, (selective) self-representation, which is constantly employed by the user for this purpose, is also a set of certain choices or decisions that the individual accepts about how he will introduce himself to other network users or friends in order to achieve the desired impression or form a certain image of himself. Consequently, the contemporary identity, which in the period of late modern times was found in the whirlwind of discourses, is also an element of the individual's being and also subject to constant changes and adaptation in response to the demands of a modern society. An online social network provides an environment in which we can meet these needs, or an environment in which we can constantly change and adapt our own identity. Thus, the online social network (in connection with the demands of a modern society) seems to be an important agent of changing the individual's identity and (in a circular process) also the importance of self-representation.

With the wealth of data collected in our research, the question arises whether the growth and use of social networking sites transform the core meaning of narcissism or provide a new arena for it, which needs to be reflected again. The answer could be that the non-clinical type of narcissism is among others a reflection of broader social circumstances and not only the use of social networking sites, such as in our case social networking site Facebook. However, it is very likely that the increase in cultural narcissism has also affected the ways in which individuals today use technology. Owing to their characteristics and the dynamics which they enable, social networking sites are thus perfect environments for (covert and overt) narcissistic persons and can potentially strengthen this personal trait and thus contribute to a more narcissistic society or growth of a special type of attention seeking. The question about the potential direct influence of social networking sites on the occurrence of narcissism remains unanswered. Although most of the studies that are mentioned in this dissertation research the relationship between narcissism and social networking sites from the point of view that the latter represent a new

arena or communication channel that spurs manifestation of already present narcissist tendencies, it is nevertheless reasonable to study in greater depth the direct influence of the network on the occurrence of narcissism. Given the omnipresence of selective or sometimes even narcissistic self-presentation in our everyday life, one could think that the latter contributes to accepting it as something normal and acceptable as well as that we really live in a culture of narcissism and this is only a response to the needs and norms of our society and/or the present times.

This doctoral dissertation is the first scientific work that explains the self-presentation factors on the Facebook social networking site in terms of concepts of narcissism, self-esteem, and attachment. This involves a unique combination of relevant variables, whose study improves the understanding of the individual's behaviour in the frame of this social networking site. This doctoral dissertation is thus a unique contribution to science as it fills the research gap and deepens the understanding of the factors of selective self-presentation on the Facebook social networking site as well as the understanding of the relationships between the studied identity-relationship concepts. Owing to its interdisciplinarity, this doctoral dissertation contributes to better understanding of individual, in theoretical terms established, theoretical-empirical psychological concepts, such as (selective) self-presentation, narcissism (or all three aspects of overt and covert narcissism: narcissistic grandiosity, psychological entitlement and hypersensitive narcissism), self-esteem, and attachment (or attachment styles) as well as better understanding of correlations between the abovementioned concepts in the frame of social networking sites. This contributes to better understanding of their functioning in the frame of this online communication channel and also sheds light on the social aspect of self-presentation. An important contribution in terms of identifying relationships between the concepts is also seen in the established explicitness of every studied concept in our sample. Most studies that investigated self-presentation factors were conducted in the USA, Asia and Australia and only to a very limited extent in Europe. The doctoral dissertation is thus a great contribution also in terms of verification of online environment users' behaviour in the European area. For the purpose of research, some already established and some new measuring instruments were employed. The doctoral dissertation is an important contribution to better adaptation of the measuring instruments used in the Slovenian cultural environment and verification of psychometric characteristics of those measuring instruments. The findings of the doctoral dissertation are relevant for further research in the field of self-presentation and social networking sites and can also be applied in other, psychological and non-psychological or interdisciplinary areas.

**Keywords:** self-presentation, social networking site, Facebook, narcissism, self-esteem, attachment style

## KAZALO VSEBINE

<b>1</b>	<b>UVOD .....</b>	<b>16</b>
1.1	RAZISKOVALNI PROBLEM DOKTORSKE DISERTACIJE.....	16
1.2	STRUKTURA DOKTORSKE DISERTACIJE .....	20
<b>2</b>	<b>DRUŽBENO-KULTURNI OKVIR POZNE MODERNE .....</b>	<b>21</b>
2.1	DRUŽBENE SPREMEMBE V OBDOBJU POZNE MODERNE.....	21
2.2	DIGITALNA KULTURA KOMUNICIRANJA .....	27
2.2.1	Spletna socialna omrežja: primer Facebooka .....	28
2.2.2	Vidiki računalniško posredovanega komuniciranja na spletnih socialnih omrežjih .....	32
<b>3</b>	<b>TEMELJNI PSIHOLOŠKI KONCEPTI V DIGITALNEM OBDOBJU POZNE MODERNE .....</b>	<b>36</b>
3.1	SAMOPREDSTAVLJANJE .....	36
3.1.1	Konceptualizacija samopredstavljanja.....	36
3.1.2	Samopredstavljanje na spletnem socialnem omrežju Facebook.....	42
3.2	NARCISIZEM .....	49
3.2.1	Konceptualizacija narcisizma .....	49
3.2.2	Kultura narcisizma .....	60
3.2.3	Narcisizem in samopredstavljanje na spletnem socialnem omrežju.....	64
3.3	SAMOSPOŠTOVANJE .....	67
3.3.1	Konceptualizacija samospoštovanja .....	67
3.3.2	Samospoštovanje in samopredstavljanje na spletnem socialnem omrežju .....	71
3.3.3	Samospoštovanje in narcisizem na spletnem socialnem omrežju.....	75
3.4	NAVEZANOST.....	78
3.4.1	Konceptualizacija navezanosti.....	78
3.4.2	Navezanost in samopredstavljanje na spletnem socialnem omrežju .....	88
3.4.3	Navezanost in narcisizem na spletnem socialnem omrežju.....	92
3.4.4	Navezanost in samospoštovanje na spletnem socialnem omrežju.....	95
<b>4</b>	<b>EMPIRIČNI DEL DOKTORSKE DISERTACIJE.....</b>	<b>97</b>
4.1	NAMEN, CILJ IN RAZISKOVALNA IZHODIŠČA DOKTORSKE DISERTACIJE.....	97
4.2	RAZISKOVALNI APARAT: UPORABLJENE METODE RAZISKOVANJA, VZOREC, MERSKI PRIPOMOČKI IN IZVEDBA RAZISKAVE .....	101

4.3	REZULTATI IN INTERPRETACIJA .....	106
4.3.1	Socialno-demografske spremenljivke .....	107
4.3.2	Komponentna analiza.....	108
4.3.3	Analiza zanesljivosti .....	114
4.3.4	Opisne statistike .....	115
4.3.5	Povezanosti med koncepti.....	118
4.3.6	Demografske razlike .....	122
4.3.7	Razlike med lestvicami .....	132
4.3.8	Prediktorji selektivnega samopredstavljanja na spletnem socialnem omrežju Facebook .....	134
4.4	PREVERJANJE HIPOTEZ .....	140
<b>5</b>	<b>RAZPRAVA .....</b>	<b>141</b>
<b>6</b>	<b>SKLEP.....</b>	<b>156</b>
<b>7</b>	<b>SEZNAM LITERATURE .....</b>	<b>164</b>
<b>8</b>	<b>STVARNO IN IMENSKO KAZALO .....</b>	<b>192</b>
	<b>PRILOGE .....</b>	<b>195</b>
	PRILOGA A: ANKETNI VPRAŠALNIK.....	195
	PRILOGA B: KOMPONENTNA ANALIZA .....	202
	PRILOGA C: OPISNE STATISTIKE .....	205
	PRILOGA D: DEMOGRAFSKE RAZLIKE.....	211

## KAZALO TABEL

Tabela 3.1: Pet pogostih strategij samopredstavljanja .....	41
Tabela 4.1: Najvišja dosežena formalna izobrazba .....	107
Tabela 4.2: Trenutni zaposlitveni status .....	107
Tabela 4.3: Trenutni zakonski stan .....	107
Tabela 4.4: Delež pojasnjene variance in lastne vrednosti komponent.....	108
Tabela 4.5: Strukturna matrika (po metodi glavnih komponent brez rotacije) .....	109
Tabela 4.6: Delež pojasnjene variance in lastne vrednosti komponent.....	109
Tabela 4.7: Strukturna matrika (po metodi glavnih komponent brez rotacije) .....	110
Tabela 4.8: Delež pojasnjene variance in lastne vrednosti komponent.....	111
Tabela 4.9: Strukturna matrika (po metodi glavnih komponent brez rotacije) .....	111
Tabela 4.10: Delež pojasnjene variance in lastne vrednosti komponent.....	112
Tabela 4.11: Strukturna matrika (po metodi glavnih komponent in rotaciji Direct Oblimin s Kaiserjevo normalizacijo) .....	112
Tabela 4.12: Delež pojasnjene variance in lastne vrednosti komponent.....	113
Tabela 4.13: Strukturna matrika (po metodi glavnih komponent brez rotacije) .....	113
Tabela 4.14: Koeficienti zanesljivosti .....	114
Tabela 4.15: Prikaz porazdelitve in preizkus normalnosti porazdelitve spremenljivk .....	115
Tabela 4.16: Frekvenčna tabela – stili navezanosti .....	115
Tabela 4.17: Pogostost aktivnosti na spletnem socialnem omrežju Facebook .....	116
Tabela 4.18: Število prijateljev na Facebooku .....	117
Tabela 4.19: Povezanosti med lestvico samopredstavljanja PSAFU, lestvico narcisistične grandioznosti NaGS, lestvico psihološke upravičenosti PES, lestvico prikritega narcisizma HSNS, Rosenbergovo lestvico samospoštovanja RSES, stili navezanosti in vprašanji o aktivnosti na Facebooku .....	118
Tabela 4.20: Povezanosti med lestvico samopredstavljanja PSAFU in skupnim indeksom postavk, ki meri aktivnosti na spletnem socialnem omrežju Facebook .....	120
Tabela 4.21: Razlike med spoloma – analiza povprečja, standardni odklon, t-test in p-vrednost .....	122
Tabela 4.22: Razlike glede na starost – analiza povprečja, standardni odklon, t-test in p- vrednost pri osebah, starih do 29 let, in osebah, starih 30 let in več.....	123
Tabela 4.23: Enosmerna analiza variance – ANOVA.....	125

Tabela 4.24: Razlike v povprečnih vrednostih na lestvici narcisistične grandioznosti NaGS in pri vprašalniku medosebnih odnosov (varni stil navezanosti in plašljiv stil navezanosti) glede na najvišjo doseženo formalno stopnjo izobrazbe z Gabriel post hoc testom.....	126
Tabela 4.25: Robustni test enakosti povprečij Brown-Forsythe za Rosenbergovo lestvico samospoštovanja RSES.....	127
Tabela 4.26: Razlike v povprečnih vrednostih na Rosenbergovih lestvicah samospoštovanja RSES glede na najvišjo doseženo formalno stopnjo izobrazbe z Games-Howell post hoc testom.....	127
Tabela 4.27: Enosmerna analiza variance – ANOVA.....	129
Tabela 4.28: Razlike v povprečnih vrednostih na Rosenbergovih lestvicah samospoštovanja RSES in pri vprašalniku medosebnih odnosov (plašljiv stil navezanosti) glede na zaposlitveni status z Gabriel post hoc testom .....	130
Tabela 4.29: Robustni test enakosti povprečij Brown-Forsythe za lestvico psihološke upravičenosti PES .....	131
Tabela 4.30: Razlike med skupinama (zakonski stan) – analiza povprečja, standardni odklon, t-test in p-vrednost .....	132
Tabela 4.31: Razlike med lestvicami glede na povprečje na lestvici samopredstavljanja PSAFU (povprečje višje ali enako in nižje od 4) – analiza povprečja, standardni odklon, t-test in p-vrednost .....	133
Tabela 4.32: Povprečja, dosežena v drugem delu vprašalnika medosebnih odnosov RQ glede na izbran prevladujoč stil navezanosti v prvem delu vprašalnika.....	135
Tabela 4.33: Začetni model večkratne regresijske analize.....	136
Tabela 4.34: Povzetek modela večkratne regresijske analize .....	136
Tabela 4.35: Enosmerna analiza variance – ANOVA končnega modela večkratne regresijske analize .....	137
Tabela 4.36: Končni model večkratne regresijske analize .....	137

## KAZALO SLIK

Slika 3.1: Model/stili navezanosti v odraslosti.....	86
Slika 4.1: Predpostavljeni model odnosov med spremenljivkami .....	100
Slika 4.2: Shematski prikaz povezanosti med proučevanimi koncepti .....	121
Slika 4.3: Končni model odnosov med spremenljivkami .....	139



# 1 UVOD

## 1.1 RAZISKOVALNI PROBLEM DOKTORSKE DISERTACIJE

Družba in dožemanje sveta posameznikov sta se spremenila skozi procese modernizacije. Spremenile so se družbene strukture, funkcije in komunikacija, tako znotraj družb kot med njimi in posamezniki, ki so del njih. Spremenili so se življenjski pogoji in povečale njihove možnosti izbire ter svoboda izbire glede poteka njihovega življenja, hkrati pa zmanjšali stabilnost in tradicija. To nam je omogočilo mnogotere izbire in spremljajočo svobodo, hkrati pa povečalo strah pred napačnimi odločitvami in občutkom nezadostnosti. V središču so individualizem ter poudarjanje in izražanje lastnih občutij, s tem pa tudi povečana pomembnost osebne svobode in razvoj identitete posameznika. Čeprav raziskovalci individualizmu pripisujejo mnoge pozitivne vplive na posameznike (npr. Waterman 1981; Triandis 1995; Kitayama in drugi 2004; Inglehart in drugi 2008; Schug in drugi 2009; Fischer in Boer 2011; Donnelly in drugi 2015; Twenge in drugi 2015), naj bi imel tudi negativne, kot je na primer porast narcisistične kulture (npr. Campbell in Twenge 2015).

Raziskovalci (npr. Lasch 1979; Emmons 1987; Twenge in Foster 2008; Twenge in drugi 2008; Paris 2014; Twenge in drugi 2014) že od 70. let prejšnjega stoletja dokazujejo, da naj bi sodobna kultura kontinuirano povečevala stopnje narcisizma. K temu naj bi med drugim prispevale tudi spremembe v izobraževanju in načinu dela, spremenjeni vzgojni pristopi in naraščajoča potrošna kultura (Lasch 1979). Eden od dejavnikov, ki prispevajo k narcisistični kulturi, naj bi bila tudi spletna socialna omrežja (Campbell in Twenge 2015).

Dandanes se spremembe dogajajo hitreje kot kadarkoli prej, zaradi česar je tudi posameznikova identiteta predmet nenehnega prilagajanja in sprememb. Družbeno okolje in spremembe vplivajo na način, na katerega posamezniki vzpostavljajo in razvijajo svoje identitete, pri čemer ima samopredstavljanje vlogo tako pri razvoju in oblikovanju kot tudi prilagajanju in ohranjanju slednje, prav tako pa vplivajo tudi na odnose med ljudmi. V zadnjih letih smo z vzponom novih tehnologij in fenomena spletnih socialnih omrežij priča transformaciji samopredstavljanja.

Samopredstavljanje v socialni psihologiji predstavlja kompleksen predmet proučevanja, ki ga je mogoče obravnavati v različnih kontekstih. V okoljih zunaj interneta je bilo predmet mnogih

raziskav (npr. Goffman 1959; Baumeister in drugi 1989; Brown 1998), v zadnjem času pa proučevanje te oblike vedenja v vse večjem obsegu poteka v okviru spletnih okolij, natančneje spletnih socialnih omrežij (npr. Zarghooni 2007; Boyd in Ellison 2008; Zhao in drugi 2008; Seidman 2013). Ta so prostor, kjer se odvija ogromno raznoterih medosebnih interakcij. Združujejo več različnih vrst komunikacije in z naraščajočim številom uporabnikov postajajo čedalje bolj pomemben element medosebne in množične komunikacije. Spletna socialna omrežja sicer predstavljajo mlado komunikacijsko platformo, a so v zadnjih letih pomembno vplivala na dinamiko samopredstavljanja. Še poseben vpliv na to je imelo spletno socialno omrežje Facebook, kjer je dobro viden spekter socialno-psiholoških fenomenov v naših vsakdanjih življenjih. Čeprav je samopredstavljanje vsakodnevno prisotno v medosebnem komuniciranju, je v obdobju informacijskega razcveta zaslediti izrazito transformacijo v smeri samopromocijskega oziroma všečnega vedenja. Splet in še posebej spletna socialna omrežja posameznikom ponujajo idealna okolja za nadzorovano, samoregulirano, samopromocijsko, pretirano selektivno in vse pogostejše že kar narcisistično samopredstavljanje, zato se zdi pomembno proučiti dejavnike, ki vplivajo na ta način vedenja.

V zadnjih letih se je pojavilo in razvilo veliko različnih spletnih socialnih omrežij, kot so Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter, YouTube, LinkedIn, Pinterest, Flickr, Tumblr, MySpace itd., z različnimi specifikami in nameni. Čeprav sta v zadnjem času v porastu omrežji Instagram in Snapchat, tako z vidika števila uporabnikov kot priljubljenosti (Statista 2017b; Statista 2017c), Facebook z 1,3 milijarde dnevni aktivnih uporabnikov oziroma približno 2 milijardama mesečnih aktivnih uporabnikov (Facebook 2017) še vedno velja za največje spletno socialno omrežje. Facebook je z vidika uporabniške izkušnje bolj interaktiven od nekaterih drugih omrežij (npr. Instagram, Snapchat), zaradi česar je na tem omrežju moč zaslediti tudi več različnih komunikacijskih praks. Prav tako je starostna struktura uporabnikov na Facebooku bolj raznolika in starostni razpon večji (Statista 2017a) kot pri omenjenih omrežjih Instagram in Snapchat. Facebook namreč uporablja tudi veliko starejših ljudi, medtem ko je večji del uporabnikov Instagrama in Snapchata mladih. Poleg tega je Facebook nonimno (angl. *nonymous*) spletno okolje (Zhao in drugi 2008), kar pomeni, da od uporabnikov ob ustvarjanju profila zahteva identifikacijo, s čimer v spletni areni zastopajo in predstavljajo svoje bistvo (angl. *the self*)<sup>1</sup>. Z izjemo nekaterih, ki ustvarjajo lažne profile, se večina oseb na

---

<sup>1</sup> Med pisanjem smo se soočili z zagatnostjo prevajanja strokovnih terminov, še posebno tistih, ki izvirajo iz različnih teorij osebnosti. Za nekatere termine že obstajajo uveljavljeni prevodi, medtem ko smo bili pri drugih priča njihovi mnogoterosti in raznolikosti definicij. Prvi med omenjenimi termini je nedvomno angleški izraz

Facebooku predstavlja z avtentičnimi profili, kar posledično pomeni, da je to omrežje zbir mnogoterih samopredstavitev, za katere uporabniki menijo, da so najboljša različica njih samih. Spletna socialna omrežja na splošno predstavljajo edinstveno okolje, v katerem lahko uporabniki s pomočjo elementov računalniško posredovanega komuniciranja izražajo sami sebe in regulirajo svojo samopredstavitev. Navedeni razlogi so vplivali na našo odločitev, da raziskavo opravimo v okviru omrežja Facebook.

Raziskovalno problematiko doktorske disertacije tako predstavljajo posameznikovo (selektivno) samopredstavljanje na spletnih socialnih omrežjih in dejavniki, ki vplivajo nanj. Natančneje nas zanima, v kolikšni meri in na kakšen način je selektivno samopredstavljanje na spletnem socialnem omrežju<sup>2</sup> pod vplivom identitetno-odnosnih dejavnikov. Pri analizi tega družbenega in psihološkega fenomena je potrebno vključiti različne vidike s področja socialne, klinične in razvojne psihologije ter psihologije osebnosti, umeščene v širši družbeni kontekst, s poudarkom na razumevanju računalniško posredovanega komuniciranja. Za pojasnjevanje tega fenomena smo izbrali koncepte narcisizma, samospoštovanja in navezanosti, za katere menimo, da so ključni na področju teorij, ki proučujejo posameznikovo intra- in interpsihološko delovanje. Ker izhajamo iz opazke, da je vse bolj prisotno pretirano selektivno oziroma že kar narcisistično samopredstavljanje, je bila odločitev, da bomo to vrsto samopredstavljanja poskusili razložiti s pomočjo koncepta narcisizma, jasna. Tudi več raziskav (npr. Buffardi in Campbell 2008; Mehdizadeh 2010) je proučevalo manifestacijo narcisizma v okviru samopredstavljanja na spletnih socialnih omrežjih in ugotovilo pomembne povezave med konceptoma. Na razvoj narcisističnih teženj med drugim vplivajo tudi zgodnje izkušnje posameznika oziroma odnos s pomembnimi drugimi (npr. Bowlby 1973), zato se zdi na fenomen selektivnega samopredstavljanja v okviru spletnih socialnih omrežij nujno pogledati

---

*the Self* oziroma nemški *das Selbst*, za katerega so se med drugimi predvsem uveljavili prevodi *jaz*, *sebstvo* oziroma se ohranja izvornik *self*. Enoten in univerzalen izraz v tem primeru verjetno ni mogoč, saj vsakemu od navedenih prevodov do te univerzalnosti nekaj manjka (Kotnik 2001). Če bi se želeli popolnoma izogniti pomenskim odtenkom različnih prevodov tega termina, bi bilo najbolje obdržati izvornik *self*, vendar pa stremimo k slovenskemu izrazoslovju. V zvezi z navedeno prevajalsko zagato smo se obrnili na strokovnjake za slovenski jezik in psihologijo, ki so nam sicer predlagali uporabo prevoda *jaz*, predvsem zaradi širše rabe v poljudnih in strokovnih besedilih. Ker je prevod *jaz* lahko sporen, predvsem zaradi *jaza*, ki ga najdemo v psihoanalitskih besedilih, in ker se v nalogi dotikamo tudi tega področja, smo se odločili, da obdržimo tudi že uveljavljen slovenski prevod *sebstvo*, ki se kljub pomenskim odtenkom zdi bolj enoznačen od alternativnega prevoda *jaz*. V delih besedila, kjer je to smiselno, pa izvornik *self* zamenjamo z osebnim povratnim zaimkom *sebe* oziroma *se*. Na tem mestu še dodajamo, da ponekod poleg prevoda v oklepaju dodatno navajamo še izvorni angleški izraz ali uporabimo dva izraza, ker posamezni slovenski izrazi ne zajemajo vseh pomenskih odtenkov.

<sup>2</sup> Ko opisujemo način samopredstavljanja, ki ga v raziskavi merimo z lestvico samopredstavljanja PSAFU, govorimo o selektivnem samopredstavljanju oziroma samopredstavitvenem udejstvovanju, ki se manifestira prek izbire osebnih fotografij in objav na posameznikovi časovnici na spletnem socialnem omrežju Facebook, objavljenih z namenom ustvarjanja zelenega vtisa pri drugih uporabnikih omrežja.

tudi skozi prizmo teorije navezanosti. Stili navezanosti naj bi bili povezani z več oblikami interpersonalnih vedenj, prisotnih tudi na spletnih socialnih omrežjih (Fraley in Shaver 2000). Stili navezanosti se razvijejo zgodaj v življenju, a naj bi imeli vpliv na kasnejše socialne interakcije in prepričanja o sebi. Ker naj bi zgodnje izkušnje oziroma odnos s pomembnimi drugimi pomembno vplival na oblikovanje samospoštovanja (Foster in drugi 2007; Huis in drugi 2011; Doinita 2015) in ker to obravnavajo teorije navezanosti, po katerih so prepričanja in občutja o sebi, predvsem socialno in globalno samospoštovanje, opredeljena z odzivnostjo okolja (angl. *caregiving environment*) (Hazan in Shaver 1994), kompleksnost proučevanega področja osvetljujemo tudi z vidika koncepta samospoštovanja. Dodaten razlog za vključitev samospoštovanja v pričujočo raziskavo je tudi dejstvo, da narcisizem lahko napačno razumemo kot ekvivalent visokemu samospoštovanju, saj se koncepta delno prekrivata (Campbell in drugi 2002).

Pri pregledu literature smo ugotovili porast znanstvenih objav o vedenju in z njim povezanih procesih na spletnih socialnih omrežjih (npr. Zarghooni 2007; Wilson in drugi 2010; Ellison in drugi 2006; Boyd in Ellison 2008; Buffardi in Campbell 2008; Zhao in drugi 2008; Mehdizadeh 2010; Oldmeadow in drugi 2013). V svetu je bilo narejenih veliko raziskav o psiholoških in socioloških vidikih uporabe spletnih socialnih omrežij in na splošno z vidika družboslovnih konceptov in teorij, kot so na primer teorije in modeli računalniško posredovanega komuniciranja (Daft in Lengel 1986; Lea in Spears 1991; Walther 1992; Walther 1996). Zasedili smo raziskave, ki so proučevale samopredstavljanje in na splošno vedenje na spletnih socialnih omrežjih z različnih vidikov, med drugim v povezavi s konceptom narcisizma (npr. Buffardi in Campbell 2008; Mehdizadeh 2010; Błachnio in drugi 2016), samospoštovanja (npr. Ellison in drugi 2007; Mehdizadeh 2010; Kalpidou in drugi 2011) in v manjšem številu tudi teorijo navezanosti (npr. Oldmeadow in drugi 2013; Baek in drugi 2014; Hart in drugi 2015). Nismo pa zasledili celovitejše raziskave, ki bi zajela vse navedene vidike hkrati. Čeprav so omenjene raziskave v svetu v porastu, v Sloveniji večinoma ostajajo na ravni diplomskih in magistrskih del. Zasedili smo sicer nekaj znanstvenih del, ki proučujejo fenomen spletnih socialnih omrežij in procese, ki potekajo v njihovem okviru, a ne z vsemi dejavniki, ki smo jih vključili v pričujoče delo. Tovrstne kombinacije nismo zasledili v nobenem slovenskem ali tujem znanstvenem delu. To delo je torej prvi poskus razlage dejavnikov selektivnega samopredstavljanja na spletnem socialnem omrežju z vidika identitetno-odnosne perspektive z upoštevanjem konceptov narcisizma, samospoštovanja in stilov navezanosti.

## 1.2 STRUKTURA DOKTORSKE DISERTACIJE

V uvodnem delu se najprej osredotočimo na družbeno-kulturno ozadje obravnavane problematike, natančneje na družbene spremembe v obdobju pozne moderne in elektronsko kulturo komuniciranja s poudarkom na spletnih socialnih omrežjih in vidikih računalniško posredovanega komuniciranja na spletnem socialnem omrežju. Sledi drugo, glavno teoretično poglavje, v katerem predstavimo temeljne psihološke koncepte v obdobju pozne moderne. Predstavimo koncept samopredstavljanja in ga umestimo na področje spletnih socialnih omrežij. Nato vpeljemo koncept narcisizma in ga predstavimo kot kulturno-psihološki fenomen. Predstavimo tudi njegovo povezanost s samopredstavljanjem. Sledita konceptualizacija samospoštovanja in pregled znanstvenih izsledkov o povezavah s predhodno omenjenimi koncepti. V zadnjem teoretičnem poglavju predstavimo teorijo navezanosti skozi model stilov navezanosti ter povezanost (stilov) navezanosti z ostalimi omenjenimi proučevanimi koncepti.

Nadaljujemo z empiričnim delom doktorske disertacije, v katerem osvetlimo namen in cilj tega dela, predstavimo raziskovalno vprašanje in hipoteze ter metode raziskovanja. Sledijo poglobljena predstavitev rezultatov in njihova interpretacija ter testiranje hipotez, kar podkrepimo z dodatno razlago v razpravi. Zaključimo s sklepnim delom disertacije, v katerem poleg sklepnih misli predstavimo izvirni prispevek k znanosti, omejitve in pomanjkljivosti raziskave ter podamo predloge za nadaljnje raziskovanje.

## 2 DRUŽBENO-KULTURNI OKVIR POZNE MODERNE

### 2.1 DRUŽBENE SPREMEMBE V OBDOBJU POZNE MODERNE

Spremenjene komunikacijske prakse in transformacijo samopredstavljanja tako na spletu kot zunaj njega bi lahko opisali kot fenomen današnjega časa oziroma pozne moderne. Da jih lahko razumemo, moramo najprej razumeti njihov družbeno-kulturni historični okvir. Procesi modernizacije so preoblikovali večino današnjih družb. Avtorji različno poimenujejo sodobno družbo. Zasledimo izraze, kot so »postmoderna« (Baumann 1987), »visoka in pozna moderna« (Giddens 1991), »druga moderna kot družba tveganja« (Beck 1992), »tekoča moderna« (Baumann 2002/2000), »sodobna postmoderna« (Lyotard 2004), »druga moderna kot kozmopolitska družba« (Beck 2006), s katerimi so omenjeni avtorji opisovali sodobno družbo oziroma »razviti svet« (Lupton 2005), ki se razlikuje od tradicionalnih in modernih družb. Klun (2007) meni, da gre pri obdobju pozne moderne za širok in težko določljiv pojem. Če bi ga morali opredeliti z dvema značilnostma, bi ga opisali kot odsotnost enovite, univerzalne racionalnosti. Sicer pa so za obdobje pozne moderne značilni spremenjeno pojmovanje časa in prostora, refleksivnost, oblikovanje nacionalne države, spremenjen odnos med delovno silo in kapitalom, individualizacija, spremenjeno razumevanje narave in tveganja (Giddens 1991; Beck 1992; Beck 2000; Baumann 2002) ter pragmatizem in pasivnost (Taylor 1991). Uletova (2000) pravi, da so se v tem obdobju spremenile rodovne, nacionalne, stanovske, razredne, mitično-religiozne in druge tradicije ter uvedle nove oblike življenja, različne od podedovanih. »Te spremembe so zahtevale od ljudi sprotno in splošno refleksijo lastnega početja, doživljanja in razmišljanja« (Ule 2000, 7). Dawson (2013) obdobje pozne moderne opisuje kot individualiziran svet potrošnikov srednjega razreda, ki je sledilo obdobju pomanjkanja. Dodaja, da trenutna faza pozne moderne ni dokončen prelom od tega, kar je bilo pred tem, ampak prej neposredni rezultat in odgovor na dejavnike, povezane s »preprosto moderno«. Vandenberghe (2014) dodaja, da je svet od prehoda v novo tisočletje naprej nemiren in da vez med geopolitičnimi, ekonomskimi in tehnološkimi revolucijami spreminja svet, kot ga poznamo, ter meni, da se soočamo z nastankom nove družbe.

Modernizacija ne zajema le strukturnih sprememb, ampak tudi spremembe odnosa med družbenimi strukturami in družbenimi akterji. Ko modernizacija doseže določeno stopnjo, se posledično nadzorna kapaciteta družbenih struktur nad akterji zmanjša, kar vodi v povečano

individualizacijo slednjih (Lash in Wynne 1992). V procesu individualizacije so nekateri družbeno predpisani dogovori razpadli in odrezali ljudi od njihovih tradicionalnih vezi, prepričanj in družbenih odnosov. Posledično je prišlo do oslabiljenosti tradicionalnih podpornih omrežij, zaradi česar so se začeli zanašati nase in lastno usodo, polno tveganj, priložnosti in nasprotij (Beck 1992). V predmodernih družbah je okolje oblikovalo življenja posameznikov, ti pa so sebe dojemali kot neločljiv del družbe, nad katero niso imeli nadzora. Življenjska pot večine ljudi je bila takrat predvidljiva in je ponujala malo alternativ, ki so bile pogosto povezane s tveganjem in možnostjo socialnega propada (Ule 2000). »Z industrializacijo, modernejšim in hitrejšim prometom, z neznanskim povečanjem trga blaga in trga dela se je izoblikoval tudi širok spekter možnosti in izbir za posameznika« (Ule 2000, 9). Znatno sta se povečali tudi prostorska in socialna mobilnost, kar je skupaj z ostalimi spremembami vplivalo na posameznikovo dožemanje svojega življenja (Ule 2000). Tako je postalo značilno soočanje ljudi z mnogoterimi vprašanji in izbirami, pri čemer pa nimajo več na razpolago tradicionalnih smernic (Beck in Beck-Gernsheim 1995), zaradi česar so prisiljeni, da sami postanejo središče lastnih življenjskih načrtov in vedenj. Neodvisnost od tradicionalnih vezi je ljudem prvič v zgodovini omogočala doživljanje lastne usode (Beck 1992). V pozni moderni imajo tako posamezniki možnost svojo usodo oblikovati sami, v nasprotju z obdobjem klasične moderne, ko je bila ta usoda določena s strani razrednih družb. Družbeni razred nima več strukturne vloge, kot jo je imel prej. Medtem ko je bila včasih prisotna »standardna biografija«, je dandanes prisotna »biografija izbire«, ki jo ljudje lahko ustvarijo sami in ki naj bi nadomestila »standardno biografijo« in postala nova »standardna biografija« (Brannen in Nilsen 2005, 415). Z zahajanjem tradicionalnih parametrov industrijske družbe naj bi se ljudje med drugim lahko osvobodili socialnih oblik družbe, kulturnega razreda, razredne zavesti, spola, družine, kar pa ni nujno. Institucionalne spremembe v državnih ureditvah blaginje, delu in izobraževanju vodijo v čedalje bolj nepredvidljiva življenja posameznikov. Strukturni kontekst kot del detradicionalizacije vključuje proces »osvobajanja« za posameznika, v katerem ne moremo več pričakovati tradicionalnih načinov življenja. Razvoj osebne biografije nima standarda, ki naj bi mu posameznik sledil. Ustvarjena mora biti brez sklicevanja na življenja preteklih generacij (po Brannen in Nilsen 2005, 416).

Ena od značilnosti pozne moderne je bolj ali manj kontinuiran in intenziven proces sprememb, pri čemer se ti procesi ne prilagajajo posameznikovim pričakovanjem ali nadzoru, zaradi česar v ospredje prihaja tveganje. Slednje je postalo značilno za to obdobje, ker noben vidik naših dejanj ne sledi vnaprej določeni smeri in so vsi izpostavljeni negotovim dogodkom (Beck

1992). Moderna je namreč polna negotovosti in vsakega posameznika izpostavi raznolikim kriznim situacijam.

Svoboda, ki smo ji priča v modernih družbah, se pogosto povezuje z umikanjem tradicionalnih vrednot (Taylor 1991) ali transformacijo tradicionalnih vrednot, značilnih za obdobje pomanjkanja in potemtakem boja za preživetje (Inglehart 1995). Omenjen vrednotni premik je posledica socialne blaginje in socialne varnosti prebivalstva (Kos 1998). Inglehart (1995) je na osnovi obsežne analize opredelil 4 skupine vrednot sodobne družbe, med drugimi tudi skupino vrednot pozne moderne, ki vključuje tolerantnost, ekologijo, prosti čas, zdravje, prijatelje, samoaktualizacijo in druge. Ta skupina vrednot je diametralno nasprotna skupini tradicionalnih vrednot, kamor je avtor med drugim umestil religijo, družino, večje število otrok, ubogljivost in druge. »Inglehartova raziskava tako potrjuje padajočo intenzivnost povezave med materialno blaginjo in subjektivnim občutenjem blaginje. Očitno je, da v družbah, ki bi jih lahko že označili kot postmoderne, trdo delo ni več visoko postavljena vrednota, samorealizacija pri ženskah pa ni več povezana z rojevanjem otrok. Pojavlja se tudi jasna povezava med občutkom varnosti in toleranco do tujcev« (Kos 1998, 35). Uletova (2003) meni, da smo danes prisiljeni v držo, kjer imamo veliko obstoječih možnosti, vendar je postala pot iz moderne v pozno moderno negotova, pri čemer se kažejo moralna in vrednotna protislovja ter negotovost glede prihodnosti. Posamezniki posledično razvijajo individualizem, pri čemer slednji niso več zadovoljni samo s tem, da spoštujejo moralne zakone, ampak jih hočejo aktivno sooblikovati. Značilnosti sodobne družbe naj bi spodbujale večjo osredotočenost na samega sebe (Paris 2014). S tem, ko družbene strukture slabijo, se ljudje manj osredotočajo na prilagajanje zunanjim pričakovanjem in bolj na njihove notranje občutke (Paris 2014). Z modernizacijo družbe kolektivne vrednote postajajo manj pomembne, individualne potrebe pa postajajo bolj izrazite, medtem ko osnovne človeške potrebe po povezovanju in smislu niso tako enostavno zadovoljene kot v tradicionalnih družbah (Markus in Kitayama v Paris 2014).

Individualizem, na katerega lahko gledamo kot na družbeni vzorec, ki ga sestavljajo ohlapno povezani posamezniki, ki sebe zaznavajo kot neodvisne od skupnosti (Triandis 1995, 2), velja za eno od najbolj vplivnih »globalnih vrednot« (Pilkington 2003). Mnogi ta vidik pozne moderne opredeljujejo kot njen največji dosežek. Individualistični sistemi naj bi imeli pozitivne vplive na posameznike (npr. Waterman 1981), saj naj bi jim med drugim omogočali avtonomno delovanje in svobodno izbiro (Triandis 1995) ter visoko socialno mobilnost (npr. interakcije z osebami, ki jih izbere posameznik) (npr. Schug in drugi 2009), kar naj bi povečevalo srečo



posameznikov (npr. Inglehart in drugi 2008). Nadalje naj bi imeli posamezniki v individualističnih kulturah močan občutek za samoučinkovitost (Kitayama in drugi 2004). Med pozitivnimi izidi individualizma nekateri avtorji (npr. Donnelly in drugi 2015; Twenge in drugi 2015) navajajo tudi pravice žensk, strpnost do drugih ljudi in zmanjševanje predsodkov, čeprav je dandanes moč zaslediti tudi nasprotno, izrazito desničarske pobude.

Kljub navedenim možnim pozitivnim izidom z individualizmom povezujemo tudi negativne izide. Nanje je opozarjal že eden izmed socioloških klasikov Durkheim (1992/1897), ki je individualizem sicer vrednotil kot civilizacijski dosežek, a je v svojih analizah opozoril na povezanost vzpona individualizma s slabljenjem družbene solidarnosti. Nadalje raziskovalci individualizem povezujejo tudi s spodbujanjem močne potrebe posameznika po stremljenju za osebnimi dosežki, kar ustvarja tekmovalnost z ostalimi (Triandis 1995) in lahko negativno vpliva na medosebne odnose (Park in Crocker 2005). Visoka socialna mobilnost, ki naj bi jo omogočal individualizem, lahko vodi v visoko socialno anksioznost (Oishi in drugi 2013). Med negativne posledice individualizma sodi tudi izguba smisla bivanja oziroma posameznikova zaprtost v lastno samozadostnost, samovoljnost in pragmatiko (Taylor 1991).

Človek je izgubil širši pogled na življenje, ker se je osredotočili le na svoje osebno življenje. Temna stran individualizma je pretirana osredotočenost na »sebe«, zaradi česar človekovo življenje postaja hkrati plitko in omejeno, izgublja smisel in je čedalje bolj gluha za ostale ljudi v družbi. »Permisivna družba«, pojav »jaz-generacije« ali prevladovanje »narcizma« so le trije najbolj znani pojavi, v katerih se v sodobni obliki izraža ta individualizem (Jamnik 2005, 441).

Na narcisizem tako lahko gledamo kot na skrajno obliko individualizma (Bečaj 2005).

Močan poudarek na individualnosti je pomembna lastnost moderne, Giddens (1991) pa poudarja pomen kompleksne različnosti izbir, ki smo se jih bežno že dotaknili. S slednjimi se posameznik sooča znotraj vseh vidikov vsakodnevnega življenja, pri čemer pa od omenjenih struktur ne dobi veliko pomoči glede tega, katero možnost izbrati. Brannenova in Nielsenova (2005) izbiro opisujeta kot močno povezano s svobodo posameznika. Pravita, da se v sodobni zahodni družbi izbira posameznika nanaša tako na potrošnjo kot tudi na javni diskurz in jezik družbenih ved, ki se uporablja za analizo mnogih področij življenja ljudi. Nove generacije svobodo razumejo kot svobodno izbiro življenjskega sloga, svobodno se izbira prijateljske in partnerske zveze, odnose, opaža se odmik od tradicionalnih spolnih vlog (Ule 2003). Svoboda

izbire je znak svobodnega, avtonomnega posameznika in pomemben element avtonomije (angl. *agency*). Ta je spremenil naše razumevanje življenjskega poteka posameznikov ter kontekstov in pogojev, pod katerimi posamezniki sprejemajo odločitve, kar je bilo konceptualizirano kot »struktura« (Brannen in Nilsen 2005). Ker so izbire in odločitve posameznikov zaradi zelo spremenjenih okoliščin same po sebi lahko tvegane (Beck 1992), morajo biti sprejete na osnovi tehtnega premisleka (Brannen in Nilsen 2005). Izbire in odločitve so ključne za razumevanje procesov na ravni posameznika v družbah, v katerih tradicionalne vezi in načini razmišljanja niso več tako relevantni kot nekoč (Giddens 1994). V detradicionalizirani družbi je reflektivnost lastnost na ravni posameznika, pri čemer naj bi vsaka oseba svoja dejanja in izbire razložila in podprla z racionalnimi argumenti namesto s sklicevanjem na tradicionalne načine izvajanja posameznih aktivnosti, ki za današnje generacije niso več tako relevantni (po Brannen in Nilsen 2005, 416).

Povečano vlogo posameznikovega odločanja glede svojega življenja lahko vidimo kot razlog povečane osredotočenosti na individualnost, saj je posameznik bolj vpliven glede sprememb v svojem življenju. Individualizacija povečuje množico možnosti in izbir, ki so posamezniku na voljo (Ule 2002, 80). Povečana različnost izbir pa se odraža v bolj raznolikih skupinah posameznikov znotraj družbe, kar dodatno poudarja individualnost. To pa ne pomeni, da individualnost ni bila prisotna že v predmodernih družbah. Ta nov izziv izbire med različnimi možnostmi, ki jo posameznikom ponuja moderna, ima znaten vpliv na njihovo samoidentifikacijo. Čeprav današnje okolje ponuja vedno več različnih izbir, se posameznik pogosto znajde na razpotju odločanja ter se sprašuje po smislu posamezne izbire in o tem, ali se je prav odločil. Dahrendorf je odgovor na to našel v »ligaturah« oziroma globokih kulturnih vezeh, »ki usposablajo ljudi za to, da najdejo svojo pot skozi svet priložnosti, da najdejo smisel v svojih izbirah, da zaupajo svojim izbiram« (Dahrendorf v Ule 2000, 10). Poleg različnosti izbir imajo posamezniki tudi bolj raznolike vloge kot kadarkoli prej in so ujeti v različnih kontekstih, ki zahtevajo različne oblike vedenja oziroma samopredstavljanja (Goffman 1959).

Tehnologija, ki je omogočila globalizacijo posredovane izkušnje, ima dvojni učinek. Po eni strani z lajšanjem komunikacijskih praks zmanjšuje izolacijo ljudi, po drugi strani pa jo z eliminiranjem tradicionalno oblikovanega komunikacijskega okvira, izkušenj in življenja tudi povečuje. Visoka stopnja stikov prek elektronskih medijev tako lahko prepreči oblikovanje globljih odnosov med ljudmi (Beck in Beck-Gernsheim 1995), kar nakazuje na hkratno povezovalnost in fragmentiranost tega obdobja. Internet in z njim računalniško posredovana

komunikacija sta povečala pomembnost posredovanih izkušenj. Kakovost in raznolikost dostopnih informacij sta veliko večji kot prej, lažje je dostopati do informacij in komunicirati z drugimi ljudmi. Ljudje ne absorbiramo vseh informacij, ki so nam posredovane, a jih ves čas aktivno in velikokrat nezavedno selekcioniramo, s čimer zopet sodelujemo v procesu izbire in na osnovi odločitve sprejmemo določen ukrep ali dejanje.

Posledica modernizacije in strukturnih sprememb je tudi prehod od osredotočenosti ljudi na preživetje in reprodukcijo k razmišljanju o sebi, lastni biti in smislu življenja. Stari načini razlage sveta so tako postali zastareli, pri čemer se je vsak posameznik znašel z novimi mislimi. Nezmožnost odgovorov na nova, porajajoča se vprašanja se lahko odrazi v anksioznosti in občutku negotovosti. Rekli bi lahko, da se posamezniki sodobne družbe soočajo z eksistenčnimi frustracijami (Beck in Beck-Gernsheim 1995). Medtem ko je bil razvoj identitete v predmodernih družbah zadnja misel ljudi, je danes to prva misel večine posameznikov. Ko slednji razvijejo svojo osebnost, to vpliva na vse ostale vidike njihovega življenja, kot so poroka, družina, delo in kariera (Beck in Beck-Gernsheim 1995, 44).

Ker so za sodobno družbo značilne stalne in predvsem hitre spremembe, to velja tudi za posameznikovo ustvarjanje in kontinuirano prilagajanje njegove identitete. »Identiteta ni nekaj, kar bi posameznik enkrat usvojil na določeni razvojni stopnji, temveč se nenehoma dogaja. Ta proces povzroča napredek individualizacije in porast kompleksnosti v organizaciji sebstva« (Ule 2000, 126). Refleksivnost modernih družb sega v jedro sebstva, ki postane refleksiven projekt, v katerem je narativnost identitete krhka. Tako poslanstvo ustvarjanja različnih identitet na eni strani prinaša psihološke pridobitve in hkrati na drugi strani posamezniku nalaga breme. V tradicionalnih kulturah so bile identitetne spremembe jasne in bolj ali manj enake iz generacije v generacijo, medtem ko so v sodobnih kulturah postale del refleksivnih procesov povezovanja socialnih in osebnih sprememb (po Giddens 1991). Kot bi dejala Uletova, je »identiteta kreativni proces uravnoteževanja med notranjim in zunanjim« (Ule 2000, 126).

Mehanizmi moderne družbe prodirajo v jedro identitete in odstranjujejo predhodne podpore, na katerih je temeljila identiteta, kot so tradicionalne vezi, ki so determinirale življenja ljudi v predmodernih družbah. Odsotnost poznavanja, zaščite, stabilnosti in določene identitete vodi v izključenost oseb iz večjih enot, kar lahko vodi v anksioznost in krizo identitete. Po drugi strani pa posameznikove izbire niso tako omejene, kar mu omogoča doseganje veliko boljših

družbenih odnosov in družbeni okvir, ki je reflektivno integriran v ustvarjanje sebstva, kot je bilo možno prej (Giddens 1991; Beck in Beck-Gernsheim 1995).

Socialna diferenciacija in segmentacija v sodobnih družbah sta v funkciji individualizacije, pri čemer posameznik ni le objekt, ampak sam razvija, ustvarja socialne razlike in jim daje pomen. Gradijo se individualni življenjski stili, identiteta pa je postala stvar individualnih izbir (Ule 2002).

## 2.2 DIGITALNA KULTURA KOMUNICIRANJA

Informacijsko-komunikacijske tehnologije in z njimi tudi elektronsko podprto oziroma računalniško posredovano komuniciranje so postali pomemben sestavni del današnje informacijske družbe oziroma družbe enaindvajsetega stoletja. Pri računalniško posredovanem komuniciranju gre za komunikacijo med ljudmi, posredovano prek računalnikov (Škerlep 1998) ali drugih elektronskih naprav, kot sta na primer pametni telefon in tablični računalnik. Pri tej obliki komuniciranja je bistvena komunikacija med ljudmi (Škerlep 1998) oziroma povezovanje ljudi prek elektronskih naprav in ne komunikacija med stroji in prenos informacij (Rheingold 1994). Računalniško posredovano komuniciranje »presega omejitve prostora in časa, ustvarja pa namišljene prostore, čase, odnose in identitete« in je »v enaindvajsetem stoletju nepogrešljiv svetovni komunikacijski in družbeni medij« (Ule 2009, 401). Računalniško posredovano komuniciranje je širok pojem, ki se neprestano širi skupaj z novimi tehnološkimi inovacijami (Walther in Parks 2002).

Z razvojem informacijsko-komunikacijskih tehnologij smo v zadnjih desetletjih dobili široko paleto novih komunikacijskih možnosti, kot je na primer komuniciranje v realnem času, v različnih državah z uporabo neposrednih sporočil, videoklicev, spletnih aplikacij za neposredno sporočanje in spletnih socialnih omrežij. Hiter razmah informacijsko-komunikacijskih tehnologij povzroča hitre transformacije na vseh področjih življenja (Suoronta 2003), tudi na področju računalniško posredovanega komuniciranja. Internet, ki je v javnost prišel v zgodnjih 90. letih prejšnjega stoletja in velja za izrazito družben medij (Walther in Parks 2002), je do danes popolnoma spremenil način posredovanja informacij. Danes lahko ljudje na enostaven način širši množici oziroma občinstvu posredujejo informacije v obliki besedila, fotografij in videa prek interaktivnih internetnih strani. S pomočjo omenjenih spletnih pripomočkov lahko

posamezniki objavljajo z njimi povezane informacije, se povezujejo in komunicirajo z drugimi ljudmi in, zelo pomembno, se poslužujejo samopredstavljanja in spletne konstrukcije identitete (Mehdizadeh 2010). Slednje je izrazito predvsem na spletnih socialnih omrežjih.

### 2.2.1 Spletna socialna omrežja: primer Facebooka

V zadnjih dveh desetletjih smo priča vzponu različnih spletnih socialnih omrežij, kot so Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, YouTube, Vine, Reddit, Pinterest itd. Spletna socialna omrežja so spletne strani, kjer ljudje komunicirajo, med seboj delijo različne vsebine in razpravljajo o idejah. Moderna orodja računalniško posredovanega komuniciranja, kot so spletna socialna omrežja, združujejo elektronsko pošto, neposredno sporočanje, oblikovanje spletne strani, pisanje spletnih dnevnikov oziroma bloganje, deljenje multimedijskih vsebin (Livingstone 2008) ter tudi mikrobloganje, komentiranje vsebin na spletu in igranje videoiger na spletu (Campbell in Twenge 2015). Povezave med navedenimi mediji niso povsem jasne, saj so si med seboj podobni in se funkcionalno prekrivajo. Vsem spletnim socialnim omrežjem je skupno, da si njihovi uporabniki lahko ustvarijo in urejajo osebni profil, vzpostavijo in ohranjajo seznam prijateljev<sup>3</sup> ter z njimi ostanejo povezani prek različnih načinov komunikacije (Boyd in Ellison 2008). Kljub podobnostim in prekrivanju se navedeni mediji razlikujejo v mnogo pomembnih stvareh, in sicer v možnosti ustvarjanja in prilagajanja svoje lastne podobe, recipročnosti odnosov, anonimnosti objav, obliki vsebine, o kateri se razpravlja na omrežju, v tem, ali je omrežje prevladujoče ali manjše, in drugih značilnostih (Campbell in Twenge 2015). Vsako od navedenih spletnih socialnih omrežij ima svojo mikrokulturo z normami vedenja in prepričanj, osredotočenimi na medij (na primer primernost objavljavanja fotografije s hrano ali selfija na Facebooku ali LinkedInu).

Spletna socialna omrežja so prostor, kjer se odvija ogromno raznoterih medosebnih interakcij, in so nekakšen hibrid različnih vrst komuniciranja, in sicer medosebnega in množičnega. Tako je ena od pomembnih značilnosti spletnih socialnih omrežij zmožnost uporabnikov, da osebne vsebine delijo s široko paleto ljudi, kar združuje medosebno in množično komuniciranje v množičnoosebno komuniciranje (angl. *masspersonal communication*) (O'Sullivan in Carr

---

<sup>3</sup> V doktorski disertaciji za angleške besede *friends*, *connections*, *contacts* in ostale besede, ki so v rabi za opisovanje oseb, s katerimi je prek spletnega socialnega omrežja povezan uporabnik oziroma lastnik profila, zaradi večje konsistentnosti uporabljamo izraz »prijatelji«. Znano je, da niso vse osebe, s katerimi je posameznik povezan prek spletnega socialnega omrežja, prijatelji v pravem pomenu besede, pač pa so lahko zgolj bežni znanci ali celo popolni tuji.

2017). Ta omrežja torej zagotavljajo neposredne kanale za masovni dostop do osebnih vsebin, širok doseg in potencialno širjenje informacij v omrežju pa ustvarjata možnosti za pridobivanje socialnih povezav in virov (Ellison in drugi 2011). Ker se na spletnih socialnih omrežjih več različnih občinstev združuje v eno in je prisotnih več različnih kontekstov (Marwick in Boyd 2011), morajo uporabniki poleg značilnosti omrežij upoštevati tudi mnogoterost združene množice, da bi zadovoljili svojo potrebo po samoizražanju in družbenosti, ki jih prištevamo med glavne motive sodelovanja v spletnih skupnostih (Papacharissi in Mendelson 2011).

Spletna socialna omrežja igrajo pomembno vlogo pri lažšanju spletne socialne interakcije. Predstavljajo platformo, ki jo ljudje med drugim uporabljajo za socialno povezovanje z drugimi na internetu (Bonds-Raacke in Raacke 2010). Njihov vzpon in množična uporaba sta odprla nove možnosti za ustvarjanje in ohranjanje socialnih povezav. Te tehnologije omogočajo interakcije z različnimi občinstvi in različno razpoložljivost neverbalnih ključev, ki lahko služijo kot posebne tehnološke leče za raziskovanje jezika in socialnih vedenj tako v posredovanih kot neposredovanih okoljih (Walther 2004, 2012). Poleg tega nove tehnologije zagotavljajo nove okvire za izražanje informacij in udejstvovanje uporabnikov (Yzer in Southwell 2008). Internet zagotavlja dostop do informacij ter omogoča ohranjanje in ustvarjanje novih medosebnih odnosov. Spletno socialno omrežje med drugim služi enakemu namenu kot socialno omrežje zunaj interneta, in sicer povezovanju z ljudmi in deljenju vsebin s svojim omrežjem (Oh, Ozkaya in LaRose 2014). Zato ni nujno, da uporabniki velikih spletnih socialnih omrežij iščejo nove ljudi, s katerimi bi se povezali, ampak lahko komunicirajo z ljudmi, ki so že del obstoječega socialnega omrežja zunaj interneta (Boyd in Ellison 2008). Spletna socialna omrežja tako v svojem bistvu temeljijo na vzajemnem priznanju uporabnikov, potrditvi statusa in okrepitvi odnosa (Boyd 2006).

Spletna socialna omrežja postajajo čedalje bolj privlačna in uporabljana platforma, ki uporabnikom ponuja veliko različnih komunikacijskih praks in jim predstavlja edinstvene prednosti, ki se navezujejo na računalniško posredovano komuniciranje (Oh, Ozkaya in LaRose 2014). Vse navedene značilnosti spletnih socialnih omrežij so ključne za samopredstavljanje, saj s pomočjo teh orodij in lastnosti računalniško posredovanega komuniciranja prinašajo pomembne socialne kode, prek katerih ljudje oblikujejo percepcije samih sebe in drugih (Lee-Won in drugi 2014) ter posledično učinkovito upravljajo z vtisi, ki si jih drugi ustvarjajo o njih (Oh, Ozkaya in LaRose 2014). Spletna socialna omrežja tako predstavljajo edinstveno okolje za izmenjavo informacij v obliki besed, slik in videoposnetkov ter ostalih aktivnosti, prek

katerih lahko vsak uporabnik z nadzorovano komunikacijo izraža samega sebe in svojo lastno družbeno mrežo (Gross in Acquisti 2005) ter s tem regulira svojo samopredstavitel. V zadnjih letih uporaba spletnih socialnih omrežij postaja vse bolj popularna pristočasna aktivnost v mnogih državah po svetu (Kuss in Griffiths 2011). Posamezniki uporabljajo spletna socialna omrežja, da bi sodelovali v različnih oblikah razvedrila in družbenih aktivnosti, vključno z igranjem iger, socializiranjem, kratkočasenjem, komuniciranjem in objavljanjem fotografij (Allen in drugi 2014; Ryan in drugi 2014).

### **Spletno socialno omrežje Facebook**

Porast števila uporabnikov spletnih socialnih omrežij je globalni fenomen (Vasalou in drugi 2010). Eno izmed spletnih socialnih omrežij je tudi Facebook, katerega poslanstvo je po besedah podjetja dati ljudem moč deljenja informacij in posledično prispevati k bolj odprtemu in povezanemu svetu. Namen uporabe tega spletnega socialnega omrežja je ohranjanje povezav uporabnikov s svojimi prijatelji in družino, odkrivanje dogajanja v svetu ter deljenje in izražanje vsebin, ki jim nekaj pomenijo (Facebook 2017). Facebook je komunikacijska platforma in medij, ki omogoča vzpostavljanje novih odnosov v virtualnem svetu ali ohranjanje obstoječih iz realnega sveta oziroma sveta zunaj interneta ter ima kot tak velik vpliv na družbeno življenje (Ellison in drugi 2007).

Facebook je spletno socialno omrežje, ki je bilo ustanovljeno leta 2004 in predstavlja fenomen v svetu spleta 2.0. Trenutno je največje spletno socialno omrežje na svetu z več kot milijardo aktivnih dnevnih uporabnikov (Statista 2017a). V nadaljevanju predstavljamo nekaj statističnih podatkov, ki prikazujejo stanje Facebooka konec leta 2016 in sredi leta 2017 (Facebook 2016; Facebook 2017):

- povprečno 1,32 milijarde dnevnih aktivnih uporabnikov za junij 2017; povprečno 1,09 milijarde mobilnih dnevnih aktivnih uporabnikov za september 2016;
- 2,01 milijarde mesečnih aktivnih uporabnikov na dan 30. junij 2017; 1,66 milijarde mobilnih mesečnih uporabnikov na dan 30. september 2016;
- približno 85,8 % dnevnih aktivnih uporabnikov živi zunaj Združenih držav Amerike in Kanade (marec 2017).

Spletna socialna omrežja se ves čas razvijajo. Opazimo lahko, da se zelo hitro spreminjajo in prilagajajo ter da je raziskovanje in objavljanje izsledkov navadno počasnejše od njihovega razvoja (Campbell in Twenge 2015). Facebook je tako svojo pot začel kot orodje, namenjeno

študentom, zdaj pa je orodje, namenjeno širši splošni javnosti, podjetnikom, vladam in drugim organizacijam oziroma je dostopen vsakomur, ki ima internetno povezavo. 45 % uporabnikov Facebooka preverja stran večkrat na dan (Duggan in drugi 2015), značilni uporabnik pa na omrežju Facebook preživi od manj kot 10 minut do več kot 2 uri na dan (Bonds-Raacke in Raacke 2010; Christofides in drugi 2009; Orr in drugi 2009; Pempek in drugi 2009; Ross in drugi 2009). Študentje so skupina uporabnikov, ki množično uporabljajo spletna socialna omrežja. Glede na raziskave jih ima več kot 90 % odprt profil na Facebooku (Pempek in drugi 2009; Cheung in drugi 2011). Medtem ko se Facebook lahko uporablja tudi za lajšanje študija, ga študentje večinoma uporabljajo za komuniciranje s prijatelji, gledanje fotografij in uporabniških profilov drugih oseb, za kratkočasenje, izogibanje dolgčasu in prokrastinacijo (Pempek in drugi 2009).

Uporabniki Facebooka javno razkrijejo svoj spol, starost, prebivališče, zakonski stan in druge osebne podatke. Identiteta na Facebooku tako ni le zgolj orodje zabave, ampak fiksno in urejeno dejstvo. Nihče ne počne ničesar na skrivaj, saj smo na primer prek sklopa novic, v katerem se konstantno posodablja aktivnosti prijateljev, tako ves čas na tekočem – o vsem in vseh, ki so prisotni v naši mreži Facebook prijateljev (Grossman 2007). Internet predstavlja edinstven družbeni kontekst, v katerem lahko analiziramo izražanje socialnih vedenj (Christopherson 2007). Komunikacija prek Facebooka tako spreminja obraz družbene komunikacije na medosebni ravni.

Spletno socialno omrežje Facebook predstavlja edinstveno raziskovalno okolje zaradi svojih izrazitih vedenjskih vzorcev ter zmožnosti povezave virtualnih stikov s tistimi zunaj interneta. Facebook svojim uporabnikom omogoča enostavno izmenjavo informacij med prijatelji, znanci in celo popolnimi tujci (Boyd in Ellison 2008). Profilne strani na Facebooku imajo strukturiran, fiksen format (Mehdizadeh 2010). Vse profilne strani uporabnikov Facebooka so enake; poleg profilne in krovne fotografije vsebujejo fotografije in videe, ki jih je objavil bodisi uporabnik bodisi njegovi stiki, ki so ga označili, povezave do profilov uporabnikovih prijateljev, prikaz všečkanih korporativnih Facebook strani, prikaz članstva v virtualno ustvarjenih interesnih skupinah ter virtualno »oglasno desko«, imenovano zid, kjer lastniki profila ali njihovi stiki objavljajo in komentirajo različne vsebine.



## 2.2.2 Vidiki računalniško posredovanega komuniciranja na spletnih socialnih omrežjih

Družbena prisotnost, ki jo teorija družbene prisotnosti (angl. *Social presence theory*) opredeljuje kot »stopnjo pomembnosti druge osebe v interakciji in posledično pomembnost medosebnih odnosov« (Short in drugi 1976, 65) oziroma kot »stopnjo, do katere je oseba zaznana kot resnična oseba v okviru posredovane komunikacije« (Gunawardena 1995, 151), pomembno vpliva na zavezanost posameznika, da se vključuje v aktivnosti na spletnem socialnem omrežju in aktivno sodeluje z drugimi uporabniki. To podpira dejstvo, da večina ljudi uporablja spletno socialno omrežje za namen neposrednega komuniciranja in povezovanja s svojimi prijatelji (Cheung in drugi 2011). Družbena prisotnost določa, kako so udeleženci povezani med seboj, kar povratno vpliva na njihovo zmožnost učinkovitega sporazumevanja (Kehrwald 2008). Prisotnost drugih v virtualnem okolju je pomembna, ker to pomeni neposreden ali posreden človeški stik (Gefen in Straub 2004). Uporabniki spletnih socialnih omrežij lahko komunicirajo podobno, kot če bi komunicirali iz oči v oči. V komunikacijskih okoliščinah, kjer so naloge nejasne ali negotove, naj bi bili bolj zaželeni bogatejši mediji oziroma mediji z višjo družbeno prisotnostjo (Straub in Karahanna 1998). Nekatera spletna socialna omrežja poudarjajo prisotnost vpletenosti drugih ljudi, da bi olajšala računalniško posredovano komunikacijo (na primer prek funkcije »vir novic« (angl. *news feed*)) (Cheung in drugi 2011). Visoka zaznana družbena prisotnost ima večji vpliv na posameznike, da se pridružijo in da nadaljujejo z uporabo spletnega socialnega omrežja, saj posamezniki pogosto izberejo medij, za katerega smatrajo, da ima najvišjo družbeno prisotnost (Flanagin in Metzger 2001).

Teorija o informacijskem bogastvu medijev (angl. *Media richness theory*) (Daft in Lengel 1986) temelji na predpostavki, da je cilj vsake komunikacije reševanje nejasnosti in zmanjšanje negotovosti. Glede na to teorijo se mediji razlikujejo v stopnji bogastva, ki ga posedujejo; to je količina informacij, ki jo lahko posredujejo v danem časovnem intervalu, in posledično po učinkovitosti reševanja nejasnosti in negotovosti. Glede na to teorijo obstaja optimalno ujemanje med neenoznačnostjo (oziroma nejasnostjo) komunikacijskih nalog in komunikacijskim medijem, med katerimi lahko posameznik izbira. Pri tem se nanaša na učinkovitost kot rezultat tega ujemanja (Daft in Lengel 1986) in predpostavlja, da bolj kot je komunikacijska naloga neenoznačna in nejasna in bolj kot je bogat medij, ki ga posameznik uporabi, bolj učinkovito je posredovanje informacij. Glede na teorijo o informacijskem bogastvu medijev (Daft in Lengel 1986), po kateri bogatost medija presojava glede na obseg

neverbalnih ključev, dostopnost do neposredne povratne zveze, možnost za personaliziranje sporočil in možnost za uporabo vsakdanjega in formalnega jezika, bi računalniško posredovano komuniciranje in z njim spletna socialna omrežja kategorizirali kot razmeroma skope. Kot take pa neprimerne za uspešno komuniciranje, še posebno odnosnih in čustveno kompleksnih težav, saj naj bi po tej teoriji računalniško posredovano komuniciranje manjšalo možnosti izražanja ekspresije, oblikovanja odnosov in samorazkrivanja (Ule 2009). Primeri iz prakse pa nakazujejo, da to ni popolnoma tako. Razvidno je, da veliko oseb internet med drugim uporablja tudi za spoznavanje partnerjev (Ellison in drugi 2006; Zhao in drugi 2008) in za namen podpornega komuniciranja, kar podpira dejstvo, da se ljudje odnosno in čustveno skupih medijev pogosto poslužujejo za komuniciranje težjih medosebnih zadev in se tako lahko izognejo preveliki čustveni in odnosni obremenjenosti komuniciranja (Ule 2009).

Spletna socialna omrežja uporabnikom omogočajo, da besedilna sporočila podprejo z »elektronskimi« neverbalnimi ključi, kot so na primer »emotikoni«, nalepke (angl. *stickers*), fotografije, videovsebine in kratki posnetki v formatu GIF. To lahko pojasni teorija predelovanja sporočil in odnosov (Walther 1992), ki zagovarja dejstvo, da ljudje »v posredovanem komuniciranju uporabljajo posebne vsebine, poseben slog sporočanja in časovni red verbalnih sporočil, ki jim jih te oblike komuniciranja ponujajo, in z njimi sporočajo tisto, kar v običajnem komuniciranju izražajo z neverbalnimi ključi« (Ule 2009, 403). Ta teorija se tako razlikuje od predhodnih z vidikom, da odsotnost neverbalnih ključev omejuje sporočevalčevo sposobnost izmenjave različnih informacij. Namesto tega predpostavlja, da so posamezniki prav tako motivirani, da bi zmanjšali medosebno negotovost, oblikovali vtis in razvijali naklonjenost v virtualnem okolju. Ob odsotnosti neverbalnih ključev, ki so sicer prisotni pri interakciji iz oči v oči, se osebe pri izražanju sporočil, ki bi potrebovala neverbalno podporo, poslužujejo zgoraj omenjenih ključev, ki so na voljo v okviru računalniško posredovanega komuniciranja (Walther in Parks 2002).

Teorija socialne identitete oziroma socialnoidentitetni model deindividuacijskih učinkov (angl. *The social identity model of deindividuation effects* – model SIDE) temelji na domnevi, da manko neverbalnih ključev v računalniško posredovanem komuniciranju izloči oblikovanje medosebne in individualne identitete (Lea in Spears 1991; Lea in Spears 1992). V nasprotju s predhodno omenjenimi teorijami se ta teorija osredotoča na vplive kontekstualnih ključev in ključev, ki kažejo na skupne družbene kategorije članov skupine v računalniško posredovanem komuniciranju. Komuniciranje brez neverbalnih informacij in v fizični izolaciji spodbuja boljšo

skupinsko identifikacijo (identifikacijo s skupino) in samokategorizacijo (angl. *self-categorization*) v skladu s socialno identiteto. Glede na teorijo socialne identitete se ob pomanjkanju informacij o osebni identiteti posameznika, s katerim smo v interakciji, nanašamo na njegovo socialno identiteto, prek česar se »okrepijo ali ustvarijo skupinske norme, ne pa individualne značilnosti« (Ule, 2009, str. 403). Če je v procesu računalniško posredovanega komuniciranja prisotna tudi vizualna podoba osebe, je poudarjena tudi njena osebna identiteta. Nekatera spletna socialna omrežja so nonimna (angl. *nonymous*) in od posameznika zahtevajo popolno identifikacijo, medtem ko so druga bolj anonimna in od uporabnikov zahtevajo le nekatere podatke. Zanimiv je podatek raziskave (Halpern in Gibbs 2013), da uporabniki v posvetovalnih oziroma participativnih kontekstih uporabljajo več žaljivih sporočil na bolj anonimnem spletnem socialnem omrežju YouTube kot na nonimnem omrežju Facebook, kar se sklada z omenjeno teorijo. Glede na relativno pomanjkanje družbenih ključev v računalniško posredovani komunikaciji uporabniki tako lažje sprejmejo neprijetne odločitve, ko vedenje postane družbeno deregulirano pod pogoji anonimnosti in skupinske zatopljenosti kot posledica zmanjšanega samozavedanja (Halpern in Gibbs 2013). Če upoštevamo, da YouTube od uporabnikov ne zahteva vzpostavljanja bogatih profilov oziroma njihove identifikacije, uporabniki velikokrat ne vedo, s kom komunicirajo. Za razliko od objav na Facebooku komentarji na YouTube niso povezani s fotografijami ali vizualnimi ikonami, ki bi odslikavale avtorje izjav (Walther in drugi 2010).

Z vzponom interneta ter različnih spletnih strani in vsebin po letu 1990 smo bili priča porastu presenetljivo tesnih prijateljstev, rapidno eskalirajočih romanc in nerazložljivo kohezivnih skupin, ki so se oblikovale na spletu. Jasno je bilo, da so ljudje v veliko primerih dosegali stopnje družbenosti in intimnosti v spletnih okoljih, ki jih ne bi dosegli tako hitro (če sploh) v primerljivih okoljih zunaj interneta oziroma v okviru komunikacije iz oči v oči. Da bi zapolnil teoretično vrzel, do katere je prišlo, ker dotedanji pristopi k računalniško posredovani komunikaciji niso v celoti zmogli pojasniti tega fenomena, je Joseph B. Walther (1996) predstavil model hiperpersonalnega komuniciranja. Izpostavil je štiri nize vplivov (na ravni pošiljatelja, prejemnika, kanala in povratne informacije), ki delujejo v okviru številnih spletnih okolij in lahko ustvarijo t. i. hiperpersonalno komuniciranje. Slednje presega medosebno raven, ki jo navadno dosegamo v okviru komuniciranja iz oči v oči. Vpliv prejemnika in vira se pretaka od vlog, ki jih posamezniki igrajo v procesu komuniciranja. Čeprav so tukaj prisotne razlike med posamezniki, se ti vplivi splošno ustvarijo, ko se prejemniki sprva vključijo v stereotipno pozitivne in idealizirane atribucije oziroma pripisovanja spletnim partnerjem. Slednjega lahko

na osnovi skupinske identitete preveč posplošujejo (kot pri SIDE), lahko pa se pozitivnih in idealiziranih atribucij poslužujejo tudi zaradi predvidenih prihodnjih interakcij ali z namenom iskanja novih odnosnih partnerjev (Walther 1997). Pošiljatelji sporočil za namen selektivnega samopredstavljanja izkoriščajo odsotnost neverbalnih ključev pri računalniško posredovanem komuniciranju. Tako lahko pošiljatelji izkoristijo povečan nadzor nad konstrukcijo sporočil (kar jim omogoča računalniško posredovano komuniciranje), da bi prejemnikom posredovali želene lastnosti in posledično načrtovali lastno samorazkrivanje za namen razvoja odnosa (Walther in Parks 2002). Pri računalniško posredovanem komuniciranju pošiljatelji tako lahko bolj nadzorujejo svoje samopredstavljanje in samorazkrivanje ter odzive prilagajajo trenutni situaciji. Samopredstavljanje je v okviru računalniško posredovanega komuniciranja dobilo nov vidik z ustvarjanjem in upravljanjem ene ali več različnih identitet, s katerimi se predstavljamo »sogovornikom« ter nadzorujemo svojo pojavnost v virtualnem svetu. To omogoča tudi asinhrona narava komunikacijskega kanala, ki posameznikom omogoča razmislek pri zasnovi in urejanju sporočil, ki jih želijo posredovati drugim udeležencem procesa komuniciranja. Asinhronost uporabnikom tudi omogoča lažje vključevanje v proces komuniciranja, saj posamezniki komunicirajo časovno neodvisno. Prav tako ni prisotnih številnih motečih sporočil iz okolja, ki lahko prekinejo komunikacijski proces oziroma vodijo v zaviralno, samocenzurirano in zavajajoče komuniciranje ter celo v družbeno zaželeno odzivanje (Ule 2009). Sporočevalci se tako lahko osredotočijo na svoje samopredstavljanje oziroma upravljanje z vtisi. Prav tako pa se nekateri uporabniki v okviru računalniško posredovane komunikacije počutijo bolj sproščene in so bolj odprti ter lažje izražajo svoje misli in občutke (Ule 2009).

### **3 TEMELJNI PSIHOLOŠKI KONCEPTI V DIGITALNEM OBDOBJU POZNE MODERNE**

#### **3.1 SAMOPREDSTAVLJANJE**

##### **3.1.1 Konceptualizacija samopredstavljanja**

Samopredstavljanje je katerokoli vedenje, katerega namen je ustvarjanje, spreminjanje ali ohranjanje vtisa o nas samih v glavah drugih ljudi (Brown 1998). Glede na to opredelitev se vedno, ko poskušamo usmerjati oziroma vplivati na ljudi, da bi o nas razmišljali na določen način, poslužujemo samopredstavljanja. Ker veliko časa preživimo v družbi drugih ljudi, je samopredstavljanje pomembna značilnost družbenega življenja. Samopredstavljanja se poslužujemo celo, kadar smo sami, ko na primer vadimo, kaj bomo naredili ali rekli v javnosti, ali ko oblikujemo svoje vedenje do namišljenega ali pričakovanega občinstva. Včasih to poteka namerno in opazno (na primer pri pripravi na pomemben razgovor ali javni nastop), včasih pa popolnoma avtomatsko in skoraj neopazno (preverjanje svojega videza, preden se odpravimo od doma, ne da bi se tega zavedali). Samopredstavljanje je tako prevladujoč in tudi zelo pomemben vidik našega življenja (Brown 1998). To, ali nam uspe druge prepričati, da posedujemo določene lastnosti, ima lahko velik vpliv na naše življenje, na primer na to, s kom se bomo poročili, kdo bodo naši prijatelji, ali bomo napredovali v službi itd. (Hogan in Briggs 1986).

Samopredstavljanje je posameznikovo prizadevanje, da bi drugim izrazil specifično podobo sebe in svojo identiteto (Baumeister in drugi 1989) oziroma predstavlja proces, prek katerega ljudje drug drugemu kažejo, da so določen tip osebe ali da imajo določene lastnosti (Leary 1996, 17). Ljudje se navadno drugim želijo predstaviti v čim lepši luči. Samopredstavljanje »je neizogibna sestavina medosebnega komuniciranja in vsakdanjih interakcij« (Ule 2009, 279), saj vsi poskušamo na različne načine vplivati drug na drugega. Bolj specifično je samopredstavljanje oblika upravljanja z vtisi. Slednje pomeni upravljanje z vtisi drugih o socialni enoti, kot so ljudje ali organizacije (Leary 1993). Upravljanje z vtisi je opredeljeno tudi kot način, na katerega posamezniki načrtujejo, posvojijo in izvajajo proces prenašanja podobe sebe v interakciji s komunikacijskim kontekstom drugim ljudem (Arkin 1981). Goffman (1959) upravljanje z vtisi definira kot način, na katerega se posameznik predstavlja in kako drugi to

razumejo. Upravljanje z vtisi se tako odvija vsak dan in je zelo pomembno za nemoten potek socialnih interakcij (Leary 1996). Še posebej pomembno postane, ko ljudje želijo kaj doseči (npr. izboljšanje ali ohranjanje odnosov, pridobitev zaposlitve itd.). Navadno je naše vedenje omejeno z našim zanimanjem za vtise drugih (Leary 1996, 3). Nobena interakcija med dvema ali več posamezniki ne poteka tako, da ne bi pridobili kakšne informacije o posamezniku (kot so npr. informacije o spolu, starosti, poklicu, privlačnosti ali katerakoli druga značilnost, ki jo je mogoče opaziti), s katerim smo v interakciji. Te karakteristike pomagajo ustvariti vtis o osebi, zato je tej v interesu, da upravlja z njimi, kolikor je le mogoče (Zarghooni 2007, 4).

Samopredstavljanje je lahko zavestno ali nezavedno, iskreno ali lažno (npr. Baumeister 1989). Upravljanje z vtisi je sicer lahko lažno, vendar pa vzbujanje lažnih vtisov naj ne bi bila norma (Schlenker 1980; Jones in Pittman 1982). Potemtakem bi moralo biti upravljanje z vtisi razumljeno kot način, na katerega posameznik nadzoruje ali vpliva na informacije, dane drugim, da bi oblikoval percepcije upravljalca z vtisi (Cole in Rozell 2011, 98).

Ljudje naj bi se samopredstavljali zaradi 1) lajšanja socialnih interakcij, 2) pridobivanja materialnih in socialnih nagrad in 3) samokonstrukcije (angl. *self-construction*)<sup>4</sup> (Brown 1998).

Po Goffmanu (1959) večino socialnih interakcij vodijo vloge, pri čemer naj bi vsak posameznik odigral svojo vlogo, interakcija pa poteka gladko takrat, ko so te vloge učinkovito odigrane. Družbeno življenje naj bi bilo zelo strukturirano, pri čemer je ta struktura lahko formalna (na primer protokol različnih uradnih dogodkov), najpogosteje pa je neformalna in velja kot nenapisano pravilo (na primer norme vljudnosti in bonton). Med slednjimi je tudi t. i. delo obraza (angl. *face work*) (Goffman 1959). To je norma, po kateri ljudje raje podprejo oziroma spoštujejo javno identiteto oziroma persono drug drugega ter se v ta namen lahko predstavljajo popačeno ali potvarjajo informacije oziroma se vzdržijo in ne povejo, kaj v resnici mislijo ali čutijo, kot da bi to persono spodkopavali. Ta oblika samopredstavljanja je tako videti primarno kot posledica želje po lajšanju socialnih interakcij oziroma tega, da bi se izognili socialnim konfliktom in zmanjšali napetost (DePaulo in drugi 1996).

---

<sup>4</sup> Tudi glede termina *self-construction* smo se obrnili na strokovnjake za slovenski jezik in psihologijo, ki so nam predlagali uporabo prevodov *konstrukcija samopodobe* oziroma *samokonstrukcija*. Ker je v tem primeru pomenski odtenek, zajet v prevodu *konstrukcija samopodobe*, širši, saj zajema tako inter- kot intrasocialni element, smo se odločili za uporabo bolj dobesednega prevoda *samokonstrukcija*.

Ljudje se poslužujejo samopredstavljanja tudi zaradi materialnih in socialnih koristi oziroma nagrad, ki jim jih ta lahko prinese, in tudi v izogib materialnim ali socialnim kaznim. Omenjene nagrade so tako odvisne od posameznikove sposobnosti, da ostale prepriča, da ima določene lastnosti (Brown 1998), oziroma od njegovega strateškega samopredstavljanja. Pri tem oseba, ki se samopredstavlja, poskuša pridobiti moč nad drugo osebo ali skupino ljudi, torej svojo publiko (Tedeschi in Norman 1985; Jones 1990). »Ta pristop predpostavlja, da imamo boljše izhodišče za vplivanje na naravo socialne interakcije na način, ki ustreza našim ciljem, v kolikor smo sposobni nadzirati lastno samopredstavljanje in posledično to, kako nas vidijo drugi« (Brown 1998, 4). Pri strateškem samopredstavljanju navadno ne gre za očitno zavajanje ali prikrivanje, ampak za selektivno razkrivanje ali izpuščanje določenih informacij (Jones 1990).

Kot zadnji razlog za samopredstavljanje omenjamo izgradnjo oziroma konstrukcijo določene identitete za posameznika samega (npr. Rosenberg 1979). Včasih začnemo identiteto graditi s samokonstrukcijo, kar še posebno prevladuje v času mladostništva (Rosenberg 1979), ko mladostniki rutinsko preizkušajo različne identitete, pri čemer opazujejo odzive ljudi na svoje vedenje, da bi oblikovali »ustrezno« identiteto. Osnova za samokonstrukcijo je tudi potreba po samopoudarjanju. Ljudje zase radi menijo, da so kompetentni, všečni, nadarjeni itd. oziroma da imajo določene pozitivne lastnosti. Če tako menijo tudi drugi, posameznik v to lažje prepriča tudi sebe in ima posledično tudi boljše mnenje o sebi. Ljudje tako pri drugih želijo ustvarjati določene vtise, ker se ob tem dobro počutijo (Brown 1998).

Ljudje vtisov, ki si jih ustvarjajo drug o drugem, ne spremljajo ali regulirajo vedno. Tako je njihovo samopredstavljanje včasih avtomatsko oziroma del njihovih navad, pri čemer ne posvečajo veliko zavestne pozornosti temu, kakšne vtise ustvarjajo pri drugih (Brown 1998), včasih pa se vtisov, ki jih ustvarjajo, zavedajo in jih poskušajo nadzorovati (npr. Leary 1993). Poznamo več dejavnikov, ki vplivajo na to, kdaj se bo oseba aktivno poslužila samopredstavljanja, in na njegovo uspešnost. Izpostavljamo situacijske spremenljivke, ki vplivajo na motivacijo za ustvarjanje vtisov, družbeno senzitivnost (angl. *social acuity*) ter vedenjske veščine.

Da bi ustvarili želen vtis, moramo biti za to motivirani. To lahko izzove več dejavnikov, kot je odvisnost zunanjih nagrad od sodb drugih (Schlenker 1980; Leary in Kowalski 1990), na primer pri razgovoru za službo, ko smo močno motivirani in želimo narediti pozitiven vtis. Težnja po samopredstavljanju se poveča tudi, kadar je posameznik v središču pozornosti drugih ljudi, kot

je v primeru nastopanja pred skupino ali občinstvom, oziroma to težnjo v posamezniku poveča tudi preziranje ali izogibanje s strani drugih (Buss 1980). Motiv za aktivno samopredstavljanje se tako poveča, ko naletimo na ovire pri ustvarjanju določenega vtisa (Schlenker 1985; Schlenker 1986). Na samopredstavljanje vpliva tudi poznavanje publike (npr. Leary in drugi 1994), pri čemer so ljudje navadno bolj pozorni na vtise, ki jih ustvarjajo, ko so v interakciji z naključnimi znanci in poslovnimi družabniki kot pa z najboljšimi prijatelji, družinskimi člani in bližnjimi. Ljudje so po navadi tudi bolj skromni in verodostojni, ko so v interakciji s tistimi, s katerimi menijo, da so si blizu (zlasti z osebami istega spola), kot z ljudmi, ki jih ne poznajo dobro (Brown 1998).

Ko so ljudje dovolj motivirani, da ustvarijo določen vtis, se morajo zavedati, na kakšen način to lahko storijo, kar imenujemo družbena senzitivnost oziroma občutljivost (Hogan in Briggs 1986). Ta kognitivna sposobnost se nanaša na zmožnost ljudi, da vedo, kaj je treba storiti, če bi želeli uspešno ustvariti želen vtis, in navadno zajema sprejemanje perspektive drugih ljudi in sklepanje o tem, katera vedenja bodo pri njih vzbudila določen vtis (Brown 1998). Tu je viden vpliv Georga H. Meada (1934), glavnega predstavnika teorije simbolične interakcije, ki je trdil, da morajo biti ljudje za učinkovito komuniciranje sposobni predvideti, kako si bodo njihove simbolne geste razlagali drugi. Tu vidimo analogijo s samopredstavljanjem, pri čemer morajo ljudje, če želijo ustvariti želen vtis pri drugih, sprejeti perspektivo drugih in ugotoviti, katera vedenja bi ustvarila določen vtis. V nasprotnem primeru jim verjetno ne bo uspelo ustvariti želenih vtisov (Brown 1998).

K uspešnemu samopredstavljanju pripomorejo tudi vedenjske veščine. Če želijo ljudje ustvariti želen vtis, morajo imeti veščine in se vesti na način, s katerim bodo to dosegli, pri čemer pa želja po ustvarjanju vtisa in znanje o tem, kako to doseči, še ne zagotavljata uspešne izvedbe ustvarjanja vtisa. Da bi slednje dosegli, se mnogi poslužujejo številnih pristopov in taktik, med katerimi verbalne trditve veljajo za najpogostejše. Selektivno razkrivanje ljudi, naključno omenjanje in odkrita pohvala so sredstva za ustvarjanje posebnega vtisa. Prav tako posameznikovi gibi, kot so kretnje, hoja, stoja, na osnovi katerih si lahko drugi ustvarijo mnenje (McArthur in Baron 1983).

Gardner in Martinko (1988) sta na osnovi Goffmanovega konceptualnega okvira predlagala ogrodje, ki povezuje teorijo upravljanja z vtisi, katerega bistvo je, da oseba oziroma igralec zavestno izbira vedenje za predstavitev občinstvu v pričakovanju želenega učinka (Cole in



Rozell 2011, 98). Če se občinstvo odzove, kot je igralec pričakoval, bo slednji še naprej uporabljal to strategijo (Gardner in Martinko 1988). Bistveni pri tem so razumevanje uporabljene strategije in osebnih motivov za uporabo te strategije, specifična ciljna publika ter situacijski dejavniki okolja, v katerem se pojavi upravljanje z vtisi (Gardner in Martinko 1988; Rao in drugi 1995).

Glede na raziskave (npr. Jones in drugi 1965; Baumeister 1989; Rao in drugi 1995) je cilj uporabljene taktike upravljanja z vtisi prikazati se kot privlačna ali priljubljena oseba. Jones in Pittman (1982) cilj te strategije vidita v zaščiti in ohranitvi moči, ki se uporablja za nadzor v posameznikovem družbenem okolju, medtem ko Baumeister (1989) cilj samopredstavljanja vidi v ugajanju publiki in samokonstrukciji. Posamezniki želijo dobro izgledati za druge ljudi, s katerimi so v stiku, ter se ukvarjajo z ustvarjanjem in predstavljanjem svoje identitete (Baumeister 1989), proces samokonstrukcije pa posamezniku omogoča, da ustvari identiteto, skladno z njihovimi cilji in načeli (Cole in Rozell 2011, 98).

Nekateri raziskovalci (npr. Schlenker 1980; Gardner in Martinko 1988) zagovarjajo teorijo multiplih ciljev upravljanja z vtisi, pri kateri cilji zaobjamejo vse možne motive. Ta teorija predvideva, da je v nekaterih situacijah lahko več neodvisnih ciljev, ki jih posameznik želi doseči prek samopredstavljanja oziroma upravljanja z vtisi, medtem ko obstajajo tudi situacije oziroma okoliščine, v katerih posamezniki slednjega ne uporabljajo. Po Jonesu in Pittmanu (1982) situacije, ki so osredotočene na končanje naloge, in situacije, ki zahtevajo izraz pravih čustev, ne vključujejo upravljanja z vtisi oziroma vključujejo le njegov zanemarljiv del. V različnih situacijah je enako dejanje lahko zaznano in razumljeno različno (Jones in Pittman 1982), strategije upravljanja z vtisi pa lahko imajo različne vplive od tistih, ki jih je posameznik prvotno želel (Cole in Rozell 2011, 98). Število vtisov o sebi, ki jih ljudje poskusijo narediti pri drugih, je skorajda neomejeno, a jih lahko združimo glede na strategijo upravljanja, ki jo oseba izbere v posamezni življenjski situaciji. Ena od najpogosteje uporabljenih je klasifikacija strategij upravljanja z vtisi, ki opredeljuje pet strategij (Jones in Pittman 1982; Jones 1990), in sicer dobrikanje (angl. *ingratiation*), samopromocijo, zastraševanje, ponazarjanje in moledovanje (angl. *supplication*).

**Tabela 3.1: Pet pogostih strategij samopredstavljanja**

Strategija samopredstavljanja	Vtis, ki ga oseba želi doseči	Prototipska vedenja	Tveganja samopredstavljanja
Dobrikanje	Prijeten, simpatičen	Komplimenti, usluge	Neodkritosrčen, hinavski, lažniv, potuhnjen
Samopromocija	Kompetenten, sposoben	Bahanje, šopirjenje/razkazovanje	Domišljav, goljufiv
Zastraševanje	Vpliven, mogočen, neusmiljen	Grožnje	Žaljiv, neučinkovit, jalov
Ponazarjanje	Pošten, neoporečen, uspešen, moralen, spodoben, kreposten	Samozatajevanje, nesebičnost, skromnost, mučeništvo	Hinavski, svetohlinski
Moledovanje	Nebogljen, nemočen	Podcenjevanje, poniževanje samega sebe	Manipulativen, zahteven

Vir: Brown 1998, 170.

Dobrikanje je najpogostejša strategija upravljanja z vtisi in lahko, odvisno od posameznikovih sredstev in okoliščin, vključuje laskanje, naklonjenost, konformnost ali samopoveličevanje z namenom pridobitve odobritve (npr. Jones in Pittman 1982) in tudi posnemanje, delanje uslug ter prikazovanje pozitivnih osebnostnih lastnosti (Jones 1990). Cilj te pogosto zelo uspešne strategije samopredstavljanja je postati všečen drugi osebi, dobrikanje pa se lahko tudi izjalovi, če je preveč vsiljivo (Brown 1998). Če drugi zaznajo, da želi posameznik z njimi manipulirati, mu lahko ne zaupajo oziroma ga ne marajo več. Do tega pride redko, saj ljudje želijo verjeti, da imajo drugi o njih pozitivno mnenje, in tako ne verjamejo radi, da je izkazovanje občudovanja ali naklonjenosti druge osebe lahko nepristno, četudi je to jasno nepristranskemu opazovalcu (Jones in Wortman 1973). Naslednja zelo pogosta strategija samopredstavljanja je strategija samopromocije, pri kateri oseba stremi k pridobitvi lastne kompetence. Všečnost, tako kot pri prilizovanju, ni nujen rezultat. Samopromocija se namreč navezuje na kompetentnost v povezavi s sposobnostjo, nadarjenostjo ali spretnostjo, odvisno od tega, na kakšen način si želi posameznik pripisati kompetentnost (Jones in Pittman 1982). Pogosto je blagodejno, če drugi posameznika vidijo kot všečnega in kompetentnega hkrati, vendar pa ni vedno enostavno izkazovati obojega. Ker se pogosto zgodi, da ne zmorejo izkazovati obeh lastnosti, ljudje velikokrat balansirajo med tema dvema samopredstavitvenima strategijama in se odločajo bodisi za eno bodisi za drugo (Brown 1998). Naslednja strategija samopredstavljanja je zastraševanje oziroma prepričevanje drugih o lastni nevarnosti in se uporablja za zmanjševanje priljubljenosti. Zmerno ali ekstremno zastraševanje se odraža v tem, da se posameznik želi izogniti negativnim posledicam zastrahovalca (Jones in Pittman 1982). Ponazarjanje, kot še ena od strategij, je precej podobno samopromociji. Pridobitev spoštovanja in oboževanja je dosežena prek promocije posameznikove integritete in moralne vrednosti. Pri ponazarjanju pa

posameznik namesto osredotočanja na sposobnost ali spretnost promovira lastnosti poštenosti, iskrenosti in velikodušnosti (Jones in Pittman 1982). Pri zadnji strategiji, moledovanju, oseba izkorišča osebno šibkost in odvisnost od drugih. Uporaba moledovanja lahko negativno vpliva na samopodobo<sup>5</sup> in lahko ostale odrine stran, namesto da bi jih privabila zraven (Jones in Pittman 1982). Uporaba določene strategije je odvisna od tega, kaj posameznik išče oziroma želi doseči (Jones in Pittman 1982). Poleg tega posamezniki lahko uporabijo poljubno število strategij, da bi vplivali na čustva in zaznave publike (Cole in Rozell 2011, 98). Ne glede na to, katere vtise ljudje poskušajo izraziti, bodo ti vtisi učinkoviti le, če jih bodo sprejeli drugi.

### 3.1.2 Samopredstavljanje na spletnem socialnem omrežju Facebook

Samopredstavljanje na spletnih socialnih omrežjih se pojavlja v različnih oblikah. Raziskave, ki obravnavajo samopredstavljanje v okviru spletnih socialnih omrežij, se usmerjajo v raziskovanje procesa samopredstavljanja v povezavi s konceptom narcisizma (npr. Buffardi in Campbell 2008; Mehdizadeh 2010), motivi vključevanja in uporabo teh omrežij (npr. Boyd 2007; Ellison in drugi 2007; Joinson 2008; Raacke in Bonds-Raacke 2008; Park in drugi 2009; Pelling in White 2009; Nadkarni in Hofmann 2012; Johnston in drugi 2013; Park in Lee 2014), popularnostjo (Zywica in Danowski 2008), multiplimi samopredstavitvami na Facebooku (npr. DiMicco in Millen 2007), iskanjem partnerja v spletnem okolju (Ellison in drugi 2006), učinkih na posameznikovo samopodobo in samospoštovanje (Gonzales in Hancock 2011), številom Facebook prijateljev (Junghyun in Jong-Eun 2011), spletnim socialnim povezovanjem in samorazkrivanjem (Ledbetter in drugi 2011) ter mnogimi drugimi vidiki.

Uporabniki spletno socialno omrežje Facebook uporabljajo za socializacijo, zabavo, iskanje statusa sebstva (angl. *self-status seeking*), iskanje informacij (Park in drugi 2009), ustvarjanje in ohranjanje socialnega kapitala (Ellison in drugi 2007; Johnston in drugi 2013), ohranjanje odnosov, samoizražanje in komuniciranje (Park in Lee 2014). Poleg samoizražanja in upravljanja z vtisi (Krämer in Winter 2008) tudi za samopredstavljanje (Seidman 2013). Zabava, ohranjanje odnosov, samoizražanje in komuniciranje so povezani z intenziteto uporabe Facebooka, pri čemer naj bi imela zabava največji vpliv na slednjo (Park in Lee 2014). Dodatno naj bi na intenziteto uporabe Facebooka pomembno vplivalo tudi upravljanje z vtisi (Park in

---

<sup>5</sup> Prevajanje slovenskega termina *samopodoba* iz angleškega jezika prav tako predstavlja svojevrsten izziv. V angleški literaturi za ta slovenski termin zasledimo besedne zveze, kot so *self-concept*, *self-image*, *self-view*, *self-regard*, *concept of themselves*.

Lee 2014). Nadkarni in Hofmann (2012) sta predstavila dvofaktorski model uporabe Facebooka, ki izpostavlja dva glavna motiva uporabe oziroma dve osnovni družbeni potrebi, in sicer potrebo po pripadanju in potrebo po samopredstavljanju, ki lahko ločeno ali skupaj vodita v uporabo Facebooka. Model ti dve potrebi povezuje tudi z drugimi spremenljivkami, kot sta narcisizem in samospoštovanje (Nadkarni in Hofmann 2012).

V nasprotju z množičnimi mediji, kot so televizija, radio in tiskani mediji, uporabniki spletnih socialnih omrežij tako ustvarjajo vsebino kot tudi nastopajo kot glavni protagonisti. Vsebina na teh omrežjih se osredotoča na uporabnike same, njihove identitete, interese in socialno povezanost (Toma 2013). Spletna socialna omrežja imajo osrednjo vlogo pri samoizražanju in obvladovanju odnosov (Fox in drugi 2014; Utz 2015). Vse, kar sledi kreiranju profila na Facebooku, je izvorno povezano s samopredstavljanjem (Zarghooni 2007, 7). Ljudje se samopredstavljanja poslužujejo že od nekdaj, s pojavom spletnih platform pa ta ne poteka več samo iz oči v oči. Z vzponom tehnologije in spletnih socialnih omrežij so ljudje dobili novo samopredstavitveno orodje in prostor za socialno interakcijo (Zarghooni 2007, 6). Lahko bi rekli, da uporabniki ustvarjajo svoje profile z namenom, da bi občinstvu oziroma souporabnikom omrežja posredovali določeno podobo oziroma vtis o sebi. Facebook vsebuje bistvene elemente za samopredstavljanje uporabnikov (Boyd in Ellison 2008; Toma in drugi 2016). Slednji različne vidike njihovih identitet posredujejo s prikazovanjem fotografij, komentarjev prijateljev, opisovanjem samih sebe (Manago in drugi 2008; Zhao in drugi 2008) in tudi videoposnetkov ter posredovanjem ostalih vsebin. Uporabniki spletnih socialnih omrežij morajo ves čas sprejemati odločitve o tem, ali se bodo samopredstavljali ali ne ter kako javno samopodobo bodo ustvarili za svoje občinstvo (Shim in drugi 2016).

Konstrukcija identitete zunaj interneta se razlikuje od te, ki poteka na internetu. Na konstrukcijo identitete zunaj interneta vplivajo predvsem lastnosti, kot so spol, etnična pripadnost, privlačnost in skupno znanje družbenega okolja, pri čemer naj bi se posamezniki sklicevali na identiteto in ustvarjali vtise, ki so v skladu z izraženimi lastnostmi, težje pa bi se sklicevali na identiteto, ki je v nasprotju s tem (Zhao in drugi 2008). Nasprotno od sveta zunaj interneta pa spletna okolja posameznikom ponujajo nadzorovano okolje, kjer ti lahko izrazijo idealno identiteto (Mehdizadeh 2010). Tako lahko posameznik v spletnem okolju nadzoruje svoje samopredstavljanje, posledično pa je izraženo tudi njegovo želeno sebstvo. Posameznik idealno identiteto lahko pojmuje na različne načine. Markus in Nuriusova (1986) opredeljujeta dve kategoriji pojmovanja identitete, in sicer sedanje oziroma obstoječe sebstvo (angl. *the now self*),

identiteta, vzpostavljena za druge, ter možno oziroma potencialno sestvo (angl. *the possible self*), identiteta, neznana drugim. Uporabniki lahko slednje dosežejo tako, da zamolčijo določene informacije, skrivajo neželene telesne lastnosti in se poslužujejo igre vlog. Ta učinek je najbolj izrazit v anonimnih spletnih svetovih, kjer primanjkuje odgovornosti ter se lahko izrazi »pravo« sestvo, ki ga ljudje navadno skrivajo. Internet namreč zagotavlja edinstveno prizorišče za izražanje alternativnih oziroma različnih sestev. Posamezniki z visoko socialno anksioznostjo se na internetu čutijo zmožne izraziti skrite lastne vidike oziroma značilnosti, ki so del sestva in običajno niso izražene v vsakdanjem življenju (McKenna in drugi 2002). Tudi potencialna in idealna sestva so lahko predstavljena na spletu (Manago in drugi 2008). Izražanje alternativnih sestev je lahko videti v nasprotju z ugotovitvami, da spletni profili običajno izražajo realno sestvo oziroma predstavljajo natančno samopredstavljanje (Back in drugi 2010), kot omenjamo v nadaljevanju.

Vsa spletna okolja niso popolnoma anonimna. Na spletnih socialnih omrežjih je samopredstavljanje pogosto manj anonimno oziroma je bolj nonimno. Ljudje naj bi se v manj anonimnih okoljih spletnih socialnih omrežij vedli drugače kot v popolnoma anonimnih okoljih (Ellison in drugi 2006). Ta ugotovitev je zelo vplivala na oblikovanje identitete na spletu, saj je pokazala, da je samopredstavljanje na spletu variiralo glede na naravo spletnega okolja. Facebook v primerjavi z njegovimi predhodniki, ki so delovali pretežno v anonimnem okolju, ponuja nonimno spletno okolje (Zhao in drugi 2008). To v nasprotju z anonimnimi bolj omejuje svobodo izražanja identitete, a kljub temu zagotavlja idealno okolje za izražanje želenega potencialnega sestva (angl. *hoped-for possible self*), ki je podkategorija potencialnega sestva oziroma družbeno zaželenih identitet, ki bi jih posameznik rad vzpostavil v danih, pravih okoliščinah (Mehdizadeh 2010, 358). Ena od značilnosti Facebooka je prisotnost navadno velikega občinstva, ki je sestavljeno iz prijateljev, članov družine in znancev (Toma 2013). Občinstvo naj bi imelo dvojni učinek na samopredstavitvene procese, in sicer naj bi povečevalo motivacijo za ustvarjanje želenih samopodob oseb, ki se samopredstavljajo na Facebooku, saj publiciteta krepi samopredstavljanje (Leary in Kowalski 1990), hkrati pa naj bi odvrčalo od lažnega samopredstavljanja, saj uporabniki Facebooka poznajo mnoge ljudi iz občinstva tudi v življenju zunaj interneta (Ellison in drugi 2007), ki lahko enostavno preverijo verodostojnost podatkov, predstavljenih na posameznikovem profilu. Samopredstavljanje na Facebooku je tako večinoma pristno oziroma avtentično (Reinecke in Trepte 2014) in ne lažno.

Proces in produkt spletnega samopredstavljanja mladim uporabnikom omogočata samorefleksijo (Weber in Mitchell 2008), predstavljena podoba pa izzove tudi takojšnjo povratno informacijo od (potencialno) številnega občinstva. Spletno samopredstavljanje zagotavlja neprecedenčne možnosti pri oblikovanju identitete mladih (Yang in Brown 2016). Glede na eno od raziskav (Michikyan in drugi 2015) so mladi odrasli na spletnih socialnih omrežjih predstavljali multipla sebstva (realno, idealno in lažno). Udeleženci v raziskavi so poročali, da na Facebooku svoje realno sebstvo predstavljajo bolj pogosto kot idealno ali lažno. Rezultati so pokazali, da so mladi odrasli, ki so poročali o bolj koherentni identiteti, poročali tudi o bolj pogostem predstavljanju svojega realnega sebstva, medtem ko so tisti z manj koherentno identiteto in nižjo samopodobo poročali o bolj pogostem predstavljanju svojega lažnega sebstva na Facebooku. Avtorji raziskave na osnovi izsledkov zaključujejo, da je stanje identitete mladih povezano z njihovim spletnim samopredstavljanjem (Michikyan in drugi 2015).

Facebook je okolje, v katerem se uporabniki pogosto poslužujejo strateškega in selektivnega oziroma pozitivnega samopredstavljanja. Pozitivno samopredstavljanje je ena od oblik vedenjskega samoizboljšanja oziroma samopoudarjanja<sup>6</sup> (angl. *self-enhancement*) (Hepper in drugi 2013). Ljudje so na splošno nagnjeni k strateškemu vedenju ter ustvarjanju in vzdrževanju pozitivne samopodobe in vtisov (Goffman 1959). Zlasti v okviru računalniško posredovanega komuniciranja lahko relativno enostavno sodelujejo v selektivnem oziroma pozitivnem samopredstavljanju z uporabo tehnoloških možnosti, kot sta asinhronost in možnost urejanja (Walther 2007), ki jim omogočata, da skrbno in selektivno oblikujejo sporočila, v katerih se predstavljajo drugim (Toma in drugi 2008). Asinhronost, ki zagotavlja neomejen čas za premislek in oblikovanje samopredstavljanja, ter možnost urejanja oziroma možnost nenehnega preverjanja in izboljševanja samopredstavljanja sta pomembna tehnološka parametra Facebooka. Komuniciranje na platformi spletnih socialnih omrežij več raziskovalcev (Wang in drugi 2010; Gonzales in Hancock 2011; Underwood in drugi 2011) označuje kot hiperpersonalno. Glede na hiperpersonalni model spletne komunikacije (Walther 1996) omenjena tehnološka parametra omogočata precejšnji nadzor nad samopredstavljanjem oziroma razkrivanjem informacij, s čimer povečujeta verjetnost uspešno ustvarjenih zelenih

---

<sup>6</sup> Tudi glede prevoda angleškega termina *self-enhancement* smo se obrnili na slavistične strokovnjake, ki so predlagali prevode *samoizboljšanje* oziroma *samoizboljšava*, *samopoudarjanje* in *samopristranost*. Glede na to, da ta izraz v besedilu uporabljamo predvsem v povezavi s samopredstavljanjem in narcisizmom, smo se odločili za uporabo prevoda *samopoudarjanje*, saj v največji meri zajame pomenski odtенок, ki ga ima v tem kontekstu izvirnik *self-enhancement*.

vtisov oziroma so uporabniki lahko bolj strateški pri upravljanju samopredstavljanja v primerjavi z interakcijami »iz oči v oči« (Bibby 2008; Buffardi in Campbell 2008; Krämer in Winter 2008). Besedilne in asinhrono lastnosti računalniško posredovane komunikacije uporabniku nudijo prednosti pred interakcijami iz oči v oči in pospešijo bogato medosebno komunikacijo s tem, da presegajo tradicionalne izmenjave iz oči v oči (Walther 1996). Poleg asinhronosti in možnosti nenehnega urejanja imajo spletna socialna omrežja v nasprotju z interakcijo v živo manjše število komunikacijskih kodov, kar posameznikom omogoča izvajati optimizirano samopredstavljanje (Walther 1996). Spletno oziroma selektivno samopredstavljanje torej lahko v veliki meri nadzorujemo in je lahko v večji meri usklajeno s samopredstavitvenimi cilji kot samopredstavljanje v živo (Walther 2007; Toma in drugi 2008).

Asinhronost in možnost urejanja naj bi tako povečala motivacijo Facebook uporabnikov za oblikovanje želene, a realne iskrene samopredstavitve, da bi na svoje občinstvo hkrati naredili vtis in se izognili odkritju morebitnih lažnih informacij. Hiperpersonalni model tako dokazuje, da računalniško posredovana komunikacija postane bolj zaželena, ker lahko pošiljatelj sporoča socialne informacije v nadzorovanem okolju, s čimer ustvarja optimizirano predstavitev sebe v odsotnosti fizične interakcije (Walther 1996). Raziskave so potrdile, da so profili na Facebooku navadno pozitivni, a hkrati točni in izčrpni (Toma 2013). Po omenjenem modelu hiperpersonalnega komuniciranja (Walther 2007) bi tako glede na socialno izpostavljenost, ki jo omogočajo spletna socialna omrežja, lahko pričakovali, da se s selektivnim spletnim samopredstavljanjem lahko izboljša tudi posameznikova samopodoba.

Facebook torej spodbuja strateško in pozitivno oziroma selektivno samopredstavljanje, v okviru katerega se posamezniki prikazujejo na pozitiven način (Kim in Lee 2011; Chou in Edge 2012; Lee-Won in drugi 2014), ter razkrivanje pozitivnih čustev (Qiu in drugi 2012; Bazarova in drugi 2013; Reinecke in Trepte 2014). Facebook svojim uporabnikom ponuja tako okolje kot tudi orodja za strateško in pozitivno samopredstavljanje, kot so selektivna konstrukcija njihovih uporabniških profilov (Zhao in drugi 2008; Van Der Heide in drugi 2012), neposredno deljenje posodobitev statusov (Hogan 2010; Bazarova in drugi 2013), objave na zidu in delitev fotografij (Chou in Edge 2012; Bazarova in drugi 2013). Uporabniki dajejo prednost pozitivnemu samopredstavljanju pred negativnim, upoštevajoč socialne norme in pravila »prijateljstva«, ki urejajo interakcije na spletnih socialnih omrežjih (Bazarova in drugi 2013; Forest in Wood 2012; Qiu in drugi 2012). Objave na Facebooku so tako navadno bolj usmerjene v pozitivne dogodke in dobra občutja kot v negativne dogodke in slabe občutke (Denti in drugi 2012).

Prihaja do pristranskosti pri pozitivnem samopredstavljanju na spletnih socialnih omrežjih. Ta je v porastu in lahko ustvarja psihološki konflikt med potrebo po izražanju pristnih čustev, ki so pogosto lahko negativna, in zaznanimi normami za pozitivnost, posebno med ljudmi z razmeroma nizko ravno dobrega počutja (Reinecke in Trepte 2014). Nekateri uporabniki so začeli osebe, ki se samopredstavljajo na tak način, dojemati kot bolj srečne od njih in bili mnenja, da te živijo boljše življenje kot oni sami, ter so se v manjši meri strinjali s trditvijo, da je življenje pošteno (Chou in Edge 2012).

V spletnih okoljih, kjer se posameznik identificira s svojim imenom, kot je na primer Facebook, samopredstavljanje lahko poteka na ekspliciten (npr. avtobiografski opisi) ali impliciten način (npr. fotografije) in tako uporabnikom omogoči javni prikaz njihovega želenega potencialnega sebe (Zhao in drugi 2008). Raziskovalci so ugotovili, da uporabniki raje uporabljajo impliciten način samopredstavljanja prek fotografij in pridruževanja posameznim skupinam kot eksplicitno opisovanje v zavihku, ki je namenjeno opisu posameznika (angl. *about*) (Zhao in drugi 2008). Nekatere od vsebin, ki na spletnih socialnih omrežjih prispevajo k posameznikovi celostni spletni podobi (Tong in drugi 2008), ustvari uporabniki sami (npr. profilna slika, posodobitve statusa), druge prijatelji (npr. objave na zidu) ali sistem (npr. število prijateljev, število fotografij). Profilna slika velja za najpomembnejše sredstvo samopredstavljanja (Buffardi in Campbell 2008; Siibak 2009; Strano 2008). Fotografije so lahko ustvarjene in izboljšane, da bi uporabniki prikrili pomanjkljivosti (Walther 2007). Tako naj bi študenti in dijaki, ki uporabljajo spletna socialna omrežja, izbrali profilne fotografije, na katerih so videti telesno privlačni (Siibak 2009; Strano 2008).

Računalniško posredovana okolja, kot so spletna socialna omrežja, uporabnikom omogočajo različne možnosti za vzpostavljanje, razvijanje in ohranjanje medosebnih odnosov. Samorazkrivanje predstavlja pomemben dejavnik pri razvijanju odnosov tako v spletnih okoljih kot tudi v kontekstih iz oči v oči (Dindia 2000). Tradicionalna opredelitev samorazkrivanja se nanaša na namerno verbalno izražanje sebe in ne zajema neverbalnih ključev, medtem ko spletno samorazkrivanje lahko zajema tudi neverbalno komunikacijo. Med drugim lahko zajema fotografije posameznika, ki so lahko zavesten mehanizem za razkrivanje sebe. Ker splet zagotavlja idealno okolje za selektivno samorazkrivanje, lahko posamezniki strateško nadzorujejo samorazkrivanje glede na svoje namere in cilje. Raziskovalci za opisovanje samoizražanja v okviru računalniško posredovane komunikacije izmenično uporabljajo termina samopredstavljanje in samorazkrivanje (Kim in Dindia 2011), čeprav se omenjena pojma



razlikujeta tako konceptualno kot funkcionalno (Schlenker 1986). Samopredstavljanje se med drugim nanaša na selektivno predstavljanje vidikov posameznika, s katerim želi vplivati na percepcijo drugih ljudi in pri njih ustvariti določene vtise o sebi (Goffman 1959). Samorazkrivanje pa se nanaša na razkrivanje osebnih ali zasebnih informacij o sebi, ki niso splošno znane in na voljo iz drugih virov (Worthy in drugi 1969; Jourard in Jaffe 1970). Samorazkrivanje vedno zajema tudi elemente samopredstavljanja (Kim in Dindia 2011), zato samopredstavljanje pogosto opisujejo tudi kot specifično in strateško obliko samorazkrivanja (Kim in Dindia 2011), čeprav se slednje običajno povezuje z željo po poglobitvi odnosa in ne s strateškim predstavljanjem sebe v čim lepši luči. Tako se za opisovanje samopredstavljanja lahko sklicujemo tudi na dimenzije, navadno uporabljene za ocenjevanje samorazkrivanja (Kim in Dindia 2011), kot so širina (količina predstavljenih informacij), globina (stopnja intimnosti predstavljenih informacij), pozitivnost (valenca informacij), avtentičnost (stopnja, do katere predstavitev točno odraža osebo, ki se predstavlja), namernost (obseg, do katerega posamezniki zavestno in namensko razkrijejo del informacij). Medtem ko se širina, globina, pozitivnost in avtentičnost osredotočajo na vsebino predstavitve, namernost zajema posameznikovo pozornost na to aktivnost (Yang in Brown 2016).

Samopredstavljanje ni statično stanje, ampak je aktivnost, ki se prilagaja družbenim in odnosnim kontekstom. Ljudje tako prilagajajo svoje samopredstavljanje glede na družbene norme in odnosne cilje. Čeprav ljudje pogosto trdijo, da na spletu predstavljajo avtentično podobo, so te podobe navadno rahlo idealizirane na račun natančnosti (Toma in Hancock 2011). V novih odnosih posamezniki navadno omejujejo širino in globino svojega samorazkrivanja (Altman in Taylor 1973) ter iščejo razmerje med zaželenostjo (pozitivnostjo) in natančnostjo v svojem spletnem samopredstavljanju (Ellison in drugi 2006). Navadno se ne počutijo dovolj sproščeno, da bi predstavili najbolj avtentično podobo samih sebe. Večjo pozornost namenijo oblikovanju pozitivne podobe za spodbujanje vzpostavljanja odnosa. Po določenem času, ko so odnosi že bolj ustaljeni, posamezniki ne posvečajo več take pozornosti pozitivni samopredstavitvi, a se lahko osredotočajo tudi na razkrivanje bolj poglobljenih, obširnih in avtentičnih informacij o sebi (Yang in Brown 2016).

V literaturi zasledimo dva stila strateškega samopredstavljanja, in sicer zaščitnega in pridobitnega (Arkin 1981; Wolfe in drugi 1986; Leary in Allen 2011). V splošnem se zaščitno samopredstavljanje nanaša na izogibanje družbenemu neodobravanju in oblikovanju neugodnih vtisov, medtem ko se pridobitno samopredstavljanje nanaša na prizadevanje za družbeno

odobravanje in oblikovanje pozitivnih vtisov (Arkin 1981; Leary in Allen 2011; Hermann in Arkin 2013). Omenjena stila v okviru spletnih socialnih omrežij lahko opredelimo kot dve obliki komunikacijskih vedenj, in sicer nadziranje negativnih informacij o sebi, ki jih posredujejo drugi uporabniki, ter razkrivanje ali deljenje pozitivnih informacij, ki jih uporabnik posreduje sam (Rui in Stefanone 2013a; Rui in Stefanone 2013b). Pri zaščitnem samopredstavljanju na spletnem socialnem omrežju (Rui in Stefanone 2013a; Rui in Stefanone 2013b) uporabniki lahko zanikajo ali odstranijo neželene informacije o sebi, ki so jih objavili drugi (npr. fotografije, na katerih so označeni, objave na zidu). Medtem ko si uporabniki pri pridobitnem samopredstavljanju na spletnem socialnem omrežju lahko s pomočjo tehnologije vzamejo čas in premislijo ter sprejemajo selektivne odločitve pri ustvarjanju in urejanju sporočil (Walther 2007) ter posledično selektivno uprizarjajo pozitivne in zelene vidike samih sebe z namenom aktivnega ustvarjanja in ohranjanja pozitivnih javnih samopodob (Schlenker 1975; Human in drugi 2012).

## 3.2 NARCISIZEM

### 3.2.1 Konceptualizacija narcisizma

Narcisizem ima bogato in kompleksno zgodovino proučevanja. Temeljne študije narcisizma so slednjega sprva obravnavale na klinični ravni in se nanj osredotočale z vidika osebnostne motnje. Kasneje je koncept narcisizma začel vključevati karakteristike s področja psihologije osebnosti in socialne psihologije. Dandanes narcisizem tako obravnavamo kot osebnostno motnjo na klinični ravni in kot osebnostno lastnost na neklinični ravni (Ahmadi in drugi 2013) ter kot kulturno pogojeni fenomen.

#### **Temeljne študije narcisizma**

Leta 1898 je psiholog Havelock Ellis (1898) skoval in prvi uporabil izraz »podoben Narcisu« (angl. *Narcissus-like*) na kliničnem področju in s tem povezal mit o Narcisu s stanjem avtoerotizma (sebstvo kot lasten spolni objekt). Podobno je Freud (1905) prvič uporabil izraza »ego-libido« (sebstvena ljubezen – angl. *self love*) in narcisističen libido izmenično v svojih esejih o teoriji seksualnosti. Obe opredelitvi sta zajemali nezrelo izključno samozadovoljujočo (angl. *self-gratifying*) spolnost, ki ni nujno del današnjih kliničnih opredelitev narcisizma. Ernest Jones (1913/1951) naj bi prvi razlagal narcisizem kot značajsko lastnost (angl. *character*

*trait*) in jo poimenoval »kompleks boga«. Ljudi s to lastnostjo je opisal kot vzvišene, nedostopne, ki občudujejo same sebe, kot domišljave/nadute, pretirano samozavestne, avtoerotične in ekshibicionistične s fantazijami vseomogočnosti (omnipotentnosti) in vsevednosti, kot ljudi z veliko potrebo po edinstvenosti in hvaljenju s strani drugih. Naveden opis se zelo približa opisu narcisistične osebnostne motnje, ki jo opisujemo v nadaljevanju.

Freud (1914) narcisizem definira kot stanje, pri katerem je posameznik središče ljubečega sveta, v katerem se lahko vede popolnoma spontano in deluje izključno na osnovi želja. Posameznik to stanje izkusi že kot dojenček, v odraslosti pa projicira možnosti vrnitve k narcisizmu z namero dosege ideala ega oziroma z namero dosege modela osebe, kakršna naj bi postal, da bi ga drugi imeli radi tako kot takrat, ko je bil mlad. Pri poskusih doseganja tega ideala in ohranjanju smisla samega sebe nam pomagajo obrambni mehanizmi (Brown 1997, 645). Posameznik ima torej potrebo po ohranjanju pozitivne podobe samega sebe in zato, da bi ohranil samopodobo, v svoje delovanje vključuje obrambno vedenje (npr. Greenwald 1980; Banaji in Prentice 1994). Potreba je v tem primeru definirana kot »interno stanje pomanjkanja ravnotežja ali primanjkljaja, ki ima zmožnost sprožanja vedenjskih odzivov« (Steers in Porter 1991, 97), samopodoba pa se nanaša na posameznikovo samopredstavitel (Brown 1997, 645).

Freud (1914) je narcisizem torej obravnaval bolj z razvojnega vidika. Videl ga je kot razvojno fazo zdravega razvoja otrok, kot dopolnilo egoističnemu nagonu po preživetju oziroma samoohranitvi. Menil je, da gredo otroci sprva skozi adaptivno obdobje primarnega narcisizma, v katerem so egocentrični in ne zmorejo upoštevati perspektive drugih ljudi. Potek razvoja je zdrav, če posameznik iz primarnega narcisizma preide v objektivno ljubezen. Takrat je zmožen svojo libidinalno energijo usmerjati/investirati v druge ljudi namesto vase, njegova občutja samoupoštevanja (*angl. self-regard*) pa so zmanjšana. Zdrav odnos je vzajemen, ko obe osebi usmerjata/investirata svojo libidinalno energijo druga v drugo in kot rezultat ne doživljata izgube. Kadar ena od oseb v odnosu ne zmore ali ne želi vračati ljubezni drugi osebi, nazaduje v nezdravo stanje narcisizma oziroma sekundarni narcisizem, ki služi kot kompenzacijski mehanizem in naj bi izviral iz pomanjkanja ljubezni s strani staršev oziroma skrbnikov. Po Freudu (1932) je ta oseba v prvi vrsti osredotočena nase in lastno preživetje oziroma samoohranitev, je neodvisna, je ni enostavno prestrašiti, je agresivna, ekstrovertirana, zelo dejavna ter ne zmore ljubiti ali se zavezati v odnosih. Ti ljudje pogosto pritegnejo veliko občudovanja in pozornosti ter lahko prevzamejo vodilne vloge.

Poleg Freuda so h kliničnemu pristopu opredelitve narcisizma med drugimi pomembno prispevali še Karen Horney (1939), Heinz Kohut (1966; 1971; 1977) in Otto Kernberg (1975). Karen Horney (1939) je nadalje razvila idejo o narcisizmu kot o značajski lastnosti in ga opredelila kot samonapihovanje oziroma občudovanje (in ljubiti) samega sebe zaradi vrednot, ki nimajo za to ustrezne podlage. Horneyeva (1939) je sicer menila, da sta spoštovanje in cenjenje kvalitet, ki jih posameznik dejansko ima, odraz pravega/»zdravega« samospoštovanja in ne narcisistično vedenje. Strinjala se je s Freudom, da sekundarni narcisizem izvira iz pomanjkanja ljubezni s strani skrbnikov, kar naj bi se izražalo bodisi v preveč avtoritarnih bodisi permisivnih in popustljivih starševskih stilih. Ta odziv je kompenzatoren, saj naj bi se otroci ob zaznavi pomanjkanja ljubezni od svojih staršev na slednje odzvali z ustvarjanjem imaginarnih napihnjenih različic samih sebe, prek katerih iščejo občudovanje. Nasprotno od Freuda, ki je menil, da narcisi zaradi prevelike ljubezni do sebe ne zmorejo ljubiti ali imeti radi drugih oseb, pa Horneyeva (1939) meni, da je vidno razkazovanje oziroma napihovanje iluzorno in verjame, da narcisizem izhaja iz posameznikove nezmožnosti, da bi imel rad bodisi svoj »pravi jaz« bodisi kogarkoli drugega. Narcisi naj bi bili tako vedno v stanju odtujenosti od sebe in drugih. Če otrok ne prebrodi primarnega narcisizma, ima lahko kasneje v življenju v svoji karieri površen in neproduktiven stil dela, združen s povečanim občutkom upravičenosti (angl. *increasing entitlement*) ali pričakovanjem, da predanost ali uspeh lahko doseže brez truda in iniciative. Narcisistične osebe navadno iščejo plitve odnose, ki pripomorejo k osebnemu statusu in prestižu, imajo visoka pričakovanja od drugih ljudi, šibke socialne veščine (npr. egocentričnost, maščevalnost, nezaupanje, nezainteresiranost za druge) in zelo nerealno percepcijo samih sebe. To jih postavlja v zelo ranljiv položaj, saj potrebujejo ljudi, ki jih bodo občudovali in podpirali, pri čemer imajo težave z iskanjem ljudi, ki bodo to še naprej počeli (Horney 1939).

Naslednji, ki je veliko pisal o narcisizmu, je Heinz Kohut (1966; 1971; 1977), ki se je oddaljil od psihoanalitične struje in se približal self psihologiji oziroma psihologiji sebstva (Praper 1996). Kot Freud je tudi Kohut (1966) verjel, da je narcisizem zdrav in normalen del razvoja ter da primarno ni patološki. V nasprotju s Freudom, ki je verjel, da je primarni narcisizem stanje popolne zatopljenosti vase, pa je Kohut verjel, da je ta stanje nediferencirane zveze z materjo. Menil je, da je psihopatologija odraslih rezultat pomanjkanja starševske empatije med razvojem. S tem, ko v najpomembnejših trenutkih otrokovega razvoja ni ustrezno zagotovljena empatična povratna informacija oziroma odziv staršev, otrok ne razvije sposobnosti reguliranja samospoštovanja in kot odrasel kasneje niha med iracionalnim precenjevanjem samega sebe in

občutki manjvrednosti. Da bi lahko reguliral svoje samospoštovanje in pridobil občutek vrednosti, pri čemer izvorno išče empatični odziv, ki ga v času razvoja ni dobil, se opira na druge.

Kohut je torej menil, da je lahko posameznikova izkušnja sebstva bodisi kohezivna bodisi fragmentirana. V primeru fragmentiranosti se pojavi self patologija oziroma patologija sebstva, »ki se prepleta z nizkim samovrednotenjem in situacijami izgube idealiziranega drugega« (Praper 1996, 177). Kohut (1971) je verjel, da ima dojenček v normalnih okoliščinah dva pomembna psihološka konstrukta, in sicer grandiozno-ekshibicionistično sebstvo (ki se navadno razvija v preveč samozavestne ambicije) ter idealizirano starševsko podobo (ki se navadno razvija v internalizirane/ponotranjene vrednote in ideale). Domneval je, da sta ti dve tirnici idealiziranega starša in grandioznega sebstva izvorno ustvarjeni za spoprijemanje s težavami, ko je ravnovesje primarnega narcisizma porušeno zaradi razvojnih pritiskov in bolečih duševnih napetosti. Patologija na prvem področju se odraža v fiksaciji na grandioznosti in patologija na drugem področju se odraža v deficitih, kjer je psihopatologija zakoreninjena v fiksacijah na starih/zastarelih idealizacijah (Ornstein in Kay 1990). »Izguba idealiziranega drugega, ki bi omogočal zlivanje ter idealizirano zrcaljenje v zlitem self-objektu, človeka prisili, da te fantazije usmeri vase – zgolj v self. S tem pa je self kohezivnost ob ranljivosti zaradi nizkega samovrednotenja porušena« (Praper 1996, 177)<sup>7</sup>.

V Kohutovem selfpsihološkem modelu je diada, ki se pojavlja med otrokom in njegovimi starši, kontinuirano razvijajoči se proces (prek formacije self-objektov) (Kohut 1966). V njegovi teoriji self-objekt sestavljajo razvijajoči se otrok in vsak od tistih ljudi, ki otroku dajejo zmožnosti, da ohrani strukturo sebstva in trdnost ter občutek kohezivnosti in čvrstost (McLean 2007). Oni so self-objekti, saj se glede na Kohutovo teorijo dojenček ne zaveda, da niso del njega ter da omogočajo funkcije, ki se jih bo kasneje, ko bodo te funkcije utelešene v njegovo psihično strukturo, naučil izvajati sam. Po Kohutovem modelu (1966) je tako, da se, ko določene objektne potrebe niso zadovoljene empatično, pojavi razvojna motnja, lahko pa tudi patološki narcisizem. Po Kohutu poznamo tri razloge za pojav tega relativnega pomanjkanja starševske empatije, in sicer 1) slabo ujemanje med otrokom in starši glede na razpoloženje/stanje obeh strani; 2) starši se niso zmožni odzivati ali vzgajati otroka, kar je pogosto lahko sekundarnega pomena za fizične ali duševne omejitve; in/ali 3) otrok ima

---

<sup>7</sup> Kljub odločitvi o uporabi prevoda *sebstvo* v tem primeru ohranjamo citiran zapis, ki uporablja izviren termin *self*. Tako kot avtor bomo uporabljali prevod *self-objekt* (angl. *self-object*) tudi v nadaljnjem besedilu.

neobičajno velike self-objektne potrebe (Baker in Baker 1987). Ne glede na razlog, prej ko se pojavijo neuspehi (angl. *failures*) in bolj kot so prodorni, bolj sta težavni razvojna motnja in stopnja narcisistična patologije pri odraslem posamezniku.

Kohut je bil izrazito kritičen do religije in drugih socialnih institucij, ki so poskušale zatreti prilagojeno izražanje narcisizma (tj. samospoštovanja), saj je menil, da je močan občutek lastne vrednosti ključen za zdravo psihološko delovanje. Verjel pa je, da obstaja nezdravo izražanje grandioznega sebstva, ki se lahko razvije, ko posameznikom ne uspe integrirati grandioznih idej o samih sebi z realnimi pogledi na svoje napake in pomanjkljivosti. Menil je, da je to posledica travmatične prekinitve zdravega narcisističnega razvoja prek starševske zavrnitve ali prevelikega popuščanja (Kohut 1966). Če se grandiozno sebstvo ni razvilo v realistični občutek lastne vrednosti, potem bo odrasli ego nagnjen k omahovanju med iracionalnim precenjevanjem samega sebe in občutki manjvrednosti ter se bo odzival z narcističnim ponižanjem do onemogočanja lastnih ambicij (Kohut 1966). Kot rezultat narcisistični posamezniki porabijo veliko energije za iskanje potrditve od drugih ljudi in so izjemno ranljivi oziroma dovzetni za kritike in zavrnitve. Torej iščejo druge, ki bi jih lahko idealizirali, da bi si v zlivanju z njimi povrnili kohezivnost sebstva (Praper 1996).

Naslednji, ki se je obširno ukvarjal s proučevanjem narcisizma, je bil Otto Kernberg. Verjel je, da so narcisistične motnje podtip mejnih osebnostnih motenj (Kernberg 1975), in v svoji opredelitvi narcisizma opisal specifična vedenja, ki naj bi bila prisotna pri posamezniku s patološko narcisistično osebnostjo. Navedel je, da te osebe v odnosih z drugimi navadno veliko pozornosti posvečajo sebi, imajo veliko potrebo po tem, da so ljubljene in jih drugi občudujejo, prikazujejo navidezno protislovje med zelo napihnjeno samopodobo in pretirano potrebo po izkazovanju spoštovanja s strani drugih. Dodal je, da je čustveno življenje narcisističnih oseb plitvo in da premorejo malo empatije za čustva drugih. Bolj ali manj uživajo v lastnih grandioznih fantazijah in tem, da jim drugi izkazujejo spoštovanje. Ko zunanji blišč popusti in noben nov vir ne nahrani njihove egocentričnosti, se počutijo nemirno in z dolgotrajno. Odnosi narcisističnih oseb z drugimi ljudmi so v splošnem izkoriščevalski in včasih celo parazitski. Drugim pogosto zavidajo. Običajno idealizirajo nekaj ljudi, od katerih si obetajo, da bodo nahranili njihove narcisistične potrebe, in podcenjujejo ter prezirajo tiste, od katerih si ne obetajo ničesar. Pod površjem, ki je pogosto očarljivo in privlačno, se skriva hladen in brezobziren posameznik. Narcisistične osebe so pogosto smatrali kot odvisne, saj potrebujejo tako veliko izkazanega spoštovanja in občudovanja s strani drugih, a na globlji ravni se zaradi

svojega globokega nezaupanja in razvrednotenja drugih niso resnično zmožni zanesti na koga drugega (po Kernberg 1975, 227–28).

Kernberg je zavračal pogled na narcisizem kot na kontinuum oziroma kontinuirano dimenzijo ter patološki narcisizem videl kot kvalitativno drugačnega od t. i. normalnega odraslega narcisizma oziroma samospoštovanja, kot je slednjega poimenoval, ter t. i. normalnega infantilnega narcisizma. Kljub temu pa je imelo njegovo delo kasneje velik vpliv pri raziskovanju in opredelitvi narcisizma kot kontinuirane dimenzije, ki je v svojem ekstremu patološka. Kernberg je »normalni« oziroma »zdravi« narcisizem pri odraslih opredelil kot »libidinalno investicijo/usmerjanje sebstva« (Kernberg 1975, 315). Po njegovem normalni narcisizem tako zajema integracijo dobrih in slabih podob sebe v realistično samopodobo v nasprotju z nerealno popolnimi podobami sebe, prisotnih pri patološkem narcisizmu. Patološkega narcisizma ni videl zgolj kot pomanjkanje razvoja ali nazadovanje v infantilni narcisizem, ampak kot rezultat patološkega razvoja internalizacij sebstva in skrbnikov (Kernberg 1975). Pri patoloških narcisih je normalna napetost med dejanskim sebstvom na eni strani ter idealnim sebstvom in idealnim objektom na drugi strani omejena z grajenjem/ojačevanjem napihnjene samopodobe, znotraj katere so dejansko sebstvo ter idealno sebstvo in idealni objekt zamešani oziroma nejasni (Kernberg 1975, 231). Kernberg je bil negotov glede vzrokov za patološki narcisizem, a je domneval, da bi lahko prišlo do genske težnje agresivnosti ali nizke tolerance za anksioznost. Prav tako je menil, da patološki narcisizem lahko povzročijo kronično hladne starševske figure s prikrito, a intenzivno agresivnostjo (Kernberg 1975, 234), ter da narcisi pogosto zasedajo ključno točko v strukturi svoje družine, na primer edinci ali edini genialen otrok (Kernberg 1975, 235).

### **Mnogoterost vidikov narcisizma**

V literaturi zasledimo različne opredelitve narcisizma. Na eni strani so definicije, na osnovi katerih lahko narcisizem ločimo na pozitivnega in negativnega (Brown 1997, 647) oziroma ločimo »zdravo« in patološko obliko narcisizma. Pozitivni ali »zdravi« narcisizem, ki je do neke mere prisoten pri vseh ljudeh (Shengold 1995), je definiran kot normalen fenomen (Reich 1960) ter univerzalna in »zdrava« lastnost osebnosti (Cooper 1986) oziroma kot pozitivna osebnostna lastnost, ki skrbi za regulacijo sebstva in samopodobe (Frosh 1991). Vsi ljudje smo namreč do neke mere podvrženi narcisistični iluziji (npr. Freud 1914; Kohut 1971; Kernberg 1975; Shengold 1995). Pri »zdravi« obliki narcisizma je ego relativno stabilen, zadovoljstva, pridobljena na osnovi fantazij, niso prevelika, prav tako tudi vsebina teh fantazij ni preveč

ločena od realnosti (Fine 1986). Millon in Grossman (2005) menita, da je »zdrav« narcisizem rezultat dovolj dobrega starševstva. Kot omenjeno, je tudi Freudov primarni narcisizem opredeljen kot prvotna ljubezen do samega sebe in naj bi predstavljal zdravo razvojno stopnjo posameznika (Freud 1990), čemur se pridružujejo tudi Horneyeva (1939), Kohut (1966) in Kernberg (1975). Patološko oziroma negativno obliko narcisizma opisujejo nestabilnost posameznika, pretirana samopodoba in grandiozne fantazije (Brown 1997) ter potreba po občudovanju in pretiran občutek samopomembnosti (Oltmanns in drugi 2006). Ta oblika narcisizma posamezniku preprečuje, da bi lahko ustrezno deloval ali oblikoval pomenske odnose z drugimi. Pri tej obliki je ego nestabilen, prisotne so tudi grandiozne in nemogoče fantazije, ki služijo kot nadomestki realnosti (Brown 1997).

Poleg delitve na »zdravo« in patološko obliko navadno govorimo o treh vrstah narcisizma. Številne raziskave so dokazale obstoj več vrst narcisizma, pri čemer najpogosteje govorimo o odkritem oziroma grandioznem oziroma ekshibicionističnem narcisizmu in prikritem oziroma ranljivem oziroma hipersenzitivnem narcisizmu (Wink 1991; Dickinson in Pincus 2003; Fossati in drugi 2005; Miller in Campbell 2008; Russ in drugi 2008) ter narcisistični osebnostni motnji kot ekstremnemu polu narcisizma. Odkriti oziroma grandiozni narcisizem<sup>8</sup>, ki je tudi najpogostejši, najbolje opisan in proučevan in ki ga imamo največkrat v mislih, ko govorimo o narcisizmu, je primarno sestavljen iz grandiozne oziroma napihnjene samopodobe (angl. *self-image*) in občutka upravičenosti, združenih z nižjimi ravnmi empatije in skrbi za druge. Miller in kolegi (2011) navajajo, da odkriti narcisizem primarno odraža lastnosti, povezane tako z grandioznostjo kot tudi agresivnostjo in dominantnostjo. Odkrit narcisistični posameznik misli, da je pametnejši, bolj pomemben in je boljše videti kot drugi ter si zasluži, da ga drugi kot takega tudi obravnavajo. Lahko je očarljiv, družaben in spreten pri sklepanju novih odnosov, a se boljše znajde v odnosih, ki so plitki in jim primanjkuje čustvene intimnosti (Campbell in Miller 2011). Poleg tega, da imajo odkriti narcisi napihnjeno pozitivno in nerealno predstavo o sebi, tudi verjamejo, da so posebni in edinstveni. Za odkrite narcise je značilno tudi pomanjkanje zanimanja za oblikovanje močnih medosebnih odnosov in posluževanje samoregulativnih strategij z namenom potrjevanja pozitivne samopodobe (angl. *self-views*)

---

<sup>8</sup> Glede na mnogoterost poimenovanj te vrste narcisizma smo se odločili, da bomo v disertaciji uporabljali termin odkriti narcisizem oziroma izraz grandiozni narcisizem na mestih, kjer je uporaba slednjega bolj smiselna. Ko govorimo o narcisizmu, imamo običajno v mislih odkrito oziroma grandiozno obliko narcisizma. Tudi večina raziskav proučuje to obliko narcisizma. V nadaljevanju besedila bomo tako v izogib nenehnemu ponavljanju izraza odkriti narcisizem večinoma uporabljali samo izraz narcisizem. Na mestih, kjer bo potreben poudarek oziroma navedba določene oblike narcisizma, pa bomo uporabili termine odkriti in prikriti narcisizem oziroma narcisistična osebnostna motnja.



(Campbell in Foster 2007). Ker potrebujejo konstantno potrjevanje svojega narcisističnega ugleda, prek odnosov ves čas sodelujejo v tej dinamični samokonstrukciji (Morf in Rhodewalt 2001).

Večina nekliničnih teoretičnih modelov narcisizma v socialni psihologiji in psihologiji osebnosti uporabo socialnih odnosov karakterizira kot delno za način regulacije samopodobe, pozitivnosti samopodobe ali narcisističnega ugleda (Raskin in drugi 1991; Campbell 1999; Morf in Rhodewalt 2001; Campbell in drugi 2006). Delovanje narcisistične samoregulacije ali samokonstrukcije v okviru medosebnih odnosov označujeta pozitivna povezanost narcisizma s formacijo odnosov ter negativna povezanost z iskanjem ali ustvarjanjem dolgotrajnih odnosov, ki imajo kvalitete bližine, empatije ali čustvene topline (Campbell 1999; Campbell in Foster 2002). Odkriti narcisi se pogosto dobro znajdejo v novih socialnih okoljih in odnosih, čeprav večinoma iščejo odnose, ki lahko izboljšajo njihov status in pozitivne predstave o sebi (Campbell in Foster 2007). Iščejo si privlačne partnerje visokega statusa za kratko, plitko razmerje (Campbell 1999). So ekshibicionistični, iščejo pozornost, se zelo posvečajo svojemu videzu (Vazire in drugi 2008) in precenjujejo svojo privlačnost, kar jim pomaga potrjevati pozitivne iluzije o lastni fizični privlačnosti (Gabriel in drugi 1994; Bleske-Rechek in drugi 2008). Dobro imajo razvito kognitivno empatijo oziroma dobro zaznavajo čustva drugih ljudi, a ker to ne vpliva nanje (pomanjkanje afektivne oziroma čustvene empatije), lahko zlahka manipulirajo z drugimi (Wai in Tiliopoulos 2012). Medtem ko odkriti narcisi hrepenijo po pozornosti in občudovanju, pomanjkanje afektivne empatije pogosto otežuje in omejuje možnost intimnih odnosov (Bergman in drugi 2011). Ti posamezniki vsak konflikt znotraj okolja navadno doživijo kot zunanjšega in ne kot odseva svojih nerealnih pričakovanj (Dickinson in Pincus 2003).

Druga, manj pogosta oblika je prikriti ali ranljivi narcisizem, ki je povezan z občutkom pomembnosti, a z veliko več šibkosti in ranljivosti. Poznamo več različnih poimenovanj tega podtipa narcisizma, med drugim zaprti narcis (angl. *closet narcissist*) (Masterson 1993), preveč oprezen oziroma previden narcis (Gabbard 1989), hipersenzitiven narcis (Hendin in Cheek 1997), ranljiv narcis (npr. Wink 1991), prikriti narcis<sup>9</sup> (Akhtar in Thomson 1982; Wink in Donahue 1997; Cooper 1998). Prikriti narcisizem odraža obrambno in negotovo grandioznost, ki prikrije občutja nezadostnosti, nekompetentnosti in negativni afekt (Miller in drugi 2011).

---

<sup>9</sup> Glede na mnogoterost poimenovanj te vrste narcisizma smo se odločili, da bomo v disertaciji uporabljali termin prikriti narcisizem oziroma izraz ranljiv narcisizem na mestih, kjer je uporaba slednjega bolj smiselna.

Tako je posameznik z ranljivo narcisistično osebnostjo navadno opisan kot odkrito samozaviren in zadržan, a goji osnovna grandiozna pričakovanja zase in druge (Gabbard 1989; Gabbard 1998). Oziroma je opisan kot oseba, ki je inhibirana, jo je sram (angl. *shame-ridden*) ter je hipersenzitivna, sramežljiva oseba z nizko toleranco za pozornost s strani drugih in pretirano oprezno (angl. *hypervigilant*) pripravljenostjo za kritiko ali neuspeh, ki vodita v njeno socialno pasivnost (Ronningstam 2009, 113). Dickinson in Pincus (2003) navajata, da se posameznik s prikritim narcisizmom odkrito predstavlja s sramežljivostjo, zadrego in celo navidezno empatijo, pod čemer pa se nahaja prikrito jedro, organizirano okrog grandioznih pričakovanj in upravičenosti. Prikriti narcisi so slabše opremljeni za uporabo strategij samopoudarjanja in se morajo pri regulaciji samospoštovanja pogosto zanesti na zunanje povratne informacije (od drugih ljudi). Bolj verjetno doživljajo konflikt zaradi svojih pričakovanj z vidika upravičenosti (angl. *entitled expectations*) in si potemtakem prizadevajo, da bi zanikali temeljno upravičenost in stalna razočaranja. To zanikanje pričakovanj z vidika upravičenosti vodi v občutja jeze in sovražne izbruhe, ki jim sledita izkušnja sramu in depresije. Nihanje med sramom/depresijo in izraženo jezo daje vtis precej labilne čustvene predstavitve (Dickinson in Pincus 2003). Ljudje z visokimi stopnjami prikritega narcisizma so tako nagnjeni k depresivnosti, imajo nizko samospoštovanje in mislijo, da jim drugi želijo slabo (Miller in drugi 2011). Prikriti narcistični posamezniki zaradi šibke narave svojega samospoštovanja doživljajo veliko večjo anksioznost pri razvoju odnosov z drugimi. Pri bolj ranljivih posameznikih sta kronična hipersenzitivnost in razočaranje, ki izhajata iz neuresničenih pričakovanj z vidika upravičenosti, tako nevzdržna, da lahko vodita v socialni umik in izogibanje (Gabbard 1989; Wink 1991; Cooper 1998; Gabbard 1998; Kraus in Reynolds 2001).

V pričujoči raziskavi narcisizem obravnavamo kot osebnostno potezo oziroma lastnost, ki jo posamezniki lahko imajo izraženo v različnem obsegu. Pojavlja se na kontinuumu oziroma kot dimenzija (Bergman in drugi 2011). Ekstremni pol te dimenzije predstavlja narcisistična osebnostna motnja (klinična diagnoza) kot tretja od najpogosteje omenjenih oblik narcisizma. Razmah narcisizma je vodil v vključitev te osebnostne motnje v tretjo izdajo Diagnostičnega in statističnega priročnika duševnih motenj (American Psychiatric Association 1980). V trenutni, 5. izdaji Statističnega in diagnostičnega priročnika duševnih motenj (American Psychiatric Association 2013) je opredeljena kot »prodoren vzorec grandioznosti (v fantaziji ali vedenju), potrebe po občudovanju, pomanjkanja empatije, ki se pojavi v zgodnji odraslosti in je prisoten v različnih kontekstih, kot je indicirano z najmanj petimi opredeljenimi kriteriji« od naslednjih

devetih (American Psychiatric Association 2013, 696). Oseba, ki ima narcisistično osebnostno motnjo (American Psychiatric Association 2013, 696–97):

1. »ima grandiozno predstavo o lastni pomembnosti (npr. preveč poudarja dosežke in sposobnosti, pričakuje, da bo prepoznana kot superiorna brez primernih dosežkov);
2. je preokupirana s fantazijami o neomejenem uspehu, moči, odličnosti, lepoti ali idealni ljubezni;
3. verjame, da je posebna in edinstvena in da jo lahko razumejo oziroma naj bi se povezovala samo z drugimi ljudmi ali institucijami, ki so posebni ali imajo visok status;
4. zahteva pretirano občudovanje;
5. ima občutek upravičenosti (tj. nerazumna pričakovanja o še posebej naklonjeni obravnavi ali samodejni skladnosti s svojimi pričakovanji);
6. je interpersonalno izkoriščevalska (tj. izkorišča druge, da doseže svoje lastne cilje);
7. ji primanjkuje empatije: ne želi prepoznati ali se identificirati z občutki in potrebami drugih;
8. pogosto zavida drugim ali verjame, da drugi zavidajo njej;
9. ima arogantno, ošabno vedenje in odnos«.

Grandioznost in prepričanja posameznika z narcisistično osebnostno motnjo se lahko manifestirajo kot fantazija ali kot dejansko vedenje. Take fantazije in prepričanja se razlikujejo od iluzij, povezanih s psihotičnimi motnjami, v tem, da so fantazije in prepričanja načeloma možna ne glede na to, v kolikšni meri so olepšana ali popačena (Bates in Neff 2017).

Tudi pri narcisistični osebnostni motnji govorimo o omenjenih podtipih, in sicer grandioznem ali odkritem in ranljivem ali prikritem, ki pa nista vključena v 5. izdajo Diagnostičnega in statističnega priročnika duševnih motenj (American Psychiatric Association 2013). Posamezniki z odkritim podtipom narcisistične osebnostne motnje se bolj nagibajo k odkritim/javnim prikazom lastne pomembnosti, upravičenosti, fantazij občudovanja, zanikanja šibkosti in izkoriščevalskega vedenja. Posamezniki z ranljivim podtipom pa se bolj nagibajo k preobčutljivosti na žalitve (so hipersenzitivni na žalitve), samokritiki, občutkom sramu, nebogljenosti/nemoči in socialnemu umiku. Osebe z odkritim podtipom narcisistične osebnostne motnje navadno doživljajo bolj dramatične lastnosti, ki so podobne histrionični osebnostni motnji, ter ne poročajo o velikem obsegu medosebne stiske. Osebe s prikritim podtipom narcisistične osebnostne motnje pa imajo lastnosti, ki so bolj podobne izogibajoči osebnostni motnji in pogosto doživljajo več medosebnih stisk zaradi svojega maščevalnega

vedenja (Dickinson in Pincus 2003). Domneva se, da se navedena podtipa razvijeta zaradi različnih pristopov skrbnikov iz zgodnjega otroštva (različnega stila starševanja), bodisi preveč popustljivega s pretirano pohvalo bodisi hladnega/zadržanega s prevelikimi pričakovanji. Oba pristopa neugodno vplivata na navezanost in razvoj zdravega samospoštovanja (Bates in Neff 2017). Raziskovalci si v tej domnevi niso enotni.

Čeprav mora oseba za postavitev diagnoze narcisistične osebnostne motnje izpolnjevati najmanj 5 od navedenih kriterijev, lahko tudi za osebe, pri katerih se kažejo elementi omenjenih kriterijev, rečemo, da imajo prisotno narcisistično vedenje, brez da izpolnjujejo pogoje za diagnosticiranje te osebnostne motnje (Skodol in drugi 2014). To le pomeni, da niso dosegle ekstremnega pola dimenzije osebnostne poteze narcisizma.

Diagnostični in statistični priročnik duševnih motenj V (American Psychiatric Association 2013, 673) opredeljuje še dodatne, pridružene lastnosti, ki podpirajo diagnozo narcisistične osebnostne motnje. Posamezniki z narcisistično osebnostno motnjo imajo ranljivo samospoštovanje, zaradi česar so zelo senzibilni glede kritike ali poraza. Čeprav tega morda ne kažejo navzven, jih kritika lahko preganja, zaradi česar se počutijo osramočene, ponižane, prazne, puhle. Odzovejo se lahko s prezirom, jezo ali protinapadom. Take izkušnje pogosto vodijo v socialni umik ali videz ponižnosti, ki lahko zakrije in zaščiti posameznikovo grandioznost. Medosebni odnosi so običajno oslabljeni zaradi težav, ki izhajajo iz upravičenosti, potrebe po občudovanju in relativnega prezira senzitivnosti drugih. Čeprav pretirane ambicije in samozavest lahko vodijo do visokih dosežkov, je lahko izvedba motena zaradi intolerance do kritike ali poraza. Trajna občutja sramu ali ponižanja in spremljajoča lastna kritika so lahko povezani s socialnim umikom, depresivnim razpoloženjem in kronično depresivno motnjo (distimijo) ali veliko depresivno motnjo (klinično depresijo). Nasprotno so lahko trajna obdobja grandioznosti povezana s hipomaničnim razpoloženjem. Narcisistična osebnostna motnja je prav tako lahko povezana z anoreksijo nervozo in motnjami, nastalimi zaradi uporabe različnih substanc (posebno kokaina), ter tudi nekaterimi drugimi osebnostnimi motnjami, kot so histrionična, mejna, antisocialna in paranoidna osebnostna motnja (American Psychiatric Association 2013).

Narcisistična osebnostna motnja kljub številnim raziskavam še vedno ni povsem razumljena, njena vzročnost pa je še vedno v veliki meri stvar domnev. Nekateri psihologi (npr. Groopman in Cooper 2006) domnevajo, da motnja izhaja iz razvojnih dejavnikov v otroštvu. Domnevajo,

da otroci, ki so jih starši preveč razvajali in jim posvečali preveč občudovanja brez prisotne kritike, ali otroci, ki so bili čustveno zlorabljeni, v večji meri doživljajo narcisistično vedenje (Groopman in Cooper 2006). Dinamični samoregulativni procesni model (angl. *self-regulatory processing model*) domneva, da osebnost oseb z narcisizmom deluje okoli ohranjanja in krepite njihovega grandioznega občutka lastne vrednosti (Thomaes in drugi 2009). Njihova dejanja in percepcije njih samih tako na inter- kot na intrapersonalni ravni se aktivno ustvarjajo za ohranjanje njihovega slabo prilagojenega položaja (Thomaes in drugi 2009). Spet drugi narcisistično osebnostno motnjo vidijo kot prirojeno oziroma inherentno potrebo po potrditvi, ki se spremeni v patološke misli in vedenja (Wright 2014).

Ugotovljene so bile razlike v spolu. Moški naj bi bili bolj narcisistični od žensk (Foster in drugi 2003), prav tako naj bi se pri moških bolj verjetno izražale grandioznost, ekstremna osredotočenost nase in prekomerna potreba po občudovanju, da bi vzpostavili svojo edinstvenost, medtem ko ženske predstavnice narcisov pretirano vlagajo v pomembne druge (Morf in Rhodewalt 2001).

### **3.2.2 Kultura narcisizma**

Omenili smo, da na narcisizem lahko gledamo tudi kot na socialno-kulturno spremenljivko. Vsaka družba naj bi v posamezniku reproducirala svojo kulturo skozi njegovo osebnost, s čimer oblikuje osebnost, ki ustreza zahtevam posamezne kulture (Lasch 1979). Vsaka kultura pa naj bi razvila tudi patologije, ki v pretirani obliki izražajo njeno temeljno značajsko strukturo, kar pomeni, da s proučevanjem psihologije posameznika lahko proučujemo tudi značilnosti družbe (Lasch 1979). Lasch (1979), ki je sodobno družbo označil za »kulturo narcisizma«, trdi, da je narcisizem v družbi v porastu. S tem pojmom je želel opisati vpliv pretirano individualističnih vrednot na sodobno družbo. Domneval je, da sodobna družba spodbuja posameznike, da se osredotočajo nase in razrahljajo vezi s skupnostjo, ter da se je sodobna kultura osredotočila na slavo, zvezdnitvo in bogastvo (v nasprotju z dolžnostjo, častjo in služenjem). Lasch (1979) je s pojmom narcisizma želel ponuditi okvir razumevanja psihološkega učinka sodobnih družbenih sprememb; videti je, kot da bi prevladujoče družbene okoliščine iz posameznikov izvabliale narcisistične lastnosti, ki so v različni meri prisotne pri vsakomer izmed nas.

Narcisizem ni nov zgodovinski pojem; edinstveno je to, da sodobne družbe spodbujajo vrednote, ki spodbujajo narcisizem pri vseh ljudeh, ne zgolj pri eliti (Lasch 1979). Družbeno

okolje naj bi vplivalo na formiranje narcisizma kot družbeno nujne forme subjektivnosti v postindustrijski potrošniški družbi (Žižek 1985). Lasch je postuliral, da je družbeni razvoj v dvajsetem stoletju okrepil narcisistične lastnosti, ustvaril krhke samopodobe, strah pred predanostjo in trajnimi odnosi, intenziven strah pred starostjo in smrtjo ter pretirano občudovanje zvezdnikov. Opisal je tudi prisotnost odvisnosti od posredne toplote, zagotovljene s strani drugih, združene s strahom pred odvisnostjo, občutkom notranje praznine in brezmejnega prikritega besa, nepristen vpogled vase, preračunljivo zapeljivost in spremenjen občutek za čas. Vzroke teh sprememb je videl v ekonomskih, institucionalnih in kulturnih transformacijah, kot so spremembe v načinu dela, permissivna vzgoja, naraščajoča potrošna kultura in spremembe v izobraževanju. Lasch (1979) je narcisizem videl tudi kot prikladen način posameznika za obvladovanje napetosti in tesnob sodobnega življenja. Sodobna družba naj bi atomizirala posameznika in ignorirala univerzalno človeško potrebo po socialnih omrežjih in povezavah oziroma odnosih (Etzioni v Paris 2014). Zmanjšal naj bi se družbeni kapital, zaradi česar so se ljudje raje obrnili k samim sebi kot k skupnosti (Putnam v Paris 2014). Vsi ti procesi opisujejo individualizem, ki je postal ekstremen ter začel prehajati v narcisizem in voditi k družbeni nepovezanosti (angl. *social disconnection*) (Paris 2014). Zaradi sodobnega načina življenja naj bi bili torej bolj narcisistični, k čemur naj bi med drugim poleg individualizma, ki osebe spodbuja k poudarjanju svojih lastnih občutij in izražanju namesto k splošni družbeni strukturi, pomembno prispevalo tudi pomanjkanje socialne podpore (Paris 2014).

Dandanes živimo v dobi upravičenosti (angl. *age of entitlement*) in samoobčudovanja (MacDonald 2014). Sodobni kulturni dejavniki naj bi povečali prevalenco narcisistične osebnostne motnje (Campbell in Twenge 2015). Narcisistično osebnostno motnjo lahko razumemo tudi kot patološko povečanje ali ojačanje narcisističnih lastnosti, pri čemer so poleg ranljivosti temperamenta (angl. *temperamental vulnerability*) in psihološke stiske kot dejavnikov tveganja za njen nastanek pomembni tudi socialno-kulturni dejavniki. Porast narcisističnih lastnosti in kulturnega narcisizma je povezan s spremembami v prevalenci narcisistične osebnostne motnje. Omenjeni premiki so tako kot posledica omenjenih družbenih sprememb, povezanih z modernostjo, relativno sodoben fenomen (Paris 2014). Ocene prevalence narcisistične osebnostne motnje, temelječe na 4. izdaji Statističnega in diagnostičnega priročnika duševnih motenj, se gibljejo v razponu od 0 % do 6,2 % v vzorcih skupnosti (angl. *community samples*) (American Psychiatric Association 2013, 673). Narcisistične lastnosti so lahko še posebej pogoste pri mladostnikih, kar pa ne pomeni nujno,

da bo posameznik razvil narcisistično osebnostno motnjo. Med osebami, ki imajo postavljeno diagnozo narcisistične osebnostne motnje, je od 50 % do 75 % moških (American Psychiatric Association 2013, 673).

Dandanes narcisistična osebnostna motnja ostaja relativno redka, medtem ko narcisistične težnje, kot so prevzetnost, arogantnost, občutek posebnosti, pomanjkanje empatije in pomanjkanje obzirnosti do drugih postajajo čedalje pogostejše (Pinsky v MacDonald 2014). V zadnjih nekaj desetletjih smo torej priča porastu narcisizma med neklinično populacijo družbe (Campbell in Green 2008), na kar nakazuje tudi več epidemioloških podatkov. Nekateri raziskovalci (npr. Lasch 1979; Emmons 1987) že od 70. let prejšnjega stoletja dokazujejo, da sodobna, moderna kultura kontinuirano povečuje stopnje narcisizma. Več raziskav (npr. Twenge in drugi 2008; Twenge in Foster 2008; Stewart in Bernhardt 2010; Twenge in Foster 2010; Paris 2014; Twenge in drugi 2014), ki so (kontinuirano) preverjale stopnje narcisizma v različnih obdobjih med neklinično populacijo (predvsem na vzorcih ameriških študentov in dijakov), nakazuje na medgeneracijski porast narcisizma. Podatki metaanalize (Twenge in drugi 2008), narejene na vzorcu ameriških študentov kolidžev med letoma 1979 in 2006, so na primer pokazali 30 % porast narcisizma, merjen z vprašalnikom narcisizma NPI (angl. *Narcissistic Personality Inventory*) od leta 1985 do leta 2006. Čeprav informacije o porastu narcisizma v veliki meri lahko zasledimo v ameriških (znanstvenih) prispevkih, dokazi kažejo na porast narcisizma tako v zahodnih (npr. Twenge in drugi 2008) kot vzhodnih (npr. Cai in drugi 2012) kulturah.

Podatki o prevalenci narcisistične osebnostne motnje za Slovenijo niso razpoložljivi. V okviru podatkovnega portala Nacionalnega inštituta za javno zdravje Republike Slovenije (2017) je možno pridobiti le združene podatke, pri čemer so podatki prikazani za narcisistično in še nekatere druge osebnostne motnje skupaj. Podatkov nismo mogli pridobiti niti iz registra hospitaliziranih psihiatričnih bolnikov Psihiatrične klinike Ljubljana. Tudi iz raziskav, povezanih z narcisizmom, ki so bile narejene na slovenski neklinični populaciji (npr. Vodopivec 2008; Ministrstvo za šolstvo in šport 2010; Slana 2010; Kolar 2010; Arnuš 2012; Zorjan in Košir 2012; Bele 2014), ne moremo sklepati o porastu števila oseb z narcisističnimi težnjami v Sloveniji.

Lasch (1979) je narcisistično kulturo opredelil kot tisto, v kateri sta vsaka aktivnost in odnos opredeljena s hedonistično potrebo po pridobivanju simbolov bogastva. Ta trend se je

nadaljeval skupaj s kulturnimi spremembami. Twengeva in Campbell (2009) opozarjata na nekatere spremembe, do katerih je prišlo v Ameriki, po vsej verjetnosti pa v podobni obliki tudi v drugih zahodnih kulturah. Poudarjata, da nekatere lastnosti oblikujejo narcisistično kulturo in so prav tako povezane z narcisizmom posameznika v kulturi. Veliko sprememb v kulturnih tvorbah in produktih odraža elemente individualizma in narcisizma, kot so edinstvenost, samospoštovanje in slava (Campbell in Twenge 2015). V primeru narcisizma je nadrejena kulturna vrednost individualizma povezana s posebnimi kulturnimi tvorbami, kot je jezik (npr. Twenge in drugi 2012), kulturnimi produkti, kot je popularna glasba (DeWall in drugi 2011), specifičnimi vedenji, kot so prakse imenovanja novorojencev (nenavadna, edinstvena imena) (Twenge in drugi 2010), porastom kozmetičnih obravnav oziroma estetskih posegov (Twenge in Campbell 2009), in tudi psihološkimi vidiki, kot je narcisizem (Twenge in Campbell 2009). Ker je narcisizem povezan z individualističnimi vrednotami, naj bi bil najpogostejši v družbah in podskupinah v družbi, ki so najmočnejše sprejele ta pogled na svet (Paris 2014).

MacDonaldova (2014) dodaja, da se je v sodobnih družbah močno spremenilo tudi družinsko življenje. Strokovna stališča o pravih vzgojnih načinih se nenehno spreminjajo in ovirajo prirojene občutke o tem, kako naj mati skrbi za svojega otroka. Ženske se pogosto znajdejo v precepu med delom in skrbjo za otroke, kar naj bi vodilo v zmedo in tesnobo glede starševanja (MacDonald 2014). Dodatno lahko starši narcisistično doživljajo svoje otroke kot emocionalne podaljške njih samih (Pinsky v MacDonald 2014) ter z njimi raje tkejo prijateljske vezi, kot da bi jih vzgajali in jim postavljali meje. Nekateri starši so se odmaknili od pravih in postavljanja meja otrokom, da bi dobili, kar si želijo. Dandanes se otroke pogosto pohvali in se jim pove, da so posebni, ne glede na njihove dosežke. Takšne napihnjene povratne informacije otroka vodijo k prepričanju, da je poseben, spodbujajo narcisizem in povzročajo pomanjkanje rahločutnosti za potrebe drugih (MacDonald 2014).

S kulturnimi spremembami se je tako spremenila tudi psihologija posameznika. Povišali so se torej narcisizem (Twenge in Foster 2010), samospoštovanje (Twenge in Campbell 2001; Gentile in drugi 2010), pozitivna samopodoba (angl. *self-view*) (Twenge in drugi 2012) in ekstrinzične vrednote, kot so denar, slava in ugled (Twenge in drugi 2012), znižali pa empatija (Konrath in drugi 2011), civilno udejstvovanje in politična vključenost (Twenge 2013) ter intrinzične vrednote, kot je iskanje smisla in namena v življenju (Twenge in drugi 2012). Na prehodu iz industrijske in proizvodne v informacijsko družbo je prišlo do tehnološke revolucije, pri čemer ima internet (in njegove storitve) kot vir komunikacije, informacij in nasvetov bolj



kot tudi manj pozitivne učinke (MacDonald 2014). Po mnenju Campbella in Twengeve (2015) v spremembe v stopnjah narcisizma lahko vodi oziroma jih potencialno krepi katerakoli sprememba v družbi, ki posamezniku omogoča, da predstavi bolj imenitno podobo sebe od dejanske; na primer spletna socialna omrežja. Ker slednja ponujajo možnost grandioznega samopredstavljanja in regulacije samospoštovanja širši množici, spodbujajo plitke in šibke odnose med ljudmi in prispevajo k osredotočenosti nase, avtorja domnevata, da bi potencialno lahko prispevala k porastu kulturnega narcisizma. Kot smo omenili, naj bi se trend naraščanja narcisizma začel v zgodnjih 70. letih prejšnjega stoletja, kar pomeni, da na porast kulturnega narcisizma poleg novodobnih medijev (ki jih takrat še ni bilo) vplivajo tudi drugi dejavniki. Čeprav možnosti za samopromocijo, ki jih omogočajo novodobne tehnologije, močno presegajo tradicionalne medije, je verjetno, da je tudi porast kulturnega narcisizma vplival na načine, na katere posamezniki dandanes uporabljajo tehnologijo (Twenge in drugi 2008).

### **3.2.3 Narcisizem in samopredstavljanje na spletnem socialnem omrežju**

Na spletnem socialnem omrežju lahko zasledimo več različnih oblik samopredstavljanja, pri čemer v zadnjem času opazamo njegovo izrazito spremembo. Raziskovalci narcisizmu v okviru spletnih socialnih omrežij posvečajo čedalje več pozornosti (npr. Buffardi in Campbell 2008; La Barbera in drugi 2009; Mehdizadeh 2010; Bergman in drugi 2011; Ong in drugi 2011; Ryan in Xenos 2011; Carpenter 2012; McKinney in drugi 2012; Wang in drugi 2012; Kapidzic 2013; Panek in drugi 2013; Choi in drugi 2015; Malik in Khan 2015; Błachnio in drugi 2016; Eşkisü in drugi 2017). Tako smo v zadnjih letih priča množici objavljenih prispevkov, ki proučujejo vedenje uporabnikov in poskušajo odgovoriti na vprašanje, kaj vpliva na čedalje bolj narcisistično oziroma samopromocijsko samopredstavljanje v spletnem okolju.

Nekatere študije, ki proučujejo individualne razlike z vidika narcisizma, so ugotovile pozitivno povezanost narcisizma z različnimi spletnimi aktivnostmi na spletnih socialnih omrežjih (La Barbera in drugi 2009; Ryan in Xenos 2011; Wang in drugi 2012; Malik in Khan 2015), kar se zdi smiselno, saj ta omrežja posameznikom omogočajo izražanje ambicij in predstavljanje svojih uspehov potencialno velikemu občinstvu, da bi pridobili priznanje prek všečkov in pozitivnih komentarjev drugih uporabnikov teh medijev. Izkazalo se je, da je osebnostna lastnost narcisizma zelo povezana s samopredstavljanjem na spletnih socialnih omrežjih (Buffardi in Campbell 2008; Bergman in drugi 2011; Ong in drugi 2011; Carpenter 2012; Wang in drugi 2012). Čeprav je veliko raziskav potrdilo povezanost uporabe Facebooka z

narcisizmom, obstajajo tudi raziskave, ki tega niso potrdile (Bergman in drugi 2011; Skues in drugi 2012).

Veliko raziskav je korelacijskih, vendar je glede na splošno stabilnost narcisizma verjetno, da mnoge od ugotovljenih povezav nakazujejo na to, da narcisizem vpliva na vedenje na spletnih socialnih omrežjih. Tega pa ne vemo zagotovo, saj se z uporabo teh medijev lahko pojavi recipročni učinek ter ustvari in/ali okrepi narcisizem. Tako se poraja vprašanje, ali narcisizem vpliva na vedenje oziroma samopredstavljanje na spletnih socialnih omrežjih ali so slednja okolja, ki so zaradi svojih tehnoloških značilnosti privlačna za narcise, ki jih tako uporabljajo v večji meri. Nekateri dokazi kažejo, da uporaba spletnih socialnih omrežij neposredno povzroča porast narcisizma; v eni od raziskav se je urejanje profila na MySpacu odrazilo v višji stopnji narcisizma (Gentile in drugi 2012). Spletna socialna omrežja uporabnike že v osnovi spodbujajo k samorazkrivanju. Ponujajo jim okolje za samopromocijo, samoopisovanje in gojenje samovšečnosti prek objavljanja fotografij ter veliko število plitkih odnosov (s 100 ali več 1.000 prijatelji). Buffardijeva in Campbell (2008) sta na primer odkrila, da višje stopnje narcisizma napovedujejo več socialne interakcije oziroma aktivnosti na spletnih socialnih omrežjih ter več samopromocijske vsebine oziroma objavljenih informacij o sebi. Narcisistične osebe so na spletnem socialnem omrežju Facebook verjetno bolj aktivne ravno zato, ker jim to omogoča samopromocijo (Ong in drugi 2011; Choi in drugi 2015).

Lahko bi rekli, da so spletna socialna omrežja pisana na kožo narcisističnim posameznikom, za katere predstavljajo popolno okolje oziroma odlično platformo za njihovo narcisistično samoregulacijo (Buffardi in Campbell 2008). Omenili smo, da narcisistični posamezniki dobro funkcionirajo v površinskih oziroma plitkih odnosih in imajo v tem spletnem okolju tudi možnost ohranjanja velikega števila slednjih. Spletna socialna omrežja za narcisistične osebe predstavljajo popolno okolje tudi zato, ker so to visoko nadzorovana okolja, v katerih imajo uporabniki popoln nadzor nad tem, kaj bo objavljeno oziroma prikazano javnosti in kaj ne (Vazire in Gosling 2004), kar jim omogoča popolno prilagoditev svojega samopredstavljanja (Buffardi in Campbell 2008). Narcisistične osebe visoke ravni nadzora na spletnih socialnih omrežjih verjetno pritegnejo, ker jim omogočajo predstavljanje izbranih in/ali prikrivanje drugih informacij.

Narcisizem velja za pozitivnega prediktorja posodabljanja statusa na Facebook zidu (Lee in drugi 2014), narcisistične osebe pa imajo glede na raziskave večje število Facebook prijateljev

in socialnih stikov (Buffardi in Campbell 2008; Mehdizadeh 2010; Gentile in drugi 2012; Wang in drugi 2012). Glede količine uporabe Facebooka obstajajo mešani dokazi, in sicer so nekatere raziskave ugotovile, da narcisistične osebe Facebook uporabljajo v večji meri (Ryan in Xenos 2011; Rosen in drugi 2013), nekatere pa da ne (McKinney in drugi 2012; Skues in drugi 2012). Narcisistične osebe se nagibajo k temu, da pogosteje preverjajo svoje profile (Mehdizadeh 2010), bolj verjetno sprejemajo prošnje za prijateljstvo od ljudi, ki jih ne poznajo, ter na Facebooku v večji meri iščejo socialno podporo (Bergman in drugi 2011; Ryan in Xenos 2011; Carpenter 2012). Dodatno posamezniki z visoko izraženim narcisizmom zagotavljajo manj socialne podpore na Facebooku, kot je iščejo sami (Carpenter 2012). Tudi raziskave na drugih spletnih socialnih omrežjih kažejo podobne vzorce. Narcisistični posamezniki imajo več prijateljev in se v večji meri samopromovirajo tudi na MySpacu (Gentile in drugi 2012) in Twitterju (McKinney in drugi 2012; Panek in drugi 2013). Nekateri podatki še kažejo, da ti posamezniki na Twitterju objavljajo pogosteje kot manj narcisistični posamezniki (Panek in drugi 2013).

Narcisistične osebe Facebook v večji meri uporabljajo za samopromocijo (kot nenarcisistične) z uporabo fotografij, profilnih informacij in posodobitev statusov (Buffardi in Campbell 2008; Mehdizadeh 2010; Bergman in drugi 2011; Ong in drugi 2011; Ryan in Xenos 2011) ter verjamejo, da druge zanima, kaj počnejo (Bergman in drugi 2011). Pogosta je samopromocija (samopoudarjanje) s prikazovanjem laskavih ali provokativnih oziroma privlačnih fotografij (Buffardi in Campbell 2008; Mehdizadeh 2010; Carpenter 2012; Nadkarni in Hofmann 2012; Kapidzic 2013; Panek in drugi 2013; Rosen in drugi 2013). Narcisistične osebe tako verjetno izbirajo bolj privlačne fotografije sebe, da bi utrdile svoja napihnjena, grandiozna prepričanja o sebi ali pridobile odobravanje, pohvalo od drugih oseb. Facebook narcisističnim osebam lahko služi kot prostor za predstavljanje svojih dosežkov z namenom, da bi dobili kar največ všečkov in komentarjev, torej za iskanje pozornosti in potrditve, kar pojasni njihovo večjo nagnjenost k posodabljanju statusa o svojih dosežkih, dieti in vadbi (Marshall in drugi 2015). To sovpada z ugotovitvijo, da se uporabniki, ki iščejo popularnost, nagibajo k razkrivanju informacij na Facebooku (Christofides in drugi 2009; Utz in drugi 2012), se poslužujejo strateškega samopredstavljanja in poudarjajo svoje profile (Utz in drugi 2012). Narcisizem naj bi v večji meri tudi napovedoval uporabo Facebooka za kratkočasenje, zasledovanje pristočasnih interesov in romantične interakcije, na osnovi česar Bibby (2008) domneva, da narcisi uživajo v ekshibicionistični naravi spletnih socialnih omrežij.

V eni od študij (Ljepava in drugi 2013) so proučevali pogostost uporabe Facebooka glede na tip narcisizma (odkriti/grandiozni in prikriti/ranljivi narcisizem). Ugotovili so, da so odkriti narcisi bolj verjetno pogosti uporabniki Facebooka, medtem ko prikriti narcisi Facebooka bolj verjetno sploh ne uporabljajo. V drugi raziskavi je bil odkriti narcisizem povezan s fotografiranjem in objavljanjem večjega števila selfijev ter doživljanjem več pozitivnega afekta ob delanju selfijev in s samoporočanimi samopredstavitvenimi motivi. Prikriti narcisizem pa je bil povezan z negativnim afektom pri delanju selfijev (McCain in drugi 2016). Večina študij, ki so proučevale narcisizem v povezavi s spletnimi socialnimi omrežji, ni razlikovala med podtipi narcisizma. Deloma zato, ker jih je večina narcisizem merila z vprašalnikom NPI (angl. *Narcissistic personality inventory*), ki ocenjuje samo odprti podtip narcisizma (Wink 1991). Glede na slabše prilagodljivo naravo prikritega narcisa je možno pričakovati, da bi lahko narcis tega tipa doživljal več težav z uporabo interneta (Ljepava in drugi 2013). Ugotovitve spet druge raziskave kažejo na samoojačitveni učinek, ko narcisistični posamezniki delajo selfije bolj pogosto v daljšem časovnem obdobju, pri čemer povečana količina narejenih selfijev nato povišuje stopnje narcisizma (Halpern in drugi 2016).

### 3.3 SAMOSPOŠTOVANJE

#### 3.3.1 Konceptualizacija samospoštovanja

Samovrednotenje je ključnega pomena za duševno in socialno blagostanje posameznika ter vpliva na prizadevanja, osebne cilje in interakcijo z drugimi (Mann in drugi 2004). Prepričanja in vrednotenja, ki jih imajo ljudje o sebi, določajo, kdo so, kaj lahko počnejo in postanejo (Burns 1982). Ti močni, notranji vplivi zagotavljajo notranji mehanizem za vodenje, usmerjajo in vzgajajo posameznike skozi življenje ter vodijo njihovo vedenje. Predstave in čustva ljudi o sebi so običajno označeni kot njihova samopodoba in samospoštovanje, ki sta bila pogosto obravnavana v literaturi (npr. Seligman 1975; Bowlby 1980; Harter 1999). Samospoštovanje, ki velja za enega izmed najpogosteje proučevanih konceptov v psihologiji, lahko opredelimo iz več zornih kotov. Nanj lahko gledamo kot na globalno samospoštovanje oziroma samospoštovanje kot potezo ali lastnost (angl. *trait self-esteem*), trenutno samospoštovanje oziroma občutja lastne vrednosti (angl. *state self-esteem*) in specifično samospoštovanje oziroma samospoštovanje, specifično za določen vidik posameznikovega življenja (angl.

*domain specific self-esteem*) (Brown in Marshall 2006). V nalogi se bomo v povezavi z obravnavano problematiko osredotočili na obravnavo globalnega samospoštovanja.

Globalno samospoštovanje je relativno trajno v času in različnih življenjskih situacijah in predstavlja, kaj ljudje na splošno menijo o sebi (Brown in Marshall 2006), oziroma je skupen ocenjevalni odziv posameznika nase v povprečju iz različnih razlogov (Toma 2013). Tudi tu si raziskovalci niso enotni. Nekateri zagovarjajo kognitivni pristop (Coopersmith 1967; Crocker in Wolfe 2001; Crocker in Park 2004) in domnevajo, da je globalno samospoštovanje odločitev, ki jo ljudje sprejmejo o lastni vrednosti kot osebi. Drugi (Brown 1993; Brown 1998; Brown in Marshall 2001) zagovarjajo afektivni pristop in poudarjajo čustvene procese ter globalno samospoštovanje opredeljujejo kot občutek naklonjenosti do samega sebe oziroma pravijo, da je samospoštovanje ocenjevalna in čustvena dimenzija samopodobe (Harter 1999) in se nanaša na posameznikovo globalno oceno njegove pozitivne ali negativne vrednosti, ki temelji na rezultatih, ki si jih ta dodeli v različnih vlogah in na različnih področjih življenja (Rogers 1981; Markus in Nurius 1986). Opredelitev, ki poudarja tako kognitivne kot afektivne vidike in samospoštovanje umesti v misli akterja, slednjega opredeli kot ocenjevalno držo do sebe oziroma tisto, kar posameznik misli in čuti o sebi (Rosenberg 1965; Bosson 2006).

Po kognitivno-afektivnem pristopu samospoštovanje torej pomeni, koliko vrednosti ljudje pripisujejo sami sebi, oziroma je opredeljeno kot posameznikova celotna samoocena svoje vrednosti (Weiten 2004). Kljub navedenim opredelitvam je najpogostejša opredelitev samospoštovanja ta, ki samospoštovanje opisuje kot naklonjeno, splošno oceno samega sebe (Baumeister in drugi 1996; Mruk 2006). Samospoštovanje nadalje lahko delimo na implicitno in eksplicitno, pri čemer je implicitno samospoštovanje avtomatska, nezavedna samoocena, eksplicitno samospoštovanje pa bolj zavedna, reflektivna samoocena posameznika (Greenwald in Banaji 1995; Weiten 2004). Samospoštovanje lahko opredelimo tudi kot visoko ali nizko. Baumeister in kolegi (2003) menijo, da se visoko samospoštovanje nanaša na zelo ugodno globalno oceno samega sebe, nizko samospoštovanje pa na neugodno opredelitev samega sebe. Visoko samospoštovanje se lahko nanaša na natančno, utemeljeno, uravnoteženo oceno posameznikove lastne vrednosti kot osebe ter posameznikovih uspehov in sposobnosti. Lahko pa se nanaša tudi na napihnjen, aroganten, grandiozen, neupravičen občutek domišljave superiornosti nad drugimi (kar se nanaša na narcisizem). Podobno je lahko tudi nizko samospoštovanje tako natančno, dobro utemeljeno razumevanje posameznikovih pomanjkljivosti kot osebe kot tudi popačen, celo patološki občutek negotovosti in

manjvrednosti. Samospoštovanje je torej percepcija in ne realnost. Nanaša se na posameznikovo prepričanje, da ima določene lastnosti, ne pa tudi na to, ali ta oseba te lastnosti dejansko ima. Prepričanja ljudi oblikujejo njihova dejanja na veliko pomembnih načinov in ta dejanja nato oblikujejo njihovo družbeno realnost ter družbeno realnost ljudi, ki jih obkrožajo (Baumeister in drugi 2003). Študijo Rosenthala in Jacobsonove (1968), ki je pokazala, da so lažna in neutemeljena prepričanja učiteljev o njihovih študentih kasneje postala objektivna, dokazljiva realnost pri delu teh študentov, lahko prenesemo tudi na pojmovanje samospoštovanja. Zelo verjetno je, da lahko bodisi visoko bodisi nizko samospoštovanje, čeprav sta sprva napačna, ustvarita samoizpolnitveno prerokbo in spremembe pretvorita v objektivno realnost posameznika. Mnogi so verjeli, da potemtakem visoko samospoštovanje vodi v pozitivne izide, vendar je množica raziskav o samospoštovanju predstavila različne ugotovitve.

Samospoštovanje lahko opišemo tudi kot samoocenjevalen čustven odziv na dogodke z negativno ali pozitivno valenco (Brown in Marshall 2006) oziroma samospoštovanje lahko doživljamo kot stanje ali ocenjevalni odziv nase, ki ga izzove posebna priložnost ali razlog (Toma 2013). Določene izkušnje ali dogodki tako lahko bodisi ogrožajo bodisi dvigajo samospoštovanje; posameznik ob uspehu tako lahko meni, da ima zelo visoko samospoštovanje, ob neuspehu pa zelo nizko oziroma se ta zniža (Brown in Marshall 2006). Po Williamu Jamesu (1890), ki velja za začetnika raziskovanja samospoštovanja, na te samoocenjevalne čustvene odzive gledamo kot na občutke lastne vrednosti (pozitivni – počutiti se ponosne nase in biti zadovoljni sami s sabo; in negativni – počutiti se ponižane in osramočene). Poleg globalnega samospoštovanja nekateri raziskovalci (McFarland in Ross 1982; Heatherton in Polivy 1991; Leary in drugi 1995; Pyszczynski in Cox 2004) uporabljajo tudi termin trenutno samospoštovanje, s katerim se nanašajo na občutke lastne vrednosti. Ta dva pojma hkrati označujeta ustreznost obeh konceptov; bistvena razlika med njima je, da so občutja lastne vrednosti začasna oziroma prehodne narave, globalno samospoštovanje pa je relativno trajno oziroma stabilno v času (Brown in Marshall 2006) ter ima verjetno genetsko komponento, povezano s temperamentom in nevroticizmom (Neiss in drugi 2002). Drugi raziskovalci (Brown 1993; Brown in Dutton 1995; Brown 1998; Brown in Marshall 2001) pa nasprotno menijo, da trenutni čustveni odzivi na pozitivne in negativne dogodke ne zagotavljajo ustrezne analogije temu, kaj ljudje na splošno menijo o sebi.

Samospoštovanje lahko opredelimo tudi kot način, na katerega ljudje vrednotijo ali ocenjujejo svoje fizične lastnosti, sposobnosti in osebnostne lastnosti. Brown in Marshal (2006) ta prepričanja poimenujeta samovrednotenje ali samoocenjevanje. Za osebo, ki zase meni, da ji izobraževanje ne gre najbolje od rok, lahko rečemo, da ima nizko akademsko samospoštovanje (angl. *academic self-esteem*) oziroma akademsko samopodobo (termin, ki ga uporabljamo v slovenskem jeziku), za osebo, ki zase meni, da je dobra v športu, pa bi lahko rekli, da ima visoko športno samospoštovanje (angl. *athletic self-esteem*) oziroma športno samopodobo, kot rečemo v slovenskem jeziku (Brown in Marshall 2006). Ljudje imajo lahko različne stopnje samospoštovanja na različnih področjih. Posameznik ima lahko visoko športno samospoštovanje, a nizko umetniško samospoštovanje, medtem ko je pri drugih osebah lahko drugače in na različnih področjih (npr. socialno, telesno in druge oblike samospoštovanja) (Brown in Marshall 2006).

Pojem samospoštovanje ima v veliki meri pozitivno konotacijo, vendar ima razsežne sopomenke, katerih konotacije so mešane in zajemajo ponos, egotizem, arogantnost, čast, domišljavost, narcisizem in občutek večvrednosti, ki si vsi delijo temeljni pomen naklonjenega samovrednotenja. Soroden niz konceptov se nanaša na naklonjeno samovrednotenje posameznika s strani drugih in vključuje veljavo, občudovanje, javni ugled in spoštovanje (Baumeister in drugi 1996). Tako je William James (1890) na samospoštovanje gledal kot na razmerje med posameznikovim uspehom in posameznikovimi pretenzijami.

Po sociometrični teoriji (angl. *sociometer theory*) se ljudje ne ukvarjajo s samospoštovanjem, ampak z »relacijsko vrednostjo«, za katero je samospoštovanje le subjektivni merilnik brez posledic (Leary in Downs 1995). Za razliko od te perspektive druge samospoštovanju dajejo velik pomen v življenju ljudi (Crocker in drugi 2004). Samospoštovanje je tudi tesno povezano, a se hkrati razlikuje od več tradicionalnih socioloških nazorov, kot so socialni kapital in status, ter konceptov, kot sta priznanje (Honneth 1995) in samopredstavljanje (Goffman 1959). Koncept samospoštovanja se od navedenih socioloških pojmov razlikuje po tem, da se nanaša in osredotoča primarno na duševne procese, ki se nato prepletajo s socialno-kulturnimi procesi.

Samospoštovanje velja za pomemben dejavnik telesnega in duševnega zdravja (Mann in drugi 2004). Konstrukcija posameznikovega pozitivnega samospoštovanja velja za najosnovnejšo nalogo za doseg njegovega duševnega, čustvenega in socialnega zdravja, ki se začne v otroštvu in traja vse življenje (MacDonald 1994). Pozitivno samospoštovanje naj bi bila ena od temeljnih

lastnosti duševnega zdravja in zaščitni dejavnik, ki prispeva k boljšemu zdravju in pozitivnemu socialnemu vedenju prek svoje vloge blažilca učinkov negativnih vplivov. Razvidno je, da aktivno spodbuja zdravo delovanje, kar se odraža z življenjskih vidikov, kot so dosežki, uspeh, zadovoljstvo. Nasprotno lahko nestabilna samopodoba in nizko samospoštovanje igrata pomembno vlogo pri razvoju palete duševnih motenj in socialnih problemov, kot so depresija, anoreksija, bulimija, anksioznost, nasilje, zasvojenost in vedenja z visokim tveganjem. Ti pogoji se ne odražajo samo v visoki stopnji osebnega trpljenja, ampak tudi v bremenu, ki pade na družbo (Mann in drugi 2004). Ideja, da je samospoštovanje vzrok in/ali učinek socialno-kulturnih procesov, je bila predmet številnih empiričnih raziskav (Mecca in drugi 1989).

Veliko raziskovalcev se je osredotočilo na to, da bi zaščitili oziroma povečali samospoštovanje. Raziskave kažejo, da celo psihodinamični obrambni mehanizmi, ki jih je Freud izvorno razumel kot način, da se posameznik postavi po robu pretečim spolnim in agresivnim impulzom, služijo kot strategije za okrepitev samospoštovanja (Baumeister in drugi 1998). Toda želja po dobrem počutju zagotovo ni edini motiv. Ljudje, ki se morajo spopadati z realnostjo, so prav tako motivirani, da si o sebi ustvarijo natančno podobo ter si priznajo tudi svoje nezaželene lastnosti (Trope 1986; Swann in drugi 1992), kljub temu pa o sebi raje poslušajo pozitivne stvari kot negativne (Sedikides 1993). V zadnjih desetletjih dvajsetega stoletja je potreba po visokem samospoštovanju prerasla s posameznika na družbo (Baumeister in drugi 2003). Visoko samospoštovanje je dolgo veljalo za pot do osebne sreče ter rešitev različnih družbenih težav, kot sta na primer brezposelnost in nasilje. Kasnejše raziskave so v to sicer podvomile. Nekateri raziskovalci (na primer Pyszczynski in drugi 2004) menijo, da je visoko samospoštovanje bistveno za človeško delovanje ter življenju daje pomen, drugi (Baumeister in drugi 1996; Baumeister in drugi 2003) pa, da nima velike vrednosti za posameznika. Brown in Marshall (2006) verjameta, da do takšnih razlik prihaja zaradi neenotnega pojmovanja koncepta samospoštovanja.

### **3.3.2 Samospoštovanje in samopredstavljanje na spletnem socialnem omrežju**

Raziskovalci v zadnjih letih intenzivno proučujejo odnose med psihološkimi koncepti, kot je samospoštovanje, in uporabo oziroma vedenjem na spletnih socialnih omrežjih (npr. Ellison in drugi 2007; Mehdizadeh 2010; Wilson in drugi 2010; Kalpidou in drugi 2011).



Ljudje imajo potrebo po samospoštovanju (Schlenker 1980), ohranjanje in/ali zviševanje samospoštovanja pa je ključnega pomena (Schlenker 1985; Steele 1988), zaradi česar bi lahko pričakovali, da si bodo prizadevali za pozitivne samopredstavitve in se predstavili v pozitivni luči, med drugim s predstavitvijo velikega števila prijateljev (Krämer in Winter 2008). Glede na izsledke Steelove (1988), Learyja (1995) in Schlenkerja (1980) lahko domnevamo, da se bodo osebe z nizkim samospoštovanjem v večji meri želele vključiti v spletne aktivnosti, ki lahko povišajo njihovo samospoštovanje. To naj bi zagotavljalo možnosti za izražanje njihovega želenega potencialnega sebstva (Krämer in Winter 2008). Pretirano pozitivna samopredstavitve je lahko tudi tvegana, saj večje kot je občinstvo, bolj resnično naj bi bilo samopredstavljanje (Schlenker 1980), pri čemer lahko domnevamo, da bodo ljudje, še posebno tisti z nizkim samospoštovanjem, pazili, da pri samopredstavljanju ne bodo pretiravali. Čeprav ljudje z visokim samospoštovanjem stremijo k njegovemu povišanju z dovršenim samopredstavljanjem, pa imajo tisti z nizkim samospoštovanjem raje konsistentno samopredstavljanje in ne sodelujejo v kompenzacijskih predstavitev (Baumeister 1982; Swann 1990).

Ugotovitve raziskovalcev glede povezave samospoštovanja in rabe spletnih socialnih omrežij so deljene, pri čemer nekateri raziskovalci niso ugotovili povezave med uporabo Facebooka oziroma samopredstavljanjem in samospoštovanjem (npr. Marcus in drugi 2006; Krämer in Winter 2008; Skues in drugi 2012), drugi pa (npr. Ellison in drugi 2007; Banczyk in drugi 2008; Steinfield in drugi 2008; Mehdizadeh 2010; Gonzales in Hancock 2011). Po eni od raziskav (Eşkisü in drugi 2017) naj bi spletna socialna omrežja pomembno vplivala na samospoštovanje njihovih uporabnikov. Avtorji raziskave ugotavljajo, da uporaba Facebooka lahko regulira samopodobo uporabnikov. Ugotovitve kažejo tudi pomembno vlogo spletnih socialnih omrežij pri zadovoljevanju potrebe po pripadnosti in posledično v povečanju ravni samospoštovanja (Gangadharbatla 2008). S socialnopsihološkega vidika pripadanje skupini spodbuja razvoj kolektivnega samospoštovanja oziroma »aspekta posameznikove samopodobe, ki izvira iz njegovega poznavanja članstva v socialni skupini skupaj z vrednostjo in emocionalnim pomenom, dodanim temu članstvu« (Gangadharbatla 2008, 8). Nadalje je Banczykova s kolegicama (2008) ugotovila, da uporabniki spletnega socialnega omrežja MySpace z visokim samospoštovanjem pri opisovanju samih sebe uporabljajo več besed ter v svoje profile integrirajo več slik in animacij slavnih oseb kot uporabniki z nizkim samospoštovanjem. Dodatno je Mehdizadehova (2010) na vzorcu univerzitetnih študentov ugotovila, da so študenti z nižjim samospoštovanjem večkrat preverili Facebook in na njem preživeli več časa kot

študenti z višjim samospoštovanjem. Ta ugotovitev je skladna z raziskavo Ellisonove in kolegov (2007), ki menijo, da Facebook lahko pomaga pri kompenzaciji nizkega samospoštovanja študentov tako, da jim omogoča grajenje socialnega kapitala. Gonzales in Hancock (2011) (prav tako na vzorcu študentov) ugotavljata, da ima Facebook pozitiven vpliv na samospoštovanje oziroma da pregledovanje posameznikovega lastnega profila zviša njegovo samospoštovanje. Dodatno menita tudi, da samospoštovanje prav tako lahko zvišujeta ustvarjanje in posodabljanje posameznikovega profila, saj uporabniki drugim lahko selektivno predstavljajo informacije o sebi, pri čemer verjameta, da pozitivno samopredstavljanje zvišuje samospoštovanje.

Kalpidouova in kolegi (2011) so ugotovili povezanost velike količine časa, preživetega na Facebooku, in nizkega samospoštovanja, kar je skladno z ugotovitvami, da je bolj pogosta uporaba Facebooka povezana z nižjim samospoštovanjem (Vogel in drugi 2014). Ugotovitve kažejo, da v nižjo stopnjo samospoštovanja med uporabniki, ki zelo veliko uporabljajo spletna socialna omrežja, lahko deloma vodi tudi slabša kakovost spanja (Woods in Scott 2016), ki dokazano prispeva k nizkemu samospoštovanju v mladosti (Fredriksen in drugi 2004). Na nižanje ali višanje samospoštovanja lahko vpliva tudi (s)prejemanje pozitivnih ali negativnih povratnih informacij na spletnem socialnem omrežju (Valkenburg in drugi 2006). Prav tako je z nižjim samospoštovanjem pri odraslih povezano socialno primerjanje z drugimi uporabniki, ki so mu uporabniki v večji meri izpostavljeni pri bolj pogosti uporabi omrežja (Vogel in drugi 2014). Povečana izpostavljenost uporabnikov skrbno ustvarjenim profilom souporabnikov omrežja se zaradi omenjenega socialnega primerjanja lahko odraža v povezanosti skupne rabe spletnih socialnih omrežij z nižjim samospoštovanjem in zmanjšanim občutku lastne vrednosti (Woods in Scott 2016).

Raziskava Steinfelda in kolegov (2008) je pokazala, da je samospoštovanje posrednik med intenziteto uporabe Facebooka in premostitvenim socialnim kapitalom; osebe z nižjim samospoštovanjem so na Facebooku lažje premostile socialni kapital kot osebe z višjim samospoštovanjem. Kraut in kolegi (2002) so predpostavili, da ljudje z nizkim samospoštovanjem težave v socialnih odnosih kompenzirajo med tem, ko uporabljajo internet. Podali so tezo o kompenzacijski vlogi Facebooka pri osebah z nizkim samospoštovanjem (teza »revni postanejo bogatejši«) oziroma okrepitveni vlogi pri osebah z višjim samospoštovanjem (teza »bogati postanejo bogatejši«) (Kraut in drugi 2002). Obe hipotezi je podprla raziskava Zywiec in Danowskega (2008).

Tudi raziskava Leejeve in drugih (2012) je pri osebah z nizko ravno samospoštovanja potrdila mehanizem socialno kompenzacijskega spoprijateljavanja v obliki večjega števila prijateljev na Facebooku. Ljudje z nizkim samospoštovanjem so sramežljivi in zadržani (Robins in drugi 2001), zaradi česar jim Facebook lahko predstavlja priložnost za ohranjanje povezanosti z drugimi ter razkrivanje osebnih informacij in sebe na boljši način, kot bi to zmogli v svetu zunaj interneta (Błachnio in drugi 2016). Nadzor nad samopredstavljanjem in pozitivna računalniško posredovana interakcija, ki ju omogoča narava spletnih socialnih omrežij, vodita v večje število prijateljev in več časa, preživetega na Facebooku s strani oseb, ki imajo nižje samospoštovanje (Valkenburg in drugi 2006; Ellison in drugi 2007; Barker 2009; Mehdizadeh 2010; Wilson in drugi 2010; Jenkins-Guarnieri in drugi 2012; Manago in drugi 2012). Za osebe z nizko stopnjo samospoštovanja ima tako Facebook v večji meri vlogo premostitvenega socialnega kapitala kot za osebe z višjimi stopnjami samospoštovanja (Steinfeld in drugi 2008), s čimer lahko pojasnimo tudi večjo intenziteto uporabe Facebooka. Na drugi strani pa ugotovitve (Błachnio in drugi 2016) kažejo, da osebe z visokim samospoštovanjem uporabi Facebooka ne namenjajo velike pomembnosti, omrežja pa ne uporabljajo za namen samopromocije, ampak bolj kot pripomoček pri delu ali za izobraževalne namene. To se sklada s študijo (Kalpidou in drugi 2011), ki je ugotovila negativno povezanost med samospoštovanjem in časom, preživetim na Facebooku, ter koristno vlogo Facebooka v primeru uporabnikov z nizkim samospoštovanjem.

Spletna socialna omrežja zagotavljajo sredstvo za samouveljavljanje in pridobivanje pomembnih povratnih informacij od pomembnih drugih (Yang in Brown 2016). Posamezniki so motivirani za vključitev v samopredstavljanje, ki velja za osnovni element razvoja sebe (Baumeister in Tice 1986), ko nameravajo vzpostaviti socialne povezave, izboljšati ali ohraniti samospoštovanje in razvijati identiteto (Leary in Kowalski 1990). Glede na teorije samopredstavljanja in simboličnega interakcionizma lahko povratna informacija občinstva poveča ali zmanjša posameznikovo samopredstavljanje (Leary in Kowalski 1990) in oblikuje njegovo dojemanje sebe (Mead 1934). Med različnimi značilnostmi povratnih informacij občinstva je podpornost še posebej pomembna ob predpostavki, da so podporne povratne informacije običajno privzet odziv v socialnih interakcijah (Goffman 1967). Družbena norma je v svetu spletnih socialnih omrežij ohranjena ali celo povečana. Mladi ljudje na Facebooku običajno objavljajo pozitivne komentarje in se vzdržijo negativnih povratnih informacij (Yang in Brown 2016), pri čemer pridobivanje podpornih povratnih informacij na spletu krepi posameznikovo lastno vrednost (Yurchisin in drugi 2005; Valkenburg in drugi 2006) in potrjuje samopodobo (Yurchisin in drugi 2005; Salimkhan in drugi 2010). Poleg tega lahko posamezniki

po samopredstavljanju razmišljajo o svoji predstavi in o tem, kako jih zaznavajo drugi (Cooley 1902; Leary in Kowalski 1990), oziroma se poslužujejo samorefleksije, kar velja tudi za spletno samopredstavljanje, kjer imajo uporabniki vpogled v svoje lastne izdelke (Weber in Mitchell 2008). Samorefleksija je tako lahko povezana z bolj naprednim razvojem identitete (Shain in Farber 1989) ali z ruminacijo in preokupacijo s samim sabo (Trapnell in Campbell 1999) in posledično z nizkim samospoštovanjem (Anderson in drugi 1996). Samopredstavljanje, posebno na spletnih socialnih omrežjih, lahko vključuje veliko samorefleksije. Mladi uporabniki objavijo izbrano fotografijo na spletnih socialnih omrežjih, ker menijo, da fotografija odraža njihovo osebnost, obeležuje pomemben trenutek v njihovem življenju ali jih na fotografiji spremljajo bližnji (Siibak 2009). To kaže na to, da razmišljajo o številnih informacijah, povezanih z njimi, kot so samopodoba, življenjske izkušnje in socialni odnosi, ko se poslužujejo spletnega samopredstavljanja (Yang in Brown 2016).

Kljub opazovani stabilnosti samospoštovanja v času se je pri posameznikih razlikovalo in bilo deloma povezano z različnimi vzorci uporabe Facebooka. Izpostavljenost posameznikovemu lastnemu profilu ali urejanje posameznikove Facebook strani sta vodila v povečano samospoštovanje (Gentile in drugi 2012; Toma 2013), na kar med drugim vplivajo povratne informacije, ki jih uporabniki prejmejo od souporabnikov omrežja (Yang in Brown 2016). Zaradi nagnjenosti občinstva k objavljanju pozitivnih informacij in vzdržanja negativnega komentiranja bodo uporabniki pri pregledu ali posodabljanju svoje Facebook strani od občinstva verjetno povratno prejeli ugodne komentarje ali odzive (npr. všečke), kar ima blagodejen vpliv na njihovo samospoštovanje (Yang in Brown 2016). Model Yanga in Browna (2016) prek zaznanih podpornih povratnih informacij predvideva povezanost nekaterih načinov uporabe spletnega socialnega omrežja Facebook (širše, poglobljeno, bolj pozitivno in avtentično samopredstavljanje) z višjim samospoštovanjem.

### **3.3.3 Samospoštovanje in narcisizem na spletnem socialnem omrežju**

Etiologija narcisizma, z izvorom v psihoanalitični teoriji, nakazuje, da je narcisizem globoko zakoreninjen v krhki samopodobi ali ranljivosti za sramoto (Emmons 1987; Morrison 1989; Broucek 1991). Glede na to konceptualizacijo grandioznost prikrije notranje občutke nezadostnosti, ki ustvarjajo preokupiranost z ohranjanjem pozitivne samopodobe kljub splošnemu pomanjkanju samozavesti. Čeprav je ta vidik široko sprejet in je močno vplival na klinično prakso (Rodin in Izenberg 1996; Rhodewalt in Sorrow 2003), razpoložljivi empirični

dokazi predstavljajo nejasne ugotovitve. Nekatere raziskave poročajo o pozitivni povezanosti narcisizma in samospoštovanja (Emmons 1984, 1987; Raskin in Terry 1988; Raskin in drugi 1991; Watson in drugi 1998; Campbell 2001; Brown in Zeigler-Hill 2004; Zorjan in Košir 2012), kar nakazuje na to, da pri bolj narcisističnih posameznikih (dosežena višja stopnja narcisizma) lahko pričakujemo višje samovrednotenje. Druge raziskave pa poročajo o negativni povezanosti med narcisizmom in samospoštovanjem (Watson in drugi 1996; Sawrie in drugi 1997; Soyer in drugi 2001; Rose 2002), kjer je stanje ravno nasprotno.

Do nekonsistentnosti raziskav, ki proučujejo odnos med samospoštovanjem, lahko med drugim prihaja zaradi nezanesljivosti merskih pripomočkov, razlik v načinu opredelitve in merjenja samospoštovanja in možnosti različnih podtipov narcisizma (prikrit in odkrit), ki se različno nanašajo na samospoštovanje (Bosson in drugi 2008). Bosson in kolegi (2008) so ugotavljali, ali imajo narcisistične osebe resnično tako visoko samospoštovanje ali je to njihovo visoko samospoštovanje le maska za prikrivanje osnovnega, morda nezavednega občutka manjvrednosti. Po eni od raziskav (Campbell in drugi 2002) naj bi se koncepta narcisizma in visokega samospoštovanja delno prekrivala, zaradi česar lahko narcisizem napačno razumemo kot ekvivalent visokemu samospoštovanju. Ugotovili so, da naj bi narcisistične osebe sebe dojemale kot boljše od ostalih pri lastnostih, ki odražajo agentno/maskulino orientacijo (intelektualne lastnosti, ekstravertnost), ne pa tudi pri lastnostih, ki odražajo komuno/feminino orientacijo (sprejemljivost, moralnost). Posamezniki z visokim samospoštovanjem pa naj bi se dojemali kot boljši od drugih tako pri agentnih kot tudi komunih lastnostih. Medtem ko se narcisistične osebe počutijo superiorno in poročajo o visokih stopnjah samospoštovanja, je njihova samopodoba nestabilna in odvisna od njihovega okolja (Thomaes in drugi 2008).

Ugotovitve kažejo, da naj bi posamezniki z bolj izraženim narcisizmom odnose, ki lahko predstavljajo grožnjo njihovem samospoštovanju, uporabljali za zviševanje lastne vrednosti (Morf in Rhodewalt 1993). Pri tem ima pomembno vlogo tudi stabilnost samospoštovanja. Slednje je preverjala slovenska raziskava (Zorjan in Košir 2012), katere rezultati so pokazali povezanost višjih vrednosti stabilnosti samospoštovanja z nižjimi vrednostmi narcisizma, kar je konsistentno s preteklimi ugotovitvami raziskav, ki so potrdile negativen odnos med narcisizmom in stabilnostjo samospoštovanja (Rhodewalt in drugi 1998). Spet druge te povezanosti niso ugotovile (Webster in drugi 2007; Bosson in drugi 2008).

Nekatere študije dokazujejo, da spletna socialna omrežja povišujejo stopnje narcisizma in negativno vplivajo na samospoštovanje. Profili na spletnih socialnih omrežjih uporabnikom omogočajo ustvarjanje napihnjene, grandiozne samopodobe (Buffardi in Campbell 2008), ki je med drugim značilna za narcisistične osebe. Ista raziskava (Buffardi in Campbell 2008) je ugotovila tudi pomemben vpliv narcisizma na aktivnosti na spletnih socialnih omrežjih, kar prav tako nakazuje na to, da sta narcisistično vedenje in uporaba spletnih socialnih omrežij tesno povezana. Pomembne so ugotovitve raziskave S. Mehdizadeh (2010), ki kažejo na negativno povezanost med samospoštovanjem in aktivnostjo na Facebooku, kar pomeni povezanost nizkega samospoštovanja z večjo količino aktivnosti na Facebooku (večjo količino časa, preživetega na Facebooku pri eni prijavi, kot tudi večjim številom prijav na Facebook v istem dnevu). Nadalje raziskovalci (Marshall in drugi 2015) ugotavljajo povezanost nizkega samospoštovanja s pogostostjo posodabljanja statusov o romantičnih partnerjih.

Ugotovljena je bila povezanost med uporabo spletnih socialnih omrežij in osebnostnimi lastnostmi, vključno z ekstravertnostjo in nevestnostjo, ki sta pogosto povezani z narcisističnim vedenjem (Wilson in drugi 2010; Ong in drugi 2011). Raziskava, ki je proučevala povezanost samospoštovanja in samopromocijskega vedenja na Facebooku, je ugotovila negativno povezanost med samospoštovanjem in samopromocijo prek profilne fotografije, ne pa tudi med samospoštovanjem in samopromocijsko vsebino v ostalih elementih profila na Facebooku (kot so prikaz vseh fotografij, zavihek z opisom posameznika, posodobitve statusov in zapiski) (Zhao in drugi 2008). Nadalje je Carpenter (2012), ki je proučeval narcisizem na Facebooku z vidika samopromocijskega in antisocialnega vidika, ugotovil pozitivno povezanost grandioznega ekshibicionizma oziroma narcisistične grandioznosti (eden od dejavnikov oziroma lestvic pri vprašalniku narcisistične osebnosti NPI) s samopromocijo na Facebooku in pozitivno povezanost psihološke upravičenosti (tudi eden od dejavnikov NPI) z antisocialnimi vedenji na Facebooku. Hkrati je ugotovil tudi negativno povezanost samospoštovanja tako s samopromocijo kot antisocialnim vedenjem na Facebooku.

Nadalje je ena od raziskav (Błachnio in drugi 2016) ugotovila vpliv nizkih stopenj samospoštovanja in visokih stopenj narcisizma na uporabo Facebooka. Avtorice so narcisizem tako opredelile kot značilen pozitiven prediktor različnih vidikov uporabe Facebooka (osebni pomen Facebooka, instrumentalna uporaba Facebooka, socialna raba Facebooka, intenziteta uporabe Facebooka). Po tej raziskavi naj bi narcisizem vplival na povečan obseg aktivnosti na Facebooku kot tudi večjo intenziteto uporabe tega omrežja. Narcisistični uporabniki so

pogosteje uporabljali Facebook tako za socialne kot tudi instrumentalne namene. Ta raziskava dokazuje povezanost visokih stopenj narcisizma s samopromocijo na Facebooku.

Predhodne raziskave so ugotovljale tudi povezanost med narcisizmom, samospoštovanjem in številom prijateljev na spletnem socialnem omrežju. Ugotovitve kažejo na povezanost narcisizma z visokim številom prijateljev (Pettijohn in drugi 2012), povečanje števila prijateljev v daljšem časovnem obdobju na Facebooku pa naj bi tudi dvignilo samospoštovanje pri osebah z nizkim samospoštovanjem (Steinfeld in drugi 2008).

Nasprotni so na primer rezultati Krämerjeve in Winterja (2008), ki nista ugotovila povezanosti samospoštovanja z uporabo nemškega spletnega socialnega omrežja StudiVZ, namenjenega študentom. Tudi raziskava Skuesa in kolegov (2012) ni našla značilnih povezav med uporabo Facebooka, samospoštovanjem in narcisizmom (ter ekstravertnostjo in nevroticizmom). Samopromocijskost je bila proučevana tudi z vidika delanja selfijev, pri čemer tudi raziskava McCaina in kolegov (2016) ni odkrila povezave med samospoštovanjem in delanjem selfijev.

## 3.4 NAVEZANOST

### 3.4.1 Konceptualizacija navezanosti

#### **Navezanost v otroštvu**

Teorija navezanosti (Ainsworth in drugi 1978; Bowlby 1979) velja za osrednjo psihološko teorijo na področju razumevanja človeških odnosov. Vse več raziskav nakazuje na to, da s to teorijo poleg odnosov (»oskrbe«) med otrokom in staršem (Ainsworth in drugi 1978; Bowlby 1979) in bližnjih odnosov (intimni/partnerski odnosi, družinska dinamika) (npr. Bartholomew in Horowitz 1991; Mikulincer in Florian 1999; Mikulincer in Shaver 2005) lahko pojasnimo vse več interakcij v širšem družbenem kontekstu in ostalih fenomenov, na primer psihopatologijo (npr. Mikulincer in Shaver 2007; McGoron in drugi 2012; Mikulincer in Shaver 2012; Gillath in drugi 2016), svetovanje in psihoterapijo (npr. Holmes 1994; Bartholomew in Thompson 1995; Mikulincer in Shaver 2007; Holmes 2014), vedenje v delovnih organizacijah (npr. Mikulincer in Shaver 2007; Richards in Schat 2011; Gianakos 2013), spolne zlorabe (npr. Alexander 1992; Godbout in drugi 2014), religijo in odnos do boga (npr. Kirkpatrick in Shaver 1990; Kirkpatrick 1992; Bradshaw in drugi 2010; Granqvist 2010; Reinert in Edwards 2014),

nevroznanost (npr. Dawson in drugi 2001; Coan 2008; Coan 2010; Vrtička in Vuilleumier 2012), tvegano vedenje, povezano z zdravjem (npr. Scharfe in Eldredge 2001; Huntsinger in Luecken 2004; Ahrens in drugi 2012), in problematično zdravstveno stanje (npr. McWilliams in Bailey 2010; Puig in drugi 2013), prosocialne motive in vedenja (npr. Radke-Yarrow in drugi 1994; Panfile in Laible 2012; Mikulincer in Shaver 2015) in druge sodobne fenomene, kot so na primer internet in z njim povezana spletna socialna omrežja (npr. Jenkins-Guarnieri in drugi 2012; Jenkins-Guarnieri in drugi 2013; Oldmeadow in drugi 2013; Baek in drugi 2014; Hart in drugi 2015; Blackwell in drugi 2017).

Navezanost je instinktivni proces, ki služi za ohranjanje neposredne bližine skrbnika (Bowlby 1969). Je tudi globoka in čustvena vez, ki jo eden posameznik tvori z drugim, medtem ko so figure navezanosti objekti posameznikove navezanosti. Vedenje navezanosti se nanaša na eksterni izraz vezi naklonjenosti kot iskanje neposredne bližine figure oziroma likov navezanosti ali njene zaščite v času stresa (Bowlby 1969). Navezanost, ki jo otrok oblikuje s svojimi primarnimi skrbniki, vpliva na otrokovo osebno in socialno življenje ter ga spremlja vse življenje oziroma vedenje navezanosti ljudi karakterizira od »zibelke do groba« (Bowlby 1979).

Bowlby (1969) je postuliral, da obstajajo različne lastnosti vezi med otrokom in njegovim skrbnikom, ki regulirajo čustveno doživljanje in vedenje otrok. Po Bowlbyju (1969) so dojenčki ob rojstvu z vidika bioloških temeljev opremljeni z vedenjskim in motivacijskim sistemom, ki se je razvil z namenom spodbujanja bližine skrbniku. Z evolucijskega vidika oblikovanje tesnih odnosov služi za zagotavljanje varnosti in zaščite ter posledično povečuje dojenčkove možnosti preživetja. Ko je dojenček bodisi ločen od svojega skrbnika bodisi je ta vez na kakršenkoli način ogrožena, se aktivira prirojen vedenjski sistem in se odraža v obliki značilnih vedenj za iskanje bližine, kot je na primer jok. Odzivi skrbnika na ta vedenja postanejo sistematično organizirani v ciljno usmerjeno partnerstvo med skrbnikom in otrokom. Po Bowlbyju (1969) kakovost in tip navezanosti, ki jo bo imel otrok do skrbnika, determinira obseg, do katerega je skrbnik konsistentno dosegljiv in odziven na otrokova iskanja tolažbe in varnosti. Ta odnos je glavnega pomena za otrokovo tolažbo in varnost. Če otrok odnos s skrbnikom ali pomembnimi drugimi doživlja pozitivno, ta posledično vodi v zdravo eksploracijo in prilagoditev. Če pa otrok tega odnosa ne zaznava pozitivno in so v odnosu prisotne nenehne grožnje temu odnosu, to posledično vodi v manj prilagodljive načine otrokovega navezovanja ter v način, na katerega se je otrok zmožen povezati z zunanjim svetom.



Ainsworthova je s kolegi (Ainsworth in Bell 1969; Ainsworth in Wittig 1969; Bell in Ainsworth 1972; Ainsworth in drugi 1978) izvedla nekaj empiričnih študij, s katerimi je identificirala in klasificirala vedenja navezanosti. Uporabila je laboratorijski postopek, za katerega se je uveljavil izraz »protokol tuje situacije«. Postopek je potekal tako, da je v nadzorovanem okolju enoletni otrok na kratko ločen od svojega primarnega skrbnika, nato ga obišče neznana oseba in na koncu je ponovno združen s svojim skrbnikom. Med postopkom se ocenjujejo otrokova vedenja na več dimenzijah, in sicer vzdrževanje bližine (oklepanje), ponovno vzpostavljanje bližine (segati/iztegovati se/sledenje), protestiranje zoper ločitev (jok) in kazanje zadovoljstva ob ponovni združitvi (smejanje/telesni stik). Na osnovi teh raziskav je Ainsworthova (1978) razvila tri splošno sprejete vzorce navezanosti med otrokom in skrbnikom, ki so varen, anksiozno-ambivalenten in izogibajoč<sup>10</sup>. Varno navezani otroci raziskujejo okolje in občasno pogledujejo za svojim skrbnikom (Ainsworth 1985). Ob ločitvi kažejo nekaj stresa oziroma stiske, a se ob ponovni združitvi zlahka potolažijo, kar se kaže s smejanjem, vokalizacijo, mahanjem in iskanjem stika. Za te otroke se zdi, da svojo figuro navezanosti doživljajo kot razpoložljivo/dostopno in odzivno. Odnos med otrokom in skrbnikom je označen kot varna baza, kjer se otrok počuti varno, da se vrne po udobje, kadar raziskovanje postane strah zbujujoče ali neprijetno. Anksiozno-ambivalentni otroci navadno ne raziskujejo svojega okolja in se namesto tega raje oklepajo svojih skrbnikov (Ainsworth 1985). Ob ločitvi se pri teh otrocih kaže ekstremno vznemirjenje. Ob ponovni združitvi iščejo stik in se hkrati izogibajo svojemu skrbniku oziroma kažejo ambivalentno vedenje ter se težka potolažijo. Ti otroci svoje figure navezanosti dojemajo kot bodisi nekonsistentno dosegljive bodisi neodzivne, kadar jih otrok potrebuje. Skrbniki so domnevno nezanesljiv vir udobja v času stresa/stiske. Otroka pustijo v negotovosti, ali bodo njegove pobude po varnosti izpolnjene ali ne. Izogibajoče navezani otroci kažejo vseprisotno brezbriznost/ravnodušnost pred in po ločitvi (Ainsworth 1985). Ob ponovni združitvi se izogibajo svojemu skrbniku. V teh odnosih so bile otrokove pobude po udobju in zaščiti verjetno zavrnjene/spregledane. Otrokov odziv na skrbnika verjetno predstavlja otrokovo vedenje, da bo vsak poskus po tolažbi zavrnjen, kar vodi v nizko odzivanje otroka na skrbnika (Ainsworth 1985). Veliko otrok ni ustrezalo opisu nobene od prvotnih treh kategorij,

---

<sup>10</sup> V okviru teorije navezanosti je bilo predlaganih več modelov navezanosti v otroštvu in mladostništvu ter odraslosti, pri čemer so avtorji uporabljali različno izrazoslovje. V primeru opisovanja stilov oziroma vzorcev navezanosti v otroštvu in mladostništvu uporabljamo izraze varen, anksiozno-ambivalenten, izogibajoč in dezorganiziran stil navezanosti (Ainsworth in drugi 1978; Main in drugi 1985). V primeru opisovanja stilov navezanosti v odraslosti uporabljamo izraze varen, preokupiran, plašljiv in odklonilen (Bartholomew in Horowitz 1991). Ko pa navezanost opisujemo dimenzionalno oziroma z vidika dimenzij navezanosti, ki sta anksioznost in izogibanje (Fraley in drugi 2015; Gillath in drugi 2016), pa uporabljamo izraza anksiozna in izogibajoča navezanost.

zato so Main, Kaplan in Cassidy (1985) predlagali še četrti vzorec navezanosti, tj. dezorganizirana navezanost, ki združuje mešanico ambivalentnih in izogibajočih vzorcev vedenja. Zdi se, da je kontinuiteta v vzorcih navezanosti pri otrocih v veliki meri posredovana s kontinuiteto v kakovosti primarnih odnosov navezanosti (Lamb in drugi 1985).

V teoriji navezanosti je potreba po raziskovanju okolja oziroma eksploracija obravnavana kot dodaten osnovni element človeške narave skozi življenje (Bowlby 1988). Učinkovito zasledovanje cilja pogosto zahteva eksploracijo oziroma odprtost za nove informacije in učenje novih veščin ter odzivov na nepredvidene dogodke (Mikulincer in Shaver 2007). Po Bowlbyju (1969) te aktivnosti vodi eksploracija ali eksploratorni vedenjski sistem oziroma prirojen sistem, namenjen raziskovanju, manipulaciji in obvladovanju okolja. Ta vedenjski sistem se aktivira, ko se ljudje srečujejo z novimi ali nepričakovanimi dražljaji ali stanji, ki predstavljajo izziv njihovemu znanju, prepričanjem ali dejanjem. V kognitivno zahtevnih okoliščinah eksploracijski sistem motivira ljudi, da se naučijo več o posamezni situaciji, da ostanejo odprti in dovzetni za nove informacije in da obstoječe strukture znanja prilagajajo prihajajočim dokazom oziroma informacijam, dokler ne dosežejo nove kognitivne integracije. Optimalno delovanje eksploracijskega sistema lajša vedenjsko samoregulacijo, ohranja adaptacijo in rast ter povečuje posameznikov občutek kompetentnosti in mojstrstva (Mikulincer in Shaver 2007). Pri otrocih se eksploracija povezuje z raziskovanjem situacij, dogodkov, predmetov in posameznikov (Bowlby 1969; Aspelmeier in Kerns 2003), pri odraslih pa s socialno, intelektualno in okoljsko eksploracijo, kot so razvijanje hobijev, doseganje pomembnih osebnih ciljev, delo in potovanje (Hazan in Shaver 1990; Green in Campbell 2000). Varnost ali zaupanje v druge zagotavljata osnovo za premagovanje anksioznosti, povezane z eksploracijo (Benson in drugi 1992, 188–89). V otroštvu »zdrava« navezanost spodbuja »zdravo« eksploracijo (Bowlby 1969; Ainsworth 1982). Ainsworthova (1982) pravi, da se otrok s podpornim skrbnikom počuti varnega ter tako umiri strah in olajša prihodnjo eksploracijo. Bowlby (1979) je trdil, da je varna navezanost posameznika pomembna za eksploracijo pri katerikoli starosti ter vodi v duševno zdravje.

V teoriji navezanosti je pomembna tudi dimenzija zavezanosti, ki igra pomembno vlogo pri zadovoljujočem odnosu (Rusbult in drugi v Baumeister in Leary 1995). »Zavezanost je kompleks stališč in čustev posameznika do odnosa in do partnerja, ki jih označuje občutek zadolženosti, odgovornosti, zvestobe, zaupanja do partnerjev v odnosih in želje po ohranjanju pozitivnega odnosa z njimi« (Ule 2009, 324). V otroštvu varna navezanost spodbuja ravnotežje

med zavezanostjo in eksploracijo ter varuje pred prekomerno eksploracijo (Benson in drugi 1992, 190). V odraslosti pa naj bi imeli ljudje z varnim stilom navezanosti bolj stabilne odnose (Simpson 1990; Duemmler in Kobak 2001), ljudje z izogibajočim stilom navezanosti pa se izogibajo zavezanosti v odnosih (Mikulincer in Shaver 2005). Nezmožnost navezovanja je povezana z neuspešnim oblikovanjem trdnih vezi navezanosti s starši prek zapostavljanja in nerazpoložljivosti staršev (Marcia 1988, 1993) kot tudi nezmožnosti staršev, da bi podprli mladostnikovo individualnost (Campbell in drugi 1984).

Vsak posameznik ima svojo edinstveno zgodovino navezanosti, ki tvori interne delovne modele. Po Bowlbyjevi teoriji (1973) otroci v daljšem časovnem obdobju ponotranjijo izkušnje s skrbniki, tako da zgodnji odnosi navezanosti oblikujejo prototipe za kasnejše odnose zunaj družine. Bowlby (1973) je odkril, da otroci vzporedno z izrazitimi vzorci vedenja in iskanja neposredne bližine skrbnika ali odziva nanj razvijejo skladne delovne modele ali kognitivna pričakovanja o dostopnosti skrbnikov ter sposobnost vzbujanja odzivov skrbnikov na svoje potrebe. Ti so notranja struktura tistega, za kar je pričakovano, da se bo pojavilo v različnih interakcijah s figurami navezanosti (Bowlby 1973; Rholes in Simpson 2004). Bowlby (1973) opredeljuje dve ključni značilnosti teh notranjih reprezentacij ali delovnih modelov navezanosti, in sicer ali se figuro navezanosti ocenjuje kot tip osebe, ki se na splošno odzove na pozive za podporo in zaščito ali ne, ter ali se posameznik ocenjuje kot oseba, ki se ji je vsakdo, še posebej pa figura navezanosti, pripravljen odzvati na podporen način oziroma je pripravljen priskočiti na pomoč (Bowlby 1973, 204). Prva značilnost se nanaša na otrokovo podobo drugih ljudi, druga pa na otrokovo podobo sebe (Bartholomew in Horowitz 1991). Bowlby (1973) je tako razlikoval med delovnimi modeli sebe in delovnimi modeli drugih. »Delovni model je razvijajoča shema o tem, kako otroci vidijo sebe same, in temelji na njihovi vlogi v odnosu navezanosti. Je set prepričanj o posameznikovi vrednosti in kompetentnosti kot posameznika. Za delovne modele drugih pa se domneva, da so izpeljani iz izvornih delovnih modelov primarnih skrbnikov ter da posplošujejo do širše osnove pričakovanj o drugih in svetu« (Lyddon in Sherry 2001, 406).

### **Navezanost v odraslosti**

Stili navezanosti, vzpostavljeni v otroštvu, na posameznika vplivajo vse življenje (Doinita 2015). Kot smo omenili, so splošno sprejeti stili navezanosti v otroštvu varen, izogibajoč, anksiozno-ambivalenten (Ainsworth in drugi 1978) in dezorganiziran oziroma dezorientiran stil navezanosti (Main in drugi 1985). Stili navezanosti v odraslosti, ki temeljijo na romantičnih in

tesnih odnosih v odraslosti, so večinoma analogni stilom navezanosti v otroštvu. Vzorci navezanosti brez osnovnih sprememb vplivajo na osebno in družbeno življenje, poslovne odnose, nadzor nad stresom, telesno in duševno zdravje ter posameznikov kognitivni razvoj (Doinita 2015). Več raziskav je potrdilo stabilnost stilov navezanosti v času (npr. Hazan in Shaver 1987; Benoit in Parker 1994; Mikulincer in Florian 1999), spremenijo se lahko na primer ob večjih spremembah v okviru primarne družine (Cugmas 1998) in tudi v partnerskih ali terapevtskih odnosih (Kobak in Hazan 1991; Siegel 1999). Posebna stališča in čustva glede navezanosti, ki se nadaljujejo tudi v kasnejših obdobjih življenja, vključno z odraslostjo, niso samo posledica delovnih modelov, razvitih v zgodnjih odnosih navezanosti (angl. *early attachment relationships*). Delovni modeli se ohranjajo s tem, ko naletijo na pritiske kakovosti in intenzitete navezanosti, ki so skladni z otrokovimi zgodnjimi izkušnjami navezanosti. To je tako potrditev zgodnjih delovnih modelov v obliki kasnejših izkušenj navezanosti, ki prispevajo k trajnosti teh modelov (Lyddon in Sherry 2001). Drugi vir kontinuitete vzorcev navezanosti je način, na katerega osebna struktura čez čas postane samopotrjujoča prek delovanja prilagoditvenih usmerjevalnih (angl. *feedforward*) mehanizmov (Mahoney 1991; Lyddon 1993). Ti aktivno napovedujejo in zadržujejo izkušnje tako, da jih asimilirajo v že obstoječa prepričanja ter služijo za prilagoditev novim izkušnjam v obstoječih kognitivnih strukturah in so relativno neprilagodljivi za nove informacije (Lyddon in Sherry 2001, 407). Varno navezani posamezniki so tako relativno odprti za nove informacije ali povratne informacije, po drugi strani pa so ne-varno navezani posamezniki relativno zaprti za nove informacije. Delovni modeli varno navezanih posameznikov odražajo relativno ravnovesje med asimilacijskimi in prilagoditvenimi procesi in so tako relativno fleksibilni in odprti za učenje in spremembe (Mikulincer in Florian 1999). Delovni modeli ne-varno/negotovo<sup>11</sup> navezanih posameznikov pa navadno delujejo predvsem na asimilacijski način in se pogosto omejujejo na nekaj poglobitvenih konstruktov ali tem, kot so odvisnost, nezaupanje ali osebna ničvrednost (Mahoney 1991).

Empirične raziskave (Carlson in drugi 2004; Sroufe 2005) so pokazale precejšnjo povezanost med stili navezanosti v zgodnjem otroštvu in mladi odraslosti. Poleg tega je bilo objavljenih nekaj raziskav identitetnih in drugih vidikov, ki so posredno povezane z navezanostjo (npr. Campbell in drugi 1984; Bosma in Gerrits 1985). Ugotovitve Bowlbyja in Ainsworthove so se nanašale predvsem na otroke in adolescente, zato so raziskovalci, ki so proučevali navezanost, svojo študijo navezanosti razširili na razvojna obdobja odraslosti (Hazan in Shaver 1987;

---

<sup>11</sup> V nalogi bomo za prevod angleškega izraza *insecure attachment* izmenično uporabljali slovenski ustreznici *ne-varna* in *negotova navezanost* (odvisno od sobesedila).

Collins in Read 1990; Bartholomew in Horowitz 1991; Griffin in Bartholomew 1994). Osnovno načelo teorije navezanosti je, da so odnosi navezanosti (angl. *attachment relationships*) pomembni skozi celotno življenjsko obdobje (Ainsworth 1982, 1989; Bowlby 1969, 1977, 1980). Prisotna je kontinuiteta vedenj, povezanih z navezanostjo (npr. Bowlby 1973, 1980; Belsky in Pensky 1988).

Raziskovalci so šele v poznih 80. letih prejšnjega stoletja začeli proučevati odnose med delovnimi modeli navezanosti ter socialno in čustveno adaptacijo pri odraslih. Razvila sta se dva pristopa. Prvi je poglobljeni polstrukturirani intervju za preverjanje odrasle navezanosti (angl. *Adult Attachment Interview*) oziroma za raziskovanje reprezentacij odraslih o odnosih otroške navezanosti, ki ga je razvila Mainova (Main in Goldwyn 1988; George in drugi 1996). Na osnovi teh intervjujev so bile matere razvrščene v skupine navezanosti, ki so paralelne trem vzorcem navezanosti v otroštvu, ki jih je opisala Ainsworthova (1964), in ki napovedujejo kakovost materine interakcije s svojim otrokom in varnost navezanosti otroka (Main in drugi 1985; Crowell in Feldman 1987). Drugi pa je bil pristop Hazanove in Shaverja (1987), ki sta konceptualizirala romantično ljubezen kot proces navezanosti in razvila samoocenjevalni (angl. *self-report*) postopek za razvrščanje odraslih v tri kategorije, ki se prav tako skladajo s tremi stili navezanosti v otroštvu. V nasprotju z Mainovo sta se Hazanova in Shaver raje sklicevala na samoporočanje respondentov kot na sklepanje na osnovi polstrukturiranega intervjuja. Rezultati so pokazali, da sta v primerjavi s skupino varno navezanih obe skupini ne-varno navezanih poročali o bolj negativnih izkušnjah in prepričanjih o ljubezni, imeli v preteklosti krajša romantična razmerja ter sta podali manj ugodne opise odnosov s starši v otroštvu (Hazan in Shaver 1987; Collins in Read 1990). Subjekti v obeh ne-varnih skupinah so poročali tudi o večjem dvomu vase in manjši sprejemljivosti za druge (angl. *acceptability to others*) kot tisti iz skupine varno navezanih (Hazan in Shaver 1987; Feeney in Noller 1990). Nadalje sta Rholes in Simpson (2004) ugotovila, da način, na katerega se posamezniki v zgodnjih odnosih učijo upravljanja s stresom, sistematično vpliva na njihove interakcije v kasnejših, novih odnosih (Rholes in Simpson 2004), v okviru katerih pa se še naprej vse življenje razvijajo notranji delovni modeli (Collins in drugi 2004).

Bartholomewova (1990) je na osnovi Bowlbyjevega koncepta notranjih delovnih modelov (1973) razvila model navezanosti v odraslosti s štirimi stili navezanosti v odraslosti, ki sta ga kasneje preizkusila skupaj s Horowitzem (1991) in razvila vprašalnik medosebnih odnosov RQ (Bartholomew in Horowitz 1991), ki smo ga v disertaciji uporabili za preverjanje povezav z

ostalimi teoretičnimi koncepti. Bartholomewova (1990) je poudarila, da njen model ne domneva, da se za vse posameznike pričakuje, da kažejo le en stil navezanosti. Zato je te stile karakterizirala kot konceptualne prototipe ter izpostavila, da je bolj primerno na njih pogledati multidimenzionalno in upoštevati, da lahko posamezniki kažejo eno ali več dimenzij kot prevladujoče (Lyddon in Sherry 2001). Model temelji na dveh temeljnih dimenzijah, tj. model sebe in model drugih, oziroma na dimenzijah odvisnosti in izogibanja. Da bi prototipsko opisala navezanost v odraslosti, je Bartholomewova (1990) združila model sebe in model drugih, kot ju je konceptualiziral Bowlby. Posameznikovo podobo sebe (delovni model sebe) je dihotomizirala kot pozitivno in negativno (sebstvo, vredno ljubezni in podpore ali ne), prav tako je tudi podobo drugega dihotomizirala kot pozitivno in negativno (druge ljudi vidijo kot zaupanja vredne in razpoložljive oziroma nezanesljive in zavračajoče) ter tako konceptualizirala štiri teoretične prototipe vzorcev oziroma stilov navezanosti, ki izhajajo iz kombinacij omenjenih dveh dimenzij (Bartholomew 1990). Bartholomewova je tako opredelila varen, preokupiran, plašljivo-izogibajoč in odklonilno-izogibajoč stil navezanosti (Bartholomew 1990; Bartholomew in Horowitz 1991), v besedilu (za lažjo distinkcijo med stili navezanosti in enostavnejše poimenovanje) pa uporablja izraze varen, preokupiran, plašljiv in odklonilen stil navezanosti. To poimenovanje bomo v nadaljevanju uporabili tudi sami. Navedene stile navezanosti lahko, širše gledano, razdelimo na varno in ne-varno navezanost, pri čemer v kategorijo ne-varne navezanosti uvrstimo preokupiran, plašljiv in odklonilen stil navezanosti.

V okviru slovenske raziskave (Žvelc in Žvelc 2006), ki je preverjala povezave med navezanostjo v odraslosti in separacijo od staršev, sta avtorja z vprašalnikom medosebnih odnosov RQ preverjala distribucijo stilov navezanosti v odraslosti med slovenskimi študenti, starimi od 19 do 27 let. Med njimi je bilo 48 % varno navezanih, 13 % preokupiranih, 29 % plašljivih in 10 % odklonilnih. Mickelson je s kolegoma (1997) prav tako preveril distribucijo stilov navezanosti v odraslosti, in sicer na nacionalnem reprezentativnem vzorcu v Združenih državah Amerike. Pri tem je bilo 59 % oseb varno navezanih, 25 % izogibajoče navezanih in 11 % plašljivo navezanih. Odrasla navezanost je bila povezana s socialno-demografskimi spremenljivkami, kot so dohodek, starost in rasa.

**Slika 3.1: Model/stili navezanosti v odraslosti**

		Model sebe (odvisnost)	
		Pozitiven (nizka)	Negativen (visoka)
Model drugega (izogibanje)	Pozitiven (nizko)	<p><b>VAREN</b> počuti se prijetno, kadar je intimen in avtonomen</p>	<p><b>PREOKUPIRAN</b> preveč odvisen preokupiran z odnosi</p>
	Negativen (visoko)	<p><b>ODKLONILEN</b> zanikanje navezanosti izogiba se intimnosti kontra – odvisen</p>	<p><b>PLAŠLJIV</b> strah pred navezanostjo boji se intimnosti socialno izogibajoč</p>

Vir: Bartholomew, 1990, 163; Bartholomew in Horowitz, 1991, 227.

Varno navezani posamezniki imajo torej pozitiven pogled na sebe in druge oziroma imajo občutek lastne vrednosti ter so prepričani, da so drugi ljudje na splošno zaupanja vredni, dostopni in odzivni. Drugim se čustveno dokaj enostavno približajo in jih ne skrbi, da bi se njim samim kdo čustveno preveč približal ali da bi bili zapuščeni (po Årseth in drugi 2009, 5). Posamezniki, ki kažejo preokupiran stil navezanosti, imajo negativen pogled na sebe oziroma imajo občutek za osebno ne vrednost in pozitiven pogled na druge. Bojijo se zapuščenosti ter želijo biti blizu drugih, ob čemer pa jih pogosto skrbi, da jim drugi tega ne bodo vzajemno vračali (po Årseth in drugi 2009, 5). Ta stil navezanosti posamezniku omogoča prizadevanje za sprejemanje sebe s pridobivanjem sprejemanja cenjenih oziroma pomembnih drugih (Bartholomew in Horowitz 1991, 227). Posamezniki s plašljivim stilom navezanosti imajo negativen pogled na sebe in na druge oziroma kažejo občutek lastne ne vrednosti ter so prepričani, da jih bodo drugi zavračali in da niso vredni zaupanja. Ti posamezniki ne zaupajo niti svojim lastnim notranjim kognicijam ali občutkom niti namenom ljudi. Želijo si sicer čustveno tesnih odnosov, a tega ne udejanjijo, ker se preveč bojijo, da bi bili prizadeti (po Årseth in drugi 2009, 5). Z izogibanjem bližnje vpletenosti drugih ta stil ljudem omogoča, da se zaščitijo pred pričakovano zavrnitvijo s strani drugih (Bartholomew in Horowitz 1991, 227). Posamezniki z odklonilnim stilom navezanosti pa imajo pozitiven pogled na sebe in negativen pogled na druge oziroma imajo občutek lastne vrednosti, drugim pa ne zaupajo niti se ne

zanesejo nanje. Počutijo se neudobno, če so drugim čustveno preveč blizu. Takrat postanejo nervozni in se upirajo temu, da bi bili blizu drugih (po Årseth in drugi 2009, 5). Taki ljudje se zaščitijo pred razočaranjem s tem, da se izogibajo tesnim odnosom ter ohranjajo občutek neodvisnosti in neranljivosti (Bartholomew in Horowitz 1991, 227).

Stili navezanosti odražajo posameznikove značilne kognicije, čustva in vedenje v tesnih odnosih, kot so na primer odnosi s starši in partnerji, ter predvidevajo različne načine interakcije s poznanimi ali tujimi ljudmi (Mikulincer in Shaver 2007). Nedavne raziskave poleg predstavljenega konceptualnega okvira predlagajo alternativno konceptualizacijo z dimenzijama anksioznosti in izogibanja, ki opredeljujeta posameznikov stil navezanosti (Fraley in drugi 2015; Gillath in drugi 2016). Ti dve negotovi dimenziji navezanosti ločeno odražata hiperaktivacijo sistema navezanosti ali porast vedenj iskanja bližine ter deaktivacijo sistema navezanosti ali upad vedenj iskanja bližine in povečano zanašanje nase. Varno navezanost tako opredeljujeta nizka anksioznost in nizko izogibanje, kar odraža udobje tako z intimnostjo kot neodvisnostjo. Glede na teorijo navezanosti posamezniki razvijejo anksioznost in/ali izogibanje za spopadanje z negotovostjo glede izgube, zavrnitve ali zapustitve s strani druge osebe. Posledično imajo te lastnosti vpliv v različnih inter- in intrapersonalnih kontekstih, v katerih anksiozna navezanost pri posamezniku vnaprej določa prizadevanje za pridobivanje naklonjenosti drugih, izogibanje pa zatiranje odnosnih potreb (Hart in drugi 2015).

Osebe z zelo izraženo dimenzijo anksioznosti (anksiozno navezani ljudje) so nagnjene k precenjevanju pretečih elementov odnosa (angl. *threaten cues of relationship*) in strahu, da bi bile zapuščene, medtem ko so osebe z zelo izraženo dimenzijo izogibanja (izogibajoče navezani ljudje) nagnjene k odmikanju od figur navezanosti, da ohranjajo neodvisnost (Brennan in drugi 1998). Osebe, ki dosegajo nizke vrednosti anksioznosti kot tudi izogibanja, sebe in druge vrednotijo pozitivno in obvladajo konstruktivne strategije čustvene regulacije (angl. *constructive emotion-regulation strategies*), medtem ko se osebe, ki dosegajo visoke vrednosti na obeh dimenzijah navezanosti, bojijo, da bi jih pomembni drugi ranili, zato se izogibajo intimnosti (Gillath in drugi 2016).

Ugotovili smo, da stili navezanosti izjemno vplivajo na posameznikovo delovanje tako v medosebnih kot tudi v skupinskih odnosih ter na posameznikovo psihološko delovanje, pri čemer vplivajo na zaznavanje, mišljenje, občutenje in vedenje. Med posamezniki lahko razlikujemo med različnimi samozaznavami ter strategijami za regulacijo njihovega občutka



varnosti. Stili navezanosti ne vplivajo samo na posameznikovo dožemanje odnosov, ampak tudi na njegovo potrebo ali željo po raziskovanju okolice in pridobivanju informacij ter na zmožnost ustvarjanja zavezanosti ljudem, odnosom ali situacijam.

### **3.4.2 Navezanost in samopredstavljanje na spletnem socialnem omrežju**

Spletna socialna omrežja so v zadnjem desetletju postala eden od pomembnejših načinov socialne interakcije, s čimer so tudi samoizrazni profili in objave na spletnih straneh, kot je Facebook, postali izhodišče za socialno motivirano vedenje posameznikov, ki se odraža v različnih vzorcih samopredstavljanja. Ker stili navezanosti odražajo osnovne družbene motive, imajo potencial za pojasnjevanje razlik v družbenem vedenju na spletnih socialnih omrežjih (Hart in drugi 2015).

Dosedanje raziskave so odkrile povezave stilov navezanosti z več oblikami interpersonalnih vedenj (ki so značilna tudi za spletna socialna omrežja), kot so zadovoljstvo z romantičnim odnosom, prijateljstva, čustveno delovanje (Fraley in Shaver 2000), socialna samoučinkovitost (Wright in Perrone 2010), ter prav tako z medosebno komunikacijo in družbenim vedenjem pri študentih (Kenny in Rice 1995) ter interpersonalno zmožnostjo (angl. *interpersonal competency*) (Wei in drugi 2005). Čeprav je treba odnos med stili navezanosti in socialnim vedenjem na spletu še poglobljeno proučiti, pomembna povezanost stila navezanosti s socialnim vedenjem zunaj interneta nakazuje na povezavo s socialnim vedenjem tudi na spletu (Jenkins-Guarnieri in drugi 2012). Za zdaj je izvedenih relativno malo raziskav, ki so proučevale vlogo stilov navezanosti v spletnem okolju (Lin in drugi 2011; Jenkins-Guarnieri in drugi 2012; Jenkins-Guarnieri, in drugi 2013; Baek in drugi 2014; Hart in drugi 2015; Lin 2015; Nitzburg in Farber 2013; Schimmenti in drugi 2014; Yaakobi in Goldenberg 2014; Blackwell in drugi 2017). Med drugim so pokazale, da stil navezanosti napoveduje socialno interakcijo na spletu podobno kot zunaj interneta (Yaakobi in Goldenberg 2014) ter da naj bi uporabnikov stil navezanosti vplival na uporabo spletnih socialnih omrežij; uporaba slednjih pa naj bi se bistveno razlikovala med različnimi stili navezanosti (Baek in drugi 2014). Facebook kot okolje, v katerem uporabniki ustvarjajo in upravljajo svoje spletne povezave kot povezave zunaj interneta, služi funkcijam navezanosti in uporabnikom omogoča naslavljanje z različnimi stili navezanosti (Oldmeadow in drugi 2013). Raziskave, ki so proučevale manifestacijo stilov navezanosti na spletnih socialnih omrežjih, so izhajale iz različnih teoretičnih konceptualnih shem. Tako v pričujoči raziskavi uporabljamo teorijo navezanosti, da bi pojasnili individualne

razlike v vedenju na spletnih socialnih omrežjih. V nadaljevanju predstavljamo ugotovitve dosedanjih raziskav, ki nakazujejo na smiselnost uporabe tega koncepta kot dejavnika samopredstavljanja na spletnem socialnem omrežju.

S perspektive modela Brennana in kolegov (Brennan in drugi 1998), ki so podobno kot Bartholomewova (1990) utemeljili 2 dimenziji (anksioznost in izogibanje) in 4 stile navezanosti (varen, anksiozen, plašljiv in odklonilen), pri čemer dimenzijo anksioznosti enačimo s komponento odvisnosti, anksiozen stil pa s preokupiranim, se osebe z visoko izraženo dimenzijo anksioznosti v odnosih počutijo negotovo in pogosto iščejo tolažbo/uteho (Blackwell in drugi 2017). Ker ti posamezniki pričakujejo in se bojijo zavrnitve drugih, so posebej pozorni na zaznavanje nezaupanja in zavrnitve ter posebno občutljivi na kritiko in konflikte, zaradi česar lahko posebno pozornost posvečajo svojemu samopredstavljanju, se poslužujejo vedenj, ki ojačujejo odnose, ter iščejo redne potrditve pomembnih drugih (Oldmeadow in drugi 2013). Tako naj bi bili posamezniki z visoko izraženo dimenzijo anksioznosti bolj zaskrbljeni glede tega, kako jih dojemajo drugi uporabniki Facebooka (Oldmeadow in drugi 2013), zaradi česar lahko precej časa namenijo urejanju svojih fotografij in pogosto preverjajo, ali se je na njih kdo od Facebook prijateljev odzval v obliki všečka ali komentarja oziroma kako so ti prijatelji zaznali objavljeno vsebino (po Oldmeadow in drugi 2013; Hart in drugi 2015). Spletno okolje lahko uporabnikom zagotovi večji nadzor nad interakcijami (Mckenna in Bargh 2000). Ker so osebe z visoko izraženo anksioznostjo občutljive na kritiko (Brennan in drugi 1998), so lahko socialne interakcije prek Facebooka (Oldmeadow in drugi 2013), nadzor nad (selektivnim oziroma pozitivnim) samopredstavljanjem ter generiranje pozitivnih povratnih informacij souporabnikov za njih še posebej privlačni (Oldmeadow in drugi 2013; Hart in drugi 2015). Zaradi tega naj bi se te osebe v večji meri posluževale socialne interakcije prek Facebooka (Oldmeadow in drugi 2013), pri čemer občutek anksioznosti verjetno zmanjšujejo z nadzorovanim selektivnim samopredstavljanjem. Osebam z visoko izraženo dimenzijo anksioznosti tako spletna socialna omrežja lahko pomagajo pri ohranjanju odnosov in iskanju socialnih povratnih informacij (Blackwell in drugi 2017). Ker imajo te osebe negotov pogled nase in druge ter drugim v svetu zunaj interneta težje zaupajo, domnevamo, da jim spletna socialna omrežja kot medij omogočajo lažje navezovanje stikov ter lažje izražanje samih sebe, svojih občutkov, čustev in na splošno lajšajo interakcijo z drugimi. Posamezniki z visoko izraženo dimenzijo anksioznosti naj bi bili tako nagnjeni k pogostemu in raznolikemu objavljanju, komentiranju in všečkanju na Facebooku (Hart in drugi 2015), dimenzija

anksioznosti pa je torej povezana z (pogostejšo) uporabo ter iskanjem povratnih informacij na spletnih socialnih omrežjih (Oldmeadow in drugi 2013; Hart in drugi 2015).

V eni od raziskav (Baek in drugi 2014) so plašljivo navezane osebe na spletnih socialnih omrežjih preživele statistično značilno več časa kot odklonilno navezane, pri čemer se ti dve skupini statistično značilno ne razlikujeta od varno in anksiozno navezanih (oziroma preokupiranih). Uporaba spletnih socialnih omrežij za družbeno interakcijo in kolektivna vedenja (vedenja uporabnikov na spletnem socialnem omrežju, na katerem uporabniki delujejo skupaj, da bi dosegli skupen cilj – npr. spletni protesti) je bila statistično značilno večja pri plašljivo navezanih osebah kot pri osebah z ostalimi tremi stili navezanosti (Baek in drugi 2014). Posamezniki z visoko izraženo dimenzijo anksioznosti naj bi Facebook uporabljali bolj pogosto in ga bolj verjetno uporabili ob doživljanju negativnih čustev ter so v večji meri zaskrbljeni glede tega, kako jih drugi vidijo na Facebooku (Oldmeadow in drugi 2013). Posamezniki z visoko izraženo komponento anksioznosti naj bi tako v večji meri na Facebooku iskali povratne informacije in bili bolj splošno aktivni (Hart in drugi 2015). Raziskovalci (Oldmeadow in drugi 2013) domnevajo, da osebe, ki imajo visoko izraženi obe komponenti navezanosti (anksioznost in izogibanje), torej osebe s plašljivim stilom navezanosti, lahko Facebook v večji meri uporabljajo, da omilijo občutek osamljenosti oziroma prek interakcije z drugimi izboljšajo svoje negativno razpoloženje.

Posamezniki z visoko izraženo komponento anksioznosti Facebook tako lahko dojemajo kot koristen izhod za svoje povečane potrebe po pozitivnih povratnih informacijah in občutku povezanosti. Tovrstne interakcije, ki potekajo na Facebooku, so lahko relativno prazne in zagotavljajo le kratkotrajne navale dobrega počutja, ki zbledijo, ko se uporabniki odjavijo iz omrežja. Upabniki tako lahko razvijejo kompulzivno navado (Hart in drugi 2015). Nadalje uporaba Facebooka za izpolnjevanje samopredstavitvenih in odnosnih potreb ter potreb z vidika samospoštovanja ljudi izpostavlja možnosti doživljanja nenehnega socialnega primerjanja z drugimi, saj ves čas spremljajo samopromocijska vedenja in iskanje pozornosti drugih ljudi in uspešno zbiranje pozitivnih socialnih povratnih informacij (Chou in Edge 2012).

Visoko izražena komponenta izogibanja naj bi bila povezana z manj uporabe Facebooka, manj odprtosti in manj pozitivnega odnosa do Facebooka (Oldmeadow in drugi 2013) oziroma manj iskanja povratnih informacij in splošne aktivnosti na Facebooku (Hart in drugi 2015). Osebe z visoko izraženo komponento izogibanja se imajo za samozadostne in se izogibajo intimnosti in

bližine. Glede na lastnosti oseb z visoko izraženo komponento izogibanja (avtonomnost, odpor do deljenja čustev, nezaupanje v druge), te verjetno ne želijo uporabljati spletnih socialnih omrežij, ker niso zainteresirane za razvijanje in ohranjanje odnosov (Hart in drugi 2015). Spletna socialna omrežja lahko uporabljajo kot način ohranjanja stikov v svojih življenjih, a na razdalji (Nitzburg in Farber 2013), saj naj bi spletna socialna omrežja že v osnovi zagotavljala medosebno distanco, zaradi česar se izogibajoči posamezniki verjetno ne počutijo tako ogrožene od teh interakcij, kot se zaradi intimnosti v bolj osebnih kontekstih (Hart in drugi 2015).

V predhodnih raziskavah nismo zasledili bolj podrobnih podatkov o vedenju oseb s preokupirano navezanostjo v okviru Facebooka. Preokupirano navezani posamezniki imajo visoko izraženo dimenzijo odvisnosti (ali anksioznosti) in nizko izraženo dimenzijo izogibanja oziroma negativni delovni model sebe in pozitivni delovni model drugih. Ker imajo te osebe občutek nevrednosti oziroma neljubljenosti, druge pa ocenjujejo pozitivno ter so »odvisne« od povratnih informacij drugih, domnevamo (Bartholomew in Horowitz 1991), da jim Facebook služi predvsem za namen selektivnega samopredstavljanja in prek tega iskanje povratnih informacij oziroma potrditev s strani drugih uporabnikov. Ker se preokupirano navezane osebe bojijo zapuščenosti ter se želijo čustveno zblížati z drugimi ljudmi, ob čemer jih pogosto skrbi, da jim drugi tega ne bodo vzajemno vračali (Bartholomew in Horowitz 1991), menimo, da jim bo Facebook služil tudi za grajenje in ohranjanje odnosov.

Večina dosedanjih ugotovitev nakazuje na povezanost samopredstavljanja na Facebooku in nevarnih oziroma negotovih oblik navezav (Oldmeadow in drugi 2013; Baek in drugi 2014; Hart in drugi 2015; Blackwell in drugi 2017) in ne varnih. Facebook naj bi pomagal povečati občutek povezanosti z drugimi (Nadkarni in Hofmann 2012), zaradi česar ga varno navezani posamezniki lahko uporabljajo za bogatenje obstoječih odnosov v svetu zunaj interneta (Oldmeadow in drugi 2013) s prilagajanjem in nadzorovanjem svoje samopredstavitve na tem omrežju. Ugotovljeno povezavo bi lahko pojasnili tudi s tem, da imajo varno navezani posamezniki pozitivne delovne modele sebe in drugih, zaradi česar se v okviru spletnih socialnih omrežij lažje razkrivajo in samopredstavljajo.

Teorija navezanosti je bila uporabljena tudi za pojasnjevanje problematičnega vedenja na internetu, pri čemer odnos med anksiozno navezanostjo in zasvojenostjo ni jasen. Nekatere raziskave so našle pomembne razlike med stili navezanosti glede zasvojenosti z internetom

(npr. Blackwell in drugi 2017). Negotova navezanost naj bi bila povezana s problematično rabo interneta in zasvojenostjo z njim (Lin in drugi 2011; Schimmenti in drugi 2014) oziroma naj bi anksiozna in izogibajoča navezanost napovedovali zasvojenost z družbenimi mediji (Blackwell in drugi 2017). Druge raziskave niso našle pomembnih razlik med stili navezanosti (npr. Baek in drugi 2014).

### **3.4.3 Navezanost in narcisizem na spletnem socialnem omrežju**

Teorija navezanosti zagotavlja okvir za razumevanje različnih spremenljivk osebnosti, kot je narcisizem. Z vidika teorije navezanosti lahko osebnostne motnje in pretirano izražene poteze razlagamo tudi z vidika negotovih delovnih modelov, ki so postali relativno togi in zaprti za nove informacije, zaradi česar posameznik doživlja precejšnjo stisko na področju socialnega, poklicnega in odnosnega delovanja (Lyddon in Sherry 2001). Različne medosebne disfunkcije, značilne za glavne tipe osebnostnih motenj, lahko razumemo z vidika dvodimenzionalnega modela sebe in drugih oziroma tipologije štirih stilov navezanosti, ki jo je predlagala Bartholomewova (1990) in, kot že omenjeno, opredelila varen, plašljiv, preokupiran in odklonilen stil navezanosti. Intra- in interpersonalne ali medosebne težave so osrednjega pomena patologije, prisotne pri osebnostnih motnjah (Levy in drugi 2015), ki jih lahko razumemo tudi kot razvojne osebnostne stile (Ivey 1991) oziroma edinstven način, na katerega se je oseba prilagodila razvojnim izzivom tekom življenja, da se je zaščitila pred bolečino negotovih navezav.

Bowlby (1973) je pri poudarjanju pomena odnosov med starši in otrokom verjel, da je ključni dejavnik za duševno zdravje otrok obstoj stalnega, trdnega odnosa s starši ali pomembnimi drugimi. Menil je, da so mnoge oblike nevroticizma ali osebnostnih motenj rezultat otrokove prikrajšanosti za starševsko oskrbo ali pomanjkanja stabilnosti v odnosu med otrokom in drugimi figurami navezave. Stili navezanosti kot spremenljiv dejavnik osebnostnih teženj in njihovega oblikovanja imajo pomembno vlogo in se kot etiološki dejavnik upoštevajo pri razvoju težav in osebnostnih motenj (Bowlby 1973). Bowlby je domneval, da je plašljiv stil navezanosti povezan z »odvisnimi in histeričnimi osebnostmi« (Bowlby 1973, 124) in da se visoko izražena dimenzija izogibanja lahko kasneje manifestira v narcisistični osebnostni motnji in »psihopatski osebnosti« (Bowlby 1973, 14). Čeprav so empirične raziskave nakazale povezavo med negotovo oziroma ne-varno navezanostjo in patologijo osebnosti (npr. povezava

med odklonilno in plašljivo navezanostjo ter narcisistično osebnostno motnjo), pa so povezave med posameznimi osebnostnimi motnjami in vzorci navezanosti manj jasne (Levy 2005).

Narcisizem (Geiger 2001; Bennett 2006) oziroma grandiozni narcisizem (Mikulincer in Shaver 2007) lahko opredelimo kot enega od rezultatov neuspeha varne navezave otroka z njegovimi starši oziroma pomembnimi drugimi. Čeprav so otroci z negotovo navezanostjo (izogibanje in anksiozno-ambivalentni stil) bolj ranljivi v primeru narcisističnih težav, naj bi osebe z varno navezanostjo bolj verjetno oblikovale višje ravni samospoštovanja (Bennett 2006). Pistole (1995) je v svoji raziskavi ugotovila povezanost med navezanostjo in narcisizmom, in sicer je odkrila pozitivno povezanost različnih oblik ne-varne navezanosti, določenih z različnimi stopnjami izogibanja ali anksioznosti, z višjimi stopnjami narcisizma. Izsledki raziskave Ahmadija in kolegov (2013), do katerih so prišli z uporabo krajše različice vprašalnika narcisistične osebnosti (angl. *Narcissistic Personality Inventory* – NPI-16) in vprašalnika odrasle navezanosti (angl. *Adult Attachment Inventory* – AAI), kažejo, da stili navezanosti pomembno napovedujejo narcisizem. Rezultati kažejo na obstoj negativne povezanosti med varno navezanostjo in narcisizmom ter na obstoj pozitivne povezanosti med izogibajočo in preokupirano navezanostjo ter narcisizmom (Ahmadi in drugi 2013).

Lyddon in Sherryjeva (2001, 409) narcisizem povezujeta z dimenzijama plašljive in odklonilne navezanosti ter dodajata, da so delovni modeli narcisističnih tendenc pogosto izkoriščevalski in neodgovorni in jim primanjkuje empatije. Starši narcisistične osebe so pogosto preveč popustljivi (Sperry in Mosak 1996), preveč radodarni s pohvalami in dajejo osebi občutek večvrednosti in upravičenosti do posebnih pravic in privilegijev (Lyddon in Sherry 2001, 410). Odobravanje in ljubezen staršev sta pogosto bolj kot na osebo vezana na osebne dosežke (Ivey in Ivey 1998). Zaradi protislovja med napihnjenim pogledom narcisističnih oseb nase in njihovim ozkim pogledom na druge imajo te pogosto negativen in zaničevalen delovni model drugih, medtem ko njihovi lastni delovni modeli nihajo med pozitivnimi in negativnimi. Čeprav se ti posamezniki navzven lahko vedejo preveč samozavestno, je to lahko maska za močan občutek negotovosti, ki jih pogosto spremlja. Kot smo ugotovili, imajo narcisistične osebe lahko iluzoren občutek lastne posebnosti in upravičenosti ter hkrati zaničevalen odnos do drugih, kar te osebe lahko oddalji od drugih, zaradi česar se lahko poveča zatopljenost v samega sebe in se ojačajo narcisistična prepričanja (po Lyddon in Sherry 2001, 410).

Z vidika dimenzionalnega modela navezanosti v odraslosti sta obe dimenziji navezanosti (anksioznost in izogibanje) pozitivno povezani z antagonistično samozaščito (Ogilvie in drugi 2014), ki jo spodbudijo situacijski pokazatelji socialnega neuspeha (Back in drugi 2013). V mehanizmu odzivanja v primeru ogrožajočih situacij omenjeni situacijski pokazatelji nakazujejo na grožnjo posameznikovi lastni vrednosti, kar sproži sistem navezanosti, ki posledično vodi v obrambne strategije čustvene regulacije pri ne-varno navezanih posameznikih (po Lyddon in Sherry 2001; Zhang in drugi 2017).

Osebe z visoko izraženo dimenzijo anksioznosti uporabljajo hiperaktivacijske strategije za pridobivanje večje količine pozornosti s strani drugih, kar nakazuje na to, da z odporom uporabljajo strategijo samopoudarjanja, prisotno pri narcisizmu (tj. občudovanje) (Mikulincer in Shaver 2007). Medtem ko osebe z visoko izraženo dimenzijo izogibanja razvijejo deaktivacijske strategije za obrambno ohranjanje samozaupanja (npr. napihnjene samopredstave in inhibirane misli oziroma občutki ranljivosti) (Mikulincer in Shaver 2003), ki jih zasledimo pri konceptu narcisizma. Dimenziji navezanosti (izogibanje in anksioznost) naj bi imeli neposreden vpliv na narcisistično samopoudarjanje (tj. občudovanje), medtem ko obe neposredno spodbujata samozaščito (tj. tekmovalnost) (Zhang in drugi 2017). Dimenzija anksioznosti je v okviru raziskave statistično značilno in pozitivno napovedovala tekmovalnost, negativno pa občudovanje, kar nakazuje na to, da anksioznost spodbuja obrambno samozaščito, vendar spodbija samopoudarjanje. Dimenzija izogibanja je imela statistično značilen pozitivni vpliv na tekmovalnost in pozitivnega na občudovanje, kar nakazuje na to, da izogibanje spodbuja tako samozaščito kot samopoudarjanje (Zhang in drugi 2017).

Pri pregledu literature smo naleteli na več raziskav, ki proučujejo odnos med teorijo navezanosti in narcisizmom. Nismo pa zasledili raziskave, ki bi oba koncepta proučevala v okviru uporabe spletnih socialnih omrežij. Čeprav raziskave nakazujejo na vzročno povezanost stilov navezanosti oziroma odnosa otroka in pomembnih drugih v otroštvu ter narcisizma, o dejanskih vzrokih težko govorimo. Glede na to, da ugotovitve kažejo na povezanost patološke oblike narcisizma z ne-varnimi stili navezanosti, bi bilo smotrno pričakovati tudi obratni vzorec, torej povezanost pozitivne, vsakdanje in »zdrave« oblike narcisizma z varnim stilom navezanosti, vendar pregledana literatura na to ne ponuja odgovora.

### 3.4.4 Navezanost in samospoštovanje na spletnem socialnem omrežju

Poglobljenih raziskav, ki bi proučevale odnos med stili navezanosti in samospoštovanjem v spletnem okolju, nismo zasledili, razen raziskav, ki so samospoštovanje v okvir svojih modelov vključile kot dodatno, podporno oziroma kontrolno spremenljivko (Jenkins-Guarnieri in drugi 2012; Hart in drugi 2015), zato predstavljamo ugotovitve raziskav, ki so omenjena koncepta proučevale zunaj interneta.

Stili navezanosti se razvijejo zgodaj v življenju, a naj bi imeli vpliv na kasnejše socialne interakcije in prepričanja o sebi. Več mehanizmov, za katere se domneva, da vplivajo na razvoj in spremembo stilov navezanosti, je jasno povezanih s procesi, vključenimi v oblikovanje samopodobe in samospoštovanja (Doinita 2015). Na oblikovanje slednjega naj bi tako poleg posameznikovih zgodnjih izkušenj pomembno vplivali tudi odnosi s pomembnimi drugimi (Foster in drugi 2007; Huis in drugi 2011; Doinita 2015). To obravnavajo teorije navezanosti, po katerih so prepričanja in občutja o sebi, predvsem socialno in globalno samospoštovanje, opredeljena z odzivnostjo okolja (angl. *caregiving environment*) (Hazan in Shaver 1994). Ob zaznavi pozitivnih odzivov drugih se lahko posameznik počuti družbeno pomembnega, cenjenega, ljubljenega. Nasprotno se lahko posameznik ob manj pozitivnih ali negativnih odzivih drugih počuti razvrednotenega, neljubljenega in ne-vrednega njihove pozornosti. Samospoštovanje je pogosto videno kot stabilna in trajna osebna lastnost, ki lahko vključuje različna prepričanja o sebi, kot je ovrednotenje lastnega videza, prepričanj, čustev in vedenj. Zgodnji razvojni afekt o sebi (tj. ponos ali sram) tako lahko obstaja neodvisno pred in po kognitivno bolj zahtevnih sodbah o sebi (tj. o kompetentnosti) (Pelham in Swann 1989).

Ugotovitve raziskovalcev o povezanosti vzorcev navezanosti in samospoštovanja niso popolnoma enotne. Za dimenziji navezanosti (anksioznost/odvisnost in izogibanje) velja, da sta različno povezani s samospoštovanjem, in sicer naj bi bila dimenzija anksioznosti bolj močno povezana s samospoštovanjem kot dimenzija izogibanja (Hao in Wilkinson 2014), kar je skladno z modelom Bartholomewove in Horowitza (1991) in Mikulincerjevo ter Shaverjevo (2007) konceptualizacijo anksioznosti v okviru navezanosti kot hiperaktivacijske strategije. Dodatno je več raziskav (Brennan in Morris 1997; Bylsma in drugi 1997; Huis in drugi 2011), ki so proučevale odnos med samospoštovanjem in navezanostjo, ugotovilo, da imajo posamezniki z varno in tudi odklonilno navezanostjo, pri katerih dveh sta notranja delovna modela pozitivna, višje samospoštovanje kot osebe z anksiozno in preokupirano navezanostjo,



ki imata negativne notranje delovne modele sebe. Dodatno lahko poudarimo, da je varna navezanost povezana z višjim samospoštovanjem oziroma splošnimi občutji lastne vrednosti (npr. Cassidy 1988; Collins in Read 1990; Feeney in Noller 1990; Bartholomew in Horowitz 1991; Bringle in Bagby 1992; Bylsma in drugi 1997; Mickelson in drugi 1997; Bennett 2006; Huis in drugi 2011; Doinita 2015). Podobno ugotavlja Doinita (2015), in sicer da tipi navezanosti v odraslosti vplivajo na stopnjo samospoštovanja in razvoj čustvene inteligence ter da je prisotna pozitivna povezanost med varnim stilom navezanosti in samospoštovanjem ter negativna povezanost med izogibajočim in anksiozno-ambivalentnim stilom navezanosti in samospoštovanjem (upoštevajoč kategorizacijo stilov navezanosti po Collinsovi in Readu (1990)). Spet druga raziskava (Huis in drugi 2011) navaja (upoštevajoč model Bartholomewove in Horowitza (1991)) pozitivno povezanost varne in odklonilne navezanosti s samospoštovanjem ter negativno povezanost anksiozne in preokupirane navezanosti s samospoštovanjem. Raziskava Fosterja in kolegov (2007), ki je preverjala povezanost dimenzij navezanosti s stabilnostjo samospoštovanja, je ugotovila povezavo med visoko anksioznostjo in nestabilnim samospoštovanjem, ki je neodvisno od stopnje samospoštovanja, med dimenzijo izogibanja in stabilnostjo samospoštovanja pa ni ugotovila povezav.

Stili navezanosti naj bi bili povezani z več oblikami interpersonalnih vedenj, prisotnih tudi na spletnih socialnih omrežjih (Fraley in Shaver 2000). Povezani naj bi bili s socialnim vedenjem tudi na spletu (Jenkins-Guarnieri in drugi 2012). Omenjeni izsledki raziskav nakazujejo na pomembnost zgodnjih izkušenj navezanosti pri oblikovanju posameznikovega samospoštovanja. Glede na pretekle raziskave predpostavljamo, da bodo tudi v okviru našega vzorca vidne povezave med konceptom stilov navezanosti in samospoštovanja v smeri nakazanih povezav, torej predvsem to, da bo varen stil navezanosti povezan z višjo stopnjo samospoštovanja.

## 4 EMPIRIČNI DEL DOKTORSKE DISERTACIJE

### 4.1 NAMEN, CILJ IN RAZISKOVALNA IZHODIŠČA DOKTORSKE DISERTACIJE

V okviru pregleda literature, pri čemer smo se osredotočali na temeljne psihološke koncepte samopredstavljanja, narcisizma, samospoštovanja in navezanosti, za katere menimo, da so ključni na področju teorij, ki proučujejo posameznikovo intra- in interpsihološko delovanje, smo ugotovili, da je bilo narejenih že veliko raziskav, ki so proučevale različne vidike uporabe spletnih socialnih omrežij. Osredotočali smo se predvsem na raziskave, ki so proučevale (samopredstavitveno) vedenje na spletnih socialnih omrežjih z različnih vidikov s poudarkom na dejavnikih tega vedenja ter medsebojnih povezavah med omenjenimi koncepti. Na osnovi predstavljenih dosedanjih teoretičnih dognanj ugotavljamo, da je samopredstavljanje v okviru socialnih omrežij, konkretno omrežja Facebook, obsežen in dinamičen proces, na katerega vplivajo različni, med seboj prepletajoči se dejavniki. Različne raziskave so pokazale vpliv in/ali povezanost narcisizma (npr. Buffardi in Campbell 2008; Mehdizadeh 2010; Błachnio in drugi 2016), samospoštovanja (npr. Ellison in drugi 2007; Mehdizadeh 2010; Kalpidou in drugi 2011) in v manjšem številu tudi teorije navezanosti (npr. Oldmeadow in drugi 2013; Baek in drugi 2014; Hart in drugi 2015) na (samopredstavitveno) vedenje na spletu oziroma spletnih socialnih omrežjih. Nismo pa zasledili celovitejše raziskave, ki bi zajela vse navedene vidike hkrati ter se osredotočila na selektivno samopredstavljanje oziroma v obdobju informacijskega razcveta vse pogostejšo obliko samopredstavljanja.

Iz tega izhaja osrednje raziskovalno vprašanje pričujoče doktorske disertacije, ki se glasi: *Ali dejavniki, kot so samospoštovanje, narcisizem in navezanost, vplivajo na selektivno samopredstavljanje na Facebooku?*

Osrednji namen naše raziskave je razširiti dosedanja dognanja o (selektivnem) samopredstavljanju v okviru spletnih socialnih omrežij in zapolniti raziskovalno vrzel, omenjeno v uvodnem delu pričujoče doktorske disertacije, ter preveriti, v kolikšni meri je selektivno samopredstavljanje na spletnem socialnem omrežju pod vplivom identitetno-odnosnih dejavnikov, in sicer konceptov narcisizma, samospoštovanja in navezanosti, ki smo jih izbrali za pojasnjevanje tega socialno-psihološkega fenomena. Cilj pričujočega dela je torej

ugotoviti, kateri dejavniki statistično značilno vplivajo na samopredstavljanje na spletnem socialnem omrežju Facebook, ter dodatno proučiti druge morebitne medsebojne povezave med izbranimi teoretičnimi koncepti, ki bodo doprinesli k pojasnjevanju tako kompleksne raziskovalne problematike, kot je selektivno samopredstavljanje na spletnem socialnem omrežju Facebook.

Za pojasnjevanje selektivnega samopredstavljanja na spletnem socialnem omrežju Facebook smo torej izbrali koncepte narcisizma, samospoštovanja in navezanosti. Pri konceptu narcisizma smo se sprva želeli osredotočiti predvsem na narcisistično grandioznost, okoli katere se poleg psihološke upravičenosti razvrščajo narcisistične lastnosti (Kocjan in Avsec 2013). Ker je dandanes velik poudarek na samoobčudovanju in občutku upravičenosti (Sales v MacDonald 2014), smo se odločili za ločeno preverjanje izraženosti in povezanosti tako narcisistične grandioznosti kot tudi psihološke upravičenosti (meri odkritega narcisizma) in dodatno še za preverjanje prikritega narcisizma. Pri proučevanju samospoštovanja smo se osredotočili na koncept globalnega samospoštovanja. V okviru navezanosti pa smo se odločili preveriti različne vzorce navezanosti v odraslosti, za preverjanje katerih smo izbrali model Bartholomewove in Horovitz (1991), ki opredeljuje štiri stile navezanosti, in sicer varen, plašljiv, preokupiran in odklonilen stil navezanosti.

Na podlagi dosedanjih teoretičnih spoznanj predpostavljamo pozitiven vpliv izbranih, potencialnih dejavnikov, kot so narcisizem (oziroma vsi trije vidiki narcisizma: narcisistična grandioznost, psihološka upravičenost in prikriti narcisizem), samospoštovanje in stili navezanosti na selektivno samopredstavljanje, na podlagi česar postavljamo naslednje hipoteze:

**H1:** Narcisistična grandioznost vpliva na samopredstavljanje na Facebooku.

**H2:** Psihološka upravičenost vpliva na samopredstavljanje na Facebooku.

**H3:** Prikriti narcisizem vpliva na samopredstavljanje na Facebooku.

**H4:** Samospoštovanje vpliva na samopredstavljanje na Facebooku.

**H5:** Stili navezanosti vplivajo na samopredstavljanje na Facebooku.

**H5a:** Varen stil navezanosti vpliva na samopredstavljanje na Facebooku.

**H5b:** Plašljiv stil navezanosti vpliva na samopredstavljanje na Facebooku.

**H5c:** Preokupiran stil navezanosti vpliva na samopredstavljanje na Facebooku.

**H5d:** Odklonilen stil navezanosti vpliva na samopredstavljanje na Facebooku.

Dosedanje raziskave so nakazale na pomen socialno-demografskih spremenljivk, kot sta spol in starost (npr. Foster in drugi 2003; Karairmak in Duran 2008; Grijalva in drugi 2015; Campbell in Twenge 2015), pri vedenju na spletnem socialnem omrežju. Zato želimo vpliv predpostavljenih dejavnikov selektivnega samopredstavljanja dodatno preveriti še s kontrolnima socialno-demografskima spremenljivkama starost in spol in ugotoviti, kako se ti dve socialno-demografski spremenljivki vedeta glede na ostale, vsebinske spremenljivke, vključene v regresijski model. Tako postavljamo še naslednje hipoteze.

**H6:** Socialno-demografske spremenljivke vplivajo na samopredstavljanje na Facebooku.

**H6a:** Spol vpliva na samopredstavljanje na Facebooku.

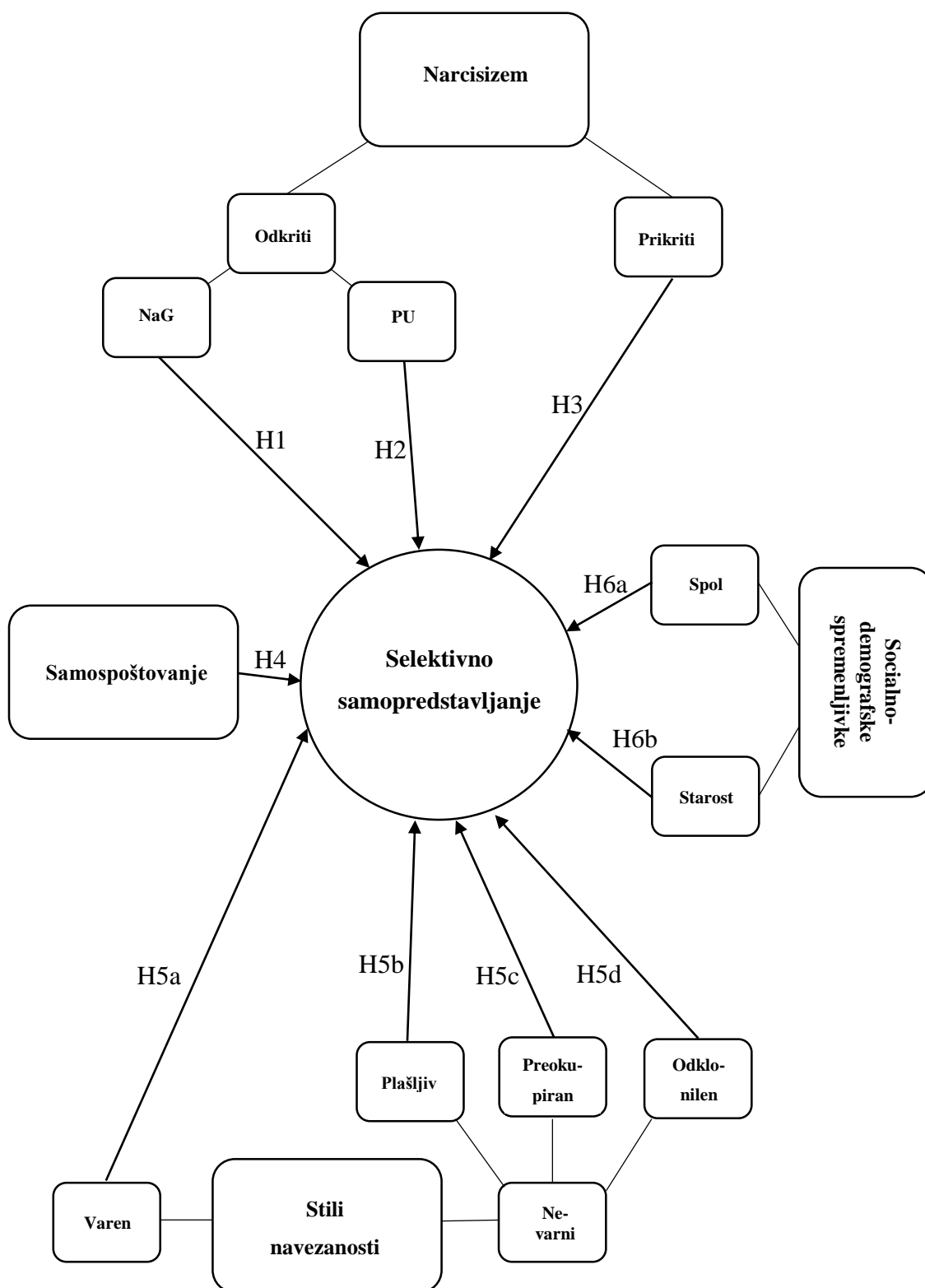
**H6b:** Starost vpliva na samopredstavljanje na Facebooku.

Predpostavljeni model odnosov med proučevanimi spremenljivkami je razviden iz Slika 4.1:  
Predpostavljeni model odnosov med spremenljivkami

Odnose med vsemi spremenljivkami, vključenimi v regresijski model, smo dodatno preverjali tudi s kontrolnimi spremenljivkami, ki merijo (pogostost) aktivnosti na Facebooku. Teh nismo vključili v regresijski model, temveč jih pustili na ravni korelacij, s katerimi poskušamo dodatno pojasniti dobljene rezultate.

Prav tako smo izvedli nekatere dodatne analize, s katerimi želimo dodatno proučiti povezave in odnose med izbranimi teoretičnimi koncepti in spremenljivkami.

**Slika 4.1: Predpostavljeni model odnosov med spremenljivkami**



\*Opomba: NaG – narcisistična grandioznost; PU – psihološka upravičenost.

## 4.2 RAZISKOVALNI APARAT: UPORABLJENE METODE RAZISKOVANJA, VZOREC, MERSKI PRIPOMOČKI IN IZVEDBA RAZISKAVE

V teoretičnem delu doktorske disertacije smo za deskripcijo teoretičnih izhodišč s področja družbenih sprememb v obdobju pozne moderne, elektronske kulture komuniciranja in temeljnih psiholoških konceptov samopredstavljanja, narcisizma, samospoštovanja in navezanosti uporabili metodo analize primarnih in sekundarnih virov, s čimer smo zasnovali teoretični okvir doktorske disertacije in podrobno predstavili proučevane teoretične koncepte. Opravili smo študijo relevantne tuje in domače strokovne literature ter sekundarno analizo relevantnih, že obstoječih empiričnih podatkov, pridobljenih v domačih in tujih študijah. Na podlagi tega smo zasnovali raziskovalno vprašanje in opredelili raziskovalne hipoteze.

V empiričnem delu doktorske disertacije smo uporabili kvantitativno metodo zbiranja podatkov zaradi možnosti proučevanja obravnavane problematike na velikem številu enot. Kvantitativne metode so »primerne za proučevanje povezav med spremenljivkami, ker jih lahko uporabimo za ocenjevanje korelacij med dvema ali več lastnostmi na velikem številu primerov« (Ragin 2007, 96). Za preverjanje vpliva predpostavljenih dejavnikov (narcisizem, samospoštovanje, stili navezanosti in demografski spremenljivki spol in starost) selektivnega samopredstavljanja na spletnem socialnem omrežju Facebook ter proučevanja medsebojnih povezav v raziskavo vključenih konceptov smo tako uporabili metodo anketnega vprašalnika.

Naš raziskovalni pripomoček je bil tako spletni anketni vprašalnik, v katerega smo vključili več že uveljavljenih psiholoških merskih pripomočkov. Za merjenje selektivnega samopredstavljanja na Facebooku smo uporabili lestvico samopredstavljanja, ki je del vprašalnika psihosocialnih vidikov uporabe Facebooka PSAFU (Bodroža in Jovanović 2016). Dodali smo še vprašanja za merjenje pogostosti aktivnosti na Facebooku, ki smo jih zasnovali glede na elemente Facebooka in vedenja uporabnikov, ki služijo njihovem samopredstavljanju oziroma so njegova posledica. Vključili smo vprašanja o pogostosti uporabe, posodabljanja statusa, menjave profilne fotografije, označevanja na fotografijah, objav selfijev,<sup>12</sup> pogostosti

---

<sup>12</sup> Angl. selfie; to je fotografija samega sebe, ki jo oseba navadno posname s prenosnim telefonom ali eno od pametnih naprav, zlasti z namenom objave na spletnih socialnih omrežjih ali drugje na spletu. Uradnega slovenskega prevoda za besedo selfie še nimamo. Glede na Sprotni slovar slovenskega jezika (Inštitut za slovenski jezik Frana Ramovša 2014) pa se čedalje bolj uveljavlja izvorna beseda selfie ali poslovenjena

všečkanja, komentiranja in deljenja vsebin drugih uporabnikov ter o številu prijateljev na Facebooku. Za merjenje narcisizma kot osebnostne poteze smo prvotno želeli uporabiti enega izmed najbolj uporabljenih merskih pripomočkov – vprašalnik narcisizma NPI (Raskin in Hall 1979), ki meri narcisizem kot osebnostno potezo. Izsledki raziskav, pri čemer smo se oprli predvsem na slovensko validacijo omenjenega vprašalnika (Kocjan in Avsec 2013), kažejo na zadovoljivo veljavnost in zanesljivost celotnega vprašalnika (splošna mera odkritega narcisizma, ki predstavlja povprečje vrednosti na celotnem vprašalniku), medtem ko je njegova faktorska struktura nejasna, zanesljivost in veljavnost posameznih podlestvic pa sta vprašljivi (Kocjan in Avsec 2013). Ker nas zanimata predvsem posameznikova grandioznost in psihološka upravičenost, okoli katerih naj bi se razvrščale narcisistične lastnosti (Kocjan in Avsec 2013), smo se odločili za uporabo ločenih lestvic grandioznosti in psihološke upravičenosti, in sicer lestvice narcisistične grandioznosti NaGS (Rosenthal, Hooley in Steshenko 2007) in lestvice psihološke upravičenosti PES (Campbell in drugi 2004), ki merita odkriti narcisizem. Tema smo dodali še lestvico prikritega narcisizma HSNS (Hendin in Cheek 1997), ki meri prikriti narcisizem. Za merjenje stilov navezanosti smo uporabili vprašalnik medosebnih odnosov RQ (Bartholomew in Horowitz 1991), za merjenje samospoštovanja pa Rosenbergovo lestvico samospoštovanja RSES (Rosenberg 1965). Na koncu smo dodali še demografska vprašanja o spolu, letnici rojstva, izobrazbi, zaposlitvenem statusu in zakonskem stanju.

Vprašalnik psihosocialni vidiki uporabe Facebooka PSAFU (angl. *Psycho-Social Aspects of Facebook Use*) (Bodroža in Jovanović 2016) je obsežen vprašalnik, ki zajema in preverja globlje psihološke procese, ki se odvijajo na Facebooku. Za namen naše raziskave smo iz celotnega vprašalnika, ki sicer zajema pet dimenzij (kompenzacijska raba Facebooka, samopredstavljanje na Facebooku, socializacija in iskanje spolnih partnerjev prek Facebooka, zasvojenost s Facebookom in profil na Facebooku kot virtualni jaz (angl. *self*)) vzeli le **lestvico samopredstavljanja PSAFU**. Ta zajema osem postavk, ki se nanašajo na vedenje na Facebooku. Lestvica samopredstavljanja PSAFU se osredotoča na selektivno samopredstavljanje oziroma na samopredstavitveno udejstvovanje, manifestirano prek izbire osebnih fotografij in objav na posameznikovi časovnici Facebook, objavljenih z namenom ustvarjanja zelenega vtisa pri drugih uporabnikih omrežja. Dovoljenje za uporabo in prevod lestvice samopredstavljanja smo pridobili neposredno od avtoric vprašalnika. Za ocenjevanje

---

različica selfi. Ker je poslovenjena oblika bolj priročna za sklanjanje, smo se odločili v nalogi uporabiti to obliko.

posameznikovega vedenja na Facebooku je izvorno uporabljena 5-stopenjska Likertova lestvica, ki smo jo za namen poenotenja ocenjevalnih lestvic nadomestili s 7-stopenjsko (od 1 – sploh ni značilno zame do 7 – zelo je značilno zame). Lestvica samopredstavljanja na Facebooku je bila prevedena in lektorirana (lektor za angleški jezik) ter usklajena s strokovnjakinjo s proučevanega področja. Postavke lestvice je v okviru testnih reševanj komentiralo osem testatorjev iz proučevane ciljne skupine. Njihove komentarje smo upoštevali pri pripravi končne različice prevoda. Vzratni prevod ni bil opravljen. Po podatkih validacijske študije avtoric tega merskega pripomočka slednji s Cronbachovim koeficientom  $\alpha = 0,92$  velja za zelo zanesljivega (Bodroža in Jovanović 2016). V okviru komponentne analize, izvedene v okviru naše raziskave, smo potrdili (izvorno) enokomponentno strukturo lestvice samopredstavljanja PSAFU in njeno visoko zanesljivost s Cronbachovim koeficientom  $\alpha = 0,90$ .

**Lestvica narcisistične grandioznosti NaGS** (angl. *Narcissistic grandiosity scale*) (Rosenthal, Hooley in Steshenko 2007) je na pridevnikih temelječi samoocenjevalni merski pripomoček, ki meri narcisistično grandioznost. Zajema 16 pridevnikov oziroma besed in fraz, ki opisujejo različne osebne lastnosti (kvalitete). Oseba izraženost posamezne lastnosti oceni na 7-stopenjski Likertovi lestvici (od 1 – sploh ne občutim do 7 – zelo občutim). Lestvico sta v slovenščino prevedli in prilagodili Zager Kocjanova in Avsecova (2013), prevod in dovoljenje za uporabo pa smo pridobili na Filozofski fakulteti Univerze v Ljubljani, ki prevode hrani. Ker je bil prevod mestoma dvoumen, smo izvornik vnovič prevedli. Prevod lestvice narcisistične grandioznosti NaGS je bil lektoriran (angleški lektor) in usklajen s strokovnjakinjo s proučevanega področja. Tudi pri tem prevodu smo pri pripravi končne različice prevoda upoštevali komentarje osmih testatorjev iz proučevane ciljne skupine, ki so v okviru testnih reševanj komentirali postavke v lestvici. Vzratni prevod ni bil opravljen. Glede na izvorno študijo, v kateri so avtorji poročali o Cronbachovem koeficientu  $\alpha = 0,93$  (Rosenthal in drugi 2007), ameriški validacijski študiji (Crowe idr. 2016), v kateri je Cronbachov koeficient  $\alpha = 0,96$ , ter slovenski študiji (Kocjan Žager in Avsec 2013), ki je poročala o Cronbachovem koeficientu  $\alpha = 0,90$ , lestvica narcisistične grandioznosti NaGS velja za zanesljiv merski pripomoček, glede na ameriško validacijo (Crowe in drugi 2016) pa tudi za enodimenzionalni merski pripomoček z dobro konvergentno, diskriminativno in kriterijsko veljavnostjo. V okviru naše raziskave smo potrdili enokomponentno strukturo in visoko zanesljivost lestvice narcisistične grandioznosti NaGS (Cronbachov koeficient  $\alpha = 0,95$ ), ugotovljeno v omenjenih študijah.



**Lestvica psihološke upravičenosti PES** (angl. *Psychological entitlement scale*) (Campbell in drugi 2004) je samoocenjevalni merski pripomoček, ki vsebuje devet trditev, ki opisujejo psihološko upravičenost posameznika. Ta izraženost posamezne lastnosti oceni na 7-stopenjski Likertovi lestvici (od 1 – sploh se ne strinjam do 7 – popolnoma se strinjam). Lestvico sta v slovenščino prevedli in prilagodili Zager Kocjanova in Avsecova (2013). Prevod in dovoljenje za uporabo smo pridobili na Filozofski fakulteti Univerze v Ljubljani. Tudi ta prevod je bil mestoma dvoumen, zato smo tudi v tem primeru vnovič prevedli izvirnik. Prevod lestvice psihološke upravičenosti je bil lektoriran (angleški lektor) in usklajen s strokovnjakinjo s proučevanega področja. Tudi pri tem prevodu smo pri pripravi končne različice prevoda upoštevali komentarje osmih testatorjev iz proučevane ciljne skupine, ki so v okviru testnih reševanj komentirali postavke v lestvici. Vzratni prevod ni bil opravljen. Glede na validacijo (Campbell in drugi 2004) je lestvica psihološke upravičenosti zanesljiv in veljaven merski pripomoček (Cronbachovi koeficienti  $\alpha > 0,80$ ). Njegovo zanesljivost potrjuje tudi slovenska raziskava, ki je poročala o Cronbachovem koeficientu  $\alpha = 0,82$  (Kocjan Žager in Avsec 2013). V okviru naše raziskave smo potrdili enokomponentno strukturo in visoko zanesljivost lestvice (Cronbachov koeficient  $\alpha = 0,82$ ).

**Lestvica prikritega narcisizma HSNS** (angl. *The Hypersensitive Narcissism Scale*) (Hendin in Cheek 1997) je samoocenjevalni merski pripomoček, ki meri prikriti narcisizem in vsebuje deset postavk. Za ocenjevanje izraženosti lastnosti pri posamezni postavki je izvorno uporabljena 5-stopenjska Likertova lestvica, ki smo jo za namen poenotenja ocenjevalnih lestvic nadomestili s 7-stopenjsko (od 1 – sploh ni značilno zame do 7 – zelo je značilno zame). Korelacija med vprašalnikom narcisizma NPI, ki meri odkriti narcisizem, in lestvico prikritega narcisizma, ki meri prikriti narcisizem, je nična, kar nakazuje na to, da merita različna konstrukta. Prevod HSNS, ki smo ga poleg dovoljenja za uporabo prav tako pridobili na Filozofski fakulteti Univerze v Ljubljani, je nastal v okviru diplomske naloge Nike Mori in mestoma ni bil ustrezen. Zato smo tudi v tem primeru vnovič prevedli izvirnik. Prevod lestvice prikritega narcisizma je bil lektoriran (angleški lektor) in usklajen s strokovnjakinjo s proučevanega področja. Tudi pri tem prevodu smo pri pripravi končne različice prevoda upoštevali komentarje osmih testatorjev iz proučevane ciljne skupine, ki so v okviru testnih reševanj komentirali postavke lestvice. Vzratni prevod ni bil opravljen. Rezultati, pridobljeni v okviru naše raziskave, nakazujejo na dvokomponentno strukturo lestvice prikritega narcisizma HSNS, s čimer se odmikajo od izvirne enokomponentne strukture lestvice (Hendin

in Cheek 1997). V okviru naše raziskave smo ugotovili zmerno zanesljivost lestvice (Cronbachov koeficient  $\alpha = 0,77$ ).

**Vprašalnik medosebnih odnosov RQ** (angl. *Relationship Questionnaire*) (Bartholomew in Horowitz 1991) je samoocenjevalni vprašalnik, ki meri stile navezanosti v odraslosti. Vprašalnik temelji na (dvodimenzionalnem) modelu individualnih razlik v navezanosti odraslih. Štirje vzorci navezave (stili navezanosti) so opredeljeni na osnovi dveh dimenzij: posameznikovega notranjega modela sebe (pozitivni/negativni) in posameznikovega notranjega delovnega modela drugih (pozitivni/negativni). Vprašalnik je sestavljen iz dveh delov. V prvem delu ocenjevanje poteka kategorično, kjer oseba izbere opis enega od navedenih štirih stilov vedenja (od A do D), za katerega meni, da je najbližji njenemu stilu vedenja do ljudi, s katerimi si je blizu. V drugem delu vprašalnika pa ocenjevanje poteka dimenzionalno na 7-stopenjski Likertovi lestvici (od 1 – sploh ni značilno zame do 7 – zelo značilno zame), na kateri oseba označi, v kolikšni meri je vsak od navedenih medosebnih stilov značilen zanjo. Za slovenski prevod vprašalnika, ki smo ga poleg dovoljenja za uporabo prav tako pridobili na Filozofski fakulteti Univerze v Ljubljani, sta poskrbela Maša in Gregor Žvelc (2006).

**Rosenbergova lestvica samospoštovanja RSES** (angl. *Rosenberg self-esteem scale*) (Rosenberg 1965) je samoocenjevalni merski pripomoček z desetimi postavkami, namenjen merjenju pozitivnosti posameznikove globalne ocene o sebi (meri stopnjo globalnega samospoštovanja z upoštevanjem tako pozitivnih kot negativnih stališč, ki jih posameznik zavzema do samega sebe). Pet postavk se vrednosti obrnjenjo. Za ocenjevanje se uporablja 5-stopenjska Likertova lestvica. Zaradi poenotenja smo izvorno 5-stopenjsko ocenjevalno lestvico zamenjali s 7-stopenjsko (od 1 – sploh ne drži do 7 – povsem drži). Višje število doseženih točk pomeni, da ima oseba višje samospoštovanje. Prevod lestvice smo pridobili na Oddelku za psihologijo Filozofske fakultete v Ljubljani. Lestvico je v slovenski jezik prevedla Darja Kobal Palčič. Prevod in dovoljenje za uporabo smo pridobili na Filozofski fakulteti Univerze v Ljubljani. Glede na slovensko študijo (Kobal Palčič in Musek 1995) faktorjska analiza potrjuje tako enofaktorsko kot dvofaktorsko strukturo (samozavest, podcenjevanje/poniževanje samega sebe), notranja konsistentnost lestvice pa je dobra (Cronbachov koeficient  $\alpha = 0,88$ ) in skladna s preverjanji zanesljivosti na različnih vzorcih (Cronbachov koeficient  $\alpha$  od 0,77 do 0,88) (Blascovich in Tomaka 1993). V okviru naše raziskave smo pri Rosenbergovi lestvici samospoštovanja RSES (skladno z izvorno enokomponentno strukturo lestvice) obdržali eno komponento (Rosenberg 1965). Naše

ugotovitve se skladajo tudi z omenjeno slovensko validacijo, v kateri so potrdili tako eno- kot dvokomponentno strukturo (Kobal Palčič in Musek 1995). V okviru analize zanesljivosti smo s Cronbachovim koeficientom  $\alpha = 0,88$  potrdili visoko zanesljivost tega merskega pripomočka.

V raziskovalni vzorec smo vključili slovensko govoreče uporabnike spletnega socialnega omrežja Facebook, stare več kot 15 let (zgornje starostne meje nismo postavili). Vključevanje skupine s tako velikim starostnim razponom v pričujočo raziskavo je pomembno, ker vzorec zajema tako mlade posameznike, ki odraščajo z novodobnimi tehnologijami, kot tudi starejše, ki so bili priča razvoju interneta in z njim povezane tehnologije v obdobju svoje odraslosti. Te zajemajo velik del njihovih vsakdanjih komunikacijskih, odnosnih in identitetnih »praks«. Dodatno nam je odločitev za vključitev tako starostno raznolikega vzorca v raziskavo omogočila preverjanje obstoja potencialnih razlik v izraženosti proučevanih konceptov med starostnima skupinama mlajših in starejših uporabnikov spletnega socialnega omrežja Facebook (starostna meja pri 30 let).

Vprašalnik smo v spletni obliki pripravili in objavili s pomočjo spletnega orodja EnKlikAnketa ([www.1ka.si](http://www.1ka.si)) ter ga po metodi snežene kepe distribuiral potencialnim respondentom prek več objav na Facebooku, z objavo na Facebookovi strani Eetaq in portalu Medover.net ter neposrednih povabil prek e-pošte. Prošnjo za objavo smo poslali tudi na več mladinskih portalov, vendar se ti nanjo niso odzvali. Podatke smo zbirali v obdobju od 26. 6. 2016 do 5. 4. 2017. Analizo pridobljenih podatkov smo opravili s statističnim programom za analizo podatkov SPSS 22.0, pri čemer smo uporabili univariatne in multivariatne statistične metode, naredili več analiz in preverili svoje hipoteze. V nadaljevanju predstavljamo rezultate in svoje ugotovitve.

### 4.3 REZULTATI IN INTERPRETACIJA

Izvedli smo komponentno analizo, analizo zanesljivosti, preverili smo povezanosti med koncepti, razlike med posameznimi socialno-demografskimi spremenljivkami in med posameznimi lestvicami ter izvedli multiplo regresijsko analizo.

### 4.3.1 Socialno-demografske spremenljivke

Končni slučajnostni vzorec raziskave je zajemal 243 prebivalcev Slovenije, od tega 30 moških (12,3 %) in 213 žensk (87,7 %), starih od 15 do 59 let ( $M = 30,85$ ,  $SD = 9,35$ ), ki imajo odprt račun na spletnem socialnem omrežju Facebook.

Največ anketirancev ima status zaposlene osebe (50,6 %) ali status študenta (27,6 %). Približno 12 % je brezposelnih, 4,5 % pa je dijakov. Pod drugo so anketiranci zapisali še naslednje: upokojenec, samozaposlen, porodniški dopust, pogodbeno dela, javna dela, eden anketiranec pa je navedel, da bo postal dijak.

**Tabela 4.1: Najvišja dosežena formalna izobrazba**

Najvišja dosežena izobrazba	N	Odstotek
Osnovna šola ali manj	7	2,9 %
Poklicna šola/srednja šola/gimnazija	82	33,7 %
Višja šola ali več	154	63,4 %

Kot je razvidno iz tabele 4.1, ima največ oseb (63,4 %) doseženo višjo stopnjo izobrazbe ali več, kateri sledi dosežena poklicna/srednješolska/gimnazijska izobrazba (33,7 %) in nato osnovnošolska izobrazba ali nedokončana osnovna šola (2,9 %).

**Tabela 4.2: Trenutni zaposlitveni status**

Zaposlitveni status	N	Odstotek
Dijak/-inja	11	4,5 %
Študent/-ka	67	27,6 %
Zaposlen/-a	123	50,6 %
Brezposeln/brezposelna	30	12,3 %
Drugo	12	4,9 %

**Tabela 4.3: Trenutni zakonski stan**

Zakonski stan	N	Odstotek
Samski/samska	77	31,7 %
Poročen/-a	47	19,3 %
Živim s partnerjem/partnerko v zunajzakonski skupnosti	69	28,4 %
V partnerski zvezi, toda ne živim skupaj s partnerjem/partnerko v istem gospodinjstvu	41	16,9 %
Razvezan/-a	6	2,5 %
Drugo:	3	1,2 %

Največ anketirancev je samskih (31,7 %) ali živijo s partnerjem/partnerko v zunajzakonski skupnosti (28, 4%). Sledijo jim poročeni (19,3 %) in tisti, ki so v partnerski zvezi, toda s partnerjem/partnerko ne živijo skupaj v istem gospodinjstvu (16,9 %). Najmanj je razvezanih (2,5 %). Pod drugo je nekdo navedel, da je zaročen, ena oseba, da živi z zaročencem, in ena, da je v zapleteni zvezi.

#### 4.3.2 Komponentna analiza

Pred vsako od komponentnih analiz smo preverili kompaktnost vzorca povezanosti (Kaiser-Mayer-Olkin test; ustrezna vrednost testa je vsaj 0,70) in če so povezanosti zadovoljivo različne od nič (Bartlettov test sferičnosti). Pri določanju števila komponent smo najprej upoštevali Kaiser-Guttmanov kriterij, po katerem obdržimo komponente, ki imajo lastno vrednost višjo ali enako 1. Lastna vrednost skupne komponente pomeni delež celotne variance, ki jo pojasni skupna komponenta, pri čemer večja kot je lastna vrednost komponente, več celotne variance pojasnjuje. Glede na ta kriterij je smiselno obdržati tiste komponente, ki pojasnijo vsaj toliko variance, kolikor je ima posamezna spremenljivka (Sočan 2004).

#### Lestvica samopredstavljanja PSAFU

V postopku analize na lestvici samopredstavljanja so bili rezultati na obeh testih zadovoljivi; vrednost Kaiser-Meyer-Olkin testa je bila 0,90, kar predstavlja zelo kompakten vzorec, Bartlettov test sferičnosti je bil statistično značilen ( $p = 0,00$ ).

**Tabela 4.4: Delež pojasnjene variance in lastne vrednosti komponent**

Komponenta	Lastna vrednost	% pojasnjene variance	Kumulativa
1	4,68	58,52	58,52
2	0,82	10,19	68,71
3	0,66	8,23	76,94
4	0,53	6,65	83,59
5	0,49	6,13	89,72
6	0,29	3,65	93,37
7	0,28	3,47	96,84
8	0,25	3,16	100,00

**Tabela 4.5: Strukturna matrika (po metodi glavnih komponent brez rotacije)**

Postavka		Komponenta
		1
1	Kadar na Facebooku objavim informacije o sebi, pomislim na to, kako bi želel/-a, da me vidijo drugi.	0,75
2	Na svojem profilu objavljam samo tiste fotografije, na katerih sem videti privlačno.	0,69
3	Ni mi vseeno, kakšen vtis si drugi ustvarijo o meni, ko vidijo moj profil.	0,76
4	Veliko pozornosti posvečam podrobnostim svojega profila na Facebooku, saj bi rad/-a naredil/-a dober vtis na ljudi, ki ga vidijo.	0,80
5	Na svojem profilu se trudim predstaviti pozitivno, še posebno tistim, ki me ne poznajo dobro.	0,86
6	S svojimi objavami na časovnici poskušam narediti dober vtis na druge.	0,86
7	Preden karkoli objavim na Facebooku, pomislim na to, v kakšni luči bi objavljeno vsebino lahko videli drugi.	0,78
8	Na Facebooku objavljam različne vsebine (statuse, povezave, fotografije itd.), da bi pritegnil/-a pozornost drugih.	0,58

Na osnovi Kaiser-Guttmanovega kriterija je bila izpostavljena ena komponenta, ki pojasnjuje 58,52 % variance. Tudi Cattellov graf drobirja (v prilogi) kaže na izločitev ene komponente. Glede na navedena kriterija obdržimo enokomponentno rešitev, kot nakazuje teoretični okvir lestvice (Bodroža in Jovanović 2016).

#### Lestvica narcisistične grandioznosti NaGS

Vrednost Kaiser-Meyer-Olkin testa je bila 0,94, kar predstavlja zelo kompakten vzorec, Bartlettov test sferičnosti je bil statistično značilen (0,00), kar pomeni, da so bili rezultati na obeh testih zadovoljivi.

**Tabela 4.6: Delež pojasnjene variance in lastne vrednosti komponent**

Komponenta	Lastna vrednost	% pojasnjene variance	Kumulativa
1	9,08	56,76	56,76
2	1,20	7,51	64,27
3	0,95	5,91	70,18
4	0,78	4,89	75,07
5	0,63	3,96	79,03
6	0,52	3,25	82,29
7	0,48	2,97	85,26
8	0,41	2,59	87,84
9	0,36	2,24	90,08
10	0,29	1,82	91,90
11	0,28	1,75	93,65
12	0,24	1,47	95,12
13	0,23	1,43	96,55
14	0,21	1,31	97,86
15	0,20	1,25	99,11
16	0,14	0,89	100,00

**Tabela 4.7: Strukturna matrika (po metodi glavnih komponent brez rotacije)**

Postavka	Komponenta	
	1	
1	Popoln/-a	0,70
2	Izjemen/izjemna	0,76
3	Večvreden/večvredna	0,70
4	Junaški/-a	0,69
5	Vsemogočen/vsemogočna	0,67
6	Neprekosljiv/-a	0,74
7	Z avtoriteto	0,76
8	Čudovit/-a	0,76
9	Ugleden/ugledna	0,79
10	Priznan/-a	0,84
11	Pomemben/pomembna	0,81
12	Z visokim statusom	0,80
13	Genialen/genialna	0,82
14	Dominanten/dominantna	0,73
15	Ljudje mi pogosto zavidajo	0,66
16	Vpliven/vplivna	0,79

Na osnovi Kaiser-Guttmanovega kriterija sta bili izpostavljeni dve komponenti, pri čemer prva pojasnjuje 56,76 % variance, druga pa le 7,51 % variance. Tudi Cattellov graf drobirja (v prilogi) sicer kaže na izločitev dveh komponent. Kljub temu da Kaiser-Guttmanov kriterij pravi, da obdržimo komponente z lastno vrednostjo, večjo od 1, pa graf drobirja nakazuje, da je prva lastna vrednost visoka (9,08) in zelo odstopa od druge lastne vrednosti (1,20). Razlika med njima je torej 7,88, medtem ko je razlika med drugo in tretjo lastno vrednostjo le 0,23. Preverili smo tudi rešitev z dvema komponentama. Pri uporabi poševnokotne rotacije Direct Oblimin in pravokotne rotacije Varimax smo dobili enaki rešitvi z dvema komponentama, pri čemer so postavke 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15 in 16 nasičale prvo komponento, postavke 1, 2, 3, 4, 5, 6 in 8 pa drugo komponento. Koeficienta Cronbach  $\alpha$  za obe komponenti sta sicer visoka (0,93 – prva komponenta; 0,89 – druga komponenta), a je povezanost med obema komponentama (rotacija Direct Oblimin) po absolutni vrednosti visoka ( $r = 0,71$ ), kar nakazuje na močno povezanost komponent in nam poleg zgoraj navedenega služi kot utemeljitev, da je smiselno obdržati enokomponentno rešitev, kot tudi nakazuje teoretični okvir lestvice (Rosenthal in drugi 2007; Crowe in drugi 2016).

### Lestvica psihološke upravičenosti PES

Vrednost Kaiser-Meyer-Olkin testa je bila 0,86, kar predstavlja zelo kompakten vzorec, Bartlettov test sferičnosti je bil statistično značilen (0,00) kar pomeni, da so bili rezultati na obeh testih zadovoljivi.

**Tabela 4.8: Delež pojasnjene variance in lastne vrednosti komponent**

Komponenta	Lastna vrednost	% pojasnjene variance	Kumulativa
1	3,98	44,17	44,17
2	1,17	13,05	57,22
3	0,83	9,25	66,48
4	0,70	7,80	74,27
5	0,67	7,42	81,69
6	0,54	6,02	87,71
7	0,42	4,68	92,39
8	0,41	4,56	96,95
9	0,27	3,05	100,00

**Tabela 4.9: Strukturna matrika (po metodi glavnih komponent brez rotacije)**

Postavka		Komponenta
		1
1	Resnično imam občutek, da sem več vreden/vredna kot drugi.	0,44
2	Zaslužim si, da se mi zgodijo pomembne reči.	0,73
3	Če bi potoval/-a na Titaniku, bi si zaslužil/-a mesto na prvem rešilnem čolnu!	0,61
4	Zahtevam najboljše, ker si to tudi zaslužim.	0,68
5	Ne zdi se mi samoumevno, da si zaslužim posebne privilegije.	0,18
6	V življenju si zaslužim več.	0,75
7	Ljudje, kot sem jaz, si tu in tam zaslužimo posebne ugodnosti.	0,74
8	V življenju bi mi vse stvari morale iti na roko.	0,79
9	Nedvomno si zaslužim, da bi imel/-a vsega več.	0,80

Tudi pri lestvici upravičenosti se glede na lastno vrednost in delež pojasnjene variance ter Cattellov graf drobirja (v prilogi) sicer nakazuje dvokomponentna struktura lestvice. Izločeni sta dve komponenti, pri čemer prva pojasni 44,17 % variance, druga pa 13,05 %. Tudi v tem primeru graf drobirja nakazuje, da je prva lastna vrednost visoka (3,98) in precej odstopa od druge lastne vrednosti (1,18). Razlika med njima je 2,80, medtem ko je razlika med drugo in tretjo lastno vrednostjo le 0,34. Ker pri rešitvi brez rotacije drugo komponento nasiča le ena, in sicer peta postavka (*Ne zdi se mi samoumevno, da si zaslužim posebne privilegije.*), smo preverili še rešitev s poševnokotno rotacijo Direct Oblimin, ki predpostavlja povezanost komponent. Tudi pri tej rešitvi je samo ena/ista postavka nasičala drugo komponento (in prav tako pri rešitvi s pravokotno rotacijo Varimax). Preverili smo povezanost komponent, pri čemer je korelacijski koeficient po absolutni vrednosti 0,43 in nakazuje na zmerno povezanost komponent. Zaradi velike razlike med prvo in drugo lastno vrednostjo (in majhne med drugo in tretjo) ter ker samo ena postavka nasiča drugo komponento in korelacijski koeficient nakazuje na zmerno povezanost komponent, je smiselno obdržati enokomponentno rešitev, kot tudi nakazuje teoretični okvir lestvice (Campbell in drugi 2004).



## Lestvica prikritega narcizizma HSNS

Vrednost Kaiser-Meyer-Olkin testa je bila 0,77, kar predstavlja kompakten vzorec, Bartlettov test sferičnosti je bil statistično značilen (0,00), kar pomeni, da so bili rezultati obeh testov zadovoljivi.

**Tabela 4.10: Delež pojasnjene variance in lastne vrednosti komponent**

Komponenta	Lastna vrednost	% pojasnjene variance	Kumulativa
1	3,35	33,46	33,46
2	1,67	16,70	50,16
3	0,93	9,32	59,48
4	0,80	8,02	67,50
5	0,76	7,64	75,14
6	0,64	6,38	81,52
7	0,62	6,21	87,72
8	0,55	5,50	93,22
9	0,44	4,36	97,58
10	0,24	2,42	100,00

**Tabela 4.11: Strukturna matrika (po metodi glavnih komponent in rotaciji Direct Oblimin s Kaiserjevo normalizacijo)**

Postavka		Komponenta	
		1	2
1	Večkrat me popolnoma prevzame razmišljanje o mojih osebnih stvareh; o zdravju, skrbih, odnosih z drugimi.	<b>0,59</b>	0,20
2	Posmeh ali žaljive pripombe drugih me hitro prizadenejo.	<b>0,85</b>	0,02
3	Kadar vstopim v kak prostor, se pogosto počutim nesamozavestno in se mi zdi, da me drugi opazujejo.	<b>0,75</b>	0,32
4	Nerad/-a z drugimi delim zasluge za dosežke.	0,38	<b>0,61</b>
5	Zdi se mi, da imam že sam/-a po sebi dovolj skrbi, ne da bi se ukvarjal/-a še s težavami drugih.	0,02	<b>0,56</b>
6	Občutek imam, da se po značaju razlikujem od večine ljudi.	0,24	<b>0,51</b>
7	Pripombe drugih si pogosto razlagam zelo osebno.	<b>0,85</b>	0,31
8	Zlahka me prevzamejo osebni interesi in pozabim na ljudi okoli sebe.	0,25	<b>0,75</b>
9	Nerad/-a sem v skupini, razen če vem, da me vsaj en član skupine ceni.	0,47	<b>0,60</b>
10	Na tihem me moti, če se ljudje obrnejo name s svojimi težavami, mi jemljejo čas in zahtevajo sočutje.	0,03	<b>0,72</b>

Na osnovi Kaiser-Guttmanovega kriterija sta bili izpostavljeni dve komponenti, pri čemer prva pojasnjuje 33,46 % variance, druga pa 16,70 %. Prva lastna vrednost (3,35) tudi v tem primeru odstopa od druge lastne vrednosti (1,67), pri čemer je razlika med prvo in drugo komponento (1,68) ter drugo in tretjo komponento (0,74) manjša kot pri prejšnjih dveh primerih. Tudi Cattellov graf drobirja (v prilogi) nakazuje izločitev dveh komponent. Tako s poševnokotno rotacijo Direct Oblimin kot s pravokotno rotacijo Varimax smo dobili rešitev z dvema komponentama, pri čemer so postavke 1, 2, 3 in 7 nasičale prvo komponento, postavke 4, 5, 6, 8, 9, 10 pa drugo komponento. Koeficienta Cronbach  $\alpha$  za obe komponenti sta 0,77 (prva

komponenta) in 0,70 (druga komponenta), kar nakazuje na relativno zanesljivo merjenje obeh komponent. Povezanost med obema komponentama po absolutni vrednosti je 0,27, kar nakazuje šibkejšo povezanost komponent. Navedeni rezultati so sicer bolj v prid dvokomponentne strukture, vendar, ker prva komponenta pojasnjuje kar 33,46 % variance (kar precej za eno komponento) in ker izvorna različica lestvice prikritega narcizma predvideva enokomponentno strukturo konstrukta (Hendin in Cheek 1997), v nadaljnjih analizah uporabljamo slednjo.

### Rosenbergova lestvica samospoštovanja RSES

Tudi pred izvedbo komponentne analize za to lestvico smo preverili kompaktnost. Vrednost Kaiser-Meyer-Olkin testa je bila 0,90, kar predstavlja zelo kompakten vzorec, Bartlettov test sferičnosti je bil statistično značilen (0,00), kar pomeni, da so bili rezultati obeh testov zadovoljivi.

**Tabela 4.12: Delež pojasnjene variance in lastne vrednosti komponent**

Komponenta	Lastna vrednost	% pojasnjene variance	Kumulativa
1	4,99	49,86	49,86
2	1,22	12,18	62,04
3	0,86	8,58	70,62
4	0,67	6,68	77,30
5	0,53	5,26	82,56
6	0,45	4,50	87,07
7	0,41	4,12	91,19
8	0,37	3,71	94,91
9	0,28	2,83	97,74

**Tabela 4.13: Strukturna matrika (po metodi glavnih komponent brez rotacije)**

Postavka		Komponenta
		1
1	Gledano v celoti, sem zadovoljen/zadovoljna s seboj.	0,80
2	Vedno bolj pogosto prihajam do spoznanja, da sem zelo malo vreden/vredna. (R)	0,84
3	Čutim, da imam mnogo dobrih lastnosti.	0,65
4	Sposoben/sposobna sem delati in izvrševati naloge enako uspešno ali bolje kot večina drugih ljudi.	0,55
5	Čutim, da ni veliko tega, na kar bi bil/-a lahko ponosen/ponosna. (R)	0,73
6	Včasih se počutim popolnoma brezkoristno. (R)	0,68
7	Mislim, da sem vreden/vredna ravno toliko kot drugi ljudje.	0,39
8	Rad/-a bi imel/-a več spoštovanja do sebe. (R)	0,67
9	Od časa do časa čutim, da nisem nič vreden/vredna. (R)	0,78
10	Imam pozitivno stališče do sebe.	0,85

Na osnovi Kaiser-Guttmanovega kriterija sta bili izpostavljeni dve komponenti, pri čemer prva pojasnjuje 49,86 % variance, druga pa 12,18 %. Kljub temu da Kaiser-Guttmanov kriterij pravi,

da obdržimo komponente z lastno vrednostjo, večjo od 1, pa Cattellov graf drobirja (v prilogi) nakazuje, da je prva lastna vrednost visoka (4,99) in precej odstopa od druge lastne vrednosti (1,22). Razlika med njima je torej 3,77, medtem ko je razlika med drugo in tretjo lastno vrednostjo le 0,36. Ker v rešitvi brez rotacije samo dve postavki nasičata drugo komponento, smo preverili rešitev s poševnokotno rotacijo Direct Oblimin, pri kateri so bile postavke bolj enakomerno porazdeljene po komponentah. Koeficienta Cronbach  $\alpha$  za obe komponenti sta relativno visoka (0,88 – prva komponenta; 0,71 – druga komponenta), kar nakazuje zanesljivo merjenje obeh komponent, a je korelacijski koeficient med obema komponentama po absolutni vrednosti 0,44, kar nakazuje zmerno povezanost komponent. Glede na to, da prva komponenta pojasni skoraj 50 % variance (in da je druga lastna vrednost bistveno nižja od prve), glede na Cattellov graf drobirja, ki je bolj v prid enokomponentni strukturi, zmerno povezanost obeh komponent ter z upoštevanjem teoretskih izhodišč, pri čemer izvorna lestvica samospoštovanja predvideva enokomponentno strukturo (Rosenberg 1965), obdržimo eno skupno komponento.

### 4.3.3 Analiza zanesljivosti

V nadaljevanju preverjamo zanesljivost uporabljenih merskih pripomočkov. Zanesljivost prikazujemo s koeficientom notranje skladnosti – Cronbachovim koeficientom  $\alpha$ .

Iz tabele 4.14 je razvidno, da ima večina lestvic Cronbachov koeficient  $\alpha$  višji od 0,80, kar nakazuje na zmerno do visoko zanesljivost. Izjema je Cronbachov koeficient  $\alpha$  pri lestvici prikritega narcisizma, ki je nad 0,70, kar še vedno nakazuje zadovoljivo zanesljivost. Cronbachova koeficienta  $\alpha$  za lestvico samopredstavljanja PSAFU in lestvico narcisistične grandioznosti NaGS pa sta nad 0,90, kar nakazuje visoko zanesljivost merskega pripomočka.

**Tabela 4.14: Koeficienti zanesljivosti**

	N	Cronbachov koeficient $\alpha$
Lestvica samopredstavljanja PSAFU	8	0,90
Lestvica narcisistične grandioznosti NaGS	16	0,95
Lestvica psihološke upravičenosti PES	9	0,82
Lestvica prikritega narcisizma HSNS	10	0,77
Rosenbergova lestvica samospoštovanja RSES	10	0,88

#### 4.3.4 Opisne statistike

Preverili smo opisne statistike. Vprašalnik je izpolnilo 333 oseb, od tega je bilo 73 % vprašalnikov rešenih v celoti, 27 % pa je bilo delno nepopolnih, a dovolj za vključitev v analizo. Pred izvajanjem analiz smo preverili normalnost porazdelitve spremenljivk za vse lestvice.

**Tabela 4.15: Prikaz porazdelitve in preizkus normalnosti porazdelitve spremenljivk**

	N	M	SD	Asm.	Spl.
Lestvica samopredstavljanja PSAFU	296	3,68	1,46	-0,15	-1,02
Lestvica narcisistične grandioznosti NaGS	296	2,93	1,23	0,17	-0,70
Lestvica psihološke upravičenosti PES	267	3,09	1,11	0,16	-0,31
Lestvica prikritega narcisizma HSNS	258	3,70	1,00	-0,05	-0,20
Rosenbergova lestvica samospoštovanja RSES	242	5,18	1,08	-0,50	-0,36
A: Varen stil navezanosti	251	4,80	1,88	-0,54	-0,78
B: Plašljiv stil navezanosti	250	3,66	1,94	0,17	-1,10
C: Preokupiran stil navezanosti	250	2,85	1,83	0,64	-0,73
D: Odklonilen stil navezanosti	250	2,98	1,88	0,61	-0,74

*Opombe.* M = aritmetična sredina, SD = standardni odklon, Asm. = asimetričnost, Spl. = sploščenost. Odgovorna lestvica vseh merskih pripomočkov je 7-stopenjska.

V zgornji tabeli prikazujemo glavne značilnosti merskih pripomočkov na ravni opisnih statistik. Izračunali smo aritmetične sredine, standardne odklone ter koeficienta asimetričnosti in sploščenosti za vse uporabljene merske pripomočke. Ugotavljamo, da so vrednosti vseh koeficientov asimetričnosti in sploščenosti med -1 in 1 oziroma med -2 in 2 (koeficienta sploščenosti na lestvici samopredstavljanja in pri plašljivem stilu navezanosti), kar nakazuje normalno porazdelitev spremenljivk. To je razvidno tudi iz histogramov (v prilogi), zato v nadaljevanju navajamo rezultate parametričnih statistik.

Preverili smo tudi opisne statistike za prvi del vprašalnika medosebnih odnosov, v katerem anketiranec označi stil, za katerega meni, da je zanj najpogostejši.

**Tabela 4.16: Frekvenčna tabela – stili navezanosti**

	N	%
A: Varen stil navezanosti	119	48,2
B: Plašljiv stil navezanosti	72	29,1
C: Preokupiran stil navezanosti	26	10,5
D: Odklonilen stil navezanosti	30	12,1

Iz tabele 4.16 je razvidno, da je največ oseb za svoj prevladujoči stil navezanosti izbralo varen stil navezanosti, ki mu sledijo plašljiv stil navezanosti, odklonilen in preokupiran stil navezanosti.

Preverili smo tudi opisne statistike za sklop vprašanj, ki se nanašajo na aktivnost na spletnem socialnem omrežju Facebook.

**Tabela 4.17: Pogostost aktivnosti na spletnem socialnem omrežju Facebook**

	Nikoli	Nekaj- krat letno	Najmanj enkrat na mesec	Enkrat na teden	Nekaj- krat na teden	Enkrat dnevno	Več kot enkrat na dan
Kako pogosto odprete Facebook?	0,6 %	0,9 %	1,2 %	2,4 %	8,2 %	10,6 %	<b>76,1 %</b>
Kako pogosto posodabljate svoj status?	19,0 %	<b>44,6 %</b>	19,6 %	6,4 %	7,3 %	1,8 %	1,2 %
Kako pogosto zamenjate svojo profilno fotografijo?	21,7 %	<b>72,2 %</b>	5,5 %	0,3 %	0,0 %	0,0 %	0,3 %
Kako pogosto se označite na fotografijah?	<b>44,0 %</b>	<b>45,0 %</b>	9,8 %	0,0 %	0,6 %	0,0 %	0,6 %
Kako pogosto objavite »selfi«?	<b>53,1 %</b>	38,0 %	6,1 %	0,9 %	0,9 %	0,6 %	0,3 %
Kako pogosto všečkate vsebine drugih?	3,1 %	5,2 %	7,6 %	10,7 %	27,2 %	13,8 %	<b>32,4 %</b>
Kako pogosto komentirate vsebine drugih?	5,8 %	22,3 %	<b>27,4 %</b>	14,3 %	18,6 %	5,2 %	6,4 %
Kako pogosto delite vsebine drugih?	21,4 %	<b>36,1 %</b>	18,7 %	8,6 %	8,6 %	2,4 %	4,3 %

Iz tabele 4.17 je razvidno, da 76 % anketiranih Facebook odpre več kot enkrat na dan, nikoli oziroma nekajkrat letno ali najmanj enkrat na mesec pa le okrog 1 % anketiranih. Svoj status na Facebooku največ anketirancev (45 %) posodablja nekajkrat letno, več kot enkrat na dan pa le 1 %. 72 % anketiranih svojo profilno fotografijo zamenja nekajkrat letno, od več kot enkrat na dan do enkrat na teden pa skoraj nihče. 45 % se jih označi na fotografijah nekajkrat letno, 44 % pa nikoli. Tudi v tem primeru se zelo malo anketiranih (0 %–0,6 %) označi na fotografijah od več kot enkrat na dan do enkrat na teden. Prav tako velja za objavo selfija, pri čemer od več kot enkrat na dan do enkrat na teden selfi objavi manj kot 1 % anketiranih (0,3 %–0,9 %), medtem ko 53 % oseb selfija ne objavi nikoli, 38 % pa nekajkrat letno. Največ anketiranih (32 %) vsebine drugih všečka več kot enkrat na dan in tudi enkrat dnevno (14 %) ter nekajkrat na teden (27 %), samo 3 % pa nikoli. Največ anketirancev (27 %) komentira vsebine drugih najmanj enkrat na mesec, medtem ko vsebine drugih največ anketirancev (36 %) deli nekajkrat letno. Podatke o pogostosti izvajanja posameznih aktivnosti na Facebooku prikazujemo tudi z grafičnim prikazom (v prilogi).

**Tabela 4.18: Število prijateljev na Facebooku**

Število prijateljev	Odstotek anketiranih
1–50 prijateljev	6,70 %
51–100 prijateljev	6,40 %
101–250 prijateljev	<b>29,10 %</b>
251–500 prijateljev	<b>34,80 %</b>
501–700 prijateljev	10,60 %
701–1.000 prijateljev	4,80 %
Več kot 1.000 prijateljev	7,60 %

Iz tabele 4.18 je razvidno, da ima največ anketiranih 101–250 prijateljev (29 %) in 251–500 prijateljev (35 %), najmanj pa 701–1000 prijateljev (5 %).

### 4.3.5 Povezanosti med koncepti

**Tabela 4.19: Povezanosti med lestvico samopredstavljanja PSAFU, lestvico narcisistične grandioznosti NaGS, lestvico psihološke upravičenosti PES, lestvico prikrita narcisizma HSNS, Rosenbergovo lestvico samospoštovanja RSES, stili navezanosti in vprašanji o aktivnosti na Facebooku**

	PSAFU	NaGS	PES	HSNS	RSES	Stil A	Stil B	Stil C	Stil D	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
PSAFU	1,00																		
NaGS	,32**	1,00																	
PES	,33**	,52**	1,00																
HSNS	,42**	0,10	,36**	1,00															
RSES	-,18**	,26**	-0,04	-,48**	1,00														
Stil A	0,01	,15*	-0,06	-,40**	,44**	1,00													
Stil B	,17**	-0,04	0,06	,38**	-,42**	-,51**	1,00												
Stil C	,21**	-0,08	0,09	,43**	-,44**	-,25**	,25**	1,00											
Stil D	-0,03	,17**	0,10	,23**	0,02	-,32**	0,11	0,06	1,00										
1	,17**	0,06	0,06	0,09	0,00	0,02	0,05	0,06	0,01	1,00									
2	,18**	0,05	0,01	0,02	0,10	0,06	-0,07	-0,01	0,00	,21**	1,00								
3	,16**	-0,01	-0,06	0,07	-0,01	-0,02	0,07	0,01	0,02	,19**	,38**	1,00							
4	,21**	,16**	0,06	0,08	-0,11	0,01	0,10	0,10	0,03	,15**	,31**	,35**	1,00						
5	0,11	0,06	0,01	0,08	0,02	-0,01	,13*	-0,01	-0,02	,21**	,36**	,52**	,39**	1,00					
6	,26**	0,03	0,05	0,09	-0,02	0,03	0,04	0,03	0,02	,51**	,38**	,35**	,28**	,31**	1,00				
7	,18**	-0,02	-0,02	0,06	-0,11	0,01	0,03	0,04	0,03	,34**	,41**	,32**	,31**	,30**	,58**	1,00			
8	0,03	-0,08	-0,10	-0,09	0,03	-0,02	-0,04	-0,03	-0,04	,18**	,43**	,28**	,17**	,21**	,40**	,51**	1,00		
9	,17**	0,02	0,02	0,04	-0,02	0,04	0,01	0,04	0,09	,33**	,30**	,29**	,35**	,25**	,41**	,30**	,12*	1,00	

*Opombe.* \*\*Povezanost je statistično značilna pri stopnji  $p \leq 0,01$ . \*Povezanost je statistično značilna pri stopnji  $p \leq 0,05$ .

*Opombe.* NaGS = lestvica narcisistične grandioznosti NaGS, PSAFU = lestvica samopredstavljanja PSAFU, PES = lestvica psihološke upravičenosti PES, HSNS = lestvica prikritega narcisizma HSNS, RSES = Rosenbergova lestvica samospoštovanja RSES, A = varen stil navezanosti, B = plašljiv stil navezanosti, C = preokupiran stil navezanosti, odklonilen stil navezanosti, 1 = Kako pogosto odprete Facebook?, 2 = Kako pogosto posodabljate svoj status?, 3 = Kako pogosto zamenjate svojo profilno fotografijo?, 4 = Kako pogosto se označite na fotografijah?, 5 = Kako pogosto objavite »selfi«?, 6 = Kako pogosto všečate vsebine drugih?, 7 = Kako pogosto komentirate vsebine drugih?, 8 = Kako pogosto delite vsebine drugih?, 9 = Koliko prijateljev imate na Facebooku?.

Kot je razvidno iz korelacijske matrike v tabeli 4.19, so povezanosti statistično značilne pri stopnji pomembnosti  $\alpha = 1\%$  in stopnji pomembnosti  $\alpha = 5\%$ . Pri tem pozitivna povezanost pomeni, da se skupaj zvišata ali znižata vrednosti obeh lestvic, negativna povezanost pa, da se vrednost na eni lestvici zniža, vrednost na drugi lestvici pa poviša. Lestvica samopredstavljanja PSAFU se pri stopnji pomembnosti  $\alpha = 1\%$  pozitivno povezuje z lestvico narcisistične grandioznosti NaGS ( $r = 0,32$ ), lestvico psihološke upravičenosti PES ( $r = 0,33$ ), lestvico prikritega narcisizma HSNS ( $r = 0,42$ ) ter plašljivim stilom navezanosti ( $r = 0,17$ ) in preokupiranim stilom navezanosti ( $r = 0,21$ ). Negativno pa z Rosenbergovo lestvico samospoštovanja RSES ( $r = -0,18$ ). Pričakovano se lestvica samopredstavljanja PSAFU pozitivno povezuje z večino posameznih postavk, ki merijo aktivnost na Facebooku, z izjemo postavke 5 (*Kako pogosto objavite »selfi«?*) in 8 (*Kako pogosto delite vsebine drugih?*). Povezanosti se gibajo med 0,16 in 0,26.

Naslednje v sklopu so lestvice, ki merijo različne vidike narcisizma. Lestvica narcisistične grandioznosti NaGS se poleg lestvice samopredstavljanja PSAFU pri stopnji pomembnosti  $\alpha = 1\%$  pozitivno povezuje še z lestvico psihološke upravičenosti PES ( $r = 0,52$ ), Rosenbergovo lestvico samospoštovanja RSES ( $r = 0,26$ ) in odklonilnim stilom navezanosti ( $r = 0,17$ ) ter pri stopnji pomembnosti  $\alpha = 5\%$  z varnim stilom navezanosti. Lestvica narcisistične grandioznosti NaGS se prav tako pri stopnji pomembnosti  $\alpha = 1\%$  pozitivno povezuje le s 4. postavko (*Kako pogosto se označite na fotografijah?*), ki meri aktivnost na Facebooku. Lestvica psihološke upravičenosti PES se poleg lestvice narcisistične grandioznosti NaGS pri stopnji pomembnosti  $\alpha = 1\%$  pozitivno povezuje še z lestvico prikritega narcisizma HSNS ( $r = 0,36$ ). Lestvica psihološke upravičenosti PES se ne povezuje z nobeno od postavk, ki merijo aktivnost na Facebooku. Lestvica prikritega narcisizma HSNS se poleg navedenih povezav pri stopnji pomembnosti  $\alpha = 1\%$  pozitivno povezuje tudi s plašljivim ( $r = ,38$ ), preokupiranim ( $r = 0,43$ ) in odklonilnim stilom navezanosti ( $r = 0,23$ ). Negativno se pri isti stopnji pomembnosti



povezuje še z Rosenbergovo lestvico samospoštovanja RSES ( $r = -0,48$ ) in varnim stilom navezanosti ( $r = -0,40$ ). Tudi lestvica prikritega narcizizma HSNS se ne povezuje z nobeno od postavk, ki merijo aktivnost na Facebooku.

Rosenbergova lestvica samospoštovanja RSES se poleg navedenih povezav pri stopnji pomembnosti  $\alpha = 1\%$  pozitivno povezuje tudi z varnim stilom navezanosti ( $r = 0,44$ ), negativno pa s plašljivim ( $r = -0,42$ ) in preokupiranim stilom navezanosti ( $r = -0,44$ ). Varen stil navezanosti se negativno povezuje z vsemi tremi ostalimi stili navezanosti pri stopnji pomembnosti  $\alpha = 1\%$ , pri čemer se korelacije gibljejo med  $r = -0,25$  (preokupiran stil navezanosti) in  $r = -0,32$  (odklonilen stil navezanosti) in  $r = -0,051$  (plašljiv stil navezanosti). Varen stil navezanosti se ne povezuje z nobeno od postavk, ki merijo aktivnost na Facebooku. Pri stilih navezanosti je pri isti stopnji pomembnosti prisotna pozitivna povezava še med plašljivim in preokupiranim stilom navezanosti ( $r = 0,25$ ). Plašljiv stil navezanosti se pri stopnji pomembnosti  $\alpha = 5\%$  pozitivno povezuje s 5. postavko (*Kako pogosto objavite »selfi«?*) od teh, ki merijo aktivnost na Facebooku ( $r = 0,13$ ).

Vse povezanosti med postavkami, ki merijo aktivnost na Facebooku, so pozitivne in statistično značilne pri stopnji pomembnosti  $\alpha = 1\%$ , razen povezanosti med postavkama 8 (*Kako pogosto delite vsebine drugih?*) in 9 (*Koliko prijateljev imate na Facebooku?*), ki je pozitivna in statistično značilna pri stopnji pomembnosti  $\alpha = 5\%$ . Povezanosti so visoke do zelo visoke in se gibljejo med  $r = 0,12$  in  $r = 0,58$ .

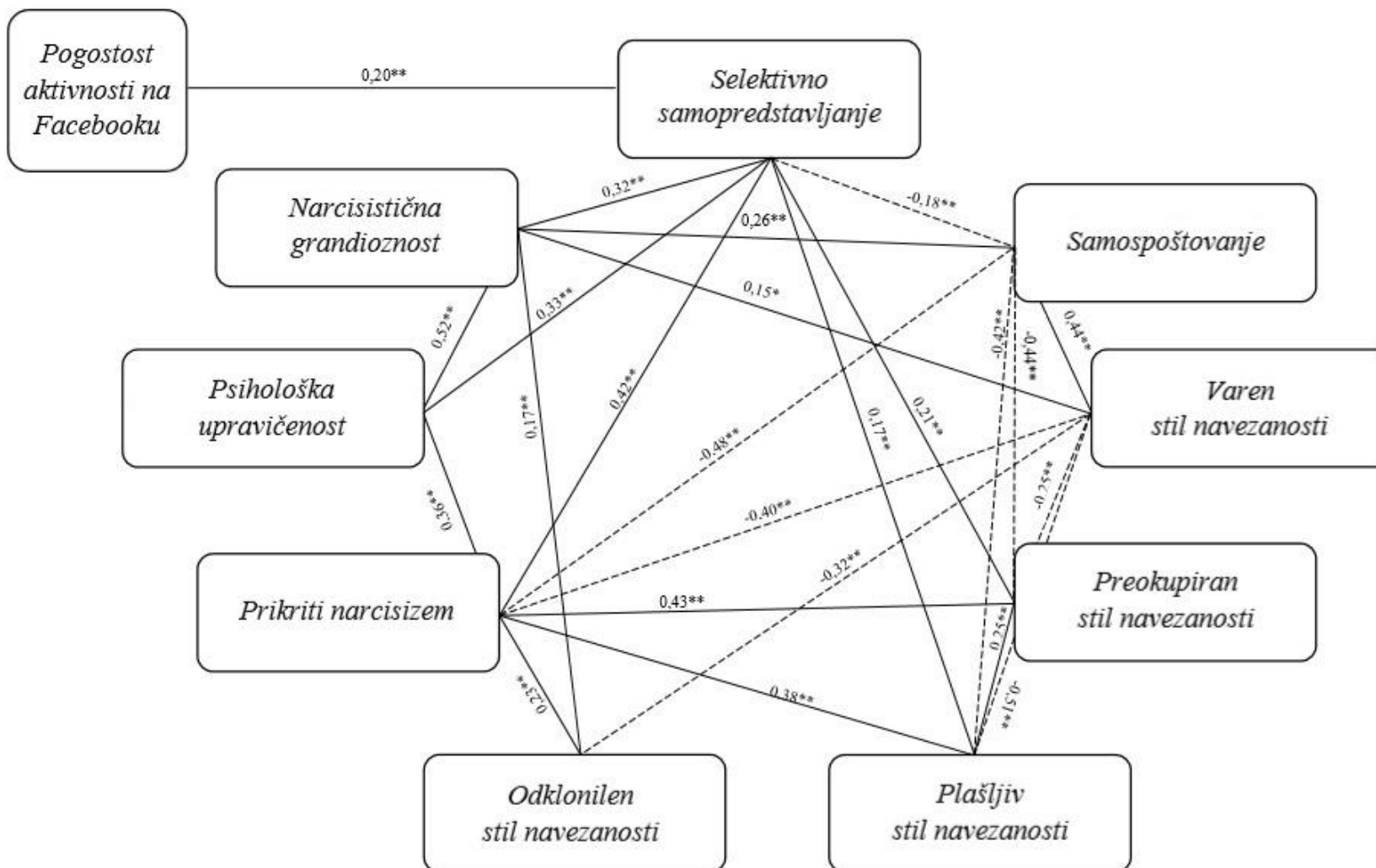
**Tabela 4.20: Povezanosti med lestvico samopredstavljanja PSAFU in skupnim indeksom postavk, ki meri aktivnosti na spletnem socialnem omrežju Facebook**

	Aktivnosti na FB
PSAFU	0,20**

*Opombe.* \*\*Povezanost je statistično značilna pri stopnji  $p \leq 0,01$ , PSAFU = lestvica samopredstavljanja PSAFU, Aktivnosti na FB = skupni indeks postavk, ki merijo pogostost aktivnosti na spletnem socialnem omrežju Facebook.

Dodatno smo preverili še povezanost med lestvico samopredstavljanja PSAFU in skupnim indeksom postavk, ki meri pogostost aktivnosti na spletnem socialnem omrežju Facebook, ki je visoka ( $r = 0,20$ ) in statistično značilna pri stopnji tveganja  $\alpha = 1\%$ .

Slika 4.2: Shematski prikaz povezanosti med proučevanimi koncepti



### 4.3.6 Demografske razlike

Preverjali smo tudi demografske razlike. V nadaljevanju predstavljamo razlike med spoloma, starostnima skupinama, najvišjo formalno doseženo stopnjo izobrazbe, zaposlitvenim statusom in zakonskim stanom pri vključenih merskih pripomočkih.

#### Razlike med spoloma

**Tabela 4.21: Razlike med spoloma – analiza povprečja, standardni odklon, t-test in p-vrednost**

	Nm	Nž	Mm	Mž	SDm	SDž	F(p)	t-test	sp	p	d
PSAFU	30	213	3,93	3,64	1,51	1,42	0,39 (0,53)	1,04	241,00	0,15	0,20
NaGS	30	213	3,15	2,87	1,21	1,23	0,14 (0,70)	1,16	241,00	0,12	0,23
PES	30	212	<b>3,57</b>	3,03	1,10	1,10	0,22 (0,64)	2,48	240,00	<b>0,01*</b>	0,49
HSNS	30	213	3,74	3,69	0,97	0,97	0,09 (0,76)	0,28	241,00	0,39	0,05
RSES	30	212	5,30	5,17	1,17	1,07	1,06 (0,31)	0,62	240,00	0,27	0,12
Stil A	30	213	4,80	4,83	1,83	1,89	0,11 (0,74)	-0,08	241,00	0,47	0,02
Stil B	30	212	3,00	<b>3,75</b>	1,62	1,97	4,04 (0,05)	-2,31	42,22	<b>0,01*</b>	0,42
Stil C	30	212	2,80	2,86	1,71	1,84	0,84 (0,36)	-0,16	240,00	0,43	0,03
Stil D	30	212	2,77	3,00	1,76	1,90	1,68 (0,20)	-0,62	240,00	0,27	0,13

*Opombe.* \*Stopnja značilnosti –  $p \leq 0,05$ .

*Opombe.* NaGS = lestvica narcisistične grandioznosti NaGS, PSAFU = lestvica samopredstavljanja PSAFU, PES = lestvica psihološke upravičenosti PES, HSNS = lestvica prikritega narcizizma HSNS, RSES = Rosenbergova lestvica samospoštovanja RSES, Stil A = varen stil navezanosti, Stil B = plašljiv stil navezanosti, Stil C = preokupiran stil navezanosti, Stil D = odklonilen stil navezanosti.

Rezultati t-testa so pokazali, da so med spoloma prisotne statistično značilne razlike ( $p \leq 0,05$ ) le pri lestvici psihološke upravičenosti PES ( $t(240,00) = 2,48$ ,  $p = 0,01$ ,  $d = 0,49$ ) in pri plašljivem stilu navezanosti ( $t(42,22) = -2,31$ ,  $p = 0,01$ ,  $d = 0,42$ ). Pri tem so na lestvici psihološke upravičenosti PES moški dosegli višji povprečen testni dosežek ( $Mm = 3,57$ ,  $SDm = 1,10$ ) kot ženske ( $Mž = 3,03$ ,  $SDž = 1,10$ ), pri plašljivem stilu navezanosti pa so višjo povprečno vrednost dosegale ženske ( $Mž = 3,75$ ,  $SDž = 1,97$ ) v primerjavi z moškimi ( $Mm = 3,00$ ,  $SDm = 1,62$ ). Levenov test za omenjeno lestvico ni statistično značilen ( $p > 0,05$ ) in je pokazal, da so variance med seboj homogene. Levenov test za omenjen stil navezanosti pa je statistično značilen ( $p \leq 0,05$ ) in je pokazal, da variance niso homogene.

## Razlike glede na starost

**Tabela 4.22: Razlike glede na starost – analiza povprečja, standardni odklon, t-test in p-vrednost pri osebah, starih do 29 let, in osebah, starih 30 let in več**

	N1	N2	M1	M2	SD1	SD2	F(p)	t-test	sp	p	d
PSAFU	118	120	3,77	3,56	1,39	1,46	0,75(0,39)	1,16	236,00	0,12	0,15
NaGS	118	120	2,83	2,94	1,23	1,20	0,04(0,85)	-0,69	236,00	0,24	0,09
PES	118	119	3,00	3,17	1,08	1,12	0,90(0,34)	-1,16	235,00	0,12	0,15
HSNS	118	120	<b>3,90</b>	3,48	0,99	0,91	1,67(0,20)	3,44	236,00	<b>0,00*</b>	0,44
RSES	118	119	5,00	<b>5,34</b>	1,09	1,04	0,15(0,70)	-2,42	235,00	<b>0,01*</b>	0,32
Stil A	118	120	4,66	4,98	1,78	1,95	0,80(0,37)	-1,30	236,00	0,10	0,17
Stil B	118	119	<b>4,08</b>	3,29	1,94	1,89	0,08(0,78)	3,15	235,00	<b>0,00*</b>	0,41
Stil C	118	119	<b>3,24</b>	2,49	1,89	1,70	3,79(0,05)	3,21	231,80	<b>0,00*</b>	0,42
Stil D	118	119	2,92	2,97	1,77	2,01	4,20(0,04)	-0,24	231,77	0,40	0,03

*Opombe.* \*Stopnja značilnosti –  $p \leq 0,05$ .

*Opombe.* Skupina 1 = osebe, stare do 29 let, Skupina 2 = osebe, stare 30 let in več, NaGS = lestvica narcisistične grandioznosti NaGS, PSAFU = lestvica samopredstavljanja PSAFU, PES = lestvica psihološke upravičenosti PES, HSNS = lestvica prikritega narcizma HSNS, RSES = Rosenbergova lestvica samospoštovanja RSES, Stil A = varni stil navezanosti, Stil B = plašljiv stil navezanosti, Stil C = preokupiran stil navezanosti, Stil D = odklonilen stil navezanosti.

Po podatkih raziskav (npr. Greenwood in drugi 2016) naj bi spletna socialna omrežja uporabljalo največ oseb, starih med 18 in 29 let, zato smo za preverjanje razlik med starostnima skupinama izbrali starostno mejo 29 oziroma 30 let. Od leta 1990, ko je Tim Berners-Lee razvil prvi spletni iskalnik WorldWideWeb (Pew Research Center Internet 2014), še posebej pa od leta 1993 naprej, ko sta tehnologija in izvorna koda postali javna last (Institut Jožef Stefan 2013), se je začel razcvet interneta in njegovih storitev, kot so splet, elektronska pošta in druge storitve, s tem pa tudi razmah računalniško posredovane komunikacije. Prvi slovenski strežnik je bil že istega leta postavljen v tedanjem slovenskem Nacionalnem superračunalniškem centru (NSC) na Institutu Jožef Stefan, na katerem je bila objavljena spletna predstavitev Slovenije (SloWWenija), ki je leta 1996 prerasla v projekt Mat'kurja (Institut Jožef Stefan 2013). Slovenija je sledila trendom in delovala kot tehnološko napredna država. Osebe, stare do 29 let, so bile v tem času v obdobju otroštva, torej so odraščale z internetom in novodobnimi tehnologijami ter bile priča hitremu napredku na tem področju. To pomeni, da so se sprti prilagajale na vse spremembe in si verjetno ne znajo predstavljati življenja brez interneta in z njim povezanih storitev ali aplikacij, kot so spletna socialna omrežja.

Rezultati t-testa so pokazali, da so med starostnima skupinama prisotne statistično značilne razlike ( $p \leq 0,05$ ) na lestvici prikrita narcisizma HSNS ( $t(236,00) = 3,44, p = 0,00$ ), lestvici samospoštovanja ( $t(235,00) = -2,42, p = 0,01$ ), pri plašljivem stilu navezanosti ( $t(235,00) = 3,15, p = 0,00$ ) in preokupiranem stilu navezanosti ( $t(231,80) = 3,21, p = 0,00$ ). Pri tem so na lestvici prikrita narcisizma HSNS osebe, stare do 29 let, dosegle višja povprečja ( $M1 = 3,90, SD1 = 0,99$ ) kot starejše osebe ( $M2 = 3,48, SD2 = 0,91$ ). Prav tako so pri plašljivem stilu navezanosti osebe, stare do 29 let, dosegle višja povprečja ( $M1 = 4,08, SD1 = 1,94$ ) v primerjavi s starejšimi osebami ( $M2 = 3,29, SD2 = 1,89$ ). Ravno tako so pri preokupiranem stilu navezanosti osebe, stare do 29 let ( $M2 = 3,24, SD2 = 1,89$ ), dosegale višja povprečja v primerjavi s starejšimi ( $M2 = 2,49, SD2 = 1,70$ ). Medtem ko so na Rosenbergovi lestvici samopredstavljanja RSES osebe, stare do 29 let ( $M2 = 5,00, SD2 = 1,09$ ), dosegale nižja povprečja od starejše skupine ( $M2 = 5,34, SD2 = 1,04$ ). Levenov test je statistično značilen ( $p \leq 0,05$ ) le pri preokupiranem stilu navezanosti, kar pomeni, da variance med seboj niso homogene, medtem ko pri ostalih treh ni statistično značilen ( $p > 0,05$ ) in kaže na medsebojno homogenost varianc.

### **Razlike glede na izobrazbo**

Izvedli smo test homogenosti varianc za vse merske pripomočke, vključene v vprašalnik (v prilogi). Levenov test pri vseh, razen pri Rosenbergovi lestvici samospoštovanja RSES ni statistično značilen ( $p > 0,05$ ). Razlike med variancami torej niso statistično pomembne, kar pomeni, da lahko sprejmemo ničelno domnevo o homogenosti variance, ki je predpogoj za nadaljevanje in izvajanje enosmerne analize variance – ANOVE. Levenov test pri Rosenbergovi lestvici samospoštovanja RSES pa je, kot omenjeno, statistično značilen ( $p < 0,05$ ), kar pomeni, da so razlike med variancami vseh treh skupin statistično značilne. Ničelno domnevo o homogenosti varianc tako zavrnamo in namesto analize variance izvedemo robustni test enakosti povprečij.

Iz tabele 4.23, v kateri so prikazani rezultati enosmerne analize variance – ANOVE, je razvidno, da so statistično značilne razlike ( $p < 0,05$ ) prisotne le pri lestvici narcisistične grandioznosti NaGS ter varnem in plašljivem stilu navezanosti. Pri omenjeni lestvici in stilih se povprečje razlikuje vsaj med dvema izobrazbenima skupinama. Individualne razlike med posameznimi skupinami smo preverjali s post hoc testom multiplih primerjav. Ker so razlike med skupinami velike, smo izbrali Gabriel post hoc test.

**Tabela 4.23: Enosmerna analiza variance – ANOVA**

	Vsota kvadratov	sp	Povprečje kvadrata	F	p
<b>Lestvica samopredstavljanja PSAFU</b>					
Med skupinami	4,28	2	2,14	1,05	0,35
Znotraj skupin	488,89	240	2,04		
Skupaj	493,16	242			
<b>Lestvica narcisistične grandioznosti NaGS</b>					
Med skupinami	10,06	2	5,03	3,42	<b>0,03*</b>
Znotraj skupin	353,10	240	1,47		
Skupaj	363,16	242			
<b>Lestvica psihološke upravičenosti PES</b>					
Med skupinami	7,16	2	3,58	2,94	0,06
Znotraj skupin	290,56	239	1,22		
Skupaj	297,72	241			
<b>Lestvica prikritega narcizizma HSNS</b>					
Med skupinami	4,89	2	2,45	2,64	0,07
Znotraj skupin	222,54	240	0,93		
Skupaj	227,44	242			
<b>Varen stil navezanosti</b>					
Med skupinami	26,92	2	13,46	3,90	<b>0,02*</b>
Znotraj skupin	827,82	240	3,45		
Skupaj	854,74	242			
<b>Plašljiv stil navezanosti</b>					
Med skupinami	22,80	2	11,40	3,06	<b>0,05*</b>
Znotraj skupin	889,73	239	3,72		
Skupaj	912,53	241			
<b>Preokupiran stil navezanosti</b>					
Med skupinami	13,78	2	6,89	2,09	0,13
Znotraj skupin	786,86	239	3,29		
Skupaj	800,64	241			
<b>Odklonile stil navezanosti</b>					
Med skupinami	7,76	2	3,88	1,10	0,34
Znotraj skupin	845,98	239	3,54		
Skupaj	853,74	241			

Opombe: \*Stopnja značilnosti –  $p \leq 0,05$ .

**Tabela 4.24: Razlike v povprečnih vrednostih na lestvici narcisistične grandioznosti NaGS in pri vprašalniku medosebnih odnosov (varni stil navezanosti in plašljiv stil navezanosti) glede na najvišjo doseženo formalno stopnjo izobrazbe z Gabriel post hoc testom**

			Razlika povprečja	P
Lestvica narcisistične grandioznosti NaGS	Osnovna šola ali manj	Poklicna šola/srednja šola/gimnazija	-0,04	1,0
		Višja šola ali več	-0,46	0,56
	Poklicna šola/srednja šola/gimnazija	Osnovna šola ali manj	0,04	1,0
		Višja šola ali več	<b>-0,42*</b>	0,03
	Višja šola ali več	Osnovna šola ali manj	0,46	0,56
		Poklicna šola/srednja šola/gimnazija	<b>0,42*</b>	0,03
Varen stil navezanosti	Osnovna šola ali manj	Poklicna šola/srednja šola/gimnazija	-0,27	0,97
		Višja šola ali več	-0,94	0,32
	Poklicna šola/srednja šola/gimnazija	Osnovna šola ali manj	0,27	0,97
		Višja šola ali več	<b>-0,66*</b>	0,03
	Višja šola ali več	Osnovna šola ali manj	0,94	0,32
		Poklicna šola/srednja šola/gimnazija	<b>0,66*</b>	0,03
Plašljiv stil navezanosti	Osnovna šola ali manj	Poklicna šola/srednja šola/gimnazija	0,92	0,43
		Višja šola ali več	1,40	0,08
	Poklicna šola/srednja šola/gimnazija	Osnovna šola ali manj	-0,92	0,43
		Višja šola ali več	0,48	0,18
	Višja šola ali več	Osnovna šola ali manj	-1,40	0,08
		Poklicna šola/srednja šola/gimnazija	-0,48	0,18

Opombe: \*Stopnja značilnosti –  $p \leq 0,05$ .

Iz tabele 4.24 je razvidno, da so statistično značilne razlike tako na lestvici narcisistične grandioznosti NaGS kot pri varnem stilu navezanosti prisotne med skupinama udeležencev z doseženo poklicno, srednješolsko oziroma gimnazijsko izobrazbo ter udeležencev z doseženo višjo stopnjo (ali več) izobrazbe, pri čemer so višja povprečja pri obeh merskih pripomočkih prisotna pri osebah z višješolsko in višjo izobrazbo (NaGS:  $M = 3,06$ ,  $SD = 1,20$ ; RQ:  $M = 5,08$ ,  $SD = 1,80$ ), ki jim sledijo osebe s poklicno, srednješolsko in gimnazijsko izobrazbo (NaGS:  $M = 2,64$ ,  $SD = 1,19$ ; RQ:  $M = 4,41$ ,  $SD = 1,99$ ), kar je razvidno iz tabele, ki prikazuje opisne statistike po merskih pripomočkih za vse tri izobrazbene skupine (v prilogi), ter iz črtnih grafov (v prilogi). Pri plašljivem stilu navezanosti pa ni prisotnih razlik med skupinami.

Za preverjanje razlik med skupinami pri Rosenbergovi lestvici samospoštovanja RSES smo zaradi statistično značilnega Levenovega testa ( $p < 0,05$ ) in zavrnjene domneve o homogenosti varianc izvedli robustni test enakosti povprečij. Ta je pokazal, da se na Rosenbergovi lestvici samospoštovanja RSES povprečje razlikuje vsaj med dvema izobrazbenima skupinama.

**Tabela 4.25: Robustni test enakosti povprečij Brown-Forsythe za Rosenbergovo lestvico samospoštovanja RSES**

	Statistika <sup>a</sup>	sp1	sp2	p
Brown-Forsythe (Rosenbergova lestvica samospoštovanja RSES)	6,74	2	17,03	0,01

*Opombe:* <sup>a</sup> – asimptotična F-distribucija.

Individualne razlike med posameznimi skupinami smo preverjali s post hoc testom multiplih primerjav. Uporabili smo Games-Howell post hoc test.

**Tabela 4.26: Razlike v povprečnih vrednostih na Rosenbergovi lestvici samospoštovanja RSES glede na najvišjo doseženo formalno stopnjo izobrazbe z Games-Howell post hoc testom**

			Razlika povprečja	p
Rosenbergova lestvica samospoštovanja RSES	Osnovna šola ali manj	Poklicna šola/srednja šola/gimnazija	-0,04	1,00
		Višja šola ali več	-0,65	0,48
	Poklicna šola/srednja šola/gimnazija	Osnovna šola ali manj	0,04	1,00
		Višja šola ali več	<b>-0,61*</b>	0,00
	Višja šola ali več	Osnovna šola ali manj	0,65	0,48
		Poklicna šola/srednja šola/gimnazija	<b>0,61*</b>	0,00

*Opombe:* \*Stopnja značilnosti –  $p \leq 0,05$ .

Iz tabele 4.26 je razvidno, da so statistično značilne razlike tudi v tem primeru prisotne v povprečju med skupinama udeležencev z doseženo poklicno, srednješolsko oziroma gimnazijsko izobrazbo ter udeležencev z doseženo višjo stopnjo (ali več) izobrazbe, pri čemer so višja povprečja pri obeh merskih pripomočkih prisotna pri osebah z višješolsko in višjo izobrazbo (RSES:  $M = 5,41$ ,  $SD = 0,91$ ), ki jim sledijo osebe s poklicno, srednješolsko in gimnazijsko izobrazbo (RSES:  $M = 4,80$ ,  $SD = 1,22$ ), kar je razvidno iz tabele, ki prikazuje opisne statistike po merskih pripomočkih za vse tri izobrazbene skupine (v prilogi), ter iz črtnega grafa (v prilogi).



Analiza, s katero smo preverjali razlike med tremi izobrazbenimi skupinami, je torej pokazala, da so statistično značilne razlike prisotne med skupinama udeležencev z doseženo poklicno, srednješolsko oziroma gimnazijsko izobrazbo ter udeležencev z doseženo višjo stopnjo (ali več) izobrazbe, pri čemer so višja povprečja pri lestvici narcisistične grandioznosti NaGS, Rosenbergovi lestvici samospoštovanja RSES in varnem stilu navezanosti pri vprašalniku medosebnih odnosov RQ prisotna pri osebah z višješolsko in višjo izobrazbo.

### **Razlike glede na zaposlitveni status**

Za namen preverjanja razlik glede na zaposlitveni status smo izvornih 5 skupin prekodirali v 3. Združili smo skupini dijakov in študentov ter skupino brezposelnih in oseb, ki so obkrožile drugo, skupina zaposlenih je ostala enaka (dodali smo ji le še ostale oblike zaposlitve, kot so na primer samozaposlitev, javna dela, pogodbeno delo). Preverili smo, kaj so anketiranci vpisovali pri možnem odgovoru »Drugo«. Dve osebi sta navedli, da sta upokojenki; ta dva vnosa smo pustili v obstoječi skupini. Dve osebi sta navedli, da sta zaposleni in hkrati študirata. Ker je v skupini dijakov in študentov mišljeno, da imajo te osebe status študenta in niso zaposlene, smo ti osebi razvrstili med zaposlene osebe. Dve osebi sta navedli, da sta samozaposleni, in ena, da je samozaposlena »na črno«, ter smo jih razvrstili v skupino zaposlenih in drugih oblik zaposlitve. Ena oseba je navedla, da dela prek javnih del, in ena, da dela pogodbeno. Tudi ti dve osebi smo razvrstili v skupino zaposlenih in drugih oblik zaposlitve. Ena oseba je navedla, da je na porodniškem dopustu. Ker ni razvidno, ali je zaposlena ali nadomestilo prejema prek socialne podpore, smo to osebo pustili v skupini brezposelnih in drugih. Nekdo pa je navedel, da bo jeseni postal dijak. Ker je bil ta vnos zabeležen poleti leta 2016, smo to osebo razvrstili v skupino dijakov in študentov, saj ta oseba trenutno že obiskuje srednjo šolo. V nadaljevanju predstavljamo izsledke preverjanja razlik med navedenimi skupinami.

Izvedli smo test homogenosti varianc za vse vključene merske pripomočke (v prilogi). Levenov test pri vseh, razen pri lestvici psihološke upravičenosti PES ni statistično značilen ( $p > 0,05$ ). Razlike med variancami torej niso statistično pomembne, kar pomeni, da lahko sprejmemo ničelno domnevo o homogenosti variance, ki je predpogoj za nadaljevanje in izvajanje enosmerne analize variance – ANOVE. Levenov test pri lestvici psihološke upravičenosti PES pa je, kot omenjeno, statistično značilen ( $p < 0,05$ ), kar pomeni, da so razlike med variancami vseh treh skupin statistično značilne. Ničelno domnevo o homogenosti varianc tako zavrnamo in namesto analize variance izvedemo robustni test enakosti povprečij.

**Tabela 4.27: Enosmerna analiza variance – ANOVA**

	Vsota kvadratov	sp	Povprečje kvadrata	F	p
<b>Lestvica samopredstavljanja PSAFU</b>					
Med skupinami	10,00	2	5,00	2,48	0,09
Znotraj skupin	483,16	240	2,01		
Skupaj	493,16	242			
<b>Lestvica narcisistične grandioznosti NaGS</b>					
Med skupinami	7,99	2	3,99	2,70	0,07
Znotraj skupin	355,17	240	1,48		
Skupaj	363,16	242			
<b>Lestvica prikritega narcizizma HSNS</b>					
Med skupinami	1,84	2	0,92	0,98	0,38
Znotraj skupin	225,60	240	0,94		
Skupaj	227,44	242			
<b>Rosenbergova lestvica samospoštovanja RSES</b>					
Med skupinami	14,83	2	7,41	6,65	<b>0,00*</b>
Znotraj skupin	266,52	239	1,12		
Skupaj	281,35	241			
<b>Varen stil navezanosti</b>					
Med skupinami	1,20	2	0,60	0,17	0,84
Znotraj skupin	853,54	240	3,56		
Skupaj	854,74	242			
<b>Plašljiv stil navezanosti</b>					
Med skupinami	27,70	2	13,85	3,74	<b>0,03*</b>
Znotraj skupin	884,83	239	3,70		
Skupaj	912,53	241			
<b>Preokupiran stil navezanosti</b>					
Med skupinami	9,71	2	4,85	1,47	0,23
Znotraj skupin	790,94	239	3,31		
Skupaj	800,64	241			
<b>Odklonilen stil navezanosti</b>					
Med skupinami	15,35	2	7,68	2,19	0,11
Znotraj skupin	838,39	239	3,51		
Skupaj	853,74	241			

Opombe: \*Stopnja značilnosti –  $p \leq 0,05$ .

Iz tabele 4.27, v kateri so prikazani rezultati enosmerne analize variance – ANOVA, je razvidno, da so statistično značilne razlike ( $p < 0,05$ ) prisotne le pri Rosenbergovi lestvici samospoštovanja RSES in plašljivem stilu navezanosti. To pomeni, da se na omenjeni lestvici in pri plašljivem stilu povprečje razlikuje vsaj med dvema izobrazbenima skupinama. Individualne razlike med posameznimi skupinami smo preverjali s post hoc testom multiplih

primerjav. Tudi v tem primeru so razlike med skupinami velike, zato smo izbrali Gabriel post hoc test.

**Tabela 4.28: Razlike v povprečnih vrednostih na Rosenbergovi lestvici samospoštovanja RSES in pri vprašalniku medosebnih odnosov (plašljiv stil navezanosti) glede na zaposlitveni status z Gabriel post hoc testom**

			Razlika povprečja	p
Rosenbergova lestvica samospoštovanja RSES	Dijak/-inja, študent/-ka	Zaposlen/-a, samozaposlen/-a, druge oblike zaposlitve	-0,35	0,06
		Brezposeln/brezposelna, drugo	0,33	0,33
	Zaposlen/-a, samozaposlen/-a, druge oblike zaposlitve	Dijak/-inja, študent/-ka	0,35	0,06
		Brezposeln/brezposelna, drugo	<b>0,68*</b>	0,00
	Brezposeln/brezposelna, drugo	Dijak/-inja, študent/-ka	-0,33	0,33
		Zaposlen/-a, samozaposlen/-a, druge oblike zaposlitve	<b>-0,68*</b>	0,00
Plašljiv stil navezanosti	Dijak/-inja, študent/-ka	Zaposlen/-a, samozaposlen/-a, druge oblike zaposlitve	<b>0,72*</b>	0,03
		Brezposeln/brezposelna, drugo	0,15	0,97
	Zaposlen/-a, samozaposlen/-a, druge oblike zaposlitve	Dijak/-inja, študent/-ka	<b>-0,72*</b>	0,03
		Brezposeln/brezposelna, drugo	-0,56	0,31
	Brezposeln/brezposelna, drugo	Dijak/-inja, študent/-ka	-0,15	0,97
		Zaposlen/-a, samozaposlen/-a, druge oblike zaposlitve	0,56	0,31

*Opombe:* \*Stopnja značilnosti –  $p \leq 0,05$ .

Iz tabele 4.28 je razvidno, da so na Rosenbergovi lestvici samospoštovanja RSES statistično značilne razlike prisotne med skupino zaposlenih, samozaposlenih in oseb z drugo obliko zaposlitve ter brezposelnimi in drugimi. Pri plašljivem stilu navezanosti so statistično značilne razlike prisotne med skupino zaposlenih, samozaposlenih in oseb z drugo obliko zaposlitve ter dijaki in študenti.

Iz tabele 4.28 je razvidno, da so statistično značilne razlike na Rosenbergovi lestvici samospoštovanja RSES in pri plašljivem stilu navezanosti pri vprašalniku medosebnih odnosov RQ. Na Rosenbergovi lestvici samospoštovanja RSES so razlike prisotne med skupino zaposlenih in oseb z drugo obliko zaposlitve ( $M = 5,39$ ,  $SD = 0,97$ ) ter skupino brezposelnih in drugih ( $M = 4,71$ ,  $SD = 1,22$ ), pri čemer so zaposleni dosegali višja povprečja. Pri plašljivem stilu navezanosti so razlike prisotne med skupino zaposlenih in oseb z drugo obliko zaposlitve

( $M = 3,35$ ,  $SD = 1,85$ ) ter skupino dijakov in študentov ( $M = 4,06$ ,  $SD = 1,91$ ), pri čemer so dijaki in študenti dosegali višja povprečja. To je razvidno tudi iz tabele, ki prikazuje opisne statistike po merskih pripomočkih za vse tri zaposlitvene skupine (v prilogi), in črtnih grafov (v prilogi).

Za preverjanje razlik med skupinami pri lestvici psihološke upravičenosti PES smo zaradi statistično značilnega Levenovega testa ( $p < 0,05$ ) in zavrnjene domneve o homogenosti varianc izvedli robustni test enakosti povprečij. Iz tabele 4.29 je razvidno, da ta ni bil statistično značilen, kar pomeni, da se na tej lestvici povprečje ne razlikuje med nobeno skupino.

**Tabela 4.29: Robustni test enakosti povprečij Brown-Forsythe za lestvico psihološke upravičenosti PES**

	Statistika <sup>a</sup>	sp1	sp2	p
Brown-Forsythe (Lestvica psihološke upravičenosti PES)	1,95	2	92,52	0,15

*Opombe:* <sup>a</sup> – Asimptotična F distribucija.

Analiza, s katero smo preverjali razlike med tremi zaposlitvenimi skupinami, je torej pokazala, da so statistično značilne razlike prisotne pri Rosenbergovi lestvici samospoštovanja RSES, in sicer med skupino zaposlenih in oseb z drugo obliko zaposlitve ter skupino brezposelnih in drugih, pri čemer so višja povprečja dosegali zaposleni in osebe z drugo obliko zaposlitve. Statistično značilne razlike so prav tako prisotne pri plašljivem stilu navezanosti pri vprašalniku medosebnih odnosov RQ, in sicer med skupino zaposlenih in oseb z drugo obliko zaposlitve ter skupino dijakov in študentov, pri čemer so višja povprečja dosegali dijaki in študenti.

### **Razlike glede na zakonski stan**

Za namen preverjanja razlik glede na zakonski stan smo obstoječe skupine (1 – samski/-a, 2 – poročen/-a, 3 – živim s partnerjem/partnerko v zunajzakonski skupnosti, 4 – v partnerski zvezi, toda ne živim skupaj s partnerjem/partnerko v istem gospodinjstvu, 5 – razvezan/-a, drugo) združili v dve novi skupini, in sicer skupino samskih oseb oziroma oseb, ki niso v zvezi, in skupino oseb v zvezi. Skupini 1 in 5 smo združili v skupino samskih oseb, ostale skupine pa v skupino oseb v zvezi. Pod drugo so trije anketiranci navedli naslednje: ena oseba je navedla, da je zaročena, druga, da živi z zaročencem, in tretja, da je v zapleteni zvezi. Vse tri anketirance smo kategorizirali kot osebe v zvezi. V nadaljevanju predstavljamo izsledke preverjanja razlik med navedenima skupinama.

**Tabela 4.30: Razlike med skupinama (zakonski stan) – analiza povprečja, standardni odklon, t-test in p-vrednost**

	N1	N2	M1	SD1	M2	SD2	F(p)	t-test	sp	p	d
PSAFU	83	160	3,63	1,41	3,70	1,44	0,04 (0,84)	-0,35	241	0,36	0,05
NaGS	83	160	3,00	1,28	2,86	1,20	0,05 (0,82)	0,89	241	0,19	0,11
PES	83	159	3,05	1,11	3,13	1,11	0,01 (0,91)	-0,50	240	0,31	0,07
HSNS	83	160	3,61	0,91	3,74	1,00	2,02 (0,16)	-1,05	241	0,15	0,14
RSES	83	159	5,10	1,11	5,22	1,07	0,06 (0,80)	-0,82	240	0,21	0,11
Stil A	83	160	4,47	1,78	<b>5,01</b>	1,91	0,12 (0,72)	-2,15	241	<b>0,02*</b>	0,29
Stil B	83	159	<b>3,98</b>	1,96	3,49	1,92	0,04 (0,84)	1,85	240	<b>0,03*</b>	0,25
Stil C	83	159	2,80	1,86	2,88	1,81	0,04 (0,85)	-0,35	240,00	0,37	0,04
Stil D	83	159	3,12	1,93	2,89	1,86	0,10 (0,75)	0,92	240,00	0,18	0,12

*Opombe.* \*Stopnja značilnosti –  $p \leq 0,05$ .

*Opombe.* Skupina 1 = samske osebe oziroma osebe, ki niso v zvezi, skupina 2 = osebe, ki so v zvezi, NaGS = lestvica narcisistične grandioznosti NaGS, PSAFU = lestvica samopredstavljanja PSAFU, PES = lestvica psihološke upravičenosti PES, HSNS = lestvica prikritega narcizma HSNS, RSES = Rosenbergova lestvica samospoštovanja RSES, stil A = varen stil navezanosti, stil B = plašljiv stil navezanosti, stil C = preokupiran stil navezanosti, stil D = odklonilen stil navezanosti.

Iz tabele 4.30 je razvidno, da so osebe v zvezi dosegle višja povprečja na vseh lestvicah, razen na lestvici narcisistične grandioznosti NaGS ter pri varnem in preokupiranem stilu navezanosti. Samske osebe oziroma osebe, ki niso v zvezi, so višja povprečja dosegle na lestvici narcisistične grandioznosti NaGS ter pri plašljivem in odklonilnem stilu navezanosti.

Rezultati t-testa so pokazali, da so med skupino samskih oseb in oseb v zvezi prisotne statistično značilne razlike ( $p \leq 0,05$ ) le pri varnem ( $t(241) = -2,15$ ,  $p = 0,02$ ) in plašljivem stilu navezanosti ( $t(240) = 1,85$ ,  $p = 0,03$ ). Pri varnem stilu navezanosti so osebe v zvezi dosegale višja povprečja ( $M = 5,01$ ,  $SD = 1,91$ ) kot samske osebe ( $M = 4,47$ ,  $SD = 1,78$ ). Pri plašljivem stilu navezanosti pa je vidno ravno obratno, in sicer so samske osebe dosegale višja povprečja ( $M = 3,98$ ,  $SD = 1,96$ ) kot osebe v zvezi ( $M = 3,49$ ,  $SD = 1,92$ ). Nobeden od Levenovih testov ni statistično značilen ( $p > 0,05$ ), kar pomeni, da so variance med seboj homogene.

#### 4.3.7 Razlike med lestvicami

Želeli smo preveriti tudi, kako se osebe, ki dosegajo višje povprečje na določeni lestvici, razlikujejo od tistih, ki dosegajo nižje povprečje. Ker je naš osrednji proučevani koncept

samopredstavljanje, smo se odločili, da bomo navedene razlike preverili na lestvici samopredstavljanja PSAFU v povezavi z vsemi ostalimi merskimi pripomočki.

Večina merskih pripomočkov, ki smo jih uporabili, so lestvice, pri katerih anketiranci na 7-stopenjskih odgovornih lestvicah ocenjujejo izraženost posameznih psiholoških konceptov. Za namen analize in zasledovanja vedenja skupine, ki dosega višja povprečja, smo se odločili, da arbitrarno določimo mejno vrednost (angl. *cut off point*) med »neproblematično« in »problematično« skupino pri 4 (neodločen/-a). Predpostavljamo, da se tisti, ki se odločijo za ta »mejni« odgovor, bolj nagibajo k temu, da imajo izražen posamezen koncept.

Tako nas je zanimalo, ali obstajajo statistično značilne razlike glede na posamezen koncept med osebami, ki imajo povprečje na lestvici samopredstavljanja PSAFU višje ali enako 4 (v primerjavi z osebami, ki imajo povprečje nižje od 4).

**Tabela 4.31: Razlike med lestvicami glede na povprečje na lestvici samopredstavljanja PSAFU (povprečje višje ali enako in nižje od 4) – analiza povprečja, standardni odklon, t-test in p-vrednost**

	N1	N2	M1	SD1	M2	SD2	F(p)	t-test	sp	p	d
NaGS	137	144	2,63	1,26	<b>3,21</b>	1,14	1,89 (0,17)	-4,09	279	<b>0,00*</b>	0,48
PES	131	136	2,83	1,12	<b>3,34</b>	1,05	0,10 (0,75)	-3,87	265	<b>0,00*</b>	0,47
HSNS	129	129	3,42	0,97	<b>3,99</b>	0,96	0,21 (0,65)	-4,74	256	<b>0,00*</b>	0,59
RSES	122	120	5,29	1,03	5,07	1,12	1,14 (0,29)	1,56	240	0,06	0,20
Stil A	125	126	4,62	1,97	4,99	1,76	2,98 (0,09)	-1,59	249	0,06	0,20
Stil B	125	125	3,43	1,96	<b>3,88</b>	1,90	0,69 (0,41)	-1,84	248	<b>0,03*</b>	0,23
Stil C	125	125	2,62	1,79	<b>3,08</b>	1,84	0,29 (0,59)	-1,98	248	<b>0,02*</b>	0,25
Stil D	125	125	3,16	1,91	2,79	1,85	0,02 (0,90)	1,55	248	0,06	0,20

*Opombe.* \*Stopnja značilnosti –  $p \leq 0,05$ .

*Opombe.* Skupina 1 = osebe, ki imajo povprečje na lestvici samopredstavljanja PSAFU nižje od 4, skupina 2 = osebe, ki imajo povprečje na lestvici samopredstavljanja PSAFU višje ali enako 4, NaGS = lestvica narcisistične grandioznosti NaGS, PES = lestvica psihološke upravičenosti PES, HSNS = lestvica prikritega narcisizma HSNS, RSES = Rosenbergova lestvica samospoštovanja RSES, stil A = varen stil navezanosti, stil B = plašljiv stil navezanosti, stil C = preokupiran stil navezanosti, stil D = odklonilen stil navezanosti.

Iz tabele 4.31 je razvidno, da imajo osebe, ki na lestvici samopredstavljanja PSAFU dosegajo povprečje višje ali enako 4, višje povprečje tudi na vseh ostalih lestvicah (razen Rosenbergovi

lestvici samospoštovanja RSES) ter pri plašljivem in preokupiranem stilu navezanosti kot skupina oseb, ki imajo povprečje na lestvici samopredstavljanja PSAFU nižje od 4.

Rezultati t-testa so pokazali, da so med skupinama prisotne statistično značilne razlike pri lestvici narcisistične grandioznosti NaGS ( $t(279) = -4,09$ ,  $p = 0,00$ ), lestvici psihološke upravičenosti PES ( $t(265) = -3,87$ ,  $p = 0,00$ ), lestvici prikrita narcisizma HSNS ( $t(256) = -4,74$ ,  $p = 0,00$ ) ter plašljivem ( $t(248) = -1,84$ ,  $p = 0,03$ ) in preokupiranem stilu navezanosti ( $t(248) = -1,98$ ,  $p = 0,02$ ). Pri ostalih je stopnja značilnosti nekoliko nad dovoljeno (pri vseh 0,6), kar tudi zelo močno nakazuje na razlike med obema skupinama tudi na Rosenbergovi lestvici samospoštovanja RSES ( $t(240) = 1,56$ ,  $p = 0,06$ ,  $d = 20$ ), pri varnem ( $t(249) = -1,59$ ,  $p = 0,06$ ) in odklonilnem stilu navezanosti ( $t(248) = 1,55$ ,  $p = 0,06$ ,  $d = 20$ ). Ker je v teh treh primerih vrednost  $p$  na meji statistične značilnosti pri 5 % stopnji tveganja, upoštevamo tudi velikost Cohenovega  $d$ , mere učinka, ki potrjuje rezultat t-testa. Glede na splošne smernice lahko Cohenov  $d$  interpretiramo kot majhen ( $d = 0,20$ ), srednji ( $d = 0,50$ ) in veliki učinek ( $d = 0,80$ ) (Cohen 2013). Vrednost vseh treh Cohenovih  $d$  je majhna, kar pomeni, da se porazdelitvi na Rosenbergovi lestvici samospoštovanja RSES ter pri varnem in odklonilnem stilu navezanosti v veliki meri prekrivata (92 %) in tako pripadata isti populaciji. Nobeden od Levenovih testov ni statistično značilen ( $p > 0,05$ ), kar pomeni, da so variance med seboj homogene.

#### **4.3.8 Prediktorji selektivnega samopredstavljanja na spletnem socialnem omrežju Facebook**

Prediktorje selektivnega samopredstavljanja na spletnem socialnem omrežju Facebook smo preverjali s pomočjo multiple oziroma večkratne regresijske analize, s katero smo ugotavljali vpliv neodvisnih spremenljivk na odvisno. Proučevali smo torej odvisnost med selektivnim samopredstavljanjem na Facebooku in neodvisnimi spremenljivkami, kot so narcisistična grandioznost, psihološka upravičenost, prikriti narcisizem, samospoštovanje, stili navezanosti (varen, plašljiv, preokupiran in odklonilen), ter socialno-demografskimi spremenljivkami, kot sta spol in starost.

Pred analizo nas je zanimalo tudi, kako skladni so bili odgovori anketirancev prvega, kategoričnega dela z drugim, dimenzionalnim delom vprašalnika medosebnih odnosov RQ. V prvem delu je moral anketiranec izbrati stil navezanosti, ki je najbolj značilen zanj. V drugem,

dimenzionalnim delu pa je moral za vsakega od štirih stilov navezanosti na 7-stopenjski lestvici označiti, v kolikšni meri meni, da je posamezen stil značilen zanj. Iz tabele 4.32 je razvidno, da so anketiranci odgovarjali skladno v prvem in drugem delu vprašalnika medosebnih odnosov RQ, saj povprečja posameznega stila navezanosti ustrezajo izbiri prevladujočega stila pri posamezniku.

**Tabela 4.32: Povprečja, dosežena v drugem delu vprašalnika medosebnih odnosov RQ glede na izbran prevladujoč stil navezanosti v prvem delu vprašalnika**

	N	M (VSN)	M (PLSN)	M (PRSN)	M (OSN)
Varen stil navezanosti	119	<b>6,25</b>	2,56	2,24	2,36
Plašljiv stil navezanosti	72	3,24	<b>5,81</b>	3,15	2,93
Preokupiran stil navezanosti	26	3,92	3,54	<b>5,85</b>	2,81
Odklonilen stil navezanosti	30	3,57	3,23	2,17	<b>5,73</b>

*Opombe:* VSN = varen stil navezanosti, PLSN = plašljiv stil navezanosti, PRSN = preokupiran stil navezanosti, OSN = odklonilen stil navezanosti.

Za namen večkratne regresijske analize smo dihotomizirali nominalno, socialno-demografsko spremenljivko spol. Starosti nismo dihotomizirali, saj smo imeli na voljo letnice rojstva, ki smo jih preračunali v leta.

V nadaljevanju predstavljamo rezultate regresijske analize. Iz tabele 4.33 je razviden začetni model. Naša odvisna spremenljivka je selektivno samopredstavljanje na Facebooku oziroma lestvica samopredstavljanja PSAFU. Kot neodvisne spremenljivke smo vključili vse ostale lestvice, dimenzionalni (drugi) del vprašalnika medosebnih odnosov (v katerem posameznik na 7-stopenjski lestvici oceni, v kolikšni meri je vsak od navedenih stilov navezanosti značilen zanj) in kot kontrolni še socialno-demografski spremenljivki starost in spol. Uporabili smo metodo »Enter« (metoda sočasne izbire), ki v model vključi vse neodvisne spremenljivke hkrati.



**Tabela 4.33: Začetni model večkratne regresijske analize**

Prediktor	Nestandardizirani koeficienti		Standardizirani koeficienti		t	p	Statistike kolinearnosti	
	B	Standardna napaka	$\beta$				Toleranca	VIF
Konstanta	0,29	0,91			0,32	0,75		
Lestvica narcisistične grandioznosti NaGS	0,29	0,09	0,25		3,41	0,00	0,59	1,70
Lestvica psihološke upravičenosti PES	0,05	0,10	0,04		0,51	0,61	0,56	1,79
Lestvica prikritega narcizizma HSNS	0,55	0,12	0,38		4,78	0,00	0,51	1,96
Rosenbergova lestvica samospoštovanja RSES	-0,09	0,10	-0,07		-0,87	0,38	0,53	1,88
Varen stil navezanosti	0,14	0,06	0,18		2,39	0,02	0,56	1,79
Plašljiv stil navezanosti	0,06	0,05	0,08		1,12	0,26	0,62	1,61
Preokupiran stil navezanosti	0,06	0,05	0,08		1,24	0,22	0,73	1,38
Odklonilen stil navezanosti	-0,07	0,05	-0,10		-1,54	0,13	0,79	1,28
Starost	0,00	0,01	-0,01		-0,19	0,85	0,88	1,13
Spol moški	0,20	0,25	0,05		0,79	0,43	0,95	1,05

*Opombe:* koeficienti – odvisna spremenljivka: lestvica samopredstavljanja PSAFU.

Model smo želeli čim bolj poenostaviti oziroma obdržati samo spremenljivke, ki imajo statistično značilni vpliv. Zato smo nato po vzratni metodi »Stepwise« (metoda postopne izbire) iz modela postopno odstranjevali spremenljivke glede na najnižjo vrednost (po absolutni vrednosti) spremenljivke t. Na posameznem koraku smo torej izločili tisto spremenljivko, ki je pojasnila najmanjši delež preostale variance odvisne spremenljivke.

Ker smo v model vključili tudi dihotomizirano spremenljivko, smo to naredili postopoma v več korakih. Najprej smo odstranili spremenljivko psihološka upravičenost in nadalje spremenljivko starost. V naslednjem koraku smo izločili spremenljivko samospoštovanje in nadalje spremenljivko spol. V nadaljevanju smo nato izločili še spremenljivke preokupiran stil navezanosti, plašljiv stil navezanosti in kot zadnjo spremenljivko varen stil navezanosti. V nadaljevanju navajamo in opisujemo končni model.

**Tabela 4.34: Povzetek modela večkratne regresijske analize**

R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> prilagojeni	St. napaka ocene	R <sup>2</sup> sprememba	F sprememba (p)	sp1	sp2	Durbin-Watson
0,52 <sup>a</sup>	0,27	0,26	1,23	0,27	29,81 (0,00)	3	246	1,94

*Opombe:* a. Prediktorji (konstanta): lestvica narcisistične grandioznosti NaGS, lestvica prikritega narcizizma HSNS, odklonilen stil navezanosti.

b. Odvisna spremenljivka: lestvica samopredstavljanja PSAFU.

Glede na rezultate večkratne regresijske analize je determinacijski koeficient  $R^2$  0,27, kar pomeni, da lahko z vključenimi spremenljivkami pojasnimo 27 % variance odvisne spremenljivke (lestvica samopredstavljanja PSAFU). Pomembno je upoštevati tudi Durbin–Watson test, test preverjanja serijskih korelacij med napakami v regresijskih modelih. Test preverja, ali so sosednji reziduali povezani med sabo, kar je uporabno pri ocenjevanju domneve o neodvisnih napakah. Razpon statistike tega testa se lahko giba med 0 in 4 (dopustne so vrednosti med 1 in 3), pri čemer vrednost 2 pomeni, da so reziduali nepovezani. Vrednost, višja od 2, nakazuje negativno povezanost med sosednjimi reziduali, medtem ko vrednost pod 3 nakazuje pozitivno povezanost (Field 2009). Vrednost statistike Durbin-Watson je v našem regresijskem modelu 1,94, torej zelo blizu vrednosti 2, kar nakazuje, da so reziduali nepovezani oziroma rahlo pozitivno povezani.

**Tabela 4.35: Enosmerna analiza variance – ANOVA končnega modela večkratne regresijske analize**

	Vsota kvadratov	sp	Povprečni kvadrat	F	p
Regresija	136,05	3	45,35	29,81	0,00 <sup>b</sup>
Rezidual	374,28	246	1,52		
Skupaj	510,33	249			

*Opombe:* a. Odvisna spremenljivka: lestvica samopredstavljanja PSAFU.

b. Prediktorji (konstanta): lestvica narcisistične grandioznosti NaGS, lestvica prikritega narcizizma HSNS, odklonilen stil navezanosti, zaposlitveni status (dijaki in študenti ter zaposleni v primerjavi z brezposelnimi in drugimi).

P-vrednost enosmerne analize variance – ANOVE končnega modela večkratne regresijske analize je 0,00 ( $p < 0,05$ ), kar pomeni, da se naš model dobro prilega podatkom. Na osnovi večkratne regresijske analize dobimo naslednji model/regresijsko enačbo:  $PSAFU = 0,82 + 0,32 * NaGS + 0,63 * HSNS - 0,14 * odklonilen\ stil\ navezanosti$ .

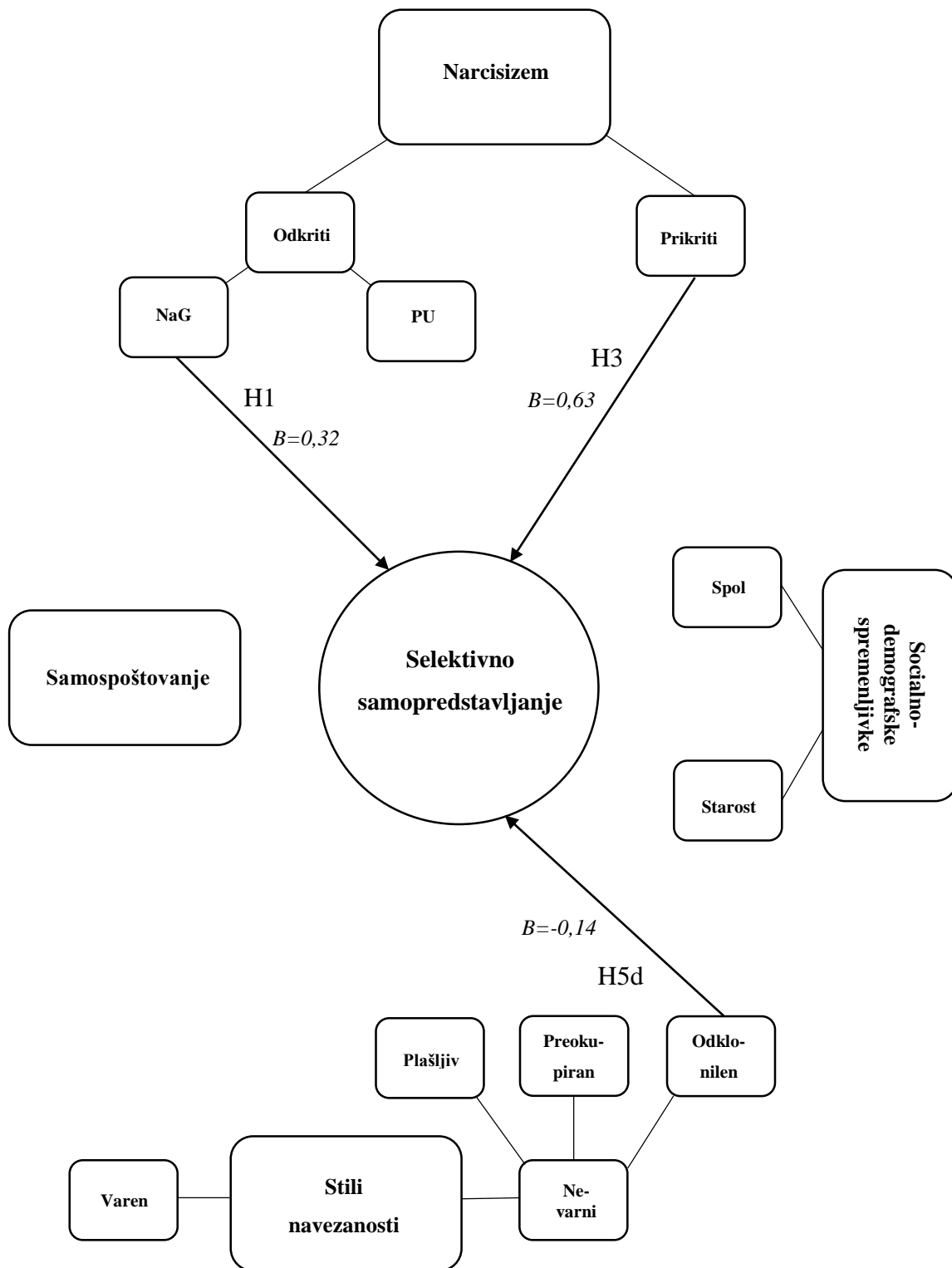
**Tabela 4.36: Končni model večkratne regresijske analize**

Prediktor	Nestandardizirani koeficienti		Standardizirani koeficienti		t	p	Statistike kolinearnosti	
	B	Standardna napaka	$\beta$				Toleranca	VIF
Konstanta	0,82	0,34			2,40	0,02		
Lestvica narcisistične grandioznosti NaGS	0,32	0,07	0,27		4,94	<b>0,00</b>	0,97	1,04
Lestvica prikritega narcizizma HSNS	0,63	0,08	0,44		7,74	<b>0,00</b>	0,94	1,06
Odklonilen stil navezanosti	-0,14	0,04	-0,18		-3,20	<b>0,00</b>	0,92	1,09

*Opombe:* koeficienti – odvisna spremenljivka: lestvica samopredstavljanja PSAFU.

Iz tabele 4.36 je razvidno, da so vsi regresijski koeficienti statistično značilni pri stopnji tveganja 5 %. Glede na navedeno regresijsko enačbo in tabelo velja naslednje: če se vrednost spremenljivke »lestvica narcisistične grandioznosti NaGS« poveča za 1 enoto, se vrednost na lestvici samopredstavljanja PSAFU poveča za 0,32. Če se vrednost spremenljivke »lestvica prikritega narcisizma HSNS« poveča za 1 enoto, se vrednost na lestvici samopredstavljanja PSAFU poveča za 0,63. Če ima anketirana oseba odklonilni stil navezanosti, se vrednost na lestvici samopredstavljanja PSAFU zmanjša za 0,14. Iz navedenih rezultatov ugotavljamo, da na selektivno samopredstavljanje na Facebooku vplivajo narcisistična grandioznost (pozitiven prediktor), prikriti narcisizem (pozitiven prediktor) in odklonilen stil navezanosti (negativen prediktor).

**Slika 4.3: Končni model odnosov med spremenljivkami**



\*Opomba: NaG – narcisistična grandioznost; PU – psihološka upravičenost

#### 4.4 PREVERJANJE HIPOTEZ

Na osnovi izvedenih analiz in pregleda rezultatov v prejšnjem poglavju v nadaljevanju preverjamo veljavnost postavljenih hipotez.

<b>Hipoteza</b>	<b>Status</b>
H1: Narcisistična grandioznost vpliva na samopredstavljanje na Facebooku.	Hipotezo potrdimo.
H2: Psihološka upravičenost vpliva na samopredstavljanje na Facebooku.	Hipotezo zavrnamo.
H3: Prikriti narcisizem vpliva na samopredstavljanje na Facebooku.	Hipotezo potrdimo.
H4: Samospoštovanje vpliva na samopredstavljanje na Facebooku.	Hipotezo zavrnamo.
H5: Stili navezanosti vplivajo na samopredstavljanje na Facebooku.	Hipotezo delno potrdimo.
H5a: Varen stil navezanosti vpliva na samopredstavljanje na Facebooku.	Hipotezo zavrnamo.
H5b: Plašljiv stil navezanosti vpliva na samopredstavljanje na Facebooku.	Hipotezo zavrnamo.
H5c: Preokupiran stil navezanosti vpliva na samopredstavljanje na Facebooku.	Hipotezo zavrnamo.
H5d: Odklonilen stil navezanosti vpliva na samopredstavljanje na Facebooku.	Hipotezo potrdimo.
H6: Socialno-demografske spremenljivke napovedujejo samopredstavljanje na Facebooku.	Hipotezo zavrnamo.
H6a: Spol napoveduje samopredstavljanje na Facebooku.	Hipotezo zavrnamo.
H6b: Starost napoveduje samopredstavljanje na Facebooku.	Hipotezo zavrnamo.

## 5 RAZPRAVA

V okviru pričujoče doktorske disertacije smo izvedli obsežno analizo pridobljenih podatkov, pri čemer v nadaljevanju izpostavljamo najpomembnejše. V okviru preverjanja opisnih statistik smo med drugim preverili porazdeljenost stilov navezanosti na našem vzorcu (kategorični del vprašalnika medosebnih odnosov RQ) in ugotovili, da se je skoraj polovica anketiranih (48 %) opredelilo kot varno navezanih. Zanimivo je, da smo v okviru naše raziskave dobili skoraj identične rezultate kot predhodno slovenski kolegi (Žvelc in Žvelc 2006), ki so na vzorcu slovenskih študentov preverjali stile navezanosti v odraslosti. Vidimo, da je odstotek varno navezanih popolnoma enak (48 %), prav tako odstotek oseb, ki so za prevladujoči stil izbrale plašljiv stil navezanosti (29 %), zelo blizu pa sta tudi odstotka za ostala dva stila navezanosti. In sicer se je v našem vzorcu kot preokupirane z odnosi opredelilo 11 % anketiranih, v slovenski raziskavi (Žvelc in Žvelc 2006) pa 13 %. Odklonilen stil navezanosti je v našem vzorcu izbralo 12 % oseb, v omenjeni raziskavi pa 10 %. Neenaka distribucija posameznikov glede na stil navezanosti je skupna raziskavam na področju navezanosti (Bartholomew in Horowitz 1991; Simon in Baxter 1993; Bippus in Rollin 2003; Karairmak in Duran 2008). Rezultate, pridobljene v kategoričnem delu vprašalnika medosebnih odnosov RQ, bi bilo glede na to, da smo dobili zelo podobne rezultate kot predhodna slovenska raziskava (Žvelc in Žvelc 2006), zanimivo preveriti na slovenskem reprezentativnem vzorcu.

Preverili smo tudi opisne statistike za sklop vprašanj, ki se nanašajo na aktivnost na spletnem socialnem omrežju Facebook. Ugotovili smo, da ima 29 % anketiranih 101–250 prijateljev in 35 % oseb 251–500 prijateljev, to pomeni, da ima večina anketiranih veliko število prijateljev na tem omrežju. Glede na ostale podatke o pogostosti aktivnosti na Facebooku lahko sklepamo, da naš vzorec sestavljajo bolj pasivni uporabniki Facebooka. Zanje je značilno, da se (zelo) pogosto prijavijo v to spletno socialno omrežje, pregledujejo objave drugih, jih dokaj pogosto všečkajo, občasno komentirajo in redko tudi delijo. Ostale aktivnosti, ki od uporabnikov zahtevajo udejstvovanje in razkrivanje informacij o sebi in deljenje z drugimi v svojem omrežju, kot je posodabljanje svojega statusa, menjava profilne fotografije, označevanje na fotografijah in objavljanje selfijev, so prisotne v precej manjšem obsegu.

Analiza povezanosti med proučevanimi koncepti je postregla z nekaj zanimivimi ugotovitvami. Ugotovili smo pozitivno povezanost lestvice samopredstavljanja PSAFU z lestvico

narcisistične grandioznosti NaGS ( $r = 0,32$ ), lestvico psihološke upravičenosti PES ( $r = 0,33$ ), lestvico prikritega narcisizma HSNS ( $r = 0,42$ ) ter plašljivim in preokupiranim stilom navezanosti ( $r = 0,21$ ), negativno pa z Rosenbergovo lestvico samospoštovanja ( $r = -0,18$ ). Povezanost selektivnega samopredstavljanja na Facebooku z narcisistično grandioznostjo in psihološko upravičenostjo kot bistvenima komponentama odkritega narcisizma oziroma konceptoma, v okvir katerih naj bi se razvrščale različne narcisistične lastnosti (Kocjan Žager in Avsec 2013), je smiselna in se povezuje z nekaterimi predhodnimi ugotovitvami raziskav, ki so ugotovile povezanost med osebnostno lastnostjo narcisizma in samopredstavljanjem na spletnih socialnih omrežjih (Buffardi in Campbell 2008; Bergman in drugi 2011; Ong in drugi 2011; Carpenter 2012; Wang in drugi 2012). Bolj kot se oseba poslužuje selektivnega samopredstavljanja na Facebooku, višje stopnje na obeh navedenih komponentah narcisizma dosega. Pri merjenju selektivnega samopredstavljanja na Facebooku v okviru pričujoče raziskave smo se osredotočali na posameznikovo samopredstavitveno udejstvovanje, ki poteka pri različnih aktivnostih na tem spletnem socialnem omrežju (npr. dinamika objavljanja informacij o sebi in fotografij, dinamika ustvarjanja vtisov z objavami in profilom ter njegovim urejanjem, pridobivanje pozornosti itd.), ki se konceptualno dotikajo koncepta odkritega narcisizma, zato je omenjena pozitivna povezanost še toliko bolj smiselna.

Zanimiva je precej močna pozitivna povezanost med selektivnim samopredstavljanjem na Facebooku in prikritim narcisizmom, hkrati pa ni bila potrjena nobena povezava med prikritim narcisizmom in pogostostjo aktivnosti na Facebooku. To bi delno lahko potrdilo naša pričakovanja, da bi bilo glede na bolj slabo prilagodljivo naravo prikritega narcisizma verjetno pričakovati, da bi lahko ta tip narcisizma doživljal več težav z uporabo interneta. Ugotovitve se skladajo tudi z eno od študij (Ljepava in drugi 2013), v kateri so ugotovili, da so odkriti narcisi bolj verjetno pogosti uporabniki Facebooka, medtem ko prikriti narcisi bolj verjetno Facebooka sploh ne uporabljajo. Hkrati je možno visoko povezavo prikritega narcisizma s selektivnim samopredstavljanjem na Facebooku interpretirati kot poskus ranljivih oseb (oziroma oseb s prikrito obliko narcisizma), ki imajo sicer slabše razvite strategije samopoudarjanja kot osebe z odkrito obliko narcisizma, da na tem spletnem socialnem omrežju iščejo zunanje povratne informacije oziroma zunanje potrditve ostalih uporabnikov omrežja, na kar se pogosto zanašajo pri regulaciji svojega samospoštovanja. Čeprav povezave prikritega narcisizma in pogostosti uporabe, števila prijateljev in pogostosti ostalih aktivnosti na Facebooku niso značilne, značilna pa je povezava te spremenljivke s selektivnim samopredstavljanjem na Facebooku, se zdi, kot da prikriti narcisi sicer pripisujejo večjo pozornost selektivnemu samopredstavljanju, s čimer

gradijo občutek svoje pomembnosti, a zaradi svoje krhke, inhibirane, sramežljive in hipersenzitivne narave niso tako aktivni na omrežju. Sklepali bi lahko, da večji pomen (selektivnemu) samopredstavljanju pripisujejo, ko se udeležujejo na omrežju, na katerem dobijo pozornost, po kateri hlepijo, hkrati pa so zaradi dovzetnosti za kritiko in neuspeh (Ronningstam 2009, 113) v izogib slednjemu verjetno bolj pozorni na to, kakšno podobo o sebi posredujejo drugim uporabnikom omrežja. Ker prikriti narcisistični posamezniki zaradi šibke narave svojega samospoštovanja doživljajo veliko večjo anksioznost pri razvoju odnosov z drugimi, jim nadzorovano okolje spletnega socialnega omrežja lahko pomaga pri slednjem, saj lahko popolnoma prilagodijo svojo samopredstavitev in tako vplivajo na podobo, ki si jo drugi ustvarijo o njih.

Negativna povezava med selektivnim samopredstavljanjem in samospoštovanjem je bila tudi pričakovana. Čeprav so ugotovitve obstoječih raziskav deljene, saj nekatere raziskave niso ugotovile nobene povezave, druge ugotavljajo pozitivno, spet tretje negativno povezavo med samopredstavljanjem in samospoštovanjem, se naše ugotovitve skladajo z izsledki slednjih. Skladno s preteklimi raziskavami tudi naši rezultati nakazujejo, da spletna socialna omrežja med drugim predstavljajo okolje za regulacijo posameznikovega samospoštovanja, predvsem z vzajemnimi potrditvami souporabnikov omrežja v obliki povratnih informacij, kot so všečki, (pozitivni) komentarji, prošnje za prijateljstvo itd. od pomembnih drugih v spletnem okolju (Yang in Brown 2016) ter v luči selektivnega samopredstavljanja, ki pomaga predstaviti idealno podobo uporabnikov samih ostalim uporabnikom (Gonzales in Hancock 2011). Uporabniki z nizkim samospoštovanjem se v primeru, ko menijo, da so izpostavljeni informacijam, ki ogrožajo njihov občutek lastne vrednosti, lahko poslužijo pristopov za njegovo ohranjanje (npr. brisanje komentarjev, odznačevanje s fotografij) (Attrill 2015). Facebook uporabnikom z nizkim samospoštovanjem lahko pomaga pri kompenzaciji njihovega nizkega samospoštovanja (Ellison in drugi 2007; Zywica in Danowski 2008). Osebe z nizkim samospoštovanjem tako lahko občutja lastne vrednosti izboljšajo s prejetjem zelenih komentarjev drugih, pridobivanjem všečkov ali pozitivnih povratnih informacij na fotografije in posodobitve statusov. Uporabniki z visokim samospoštovanjem pa lahko slednjega na enak način ohranjajo ali povišajo (Attrill 2015). Osebe z nizkim samospoštovanjem naj bi raje uporabljale računalniško posredovano komunikacijo kot komunikacijo iz oči v oči, še posebno, ko zaznajo možno tveganje v komunikacijskem kontekstu (Joinson 2004), kar bi lahko pripisali ugodnostim, ki jih prinaša računalniško posredovana komunikacija, kot je večji nadzor nad tempom interakcije in prenosom negativnih socialnih ključev (na primer živčnost). Tudi sicer



naj bi uporaba Facebooka povečevala samospoštovanje (Steinfeld in drugi 2008; Gonzales in Hancock 2011). Izpostavljenost posameznikovemu lastnemu profilu na Facebooku ali njegovo urejanje prav tako lahko vodita v povečano samospoštovanje (Gentile in drugi 2012; Toma 2013), pri čemer na to povezavo vplivajo povratne informacije, ki jih uporabniki prejmejo od svojih Facebook prijateljev (Yang in Brown 2016). Raziskave so sicer tudi ugotovile, da osebe z nižjim samospoštovanjem večkrat preverjajo Facebook (Mehdizadeh 2010) in na njem preživijo več časa kot osebe z višjim samospoštovanjem (Mehdizadeh 2010; Kalpidou in drugi 2011; Vogel in drugi 2014), vendar naša raziskava teh povezav ni odkrila.

Pozitivna povezava selektivnega samopredstavljanja s plašljivim in preokupiranim stilom navezanosti dopolnjuje dosedanja dognanja. Osebe s plašljivim stilom navezanosti imajo negotov pogled nase in druge ter drugim v svetu zunaj interneta težje zaupajo, zato domnevamo, da jim spletna socialna omrežja kot medij računalniško posredovane komunikacije omogočajo lažje navezovanje stikov ter lažje izražanje njih samih, njihovih občutkov, čustev in na splošno lajšajo interakcijo z drugimi. Domnevamo, da se te osebe pri posredovani interakciji z drugimi (na distanci) počutijo bolj varne, kot bi se na štiri oči. Podobno kot predhodne raziskave (npr. Oldmeadow in drugi 2013) sklepamo, da posamezniki s plašljivim stilom navezanosti posebno pozornost posvečajo (selektivnemu) samopredstavljanju, ker pričakujejo in jih je hkrati strah zavrnitve drugih. Čeprav si sicer želijo čustveno tesnih odnosov, tega ne udeležujejo, ker se preveč bojijo, da bi bili prizadeti (Årseth in drugi 2009). Ker so ti posamezniki bolj zaskrbljeni glede tega, kako jih dojemajo drugi uporabniki Facebooka (Oldmeadow in drugi 2013), in bolj občutljivi na kritiko (Brennan in drugi 1998), so lahko socialne interakcije prek Facebooka (Oldmeadow in drugi 2013), nadzor nad (selektivnim) samopredstavljanjem ter generiranje pozitivnih povratnih informacij sodelavcev za njih še posebej privlačni (Oldmeadow in drugi 2013; Hart in drugi 2015). Zaradi tega naj bi se te osebe v večji meri posluževale socialne interakcije prek Facebooka (Oldmeadow in drugi 2013), pri čemer občutek anksioznosti verjetno zmanjšujejo z nadzorovanim selektivnim samopredstavljanjem.

V predhodnih raziskavah nismo zasledili bolj podrobnih podatkov o vedenju oseb s preokupirano navezanostjo v okviru Facebooka. Za te osebe je značilen negativni delovni model sebe in pozitivni delovni model drugih. Ker imajo te osebe občutek ne-vrednosti oziroma neljubljenosti, druge pa ocenjujejo pozitivno ter so »odvisne« od povratnih informacij drugih (Bartholomew in Horowitz 1991), domnevamo, da jim Facebook služi predvsem za namen selektivnega samopredstavljanja in prek tega za iskanje povratnih informacij oziroma potrditev

s strani drugih uporabnikov. Ker se preokupirano navezane osebe bojijo zapuščenosti ter se želijo čustveno zblížati z drugimi ljudmi, ob čemer jih pogosto skrbi, da jim drugi tega ne bodo vzajemno vračali (Bartholomew in Horowitz 1991), menimo, da bi jim Facebook lahko služil tudi za grajenje in ohranjanje odnosov.

Poleg povezav med selektivnim samopredstavljanjem in proučevanimi koncepti so nas zanimale tudi povezave med drugimi proučevanimi koncepti. Najprej navajamo ugotovitve v povezavi z lestvicami za merjenje narcisizma. Ugotovili smo pozitivno povezanost lestvice narcisistične grandioznosti NaGS z omenjeno lestvico samopredstavljanja PSAFU, lestvico psihološke upravičenosti PES ( $r = 0,52$ ), Rosenbergovo lestvico samospoštovanja RSES ( $r = 0,26$ ), varnim ( $r = 0,15$ ) in odklonilnim stilom navezanosti ( $r = 0,17$ ). Visoka in pozitivna povezava med narcisistično grandioznostjo in psihološko upravičenostjo je pričakovana, saj obe merita konstrukt narcisizma in kot omenjeno predstavljata dve bistveni komponenti odkritega narcisizma. Grandioznost in upravičenost sta pomembna, a med seboj različna elementa maladaptivne oziroma patološke oblike narcisizma (Brown in drugi 2009). Grandioznost »predstavlja intrapersonalni vidik, povezan s samopomembnostjo, upravičenost pa interpersonalni vidik sebe v odnosu do drugih« (Kocjan Zager in Avsec 2013, 155). Tako naj bi obe uporabljeni lestvici dobro zajeli intra- in interpersonalne lastnosti narcisizma (Campbell in drugi 2004; Rosenthal in drugi 2007). Avtorji lestvic navajajo visoko pozitivno korelacijo med omenjenima lestvicama ( $r = 0,44$ ), ki sicer z vidika določenih osebnostnih lastnosti, čustev in vedenj delujeta neodvisno (Kocjan Zager in Avsec 2013). Tudi slovenska raziskava navaja visoko pozitivno povezanost med lestvicama ( $r = 0,62$ ). Zanimiva je tudi povezava lestvice narcisistične grandioznosti NaGS in lestvice prikritega narcisizma HSNS ( $r = 0,36$ ), saj gre pri tem spet za drugi vidik narcisizma. Medtem ko s konceptoma narcisistične grandioznosti in psihološke upravičenosti preverjamo odkriti narcisizem, s to lestvico preverjamo prikriti narcisizem. Pozitivna povezanost ( $r = 0,24$ ) med omenjenima vidikoma narcisizma je bila ugotovljena v predhodnih raziskavah (Crowe in drugi 2016).

Pozitivna povezava narcisistične grandioznosti s samospoštovanjem je deloma pričakovana, deloma presenetljiva zaradi neskladnih ugotovitev raziskav, pri čemer zasledimo podatke, tako o pozitivni povezanosti narcisizma in samospoštovanja (Emmons 1984, 1987; Raskin in Terry 1988; Raskin in drugi 1991; Watson in drugi 1998; Campbell 2001; Brown in Zeigler-Hill 2004; Zorjan in Košir 2012) kot o negativni (Watson in drugi 1996; Sawrie in drugi 1997; Soyer in drugi 2001; Rose 2002). Čeprav naš rezultat nakazuje, da pri bolj narcisističnih posameznikih

(dosežena višja stopnja narcisizma) lahko pričakujemo višje samovrednotenje, ga težje posplošimo oziroma primerjamo s preteklimi raziskavami, saj je večina slednjih za merjenje narcisizma uporabila vprašalnik narcisizma NPI, ki zajema tako vidik narcisistične grandioznosti kot psihološke upravičenosti. Tako bi morali pri primerjavi upoštevati oba omenjena vidika narcisizma, kar pa ni možno, saj ugotavljamo, da povezava med psihološko upravičenostjo in samospoštovanjem, ki je sicer negativna, ni statistično značilna.

Presenetljiva je povezanost narcisistične grandioznosti z varnim stilom navezanosti, saj z vidika teorije navezanosti na tovrstno patologijo oziroma pretirano izražene poteze gledamo kot na rezultat negotovih delovnih modelov, ki so postali relativno togi in zaprti za nove informacije, zaradi česar posameznik doživlja precejšnjo stisko na področju socialnega, poklicnega in odnosnega delovanja (Lyddon in Sherry 2001). Na narcisizem lahko gledamo tudi kot na posledico neuspeha varne navezave otroka s svojimi starši/skrbniki. Zaradi tega se (v nasprotju z omenjeno povezavo narcisistične grandioznosti z varnim stilom navezanosti) zdi bolj smiselna naslednja povezava med narcisistično grandioznostjo in odklonilnim stilom navezanosti. To so nakazale tudi nekatere predhodne raziskave, ki so odklonilno navezanost povezovala z narcisistično osebnostno motnjo (Bowlby 1973; Levy 2005) oziroma oblike ne-varne navezanosti z višjimi stopnjami narcisizma (Pistole 1995). Čeprav se v naši raziskavi navezujemo na narcisizem kot osebnostno potezo oziroma lastnost, lahko omenjene izsledke preteklih raziskav prenesemo tudi na naše ugotovitve.

Poleg navedenih raziskav smo ugotovili tudi pozitivno povezanost prikrita narcisizma s plašljivim ( $r = 0,38$ ), preokupiranim ( $r = 0,43$ ) in odklonilnim stilom navezanosti ( $r = 0,23$ ), torej z vsemi tremi ne-varnimi oblikami navezave, ter negativno povezanost z varnim stilom navezanosti ( $r = -0,40$ ). Ker je osnovni mehanizem, ki leži pod ranljivostjo posameznikov s prikritim narcisizmom, zelo podoben mehanizmu odkritega narcisizma (odkrito predstavljanje s sramežljivostjo, zadrego in celo navidezno empatijo, pod čemer se nahaja prikrto jedro, organizirano okrog grandioznih pričakovanj in upravičenosti) (Dickinson in Pincus 2003), se opiramo na izsledke študij, ki so proučevale povezanost odkritega narcisizma in narcisistične osebnostne motnje z navezanostjo, ki so nakazale na povezavo med negotovostjo v navezanosti in patologijo osebnosti (Levy 2005).

Zanimiv je tudi podatek, da se prikriti narcisizem negativno povezuje tudi s samospoštovanjem ( $r = -0,48$ ), medtem ko smo predhodno ugotovili, da je v okviru naše raziskave prisotna

pozitivna povezanost med samospoštovanjem in narcisistično grandioznostjo. Morda bi s tem lahko pojasnili nekonsistentne ugotovitve glede povezanosti samospoštovanja in narcisizma oziroma lahko ti dve ugotovitvi nakazujeta na različno dinamiko med samospoštovanjem in obema navedenima oblikama narcisizma. Pretekle raziskave navajajo, da imajo ljudje z visokimi stopnjami prikritega narcisizma nizko samospoštovanje (Miller in drugi 2011), prikriti narcistični posamezniki pa naj bi zaradi šibke narave svojega samospoštovanja doživljali veliko večjo anksioznost pri razvoju odnosov z drugimi.

Ker vemo, da zgodnje izkušnje in odnosi s pomembnimi drugimi vplivajo na oblikovanje posameznikovega samospoštovanja oziroma da so po teoriji navezanosti prepričanja in občutja o sebi, predvsem socialno in globalno samospoštovanje, opredeljena z odzivnostjo okolja (Hazan in Shaver 1994), je zanimiva tudi pozitivna povezanost samospoštovanja z varnim stilom navezanosti ( $r = 0,44$ ) in negativna s plašnim ( $r = -0,42$ ) in preokupiranim stilom navezanosti ( $r = -0,44$ ). Precej raziskav nakazuje, da je varna navezanost povezana z višjim samospoštovanjem oziroma splošnimi občutki lastne vrednosti (npr. Cassidy 1988; Collins in Read 1990; Feeney in Noller 1990; Bartholomew in Horowitz 1991; Bringle in Bagby 1992; Bylsma in drugi 1997; Mickelson in drugi 1997; Bennett 2006; Huis in drugi 2011; Doinita 2015), kar potrjujejo tudi naši izsledki. Ugotovitve o povezanosti ne-varnih stilov navezanosti in samospoštovanja pa nakazujejo povezanost varne in odklonilne navezanosti (pri obeh pozitivni delovni modeli sebe) in višjega globalnega samospoštovanja v primerjavi s povezanostjo anksiozne ali preokupirane navezanosti (pri obeh negativni delovni modeli sebe) z nižjim samospoštovanjem. To potrjujejo tudi naše ugotovitve glede na negativno povezanost samospoštovanja s plašnim in preokupiranim stilom navezanosti, ki imata oba prisotne negativne modele sebe. Osebe s preokupiranim stilom navezanosti in osebe z nizkim samospoštovanjem imajo skupen negativen pogled nase. Glede na to, da sebe vrednotijo negativno in so lahko mnenja, da jih bodo tako ovrednotili tudi drugi ali jih ignorirali, je zanimivo, da uporabljajo spletna socialna omrežja. Ob dejstvu, da so naši rezultati pokazali statistično značilno povezavo nižjega samospoštovanja in preokupiranega stila navezanosti s selektivnim samopredstavljanjem na Facebooku, to lahko nakazuje, da se te osebe resnično trudijo za ta način samopredstavljanja. Povezava ob upoštevanju lastnosti oseb z nizkim samospoštovanjem in preokupiranim stilom navezanosti nakazuje, da se te osebe v okolju spletnega socialnega omrežja ne izražajo pristno, ker se tako počutijo oziroma ker v tem okolju lahko izražajo svoje želeno sebstvo, ampak se s selektivnim samopredstavljanjem trudijo, da bi jih drugi zaznali kot dobre. Tako ima spletno omrežje v tem primeru za te osebe lahko vlogo

komunikacijskega kanala, prek katerega dobijo svojo pozornost in naklonjenost drugih, po kateri hrepenijo.

Nenazadnje omenjamo še povezanost kontrolnih spremenljivk, ki merijo pogostost aktivnosti na Facebooku, z ostalimi, osrednjimi vsebinskimi spremenljivkami. Lestvica samopredstavljanja PSAFU se v okviru naše raziskave pričakovano pozitivno povezuje z večino postavk, ki merijo aktivnost na Facebooku, z izjemo postavk 5 (*Kako pogosto objavite »selfi«?*) in 8 (*Kako pogosto delite vsebine drugih?*). Z 1 % tveganjem lahko trdimo, da se ob zvišanju vrednosti selektivnega samopredstavljanja povečuje tudi pogostost posameznih aktivnosti na Facebooku, vključno s številom prijateljev, ki jih ima oseba na tem spletnem socialnem omrežju, in obratno. Iz pričujoče povezave ni razvidno, kateri dejavnik vpliva na drugega, zato bi bilo odnose med njimi smiselno preveriti v okviru ločene regresijske analize. Nepričakovana je odsotnost statistično značilne povezave med selektivnim samopredstavljanjem in pogostostjo objavljanja selfijev. Glede na pretekle ugotovitve (Diefenbach in Christoforakos 2017), ki so selfije povezale s strategijami samopredstavljanja, kot sta samopromocija in samorazkrivanje posameznika, bi podoben rezultat pričakovali tudi v okviru naše raziskave. Nadalje ugotavljamo pozitivno povezanost lestvice narcisistične grandioznosti NaGS s postavko, ki meri, kako pogosto se oseba na Facebooku označi na fotografijah ( $r = 0,16$ ). Glede na to, da je za (odkrite) narcise značilna napihnjena, pozitivna in nerealna samopodoba, pomanjkanje zanimanja za oblikovanje močnih medosebnih odnosov in posluževanje samoregulativnih strategij z namenom potrjevanja pozitivne samopodobe (Campbell in Foster 2007), se zdi označevanje na fotografiji logičen »ukrep« za namen regulacije in pozitivnosti samopodobe ali potrjevanje njihovega narcisističnega ugleda (Raskin in drugi 1991; Campbell 1999; Morf in Rhodewalt 2001; Campbell in drugi 2006). Omenimo naj še povezave med postavkami, ki merijo pogostost aktivnosti na Facebooku. Pričakovano so vse pozitivne in statistično značilne, kar lahko nakazuje na to, da merijo skupen vidik, torej pogostost posameznih aktivnosti na spletnem socialnem omrežju Facebook in število uporabnikovih prijateljev znotraj omrežja. Dodatno naše ugotovitve potrjujejo dognanja, da so višje stopnje (selektivnega) samopredstavljanja na Facebooku med drugim povezane z večjim številom prijateljev in pogostejšo uporabo omrežja (Mehdizadeh 2010). To potrjuje tudi visoka, pozitivna povezanost med lestvico samopredstavljanja PSAFU in postavkami, ki merijo aktivnosti na spletnem socialnem omrežju Facebook, kar nakazuje, da se v naši raziskavi bolj aktivni uporabniki spletnega socialnega omrežja Facebook (pogosta uporaba posameznih

aktivnosti na omrežju) tudi bolj selektivno samopredstavljajo oziroma se v večji meri posvečajo ustvarjanju vtisov pri drugih souporabnikih omrežja.

Ker smo v dosedanjih raziskavah zasledili podatke o pomembnih demografskih razlikah, smo v nadaljevanju preverjali tudi prisotnost razlik med spoloma, starostnima skupinama, najvišjo formalno doseženo stopnjo izobrazbe, zaposlitvenim statusom in zakonskim stanom. Med spoloma smo ugotovili prisotnost statistično značilnih razlik le pri lestvici psihološke upravičenosti PES, kjer so moški ( $M_m = 3,57$ ,  $SD_m = 1,10$ ) dosegali višje vrednosti psihološke upravičenosti kot ženske ( $M_ž = 3,03$ ,  $SD_ž = 1,10$ ), kar dopolnjuje ugotovitve predhodnih študij, ki so prav tako nakazale na višje vrednosti narcisizma pri moških kot pri ženskah (Foster in drugi 2003; Grijalva in drugi 2015). Ugotovili smo tudi statistično značilne razlike pri plašljivem stilu navezanosti, kjer so ženske ( $M_ž = 3,75$ ,  $SD_ž = 1,97$ ) dosegale višje vrednosti kot moški ( $M_m = 3,00$ ,  $SD_m = 1,62$ ), kar prav tako dopolnjuje predhodne ugotovitve (npr. Karairmak in Duran 2008).

Preverjali smo tudi razlike med starostnima skupinama, pri čemer smo mejo zaradi omenjenih razlogov (v poglavju z rezultati in interpretacijo) postavili pri 29. oziroma 30. letu starosti. Ugotovili smo prisotnost statistično značilnih razlik med starostnima skupinama na lestvici prikritega narcisizma HSNS, lestvici samospoštovanja RSES, pri plašljivem stilu navezanosti in preokupiranem stilu navezanosti. Na lestvici prikritega narcisizma HSNS ( $M_1 = 3,90$ ,  $SD_1 = 0,99$ ;  $M_2 = 3,48$ ,  $SD_2 = 0,91$ ), pri plašljivem ( $M_1 = 4,08$ ,  $SD_1 = 1,94$ ;  $M_2 = 3,29$ ,  $SD_2 = 1,89$ ) in preokupiranem stilu navezanosti ( $M_1 = 3,24$ ,  $SD_1 = 1,89$ ;  $M_2 = 2,49$ ,  $SD_2 = 1,70$ ) so osebe, stare do 29 let, dosegale višja povprečja od oseb, starih 30 let in več, na Rosenbergovi lestvici samopredstavljanja RSES pa so osebe, stare do 29 let ( $M_1 = 5,00$ ,  $SD_1 = 1,09$ ;  $M_2 = 5,34$ ,  $SD_2 = 1,04$ ), dosegale nižja povprečja od starejše skupine. Ugotovitve nakazujejo na to, da so mlajše generacije bolj narcisistične, bolj negotovo navezane in imajo nižje samospoštovanje kot starejše. Podatkov o navezanosti mlajših generacij nismo zasledili. Smo pa zasledili raziskave, ki potrjujejo naše ugotovitve glede narcisističnosti mlajših generacij (npr. Campbell in Twenge 2015). Narcisizem naj bi se povečeval tudi zaradi generacijskih vrednot (Bergman in drugi 2011). Današnje mlajše generacije na primer kažejo močno potrebo po poročanju o svojih aktivnostih in verjamejo, da njihovo občinstvo na spletnih socialnih omrežjih zanima, kaj se dogaja z njimi (Rosen in drugi 2010), kar predstavlja dva osrednja simptoma diagnostičnih kriterijev narcisistične osebnostne motnje (Rosen in drugi 2013).

Pri ugotavljanju razlik med izobrazbenimi skupinami so rezultati analiz pokazali, da so statistično značilne razlike prisotne pri lestvici narcisistične grandioznosti NaGS, varnem stilu navezanosti ter Rosenbergovi lestvici samospoštovanja RSES. Tako pri obeh omenjenih lestvicah kot pri varnem stilu navezanosti so statistično značilne razlike prisotne med skupinama udeležencev z doseženo poklicno, srednješolsko oziroma gimnazijsko izobrazbo ter udeležencev z doseženo višjo stopnjo (ali več) izobrazbe. Pri tem ugotavljamo, da so povprečja oseb z doseženo višjo stopnjo (ali več) izobrazbe tako na lestvici narcisistične grandioznosti NaGS ( $M = 3,06$ ,  $SD = 1,20$ ) in Rosenbergovi lestvici samospoštovanja RSES ( $M = 5,41$ ,  $SD = 0,91$ ) kot tudi pri varnem stilu navezanosti ( $M = 5,08$ ,  $SD = 1,80$ ) višja od povprečij oseb s poklicno, srednješolsko oziroma gimnazijsko izobrazbo (NaGS:  $M = 2,64$ ,  $SD = 1,19$ ; RSES:  $M = 4,80$ ,  $SD = 1,22$ ; RQ:  $M = 4,41$ ,  $SD = 1,99$ ). Razlik znotraj skupin pri ostalih proučevanih konceptih nismo ugotovili. Naše ugotovitve lahko navežemo na predhodne raziskave, ki ugotavljajo, da sedanje generacije (študentov) dosegajo značilno višje stopnje narcisizma kot študentje v preteklih obdobjih (Twenge in drugi 2008; Westerman in drugi 2012). Omenjen porast narcisizma med generacijo t. i. milenijcev sproža številna vprašanja v povezavi z visokošolsko izobrazbo (Bergman in drugi 2010), saj narcisi pogosto kažejo presenetljiv občutek upravičenosti in napihnjjenih pričakovanj. Ena od raziskav, izvedenih med študenti, je na primer ugotovila statistično značilno pozitivno povezanost med narcisizmom in akademsko upravičenostjo, pri čemer je 66 % študentov verjelo, da bi jim njihov profesor moral nameniti posebno pozornost, če bi mu povedali, da se zelo trudijo (Greenberger in drugi 2008). Zanimive so tudi naše ugotovitve glede statistično značilnih razlik v samospoštovanju med izobrazbenima skupina srednje in visoke izobrazbe. Samospoštovanje predstavlja ključni element zaupanja in motivacije, ki ju otroci potrebujejo za vključevanje in udejstvovanje v izobraževanju (Ferkany 2008), iz česar lahko sklepamo, da se osebe z višjim samospoštovanjem v večji meri udeležujejo v izobraževanju in posledično pridobijo višjo stopnjo izobrazbe, kar so potrdile tudi pretekle raziskave (Marsh in drugi 1999; Ahmad in drugi 2013). Lahko pa bi sklepali tudi obratno, in sicer da osebe, ki imajo višjo izobrazbo, dosegajo višje stopnje samospoštovanja. Razlike med navedenima izobrazbenima skupinama pri posameznikih z varnim stilom navezanosti so pričakovane in dopolnjujejo predhodna dognanja. Navezanost naj bi vplivala na šolski uspeh učencev, kar velja tako pri navezanosti na starše kot tudi na učitelje. Varna navezanost je povezana z višjimi ocenami in dosežki na standardiziranih testih (v primerjavi z ne-varnimi oblikami navezanosti). Povezana je tudi z boljšo emocionalno regulacijo, socialnimi kompetencami in pripravljenostjo spopadanja z izzivi, ki so povezani z višjimi oziroma boljšimi dosežki (Bergin in Bergin 2009). Čeprav varna navezanost med učencem in učiteljem, ki velja

za zelo pomembno, dandanes ne predstavlja prioritete na področju izobraževanja, je socialno-emocionalno blagostanje otrok povezano z dosežki. Kakovostno izobraževanje je tako rezultat zdravih odnosov vse od vrta do osnovne, srednje šole. Ena od raziskav predšolskih otrok je pokazala, da je odnos med učiteljem oziroma vzgojiteljem in učenci oziroma otroki bolj vplival na razvoj jezikovnih, socialnih in akademskih veščin kot drugi vidiki predšolskega okolja, kot na primer učni načrt, velikost razreda, razmerje med številom vzgojiteljev in otrok ter fizično okolje (Mashburn in drugi v Bergin in Bergin 2009).

Prav tako so nas zanimale razlike glede na zaposlitveni status in zakonski stan. Pri preverjanju razlik glede na zaposlitveni status smo ugotovili, da so statistično značilne razlike prisotne le pri Rosenbergovi lestvici samospoštovanja RSES in plašljivem stilu navezanosti. Ugotovili smo, da so na Rosenbergovi lestvici samospoštovanja RSES statistično značilne razlike prisotne med skupino zaposlenih, samozaposlenih anketirancev in anketirancev z drugo obliko zaposlitve ter brezposelnimi in drugimi anketiranci. Pri tem so zaposlene osebe (RSES:  $M = 5,39$ ,  $SD = 0,97$ ) dosegale višja povprečja kot brezposelni in drugi (RSES:  $M = 4,71$ ,  $SD = 1,22$ ), kar se zdi smiselno. Ob izgubi zaposlitve je posameznikova vrednostna komponenta samega sebe verjetno pred preizkušnjo, na kar nakazujejo tudi predhodne ugotovitve, ki pravijo, da je brezposelnost povezana s stopnjo samospoštovanja (Goldsmith in drugi 1997). Pri plašljivem stilu navezanosti pa so statistično značilne razlike prisotne med skupino zaposlenih, samozaposlenih anketirancev in anketirancev z drugo obliko zaposlitve ter dijaki in študenti, pri čemer so dijaki in študenti dosegali višja povprečja ( $M = 4,06$ ,  $SD = 1,91$ ) kot druga zaposlitvena skupina ( $M = 3,35$ ,  $SD = 1,85$ ).

Zanimivi so tudi izsledki preverjanja razlik glede na zakonski stan, pri čemer smo ugotovili, da so statistično značilne razlike med skupino samskih oseb in oseb v zvezi prisotne le pri varnem ( $t(241) = -2,15$ ,  $p = 0,02$ ) in pri plašljivem stilu navezanosti ( $t(240) = 1,85$ ,  $p = 0,03$ ), pri čemer so varno navezane osebe, ki so v zvezi, dosegale višja povprečja ( $M = 5,01$ ,  $SD = 1,91$ ) kot samske osebe ( $M = 4,47$ ,  $SD = 1,78$ ), medtem ko je bilo pri osebah s plašljivim stilom navezanosti ravno obratno, in sicer so samske osebe dosegale višja povprečja ( $M = 3,98$ ,  $SD = 1,96$ ) kot osebe v zvezi ( $M = 3,49$ ,  $SD = 1,92$ ). Rezultati se z vidika teorije navezanosti in opisov varno in anksiozno navezanih oseb zdijo smiselni. Tudi predhodne raziskave, ki so proučevale stile navezanosti v odnosu z zadovoljstvom z odnosom (ki posledično vodi v ohranjanje odnosa ali njegov razpad), kažejo pomembno povezavo med negotovo navezanostjo



in nezadovoljstvom v odnosu tako za moške kot ženske v različnih kulturah (Simpson 1990; Carnelley in Janoff-Bulman 1992; Kirkpatrick in Davis 1994; Shaver in drugi 2005).

Kot zadnje nas je v sklopu preverjanja razlik zanimalo, ali obstajajo statistično značilne razlike glede na posamezen koncept med osebami, ki na lestvici samopredstavljanja PSAFU dosegajo povprečje višje ali enako 4. Ugotovili smo prisotnost statistično značilnih razlik med omenjenima skupinama pri lestvici narcisistične grandioznosti NaGS ( $t(279) = -4,09$ ,  $p = 0,00$ ), lestvici psihološke upravičenosti PES ( $t(265) = -3,87$ ,  $p = 0,00$ ), lestvici prikrita narcisizma HSNS ( $t(256) = -4,74$ ,  $p = 0,00$ ) ter plašnem ( $t(248) = -1,84$ ,  $p = 0,03$ ) in preokupiranem stilu navezanosti ( $t(248) = -1,98$ ,  $p = 0,02$ ). V vseh primerih so osebe, ki so dosegale višje stopnje selektivnega samopredstavljanja (povprečje na lestvici samopredstavljanja PSAFU višje ali enako 4), dosegale višja povprečja tudi na vseh treh lestvicah za merjenje narcisizma kot tudi pri obeh negotovih stilih navezanosti. Rezultati so smiselni ter dopolnjujejo rezultate, razvidne iz korelacijske matrike (in dopolnjujejo obstoječa teoretična dognanja).

Navedene analize in rezultati imajo v okviru pričujočega doktorskega dela podporno vlogo in služijo za dodatno razumevanje identitetno-odnosnih procesov tako na spletnih socialnih omrežjih kot zunaj njih. Naše osrednje zanimanje pa je bilo osredotočeno na ugotavljanje, kateri dejavniki (od konceptov, ki smo jih vključili analizo) napovedujejo oziroma vplivajo na selektivno samopredstavljanje na Facebooku. Pred tem smo preverili tudi skladnost odgovarjanja anketirancev pri vprašalniku medosebnih odnosov RQ in ugotovili, da so ti odgovarjali skladno tako v prvem, kategoričnem kot drugem, dimenzionalnem delu vprašalnika, na osnovi česar lahko sklepamo, da je ocena njihovega prevladujočega stila navezanosti relativno zanesljiva.

Rezultati regresijske analize so nadalje pokazali, da na selektivno samopredstavljanje na Facebooku vplivajo narcisistična grandioznost, prikriti narcisizem in odklonilen stil navezanosti. Ugotavljamo tudi, da sta dejavnika narcisistična grandioznost in prikriti narcisizem, vključena v zadnji regresijski model, statistično značilna pozitivna prediktorja selektivnega samopredstavljanja na Facebooku, medtem ko je odklonilen stil navezanosti statistično značilen negativen prediktor. To pomeni, da višje vrednosti selektivnega samopredstavljanja na Facebooku napovedujejo višje vrednosti narcisistične grandioznosti kot pomembnega elementa odkritega narcisizma, višje vrednosti prikrita narcisizma in nižje izražen odklonilen stil. Delno smo potrdili naša domnevanja in z njimi tudi potrdili prvo, tretjo

in delno peto hipotezo, pri kateri smo potrdili le hipotezo 5d, ki pravi, da odklonilen stil navezanosti vpliva na selektivno samopredstavljanje na Facebooku. Nismo pa potrdili nobene hipoteze, vezane na socialno-demografske spremenljivke, ki v naši raziskavi niso imele statistično značilnega vpliva na selektivno samopredstavljanje na Facebooku. Ugotavljamo, da je selektivno samopredstavljanje pod vplivom različnih identitetno-odnosnih dejavnikov, pri čemer je najmočnejši prediktor prikriti narcisizem, ki mu sledita narcisistična grandioznost in kot zadnji odklonilni stil navezanosti.

Izkazalo se je, da je narcisizem zelo povezan s (selektivnim) samopredstavljanjem na spletnih socialnih omrežjih (Buffardi in Campbell 2008; Bergman in drugi 2011; Ong in drugi 2011; Carpenter 2012; Wang in drugi 2012). Teoretična dognanja nakazujejo, da višje stopnje narcisizma vplivajo na več socialne interakcije oziroma aktivnosti na spletnih socialnih omrežjih ter več samopromocijskih vsebin oziroma objavljenih informacij o sebi (Buffardi in Campbell 2008) in bolj pogosto posodabljanje statusa na Facebook zidu (Lee in drugi 2014). Čeprav ugotovitve kažejo, da naj bi imele narcisistične osebe večje število prijateljev na Facebooku (Buffardi in Campbell 2008; Mehdizadeh 2010; Gentile in drugi 2012; Wang in drugi 2012), tega v naši raziskavi nismo ugotovili. Glede na to, da spletna socialna omrežja omogočajo idealen prostor za samopromocijo in gojenje samovšečnosti, se zdi smiselno, da je narcisistična grandioznost v našem modelu eden od prediktorjev selektivnega samopredstavljanja. Zanimiv je tudi prikriti narcisizem, ki se prav tako pojavlja v tej vlogi prediktorja. Raziskave o tem tipu narcisizma v okviru spletnih socialnih omrežij so sicer redke, a ker se pod to ranljivostjo skrivajo grandiozne težnje in težnje upravičenosti, lahko pride do podobnega vzgiba uporabe kot pri odkritih narcisih. Videti je, kot da bi Facebook obema tipoma služil kot orodje za kompenzacijo dela njihove osebnosti, ki za delovanje potrebuje zunanje potrditve. Generalno bi lahko rekli, da naši rezultati nakazujejo na to, da Facebook narcisističnim osebam zagotavlja okolje za popolnoma nadzorovano selektivno samopredstavljanje (Vazire in Gosling 2004) in s tem posledično tudi njihovo narcisistično samoregulacijo (Buffardi in Campbell 2008) ter okolje mnogoterih površinskih odnosov, v katerih se znajdejo boljše kot v poglobljenih odnosih. Elementi računalniško-posredovane komunikacije jim tudi omogočajo, da v spletnem okolju funkcionirajo morda celo bolje kot v okoljih zunaj interneta, predvsem pa nahranijo svojo potrebo po pozornosti in potrditvi s strani drugih oseb.

Glede na splošno stabilnost narcisizma je verjetno, da mnogi od ugotovljenih učinkov nakazujejo, da narcisizem vpliva na vedenje na spletnih socialnih omrežjih. Tega pa ne vemo zagotovo, saj se z uporabo teh medijev lahko pojavi recipročni učinek ter ustvari in/ali okrepi narcisizem. Tako se poraja vprašanje, ali narcisizem vpliva na vedenje oziroma (selektivno) samopredstavljanje na spletnih socialnih omrežjih ali so slednja okolja, ki so zaradi svojih tehnoloških značilnosti privlačna za narcise, ki jih tako uporabljajo v večji meri. Nekateri dokazi sicer nakazujejo na to, da bi uporaba spletnih socialnih omrežij lahko neposredno povzročala porast narcisizma; v eni od raziskav se je urejanje profila na MySpacu odražalo v višji stopnji narcisizma (Gentile in drugi 2012). Čeprav spletna socialna omrežja že v osnovi spodbujajo uporabnike k samorazkrivanju in jim ponujajo okolje za samopromocijo, samoopisovanje in gojenje samovšečnosti prek objavljanja fotografij ter veliko število plitkih odnosov, pa večina raziskav, na katere smo se oprli v doktorski disertaciji, na spletno socialno omrežje gleda kot na komunikacijski kanal, ki je ravno zaradi vseh teh značilnosti bolj privlačen za posameznike z izraženimi narcisističnimi težnjami.

Ugotovitev, da je odklonilen stil navezanosti negativen prediktor selektivnega samopredstavljanja na Facebooku se zdi smiselna. Če povzamemo, oseba, ki ima manj izražen odklonilen stil navezanosti, dosega višje stopnje selektivnega samopredstavljanja. Čeprav je bilo na področju manifestacije stilov navezanosti na spletnem socialnem omrežju relativno malo raziskav, jih večina nakazuje povezanost samopredstavljanja na Facebooku in ne-varnih oziroma negotovih oblik navezav (npr. Oldmeadow in drugi 2013; Baek in drugi 2014; Hart in drugi 2015; Blackwell in drugi 2017) in ne varnih. Posamezniki z odklonilnim stilom navezanosti imajo občutek lastne vrednosti, drugim pa ne zaupajo oziroma se počutijo neudobno, če so drugim čustveno preveč blizu (po Årseth in drugi 2009, 5). Imajo torej pozitiven pogled na sebe in negativen pogled na druge oziroma imajo nizko izraženo dimenzijo anksioznosti (oziroma odvisnosti) in visoko izraženo dimenzijo izogibanja. Dosedanje raziskave so pokazale, da je visoko izražena komponenta izogibanja povezana z manj uporabe Facebooka, manj odprtosti in manj pozitivnega odnosa do Facebooka (Oldmeadow in drugi 2013) oziroma manj iskanja povratnih informacij in splošne aktivnosti na Facebooku (Hart in drugi 2015). Če izsledke teh raziskav preslikamo na naše ugotovitve, lahko sklepamo naslednje. Omenjene raziskave so ugotovile negativno povezanost med dimenzijo izogibanja, ki sovpada z našim odklonilnim stilom navezanosti, in elementi uporabe spletnega socialnega omrežja, ki se navezujejo na samopredstavljanje. To sovpada tudi z našimi izsledki, ki prav tako kažejo na negativno povezanost. Čeprav se osebe z odklonilnim stilom izogibajo bližnjih stikov z

drugimi, lahko spletna socialna omrežja uporabljajo kot način ohranjanja stikov v svojih življenjih, a na razdalji (Nitzburg in Farber 2013).

## 6 SKLEP

Zadnji dve desetletji smo priča hitremu vzponu tehnologij in vse večji kompleksnosti spletnih socialnih omrežij, kot je Facebook. Ta so postala eden od najpomembnejših načinov interakcije, uporabniški profili in objave pa izhodišča socialno motiviranega vedenja posameznikov, ki se odraža v različnih vzorcih samopredstavljanja. Koncept samopredstavljanja je, širše gledano, teoretsko in empirično relevanten zaradi sprememb na področju medosebne komunikacije, ki je v obdobju informacijske družbe poleg ustaljenih dobila tudi nove oblike. Današnjo družbo, še posebej mlajše generacije, pogosto označujemo kot narcisistične. Z izumom in vzponom spletnih socialnih omrežij se v njihovem okviru, poleg ostalih oblik, v čedalje večjem obsegu pojavlja tudi selektivno oziroma že kar narcisistično samopredstavljanje.

V doktorski disertaciji smo preverjali, v kolikšni meri in na kakšen način je selektivno samopredstavljanje na spletnem socialnem omrežju Facebook pod vplivom identitetno-odnosnih dejavnikov, pri čemer smo upoštevali vidike narcisizma, samospoštovanja in navezanosti kot pomembnih elementov intra- in interpsiholoških procesov. Doktorska disertacija tako v prvi vrsti odgovarja na vprašanje, ali samospoštovanje, različni vidiki narcisizma, stili navezanosti in socialno-demografski spremenljivki spol in starost vplivajo na selektivno samopredstavljanje na spletnem socialnem omrežju Facebook, ter dodatno nudi vpogled v medsebojno povezanost proučevanih konceptov, demografske razlike pri posameznem merjenem konceptu ter tudi nekatere psihometrične lastnosti uporabljenih merskih pripomočkov. Gre za prvo delo, ki dejavnike selektivnega samopredstavljanja na spletnem socialnem omrežju Facebook razlaga z vidika vseh navedenih konceptov, ter za unikatno kombinacijo relevantnih spremenljivk, proučevanje katerih pripomore k boljšemu razumevanju vedenja posameznikov v okviru tega spletnega socialnega omrežja.

Doktorska disertacija tako predstavlja edinstven prispevek k znanosti, saj smo z njo zapolnili raziskovalno vrzel in poglobili razumevanje dejavnikov selektivnega samopredstavljanja na spletnem socialnem omrežju Facebook ter razumevanje odnosa med vsemi vključenimi proučevanimi identitetno-odnosnimi koncepti. Tako pričujoče delo s svojo interdisciplinarnostjo prispeva k boljšemu razumevanju posameznih, z vidika teorij uveljavljenih teoretsko-empiričnih psiholoških konceptov, kot so (selektivno) samopredstavljanje, narcisizem (oziroma vsi trije vidiki odkritega in prikrita narcisizma:

narcisistična grandioznost, psihološka upravičenost in prikriti narcisizem), samospoštovanje in navezanost (oziroma stili navezanosti), kot tudi k razumevanju povezav med njimi v okviru spletnega socialnega omrežja. To omogoča lažje razumevanje njihovega načina delovanja v okviru tega spletnega komunikacijskega kanala in osvetljuje družbeni vidik samopredstavljanja. Pomemben prispevek z vidika ugotavljanja povezav med koncepti vidimo tudi v ugotovljeni izraženosti vsakega od proučevanih konceptov v našem vzorcu.

Večina raziskav, ki so proučevale dejavnike samopredstavljanja na spletnih socialnih omrežjih, je bilo izvedenih v Združenih državah Amerike, Aziji in Avstraliji, v zelo majhnem obsegu pa tudi v Evropi (Błachnio in drugi 2016). Pričujoča doktorska disertacija tako predstavlja pomemben doprinos tudi na področju raziskovanja vedenja uporabnikov spletnih okolij v evropskem prostoru. Za namen pričujoče raziskave smo uporabili tako uveljavljene kot novejšere merske pripomočke. Prvi smo v slovenski jezik prevedli lestvico za preverjanje selektivnega samopredstavljanja ter dopolnili obstoječe prevode lestvic za preverjanje narcisistične grandioznosti, psihološke upravičenosti in prikritega narcisizma. Doktorska disertacija tako predstavlja pomemben prispevek tudi na področju prirejanja merskih pripomočkov za uporabo v slovenskem kulturnem okolju in preverjanja psihometričnih lastnosti uporabljenih merskih pripomočkov.

Izsledki doktorske disertacije so relevantni za nadaljnja raziskovanja na področju samopredstavljanja in spletnih socialnih omrežij ter za aplikacijo na druga, tako psihološka kot nepsihološka ali interdisciplinarna področja.

Rezultati naše študije, ki smo jo izvedli na vzorcu 243 prebivalcev Slovenije, od tega 30 moških in 213 žensk, starih od 15 do 59 let, ki imajo na Facebooku odprt račun, poleg pomembnih povezav med proučevanimi koncepti kažejo, da na selektivno samopredstavljanje na Facebooku vplivajo narcisistična grandioznost, prikriti narcisizem in odklonilen stil navezanosti oziroma da višje vrednosti selektivnega samopredstavljanja na Facebooku napovedujejo višje vrednosti narcisistične grandioznosti kot pomembnega elementa odkritega narcisizma, višje vrednosti prikritega narcisizma in nižje vrednosti pri odklonilnem stilu navezanosti. Naše ugotovitve nakazujejo pomemben vpliv narcisističnih teženj in vzorcev navezanosti, ki jih posameznik ustvari tekom svojega življenja s pomembnimi drugimi, na spletno vedenje oziroma v našem primeru selektivno samopredstavljanje na spletnem socialnem omrežju Facebook. Sočasno se kaže tudi pomembna pozitivna povezava tako med narcisistično grandioznostjo in odklonilnim

stilom navezanosti kot tudi med prikritim narcisizmom in odklonilnim stilom navezanosti, kar nakazuje na povezanost negotovih oblik navezanosti z negativno oziroma patološko obliko narcisizma ter dopolnjuje dosedanja dognanja, ki nakazujejo na delno zakoreninjenost narcisizma že v zgodnjih (in tudi kasnejših) izkušnjah socializacije, s čimer lahko dodatno podkrepimo idejo o narcisizmu kot sodobnem družbenem in tudi razvojnem fenomenu.

Tudi sicer doktorsko delo predstavlja bogat zbir pomembnih izsledkov. V luči preostalih predstavljenih povezav in analiz rezultati naše študije nakazujejo, da osebe z narcisističnimi težnjami spletnega socialnega omrežja Facebook ne uporabljajo v večji meri (razen za označevanje sebe na fotografijah), temveč le na drugačen način. Na enak način kot osebe z bolj izraženimi narcisističnimi težnjami (grandioznost, upravičenost, prikriti narcisizem) spletno socialno omrežje Facebook (z vidika selektivnega samopredstavljanja) uporabljajo tudi osebe z bolj izraženim preokupiranim in plašljivim stilom navezanosti ter osebe z nižjim samospoštovanjem. To skupaj z navedenimi ugotovitvami o grandioznem in prikritem narcisizmu ter odklonilnem stilu navezanosti kot prediktorjih selektivnega samopredstavljanja na spletnem socialnem omrežju Facebook kaže na to, da se te oblike samopredstavljanja poslužujejo identitetno šibkejše strukture, in to z namenom, da bi dobile pozornost in potrditev souporabnikov omrežja, kar ugotavljajo tudi predhodne raziskave (npr. Bergman in drugi 2011). Na osnovi izsledkov preverjanja demografskih razlik po posameznem proučevanem konceptu hkrati ugotavljamo, da so te oblike značilne za mlajše osebe. Ti izsledki so pokazali, do so osebe, stare do 29 let, dosegale višje vrednosti pri prikritem narcisizmu ter preokupiranim in plašljivim stilu navezanosti ter nižje vrednosti samospoštovanja kot osebe, stare 30 let in več. Navedeni podatki lahko nakazujejo tako generacijski fenomen, povezan z odraščanjem z novodobno tehnologijo, kot tudi psihološki fenomen, povezan z drugače izraženimi osebnostnimi lastnostmi. Pri posploševanju in pripisovanju omenjene specifične uporabe spletnega socialnega omrežja Facebook enemu ali drugemu fenomenu moramo biti previdni. Pri osebah, starih do 29 let, moramo imeti v mislih tudi razvojno fazo, za katero je med drugim značilno eksperimentiranje, iskanje partnerja in drugo. Tako ne moremo trditi, da bodo osebe to spletno socialno omrežje še naprej (tekom življenja) uporabljale na enak način. Poraja se vprašanje, kakšen pomen pri omenjeni specifični uporabi spletnega socialnega omrežja Facebook in pri selektivnem samopredstavljanju v okviru slednjega lahko pripišemo generaciji oziroma omenjenemu razvojnemu obdobju in drugim socialno-demografskim dejavnikom (npr. zakonski stan) ter koliko osebnostnim lastnostim.

Ugotavljamo, da so spletna socialna omrežja odsev sprememb, ki opisujejo sodobno družbo, za katero so med drugim značilne hitre spremembe, transformacija vrednot oziroma premik od kolektivismu k individualizmu (s poudarkom na notranjem doživljanju posameznika), mnogoterost izbir in drugo. Spletna socialna omrežja, kot je Facebook, uporabnikom zagotavljajo okolje, v katerem lahko s svojim občinstvom oziroma souporabniki delijo vsebine iz svojega življenja. Ker spletna socialna omrežja z naraščajočo popularnostjo igrajo osrednjo vlogo v samoizražanju in pri upravljanju z vtisi (Fox in drugi 2014; Utz 2015), se zdi, da z vsemi elementi, ki omogočajo osredotočenost nase in izražanje lastnih občutij (fotografije, posodabljanje statusov), ter s skoraj popolnim nadzorom nad objavljenimi vsebinami in posledično selektivnim oziroma pozitivnim samopredstavljanjem, ta spodbujajo oziroma krepijo individualizem oziroma osredotočenost nase. Kot je dejal že Lasch (1979), ki je menil, da sodobna družba, ki jo je označil za kulturo narcisizma, spodbuja posameznike k osredotočanju nase in krepi individualizem, je videti, kot da bi prevladujoče družbene okoliščine, v našem primeru spletna socialna omrežja, iz posameznikov izvabljale narcisistične lastnosti, ki so v različni meri prisotne pri vsakomer izmed nas.

Pri uporabi spletnega socialnega omrežja, kot je Facebook, se posameznik nenehno sooča z mnogoterimi izbirami; svobodno se odloča o tem, ali bo uporabnik Facebooka, s kom bo delil določene informacije in katere informacije bodo to, na kakšen način jih bo delil itd. Uporabnik se torej nenehno odloča o svojem vedenju in spletnem odtisu, ki ga pušča na omrežju. Z vidika mnogoterih izbir je tudi (selektivno) samopredstavljanje, ki se ga za ta namen uporabnik nenehno poslužuje, niz določenih izbir oziroma odločitev, ki jih posameznik sprejema o tem, na kakšen način se bo predstavil drugim souporabnikom omrežja oziroma prijateljem, da bo dosegel želeni vtis oziroma pri njih oblikoval določeno podobo o sebi. Posledično je tudi sodobna identiteta, ki se je v obdobju pozne moderne znašla v vrtincu diskurzov (Ule 2000), element posameznikove biti in prav tako predmet nenehnih sprememb in prilagajanja kot odgovor na zahteve sodobne družbe. Spletno socialno omrežje zagotavlja okolje, v katerem tem potrebam lahko zadostimo, oziroma okolje, v katerem lahko nenehno spreminjamo in prilagajamo lastno identiteto. Spletno socialno omrežje se tako (v povezavi z zahtevami sodobne družbe) zdi pomemben agent spreminjanja posameznikove identitete in (v krožnem procesu) tudi pomena samopredstavljanja.

Ob vsem bogastvu podatkov, zbranih v okviru naše raziskave, se porodi tudi vprašanje, ali porast in uporaba spletnih socialnih omrežij preobražata tudi pomen narcisizma oziroma mu



omogočata novo areno, ki jo je treba na novo reflektirati. Neklinična oblika narcisizma je med drugim odraz širših družbenih razmer in ne zgolj uporabe spletnih socialnih omrežij, v našem primeru Facebooka. Zelo verjetno pa je, da je tudi porast kulturnega narcisizma vplival na načine, na katere posamezniki dandanes uporabljajo tehnologijo (Twenge in drugi 2008). Tako so spletna socialna omrežja zaradi svojih značilnosti in dinamike, ki jo omogočajo, nedvomno popolna okolja za (prikrite in odkrite) narcisistične osebe ter lahko potencialno krepijo to osebnostno lastnost in prispevajo k porastu narcisističnosti družbe oziroma posebne oblike iskanja pozornosti. Odprto ostaja vprašanje o morebitnem neposrednem vplivu socialnih omrežij na pojavnost narcisizma. Čeprav je večina raziskav, ki smo jih omenili v pričujočem delu, odnos med narcisizmom in spletnimi socialnimi omrežji proučevala z vidika spletnih socialnih omrežij kot nove arene oziroma komunikacijskega kanala, ki omogoča večjo manifestacijo že prisotnih narcisističnih teženj, pa se zdi vsekakor smiselno podrobneje proučiti tudi neposredni vpliv omrežja na pojavnost narcisizma. Glede na vsakodnevno obkroženost s selektivnim oziroma že kar narcisističnim samopredstavljanjem bi lahko pomislili na to, da slednje prispeva k sprejemanju tega načina samopredstavljanja kot normalnega in sprejemljivega ter da resnično živimo v kulturi narcisizma in je to le odgovor na potrebe naše družbe. Kot je dejal Lasch (1979), vsaka družba v posamezniku reproducira svojo kulturo skozi njegovo osebnost, s čimer oblikuje osebnost, ki ustreza zahtevam posamezne kulture. Tako bi bolj izražene narcisistične težnje mlajše generacije lahko razumeli tudi kot odgovor na zaznane družbene potrebe in norme današnjega časa, ki se med drugim odražajo tudi na spletnih socialnih omrežjih.

Redki psihološki koncepti so večni, saj se kot posledica socialno-kulturnih sprememb prav tako nenehno spreminjajo oziroma prilagajajo danim okoliščinam. Tudi narcisizem ni izjema. Prvotno je bil v okviru psihiatrične stroke obravnavan kot patologija, nato je v 80. letih z Laschevim pristopom (1979), ki je odprl razpravo o tem fenomenu, prešel v kulturološke kroge, kasneje pa je sčasoma postal normalna in sprejemljiva esenca sodobne družbe oziroma sodobna osebnostna struktura. Verjetno se trenutno prav tako na podoben način soočamo tudi s transformacijo samopredstavljanja v spletnem okolju. Izum vsake tehnologije oziroma komunikacijskega kanala ali orodja (npr. radio, televizija, internet, spletna socialna omrežja) spremljajo tudi spremembe vedenja njihovih uporabnikov, ki sprva odstopajo od družbenih norm, a sčasoma postanejo njen sestaven del. Podobno se dogaja tudi s to obliko samopredstavitvenega vedenja uporabnikov spletnih socialnih omrežij, ki vse bolj postaja sprejemljiva oblika spletnega vedenja in kot taka vse manj odstopa od družbenih norm. Tako

lahko pričakujemo, da bo čez čas, še posebej pa ob morebitnem pojavu novega komunikacijskega kanala in/ali orodja, tudi ta postala del sodobnih komunikacijskih praks.

Čeprav smo v okviru pričujočega dela podali obsežen in temeljit vpogled v dejavnike selektivnega samopredstavljanja na spletnem socialnem omrežju Facebook in povezave med proučevanimi koncepti, želimo opozoriti na nekatere omejitve raziskave. Pomembna omejitev te raziskave je kljub prizadevanjem po bolj enakomerni distribuciji po spolu pretežno ženski vzorec, kar omejuje posploševanje ugotovitev na širšo, predvsem moško populacijo. Glede na raziskave (npr. Morf in Rhodewalt 2001; Foster in drugi 2003; Karairmak in Duran 2008; Grijalva in drugi 2015), ki kažejo na pomembne razlike med spoloma pri proučevanih konceptih, obstaja možnost, da je spolna neuravnoteženost v vzorcu vplivala na rezultate. Zaradi tega bi bilo smiselno raziskavo ponoviti na reprezentativnem slovenskem vzorcu oziroma vzorcu, bolj raznolikem/uravnoteženem po spolu in tudi starosti (trenutni vzorec je s povprečno starostjo relativno mlad in zajema večje število mlajših oseb). V naš vzorec so vključeni uporabniki Facebooka, stari od 15 do 59 let, o katerih smo v okviru raziskave pridobili veliko različnih informacij, nimamo pa vpogleda, prek katere vrste naprav se povezujejo in uporabljajo to spletno socialno omrežje (na primer osebni računalnik, tablični računalnik, pametni telefon). Ker je skupina uporabnikov, ki do Facebooka in ostalih spletnih socialnih omrežij dostopa prek pametnih telefonov, še posebej zanimiva z vidika intra- in interpsiholoških procesov, bi bilo zanimivo raziskavo ponoviti in se osredotočiti tudi na ta vidik uporabe. Dodatno bi bilo zanimivo pridobiti vpogled v dejavnike (selektivnega) samopredstavljanja tudi za omrežjih Instagram in Snapchat, ki sta trenutno v porastu, in nato rezultate primerjati s pričujočo raziskavo.

Koncept narcisizma in še zlasti merjenje slednjega je že vrsto let predmet proučevanj. Raziskovalci še vedno niso enotni glede uporabe merskega pripomočka, ki bi zanesljivo in veljavno zajel vse vidike in elemente tega psihološkega koncepta. V doktorski disertaciji smo za merjenje odkritega narcisizma, na katerem je v pričujoči raziskavi poudarek, sprva želeli uporabiti množično uporabljan vprašalnik narcisizma NPI. Ker nas je zanimal predvsem grandiozni vidik tega konstrukta in ker smo v literaturi zasledili neenotne ugotovitve glede faktorske strukture tega vprašalnika, smo se odločili, da uporabimo novejši, ločeni lestvici, ki merita dve osrednji komponenti odkritega narcisizma, in sicer lestvico narcisistične grandioznosti NaGS in lestvico psihološke upravičenosti PES. Dodatno smo se odločili preveriti še vidik prikrita narcisizma z uporabo lestvice prikrita narcisizma HSNS. Kljub

temu da se zaradi nejasne factorske strukture in manka vidika prikritega narcizizma zdi bolj smiselna uporaba navedenih lestvic, pa je nujna previdnost pri interpretaciji navedenih rezultatov. Da bi potrdili pridobljene rezultate, bi bilo raziskavo smiselno ponoviti še z uporabo omenjenega vprašalnika narcizizma NPI (Raskin in Terry 1988) oziroma z njegovo krajšo različico s 16 postavkami (NPI-16; Ames in drugi 2006) ali katerim drugim podobnim merskim pripomočkom. V naši raziskavi smo od psihosocialnih vidikov uporabe Facebooka, ki jih meri vprašalnik PSAFU (Bodroža in Jovanović 2016), preverjali zgolj selektivno samopredstavljanje. Ker celoten vprašalnik sicer zajema in preverja več psihosocialnih vidikov, ki se odvijajo na Facebooku, bi bilo v prihodnje zanimivo preveriti tudi celoten nabor omenjenih vidikov in njihovo povezanost z ostalimi koncepti, ki smo jih proučevali v doktorski disertaciji. Tako bi dobili bolj celosten vpogled v različne vidike vedenja na tem spletnem socialnem omrežju. V pričujoči raziskavi smo za merjenje stilov navezanosti uporabili vprašalnik medosebnih odnosov RQ (Bartholomew in Horowitz 1991), za vključitev katerega smo se med drugim odločili tudi z vidika racionalnosti oziroma kratkosti. Ker smo v okviru naloge preverjali več vidikov samopredstavljanja in posledično uporabili veliko merskih pripomočkov, se je zdelo bolj smiselno uporabiti krajši vprašalnik. V prihodnje bi bilo odnose med proučevanimi koncepti zanimivo preveriti tudi s katerim od ostalih merskih pripomočkov, ki merijo vzorce navezanosti. V okviru analize stilov navezanosti smo ugotovili, da so naši rezultati, pridobljeni v kategoričnem delu vprašalnika medosebnih odnosov RQ, zelo blizu rezultatom predhodne slovenske raziskave (Žvelc in Žvelc 2006), ki so na vzorcu slovenskih študentov preverjali stile navezanosti v odraslosti. Zato se zdi smiselno, da bi raziskavo ponovili na slovenskem reprezentativnem vzorcu in posledično preverili morebitno prisotnost trenda distribucije stilov navezanosti med odraslo populacijo.

Pri orisu stanja narcisističnosti v slovenskem okolju se je pokazala potreba po epidemioloških in eksperimentalnih (longitudinalnih) podatkih, s katerimi bi lahko preverjali prevalenco in incidenco oseb z narcisistično osebnostno motnjo, saj jih nismo uspeli pridobiti iz navedenih virov. Četudi bi jih, bi bili ti omejeni samo na javno zdravstveno varstvo, pri čemer bi izpadle vse osebe, ki so v obravnavi v zasebnih ambulantah. Tudi za preverjanje narcisističnosti med neklinično populacijo, s katero bi preverjali izraženost narcisističnih teženj (narcizem kot osebnostna poteza) med prebivalci Slovenije, nismo našli raziskave, ki bi nam ponudila uvid v te podatke. Iz tega izhaja tudi potreba po (dodatnih) raziskavah, ki bi med slovensko neklinično populacijo preverjale izraženost narcisističnih teženj. Longitudinalni podatki tako o razširjenosti narcisistične osebnostne motnje kot razširjenosti narcisističnih teženj med

neklinično populacijo (narcisizem kot osebnostna poteza) bi omogočili vpogled v morebitni (naraščajoči) trend slednjih. Na tem mestu se zdi pomembno omeniti tudi to, da se tako v svetu in še posebej v Sloveniji izraz narcisizem pogosto uporablja v publicistiki. Poleg humanističnih (npr. psiholoških) je prisoten tudi v družbenih (npr. pedagoških, socioloških) teorijah kot eden od najpogostejših načinov tipologiziranja sodobnega družbenega karakterja. Od tod torej potreba po bolj jasni opredelitvi pojma in podrobni analizi stanja v slovenskem prostoru.

Pri pripravi teoretične podlage o samopredstavljanju na spletnih socialnih omrežjih v okviru teorije navezanosti smo ugotovili, da so tovrstne raziskave redke. Ker gre za koncept, s katerim se dandanes relevantno pojasnjuje veliko intra- in interpsiholoških procesov, bi bilo smiselno izvesti dodatno raziskavo, ki bi se osredotočala na ta vidik. Ne nazadnje pa lahko rečemo, da kljub množici opravljenih raziskav, vključno s pričujočo, še vedno ostaja potreba po dodatnih raziskavah na področju uporabe tehnologij z vidika vedenja posameznika v spletnem okolju in potemtakem po iskanju vzročno-posledičnih povezav med različnimi koncepti tako v slovenskem prostoru kot v svetu.

## 7 SEZNAM LITERATURE

- Ackerman, Robert A., Edward A. Witt, Brent M. Donnellan, Kali H. Trzesniewski, Richard W. Robins in Deborah A. Kashy. 2011. What Does the Narcissistic Personality Inventory Really Measure? *Assessment* 18 (1): 67–87.
- Ahmad, Iqbal, Alam Zeb, Sehat Ullah in Azghar Ali. 2013. Relationship between Self-Esteem and Academic Achievements of Students : A Case of Government Secondary Schools in District Swabi, KPK, Pakistan. *International Journal of Social Sciences & Education* 3 (2): 361–69.
- Ahmadi, Vahid, Saeid Ahmadi, Mahnaz Mehrabizade in Yadollah Zargar. 2013. The Relationships Between Attachment Styles and Narcissism Among Students of Shahid Chamran University in Iran. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 84: 215–18.
- Ahrens, Kym R., Paul Ciechanowski in Wayne Katon. 2012. Associations between adult attachment style and health risk behaviors in an adult female primary care population. *Journal of Psychosomatic Research* 72 (5): 1–14.
- Ainsworth, Mary D. 1964. Patterns of attachment behavior shown by the infant in interaction with his mother. *Merrill Palmer Quarterly* 10: 51–58.
- Ainsworth, Mary D. Salter. 1982. Attachment: Retrospect and Prospect. V *The place of attachment in human behaviour*, ur. Colin Murray Parkes in Joan Stevenson–Hinde, 3–30. New York: Basic Books.
- 1985. Patterns of infant-mother attachment: II, Attachment across the lifespan. *Bulletin of the New York Academy of Medicine* 61: 771–812.
- 1989. Attachments beyond infancy. *American Psychologist* 44: 709–16.
- in Barbara A. Wittig. 1969. Attachment and the exploratory behaviour of one-year-olds in a strange situation. V *Determinants of infant behaviour*, ur. Brian M. Foss, 113–136. London: Methuen.
- in Silvia M. Bell. 1969. Some contemporary patterns of mother–infant interaction in the feeding situation. V *Stimulation in early infancy*, ur. Anthony Ambrose, 133–170. San Diego: Academic Press.
- Mary C. Blehar, Everett Waters in Sally Wall. 1978. *Patterns of attachment: A psychological study of the strange situation*. Hillsdale: Erlbaum.
- Akhtar, Salman in James Anderson Thomson Jr. 1982. Overview: Narcissistic personality disorder. *American Journal of Psychiatry* 139: 12–20.
- Alexander, Pamela C. 1992. Application of attachment theory to the study of sexual abuse. *Journal of Consulting and Clinical Psychology* 60 (2): 185–95.
- Allen, Kelly A., Tracii Ryan, DeLeon L. Gray, Dennis M. McInerney in Lea Waters. 2014. Social media use and social connectedness in adolescents: The positives and the potential pitfalls. *The Australian Educational and Developmental Psychologist* 31 (1): 18–31.
- Altman, Irwin in Dalmás A. Taylor. 1973. *Social penetration: The Development of Interpersonal Relationships*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- American Psychiatric Association. 1980. *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (3rd Ed.). 3. Washington, DC: American Psychiatric Association.
- 2013. *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders* (5th Ed.). Washington, DC: American Psychiatric Publishing inc.
- Ames, Daniel R., Paul Rose in Cameron P. Anderson. 2006. The NPI-16 as a short measure of narcissism. *Journal of Research in Personality* 40 (4): 440–50.
- Anderson, Edward M., Lisa M. Bohon in Lee P. Berrigan. 1996. Factor structure of the private self-consciousness scale. *Journal of Personality Assessment* 66: 144–152.

- Arkin, Robert M. 1981. Self-presentational styles. V *Impression management theory and social psychological research*, ur. James Tedeschi, 311–333. New York: Academic Press.
- Arnuš, Tina. 2012. Patološki narcisizem in starševstvo. *Socialna pedagogika* 16 (4).
- Årseth, Annie K., Jane Kroger, Monica Martinussen in James E. Marcia. 2009. Meta-Analytic Studies of Identity Status and the Relational Issues of Attachment and Intimacy. *Identity: An International Journal of Theory and Research* 9: 1–32.
- Aspelmeier, Jeffery E. in Kathryn A. Kerns. 2003. Love and School : Attachment/Exploration Dynamics in College. *Journal of Personality and Social Psychology* 20: 5–30.
- Attrill, Alison. 2015. *Cyberpsychology*. Oxford: Oxford University Press,.
- Back, Mitja D., Albrecht C. P. Kűfner, Michael Dufner in John F. Rauthmann. 2013. Narcissistic admiration and rivalry: Disentangling the bright and dark sides of narcissism. *Journal of Personality and Social Psychology* 105 (6): 1013–37.
- Juliane M. Stopfer, Simine Vazire, Sam Gaddis, Stefan C. Schmukle, Boris Egloff in Samuel D. Gosling. 2010. Facebook Profiles Reflect Actual Personality, Not Self-Idealization. *Psychological science* 21 (3): 372–374.
- Baek, Young Min, Yunkyong Cho in Heejeong Kim. 2014. Attachment Style and its Influence on the Activities, Motives , and Consequences of SNS Use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 58 (4): 522–41.
- Baker, Howard S. in Margaret N. Baker. 1987. Heinz Kohut's self psychology: An overview. *The American Journal of Psychiatry* 144 (1): 1–9.
- Banaji, Mahzarin R. in Deborah A. Prentice. 1994. The self in social contexts. *Annual Review of Psychology* 45: 297–332.
- Banczyk, Barbara., Nicole Krämer in Maria Senokozlieva. 2008. "The wurst" meets "fatless" in MySpace. *The relationship between self-esteem, personality, and self-presentation in an online community*. Članek predstavljen na letni konferenci International Communication Association, Montreal, Canada. Dostopno prek: [http://citation.allacademic.com/meta/p\\_mla\\_apa\\_research\\_citation/2/3/2/8/0/pages232801/p232801-1.php](http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/2/3/2/8/0/pages232801/p232801-1.php) (11. februar 2017).
- Barker, Valerie. 2009. Older adolescents' motivations for social network site use: The influence of gender, group identity, and collective self-esteem. *Cyberpsychology and Behavior* 12 (August): 209–13.
- Bartholomew, Kim. 1990. Avoidance of Intimacy: An Attachment Perspective. *Journal of Social and Personal Relationships* 7: 147–78.
- in Leonard M. Horowitz. 1991. Attachment styles among young adults. *Journal of Personality and Social Psychology* 61 (2): 226–44.
- in Janice M. Thompson. 1995. The Application of Attachment Theory to Counseling Psychology. *The Counseling Psychologist* 23 (3): 484–90.
- Bates, Chris in Melissa Rosales Neff. 2017. *Narcissistic Personality Disorder*. Glendale, CA: Cinahl Information Systems. Dostopno prek: [https://www.ebscohost.com/assets-sample-content/SWRC\\_QL\\_Narcissistic\\_Personality\\_Disorder\\_\(1\).pdf](https://www.ebscohost.com/assets-sample-content/SWRC_QL_Narcissistic_Personality_Disorder_(1).pdf) (16. marec 2017).
- Baumann, Zygmunt. 1987. *Legislators and Interpreters: On Modernity, Post-Modernity and Intellectuals*. Ithaca: Cornell University Press.
- [2000] 2002. *Tekoča moderna*. Ljubljana: Založba.
- Baumeister, Roy F. 1982. A self-presentational view of social phenomena. *Psychological Bulletin* 91 (1): 3–26.
- 1989. Motives and costs of self-presentation in organizations. V *Impression Management in the Organization*, ur. Robert Giacalone in Paul Rosenfeld, 57–71. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

- in Dianne M. Tice. 1986. Four selves, two motives, and a substitute process self-regulation model. V *Public self and private self*, ur. Roy F. Baumeister, 63–74. New York: Springer-Verlag.
- Dianne M. Tice in Debra G. Hutton. 1989. Self-Presentational Motivations and Personality Differences in Self-Esteem. *Journal of Personality* 57 (3): 547–579.
- in Mark R. Leary. 1995. The need to belong: Desire for interpersonal attachment as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin* 117 (3): 497–529.
- Laura Smart in Joseph M. Boden. 1996. Relation of threatened egotism to violence and aggression: the dark side of high self-esteem. *Psychological review* 103 (I): 5–33.
- Karen Dale in Kristin L. Sommer. 1998. Freudian defense mechanisms and empirical findings in modern social psychology: Reaction formation, projection, displacement, undoing, isolation, sublimation, and denial. *Journal of Personality* 66: 1081–1124.
- Jennifer D. Campbell, Joachim I. Krueger in Kathleen D. Vohs. 2003. Does high self-esteem cause better performance interpersonal success, happiness or healthier lifestyle? *Psychological Science in the Public Interest* 4 (1): 1–44.
- Bazarova, Natalya N., Jessie G. Taft, Yoon Hyung Choi in Dan Cosley. 2013. Managing Impressions and Relationships on Facebook: Self-Presentational and Relational Concerns Revealed Through the Analysis of Language Style. *Journal of Language and Social Psychology* 32 (2): 121–41.
- Beck, Ulrich. 1992. *Risk Society: Towards a New Modernity*. London: Sage.
- 2000. *The risk society and beyond: critical issues for social theory*. New Delhi: Sage Publications.
- 2006. *The Cosmopolitan Vision*. Cambridge: Polity Press.
- in E. Beck-Gernsheim. 1995. *The Normal Chaos of Love*. Cambridge: Polity Press.
- Bele, Sabina. 2014. Narcisizem in obrambni mehanizmi pri ženskah. *Psihološka obzorja* 23: 11–20.
- Bell, Silvia M. in Mary D. Salter Ainsworth. 1972. Infant crying and maternal responsiveness. *Child Development* 43: 1171–1190.
- Belsky, Jay in Emily Pensky. 1988. Developmental history, personality, and family relationships: Toward an emergent family system. V *Relationships within families*, ur. Robert A. Hinde in Joan Stevenson Hinde, 193–217. Oxford, England: Clarendon Press.
- Bennett, Susanne. 2006. Attachment theory and research applied to the conceptualization and treatment of pathological narcissism. *Clinical Social Work Journal* 34 (1): 45–60.
- Benoit, Diane in Kevin C. H. Parker. 1994. Stability and Transmission of Attachment across Three Generations. *Child Development* 65 (5): 1444–56.
- Benson, Mark J., Paula B. Harris in Cosby S. Rogers. 1992. Identity Consequences of Attachment to Mothers and Fathers Among Late Adolescents. *Journal of Research on Adolescence*.
- Bergin, Christi in David Bergin. 2009. Attachment in the Classroom. *Educational Psychology Review* 21: 141–70.
- Bergman, Jacqueline Z., James W. Westerman in Joseph P. Daly. 2010. Narcissism in management education. *Academy of Management Learning and Education* 9 (1): 119–31.
- Bergman, Shawn M., Matthew E. Fearrington, Shaun W. Davenport in Jacqueline Z. Bergman. 2011. Millennials, narcissism, and social networking: What narcissists do on social networking sites and why. *Personality and Individual Differences* 50 (5): 706–11.
- Bibby, Peter. 2008. Dispositional factors in the use of social networking sites: Findings and implications for social computing research. V *Lecture Notes in Computer Science*, 392–400. Berlin, Heidelberg: Springer.

- Bippus, Amy M. in Emma Rollin. 2003. Attachment style differences in relational maintenance and conflict behaviors: Friends' perceptions. *Communication Reports* 16 (2): 113–23.
- Błachnio, Agata, Aneta Przepiorka in Igor Pantic. 2016. Association between Facebook addiction, self-esteem and life satisfaction: A cross-sectional study. *Computers in Human Behavior* 55: 701–5.
- Błachnio, Agata, Aneta Przepiorka in Patrycja Rudnicka. 2016. Narcissism and self-esteem as predictors of dimensions of Facebook use. *Personality and Individual Differences* 90: 296–301.
- Blackwell, David, Carrie Leaman, Rose Tramposch, Ciera Osborne in Miriam Liss. 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.
- Blascovich, Jim in Joseph Tomaka. 1993. Measures of Self-Esteem. V *Measures of Personality and Social Psychological Attitudes*, ur. John P. Robinson, Phillip R. Shaver in Lawrence S. Wrightsman, Third Edition, 115–60. Ann Arbor: Institute for Social Research.
- Bleske-Rechek, April, Mark W. Remiker in Jonathan P. Baker. 2008. Narcissistic men and women think they are so hot - But they are not. *Personality and Individual Differences* 45 (5): 420–24.
- Bodroža, Bojana in Tamara Jovanović. 2016. Validation of the new scale for measuring behaviors of Facebook users: Psycho-Social Aspects of Facebook Use (PSAFU). *Computers in Human Behavior* 54: 425–35.
- Bonds-Raacke, Jennifer in John Raacke. 2010. Myspace and Facebook: Identifying dimensions of uses and gratifications for friend networking sites. *Individual Differences Research* 8 (1): 27–33.
- Bosma, Harke A. in Rob S. Gerrits. 1985. Family Functioning and Identity Status in Adolescence. *Journal of Early Adolescence* 5 (1): 69–80.
- Bosson, Jennifer K. 2006. Conceptualization, measurement, and functioning of nonconscious self-esteem. V *Self-esteem issues and answers: A sourcebook of current perspectives*, ur. M. Kernis, 53–59. London: Psychology Press.
- Chad E. Lakey, W. Keith Campbell, Virgil Zeigler-Hill, Christian H. Jordan in Michael H. Kernis. 2008. Untangling the links between narcissism and self-esteem: A theoretical and empirical review. *Social and Personality Psychology Compass* 2 (3): 1415–39.
- Bowlby, John. 1969. *Attachment and loss. Volume 1 - Attachment*. New York: Basic Books.
- 1973. *Attachment and Loss: Volume 2. Separation, Anxiety and Anger*. Hogarth, London. New York: Basic Books.
- 1977. The making and breaking of affectional bonds. *British Journal of Psychiatry* 130: 201–10.
- 1979. Psychoanalysis as art and science. *International Review of Psychoanalyses* 6: 3–14.
- 1980. *Attachment and Loss III: Loss Sadness and Depression*. London: Hogarth Press.
- 1988. *A secure base: Clinical applications of attachment theory*. London: Routledge.
- Boyd, Danah M. 2006. Friends, Friendsters, and MySpace Top 8: Writing Community Into Being on Social Network Sites. *First Monday* 11 (12): 1–15.
- 2007. Why youth (heart) Social network sites: the role of networked publics in teenage social life. V *MacArthur Foundation Series on Digital Learning – Youth, Identity, and Digital Media*, ur. David Buckingham, 7641: 1–26. Cambridge, MA: MIT Press.
- in Nicole B. Ellison. 2008. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13 (1): 210–230.
- Bradshaw, Matt, Christopher G. Ellison in Jack P. Marcum. 2010. Attachment to God, Images of God, and Psychological Distress in a Nationwide Sample of Presbyterians. *The International Journal for the Psychology of Religion* 20 (2): 130–47.



- Brannen, Julia in Ann Nilsen. 2005. Individualisation, choice and structure: A discussion of current trends in sociological analysis. *Sociological Review* 53 (3): 412–28.
- Brennan, Kely A. in Kathryn A. Morris. 1997. Attachment Styles, Self-Esteem, and Patterns of Seeking Feedback from Romantic Partners. *Personality and Social Psychology Bulletin* 23 (1): 23–31.
- Catherine L. Clark in Phillip R. Shaver. 1998. Self-report measurement of adult romantic attachment: An integrative overview. V *Attachment theory and close relationships*, ur. Jeffrey A. Simpson in William S. Rholes, 46–76. New York: Guilford Press.
- Bringle, Robert G. in Glenda J. Bagby. 1992. Self-esteem and perceived quality of romantic and family relationships in young adults. *Journal of Research in Personality* 26 (4): 340–356.
- Broucek, Francis J. 1991. *Shame and the self*. New York: Guilford Press.
- Brown, Andrew D. 1997. Narcissism, Identity and Legitimacy. *The Academy of Management Review* 22 (3): 643–686.
- Brown, Jonathan D. 1993. Self-esteem and self-evaluation: Feeling is believing. V *Psychological perspectives on the self*, ur. Jerry M. Suls, 4. izdaja, 27–58. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- 1998. *The Self*. New York: Routledge, Taylor & Francis Group.
- in Keith. A. Dutton. 1995. The thrill of victory, the complexity of defeat: Self-esteem and people's emotional reactions to success and failure. *Journal of Personality and Social Psychology* 68: 712–22.
- in Margaret A. Marshall. 2001. Self-esteem and emotion: Some thoughts about feelings. *Personality and Social Psychology Bulletin* 27: 575–84.
- in Margaret A. Marshall. 2006. The three faces of self-esteem. V *Self-esteem: Issues and Answers*, ur. M. Kernis, 4–9. New York: Psychology Press.
- Brown, Ryan P., Karolyn Budzek in Michael Tamborski. 2009. On the meaning and measure of narcissism. *Personality and Social Psychology Bulletin* 35 (7): 951–64.
- in Virgil Zeigler-Hill. 2004. Narcissism and the non-equivalence of self-esteem measures: A matter of dominance? *Journal of Research in Personality* 38 (6): 585–92.
- Buffardi, Laura E. in W. Keith Campbell. 2008. Narcissism and Social Networking Web Sites. *Personality and Social Psychology Bulletin* 34 (10): 1303–14.
- Burns, Robert B. 1982. *Self Concept-Developing and Education*. Dorchester: Dorset Press.
- Buss, Arnold H. 1980. *Self-consciousness and social anxiety*. San Francisco: W. H. Freeman & Co.
- Buss, David M. in Lisa Mancinelli Chiodo. 1991. Narcissistic acts in everyday life. *Journal of Personality* 59: 179–215.
- Bylsma, Wayne H., Catherine Cozzarelli in Nebi Sumer. 1997. Relation Between Adult Attachment Styles and Global Self-Esteem. *Basic and Applied Social Psychology* 19 (1): 1–16. doi:10.1207/s15324834basp1901\_1.
- Cai, Huajian, Virginia S. Y. Kwan in Constantine Sedikides. 2012. A Sociocultural Approach to Narcissism: The Case of Modern China. *European Journal of Personality* 26 (5): 529–535.
- Campbell, Eugene, Gerald R. Adams in William R. Dobson. 1984. Familial correlates of identity formation in late adolescence: A study of the predictive utility of connectedness and individuality in family relations. *Journal of Youth and Adolescence* 13: 509–525.
- Campbell, W. Keith. 1999. Narcissism and romantic attraction. *Journal of Personality & Social Psychology* 77: 1254–1270.
- 2001. Is narcissism really so bad? *Psychological Inquiry* 12 (4): 214–16.
- in Craig A. Foster. 2002. Narcissism and commitment in romantic relationships: An investment model analysis. *Personality and Social Psychology Bulletin* 28: 484–495.

- Eric A. Rudich in Constantine Sedikides. 2002. Narcissism, self-esteem, and the positivity of self-views: Two portraits of self-love. *Personality & social psychology bulletin* 28 (3): 358–68.
- Angelica M. Bonacci, Jeremy Shelton, Julie J. Exline in Brad J. Bushman. 2004. Psychological entitlement: interpersonal consequences and validation of a self-report measure. *Journal of personality assessment* 83 (1): 29–45.
- Adam S. Goodie in Joshua D. Foster. 2004. Narcissism, confidence, and risk attitude. *Journal of Behavioral Decision Making* 17 (4): 297–311.
- Amy B. Brunell in Eli J. Finkel. 2006. Narcissism interpersonal self-regulation, and romantic relationships: An agency model approach. V *Self and relationships: Connecting intrapersonal and interpersonal processes*, ur. Kathleen D. Vohs in Eli J. Finkel, 57–83. New York: Guilford.
- in Joshua D. Foster. 2007. The narcissistic self: Background, an extended agency model, and ongoing controversies. V *The self: Frontiers of social psychology*, ur. Constantine Sedikides in Steven J. Spencer, 115–138. New York: Psychology Press.
- in Jeffrey David Green. 2008. Narcissism and interpersonal self-regulation. V *The self and social relationships*, ur. Joanne V. Wood, Abraham Tesser in John G. Holmes, 73–94. New York: Psychology Press.
- in Joshua D. Miller. 2011. *The handbook of narcissism and narcissistic personality disorder*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- in Jean M. Twenge. 2015. Narcissism, Emerging Media, and Society. V *The Wiley Handbook of Psychology Technology, and Society*, ur. Larry D. Rosen, Nancy A. Cheever in Mark L. Carrier, First. Chichester, UK: John Wiley & Sons.
- Carlson, Elizabeth A., Alan L. Sroufe in Byron Egeland. 2004. The construction of experience: A longitudinal study of representation and behavior. *Child Development* 75 (1): 66–83.
- Carnelley, Katherine B. in Ronnie Janoff-Bulman. 1992. Optimism about Love Relationships: General vs Specific Lessons from One's Personal Experiences. *Journal of Social and Personal Relationships* 9 (1): 5–20.
- Carpenter, Christopher J. 2012. Narcissism on Facebook: Self-promotional and anti-social behavior. *Personality and Individual Differences* 52 (4): 482–86.
- Cassidy, Jude. 1988. Child-Mother Attachment and the Self in Six-Year-Olds. *Child Development* 59 (1): 121–34.
- Cheung, Christy M. K., Pui Yee Chiu in Matthew K. O. Lee. 2011. Online social networks: Why do students use Facebook? *Computers in Human Behavior* 27 (4): 1337–43.
- Choi, Mina, Elliot T. Panek, Yioryos Nardis in Catalina L. Toma. 2015. When social media isn't social: Friends' responsiveness to narcissists on Facebook. *Personality and Individual Differences* 77: 209–14.
- Chou, Hui-Tzu Grace in Nicholas Edge. 2012. 'They are happier and having better lives than I am': the impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, behavior and social networking* 15 (2): 117–21.
- Christofides, Emily, Amy Muise in Serge Desmarais. 2009. Information disclosure and control on Facebook: Are they two sides of the same coin or two different processes? *Cyberpsychology and Behaviour* 12 (3): 341–345.
- Christopherson, Kimberly M. 2007. The positive and negative implications of anonymity in Internet social interactions: 'On the Internet, Nobody Knows You're a Dog'. *Computers in Human Behavior* 23 (6): 3038–56.
- Coan, James. 2008. Toward a neuroscience of attachment. V *Handbook of attachment: Theory, research, and clinical applications*, ur. Cassidy Jude in Phillip R. Shaver, 2. izdaja, 241–265. New York, NY: Guilford Press.

- 2010. Adult attachment and the brain. *Journal of Social and Personal Relationships* 27: 210–217.
- Cohen, Jacob. 2013. *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. 2. izdaja. Abingdon, UK: Routledge.
- Cole, Amy Y. in Elizabeth J. Rozell. 2011. Emotional Intelligence and Impression Management: A Theoretical Framework. *Insights Journal* 1: 93–114.
- Collins, Nancy L., Anamarie C. Guichard, Maire B. Ford in Brooke C. Feeney. 2004. Working Models of Attachment: New Developments and Emerging Themes. V *Adult attachment: Theory, research, and clinical implications*, ur. W. Steven Rholes in Jeffry A. Simpson, 196–239. New York: Guilford Publications.
- in Stephen J. Read. 1990. Adult attachment, working models, and relationship quality in dating couples. *Journal of Personality and Social Psychology* 58 (4): 644–63.
- Cooley, Charles H. 1902. *Human nature and the social order*. New York, NY: Charles Scriber's Sons.
- Cooper, Arnold M. 1986. Narcissism. V *Essential papers on narcissism*, ur. Andrew P. Morrison, 112–143. New York: New York University Press.
- 1998. Further developments in the clinical diagnosis of narcissistic personality disorder. V *Disorders of narcissism: Diagnostic, clinical, and empirical implications*, ur. Elsa Ronningstam, 53–74. Washington, DC: American Psychiatric Press inc.
- Coopersmith, Stanley. 1967. *The antecedents of self-esteem*. San Francisco: W.H. Freeman.
- Crocker, Jennifer, Riia K. Luhtanen in Samuel R. Sommers. 2004. Contingencies of self-worth: Progress and prospects. *European Review of Social Psychology* 15 (1): 133–81.
- in Lora E. Park. 2004. The costly pursuit of self-esteem. *Psychological Bulletin* 130 (3): 392–414.
- in Connie T. Wolfe. 2001. Contingencies of self-worth. *Psychological Review* 108 (3): 593–623.
- Crowe, Michael, Nathan T Carter, W Keith Campbell in Joshua D Miller. 2016. Validation of the Narcissistic Grandiosity Scale and Creation of Reduced Item Variants. *Psychological Assessment*, No Pagination Specified.
- Crowell, Judith A. in S. Shirley Feldman. 1987. Mothers' internal models of relationships and children's behavioral and developmental status: A study of mother-child interaction. *Child Development* 59: 1273–85.
- Cugmas, Zlatka. 1998. *Bodi z menoj, mami. Razvoj otrokove navezanosti*. Ljubljana: Produktivnost, d. o. o., Center za psihodiagnostična sredstva.
- Daft, Richard L. in Robert H. Lengel. 1986. Organizational information requirements, media richness, and structural design. *Management Science* 32 (5): 554–571.
- Dawson, Geraldine, Sharon B. Ashman, David Hessler, Susan Spieker, Karin Frey, Heracles Panagiotides in Lara Embry. 2001. Autonomic and brain electrical activity in securely- and insecurely-attached infants of depressed mothers. *Infant Behavior & Development* 24: 135–49.
- Dawson, Matt. 2013. *Late Modernity individualization and Socialism: An Associational Critique of Neoliberalism*. Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Denti, Leif, Isak Barbopoulos, Ida Nilsson, Linda Holmberg, Magdalena Thulin, Malin Wendblad, Lisa Anden in Emelie Davidsson. 2012. *Sweden's largest Facebook study*. Dostopno prek: [https://gupea.ub.gu.se/bitstream/2077/28893/1/gupea\\_2077\\_28893\\_1.pdf](https://gupea.ub.gu.se/bitstream/2077/28893/1/gupea_2077_28893_1.pdf) (5. marec 2017).
- DePaulo, Bella M., Deborah A. Kashy, Susan E. Kirkendol, Melissa M. Wyer in Jennifer A. Epstein. 1996. Lying in everyday life. *Journal of Personality and Social Psychology* 70 (5): 979–95.

- Dickinson, Kelly A. in Aaron L. Pincus. 2003. Vulnerable Narcissism Interpersonal Analysis of Grandiose and Vulnerable Narcissism. *Journal of personality disorders* 17 (3): 188–207.
- Diefenbach, Sarah in Lara Christoforakos. 2017. The Selfie Paradox: Nobody Seems to Like Them Yet Everyone Has Reasons to Take Them. An Exploration of Psychological Functions of Selfies in Self-Presentation. *Frontiers in Psychology* 8 (7): 1–14.
- DiMicco, Joan M. in David R. Millen. 2007. Identity Management: Multiple Presentations of Self in Facebook. V *Proceedings of the 2007 International ACM SIGGROUP Conference on Supporting Group Work*, 0–3. Sanibel Island, Florida, USA: GROUP 2007.
- Dindia, Kathryn. 2000. Self-disclosure, identity, and relationship development: A dialectical perspective. V *Communication and personal relationships*, ur. Kathryn Dindia in Steve Duck, 147–162. Chichester, UK: Wiley.
- Doinita, Nanu Elena. 2015. Adult Attachment, Self-esteem and Emotional Intelligence. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 187: 570–74.
- Donnelly, Kristin, Jean M. Twenge, Malissa A. Clark, Samia K. Shaikh, Angela Beiler-May in Nathan T. Carter. 2015. Attitudes Toward Women’s Work and Family Roles in the United States, 1976–2013. *Psychology of Women Quarterly* 40 (1): 361684315590774.
- Duemmler, Sandra L. in Roger Kobak. 2001. The development of commitment and attachment in dating relationships: attachment security as relationship construct. *Journal of Adolescence* 24 (3): 401–15.
- Duggan, Maeve, Nicole B. Ellison, Cliff Lampe, Amanda Lenhart in Mary Madden. 2015. *Social media update 2014*. Dostopno prek: [http://www.pewinternet.org/files/2015/01/PI\\_SocialMediaUpdate20144.pdf](http://www.pewinternet.org/files/2015/01/PI_SocialMediaUpdate20144.pdf) (18. februar 2017).
- Durkheim, Emile. [1897] 1992. *Samomor. Prepoved incesta in njeni izviri*. Ljubljana: Studia humanitatis.
- Ellis, Havelock. 1898. Auto-eroticism: A psychological study. *Alienist and Neurologist* 19: 260–99.
- Ellison, Nicole, Rebecca Heino in Jennifer Gibbs. 2006. Managing Impressions Online: Self-Presentation Processes in the Online Dating Environment. *Journal of Computer-Mediated Communication* 11: 415–41.
- Ellison, Nicole B., Charles Steinfield in Cliff Lampe. 2007. The Benefits of Facebook “Friends”: Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication* 12 (4): 1143–1168.
- Jessica Vitak, Charles Steinfield in Rebecca Gray. 2011. Negotiating privacy concerns and social capital needs in a social media environment. V *Privacy online: Perspectives on privacy and self-disclosure in the social web*, ur. S. Trepte in L. Reinecke, 19–32. New York, NY: Springer-Verlag.
- Emmons, Robert A. 1984. Factor Analysis and Construct Validity of the Narcissistic Personality Inventory. *Journal of Personality Assessment* 48 (3): 291–300.
- 1987. Narcissism: Theory and measurement. *Journal of Personality and Social Psychology* 52 (1): 11–17.
- Erikson, Erik. 1968. *Identity: Youth and crisis*. Oxford, England: Norton & Co.
- Eşkisü, Mustafa, Rumeysa Hoşoğlu in Kyler Rasmussen. 2017. An investigation of the relationship between Facebook usage, Big Five, self-esteem and narcissism. *Computers in Human Behavior* 69: 294–301.
- Facebook. 2017. *Newsroom*. Dostopno prek: <https://newsroom.fb.com/company-info/> (10. oktober 2017).
- 2016. *Newsroom*. Dostopno prek: <https://newsroom.fb.com/company-info/> (25. november 2016).

- Feeney, Judith A. in Patricia Noller. 1990. Attachment Style as a Predictor of Adult Romantic Relationships. *Journal of Personality and Social Psychology* 58 (2): 281–91.
- Ferkany, Matt. 2008. The educational importance of self-esteem. *Journal of Philosophy of Education* 42 (1): 119–32.
- Field, Andy P. 2009. *Discovering statistics using SPSS*. 3. izdaja. London: Sage Publications.
- Fine, Reuben. 1986. *Narcissism, the self, and society*. New York: Columbia University Press.
- Fischer, R. in D. Boer. 2011. What is more important for national well-being: money or autonomy? A meta-analysis of well-being, burnout, and anxiety across 63 societies. *2011* 101 (1): 164–84.
- Flanagin, A. J. in M. J. Metzger. 2001. Internet use in the contemporary media environment. *Human Communication Research* 27 (1): 153–181.
- Forest, Amanda L. in Joanne V. Wood. 2012. When social networking is not working: individuals with low self-esteem recognize but do not reap the benefits of self-disclosure on Facebook. *Psychological science* 23 (3): 295–302.
- Fossati, Andrea, Theodore P. Beauchaine, Federica Grazioli, Ilaria Carretta, Francesca Cortinovis in Cesare Maffei. 2005. A latent structure analysis of Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, Fourth Edition, Narcissistic Personality Disorder criteria. *Comprehensive Psychiatry* 46 (5): 361–67.
- Foster, Joshua D., W. Keith Campbell in Jean M. Twenge. 2003. Individual differences in narcissism: Inflated self-views across the lifespan and around the world. *Journal of Research in Personality* 37 (6): 469–86.
- Michael H. Kernis in Brian M. Goldman. 2007. Linking adult attachment to self-esteem stability. *Self and Identity* 6 (1): 64–73.
- Fox, Jesse, Jeremy L. Osborn in Katie M. Warber. 2014. Relational dialectics and social networking sites: The role of Facebook in romantic relationship escalation, maintenance, conflict, and dissolution. *Computers in Human Behavior* 35: 527–34.
- Fraley, R. Chris in Phillip R. Shaver. 2000. Adult Romantic Attachment: Theoretical Developments, Emerging Controversies, and Unanswered Questions. *Review of General Psychology* 4: 132–54.
- Nathan W. Hudson, Marie E. Heffernan in Noam Segal. 2015. Are adult attachment styles categorical or dimensional? A taxometric analysis of general and relationship-specific attachment orientations. *Journal of Personality and Social Psychology* 109 (2): 354–368.
- Fredriksen, Katia, Jean Rhodes, Ranjini Reddy in Niobe Way. 2004. Sleepless in Chicago: Tracking the Effects of Adolescent Sleep Loss during the Middle School Years. *Child Development* 75 (1): 84–95.
- Freud, Sigmund. 1905. Three essays on the theory of sexuality. V *The standard edition of the complete psychological works of Sigmund Freud*, ur. J. Strachey, 135–243. London: Hogarth Press Ltd.
- 1914. On narcissism: An introduction. V *A general selection from the works of Sigmund Freud. Psycho-Analytical Epitomes*, ur. John Rickman, 1937: 118–141. London: Hogarth Press.
- 1932. Libidinal types. *The Psychoanalytic Quarterly* 1: 3–6.
- 1990. *The Future of an Illusion*. New York: W.W. Norton and Company.
- Frosh, Stephen. 1991. *Identity crisis, modernity, psychoanalysis and the self*. Basingstoke, England: Macmillan.
- Gabbard, Glen O. 1989. Two subtypes of narcissistic personality disorder. *Bulletin of the Menninger Clinic* 53: 527–32.

- 1998. Transference and countertransference in the treatment of narcissistic patients. V *Disorders of narcissism: Diagnostic, clinical, and empirical implications*, ur. Elsa Ronningstam. Washington, DC: American Psychiatric Press inc.
- Gabriel, Marsha T., Joseph W. Critelli in Jullana S. Ee. 1994. Narcissistic illusions in self-evaluations of intelligence and attractiveness. *Journal of Personality* 62: 143–155.
- Gangadharbatla, Harsha. 2008. Facebook me: Collective self-esteem, need to belong, and internet self-efficacy as predictors of the iGeneration's attitudes toward social networking sites. *Journal of interactive advertising* 8 (2): 5–15.
- Gardner, William L. in Mark J. Martinko. 1988. Impression Management in Organizations Impression Management in Organizations. *Journal of Management* 14 (2): 321–39.
- Gefen, David in Detmar W. Straub. 2004. Consumer trust in B2C e-Commerce and the importance of social presence: Experiments in e-Products and e-Services. *Omega* 32 (6): 407–24.
- Geiger, Tasha C. in Nicki R. Crick. 2001. A developmental psychopathology perspective on vulnerability to personality disorders. V *Vulnerability to psychopathology: Risks across the lifespan*, ur. Rick E. Ingram in Joseph M. Price. New York: The Guilford Press.
- Gentile, Brittany, Jean M. Twenge in W. Keith Campbell. 2010. Birth cohort differences in self-esteem, 1988–2008: A cross-temporal meta-analysis. *Review of General Psychology* 14 (3): 261–68.
- Jean M. Twenge, Elise C. Freeman in W. Keith Campbell. 2012. The effect of social networking websites on positive self-views: An experimental investigation. *Computers in Human Behavior* 28 (5): 1929–33.
- George, Carol, Nancy Kaplan in Mary Main. 1996. *The adult attachment interview*. 3. izdaja. Berkeley: Unpublished manuscript, University of California, Department of Psychology.
- Gersten, S. P. 1991. Narcissistic personality disorder consists of two distinct subtypes. *Psychiatric Times* 8: 25–26.
- Gianakos, Irene. 2013. Counterdependence at Work Relationships With Social Support, Control Beliefs, and Self-Monitoring. *Journal of Career Development* 40 (1): 23–39.
- Giddens, Anthony. 1991. *Modernity and Self Identity: self and society in the late modern age*. Cambridge: Polity Press.
- 1994. Living in a Post-Traditional Society. V *Reflexive Modernization. Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order*, ur. Ulrich Beck, Anthony Giddens in Scott Lash, 56–109. Cambridge, UK: Polity Press.
- Gillath, Omri, Gery C. Karantzas in R. Chris Fraley. 2016. *Adult attachment: A concise introduction to theory and research*. Washington, DC: Academic Press.
- Godbout, Natacha, John Briere, Stéphane Sabourin in Yvan Lussier. 2014. Child sexual abuse and subsequent relational and personal functioning: The role of parental support. *Child Abuse and Neglect* 38 (2): 317–25.
- Goffman, Erwing. 1959. *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday.
- 1967. *Interaction ritual: Essays on face-to-face interaction*. Oxford, England: Aldine.
- Goldsmith, Arthur H., Jonathan R. Veum in William Darity Jr. 1997. Psychological Well-Being and Self-Esteem : Theory and Evidence. *Journal of Socio-Economics* 26 (2): 133–58.
- Gonzales, Amy L. in Jeffrey T. Hancock. 2011. Mirror, Mirror on my Facebook Wall: Effects of Exposure to Facebook on Self-Esteem. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 14 (1–2): 79–83.
- Granqvist, Pehr. 2010. Religion as Attachment: The Godin Award Lecture. *Archive for the Psychology of Religion* 32 (1): 5–24.

- Green, Jeffrey D. in W. Keith Campbell. 2000. Attachment and Exploration in Adults: Chronic and Contextual Accessibility. *Personality and Social Psychology Bulletin* 26 (4): 452–61.
- Greenberger, Ellen, Jared Lessard, Chuansheng Chen in Susan P. Farruggia. 2008. Self-entitled college students: Contributions of personality, parenting, and motivational factors. *Journal of Youth and Adolescence* 37 (10): 1193–1204.
- Greenwald, Anthony G. 1980. American Psychologist. *The totalitarian ego: Fabrication and revision of personal history* 35 (7): 603–618.
- in Mahzarin R. Banaji. 1995. Implicit social cognition: Attitudes, self-esteem, and stereotypes. *Psychological Review* 102: 4–27.
- Greenwood, Shannon, Andrew Perrin, in Maeve Duggan. 2016. *Social Media Update 2016: Facebook usage and engagement is on the rise, while adoption of other platforms holds steady*. Dostopno prek: <http://www.pewinternet.org/2016/11/11/social-media-update-2016/> (20. oktober 2017).
- Griffin, Dale in Kim Bartholomew. 1994. Models of the self and other: Fundamental dimensions underlying measures of adult attachment. *Journal of Personality and Social Psychology* 67: 430–445.
- Grijalva, Emily, Daniel A. Newman, Louis Tay, M. Brent Donnellan, P. D. Harms, Richard W. Robins in Taiyi Yan. 2015. Gender differences in narcissism: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin* 141 (2): 261–310.
- Groopman, Leonard C. in Arnold M. Cooper. 2006. Narcissistic personality disorder. *Armenian Health Network* 2.
- Gross, Ralph in Alessandro Acquisti. 2005. Information revelation and privacy in online social networks. *Privacy in the Electronic Society 2005*, 11.
- Grossman, Lev. 2007. Why Facebook Is the Future. Dostopno prek: <http://home.sbc.edu.hk/~lwmm/newscut/materials/20070826time.pdf> (18. april 2017).
- Gunawardena, Charlotte. N. 1995. Social presence theory and implications for interaction collaborative learning in computer conferences. *International Journal of Educational Telecommunications* 1 (2–3): 147–66.
- Halpern, Daniel in Jennifer Gibbs. 2013. Social media as a catalyst for online deliberation? Exploring the affordances of Facebook and YouTube for political expression. *Computers in Human Behavior* 29 (3): 1159–68.
- Sebastián Valenzuela in James E. Katz. 2016. ‚Selfie-ists‘ or ‚Narci-selfiers‘?: A cross-lagged panel analysis of selfie taking and narcissism. *Personality and Individual Differences* 97: 98–101.
- Hao, Jichun in Ross B. Wilkinson. 2014. Adult Attachment and Self-Esteem: A Meta-Analysis. *V Conference: 2014 International Association for Relationship Research Biennial Conference*. Melbourne, Australia.
- Hart, Joshua, Elizabeth Nailling, George Y. Bizer in Caitlyn K. Collins. 2015. Attachment theory as a framework for explaining engagement with Facebook. *Personality and Individual Differences* 77: 33–40.
- Harter, Susan. 1999. *The Construction of the Self. A Developmental Perspective*. New York: Guilford Press.
- Hazan, Cindy in Phillip Shaver. 1987. Romantic love conceptualized as an attachment process. *Journal of personality and social psychology* 52 (3): 511–24.
- in Phillip R. Shaver. 1990. Love and Work: An Attachment-Theoretical Perspective. *Journal of Personality and Social Psychology* 59: 270–280.
- 1994. Attachment as an Organizational Framework for Research on Close Relationships. *Psychological Inquiry* 5 (1): 1–22.

- Heatherton, Todd F. in Janet Polivy. 1991. Development and validation of a scale for measuring state self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology* 60 (6): 895–910.
- Hendin, Holly M. in Jonathan M. Cheek. 1997. Assessing Hypersensitive Narcissism: A Reexamination of Murray's Narcism Scale. *Journal of Research in Personality* 31: 588–99.
- Hepper, Erica G., Constantine Sedikides in Huajian Cai. 2013. Self-enhancement and self-protection strategies in China: cultural expressions of a fundamental human motive. *Journal of Cross-Cultural Psychology* 44 (1): 5–23.
- Hermann, Anthony D. in Robert M. Arkin. 2013. On claiming the good and denying the bad: Self- presentation styles and self-esteem. *Individual Differences Research* 11 (1): 31–43.
- Hilary, Pilkington in Johnson Richard. 2003. Relations of identity and power in global/local context. *European Journal of Cultural Studies* 6 (3): 259–83.
- Hogan, Bernie. 2010. The Presentation of Self in the Age of Social Media: Distinguishing Performances and Exhibitions Online. *Bulletin of Science, Technology & Society* 30 (6): 377–86.
- Hogan, Robert in Stephen R. Briggs. 1986. A socioanalytic interpretation of the public and the private selves. V *Public self and private life*, ur. Roy F. Baumeister, 179–88. New York: Springer-Verlag.
- Holmes, Jeremy. 1994. Attachment theory - a secure theoretical base for counselling? *Psychodynamic Counselling* 1 (1): 65–78.
- 2014. *The Search for the Secure Base: Attachment Theory and Psychotherapy*. New York: Routledge.
- Honneth, Axel. 1995. *The struggle for recognition: The moral grammar of social conflicts*. Cambridge: Polity Press.
- Horney, Karen. 1939. *New ways in psychoanalysis*. London: Kegan Paul, Trench, Trubner & Co.
- Horton, Robert S., Chelsea A. Reid, Jessica M. Barber, Josh Miracle in Jeffrey D. Green. 2014. An experimental investigation of the influence of agentic and communal Facebook use on grandiose narcissism. *Computers in Human Behavior* 35: 93–98.
- Huis, Elisabeth M. J., Ad J. J. M. Vingerhoets in Johan Denollet. 2011. Attachment style and self-esteem: The mediating role of Type D personality. *Personality and Individual Differences* 50 (7): 1099–1103.
- Human, Lauren J., Jeremy C. Biesanz, Kate L. Parisotto in Elizabeth W. Dunn. 2012. Your Best Self Helps Reveal Your True Self: Positive Self-Presentation Leads to More Accurate Personality Impressions. *Social Psychological and Personality Science* 3 (1): 23–30.
- Huntsinger, Erik T. in Linda J. Luecken. 2004. Attachment relationships and health behavior: The mediational role of self-esteem. *Psychology & Health* 19 (4): 515–26.
- Inglehart, Ronald. 1995. Changing values, economic development and political change. *International Social Science Journal* 145: 379–403.
- Roberto Foa, Christopher Peterson in Christian Welzel. 2008. Development, Freedom, and Rising Happiness: A Global Perspective (1981–2007). *Perspectives on Psychological Science* 3 (4): 264–85.
- Institut Jožef Stefan. 2013. 20 let Slovenije na spletu. Dostopno prek <https://www.ijs.si/slo/hist/20/> (20. februar 2017).
- Inštitut za slovenski jezik Frana Ramovša, ZRC SAZU. 2014. *Sprotni slovar slovenskega jezika*. Dostopno prek: <http://www.fran.si/132/sssj-sprotni-slovar-slovenskega-jezika/3625041/selfi?View=1&Query=selfi&All=selfi#> (15. januar 2017).
- Ivey, Allen E. 1991. *Developmental strategies for helpers: Individual, family, and network interventions*. Belmont, CA, US: Thomson Brooks/Cole Publishing Co.



- in Mary Bradford Ivey. 1998. Reframing DSM-IV: Positive strategies from developmental counseling and therapy. *Journal of Counseling & Development* 76: 334–50.
- James, William. 1890. *The principles of psychology*. New York: Holt.
- Jamnik, Anton. 2005. Cerkev pričevalka človekovega dostojanstva in skupnega dobrega v liberalistični družbi. *Bogoslovni vestnik* 65 (3): 339–452.
- Jenkins-Guarnieri, Michael A., Stephen L. Wright in Lynette M. Hudiburgh. 2012. The relationships among attachment style, personality traits interpersonal competency, and Facebook use. *Journal of Applied Developmental Psychology* 33 (6): 294–301.
- Michael A., Stephen L. Wright in Brian D. Johnson. 2013. The interrelationships among attachment style, personality traits interpersonal competency, and Facebook use. *Psychology of Popular Media Culture* 2 (2): 117–31.
- Johnston, Kevin, Maureen Tanner, Nishant Lalla in Dori Kawalski. 2013. Social capital: the benefit of Facebook ‘friends’. *Behaviour & Information Technology* 32 (1): 24–36.
- Joinson, Adam N. 2004. Self-Esteem interpersonal Risk, and Preference for E-Mail to Face-To-Face Communication. *CyberPsychology & Behavior* 7 (4): 472–78.
- 2008. ‘Looking at’, ‘looking up’ or ‘keeping up with’ people? Motives and uses of Facebook. *CHI 2008 Proceedings: Online Social Networks*.
- Jones, Edward E. 1990. *Interpersonal perception*. New York: W. H. Freeman & Co.
- Kenneth J. Gergen, Peter Gumpert in John W. Thibaut. 1965. Some Conditions Affecting the Use of Ingratiation To Influence Performance Evaluation. *Journal of personality and social psychology* 1 (August): 613–25. doi:im.
- in Thane S. Pittman. 1982. Toward a general theory of strategic selfpresentation. V *Psychological perspectives on the self*, ur. Jerry Suls, 231–262. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- in Camille B. Wortman. 1973. *Ingratiation: An attributional approach*. Morristown, NJ: General Learning Press.
- Jones, Ernest. 1913. *Essays in applied psychoanalysis, Vol II: Essays in folklore, anthropology, and religion*. London: The Hogarth Press Limited.
- Jourard, Sidney M. in Peggy E. Jaffe. 1970. Influence of an interviewer’s disclosure on the selfdisclosing behavior of interviewees. *Journal of Counseling Psychology*, 17: 252–257.
- Kalpidou, Maria, Dan Costin in Jessica Morris. 2011. The relationship between Facebook and the well-being of undergraduate college students. *Cyberpsychology, Behaviour and Social Networking* 14 (4): 2011.
- Kapidzic, Sanja. 2013. Narcissism as a predictor of motivations behind Facebook profile picture selection. *Cyberpsychology, behavior and social networking* 16 (1): 14–19.
- Karairmak, Özlem in Nagihan Oğuz Duran. 2008. Gender differences in attachment styles regarding conflict handling behaviors among Turkish late adolescents. *International Journal for the Advancement of Counselling* 30 (4): 220–34.
- Kay, Paul H. Ornstein Jerald. 1990. Development of psychoanalytic self psychology: A historical-conceptual overview. V *Review of Psychiatry*, ur. Allan Tasman, Stephen M. Goldfinger in Charles A. Kaufmann, 303–22. American Psychiatric Press inc.
- Kehrwald, Benjamin. 2008. Understanding social presence in text-based online learning environments. *Distance Education* 29 (1): 89–106.
- Kenny, Maureen E. in Kenneth G. Rice. 1995. Attachment to parents and adjustment in late adolescent college students: Current status, applications, and future considerations. *The Counseling Psychologist* 23: 433–456.
- Kernberg, Otto F. 1975. *Borderline conditions and pathological narcissism*. New York: Jason Aronson.

- Kim, Jinsuk in Kathryn Dindia. 2011. Online self-disclosure: A review of research. V *Computer-mediated communication in personal relationships*, ur. Kevin B. Wright in Lynne M. Webb, 156–180. New York: Peter Lang Publishing.
- Kim, Junghyun in Jong-Eun Roselyn Lee. 2011. The Facebook paths to happiness: Effects of the number of Facebook friends and self-presentation on subjective well-being. *Cyberpsychology, behavior and social networking* 14 (6): 359–64.
- Kirkpatrick, Lee A. 1992. An Attachment-Theory Approach Psychology of Religion. *The International Journal for the Psychology of Religion* 2 (1): 3–28.
- in Phillip R. Shaver. 1990. Attachment Theory and Religion: Childhood Attachments, Religious Beliefs, and Conversion. *Journal for the Scientific Study of Religion* 29 (3): 315–34.
- in Keith E. Davis. 1994. Attachment style, gender, and relationship stability: A longitudinal analysis. *Journal of Personality and Social Psychology* 66 (3): 502–512.
- Kitayama, Shinobu, Alana Conner Snibbe, Hazel Rose Markus in Tomoko Suzuki. 2004. Is there any “free” choice? Self and dissonance in two cultures. *Psychological Science* 15 (8): 527–533.
- Klun, Branko. 2007. Postmoderna filozofija in religija v slovenskem kontekstu. *Anthropos* 1–2 (205–206): 129–37.
- Kobak, R. Rogers in Cindy Hazan. 1991. Attachment in marriage: effects of security and accuracy of working models. *Journal of Personality and Social Psychology* 60 (6): 861–69.
- Kobal-Palčič, Darja in Janek Musek. 1995. Strukturiranost osebnega profila, samopodobe in samospoštovanja na prehodu iz srednje v pozno adolescenco: mednarodna študija. *Anthropos* 27 (3–4): 134–46.
- Kocjan Zager, Gaja in Andreja Avsec. 2013. Validacija slovenske oblike vprašalnika narcizizma NPI. *Anthropos* 45 (3–4): 151–69.
- Kohut, Heinz. 1966. Forms and Transformations of Narcissism. *Journal of the American Psychoanalytic Association* 14: 243–72.
- 1971. *The analysis of the self*. New York: International Universities Press.
- 1977. *The Restoration of the Self*. New York: International Universities Press.
- Kolar, Katarina Vodopivec. 2010. Narcizem kot produkt permisivne vzgoje – analiza situacije v izbranih slovenskih šolah. *Anthropos* 42 (3/4).
- Konrath, Sara H, Edward H O’Brien in Courtney Hsing. 2011. Changes in dispositional empathy in American college students over time: a meta-analysis. *Personality and Social Psychology Review* 15 (April): 180–98.
- Kos, Drago. 1998. Postmoderni premik in razvoj podeželja. *Urbani izziv* 9 (2): 33–38.
- Kotnik, Rudi. 2001. Razumevanje pojma ‚self‘ v Gestalt terapiji. *Psihološka obzorja* 10 (3): 127–40.
- Krämer, Nicole C. in Stephan Winter. 2008. Impression Management 2.0: The Relationship of Self-Esteem, Extraversion, Self-Efficacy, and Self-Presentation Within Social Networking Sites. *Journal of Media Psychology* 20 (3): 106–16.
- Kraus, George in David J. Reynolds. 2001. The ‚A-B-C‘S‘ of the cluster B’S: Identifying, understanding, and treating Cluster B personality disorders. *Clinical Psychology Review* 21 (3): 345–73.
- Kraut, Robert, Sara Kiesler, Bonka Boneva, Jonathon Cummings, Vicki Helgeson in Anne Crawford. 2002. Internet paradox revisited. *Journal of Social Issues* 58 (1): 49–74.
- Kuss, Daria J. in Mark D. Griffiths. 2011. Excessive online social networking : Can adolescents become addicted to Facebook ? *Education and Health* 29 (4): 68–71.
- La Barbera, Daniele, Filippo La Paglia in Rosaria Valsavoia. 2009. Social Network and Addiction. *Cyberpsychology & Behavior* 12: 628–629.

- Lamb, Michael E., Ross A. Thompson, William E. Gardner, Eric L. Charnov in David Estes. 1985. Security of infantile attachment as assessed in the ‚strange situation‘: Its study and biological interpretation. V *Annual progress in child psychiatry and child development*, ur. Stella Chess in Alexander Thomas, 53–114. New York: Brunner/Mazel.
- Lasch, Christopher. 1979. *The Culture of Narcissism: American Life in an Age of Diminishing Expectations*. New York: W. W. Norton & Company.
- Lash, Scott in Brian Wynne. 1992. Introduction. V *Risk Society: Towards a New Modernity*, ur. Ulrich Beck, 2–8. London: Sage.
- Lea, Martin in Russell Spears. 1991. Computer-mediated communication, de-individuation and group decision-making. *International Journal of Man-Machine Studies* 39: 283–301.
- 1992. Paralanguage and social perception in computer-mediated communication. *Journal of Organizational Computing* 2: 321–42.
- Leary, Mark R. 1993. The Interplay of Private Self-Processes and Interpersonal Factors in Self Presentation. V *Psychological Perspectives on the Self*, ur. Jerry M. Suls, 127–156. Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- 1995. *Self-presentation. Impression management and interpersonal behavior*. Madison, WI: Brown & Benchmark.
- 1996. *Self Presentation – Impression Management and Interpersonal behaviour*. Boulder: Westview.
- in Robin M. Kowalski. 1990. Impression management: A literature review and two-component model. *Psychological Bulletin* 107 (1): 34–47.
- John B. Nezlek, Deborah Downs, Julie Radford-Davenport, Jeffrey Martin in Anne McMullen. 1994. Self-presentation in everyday interactions: effects of target familiarity and gender composition. *Journal of personality and social psychology* 67 (4): 664–73.
- in Deborah L. Downs. 1995. Interpersonal Functions of the Self-Esteem Motive: The Self-Esteem System as a Sociometer. V *Efficacy, Agency, and Self-Esteem*, 123–44.
- Ellen S. Tambor, Sonja K. Terdal in Deborah L. Downs. 1995. Self-esteem as an interpersonal monitor: The sociometer hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology* 68 (3): 518–30.
- in Ashley Batts Allen. 2011. Personality and persona: Personality processes in self-presentation. *Journal of Personality* 79 (6): 889–916.
- Ledbetter, A. M., J. P. Mazer, J. M. DeGroot, K. R. Meyer, Yuping Mao in B. Swafford. 2011. Attitudes toward online social connection and self-disclosure as predictors of Facebook communication and relational closeness. *Communication Research* 38 (1): 27–53.
- Lee-Won, Roselyn J., Minsun Shim, Yeon Kyoung Joo in Sung Gwan Park. 2014. Who puts the best ‚face‘ forward on Facebook?: Positive self-presentation in online social networking and the role of self-consciousness, actual-to-total Friends ratio, and culture. *Computers in Human Behavior* 39: 413–23.
- Lee, Eunsun, Jungsun Ahn in Yeo Jung Kim. 2014. Personality traits and self-presentation at Facebook. *Personality and Individual Differences* 69: 162–67.
- Lee, Jong Eun Roselyn, David Clark Moore, Eun A. Park in Sung Gwan Park. 2012. Who wants to be ‚friend-rich‘? Social compensatory friending on Facebook and the moderating role of public self-consciousness. *Computers in Human Behavior* 28 (3): 1036–43.
- Levy, Kenneth N. 2005. The implications of attachment theory and research for understanding borderline personality disorder. *Development and Psychopathology* 17: 959–86.
- Benjamin N. Johnson, Tracy L. Clouthier, J. Wesley Scala in Christina M. Temes. 2015. An Attachment Theoretical Framework for Personality Disorders. *Canadian Psychology* 56 (2): 197–207.

- Lin, Min-Pei, Huei-Chen Ko in Jo Yung-Wei Wu. 2011. Prevalence and psychosocial risk factors associated with internet addiction in a nationally representative sample of college students in Taiwan. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 14 (12): 741–46.
- Lin, Jih-Hsuan. 2015. The role of attachment style in Facebook use and social capital: evidence from university students and a national sample. *Cyberpsychology, behavior and social networking* 18 (3): 173–80.
- Livingstone, Sonia. 2008. Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media & Society* 10 (3): 393–411.
- Ljepava, Nikolina, R. Robert Orr, Sean Locke in Craig Ross. 2013. Personality and social characteristics of Facebook non-users and frequent users. *Computers in Human Behavior* 29 (4): 1602–7.
- Lupton, Deborah. 2005. *Risk*. London: Taylor & Francis e-Library.
- Lyddon, William J. 1993. Developmental constructivism: An integrative framework for psychotherapy practice. *Journal of Cognitive Psychotherapy* 7 (3): 217–224.
- in Alissa Sherry. 2001. Developmental Personality Styles: An Attachment Theory Conceptualization of Personality Disorders. *Journal of Counseling & Development*.
- Lyotard, Jean-François. 2004. *Postmoderna za začetnike: korespondenca 1982-1985*. Ljubljana: Društvo za teoretsko psihoanalizo. Begunje: Cicero.
- MacDonald, Geoff. 1994. Self esteem and the promotion of mental health. V *Promotion of Mental Health*, ur. Dennis R. Trent in Colin A. Reed, 19–20. Avebury: Aldershot.
- MacDonald, Pat. 2014. Narcissism in the modern world. *Psychodynamic Practice: Individuals, Groups and Organisations* 20 (2): 144–53.
- Mahoney, Michael J. 1991. *Human change processes*. New York: Basic Books.
- Main, Mary, Nancy Kaplan in Jude Cassidy. 1985. Security in infancy, childhood, and adulthood: A move to the level of representation. *Monographs for the Society for Research in Child Development* 50: 66–104.
- in Ruth Goldwyn. 1988. *An adult attachment classification system*. Berkeley: Unpublished manuscript, University of California, Department of Psychology.
- Malik, Sadia in Maheen Khan. 2015. Impact of Facebook addiction on narcissistic behavior and Self-Esteem among students. *Journal of the Pakistan Medical Association* 65 (3): 260–63.
- Manago, Adriana M., Michael B. Graham, Patricia M. Greenfield in Goldie Salimkhan. 2008. Self-presentation and gender on MySpace. *Journal of Applied Developmental Psychology* 29 (6): 446–58.
- Tamara Taylor in Patricia M. Greenfield. 2012. Me and my 400 friends: The anatomy of college students' Facebook networks, their communication patterns, and well-being. *Developmental Psychology* 48 (2): 369–80.
- Mann, Michal, Clemens M H Hosman, Herman P. Schaalma in Nanne K. De Vries. 2004. Self-esteem in a broad-spectrum approach for mental health promotion. *Health Education Research* 19 (4): 357–72.
- Marcia, James E. 1988. Common processes underlying ego-identity, cognitive/moral development and individuation. V *Self, ego, and identity*, ur. Daniel K. Lapsley in F. Clark Power, 211–225. New York: Springer-Verlag.
- 1993. The relational roots of identity. V *Discussions on ego identity*, ur. Jane Kroger, 101–120. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Marcus, Bernd, Franz Machilek in Astrid Schütz. 2006. Personality in cyberspace: Personal websites as media for personality expressions and impressions. *Journal of Personality and Social Psychology* 90: 1014–1031.

- Markus, Hazel in Paula Nurius. 1986. Possible Selves. *American psychologist* 41 (9): 954.
- Marsh, Herbert W., Barbara M. Byrne in Alexander Seeshing Yeung. 1999. Causal ordering of academic self-concept and achievement: reanalysis of a pioneering study and revised recommendations. *Educational Psychologist* 34 (3): 155–67.
- Marshall, Tara C., Katharina Lefringhausen in Nelli Ferenczi. 2015. The Big Five, self-esteem, and narcissism as predictors of the topics people write about in Facebook status updates. *Personality and Individual Differences* 85: 35–40.
- Marwick, Alice E. in Danah Boyd. 2011. I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society* 13 (1): 114–33.
- Masterson, James F. 1993. *The emerging self: A developmental, self, and object relations approach to the treatment of the closet narcissistic disorder of the self*. New York: Brunner/Mazel.
- McArthur, Leslie Z. in Reuben M. Baron. 1983. Toward an ecological theory of social perception. *Psychological Review* 90: 215–38.
- McCain, Jessica L., Zachary G. Borg, Ariel H. Rothenberg, Kristina M. Churillo, Paul Weiler in W. Keith Campbell. 2016. Personality and selfies: Narcissism and the Dark Triad. *Computers in Human Behavior* 64: 126–33.
- McFarland, Cathy in Michael Ross. 1982. The impact of causal attributions on affective reactions to success and failure. *Journal of Personality and Social Psychology* 43: 937–46.
- McGoron, Lucy, Mary Margaret Gleason, Anna T. Smyke, Stacy S. Drury, Charles A. Nelson, Matthew C. Gregas, Nathan A. Fox in Charles H. Zeanah. 2012. Recovering From Early Deprivation: Attachment Mediates Effects of Caregiving on Psychopathology. *Journal of the American Academy of Child & Adolescent Psychiatry* 51 (7): 683–93.
- Mckenna, Katelyn Y. A. in John A. Bargh. 2000. Plan 9 From Cyberspace: The Implications of the Internet for Personality and Social Psychology. *Personality and Social Psychology Review* 4 (1): 57–75.
- Amie S. Green in Marci E. J. Gleason. 2002. Relationship Formation on the Internet: What's the Big Attraction? *Journal of Social Issues* 58 (1): 9–31.
- McKinney, Bruce C, Lynne Kelly in Robert L Duran. 2012. Narcissism or Openness?: College Students' Use of Facebook and Twitter. *Communication Research Reports* 29 (2): 108–18.
- McLean, Jamie. 2007. Psychotherapy with a Narcissistic Patient Using Kohut's Self Psychology Model. *Psychiatry (Edgmont)* 4 (10): 40–47.
- McWilliams, L. A. in S. Bailey. 2010. Associations between adult attachment ratings and health conditions: Evidence from the National Comorbidity Survey Replication. *Health Psychology* 29: 446–453.
- Mead, George Herbert. 1934. *Mind self, and society*. Chicago: University of Chicago Press.
- Mecca, Andrew M., Neil J. Smelser in John Vasconcellos, ur. 1989. *The social importance of self-esteem*. Berkley and Los Angeles: University of California Press.
- Mehdizadeh, Soraya. 2010. Self-presentation 2.0: narcissism and self-esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 13 (4): 357–64.
- Michikyan, Minas, Jessica Dennis in Kaveri Subrahmanyam. 2015. Can You Guess Who I Am? Real, Ideal, and False Self-Presentation on Facebook Among Emerging Adults. *Emerging Adulthood* 3 (1): 55–64.
- Mickelson, Kristin D., Ronald C. Kessler in Phillip R. Shaver. 1997. Adult attachment in a nationally representative sample. *Journal of personality and social psychology* 73 (5): 1092–1106.

- Mikulincer, Mario in Victor Florian. 1999. The association between parental reports of attachment style and family dynamics, and offspring's reports of adult attachment style. *Family Process* 38 (2): 243–57.
- in Phillip R. Shaver. 2003. The attachment behavioral system in adulthood: activation, psychodynamics, and interpersonal processes. *Advances in Experimental Social Psychology* 35 (3): 53–152.
- 2005. Attachment theory and emotions in close relationships: Exploring the attachment-related dynamics of emotional reactions to relational events. *Personal Relationships* 12 (2): 149–68.
- 2007. *Attachment in adulthood: Structure, dynamics, and change*. New York: Guilford Press.
- 2012. An attachment perspective on psychopathology. *World Psychiatry* 11 (1): 11–15.
- 2015. An Attachment Perspective on Prosocial Attitudes and Behavior. V *The Oxford Handbook of Prosocial Behavior*, ur. David A. Schroeder in William G. Graziano, 209–30. Oxford: Oxford University Press.
- Miller, Joshua D. in W. Keith Campbell. 2008. Comparing clinical and social-personality conceptualizations of narcissism. *Journal of Personality* 76 (3): 449–76.
- Brian J. Hoffman, Eric T. Gaughan, Brittany Gentile, Jessica Maples in W. Keith Campbell. 2011. Grandiose and Vulnerable Narcissism: A Nomological Network Analysis. *Journal of Personality* 79 (5): 1013–42.
- Millon, Theodore in Seth D. Grossman. 2005. Psychotherapy for the narcissistic personality disorder. V *Oxford Textbook of Psychotherapy*, ur. Glen O. Gabbard, Judith S. Beck in Jeremy Holmes, 1. Oxford, U.K.: Oxford University Press.
- Ministrstvo za šolstvo in šport. 2010. Mladina 2010. Končno poročilo o rezultatih raziskave.
- Morf, Carolyn C. in Frederick Rhodewalt. 1993. Narcissism and self-evaluation maintenance: Explorations in object relations. *Personality and Social Psychology Bulletin* 19 (6): 668–676.
- 2001. Unraveling the paradoxes of narcissism: A dynamic self-regulatory processing model. *Psychological Inquiry* 12: 177–196.
- Morrison, Andrew P. 1989. *Shame: The Underside of Narcissism*. Hillsdale, NJ: Analytic Press.
- Mruk, Christopher J. 2006. *Self-esteem research, theory and practice: Toward a positive psychology of self-esteem*. New York, NY: Springer.
- Nacionalni inštitut za javno zdravje. 2017. Podatkovni portal. Dostopno prek: <https://podatki.nijz.si> (15. maj 2017).
- Nadkarni, Ashwini in Stefan G. Hofmann. 2012. Why do people use Facebook? *Personality and Individual Differences* 52 (3): 243–49.
- Nathan DeWall, C., Laura E. Buffardi, Ian Bonser in W. Keith Campbell. 2011. Narcissism and implicit attention seeking: Evidence from linguistic analyses of social networking and online presentation. *Personality and Individual Differences* 51 (1): 57–62.
- Neiss, Michelle B., Constantine Sedikides in Jim Stevenson. 2002. Self-Esteem: A Behavioural Genetic Perspective. *European Journal of Personality* 16 (5): 351–67.
- Nitzburg, George C. in Barry A. Farber. 2013. Putting Up Emotional (Facebook) Walls? Attachment Status and Emerging Adults' Experiences of Social Networking Sites. *Journal of Clinical Psychology* 69 (11): 1183–90.
- O'Sullivan, Patrick B in Caleb T Carr. 2017. Masspersonal communication: A model bridging the mass-interpersonal divide. *New Media & Society*, 146144481668610.
- Ogilvie, Claire A., Emily Newman, Lynda Todd in David Peck. 2014. Attachment & violent offending: A meta-analysis. *Aggression and Violent Behavior* 19 (4): 322–39.
- Oh, Hyun Jung, Elif Ozkaya in Robert LaRose. 2014. How Does Online Social Networking Enhance Life Satisfaction? The Relationships Among Online Supportive Interaction,

- Affect, Perceived Social Support, Sense of Community, and Life Satisfaction. *Computers in Human Behavior* 30: 69–78.
- Oishi, Shigehiro, Selin Kesebir, Felicity F. Miao, Thomas Talhelm, Yumi Endo, Yukiko Uchida, Yasufumi Shibana in Vinai Norasakkunkit. 2013. Residential mobility increases motivation to expand social network: But why? *Journal of Experimental Social Psychology* 49 (2): 217–23.
- Oldmeadow, Julian A., Sally Quinn in Rachel Kowert. 2013. Attachment style, social skills, and Facebook use amongst adults. *Computers in Human Behavior* 29 (3): 1142–49.
- Oltmanns, Thomas F., Robert E. Emery in Steven Taylor. 2006. *Abnormal psychology*. Toronto: Pearson Education Canada.
- Ong, Eileen Y. L., Rebecca P. Ang, Jim C. M. Ho, Joylynn C. Y. Lim, Dion H. Goh, Chei Sian Lee in Alton Y. K. Chua. 2011. Narcissism, extraversion and adolescents' self-presentation on Facebook. *Personality and Individual Differences* 50 (2): 180–85.
- Orr, Emily S., Mia Sisic, Craig Ross, Mary G. Simmering, Jaime M. Arseneault in R. Robert Orr. 2009. The influence of shyness on the use of Facebook in an undergraduate sample. *Cyberpsychology & behavior* 12 (3): 337–40.
- Panek, Elliot T., Yioryos Nardis in Sara Konrath. 2013. Defining social networking sites and measuring their use: How narcissists differ in their use of Facebook and Twitter. *Computers in Human Behavior* 29 (5): 2004–12.
- Panfile, Tia M. in Deborah J. Laible. 2012. Attachment security and child's empathy: The mediating role of emotion regulation. *Merrill-Palmer Quarterly* 58: 1–21.
- Papacharissi, Zizi in Andrew Mendelson. 2011. Toward a new(er) sociability: Uses, gratifications and social capital on Facebook. V *Media perspectives for the 21st century*, ur. Stylianos Papathanassopoulos, 212–31. New York, NY: Routledge.
- Paris, Joel. 2014. Modernity and Narcissistic Personality Disorder. *Personality Disorders: Theory, Research, and Treatment* 5 (2).
- Park, Lora E. in Jennifer Crocker. 2005. Interpersonal Consequences of Seeking Self-Esteem. *Personality and Social Psychology Bulletin* 31 (11): 1587–98.
- Park, Namkee in Seungyoon Lee. 2014. College Students' Motivations for Facebook Use and Psychological Outcomes. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 58 (4): 601–20.
- Park, Namsu, Kerk F. Kee in Sebastián Valenzuela. 2009. Being Immersed in Social Networking Environment: *Cyberpsychology & Behavior* 12 (6): 729–33.
- Pelham, Brett W. in William B. Swann Jr. 1989. From self-conceptions to self-worth: On the sources and structure of global self-esteem. *Journal of personality and social psychology* 57 (4): 672–80.
- Pelling, Emma in Katherine M. White. 2009. The theory of planned behaviour applied to young people's use of social networking websites. *Cyberpsychology & Behavior* 12 (6): 755–59.
- Pempek, Tiffany A., Yevdokiya A. Yermolayeva in Sandra L. Calvert. 2009. College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology* 30 (3): 227–38.
- Pettijohn, Terry F., Kimberly E. Lapiene, Terry F. Pettijohn in Amanda L. Horting. 2012. Relationships between Facebook intensity, friendship contingent self-esteem, and personality in US college students. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace* 6 (1).
- Pew Research Center Internet, Science & Tech. 2014. *World Wide Web Timeline*. Dostopno prek: <http://www.pewinternet.org/2014/03/11/world-wide-web-timeline/> (22. marec 2017).
- Pistole, M. Carole. 1995. Adult attachment style and narcissistic vulnerability. *Psychoanalytic Psychology* 12 (1): 115–26.

- Praper, Peter. 1996. *Razvojna analitična psihoterapija*. Ljubljana: Inštitut za klinično psihologijo.
- Puig, Jennifer, Michelle M Englund, Jeffry A Simpson in W Andrew Collins. 2013. Prospective Longitudinal Study. *Health Psychology* 32 (4): 409–17.
- Pyszczynski, Tom in Cathy Cox. 2004. Can we really do without self-esteem? Comment on Crocker and Park (2004). *Psychological bulletin* 130 (3): 425–29.
- Jeff Greenberg, Sheldon Solomon, Jamie Arndt in Jeff Schimel. 2004. Why do people need self-esteem? A theoretical and empirical review. *Psychol Bulletin* 130 (3): 435–68.
- Qiu, Lin, Han Lin, Angela K. Leung in William Tov. 2012. Putting Their Best Foot Forward: Emotional Disclosure on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 15 (10): 569–72.
- Raacke, John in Jennifer Bonds-Raacke. 2008. MySpace and Facebook: applying the uses and gratifications theory to exploring friend-networking sites. *Cyberpsychology & behavior : the impact of the Internet, multimedia and virtual reality on behavior and society* 11 (2): 169–74.
- Radke-Yarrow, M., C. Zahn-Waxler, D. T. Richardson in A. Susman. 1994. Caring behavior in children of clinically depressed and well mothers. *Child Development* 65: 1405–1414.
- Ragin, Charles C. 2007. *Družboslovno raziskovanje*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Rao, A., Stuart M. Schmidt in Lynda H. Murray. 1995. Upward Impression Management: Goals influence Strategies, and Consequences. *Human Relations* 48 (2): 147–67.
- Raskin, Robert N. in Calvin S. Hall. 1979. A narcissistic personality inventory. *Psychological Reports* 45 (2): 590.
- in Howard Terry. 1988. A principal-components analysis of the Narcissistic Personality Inventory and further evidence of its construct validity. *Journal of Personality and Social Psychology* 54 (5): 890–902.
- Jill Novacek in Robert Hogan. 1991. Narcissism, self-esteem, and defensive self-enhancement. *Journal of Personality* 59: 19–38.
- Reich, Annie. 1960. Pathologic forms of self-esteem regulation. V *Essential papers on narcissism*, ur. Andrew P. Morrison, 44–60. New York: New York University Press.
- Reinecke, Leonard in Sabine Trepte. 2014. Authenticity and well-being on social network sites: A two-wave longitudinal study on the effects of online authenticity and the positivity bias in SNS communication. *Computers in Human Behavior* 30: 95–102.
- Reinert, Duane F. in Carla E. Edwards. 2014. Attachment theory and concepts of god: Parent referencing versus self-referencing. *SAGE Open* 4 (4).
- Rheingold, Howard. 1994. Pozabite informacijsko avtocesto - mreže spletajo ljudje (M. Kokot, izpraševalec). *Časopis za kritiko znanosti, domišljijo in novo antropologijo* 21 (166–167): 49–54.
- Rhodewalt, Frederick, Jennifer C. Madrian in Sharon Cheney. 1998. Narcissism, self-knowledge organization, and emotional reactivity: The effect of daily experiences on self-esteem and affect. *Personality and Social Psychology Bulletin* 24 (1): 75–87.
- in Deborah L. Sorrow. 2003. Interpersonal self-regulation: Lessons for the study of narcissism. V *Handbook of self and identity*, ur. Mark R. Leary in June Price Tangney, 519–35. New York: The Guildford Press.
- Rholes, W. Steven in Jeffry A. Simpson. 2004. Attachment Theory: Basic Concepts and Contemporary Questions. V *Adult Attachment: Theory, Research, and Clinical Implications*, ur. Steven W. Rholes in Jeffry A. Simpson, 3–14. New York: Guilford Press.
- Richards, David A. in Aaron C. H. Schat. 2011. Attachment at (not to) work: Applying attachment theory to explain individual behavior in organizations. *Journal of Applied Psychology* 96 (1): 169–82.



- Robins, Richard W., Jessica L. Tracy, Kali Trzesniewski, Jeff Potter in Samuel D. Gosling. 2001. Personality Correlates of Self-Esteem. *Journal of Research in Personality* 35 (4): 463–82.
- Rodin, Gary in Sam Izenberg. 1996. Treating the narcissistic personality disorder. V *Treating difficult personality disorders*, ur. Michael Rosenbluth in Irvin D. Yalom, 107–22. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
- Rogers, Todd B. 1981. A model of the self as an aspect of the human information processing system. V *Personality, Cognition and Social Interaction*, ur. Nancy Cantor in John F. Kihlstrom, 193–214. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Ronningstam, Elsa. 2009. Narcissistic personality disorder: Facing DSM-V. *Psychiatric Annals* 39: 111–21.
- Rose, Paul. 2002. The happy and unhappy faces of narcissism. *Personality and Individual Differences* 33 (3): 379–91.
- Rosen, Larry D., L. Mark Carrier in Nancy A. Cheever. 2010. *Rewired: Understanding the iGeneration and the way they learn*. New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Kelly Whaling, Saira S. Rab, L. Mark Carrier in Nancy A. Cheever. 2013. Is Facebook creating ‚iDisorders‘? The link between clinical symptoms of psychiatric disorders and technology use, attitudes and anxiety. *Computers in Human Behavior*, št. November 2015.
- Rosenberg, Morris. 1965. *Society and the adolescent self-image*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- 1979. *Conceiving the self*. New York: Basic Books.
- Rosenthal, Robert in Lenore Jacobson. 1968. *Pygmalion in the classroom: Teacher expectation and pupils' intellectual development*. New York: Holt.
- Rosenthal, Seth A., Jill M. Hooley in Yulia Steshenko. 2007. *Distinguishing grandiosity from self-esteem: Development of the Narcissistic Grandiosity Scale*. Delno objavljen rokopis.
- Ross, Craig, Emily S. Orr, Mia Sisic, Jaime M. Arseneault, Mary G. Simmering in R. Robert Orr. 2009. Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior* 25 (2): 578–86.
- Rui, Jian Raymond in Michael A. Stefanone. 2013. Strategic image management online: Self-presentation, self-esteem and social network perspectives. *Information Communication and Society* 16 (8): 1286–1305.
- in Michael A. Stefanone. 2013. Strategic self-presentation online: A cross-cultural study. *Computers in Human Behavior* 29 (1): 110–18.
- Russ, Eric, Jonathan Shedler, Rebekah Bradley in Drew Westen. 2008. Refining the construct of narcissistic personality disorder: Diagnostic criteria and subtypes. *American Journal of Psychiatry* 165 (11): 1473–81.
- Ryan, Tracii in Sophia Xenos. 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): 1658–64.
- Andrea Chester, John Reece in Sophia Xenos. 2014. The uses and abuses of Facebook: A review of Facebook addiction. *Journal of Behavioural Addictions* 3 (3): 133–48.
- Salimkhan, Goldie, Adriana M. Manago in Patricia M. Greenfield. 2010. The construction of the virtual self on MySpace. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace* 4 (1). Dostopno prek: <https://cyberpsychology.eu/article/view/4231/3275> (20. december 2016).
- Sawrie, Steve M., Paul J. Watson, Jan F. Sherbak, Roger L. Greene in Rudy Arredondo. 1997. Alcoholism and Narcissism: Assessing a Presumed Relationship with the MMPI-2. *Alcoholism Treatment Quarterly* 15 (3): 1–14.

- Scharfe, Elaine in Deborah Eldredge. 2001. Associations Between Attachment Representations and Health Behaviors in Late Adolescence. *Journal of Health Psychology* 6 (3): 295–307.
- Schimmenti, Adriano, Alessia Passanisi in Francesca Isabella Fama. 2014. Insecure Attachment Attitudes in the Onset of Problematic Internet Use Among Late Adolescents. *Child Psychiatry & Human Development* 45: 588–95.
- Schlenker, Barry R. 1975. Self-presentation: Managing the impression of consistency when reality interferes with self-enhancement. *Journal of Personality and Social Psychology* 32 (6): 1030–1037.
- 1980. *Impression management: The self-concept, social identity and interpersonal relations*. Monterey: Brooks/Cole.
- 1985. Identity and self-identification. V *The self and social life*, ur. Barry R. Schlenker, 65–99. New York: McGraw-Hill.
- 1986. Self-identification: Toward an integration of the private and public self. V *Public self and private life*, ur. Roy F. Baumeister, 21–62. New York: Springer-Verlag.
- Schug, Joanna, Masaki Yuki, Hiroki Horikawa in Kosuke Takemura. 2009. Similarity attraction and actually selecting similar others: how cross-societal differences in relational mobility affect interpersonal similarity in Japan and the United States. *Asian Journal of Social Psychology* 12 (2): 95–103.
- Sedikides, Constantine. 1993. Assessment, enhancement, and verification determinants of the self-evaluation process. *Journal of Personality and Social Psychology* 65: 317–338.
- Seidman, Gwendolyn. 2013. Self-presentation and belonging on Facebook: How personality influences social media use and motivations. *Personality and Individual Differences* 54 (3): 402–7.
- Seligman, Martin E. P. 1975. *Helplessness: On Depression, Development, and Death*. San Francisco: Freeman.
- Shain, Lee in Barry A. Farber. 1989. Female identity development and self-reflection in late adolescence. *Adolescence* 24 (94): 381–392.
- Shaver, Phillip R., Dory A. Schachner in Mario Mikulincer. 2005. Attachment Style, Excessive Reassurance Seeking, Relationship Processes, and Depression. *Personality and Social Psychology Bulletin* 31 (3): 343–59.
- Shengold, Leonard. 1995. *Delusions of everyday life*. New Haven: Yale University Press.
- Shim, Minsun, Roselyn J. Lee-Won in Sang Hee Park. 2016. The self on the Net: The joint effect of self-construal and public self-consciousness on positive self-presentation in online social networking among South Korean college students. *Computers in Human Behavior* 63: 530–39.
- Short, John, Ederyn Williams in Bruce Christie. 1976. *The social psychology of telecommunications*. London: John Wiley & Sons.
- Siegel, Daniel J. 1999. *The Developing Mind: Toward a Neurobiology of Interpersonal Experienc*. New York & London: The Guilford Press.
- Siibak, Andra. 2009. Constructing the self through the photo selection-Visual impression management on social networking websites. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace* 3 (1). Dostopno prek: <https://cyberpsychology.eu/article/view/4218/3260> (20. februar 2017).
- Simon, Eric P. in Leslie A. Baxter. 1993. Attachment-Style Differences in Relationship Maintenance Strategies. *Western Journal of Communication*.
- Simpson, Jeffry A. 1990. Influence of attachment styles on romantic relationships. *Journal of Personality and Social Psychology* 59 (5): 971–80.

- Skodol, Andrew E., Donna S. Bender in Leslie C. Morey. 2014. Narcissistic Personality Disorder in DSM-5. *Personality Disorders: Theory, Research, and Treatment* 5 (4): 422–27.
- Skues, Jason L., Ben Williams in Lisa Wise. 2012. The effects of personality traits, self-esteem, loneliness, and narcissism on Facebook use among university students. *Computers in Human Behavior* 28 (6): 2414–19.
- Slana, Mojca. 2010. Narcisizem pri porodnicah. *Psihološka obzorja* 19 (2): 31–48.
- Sočan, Gregor. 2004. *Postopki klasične testne teorije*. Ljubljana: Filozofska fakulteta Univerze v Ljubljani: Oddelek za psihologijo.
- Soyer, Renate B., Janet L. Rovenpor, Richard E. Kopelman, Lynn S. Mullins in Paul J. Watson. 2001. Further assessment of the construct validity of four measures of narcissism: replication and extension. *The Journal of Psychology* 135 (3): 245–58.
- Sperry, Len in Harold H. Mosak. 1996. Personality disorders. V *Psychopathology and psychotherapy*, ur. Len Sperry in Jon Carlson, 279–335. Washington, DC: Accelerated Development.
- Sroufe, Alan L. 2005. Attachment and development: a prospective, longitudinal study from birth to adulthood. *Attachment and Human Development* 7 (4): 349–67.
- Statista. 2017a. *Facebook - Statistics & Facts*. Dostopno prek: <https://www.statista.com/topics/751/facebook/> (1. julij 2017).
- 2017b. *Instagram - Statistics & Facts*. Dostopno prek: <https://www.statista.com/topics/1882/instagram/> (1. julij 2017).
- 2017c. *Snapchat - Statistics & Facts*. Dostopno prek: <https://www.statista.com/topics/2882/snapchat/> (1. julij 2017).
- Steele, Claude M. 1988. The psychology of self-affirmation: Sustaining the integrity of the self. V *Advances in experimental social psychology*, ur. Leonard Berkowitz, 261–302. San Diego, CA: Academi Press.
- Steers, Richard M. in Lyman W. Porter. 1991. *Motivation and work behavior*. New York: McGraw–Hill.
- Steinfeld, Charles, Nicole B. Ellison in Cliff Lampe. 2008. Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. *Journal of Applied Developmental Psychology* 29 (6): 434–45.
- Stewart, Kenneth D. in Paul C. Bernhardt. 2010. Comparing Millennials to pre-1987 students and with one another. *North American Journal of Psychology* 12 (3): 579–602.
- Strano, Michele M. 2008. User descriptions and interpretations of self-presentation through Facebook profile images. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace* 2 (2). Dostopno prek: <https://cyberpsychology.eu/article/view/4212/3253> (26. april 2017).
- Straub, Detmar in Elena Karahanna. 1998. Knowledge Worker Communications and Recipient Availability: Toward a Task Closure Explanation of Media Choice. *OSC* 8 (2): 160–175.
- Suoronta, Juha. 2003. Youth and Information and Communication Technologies (ICT). V *World Youth report 2003 - The Global Situation of Young People*, ur. United Nations - Department of Economic and Social Affairs, 310–33. New York: United Nations publication. Dostopno prek: <http://www.un.org/esa/socdev/unyin/documents/worldyouthreport.pdf> (27. januar 2017).
- Swann, William B. 1990. To be adored or to be known? The interplay of selfenhancement and self-verification. V *Motivation and cognition*, ur. Richard M. Sorrentino in Edward Tory Higgins, 2. izd., 408–48. New York: Guilford Press.
- Swann, William B., Alan Stein-Seroussi in R. Brian Giesler. 1992. Why people self-verify. *Journal of Personality and Social Psychology* 62: 392–401.

- Škerlep, A. 1998. Model računalniško posredovane komunikacije: tehnološka matrica in praktična raba v družbenem kontekstu. V *Internet v Sloveniji*, ur. Vasja Vehovar, 24–53. Ljubljana: Desk.
- Taylor, Charles. 1991. *The Malaise of Modernity*. Concord (Ontario): Anansi.
- Tedeschi, James T. in Nancy Norman. 1985. Social power, self-presentation, and the self. V *The self and social life*, ur. Barry R. Schlenker, 293–322. New York: McGraw-Hill.
- Thomaes, Sander, Hedy Stegge, Brad J. Bushman, Tjeert Olthof in Jaap Denissen. 2008. Development and validation of the childhood narcissism scale. *Journal of Personality Assessment* 90: 382–391.
- Brad J. Bushman, Bram Orobio de Castro in Hedy Stegge. 2009. What makes narcissists bloom? A framework for research on the etiology and development of narcissism. *Development and psychopathology* 21 (4): 1233–47.
- Toma, Catalina L. 2013. Feeling Better But Doing Worse: Effects of Facebook Self-Presentation on Implicit Self-Esteem and Cognitive Task Performance. *Media Psychology* 16 (2): 199–220.
- Jeffrey T. Hancock in Nicole B. Ellison. 2008. Separating Fact From Fiction: An Examination of Deceptive Self-Presentation in Online Dating Profiles. *Personality and Social Psychology Bulletin* 34 (8): 1023–36.
- in Jeffrey T. Hancock. 2011. A new twist on love's labor: Self-presentation in online dating profiles. V *Computer-mediated communication in personal relationships*, ur. Kevin B. Wright in Lynne M. Webb, 41–55. New York: Peter Lang Publishing.
- L. Crystal Jiang in Jeffrey T. Hancock. 2016. Lies in the Eye of the Beholder: Asymmetric Beliefs about Ones Own and Others Deceptiveness in Mediated and Face-to-Face Communication. *Communication Research*, 1–26.
- Tong, Stephanie Tom, Brandon Van Der Heide, Lindsey Langwell in Joseph B. Walther. 2008. Too much of a good thing? The relationship between number of friends and interpersonal impressions on Facebook. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13 (3): 531–49.
- Trapnell, P. D. in J. D. Campbell. 1999. Private self-consciousness and the five-factor model of personality: distinguishing rumination from reflection. *Journal of Personality and Social Psychology* 76 (2): 284–304.
- Triandis, Harry C. 1995. *Individualism and Collectivism*. Boulder, CO: Westview Press.
- Trope, Yaacov. 1986. Self-enhancement and self-assessment in achievement behavior. V *Handbook of motivation and cognition: Foundations of social behavior*, ur. Richard M. Sorrentino in E. Tory Higgins, 350–378. New York: Guilford Press.
- Twenge, Jean M. 2013. Does Online Social Media Lead to Social Connection or Social Disconnection? *Journal of College and Character* 14 (1): 11–20.
- in W. Keith Campbell. 2001. Age and birth cohort differences in self-esteem: A cross-temporal meta-analysis. *Personality and Social Psychology Review* 5 (4): 321–44.
- in Joshua D. Foster. 2008. Mapping the scale of the narcissism epidemic: Increases in narcissism 2002-2007 within ethnic groups. *Journal of Research in Personality* 42 (6): 1619–22.
- Sara Konrath, Joshua D. Foster, W. Keith Campbell in Brad J. Bushman. 2008. Egos inflating over time: A cross-temporal meta-analysis of the narcissistic personality inventory. *Journal of Personality* 76 (4): 875–902.
- in W.Keith Campbell. 2009. *The narcissism epidemic: Living in the age of entitlement*. New York, NY: Free Press.
- Emodish M. Abebe in W. Keith Campbell. 2010. Fitting In or Standing Out: Trends in American Parents' Choices for Children's Names, 1880-2007. *Social Psychological and Personality Science* 1 (1): 19–25.

- in Joshua D. Foster. 2010. Birth Cohort Increases in Narcissistic Personality Traits Among American College Students, 1982-2009. *Social Psychological and Personality Science* 1 (1): 99–106.
- W. Keith Campbell in Elise C. Freeman. 2012. Generational differences in young adults' life goals, concern for others, and civic orientation, 1966-2009. *Journal of personality and social psychology* 102 (5): 1045–62.
- W. Keith Campbell in Brittany Gentile. 2012. Generational Increases in Agentic Self-evaluations among American College Students, 1966–2009. *Self and Identity* 11 (4): 409–27.
- Joshua D. Miller in W. Keith Campbell. 2014. The narcissism epidemic: Commentary on Modernity and narcissistic personality disorder. *Personality Disorders: Theory, Research, and Treatment* 5 (2): 227–29.
- Nathan T. Carter in W. Keith Campbell. 2015. Time period, generational, and age differences in tolerance for controversial beliefs and lifestyles in the United States, 1972-2012. *Social Forces* 94 (1): 379–99.
- Ule, Mirjana. 2000. *Sodobne identitete v vrtincu diskurzov*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- 2002. Razlike, ki delajo razlike: življenjski stili individualizacija in spremembe identitetnih struktur, 75–86.
- 2003. Spremembe vrednot v družbi tveganj. *Pogovori o prihodnosti Slovenije pri predsedniku republike*. Dostopno prek: <http://www.prihodnost-slovenije.si/up-rs/ps.nsf/krf/96997D6B515C0960C1256E940046C55B> (5. junij 2017).
- 2009. *Psihologija komuniciranja in medosebnih odnosov*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Underwood, Jean D. M., Lianne Kerlin in Lee Farrington-Flint. 2011. The lies we tell and what they say about us: Using behavioural characteristics to explain Facebook activity. *Computers in Human Behavior* 27 (5): 1621–26.
- Utz, Sonja. 2015. The function of self-disclosure on social network sites: Not only intimate, but also positive and entertaining self-disclosures increase the feeling of connection. *Computers in Human Behavior* 45: 1–10.
- Martin Tanis in Ivar E. Vermeulen. 2012. It is all about being popular: The effects of need for popularity on social network site use. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 15: 37–42.
- Valkenburg, Patti M., Jochen Peter in Alexander P. Schouten. 2006. Friend Networking Sites and Their Relationship to Adolescents' Well-Being and Social Self-Esteem. *CyberPsychology & Behavior* 9 (5): 584–90.
- Van Der Heide, Brandon, Jonathan D. D'Angelo in Erin M. Schumaker. 2012. The Effects of Verbal Versus Photographic Self-Presentation on Impression Formation in Facebook. *Journal of Communication* 62 (1): 98–116.
- Vandenbergh, Frédéric. 2014. Globalisation and Individualisation in Late Modernity. A Theoretical Introduction to the Sociology of Youth. *Idéias* 8.
- Vasalou, Asimina, Adam N. Joinson in Delphine Courvoisier. 2010. Cultural differences, experience with social networks and the nature of 'true commitment' in Facebook. *International Journal of Human Computer Studies* 68 (10): 719–28.
- Vazire, Simine in Samuel D. Gosling. 2004. e-Perceptions: personality impressions based on personal websites. *Journal of personality and social psychology* 87 (1): 123–32.
- Laura P. Naumann, Peter J. Rentfrow in Samuel D. Gosling. 2008. Portrait of a narcissist: Manifestations of narcissism in physical appearance. *Journal of Research in Personality* 42 (6): 1439–47.

- Vodopivec, Katarina. 2008. Education in the narcissistic society: An analysis of the situation in some selected Slovenian primary schools. *Anthropological Notebooks* 14 (1): 103–17.
- Vogel, Erin A., Jason P. Rose, Lindsay R. Roberts in Katheryn Eckles. 2014. Social comparison, social media, and self esteem. *Psychology of Popular Media Culture* 3 (4): 206–22.
- Vrtička, Pascal in Patrik Vuilleumier. 2012. Neuroscience of human social interactions and adult attachment style. *Frontiers in Human Neuroscience* 6: 1–17.
- Wai, Michael in Niko Tiliopoulos. 2012. The affective and cognitive empathic nature of the dark triad of personality. *Personality and Individual Differences* 52 (7): 794–99.
- Wallace, Harry M. in Roy F. Baumeister. 2002. The performance of narcissists rises and falls with perceived opportunity for glory. *Journal of personality and social psychology* 82 (5): 819–34.
- Walther, Joseph B. 1992. Interpersonal Effects in Computer-Mediated Interaction. *Communication Research* 19 (1): 52–90.
- 1996. Computer-Mediated Communication: Impersonal interpersonal, and Hyperpersonal Interaction. *Communication Research* 23 (1): 3–4.
- 1997. Group and Interpersonal Effects in International Computer-Mediated Collaboration. *Human Communication Research* 23 (3): 342–69.
- 2004. Language and Communication Technology: Introduction to the Special Issue. *Journal of Language and Social Psychology* 23 (4): 384–96.
- 2007. Selective self-presentation in computer-mediated communication: Hyperpersonal dimensions of technology, language, and cognition. *Computers in Human Behavior* 23 (5): 2538–57.
- 2012. Interaction Through Technological Lenses: Computer-Mediated Communication and Language. *Journal of Language and Social Psychology* 31 (4): 397–414.
- in Malcolm R. Parks. 2002. Cues filtered out, cues filtered in: Computer-mediated communication and relationships. V *Handbook of Interpersonal Communication*, ur. Mark L. Knapp in John A. Daly, 529–63. Thousand Oaks, CA: Sage.
- David Deandrea, Jinsuk Kim in James C. Anthony. 2010. The Influence of Online Comments on Perceptions of Antimarijuana Public Service Announcements on YouTube. *Human Communication Research* 36 (4): 469–92.
- Wang, Jin Liang, Linda A. Jackson, Da Jun Zhang in Zhi Qiang Su. 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): 2313–19.
- Wang, Shaojung Sharon, Shin Il Moon, Kyounghee Hazel Kwon, Carolyn A. Evans in Michael A. Stefanone. 2010. Face off: Implications of visual cues on initiating friendship on Facebook. *Computers in Human Behavior* 26 (2): 226–34.
- Waterman, Alan S. 1981. Individualism and interdependence. *American Psychologist* 36 (7): 762–73.
- Watson, Paul J., Susan E. Hickman in Ronald J. Morris. 1996. Self-reported narcissism and shame: Testing the defensive self-esteem and continuum hypotheses. *Personality and Individual Differences* 21 (2): 253–59.
- Ronald J. Morris in Liv Miller. 1998. Narcissism and the Self as Continuum: Correlations with Assertiveness and Hypercompetitiveness. *Imagination, Cognition and Personality* 17 (3): 249–59.
- Weber, Sandra in Claudia Mitchell. 2008. Imaging, keyboarding, and posting identities: Young people and new media technologies. V *Youth, identity, and digital media*, ur. David Buckingham, 25–47. Cambridge, MA: MIT Press.

- Webster, Gregory D., Lee a. Kirkpatrick, John B. Nezelek, C. Veronica Smith in E. Layne Paddock. 2007. Different slopes for different folks: Self-esteem instability and gender as moderators of the relationship between self-esteem and attitudinal aggression. *Self and Identity* 6 (1): 74–94.
- Wei, Meifen, Daniel W. Russell in Robyn A. Zakalik. 2005. Adult attachment, social self-efficacy, self-disclosure, loneliness, and subsequent depression for Freshman college students: a longitudinal study. *Journal of Counseling Psychology* 52 (4): 602–14.
- Weiten, Wayne. 2004. *Psychology themes and variations*. Belmont, CA: Wadsworth=Thomson Learning.
- Westerman, James W., Jacqueline Z. Bergman, Shawn M. Bergman in Joseph P. Daly. 2012. Are Universities Creating Millennial Narcissistic Employees? An Empirical Examination of Narcissism in Business Students and Its Implications. *Journal of Management Education* 36 (1): 5–32.
- Wicklund, Robert A. in Peter M. Gollwitzer. 1982. *Symbolic self-completion*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Wilson, Kathryn, Stephanie Fornasier in Katherine M. White. 2010. Psychological predictors of young adults' use of social networking sites. *Cyberpsychology, Behaviour and Social Networking* 13 (2): 173–177.
- Wink, Paul. 1991. Two faces of narcissism. *Journal of personality and social psychology* 61 (4): 590–97.
- Wink, Paul in Karen Donahue. 1997. The relation between two types of narcissism and boredom. *Journal of Research in Personality* 31: 136–40.
- Wolfe, Raymond N., Richard D. Lennox in Brian L. Cutler. 1986. Getting along and getting ahead: Empirical support for a theory of protective and acquisitive self-presentation. *Journal of Personality and Social Psychology* 50 (2): 356–361.
- Woods, Heather Cleland in Holly Scott. 2016. #Sleepyteens: Social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self-esteem. *Journal of Adolescence* 51: 41–49.
- Worthy, Morgan, Albert L. Gary in Gay M. Kahn. 1969. Self-disclosure and exchange process. *Journal of Personality and Social Psychology* 13: 59–63.
- Wright, Aidan G. C. 2014. Narcissism and its discontents. *Personality Disorders: Theory, Research, and Treatment* 5 (2): 232–233.
- Wright, Stephen L. in Kristin M. Perrone. 2010. An Examination of the Role of Attachment and Efficacy in Life Satisfaction. *The Counseling Psychologist* 38 (6): 796–823.
- Yaakobi, Erez in Jacob Goldenberg. 2014. Social relationships and information dissemination in virtual social network systems: An attachment theory perspective. *Computers in Human Behavior* 38: 127–35.
- Yang, Chia-chen in B. Bradford Brown. 2016. Online Self-Presentation on Facebook and Self Development During the College Transition. *Journal of Youth and Adolescence* 45 (2): 402–16.
- Yurchisin, Jennifer, Kittichai Watchravesringkan in Deborah Brown McCabe. 2005. An Exploration of Identity Re-Creation in the Context of Internet Dating. *Social Behavior and Personality* 33 (8): 735–50.
- Yzer, Marco C. in Brian G. Southwell. 2008. New Communication Technologies, Old Questions. *American Behavioral Scientist* 52 (1): 8–20.
- Zarghooni, Sasan. 2007. *A Study of Self-presentation in Light of Facebook*. Dostopno prek: [http://folk.uio.no/sasanz/academic work/Selfpresentation\\_on\\_Facebook.pdf](http://folk.uio.no/sasanz/academic%20work/Selfpresentation_on_Facebook.pdf) (5. januar 2017).

- Zhang, Qingyao, Lijuan Zhang in Caina Li. 2017. Attachment, perceived parental trust and grandiose narcissism: Moderated mediation models. *Personality and Individual Differences* 104: 470–75.
- Zhao, Shanyang, Sherri Grasmuck in Jason Martin. 2008. Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior* 24 (5): 1816–36.
- Zorjan, Saša in Katja Košir. 2012. Stabilnost samospoštovanja v odnosu do narcizma in psihološkega blagostanja. *Psihološka obzorja / Horizons of Psychology* 21 (3): 5–14.
- Zywica, Jolene in James Danowski. 2008. The faces of facebookers: Investigating social enhancement and social compensation hypotheses; Predicting facebook??? and offline popularity from sociability and self-esteem, and mapping the meanings of popularity with semantic networks. *Journal of Computer-Mediated Communication* 14 (1): 1–34.
- Žižek, Slavoj. 1985. "Patološki narcis" kot družbeno-nujna forma subjektivnosti. *Družboslovne razprave* 2 (2): 105–141.
- Žvelc, Maša in Gregor Žvelc. 2006. Stili navezanosti v odraslosti. *Psihološka obzorja* 15 (3): 51–64.



## 8 STVARNO IN IMENSKO KAZALO

- A**
- Ainsworth .....78, 80, 81, 82, 84, 164, 166
- B**
- Bartholomew .....78, 80, 82, 84, 86, 91, 96,  
102, 105, 141, 144, 147, 162, 165, 174
- Baumann.....21, 165
- Baumeister....17, 36, 37, 40, 68, 70, 71, 72,  
74, 81, 165, 166, 175, 185, 189
- Beck.21, 22, 25, 26, 27, 166, 173, 178, 181
- Bowlby ...18, 67, 78, 79, 81, 82, 84, 85, 92,  
146, 167
- Brown .....17, 36, 37, 38, 39, 41, 45, 48, 50,  
54, 68, 69, 70, 71, 74, 75, 76, 127, 131,  
143, 145, 168, 178, 190
- C**
- Campbell 16, 18, 19, 28, 30, 42, 46, 47, 55,  
56, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 75, 76, 77, 81,  
82, 83, 99, 102, 104, 111, 142, 145, 148,  
149, 153, 166, 167, 168, 170, 172, 173,  
174, 180, 181, 187, 188
- E**
- Ellison.....17, 19, 28, 29, 30, 31, 33, 42, 43,  
44, 48, 71, 72, 74, 143, 167, 171, 186,  
187
- F**
- Facebook ....1, 3, 7, 8, 9, 10, 17, 18, 28, 30,  
31, 34, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 65, 66, 72,  
74, 75, 77, 78, 88, 89, 90, 91, 97, 98,  
102, 106, 116, 119, 120, 134, 141, 143,  
144, 148, 153, 156, 157, 158, 159, 161,  
165, 166, 167, 169, 170, 171, 172, 173,  
174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181,  
182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189,  
190, 191, 195, 196, 209
- Freud ..... 49, 50, 51, 54, 71, 172
- G**
- Giddens ..... 21, 24, 26, 27, 173
- globalno samospoštovanje ..... 67, 68, 69
- Goffman 17, 25, 36, 37, 45, 48, 70, 74, 173
- grandiozni narcisizem ..... 55
- H**
- Hazan ..... 19, 81, 83, 84, 95, 147, 174, 177
- Horney ..... 51, 175
- Horowitz .... 78, 80, 82, 84, 86, 91, 96, 102,  
105, 141, 144, 147, 162, 165
- I**
- identiteta..... 16, 26, 27, 34, 44, 159
- individualizem ..... 16, 23, 24, 61, 159
- internet ... 25, 27, 29, 31, 44, 123, 169, 172,  
177, 180, 182, 183, 185, 187, 190
- K**
- Kernberg ..... 51, 53, 54, 176
- Kohut ..... 51, 52, 53, 54, 165, 177, 180

## L

- Lasch .....16, 60, 159, 160, 178  
Leary.....36, 38, 44, 48, 69, 70, 74, 81, 166,  
178, 183  
lestvica narcisistične grandioznosti NaGS  
..103, 109, 114, 115, 119, 125, 126, 129,  
136, 137, 211, 212, 213, 214  
lestvica prikritega narcisizma HSNS....104,  
112, 114, 115, 119, 125, 129, 136, 137,  
211, 212, 213, 214  
lestvica psihološke upravičenosti PES .104,  
110, 114, 115, 119, 125, 131, 136, 211,  
212, 213, 214  
lestvica samopredstavljanja PSAFU ....119,  
120, 122, 123, 132, 135, 136, 137, 205

## M

- Main .....80, 81, 82, 84, 173, 179  
Mehdizadeh ..18, 19, 28, 42, 43, 44, 64, 66,  
71, 72, 74, 77, 144, 148, 153, 180  
Mikulincer ..78, 81, 82, 83, 87, 93, 94, 181,  
185  
model hiperpersonalnega komuniciranja 34  
modernizacija .....21

## N

- narcisistična grandioznost ....100, 134, 138,  
139, 153, 157  
narcisistična osebnostna motnja .....55, 57  
narcisizem.....19, 24, 43, 49, 50, 51, 52, 54,  
55, 56, 57, 60, 63, 65, 67, 68, 70, 75, 76,  
77, 92, 93, 98, 102, 104, 134, 138, 140,  
145, 146, 153, 154, 157, 158, 162, 165  
navezanost .....79

- navezanost v odraslosti ..... 82  
navezanost v otroštvu..... 78

## O

- odkriti narcisizem ..... 55, 67, 102, 104

## P

- Paris ..... 16, 23, 61, 62, 63, 182  
pozna moderna..... 21  
Praper ..... 51, 52, 53, 183  
prikriti narcisizem ..... 56, 67  
psihološka upravičenost100, 102, 134, 136,  
139

## R

- računalniško posredovano komuniciranje  
..... 27, 29, 33, 35  
Rosenberg ..... 38, 68, 102, 105, 114, 184  
Rosenbergova lestvica samospoštovanja  
RSES 105, 113, 114, 115, 119, 120, 122,  
123, 127, 129, 130, 132, 133, 136, 207,  
211, 212, 213, 214

## S

- samoizražanje..... 42  
samopodoba . 42, 46, 50, 55, 63, 67, 71, 75,  
76, 148  
samopoudarjanje ..... 45, 66, 94  
samopredstavljanje... 16, 17, 18, 19, 27, 29,  
35, 36, 38, 39, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48,  
64, 65, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 88, 97, 98,  
99, 102, 133, 135, 138, 140, 152, 153,  
154, 156, 157, 159, 162  
samopromocija..... 66, 148

samorazkrivanje .....	35, 47, 148
samospoštovanje.19, 42, 43, 52, 57, 59, 63, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 95, 97, 105, 134, 136, 144, 147, 149	
Schlenker...37, 38, 40, 48, 49, 72, 185, 187	
sebstvo.....17, 18, 43, 45, 49, 52, 53, 54, 85, 147	
selektivno samopredstavljanje..18, 46, 102, 152, 157	
Shaver.....19, 78, 81, 82, 83, 84, 87, 88, 93, 94, 95, 96, 147, 152, 167, 168, 169, 172, 174, 177, 180, 181, 185	
sodobna družba.....60, 159	
spletna socialna omrežja.17, 18, 28, 29, 30, 33, 43, 65, 74, 88, 91, 159	
stili navezanosti ..19, 82, 87, 88, 92, 95, 96, 98, 140, 191	
strategije samopredstavljanja .....	41
strateško samopredstavljanje.....	38

## Š

štirikomponentni model navezanosti v odraslosti .....	86
--	----

## T

tehnologija .....	25
teorija družbene prisotnosti.....	32
teorija o informacijskem bogastvu medijev .....	32
teorija predelovanja sporočil in odnosov	33
teorija socialne identitete .....	33
Twenge... 16, 24, 28, 30, 61, 62, 63, 64, 99, 149, 150, 160, 169, 171, 172, 173, 187	

## U

Ule.... 21, 22, 24, 25, 26, 27, 33, 35, 36, 81, 159, 188	
upravljanje z vtisi.....	35, 36, 37, 40, 42

## V

vprašalnik medosebnih odnosov RQ ....	105
---------------------------------------	-----

## Ž

Žižek .....	61, 191
-------------	---------

# PRILOGE

## PRILOGA A: ANKETNI VPRAŠALNIK

Pozdravljeni!

Moje ime je Špela Selak in sem študentka doktorskega študija na Fakulteti za družbene vede. V okviru doktorske disertacije izvajam raziskavo o dejavnikih samopredstavljanja na spletnem socialnem omrežju Facebook. Ugotoviti želim, v kolikšni meri je način samopredstavljanja na spletnem socialnem omrežju Facebook pod vplivom identitetno-odnosnih dejavnikov.

Pred vami je vprašalnik, ki sem ga pripravila za ta namen. Njegovo izpolnjevanje vam bo vzelo približno 7 minut in je popolnoma **anonimno**, zato vas prosim, da na vprašanja odgovarjate kar najbolj iskreno. Običajno je najboljši odgovor tisti, ki vam prvi pride na pamet, zato se ne ustavljajte preveč pri posameznem vprašanju. Zelo pomembno je, da vprašalnik izpolnite do konca, saj bodo vaši odgovori edino tako prispevali h končnemu rezultatu. Rezultati bodo uporabljeni zgolj v študijske namene.

Najlepša hvala za vaš čas in pripravljenost na sodelovanje v raziskavi.

Špela Selak

**Spodnja vprašanja preverjajo vašo aktivnost na spletnem socialnem omrežju Facebook. Ni pravih ali napačnih odgovorov. Pri vsakem vprašanju označite številko od 1 do 7, pri čemer velja naslednje:**

- 1 – nikoli
- 2 – nekajkrat letno
- 3 – najmanj enkrat na mesec
- 4 – enkrat na teden
- 5 – nekajkrat na teden
- 6 – enkrat dnevno
- 7 – več kot enkrat na dan

**\*Velja druga legenda**

1. Kako pogosto odprete Facebook?
2. Kako pogosto posodabljate svoj status?
3. Kako pogosto zamenjate svojo profilno fotografijo?
4. Kako pogosto se označite na fotografijah?
5. Kako pogosto objavite »selfie«?
6. Kako pogosto všečkate vsebine drugih?
7. Kako pogosto komentirate vsebine drugih?
8. Kako pogosto delite vsebine drugih?
9. Koliko prijateljev imate na Facebooku?\*

Obkrožite glede na spodnjo legendo:

1. 1–50.
2. 51–100 prijateljev.
3. 101–250 prijateljev.
4. 251–500 prijateljev.
5. 501–700 prijateljev.
6. 701–1.000 prijateljev.
7. Več kot 1.000 prijateljev.

**Vprašalnik vsebuje niz trditev, ki se nanašajo na vedenje na spletnem socialnem omrežju Facebook. Trditve v vprašalniku opisujejo različne vrste vedenja na Facebooku. Preberite vsako od trditev in ocenite, v kolikšni meri se nanaša na vas, vaše vedenje, misli in čustva, tj. kako dobro vas trditev opiše. To ni test – ni pravih ali napačnih odgovorov, zato ne posnemajte tujih odgovorov. Zanima nas vaše vedenje in vaše mnenje, zato odgovorite kar najbolj pošteno in iskreno. Preberite vsako trditev in se odločite, v kolikšni meri se z njo strinjate ali ne strinjate oziroma v kolikšni meri je opisano vedenje značilno za vas.**

**Pri vsaki trditvi obkrožite številko od 1 do 7, pri čemer številke pomenijo:**

- 1 – sploh ni značilno zame
- 2 – večinoma ni značilno zame
- 3 – delno ni značilno zame
- 4 – neodločen/-a
- 5 – delno je značilno zame
- 6 – večinoma je značilno zame
- 7 – zelo je značilno zame

1. Kadar na Facebooku objavim informacije o sebi, pomislim na to, kako bi želel/-a, da me vidijo drugi. (16)
2. Na svojem profilu objavljam samo tiste fotografije, na katerih sem videti privlačno. (20)
3. Ni mi vseeno, kakšen vtis si drugi ustvarijo o meni, ko vidijo moj profil. (21)
4. Veliko pozornosti posvečam podrobnostim svojega profila na Facebooku, saj bi rad/-a naredil/-a dober vtis na ljudi, ki ga vidijo. (22)
5. Na svojem profilu se trudim predstaviti pozitivno, še posebno tistim, ki me ne poznajo dobro. (24)
6. S svojimi objavami na časovnici poskušam narediti dober vtis na druge. (41)
7. Preden karkoli objavim na Facebooku, pomislim na to, v kakšni luči bi objavljeno vsebino lahko videli drugi. (42)
8. Na Facebooku objavljam različne vsebine (statuse, povezave, fotografije itd.), da bi pritegnil/-a pozornost drugih. (43)

**Spodaj so navedene besede in fraze, ki opisujejo različne osebnostne lastnosti. Ob vsaki lastnosti na 7-stopenjski lestvici označite, kako jo pri sebi občutite na splošno, pri čemer 1 pomeni, da je sploh ne občutite, 7 pa, da zelo.**

1. Popoln/-a
2. Izjemen/izjemna.
3. Večvreden/večvredna.
4. Junaški/-a.
5. Vsemogočen/vsemogočna.
6. Nprekosljiv/-a.
7. Z avtoriteto.
8. Čudovit/-a.
9. Ugleden/ugledna.
10. Priznan/-a.
11. Pomemben/pomembna.
12. Z visokim statusom.
13. Genialen/genialna.
14. Dominanten/dominantna.
15. Ljudje mi pogosto zavidajo.
16. Vpliven/vplivna.

**S pomočjo 7-stopenjske lestvice ocenite, v kolikšni meri se strinjate s spodnjimi trditvami, pri čemer 1 pomeni, da se s trditvijo sploh ne strinjate, 7 pa, da se s trditvijo popolnoma strinjate.**

- 1 – sploh se ne strinjam
- 2 – v večji meri se ne strinjam
- 3 – delno se ne strinjam
- 4 – neodločen/-a
- 5 – v manjši meri se strinjam
- 6 – v večji meri se strinjam
- 7 – popolnoma se strinjam

1. Resnično imam občutek, da sem več vreden/vredna kot drugi.
2. Zaslužim si, da se mi zgodijo pomembne reči.
3. Če bi potoval/-a na Titaniku, bi si zaslužil/-a mesto na prvem rešilnem čolnu!
4. Zahtevam najboljše, ker si to tudi zaslužim.
5. Ne zdi se mi samoumevno, da si zaslužim posebne privilegije.
6. V življenju si zaslužim več.
7. Ljudje, kot sem jaz, si tu in tam zaslužimo posebne ugodnosti.
8. V življenju bi mi vse stvari morale iti na roko.
9. Nedvomno si zaslužim, da bi imel/-a vsega več.

**Preberite spodnje trditve in označite, v kolikšni meri posamezna trditev velja za vaše občutke in vedenje, pri čemer 1 pomeni, da trditev sploh ni značilna za vas, 7 pa, da je trditev zelo značilna za vas.**

- 1 – sploh ni značilno zame
- 2 – večinoma ni značilno zame
- 3 – delno ni značilno zame
- 4 – neodločen/-a
- 5 – delno je značilno zame
- 6 – večinoma je značilno zame
- 7 – zelo je značilno zame

1. Večkrat me popolnoma prevzame razmišljanje o mojih osebnih stvareh; o zdravju, skrbeh, odnosih z drugimi.

2. Posmeh ali žaljive pripombe drugih me hitro prizadenejo.
3. Kadar vstopim v kak prostor, se pogosto počutim nesamozavestno in se mi zdi, da me drugi opazujejo.
4. Nerad/-a z drugimi delim zasluge za dosežke.
5. Zdi se mi, da imam že sam/-a po sebi dovolj skrbi, ne da bi se ukvarjal/-a še s težavami drugih.
6. Občutek imam, da se po značaju razlikujem od večine ljudi.
7. Pripombe drugih si pogosto razlagam zelo osebno.
8. Zlahka me prevzamejo osebni interesi in pozabim na ljudi okoli sebe.
9. Nerad/-a sem v skupini, razen če vem, da me vsaj en član skupine ceni.
10. Na tihem me moti, če se ljudje obrnejo name s svojimi težavami, mi jemljejo čas in zahtevajo sočutje.

**1) Spodaj so navedeni opisi štirih stilov vedenja, ki se pogosto pojavljajo v medosebnih odnosih. Podrobno preberite vse opise in označite ustrezen opis vedenja, za katerega mislite, da je najbližji vašemu stilu vedenja do ljudi, s katerimi ste si blizu.**

A. Brez težav se čustveno zbližam z drugimi ljudmi. Počutim se prijetno in varno, če se lahko zanesem nanje in oni name. Prav nič me ne skrbi, da bi ostal/-a sam/-a ali da me ljudje ne bi sprejeli.

B. Pri navezovanju tesnih stikov z drugimi ljudmi nisem sproščen/-a. Čeprav si želim imeti tesne odnose, le težko popolnoma zaupam in se težko na nekoga popolnoma zanesem. Skrbi me, da bom prizadet/-a, če si bom dopustil/-a priti z nekom preblizu.

C. Želim se popolnoma čustveno zbližati z drugimi ljudmi, toda pogosto ugotovim, da si drugi ne želijo biti tako blizu z mano, kot bi si želel/-a sam/-a. Brez tesnih odnosov se ne počutim dobro in včasih me skrbi, da me ljudje cenijo manj kakor jaz njih.

D. Dobro se počutim brez tesnih čustvenih odnosov z drugimi ljudmi. Zame je zelo pomembno, da se počutim neodvisen/-a in samozadosten/-a ter da se drugi ljudje ne zanašajo name niti jaz nanje.



**2) Ponovno preberite opise štirih stilov vedenja na prejšnji strani in z vrednostjo od 1 (sploh ni značilno zame) do 7 (zelo značilno zame) označite, v kolikšni meri je vsak od navedenih medosebnih stilov značilen za vas. Označite ustrezno številko ob vsakem stilu vedenja!**

	Sploh ni značilno zame		Nekoliko značilno zame			Zelo značilno zame	
<b>STIL A.</b>	1	2	3	4	5	6	7
<b>STIL B.</b>	1	2	3	4	5	6	7
<b>STIL C.</b>	1	2	3	4	5	6	7
<b>STIL D.</b>	1	2	3	4	5	6	7

**Pred vami je niz trditev, s katerimi ljudje opisujejo sami sebe. Pazljivo preberite vsako trditev in s pomočjo 7-stopenjske ocenjevalne lestvice označite, v kolikšni meri velja za vas. Ne izpustite nobene postavke, tudi če se pri kateri težje odločite!**

**1– sploh ne drži**

**2 – pretežno ne drži**

**3 – delno ne drži**

**4 – neodločen/-a**

**5 – delno drži**

**6 – pretežno drži**

**7 – povsem drži**

1. Gledano v celoti, sem zadovoljen/zadovoljna s seboj.
2. Vedno bolj pogosto prihajam do spoznanja, da sem zelo malo vreden/vredna.
3. Čutim, da imam mnogo dobrih lastnosti.
4. Sposoben/sposobna sem delati in izvrševati naloge enako uspešno ali bolje kot večina drugih ljudi.
5. Čutim, da ni veliko tega, na kar bi bil/-a lahko ponosen/ponosna.
6. Včasih se počutim popolnoma brezkoristno.
7. Mislim, da sem vreden/vredna ravno toliko kot drugi ljudje.
8. Rad/-a bi imel/-a več spoštovanja do sebe.

9. Od časa do časa čutim, da nisem nič vreden/vredna.
10. Imam pozitivno stališče do sebe.

**Sledi še nekaj splošnih vprašanj, ki bodo služila razlikovanju med anketiranci glede na demografske značilnosti.**

Spol:

- Moški.
- Ženski.

Letnica rojstva: \_\_\_\_\_

Izobrazba:

- Osnovna šola ali manj.
- Poklicna šola/srednja šola/gimnazija.
- Višja šola ali več.

Status:

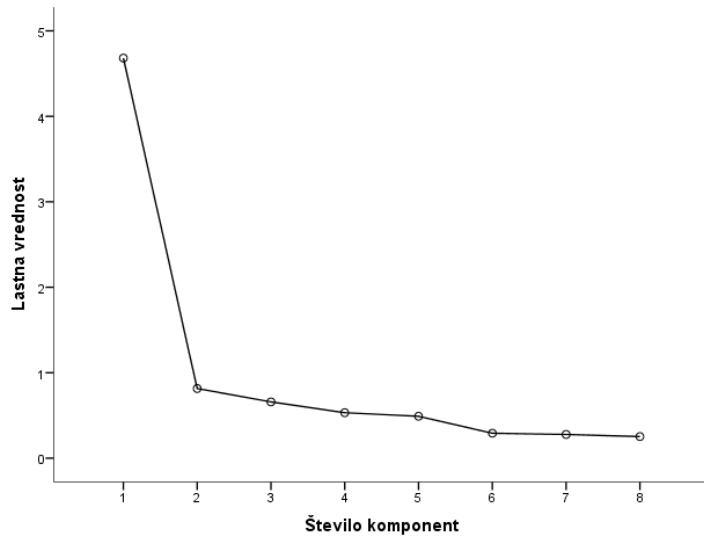
- Dijak/-inja.
- Študent/-ka.
- Zaposlen/-a.
- Brezposeln/brezposelna.
- Drugo: \_\_\_\_\_ (kaj?)

V kakšnem razmerju ste?

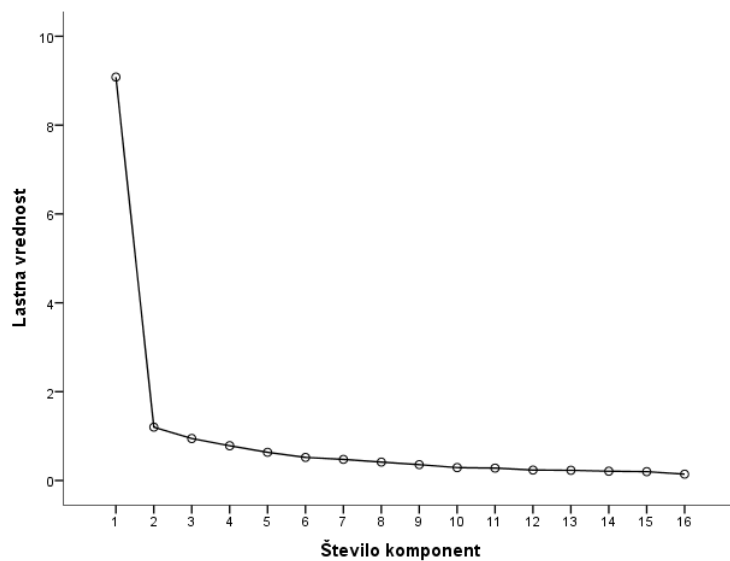
- Samski/-a.
- Poročen/-a.
- Živim s partnerjem/partnerko v zunajzakonski skupnosti.
- V partnerski zvezi, toda ne živim skupaj s partnerjem/partnerko v istem gospodinjstvu.
- Razvezan/-a.
- Drugo: \_\_\_\_\_ (kaj?)

## PRILOGA B: KOMPONENTNA ANALIZA

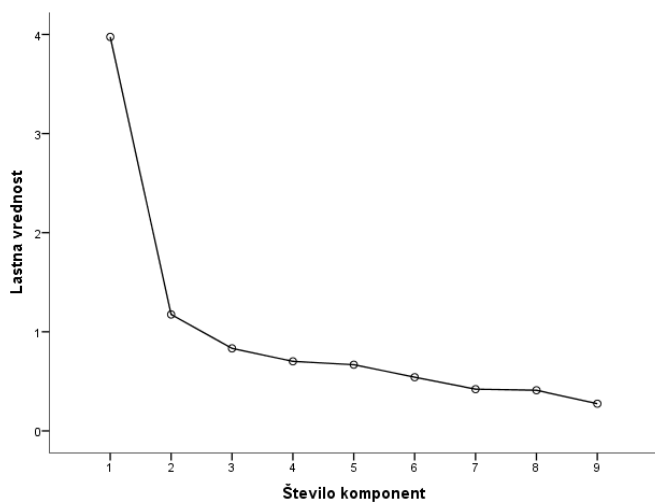
### Priloga B.1: Catellov graf drobirja za lestvico samopredstavljanja PSAFU



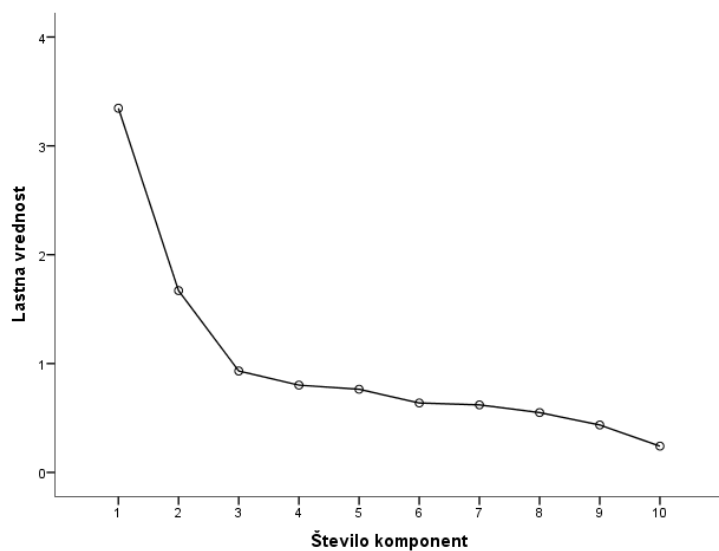
### Priloga B.2: Catellov graf drobirja za lestvico narcisistične grandioznosti NaGS



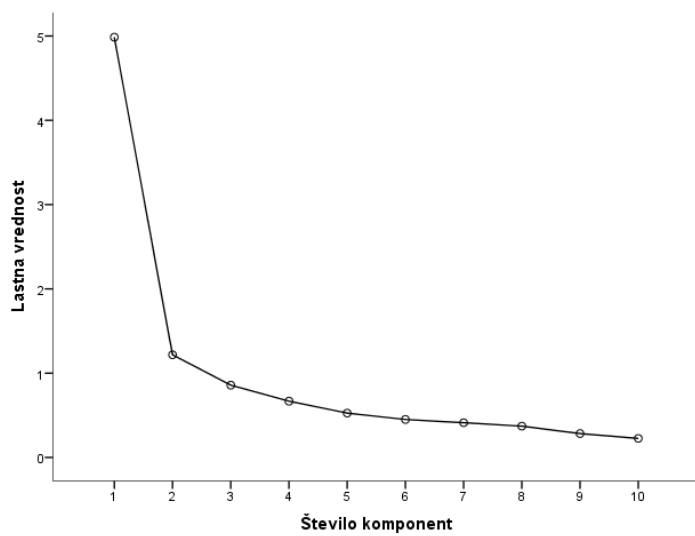
### Priloga B.3: Catellov graf drobirja za lestvico psihološke upravičenosti PES



### Priloga B.4: Catellov graf drobirja za lestvico prikrita narcisizma HSNS

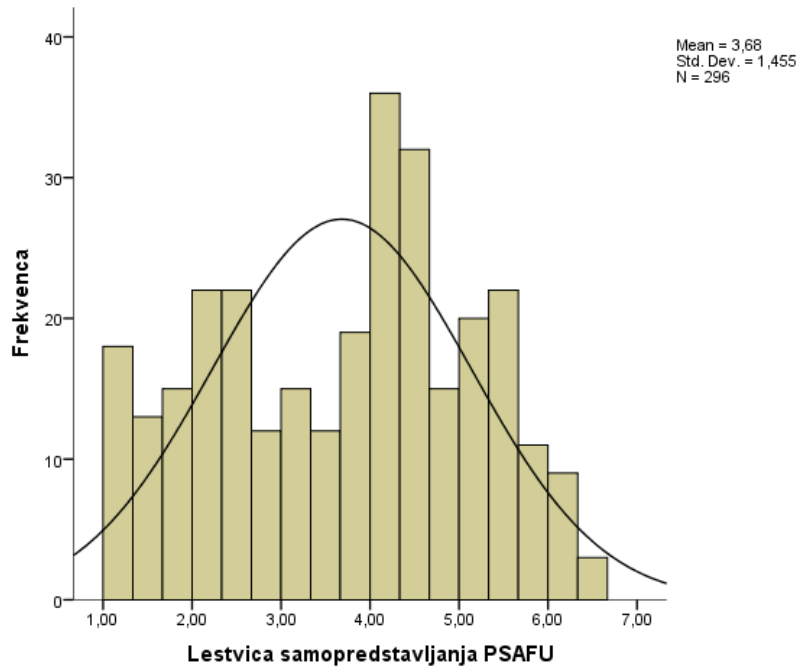


### Priloga B.5: Catellov graf drobirja za Rosenbergovo lestvico samospoštovanja RSES

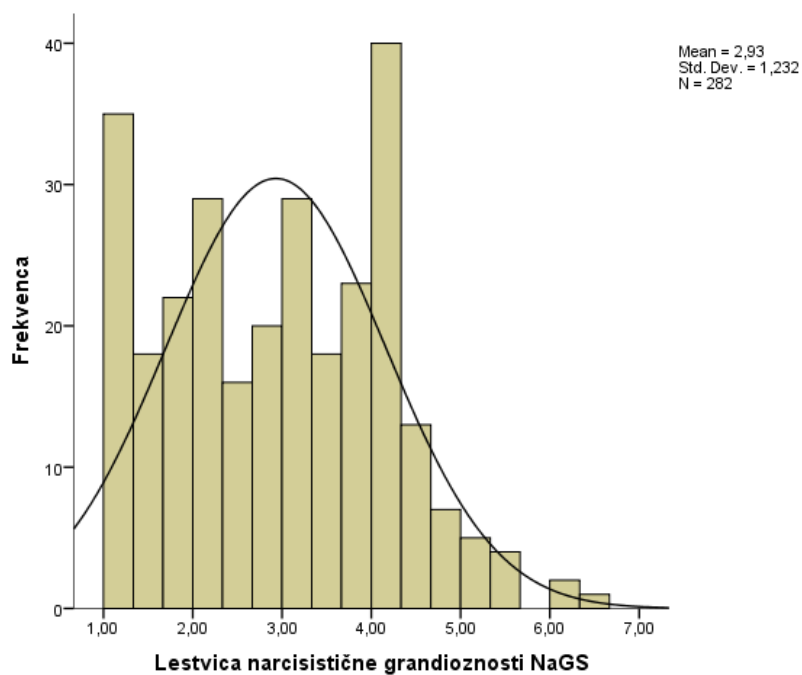


## PRILOGA C: OPISNE STATISTIKE

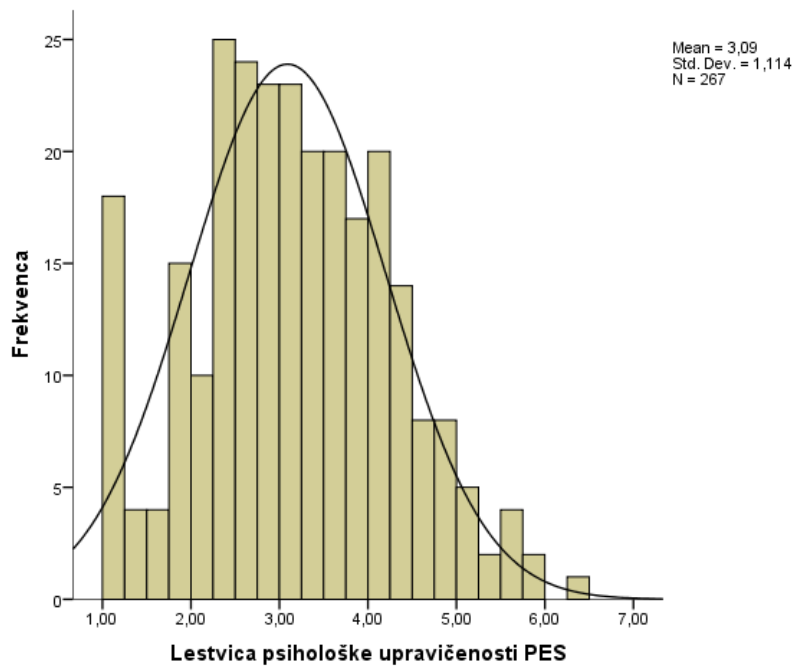
### Priloga C.1: Histogram – lestvica samopredstavljanja PSAFU



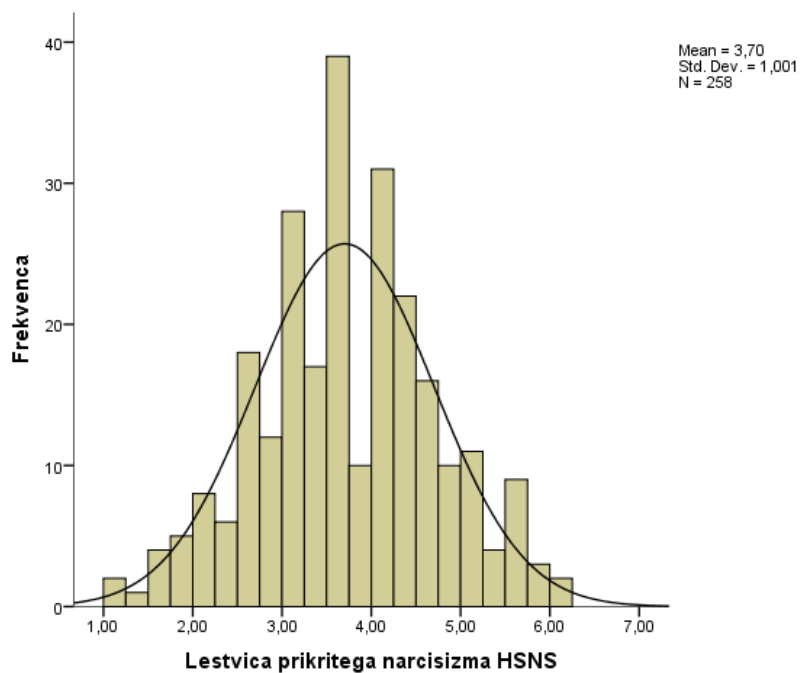
### Priloga C.2: Histogram – lestvica narcisistične grandioznosti NaGS



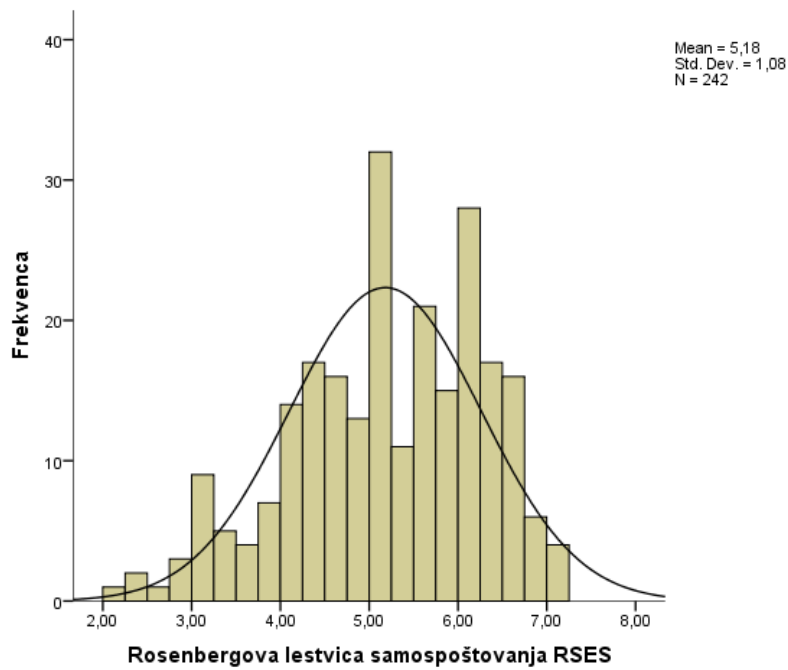
### Priloga C.3: Histogram – lestnica psihološke upravičenosti PES



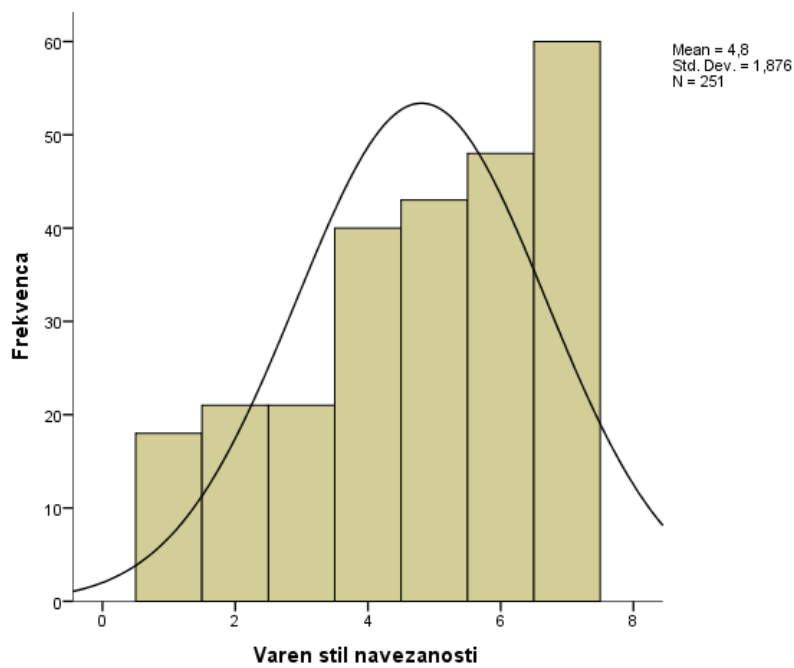
### Priloga C.4: Histogram – lestnica prikrita narcizizma HSNS



### Priloga C.5: Histogram – Rosenbergova lestvica samospoštovanja RSES

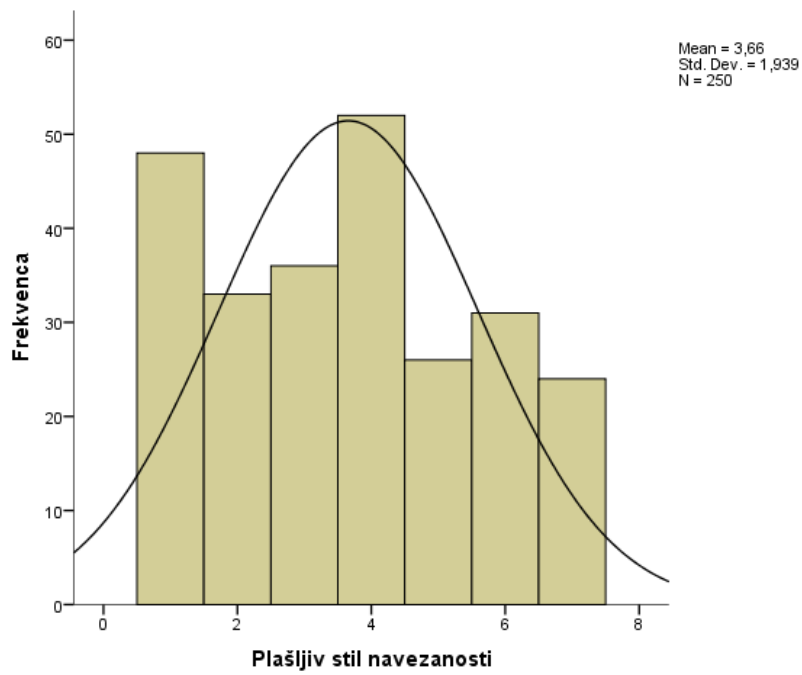


### Priloga C.6: Histogram – varen stil navezanosti

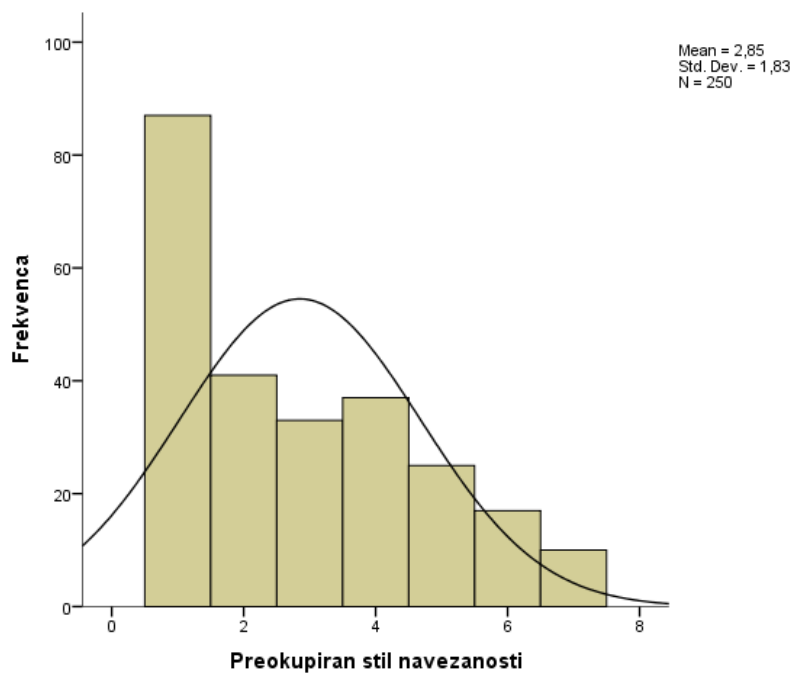




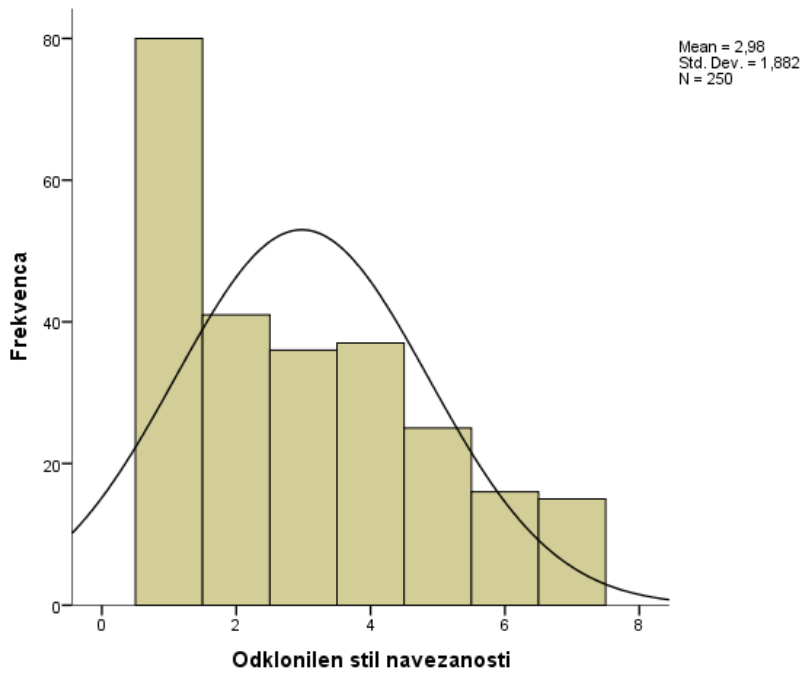
### Priloga C.7: Histogram – plašljiv stil navezanosti



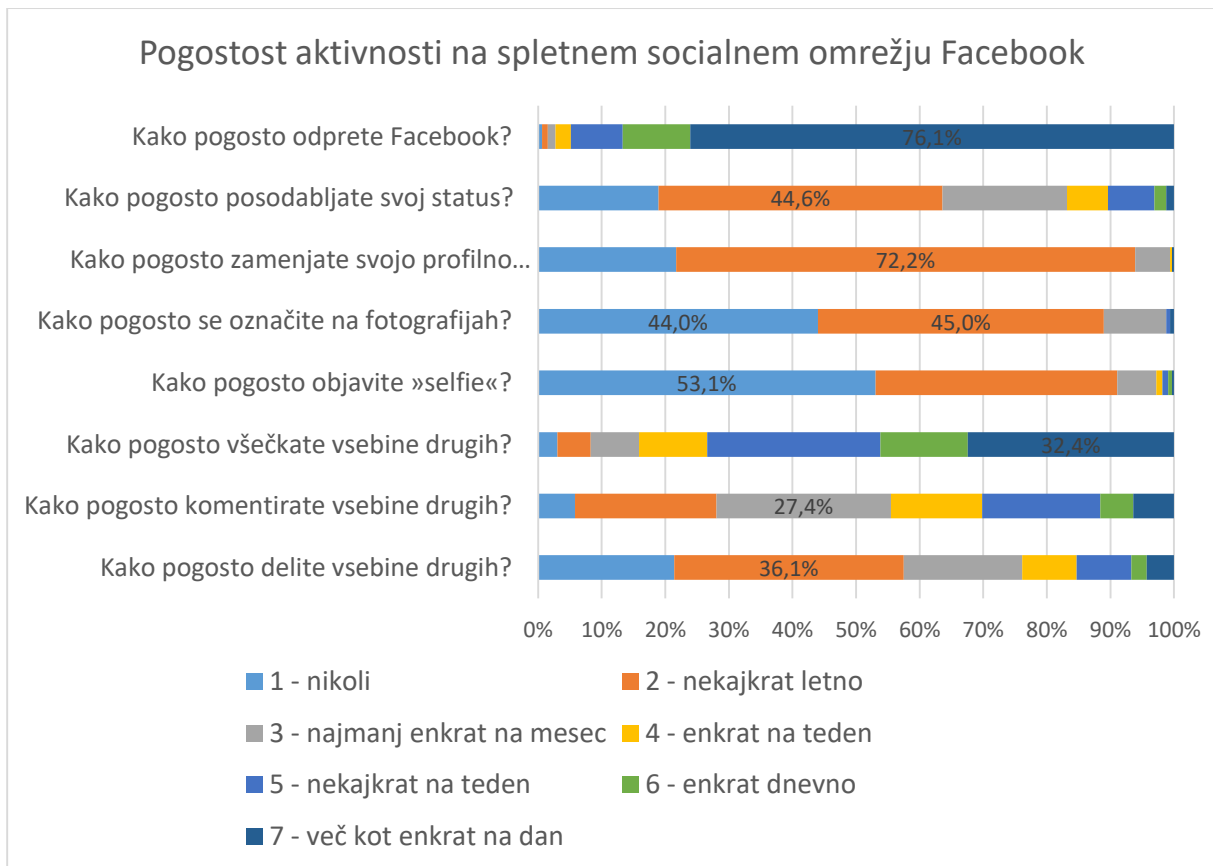
### Priloga C.8: Histogram – preokupiran stil navezanosti



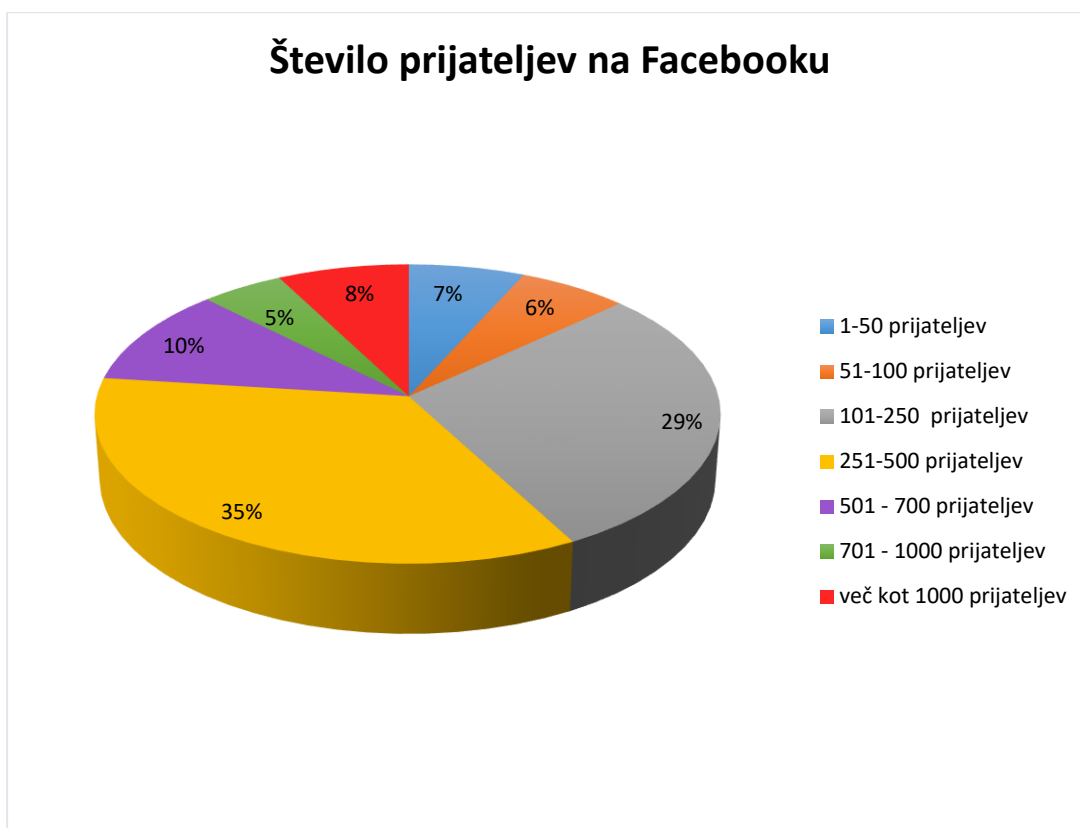
### Priloga C.9: Histogram – odklonilen stil navezanosti



### Priloga C.10: Pogostost aktivnosti na spletnem socialnem omrežju Facebook



### Priloga C.11: Grafični prikaz števila prijateljev na Facebooku



PRILOGA D: DEMOGRAFSKE RAZLIKE

**Priloga D.1: Opisne statistike – najvišja dosežena formalna stopnja izobrazbe**

	N	M	SD
<b>Lestvica samopredstavljanja PSAFU</b>			
Osnovna šola ali manj	7	4,02	1,28
Poklicna šola/srednja šola/gimnazija	82	3,50	1,45
Višja šola ali več	154	3,76	1,42
SKUPAJ	243	3,68	1,43
<b>Lestvica narcisistične grandioznosti NaGS</b>			
Osnovna šola ali manj	7	2,60	1,62
Poklicna šola/srednja šola/gimnazija	82	2,64	1,19
Višja šola ali več	154	3,06	1,20
SKUPAJ	243	2,91	1,23
<b>Lestvica psihološke upravičenosti PES</b>			
Osnovna šola ali manj	7	2,47	1,30
Poklicna šola/srednja šola/gimnazija	82	2,93	1,13
Višja šola ali več	153	3,22	1,08
SKUPAJ	242	3,10	1,11
<b>Lestvica prikritega narcisizma HSNS</b>			
Osnovna šola ali manj	7	4,26	1,24
Poklicna šola/srednja šola/gimnazija	82	3,83	0,94
Višja šola ali več	154	3,60	0,96
SKUPAJ	243	3,70	0,97
<b>Rosenbergova lestvica samospoštovanja RSES</b>			
Osnovna šola ali manj	7	4,76	1,38
Poklicna šola/srednja šola/gimnazija	82	4,80	1,22
Višja šola ali več	153	5,41	0,91
SKUPAJ	242	5,18	1,08
<b>Varen stil navezanosti</b>			
Osnovna šola ali manj	7	4,14	1,35
Poklicna šola/srednja šola/gimnazija	82	4,41	1,99
Višja šola ali več	154	5,08	1,80
SKUPAJ	243	4,83	1,88
<b>Plašljiv stil navezanosti</b>			
Osnovna šola ali manj	7	4,86	2,04
Poklicna šola/srednja šola/gimnazija	81	3,94	2,14
Višja šola ali več	154	3,45	1,81
SKUPAJ	242	3,66	1,95
<b>Preokupiran stil navezanosti</b>			
Osnovna šola ali manj	7	3,71	1,89
Poklicna šola/srednja šola/gimnazija	81	3,09	1,87

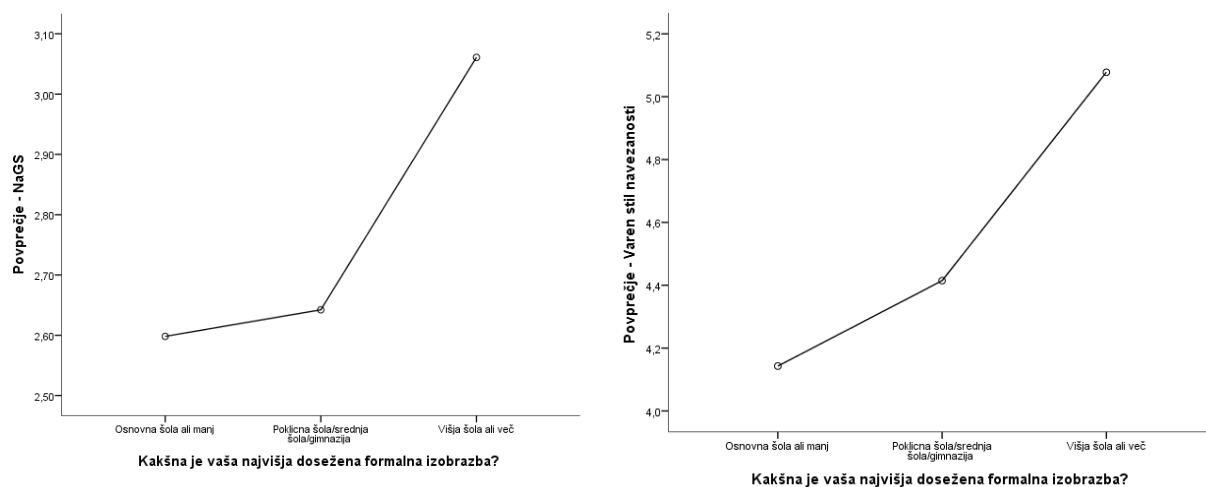
	N	M	SD
Višja šola ali več	154	2,69	1,78
SKUPAJ	242	2,85	1,82
<b>Odklonilen stil navezanosti</b>			
Osnovna šola ali manj	7	4,00	2,00
Poklicna šola/srednja šola/gimnazija	81	2,91	1,89
Višja šola ali več	154	2,95	1,87
SKUPAJ	242	2,97	1,88

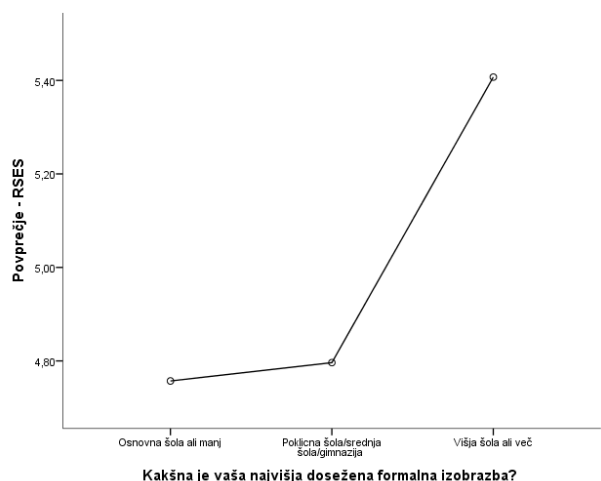
## Priloga D.2: Test homogenosti varianc

	F	sp1	sp2	p
Lestvica samopredstavljanja PSAFU	0,86	2	240	0,42
Lestvica narcisistične grandioznosti NaGS	0,89	2	240	0,41
Lestvica psihološke upravičenosti PES	0,44	2	239	0,65
Lestvica prikrita narcisizma HSNS	0,42	2	240	0,66
Rosenbergova lestvica samospoštovanja RSES	6,60	2	239	<b>0,00</b>
Varen stil navezanosti	1,71	2	240	0,18
Plašljiv stil navezanosti	2,70	2	239	0,07
Preokupiran stil navezanosti	0,56	2	239	0,57
Odklonilen stil navezanosti	0,07	2	239	0,93

Opombe: \*Stopnja značilnosti –  $p \leq 0,05$ .

## Priloga D.3: Prikaza povprečnih vrednosti na črtnih grafih za lestvico narcisistične grandioznosti NaGS in Vprašalnik medosebnih odnosov (varen stil navezanosti) ter Rosenbergovo lestvico samospoštovanja RSES v treh izobrazbenih skupinah





#### Priloga D.4: Opisne statistike – zaposlitveni status

	N	M	SD
<b>Lestvica samopredstavljanja PSAFU</b>			
Dijak/-inja, študent/-ka	79	3,93	1,34
Zaposlen/-a, samozaposlen/-a, druge oblike zaposlitve	130	3,62	1,43
Brezposeln/brezposelna, drugo	34	3,32	1,53
SKUPAJ	243	3,68	1,43
<b>Lestvica narcisistične grandioznosti NaGS</b>			
Dijak/-inja, študent/-ka	79	2,76	1,23
Zaposlen/-a, samozaposlen/-a, druge oblike zaposlitve	130	3,07	1,19
Brezposeln/brezposelna, drugo	34	2,62	1,29
SKUPAJ	243	2,91	1,23
<b>Lestvica psihološke upravičenosti PES</b>			
Dijak/-inja, študent/-ka	79	2,89	1,09
Zaposlen/-a, samozaposlen/-a, druge oblike zaposlitve	129	3,23	1,02
Brezposeln/brezposelna, drugo	34	3,09	1,40
SKUPAJ	242	3,10	1,11
<b>Lestvica prikritega narcisizma HSNS</b>			
Dijak/-inja, študent/-ka	79	3,82	1,00
Zaposlen/-a, samozaposlen/-a, druge oblike zaposlitve	130	3,65	0,95
Brezposeln/brezposelna, drugo	34	3,59	0,97
SKUPAJ	243	3,70	0,97
<b>Rosenbergova lestvica samospoštovanja RSES</b>			
Dijak/-inja, študent/-ka	79	5,04	1,12
Zaposlen/-a, samozaposlen/-a, druge oblike zaposlitve	129	5,39	0,97
Brezposeln/brezposelna, drugo	34	4,71	1,22
SKUPAJ	242	5,18	1,08
<b>Varen stil navezanosti</b>			
Dijak/-inja, študent/-ka	79	4,76	1,76
Zaposlen/-a, samozaposlen/-a, druge oblike zaposlitve	130	4,89	1,97

	N	M	SD
Brezposeln/brezposelna, drugo	34	4,74	1,85
SKUPAJ	243	4,83	1,88
<b>Plašljiv stil navezanosti</b>			
Dijak/-inja, študent/-ka	79	4,06	1,91
Zaposlen/-a, samozaposlen/-a, druge oblike zaposlitve	130	3,35	1,85
Brezposeln/brezposelna, drugo	33	3,91	2,23
SKUPAJ	242	3,66	1,95
<b>Preokupiran stil navezanosti</b>			
Dijak/-inja, študent/-ka	79	3,10	1,86
Zaposlen/-a, samozaposlen/-a, druge oblike zaposlitve	130	2,67	1,76
Brezposeln/brezposelna, drugo	33	2,97	1,94
SKUPAJ	242	2,85	1,82
<b>Odklonilen stil navezanosti</b>			
Dijak/-inja, študent/-ka	79	3,08	1,81
Zaposlen/-a, samozaposlen/-a, druge oblike zaposlitve	130	3,06	1,90
Brezposeln/brezposelna, drugo	33	2,33	1,91
SKUPAJ	242	2,97	1,88

#### Priloga D.5: Test homogenosti varianc

	F	sp1	sp2	p
Lestvica samopredstavljanja PSAFU	1,84	2	240	0,16
Lestvica narcisistične grandioznosti NaGS	0,88	2	240	0,41
Lestvica psihološke upravičenosti PES	3,16	2	239	<b>0,04</b>
Lestvica prikritega narcisizma HSNS	0,12	2	240	0,89
Rosenbergova lestvica samospoštovanja RSES	1,52	2	239	0,22
Varen stil navezanosti	0,54	2	240	0,59
Plašljiv stil navezanosti	1,55	2	239	0,22
Preokupiran stil navezanosti	0,42	2	239	0,66
Odklonilen stil navezanosti	0,19	2	239	0,83

Opombe: \*Stopnja značilnosti –  $p \leq 0,05$ .

**Priloga D.6: Prikaza povprečnih vrednosti na črtnih grafih za Rosenbergovo lestvico samospoštovanja RSES in vprašalnik medosebnih odnosov RQ (plašljiv stil navezanosti) v treh zaposlitvenih skupinah**

