

# Ponašanje na Facebooku, osobine ličnosti i samokontrola

---

**Stojak, Slađana**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2018**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:142:603388>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-02-23**



*Repository / Repozitorij:*

[FFOS-repository - Repository of the Faculty of Humanities and Social Sciences Osijek](#)



Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet

Diplomski studij psihologije

**PONAŠANJE NA FACEBOOKU, OSOBINE LIČNOSTI I  
SAMOKONTROLA**

Diplomski rad

Sladana Stojak

Mentor: doc.dr.sc. Daniela Šincek

Osijek, 2018.

Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet

Odsjek za psihologiju

Diplomski studij psihologije

Sladana Stojak

**PONAŠANJE NA FACEBOOKU, OSOBINE LIČNOSTI I  
SAMOKONTROLA**

Diplomski rad

Društvene znanosti, polje psihologija, grana socijalna psihologija

Mentor: doc.dr.sc. Daniela Šincek

Osijek, 2018.

## Sadržaj

Uvod.....	1
Ponašanje na Facebooku.....	2
Osobine ličnosti .....	5
Samokontrola.....	7
Povezanost ponašanja na Facebooku s osobinama ličnosti i samokontrolom.....	8
Cilj i problem istraživanja.....	10
Cilj istraživanja.....	10
Problem istraživanja .....	11
Hipoteze.....	11
Metoda .....	11
Sudionici.....	11
Mjerni instrumenti .....	11
Postupak.....	13
Rezultati .....	14
Interkorelacije svih varijabli uključenih u analizu .....	16
Ispitivanje doprinosa osobina ličnosti i samokontrole na ponašanje na Facebooku .....	18
Rasprava.....	24
Ograničenja, koristi istraživanja i implikacije za buduća istraživanja .....	33
Zaključak.....	35
Literatura.....	36

## **Ponašanje na Facebooku, osobine ličnosti i samokontrola**

### **Sažetak**

Cilj rada bio je ispitati odnos između ponašanja na društvenoj mreži Facebook, samokontrola i osobina ličnosti. Uzorak se sastojao od 508 korisnika Facebooka u dobi od 18 do 26 godina. U istraživanju su korišteni sljedeći instrumenti: *Sociodemografski upitnik* (konstruiran za potrebe ovog istraživanja), *Skala psiho-socijalnih aspekata uporabe Facebooka* (Psycho-Social Aspects of Facebook Use-PSAFU; Bodroža i Jovanović, 2016), *Petofaktorski upitnik ličnosti* (Big Five Inventory-BFI; John i Srivastava, 1999) te *Kratka skala samokontrola* (Brief Self-control Scale-BSCS; Tangney, Baumeister i Boone, 2004). Rezultati triju hijerarhijskih regresijskih analiza pokazali su da se samokontrola pokazala značajnim negativnim prediktorom samoprezentacije na Facebooku. Ekstraverzija i ugodnost pokazali su se negativnim prediktorima kompenzacijskog korištenja Facebooka. Konačno, samokontrola se pokazala medijatorom odnosa između neuroticizma, savjesnosti i ovisnosti o Facebooku.

*Ključne riječi:* ponašanje na Facebooku, osobine ličnosti, samokontrola

## **Behavior on Facebook, Personality Traits and Self-control**

### **Abstract**

The aim of this study was to examine the effect of personality traits and self-control on the behavior of Facebook users. The study was carried out on 508 Facebook users aged 18 to 26 years. Following instruments were used: *Sociodemographic questionnaire* (designed for this research), *Psycho-Social Aspects of Facebook Use-PSAFU* (Bodroža & Jovanović, 2016), *Big Five Inventory-BFI* (John & Srivastava, 1999), *Brief Self-control Scale-BSCS* (Tangney, Baumeister & Boone, 2004). Results of three separate hierarchical regression analyses suggest that self-control is negative predictor of Self-presentation on Facebook. Extraversion and agreeableness are negative predictors of Compensatory Facebook use. Finally, self-control has a mediation role in relationship of neuroticism, conscientiousness and Addictive Facebook use.

*Keywords:* Behavior on Facebook, Personality Traits, Self-control

## Uvod

U tradicionalnom smislu tog pojma, društvenom mrežom obično se podrazumijeva cjelovito polje odnosa jednog čovjeka. Društvena mreža se proteže u određenom prostoru i vremenu, obuhvaća formalne i neformalne odnose sa srodnicima, prijateljima, susjedima, kolegama na radnom mjestu i drugima, pri čemu ti kontakti mogu biti više ili manje intenzivni, odnosno osobni (Johnson, 1995). Značaj socijalnih mreža očituje se na gotovo svim razinama života pojedinca, obitelji, a jednako tako i čitavog društva. Kada se radi o "pozitivnim" socijalnim mrežama, one su usmjerene ponajprije prema zaštiti članova, prevenciji negativnih životnih događaja i općenito unapređenju života članova takve mreže (Johnson, 1995). Društvene mreže i društveno umrežavanje predstavlja jednostavan čin održavanja i/ili ojačavanja postojećeg kruga prijatelja i/ili poznanika te omogućava širenje tog kruga. Sve to dovodi do upoznavanja novih mreža prijatelja i poznanika preko već postojećih što potiče formiranje mreže pojedinaca i stvaranje zajednica (Kušić, 2010). Kako bi se razumjela svojstva i funkcije društvenih mreža potrebno bi bilo proučavati cijelu grupu i njenu strukturu, umjesto proučavanja pojedinaca (Christakis i Fowler, 2009). Pojavom online servisa došlo je do potrebe za umrežavanjem i na web lokacijama što je dovelo do stvaranja online društvenih mreža. Online društvene mreže definiramo kao usluge bazirane na web lokacijama koje pojedincima omogućuju da konstruiraju javni ili polu javni profil unutar određene online mreže, da imaju kontrolu nad vezama s drugim korisnicima te mogu pregledavati i preusmjeravati svoje veze i veze drugih u mreži. Priroda i nomenklatura tih veza može se razlikovati od mreže do mreže. Ono što online društvene mreže čini jedinstvenim mjestima nije to što omogućuju pojedincima da upoznaju strance, nego korisnicima omogućuju kreiranje vlastitih društvenih mreža. Na mnogim raširenim online društvenim mrežama korisnici nisu nužno umreženi da bi upoznali nove ljude nego prvenstveno komuniciraju s ljudima koji već jesu dio njihove proširene društvene mreže (Boyd, 2008). Upravo sudjelovanjem u online društvenim mrežama i društvenim umrežavanjem djeca i mladi "izgrađuju" identitet i započinju socijalizaciju koja u online svijetu uključuje čitanje profila drugih članova zajednice i komuniciranje s njima (Kušić, 2010). U online društvene mreže implementirane su mnoge tehničke značajke, a njihova osnovna značajka su vidljivi profili. Profili su jedinstvene stranice na kojima se korisnici mogu opisati i predstaviti (Sundén, 2003). Nakon kreiranja profila na stranici online društvene mreže od korisnika se traži da identificiraju druge u sustavu koji su im poznati. Oznaka tog poznanstva i veze razlikuje se ovisno o popularnim pojmovima na stranicama, najčešće su to

„Prijatelji“, „Kontakti“ ili „Fanovi“. Pojam „Prijatelj“ može biti pogrešan jer veza ne znači prijateljstvo u svakodnevnom jezičnom smislu, a razlozi za povezivanje ljudi su različiti (Boyd, 2006). Jedna važna komponenta koja društvene mreže čini popularnima je i javni prikaz popisa prijatelja koji je vidljiv svima onima kojima je dopušteno gledanje profila, iako postoje iznimke. Osim toga većina online društvenih mreža omogućuje slanje tekstualnih, audio i video poruka te komentara što dodatno potiče korisnike da se umreže s poznanicima (Boyd, 2008).

### **Ponašanje na Facebooku**

Prva popularna online stranica društvene mreže pokrenuta je 1997. godine i zvala se SixDegrees.com. Od 2003. godine pokrenute su mnoge online društvene stranice, a većina korisnika imala je profile na nekoliko njih, jednako kao i u današnje vrijeme. Cilj tih društvenih stranica bio je privući skupinu ljudi koji su slični po nekim demografskim obilježjima ili interesima (Boyd, 2008). S istim ciljem kreirana je i online društvena mreža Facebook koja je nastala, kao godišnjak, 4. veljače 2004. godine u studentskom domu na sveučilištu Harvard pod originalnim imenom Thefacebook.com. Tada su joj mogli pristupiti samo studenti sveučilišta sa svojom studentskom adresom. Ubrzo su pristup imali studenti drugih fakulteta te naposljetku korisnici diljem svijeta. Već 2005. godine Facebook je bio druga najbrže rastuća stranica na Internetu. U jesen 2006. godine Facebook je omogućio korisnicima postavljanje neograničenog broja fotografija na Profile i tako postao najpopularnija online društvena mreža među mnogima koje su već postojale. Iste godine Facebook se proširio na cijelu Sjevernu Ameriku i Kanadu, dok se 2007. godine proširio na Europu, Australiju te dio Afrike i Južne Amerike. Na brzo postignutu popularnost Facebooka utjecala su ponajprije mogućnost ujedinjavanja različitih skupina ljudi i dijeljenje različitih sadržaja za što su ranije korisnici trebali imati profile na nekoliko različitih društvenih mreža (Cassidy, 2006). U Republici Hrvatskoj Facebook je postao popularan 2008. godine kada je Hrvatska bila među prvih pet zemalja u kojima je popularnost Facebooka najbrže rasla (Kolumbija, Hrvatska, Čile, Venezuela i Francuska). U 2009. godini Hrvatska je i dalje bila među vodećim zemljama što se popularnosti Facebooka tiče (Turska, Italija, Hrvatska, Tunis, Venezuela; Širenje Facebooka, 2009). O popularnosti Facebooka svjedoče i sljedeće činjenice i brojke: statistički podaci za lipanj 2018. godine pokazuju da Facebook profil posjeduje više od 1.47 milijardu aktivnih korisnika na dnevnoj razini te 2.23 milijardi korisnika na mjesečnoj razini. Ovi podaci ukazuju na to da se oko 65% aktivnih korisnika logira svaki dan. Od toga 1.15 milijardi korisnika Facebooku pristupa putem mobilnih uređaja (Facebook Stats, 2018).

O aktivnosti korisnika Facebooka govore i činjenice da se svakih 60 sekundi na Facebooku objavi oko 510 000 komentara, 293 000 statusa i 136 000 fotografija (Facebook Statistics, 2018). Prema podacima iz ožujka 2017. godine 88% mladih u dobi od 18 do 29 godina aktivno koristi Facebook. Prema istim podacima, 50% mladih osoba u dobi od 18 do 24 godine pregledava svoj Facebook profil odmah nakon što se probudi, a prosječno vrijeme provedeno na Facebooku po jednom posjetu je 20 minuta (Facebook Usage Statistics, 2018). Sve navedeno govori da je Facebook postao nov način komuniciranja, dok je u sociološkom smislu nova forma društvenosti koja nameće nove obrasce ponašanja i nove načine društvenog povezivanja (Kušić, 2010). Ipak, mladi nisu pasivni pod utjecajem digitalnog svijeta, oni su tvorci tog svijeta, aktivno i interaktivno grade i rekonstruiraju svoj identitet. Uspostavljaju, povezuju i prekidaju odnose i prijateljstva, izgrađuju i transformiraju kulturalne norme u online i offline kontekstima (Rutledge, 2013).

Ponašanje na Facebooku odnosi se na skup radnji i aktivnosti koje korisnici svakodnevno izvode, a uključuju brojne aktivnosti. Ponašanja na Facebooku determinirana su nekim osobnim karakteristikama pojedinaca baš kao i u stvarnim interakcijama. Ono što Facebook i druge online društvene mreže čini tako popularnim upravo je uspostavljanje veza s drugima što mladima može pomoći u izgradnji njihova identiteta. Izgradnja identiteta, središnji razvojni zadatak mladih osoba, može biti olakšana mogućnostima koje mladima nude društvene mreže. Online društvene mreže, poput Facebooka pružaju mogućnosti otkrivanja i izražavanja različitim skupinama mladih ljudi (Michikyan i Suárez-Orozco, 2016). Ostvarivanje intimnosti je još jedan ključan zadatak u odrastanju mladih i može se razvijati putem interneta i društvene interakcije na online društvenim mrežama. Mladi doživljavaju emocionalne fluktuacije i krize te se u svojoj potrazi za intimnosti i identitetom mogu okrenuti sličnim vršnjacima koje mogu lako pronaći na online društvenim mrežama. Kako bi pokazali svoje online odnose, obiteljske, prijateljske, romantične, mladi na različite načine izražavaju svoje afekte i povezanosti s pojedinim osobama što može biti putem komentara, statusa ili fotografija (Michikyan, Subrahmanyam i Dennis, 2015). Postoje i negativne emocije koje online društvene mreže mogu proizvesti poput deprimiranosti, tjeskobnosti i tuge. Učestalost korištenja online društvenih mreža može biti povezana sa socijalnom anksioznošću kod mladih (Shaw i sur., 2015). Ovakvi podaci ukazuju na povezanost online društvenih života mladih i izvanmrežnog svijeta mladih. Kako se tehnologija mijenja tako se mijenja i način korištenja od strane mladih ljudi (Michikyan i Suárez-Orozco, 2016). Prilikom ispitivanja utjecaja ponašanja mladih na društvenoj mreži Facebook u ovom istraživanju usmjeriti ćemo se na četiri aspekta ponašanja. To su



samoprezentacija, virtualni self, kompenzacijsko korištenje Facebooka i ovisnost o Facebooku. Samoprezentacija se odnosi na mogućnost predstavljanja sebe na online društvenoj mreži kroz svoj profil na kojem se nalaze informacije o osobi, njenim prijateljima, fotografije, popis mjesta koja je posjetila i druge važne osobne informacije (Michikyan, Subrahmanyam i Dennis, 2014). Prezentacija na Facebooku može kod mladih izazvati zabrinutosti koje se manifestiraju kroz izbor osobnih fotografija i objava kako bi predstavili idealnu sliku o sebi ili ostavili željeni dojam (Bodroža i Jovanović, 2016). Kod samoprezentacije mladih na društvenim mrežama važnu ulogu imaju slike profila, ažuriranja statusa i dijeljenje sadržaja poput fotografija i videozapisa (Michikyan, Dennis i Subrahmanyam, 2014). Samoprezentacija je usko povezana s konstruktom virtualni self. Self ili tko jesmo uključuje osobnu, društvenu, kulturalnu i emocionalnu komponentu. U izvanmrežnim ili interakcijama licem u lice pojedinci pažljivo prate svoje izraze i upravljaju sobom kako bi osigurali protok pojedinih informacija. U skladu s tim možemo prikazati svoj realni self, idealni self ili lažni self (Schlenker i Wowra, 2003). U online svijetu mladi se često prezentiraju kroz lažni self ili idealni self što im omogućava veća kontrola informacija na društvenim mrežama (Michikyan, Dennis, i Subrahmanyam, 2014). Kompenzacijsko korištenje Facebooka objasniti ćemo kroz kompenzacijsku teoriju. Prema teoriji kompenzacijskog korištenja interneta, negativne životne situacije mogu motivirati osobu za odlazak u online svijet radi ublažavanja negativnih osjećaja. Osnovno načelo teorije kompenzacijskog korištenja Facebooka jest da je problem olakšan promjenom lokusa, odnosno korištenjem internetskih aplikacija (Chappell i sur., 2006). Pojedinci koji koriste Facebook kao nadoknadu osjećaju se prihvaćenijima na Facebooku nego u okolini u stvarnom životu. Na Facebooku se osjećaju sigurnije i nisu opterećeni fizičkim izgledom. Zadovoljniji su svojim predstavljanjem na Facebooku te osjećaju simptome depresije kada nisu online (Zywica i Danowski, 2008). Ipak, ova navika katkada može dovesti do simptoma sličnih ovisnosti zbog količine vremena provedenog na društvenim mrežama i internetu (Kardefelt-Winther, 2014). Pojam ovisnost tradicionalno se koristio u vezi s prekomjernom i nekontroliranom uporabom psihoaktivnih kemijskih sredstava kao što su alkohol te širok spektar droga i lijekova (Rachlin, 1990; prema Andreassen i sur., 2013). Tijekom posljednja dva desetljeća došlo je do fokusa na takozvane ne-kemijske ili ponašajne (bihevioralne) ovisnosti (Griffiths, 1996; prema Andreassen i sur., 2013). Ovisnost o internetu opisuje se kao stanje u kojem pojedinac nema kontrolu nad svojim aktivnostima na internetu, prekomjerno koristi internet do točke u kojoj počinje imati problematične ishode u životu. Primjeri tih problematičnih ishoda mogu biti gubitak sna, preskakanje obroka, sukobi s obitelji,

neispunjavanje školskih obaveza, sukobi s poslodavcem i neizvršavanje obaveza što dovodi do gubitka posla (Young i De Abreu, 2011). Ovisnost o internetu postala je ozbiljan problem. Prema objavljenom petom izdanju Dijagnostičkog i statističkog priručnika mentalnih poremećaja (DSM-5), ovisnost o internetu formalno nije psihički poremećaj, nego se navodi u Dodatku kao fenomen Ovisnosti o internetskim igrama koji zahtijeva više kliničkih ispitivanja i iskustava prije nego se može uključiti u glavni priručnik. Ovisnost o Facebooku dio je spektra Ovisnosti o internetu (American Psychiatric Association, 2017).

Na ove konstrukte i ponašanje na Facebooku utječu mnogi faktori kao što su inteligencija, motivacija, samokontrola, crte ličnosti, situacijski faktori, interesi pojedinca, dostupnost internetske veze te mnogi drugi okolinski i sociodemografski faktori. Namjerni i nenamjerni procesi kojima se osobine ličnosti izražavaju u fizičkim, društvenim i virtualnim okruženjima mogu imati istu ulogu i na društvenim mrežama. Studije pružaju nedvojbene dokaze da se osobine ličnosti manifestiraju i na Facebook profilima. Osim toga, mnogi društveni procesi manifestiraju se u jednakoj mjeri u izvanmrežnim i online okolinama stoga je teško ispitivati procese koje utječu na manifestaciju osobina ličnosti samo na društvenim mrežama izuzevši izvanmrežnu okolinu (Gosling i sur., 2011).

## **Osobine ličnosti**

Ličnost kao pojam teško je definirati budući da postoje brojne varijacije u opisima i definicijama tog pojma. Postoji problem kako postaviti definiciju koja će biti dovoljno sveobuhvatna da uključi sve aspekte koji ju čine, uključujući unutrašnje karakteristike, socijalne efekte, kvalitete uma, tjelesne karakteristike, odnose s drugima i unutrašnje ciljeve. Ipak, definicija koja obuhvaća bitne elemente ličnosti objašnjava kako je ličnost skup psihičkih osobina i mehanizama unutar pojedinca koji su organizirani i relativno trajni te utječu na interakcije i adaptacije pojedinca na intrapsihičku, fizičku i socijalnu okolinu (Larsen i Buss, 2008). Osobine ličnosti čine ljude međusobno različitim i te se osobine obično pojavljuju u formi pridjeva koje koristimo pri opisivanju neke osobe (Larsen i Buss, 2008). Faktorske strukture dobivene iz samoopisa, opisa poznanika i opisa psihologa bile su prilično slične i nalikovale su strukturi koja će se kasnije nazvati Petofaktorski model ličnosti ili Big Five. Petofaktorski model koji su predložili Costa i McCrae (1976) nastao je iz ponovljene analize Cattellovih 16 faktora. Prva inačica instrumenta NEO sadržavala je tri faktora; ekstraverziju, neuroticizam i otvorenost prema iskustvu. Faktori savjesnosti i ugodnosti dodani su posljednji (Marinić i Pučić, 2011). Petofaktorski model ličnosti ne ukazuje da se sve razlike u ličnosti mogu svesti na tih pet crta, već da pet navedenih dimenzija

predstavlja i sadržava velik broj različitih, specifičnih osobina ličnosti (Chamorro-Premuzic i Furnham, 2003). Posljednjih se godina Petofaktorski model ličnosti puno istraživao i za njega je postignut veći konsenzus nego za bilo koju drugu taksonomiju u povijesti psihologije osobina ličnosti (Larsen i Buss, 2008).

Ekstraverzija se odnosi na pristup socijalnom okruženju. Ekstraverti imaju potrebu stalno biti stimulirani. Osim na kvalitetu i intenzitet interpersonalnih odnosa, toplinu, dominantnost, ekstraverzija se odnosi i na traženje iskustava i pozitivnu emocionalnost (Smrtnik Vitulić i Zupančić, 2010). Facete kojima je opisana ova dimenzija su društvenost i aktivnost na jednom kraju kontinuuma te šutljivost, povučенost i zatvorenost na drugom kraju. Introverti su osobe koje postižu nizak rezultat na ovom faktoru, najčešće vole samoću, a opisuje ih se kao mirne, povučene i nezavisne. Ugodnost je dimenzija koju opisuju facete altruizma, brižnosti i emocionalne podrške na pozitivnom te neprijateljstvo, izostanak brige i egoizam na drugom polu. Kao i ekstraverzija odnosi se na kvalitetu interpersonalnih odnosa. Osobe nisko na dimenziji ugodnosti su grube, cinične i nepristojne, dok su osobe visoko na ugodnosti privržene, povjerljive i sklone pomaganju. Pouzdanošću, odgovornošću i vrijednosti s jedne te lijenosti i nepažljivosti s druge strane kontinuuma opisana je dimenzija savjesnosti. Pojedinci koje postižu visoke rezultate na dimenziji savjesnosti su marljive, pouzdane i organizirane osobe. Oni pojedinci koji postižu niske rezultate na ovoj dimenziji su lijene, nepouzđane i bezbrižne osobe. Emocionalna stabilnost je dimenzija koja opisuje karakteristike emocionalnog reagiranja pojedinca na podražaje iz okoline. Osobine opuštenosti, smirenosti i staloženosti determiniraju dimenziju emocionalne stabilnosti. Emocionalna nestabilnost ili neuroticizam je determinirana facetama anksioznosti, nesigurnosti, potištenosti i neprikladnih emocionalnih reakcija. Otvorenost za iskustva dimenzija je ličnosti koja upućuje na otvorenost prema umjetničkim i intelektualnim izazovima i potrebu za promjenama. Facete koje opisuju ovu dimenziju jesu kreativnost, sklonost maštanju i razmišljanju (Kardum i Smojver, 1993). Nizak rezultat ukazuje na osobe koje imaju uske interese, konzervativne poglede na svijet i sklone su konvencionalnom ponašanju (Barać, 2011).

Kada proučavamo utjecaj osobina ličnosti na Facebooku najčešće govorimo o dvije teorije socijalne kompenzacije. Prema teoriji „Siromašni postaju bogatiji“ (eng. *Poor Gets Richer*) predviđa se da će pojedinci koji doživljavaju poteškoće u izvanmrežnim interakcijama imati više koristi od korištenja društvenih mreža jer će tamo moći ostvariti socijalne kontakte i interakcije kako bi nadoknadili taj nedostatak u stvarnom socijalnom okruženju. S druge strane, prema teoriji „Bogati postaju bogatiji“ (eng. *Rich Gets Richer*) predviđa se da će i

pojedinci koji pokazuju bolju socijalnu prilagođenost imati koristi od društvenih mreža. Za njih je Facebook samo još jedna platforma za komunikaciju s prijateljima i kontaktima izvan mreže koja čini produžetak njihovog socijalnog okruženja (Valkenburg i sur., 2005).

Još jedan konstrukt daje zanimljive rezultate kada se ispituje u online okruženju. Naime još uvijek nije poznato kako točno samokontrola pojedinca djeluje na ponašanja na Facebooku, dosadašnja istraživanja nisu pokazala dosljednost u rezultatima.

## **Samokontrola**

Samokontrola je sposobnost pojedinca da upravlja vlastitim ponašanjem, a da protom održavaju relativnu autonomnost od vanjskih utjecaja i pritisaka, unutarnjih ili naučenih automatizama i psiholoških impulsa (Muraven i Baumeister, 2000). Ona se manifestira kroz sposobnost suzdržavanja od nepotrebnih, za pojedinca štetnih ponašanja, sposobnost odgađanja nagrada, regulaciju emocija, a pri tom uzimajući u obzir socijalnu situaciju i potrebe drugih ljudi (Hagger i sur., 2010). Samokontrola se očituje u određenom kapacitetu koji nije jednak kod svih pojedinaca, on se može razlikovati od pojedinca do pojedinca, a razvija se tijekom cijelog života pojedinca i može biti uvježbana. Promjene do kojih dolazi s vremenom mogu biti jednako dugotrajne koliko i promjene do kojih može doći u osobnosti, temperamentu i inteligenciji pojedinca (Muraven i Baumeister, 2000). Samokontrola kao stanje može kratkotrajno fluktuirati ovisno o situacijskom i socijalnom kontekstu ili psihofizičkom stanju osobe. Dobra samokontrola je povezana s boljim mentalnim zdravljem pojedinca (Tangney, Baumeister i Boone, 2004).

Kada istražujemo samokontrolu u online okruženju nailazimo na različite nedosljedne rezultate. Neki podaci upućuju na to da je niska razina samokontrole vezana uz ovisnost o internetu. S druge strane, postoje iznenađujući podaci. Naime, pokazalo se kako je samokontrola u kombinaciji s agresijom i izraženim narcisoidnim osobinama negativno povezana s ovisnošću o online igrama. Svakako, samokontrola može igrati važnu ulogu u ovisnosti o Facebooku i online društvenim mrežama (Muusses i sur, 2015). Kognitivna komponenta kod studenata koji koriste Facebook regulirana je samokontrolom i osobinama ličnosti koji određuju koliko vremena pojedinci provode na Facebooku. Ovi rezultati u skladu su s rezultatima ranijih istraživanja koji ukazuju na povezanost samokontrole kod studenata koji imaju veću kontrolu u društvenim aktivnostima pa tako i na društvenoj mreži Facebook (Rouis, Limayem i Salehi-Sangari, 2011).

## **Povezanost ponašanja na Facebooku s osobinama ličnosti i samokontrolom**

Općenito, u istraživanjima samoprezentacije pokazalo se da osobe koje se na Facebooku predstavljaju realističnije imaju više samopouzdanja, svjesniji su sebe, ponašaju se u skladu sa svojim vrijednostima te su općenito zadovoljniji i postižu više rezultate na skalama subjektivne dobrobiti od onih koji ne žele podijeliti realne informacije na Facebooku (Wiederhold, 2017). U ispitivanju odnosa samoprezentacije na Facebooku i osobina ličnosti rezultati nisu konzistentni. Ong i suradnici (2011) pronašli su kako su ekstravertiraniji pojedinci aktivniji u samoprezentaciji nego introverti na društvenim mrežama. U usporedbi s introvertiranim pojedincima, više ekstrovertirani pojedinci postizali su više rezultate na skali samoprezentacije kroz nekoliko ispitivanih značajki samoprezentacije na Facebooku (Ong i sur., 2011). Slične rezultate dobili su Correa i suradnici (2010) gdje su također više ekstrovertirani pojedinci i društveno orijentirani pojedinci postizali više rezultate na skali online samoprezentacije (Correa i sur., 2010). Osobine ličnosti imaju značajnu ulogu u online prezentaciji, ali njihova uloga do danas nije u potpunosti poznata. Dosadašnja istraživanja usmjerena su na odnos između osobina ličnosti mladih i učestalosti korištenja društvenih mreža te su manje usmjerena na ponašajne karakteristike (Ong i sur., 2011).

Pri ispitivanju selfa na društvenim mrežama pokazalo se kako se selfovi manifestiraju kao realni self, lažni self i idealni self te je važno saznati kako pojedini čimbenici utječu na različite vrste online prezentacije. Istraživanjem samoprezentacije na Facebooku kod studenata pronađeno je kako studenti ne predstavljaju samo svoj realistični self (aspekti koji su vjerodostojni) i idealni self (kakav netko želi biti), nego predstavljaju i lažni self (aspekti koji su dijelom ili posve neistiniti). Mlade odrasle osobe koje imaju emocionalne fluktuacije i dvojbe u većoj mjeri lažno se predstavljaju na Facebooku (Michikyan, Dennis i Subrahmanyam, 2014). S druge strane, svakodnevna komunikacija s obitelji, prijateljima i bliskim ljudima preko online društvenih mreža dovodi do toga da se virtualni self ne razlikuje mnogo od stvarnog selfa. Virtualni self nije uvijek reprezentator stvarnog selfa, na njega mogu utjecati mnogi faktori uključujući upravljanje reputacijom na društvenim mrežama, socijalni kontekst, dostupne informacije o sebi, motivaciju, ali isto tako društvena pravila i norme (Sloan i Quan-Haase, 2017). Osim toga, mladi koriste Facebook profile za stvaranje i prezentiranje svojih idealnih profila. Prema toj idealiziranoj pretpostavci o virtualnom identitetu, vlasnici Facebook profila prikazuju idealizirane karakteristike koje ne odražavaju njihove stvarne osobnosti. Osim toga, vjeruje se kako korisnici svojim profilima predstavljaju i prošireni društveni kontekst u kojem mogu izražavati svoje stvarne i idealne karakteristike

čime se proširuju interpersonalne percepcije svakog pojedinog korisnika. Facebook profil integrira različite izvore osobnih podataka te prijatelji ostavljaju indirektnu povratnu informaciju na profilu pojedinca (Beck i sur., 2010). Bodroža i Jovanović (2016) ispitale su utjecaj osobina ličnosti na virtualni self. Rezultati su pokazali kako osobe koje imaju višu razinu otvorenosti prema iskustvu, postižu i rezultate koji ukazuju na realističniji virtualni self (Bodroža i Jovanović, 2016). U drugom istraživanju ugodnost se pokazala značajnim prediktorom realističnog virtualnog selfa (McCreery, 2011). Što se tiče povezanosti ostalih osobina ličnosti i samokontrole do dana završetka ovog rada nisu pronađeni radovi koji bi objasnili utjecaj ostalih osobina ličnosti i samokontrole na konstrukt virtualnog selfa. Upravo u ovom istraživanju nastojat ćemo objasniti taj odnos.

Ako pojedincu u stvarnom životu nedostaje socijalne stimulacije, on putem internetskih aplikacija kompenzira taj nedostatak korištenjem društvenih mreža ili online igara. To može imati i pozitivne i negativne ishode. U pozitivnom smislu pojedinac se osjeća bolje zato što dobiva željenu društvenu stimulaciju, dok negativna strana ukazuje na nemogućnost stjecanja prijatelja u stvarnom svijetu i oslanjanje na online izvore društvenog života. Ne smatra se kako ovakav način korištenja interneta ima puno zajedničkih točaka s patološkom ovisnosti o internetu. Kompenzacijsko korištenje društvenih mreža kao društvenog života pojedinca razumljiv je i praktičan način za zadovoljavanje potrebe za socijalnom stimulacijom (Chappell i sur., 2006). Bodroža i Jovanović (2016) istražile su kako osobine ličnosti utječu na kompenzacijsko ponašanje mladih na Facebooku. Rezultati su bili u skladu s teorijom o niskoj socijalnoj prilagođenosti mladih koji kompenziraju nedostatke iz stvarnog svijeta. Tako se pokazalo kako su savjesnost, ekstraverzija i ugodnost negativno povezani s kompenzacijskim korištenjem Facebooka (Bodroža i Jovanović, 2016). U istraživanju koje su proveli Lee-Won, Herzog i Parg (2015) pokazalo se i kako je neuroticizam pozitivno povezan sa traženjem socijalne podrške i prijatelja na Facebooku što se može povezati s nadoknadom društvenog života kojeg osoba nema u stvarnom životu (Lee-Won, Herzog i Parg, 2015).

Osobine ličnosti mogu imati značajnu ulogu u stvaranju ovisnosti o Facebooku. Tako se pokazalo da je otvorenost prema iskustvu negativno povezana s ovisnošću o Facebooku i mobilnim aplikacijama. Savjesnost je pokazala negativnu povezanost s ovisnošću o Facebooku, video igricama i ovisnošću o internetu. Ostale crte ličnosti nisu pokazale značajnu povezanost s ovisnošću o Facebooku. Ipak, crte ličnosti samo dijelom mogu objasniti ovisnost o Facebooku (Andreassen i sur., 2013). Rezultati istraživanja prilično su dosljedni u ispitivanjima povezanosti između neuroticizma i ovisnosti, gdje je najčešće utvrđena pozitivna

povezanost između ova dva konstrukta (Andreassen i sur., 2012). U nedavnom istraživanju također je utvrđeno kako prediktori ovisnosti o Facebooku mogu biti niska socijalna prilagođenost u izvanmrežnom svijetu. U skladu s tim utvrđeno je kako osobine ličnosti koje ukazuju na slabiju socijalnu prilagođenost imaju negativnu povezanost s ovisnosti o Facebooku. Tako se pokazalo da su savjesnost, ekstraverzija i ugodnost negativno povezani s ovisnosti o Facebooku, dok je neuroticizam pozitivno povezan s ovisnosti o Facebooku (Bodroža i Jovanović, 2016). U skladu s ovim rezultatima istraživanju u kojem su se nastojali objasniti razlozi Facebook ovisnosti pokazano je kako 10% ljudi provodi na Facebooku čak 8 sati dnevno. Pronađeno je da su interpersonalne veze i online socijalna podrška pozitivno povezane s ovisnošću o Facebooku, dakle održavanje međuljudskih odnosa na Facebooku povećava rizik od ovisnosti (Tang i sur., 2016). U proučavanju literature o ovisnosti o Facebooku kao jedan od važnih čimbenika ističe se manjak i disfunkcija samokontrole. Rezultati nedavnog istraživanja pokazuju da je samokontrola negativno povezana sa ovisnošću o Facebooku, dakle niska razina samokontrole dobar je prediktor ovisnosti o Facebooku. Ovi rezultati sugeriraju da osobe koje nemaju dovoljno samokontrole imaju problema s funkcionalnom upotrebom Facebooka (Błachnio i Przepiorka, 2015).

Utjecaj samokontrole na ove konstrukte još nije poznat. Naime, utjecaj samokontrole još nije dovoljno ispitan u online okruženju. Osim toga navedeni konstrukti relativno su novi te se njihov utjecaj često mijenja kod mladih osoba.

Unatoč velikom broju istraživanja koja su zasebno ispitivala utjecaj osobina ličnosti i samokontrole na ponašanje na društvenoj mreži Facebook, niti u jednom od prethodnih istraživanja nije opisan utjecaj svih triju konstrukata i njihovo međusobno djelovanje. Doprinos ovog istraživanja biti će bolje razumijevanje veza između ponašanja na društvenoj mreži Facebook, samokontrole i osobina ličnosti te dobivanje uvida u jačinu i smjer povezanosti navedenih konstrukata. Također, korist od istraživanja jest spoznaja o predviđanju ponašanja na društvenoj mreži Facebook na temelju samokontrole i osobina ličnosti kod mladih osoba.

## **Cilj, problem i hipoteze istraživanja**

### **Cilj istraživanja**

Cilj ovog istraživanja bio je ispitati odnos između ponašanja na društvenoj mreži Facebook, samokontrole i osobina ličnosti.

## **Problem istraživanja**

S obzirom na cilj ovog istraživanja postavljen je problem kojim se nastoji ispitati mogućnost predviđanja različitih aspekata ponašanja na društvenoj mreži Facebook kao kriterija na temelju osobina ličnosti i mogućnosti samokontrole.

## **Hipoteze**

U skladu s problemima istraživanja, postavljene su sljedeće hipoteze:

H1) Savjesnost, ugodnost, otvorenost prema iskustvu i samokontrola biti će značajni pozitivni prediktori realističnog virtualnog selfa.

H2) Ekstraverzija i samokontrola bit će značajni pozitivni prediktori viših rezultata na subskali samoprezentacije na Facebooku.

H3) Očekuje se da će značajan pozitivan prediktor ovisnosti o Facebooku i kompenzacijskog korištenja Facebooka biti neuroticizam, dok će negativni prediktori biti savjesnost, ugodnost, ekstraverzija i samokontrola.

## **Metoda**

### **Sudionici**

U istraživanju je sudjelovalo ukupno 510 mladih osoba iz Republike Hrvatske od čega je 379 ispitanika bilo ženskog spola, dok je 139 ispitanika bilo muškog spola. Dvoje ispitanika isključeno je iz obrade. Jedan ispitanik isključen je zbog navedene dobi koja znatno odstupa od unaprijed dogovorenog raspona, dok je drugi ispitanik u sociodemografskom upitniku izjavio kako ne koristi društvene mreže. U obradu su uzeti rezultati 508 ispitanika. Raspon dobi bio je od 18 do 26 godina ( $M=21.46$ ,  $SD=2.582$ ).

### **Mjerni instrumenti**

Sociodemografskim upitnikom konstruiranim za potrebe ovog istraživanja prikupljeni su podaci o dobi, spolu (1-M, 2-Ž), zanimanju (1-Nezaposlen, 2-Zaposlen, 3-Student, 4-Učenik), mjestu boravišta (1-Selo, 2-Manji grad (do 20 000 stanovnika), 3-Grad srednje veličine (20 000-100 000 stanovnika), 4-Veći grad (100 000 i više stanovnika), završenom obrazovanju (1-Završena osnovna škola, 2-Završena srednja škola, 3-Završen preddiplomski studij/Prvostupnik, 4-Završen diplomski studij, 5-Završen poslijediplomski studij), duljini



korištenja društvenih mreža (1-Ne koristim društvene mreže, 2-Manje od godine dana, 3-Od 1 do 2 godine, 4-Od 3 do 4 godine, 5-Od 5 do 6 godina, 6-Od 7 do 8 godina, 7-Više od 8 godina), učestalosti aktivnog korištenja društvenih mreža na dnevnoj razini (1-Manje od jednog sata, 2-Od 1 do 2 sata, 3-Od 2 do 4, 4-Od 4 do 6 sati, 5-Više od 6 sati).

Za ispitivanje ponašanja na Facebooku koristila se Skala psiho-socijalnih aspekata uporabe Facebooka (eng. *Psycho-Social Aspects of Facebook Use-PSAFU*; Bodroža i Jovanović, 2016). Upitnik se sastoji od 43 čestice koje ukupno čine 5 subskala koje su nazvane kompenzacijska upotreba Facebooka, samoprezentacija na Facebooku, socijalizacija i traženje seksualnih partnera na Facebooku, ovisnost o Facebooku i virtualni self. Zadatak sudionika je da na skali Likertovog tipa od pet stupnjeva (od 1-Uopće se ne odnosi na mene do 5-U potpunosti se odnosi na mene) procijene u kojoj se mjeri neka tvrdnja odnosi na njih. Subskala kompenzacijskog korištenja Facebooka sastoji se od 13 čestica, a opisuje korištenje Facebooka kao sredstvo nadoknade osobnih nesigurnosti i osjećaja neadekvatnosti (npr. *Lakše mi je komunicirati s ljudima preko Facebooka nego uživo.*). Samoprezentacija na Facebooku opisuje zabrinutosti koje se manifestiraju kroz izbor osobnih fotografija i objava kako bi predstavili idealnu sliku o sebi ili ostavili željeni dojam (npr. *Na svoj profil postavljam samo fotografije na kojima izgledam privlačno.*), a sastoji se od 8 čestica. Ovisnost o Facebooku odnosi se na produljeno vrijeme provedeno na Facebooku, nesposobnost kontroliranja unatoč nastojanjima, manjak sna te odugovlačenje važnih zadaća i obaveza (npr. *Često se na Facebooku zadržim duže nego što sam planirao/la.*), sastoji se od 8 čestica. Subskala virtualni self opisuje Facebook profil kao realno predstavljanje nečije osobnosti i nudi važne i pouzdane informacije o sebi i drugima (npr. *Moj Facebook profil je prava slika mene.*), sastoji se od 5 čestica. Skala socijalizacija i traženje seksualnih partnera ima 9 čestica i za potrebe ovog istraživanja nije uzeta u obzir pri obradi rezultata. S obzirom da skala sadrži čestice koje se odnose na traženje seksualnih partnera na Facebooku zaključeno je kako korištenje ove skale nije relevantno u ovom istraživanju. Rezultat se formira za svaku ljestvicu zasebno kao aritmetička sredina odgovora. Pouzdanost upitnika je zadovoljavajuća i koeficijenti unutarnje konzistencije za svaku pojedinu subskalnu u prethodnom istraživanju za subskalnu kompenzacijskog korištenja Facebooka i subskalnu samoprezentacije iznosi  $\alpha=.92$ , za subskalnu ovisnosti o Facebooku  $\alpha=.88$ , a za subskalnu virtualni self  $\alpha=.76$  (Bodroža i Jovanović, 2016).

Za ispitivanje osobina ličnosti korišten je Petofaktorski upitnik ličnosti (eng. *Big Five Inventory-BFI*; John i Srivastava, 1999) koji se koristi za procjenu pet dimenzija ličnosti. Upitnik čine ljestvice neuroticizam, ekstraverzija, ugodnost, otvorenost prema iskustvu i

savjesnost, a sastoji se od 44 čestice formulirane u obliku kratkih i razumljivih fraza (*Vidim sebe kao osobu koja...je pričljiva; je jako zabrinuta; više voli rutinske poslove...*). Zadatak sudionika je da na skali Likertova tipa od 5 stupnjeva (1-Uopće se ne slažem do 5-U potpunosti se slažem) procijene u kojoj se mjeri pojedina tvrdnja odnosi na njih. Ljestvica neuroticizma sastoji se od tvrdnji koje se odnose na tužno raspoloženje, napetost i zabrinutost te ima 8 čestica. Otvorenost prema iskustvu podrazumijeva maštovitost, inventivnost, smisao za umjetnost i radoznalost te ima 10 čestica. Temeljito obavljanje posla, efikasnost, ustrajnost i organiziranost sadržaj je tvrdnji koje se odnose na ljestvicu savjesnosti koja se sastoji od 9 čestica. Ekstraverzija je ljestvica od 8 čestica te se opisuje u terminima pričljivosti, entuzijazma i društvenosti. Ljestvica ugodnosti ima 9 čestica, a tvrdnje se odnose na suradljivost s drugima, povjerenje, nesebičnost i ljubaznost. Rezultat se formira za svaku ljestvicu zasebno kao aritmetička sredina odgovora. Pouzdanost upitnika je zadovoljavajuća te Cronbach alpha za subskalu ekstraverzije i subskalu savjesnosti iznosi  $\alpha=.82$ , za ugodnost  $\alpha=.75$ , za neuroticizam  $\alpha=.83$  i za otvorenost prema iskustvu  $\alpha=.73$ .

Za ispitivanje samokontrole koristit će se hrvatska verzija Kratke skale samokontrole (eng. *Brief Self-control Scale-BSCS*; Tangney, Baumeister i Boone, 2004). Zadatak sudionika je da na skali Likertovog tipa od pet stupnjeva (od 1-Uopće se ne odnosi na mene do 5-U potpunosti se odnosi na mene) procijene u kojoj se mjeri neka tvrdnja odnosi na njih. Viši rezultati na samokontroli povezani su s boljom prilagodbom, manjim prejedanjem i manjom zlouporabom alkohola, boljim socijalnim odnosima, sigurnijim vezama i optimalnijim emocionalnim odgovorima. Nizak rezultat na skali povezan je sa širokim rasponom osobnih i interpersonalnih problema. Upitnik se sastoji od ukupno 13 čestica (npr. *Dobro se odupirem napastima.*). Veći rezultat označava izraženiju samokontrolu. Pouzdanost upitnika je zadovoljavajuća i iznosi  $\alpha=.87$  (Tangney, Baumeister i Boone 2004).

## **Postupak**

Istraživanje se provodilo online putem. Prije početka, sudionici su dobili opću uputu u kojoj je objašnjeno kako će se od njih tražiti da ispune online upitnike koji sadrže pitanja o tome što obično osjećaju te kakvi su njihovi obrasci ponašanja i mišljenja, objašnjena im je i svrha provođenja istraživanja. Osim toga, rečeno im je kako je sudjelovanje u istraživanju dobrovoljno i anonimno, da u bilo kojem trenutku mogu odustati od sudjelovanja te da će se dobiveni rezultati koristiti isključivo u istraživačke svrhe. Planirani broj sudionika bio je oko 500 sudionika. Prikupljanje sudionika provodilo se metodom snježne grude. Početni skup

sastojao se od oko 190 sudionika. Ostatak sudionika prikupljen je tako što su sudionici dobiveni link prosljeđivali poznanicima te nije postojao određeni broj poznanika kojima je link za istraživanje trebao biti prosljeđen. Istraživanje je provedeno u razdoblju od 21. ožujka do 15. lipnja 2018. godine. Sudionici su najprije ispunjavali sociodemografski upitnik, zatim Petofaktorski upitnik ličnosti, Skalu psiho-socijalnih aspekata uporabe Facebooka te posljednji Upitnik samokontrole. Istraživanje je trajalo oko 20 minuta. Ukupno je prikupljeno 510 sudionika, a statistička obrada provedena je na rezultatima 508 sudionika. Iz obrade rezultata isključeno je dvoje sudionika, jedan zbog dobi koja ne odgovara unaprijed dogovorenom rasponu (47 godina), a drugi zbog izjave kako ne koristi društvene mreže.

## Rezultati

Prije provjere postavljenih hipoteza, Kolmogorov – Smirnovljevim testom i indeksima asimetričnosti i spljoštenosti ispitan je normalitet distribucija, a dobiveni rezultati prikazani su u Tablici 1.

Tablica 1. Provjera normaliteta distribucija rezultata u korištenim upitnicima

Varijabla	K – S - Z	Indeks asimetrije	Indeks spljoštenosti
<b>BFI</b>			
Ekstraverzija	0.07**	-0.30	-0.36
Neuroticizam	0.06**	0.16	-0.32
Ugodnost	0.06**	-0.40	0.42
Otvorenost	0.07**	-0.19	-0.60
Savjesnost	0.06**	-0.10	-0.37
<b>PSAFU</b>			
Kompenzacija	0.13**	1.00	0.45
Samoprezentacija	0.08**	0.33	-0.71
Ovisnost	0.07**	0.18	-0.54
Virtualni self	0.09**	-0.09	0.36
<b>BSCS</b>			
Samokontrola	0.08**	0.12	-0.27

*Legenda:* BFI - Petofaktorski upitnik ličnosti; PSAFU – Skala psiho-socijalnih aspekata uporabe Facebooka; BSCS – Kratka skala samokontrole; K-S-Z - rezultat Kolmogorov – Smirnovljevog testa, \*\* $p < .01$ ; \* $p < .05$

Kao što je vidljivo u Tablici 1, prema rezultatima Kolmogorov–Smirnovljevog testa, distribucija rezultata na svim subskalama statistički značajno odstupaju od nule. Osim toga, analizirani su indeks asimetričnosti i indeks spljoštenosti. Ekstremno odstupajućim distribucijama smatraju se one čiji je indeks asimetričnosti veći od 3, a indeks spljoštenosti

veći od 10 (Kline, 2005). Iz Tablice 1 može se vidjeti kako niti jedan od indeksa asimetričnosti i spljoštenosti ne odstupa od navedenih parametara pa se može zaključiti da odstupanja od normalne distribucije neće previše utjecati na rezultate statističkih postupaka koji zahtijevaju normalitet distribucije.

U Tablici 2 prikazani su prosječni rezultati, standardna devijacija, raspon rezultata i koeficijenti unutarnje konzistencije korištenih upitnika.

Tablica 2. Deskriptivna statistika i koeficijenti unutarnje konzistencije korištenih upitnika

Varijabla	M	SD	Dobiveni raspon	Teoretski raspon	$\alpha$
<b>BFI</b>					
Ekstraverzija	3.46	0.720	1.38 - 5.00	1.00 - 5.00	.82
Neuroticizam	2.90	0.791	1.00 - 4.88	1.00 - 5.00	.85
Ugodnost	3.60	0.588	1.44 - 5.00	1.00 - 5.00	.75
Otvorenost	3.60	0.632	2.00 - 4.90	1.00 - 5.00	.81
Savjesnost	3.60	0.678	1.67 - 5.00	1.00 - 5.00	.85
<b>PSAFU</b>					
Kompenzacija	1.80	0.680	1.00 - 4.38	1.00 - 5.00	.87
Samoprezentacija	2.33	0.925	1.00 - 5.00	1.00 - 5.00	.86
Ovisnost	2.60	0.780	1.00 - 4.63	1.00 - 5.00	.78
Virtualni self	3.50	0.501	1.80 - 5.00	1.00 - 5.00	.50
<b>BSCS</b>					
Samokontrola	40.64	9.436	15 - 64	13 - 65	.86

*Legenda:* BFI - Petofaktorski upitnik ličnosti; PSAFU – Skala psiho-socijalnih aspekata uporabe Facebooka; BSCS – Kratka skala samokontrole

Kao što se može vidjeti iz Tablice 2, koeficijenti pouzdanosti unutarnje konzistencije (Cronbach alfa) gotovo svih korištenih upitnika su visoki. Značajno niži koeficijent pouzdanosti Cronbach alfa (od preporučene granične vrijednosti  $> .70$ ) utvrđen je za subskalu Virtualni self ( $\alpha=.50$ ) u upitniku Skala psiho-socijalnih aspekata uporabe Facebooka (PSAFU) što onemogućuje daljnju obradu rezultata za tu subskalu. Općenito, koeficijenti unutarnje konzistencije za sva tri upitnika dobivena u ovom istraživanju slični su onima u prethodnim istraživanjima, osim koeficijenta unutarnje konzistencije za skalu Virtualni self koji u prethodnom istraživanju iznosi  $\alpha=.76$  (Bodroža i Jovanović, 2016). Ostali koeficijenti za Skalu psiho-socijalnih aspekata uporabe Facebooka (PSAFU) u istraživanju Bodrože i Jovanović (2016) kretali su se od  $\alpha=.88$  do  $\alpha=.92$ , dok je taj raspon nešto niži u ovom istraživanju i kreće se od  $\alpha=.78$  do  $\alpha=.87$ . Koeficijenti unutarnje konzistencije za Petofaktorski upitnik ličnosti (BFI) u prethodnim istraživanjima kretali su se od  $\alpha=.75$  do  $\alpha=.83$  (John i Srivastava, 1999), što se podudara sa koeficijentima iz ovog istraživanja koji se kreću od  $\alpha=.75$  do  $\alpha=.85$ . Koeficijent unutarnje konzistencije za Kratku skalu samokontrole u ranijem istraživanju iznosio  $\alpha=.87$  (Tangney, Baumeister i Boone, 2004), što se podudara s

koeficijentom iz ovog istraživanja gdje iznosi  $\alpha=.86$ .

Srednje vrijednosti u Tablici 2 ukazuju da mladi u ovom istraživanju postižu rezultate na skalama Ekstraverzija, Savjesnost, Ugodnost i Otvorenost koji su iznad srednje vrijednosti ponuđenih odgovora. Postignuti rezultati za Neuroticizam bliži su srednjoj vrijednosti ponuđenih odgovora. Ovi podaci upućuju kako je uzorak mladih u ovom istraživanju pokazuje dobru socijalnu prilagođenost. Na skalama Ovisnost i Samoprezentacija također su postignuti rezultati koji odgovaraju srednjim vrijednostima ponuđenih odgovora, što ukazuje na umjerenu zabrinutost predstavljanjem na Facebooku i ovisnost o Facebooku. Rezultat na skali Kompenzacija nešto je niži od srednje vrijednosti ponuđenih odgovora što ukazuje da su mladi u ovom istraživanju imali niže procjene pri procjeni korištenja Facebooka kao nadoknade za socijalnu interakciju. Rezultat na skali Virtualni self nisu interpretabilni zbog niske pouzdanosti skale. Naposljetku, prema rezultatu koji odgovara srednjoj vrijednosti ponuđenih odgovora skale Samokontrole, mladi u ovom istraživanju pokazali su kako imaju umjerenu samokontrolu.

### **Interkorelacije svih varijabli uključenih u analizu**

Prilikom razmatranja odnosa ponašanja na Facebooku, osobina ličnosti i samokontrole, provjerena je povezanost svih varijabli korištenih u analizi te je najprije ispitana i testirana značajnost njihovih međusobnih korelacija. Iz matrice korelacija prikazane u Tablici 3. prikazane su povezane varijable. Općenito govoreći, možemo zaključiti da su korištene varijable međusobno umjereno povezane.

Zbog niske pouzdanosti i nemogućnosti interpretacije rezultata skale Virtualni self, regresijska analiza za ovu skalu nije provedena. Dodatnom provjerom utvrđeno je kako se pouzdanost ove skale neće povećati izbacivanjem bilo koje od 5 čestica koje čine skalu.

Prije obrade podataka i interpretacije rezultata odabrana je granica razine značajnosti od 5% na temelju koje će se gledati i interpretirati svi dalje navedeni podaci.

Tablica 3. Interkorelacije svih izmjerenih varijabli (N=508).

Varijabla	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.	15.
1. Spol	-	-.11*	-.08	-.01	-.02	.18**	.23**	.03	-.02	-.02	-.11*	-.06	-.04	.01	.15**
2. Dob		-	.08	.66**	.41**	-.20**	-.19**	.06	.18**	.04	.19**	.20**	.02	-.15**	-.04
3. Veličina naselja			-	.14**	.12**	-.08	.01	.05	-.01	.04	-.00	-.01	.05	-.10*	-.05
4. Razina obrazovanja				-	.34**	-.21**	-.11*	.07	.17**	.06	.12*	.17**	.09*	-.08	-.01
5. Duljina korištenja DM					-	.09*	-.08	.06	.09*	.12**	.01	.08	.10*	-.09*	.06
6. Učestalost korištenja DM						-	.18**	-.13**	-.18**	.00	-.14**	-.23**	.17**	.16**	.37**
7. Neuroticizam							-	-.15**	-.41**	-.41**	-.47**	-.50**	.16**	.28**	.24**
8. Otvorenost								-	.23**	.28**	.23**	.15**	.10*	-.08	-.07
9. Savjesnost									-	.45**	.27**	.67**	-.12**	-.23**	-.24**
10. Ekstraverzija										-	.14**	.26**	-.09	-.27**	-.09*
11. Ugodnost											-	.38**	-.12**	-.22**	-.11*
12. Samokontrola												-	-.23**	-.26**	-.36**
13. Samoprezentacija													-	.54**	.45**
14. Kompenzacijsko korištenje														-	.45**
15. Ovisnost															-

\*p<0.05. \*\*p<0.01, Spol: 1=muški; 2=ženski

U skupini kriterijskih varijabli, odnosno ponašanja na Facebooku, najvišu povezanost pokazuju varijable Samoprezentacija na Facebooku i Kompenzacijsko korištenje Facebooka ( $r=.54, p<.01$ ) što je u skladu s prethodnim istraživanjem gdje su također ove dvije varijable pokazale najvišu pozitivnu povezanost među ostalim varijablama (Bodroža i Jovanović, 2016). Varijabla Kompenzacijsko korištenje Facebooka i varijabla Ovisnost o Facebooku pokazale su umjerenu pozitivnu povezanost ( $r=.45, p<.01$ ). Jednako tako, Ovisnost o Facebooku pokazala je umjerenu pozitivnu povezanost s varijablom Samoprezentacija na Facebooku ( $r=.45, p<.01$ ). Samokontrola je pokazala umjerenu negativnu povezanost sa Samoprezentacijom na Facebooku ( $r=-.23, p<.01$ ), Kompenzacijskim korištenjem Facebooka ( $r=-.26, p<.01$ ) te Ovisnosti Facebooku ( $r=-.36, p<.01$ ). Općenito, varijable koje predstavljaju Osobine ličnosti pokazale su umjerene do niske međusobne povezanosti. Varijable Savjesnost, Neuroticizam i Ugodnost pokazale su umjerene povezanosti sa svim kriterijskim varijablama. Zanimljivo je kako Ekstraverzija nije pokazala značajnu povezanost sa Samoprezentacijom na Facebooku, a Otvorenost prema iskustvu nije pokazala značajnu povezanost s kriterijskim varijablama Kompenzacijsko korištenje Facebooka i Ovisnost o Facebooku. Sve varijable koje predstavljaju konstrukt osobina ličnosti pokazale su umjerenu povezanost s varijablom Samokontrole. Zanimljivim se pokazao podatak kako je varijabla Učestalost korištenja društvenih mreža na dnevnoj razini pokazala nisku do umjerenu povezanost sa svim varijablama osim sa Ekstraverzijom i Veličinom naselja, s kojima nije pokazana statistički značajna povezanost.

Nakon izračunatih korelacija pristupilo se hijerarhijskoj regresijskoj analizi za provjeru doprinosa osobina ličnosti i samokontrole na ponašanje na Facebooku. Prije provedbe regresijske analize provjereni su uvjeti za provedbu. Vrijednost Durbin–Watson testa nalazila se u intervalu od 1 do 3, stoga možemo zaključiti da je preduvjet o nezavisnosti reziduala zadovoljen (Field, 2013). Provjerom korelacijske tablice (Tablica 3) utvrđeno je kako problem multikolinearnosti nije prisutan jer među varijablama nema korelacija koje se smatraju izrazito visokima ( $r>.80$ ).

### **Ispitivanje doprinosa osobina ličnosti i samokontrole na ponašanje na Facebooku**

Problem ovog istraživanja bio je ispitati mogućnost predviđanja različitih aspekata ponašanja na društvenoj mreži Facebook kao kriterija na temelju osobina ličnosti i mogućnosti samokontrole. Kako bi se odgovorilo na ovaj problem provedene su tri hijerarhijske regresijske analize umjesto predviđene četiri.

U prvoj hijerarhijskoj regresijskoj analizi kriterijsku varijablu činila je subskala

Samoprezentacija na Facebooku, u drugoj analizi kriterijsku varijablu činila je subskala Kompenzacijsko korištenje Facebooka te u trećoj regresijskoj analizi kriterijsku varijablu činila je subskala Ovisnost o Facebooku. Prediktorske varijable u svim regresijskim analizama podijeljene su u tri koraka kako bi se ispitalo njihovo samostalno djelovanje i međudjelovanje na varijancu kriterija. U sve tri analize su u prvom koraku uključene su sociodemografske varijable (spol, dob, veličina naselja, razina obrazovanja, duljina korištenja društvenih mreža i učestalosti aktivnog korištenja društvenih mreža na dnevnoj razini). U drugom koraku uključene su osobine ličnosti (ekstraverzija, neuroticizam, savjesnost, ugodnost, otvorenost prema iskustvu), a u trećem koraku uključen je utjecaj Samokontrole. Dobiveni rezultati prikazani su u Tablici 4.



Tablica 4. Prikaz vrijednosti prediktorskih varijabli za kriterijske varijable Samoprezentacija na Facebooku, Kompenzacijsko korištenje Facebooka i Ovisnost o Facebooku (N=508).

Model	Samoprezentacija na Facebooku	Kompenzacijsko korištenje Facebooka	Ovisnost o Facebooku
	$\beta$	$\beta$	$\beta$
1.			
Spol	-.08	-.04	.08
Dob	-.08	-.14*	.01
Veličina naselja	.03	-.08	-.02
Razina obrazovanja	.16**	.08	.07
Duljina korištenja DM	.06	-.07	.01
Učestalost korištenja DM	.20**	.16**	.36**
R	.24	.23	.38
R <sup>2</sup>	.06**	.052**	.15**
F	4.96**	4.62**	14.29**
2.			
Spol	-.12**	-.08	.06
Dob	-.04	-.10	.02
Veličina naselja	.02	-.08*	-.03
Razina obrazovanja	.16**	.09	.07
Duljina korištenja DM	.06	-.05	.02
Učestalost korištenja DM	.19**	.14**	.32**
Neuroticizam	.10	.11*	.14**
Otvorenost	.19**	.06	.01
Savjesnost	-.06	-.05	-.17**
Ekstraverzija	-.07	-.20**	.03
Ugodnost	-.09	-.12**	.04
R	.34	.40	.44
R <sup>2</sup>	.12**	.16**	.20**
$\Delta R^2$	.06**	.11**	.05**
F	6.88**	12.78**	6.08**
3.			
Spol	-.11**	-.07	.07
Dob	-.04	-.10	.02
Veličina naselja	.02	-.08*	-.04
Razina obrazovanja	.17**	.09	.08
Duljina korištenja DM	.06	-.04	.03
Učestalost korištenja DM	.18**	.13**	.30**
Neuroticizam	.05	.08	.07
Otvorenost	.18**	.06	.00
Savjesnost	.08	.02	.01
Ekstraverzija	-.10*	-.21**	-.00
Ugodnost	-.06	-.11*	.08
Samokontrola	-.23**	-.11	-.32**
R	.38	.41	.49
R <sup>2</sup>	.14**	.17	.24**
$\Delta R^2$	.03**	.01	.05**
F	14.45**	3.25	30.44**

*Legenda.* \*\* $p < .01$ ; \* $p < .05$ ,  $R$ –koeficijent multiple korelacije,  $R^2$ –koeficijent determinacije;  $\Delta R^2$ –doprinos pojedine grupe prediktora objašnjenju varijanci;  $F$ – $F$ -omjer,  $\beta$ –vrijednost standardiziranog regresijskog koeficijenta, Spol: 1=muški; 2=ženski.

U prvom koraku hijerarhijske regresijske analize, u kojoj je kriterij činila varijabla Samoprezentacija na Facebooku, sociodemografskim varijablama objašnjeno je 5.6% varijance. Značajnim pozitivnim prediktorima pokazale su se varijable Razina obrazovanja ( $\beta = .16$ ,  $p < .01$ ) i Učestalost korištenja društvenih mreža na dnevnoj razini ( $\beta = .20$ ,  $p < .01$ ). Ovi rezultati govore da osobe s višom razinom obrazovanja i one koje dnevno provode više vremena na Facebooku, više brinu o izgledu svoga profila što se manifestira kroz izbor osobnih fotografija i objava kako bi se predstavili i ostavili željeni dojam. U drugom koraku dodane su varijable Neuroticizam, Otvorenost prema iskustvu, Savjesnost, Ekstraverzija i Ugodnost te je objašnjeno dodatnih 6.1% varijance kriterija. Dodavanjem ovih varijabli značajnim prediktorom pokazala se i varijabla Spol ( $\beta = -.12$ ,  $p < .01$ ), koja u prvom koraku nije bila značajna ( $\beta = -.08$ ,  $p > .01$ ). S obzirom da su pri obradi rezultata muški ispitanici označeni s brojem 1, a ženske ispitanice brojem 2, negativan predznak označava da se efekt odnosi na muške ispitanike. Ovi rezultati, temeljem tablice interkorelacija, upućuju na postojanje supresijskog efekta. Friedman i Wall (2005) definiraju supresor kao varijablu koja ima jako nisku ili nultu korelaciju s kriterijem, no relativno visoku korelaciju s nekim od značajnih prediktora te povećava udio objašnjenja varijance. Značajnim pozitivnim prediktorom u ovom koraku pokazala se i crta ličnosti Otvorenost ( $\beta = .19$ ,  $p < .01$ ). Prema tome, osobe koje su maštovite, radoznale i imaju više smisla za umjetnost više će brinuti o svojoj prezentaciji na Facebooku. U trećem koraku dodana je varijabla Samokontrole koja se pokazala negativnim prediktorom Samoprezentacije ( $\beta = -.23$ ,  $p < .01$ ), te je objašnjeno dodatnih 2.5% varijance kriterija. Ovakvi podaci govore da osobe koje imaju nisku razinu samokontrole više brinu o svojoj prezentaciji na Facebooku što se manifestira kroz odabir fotografija i objava na svojim profilima. U ovom koraku negativnim prediktorom pokazala se i Ekstraverzija ( $\beta = -.10$ ,  $p < .05$ ), koja nije pokazala značajnost u drugom koraku. Temeljem tablice interkorelacija i u ovom slučaju sumnja se na supresijski efekt. Svim prediktorima ukupno je objašnjeno 14.2% varijance kriterija.

Suprotno očekivanjima da će se ekstraverzija i samokontrola pokazati pozitivnim prediktorima samoprezentacije na Facebooku, samokontrola se pokazala negativnim prediktorom, dok se ekstraverzija pokazala tek prediktorom u supresijskom efektu.

Rezultati hijerarhijske regresijske analize u kojoj je kriterij činila varijabla Kompenzacijsko korištenje Facebooka pokazuju kako je u prvom koraku sociodemografskim

varijablama objašnjeno 5.2% varijance. Značajnima su se pokazale dvije varijable. Varijabla Dob pokazala se značajnim negativnim prediktorom Kompenzacijskog korištenja Facebooka ( $\beta = -.14$ ,  $p < .05$ ) što govori da što su osobe mlađe češće će koristiti Facebook kako bi nadomjestili osobne nesigurnosti i osjećaj neadekvatnosti. Varijabla Učestalost aktivnog korištenja društvenih mreža na dnevnoj razini pokazala se značajnim pozitivnim prediktorom Kompenzacijskog korištenja Facebooka ( $\beta = .16$ ,  $p < .01$ ). Ovi podaci govore da osobe koje provode više vremena na Facebooku, češće koriste Facebook kako bi nadomjestili osobne nesigurnosti i osjećaj neadekvatnosti. U drugom koraku objašnjeno je dodatnih 10.8% varijance kriterija. Nakon uključivanja varijabli Ekstraverzija, Neuroticizam, Savjesnost, Ugodnost i Otvorenost, varijabla Veličina naselja koja se u prvom koraku nije pokazala značajnom sada se pokazala kao značajan negativan prediktor kriterija ( $\beta = -.08$ ,  $p < .05$ ). Ovi podaci, temeljem tablice interkorelacija također upućuju na postojanje supresije. Varijabla Dob više nije značajna u ovom koraku ( $\beta = -.10$ ,  $p > .05$ ) što upućuje na medijacijski efekt. Do medijacije dolazi kada se odnos između dvije varijable, među ostalim, može konceptualizirati kao uzročno-posljedični odnos u kojem nezavisna varijabla ima izravni uzročni utjecaj na zavisnu varijablu, ali i kao ishod različitih neizravnih utjecaja tzv. trećih varijabli (Baron i Kenny, 1986). Prema modelu procjene postojanja medijacijskog efekta (Baron i Kenny, 1986) utvrdili smo posreduju li osobine ličnosti uistinu u odnosu dobi i kompenzacijskog korištenja Facebooka. Potrebno je bilo utvrditi: predviđa li prediktor kriterij, predviđa li prediktor medijator, predviđa li medijator kriterij te konačno, pridonose li prediktor i medijator objašnjenju varijance kriterijske varijable. Ovaj odnos potvrđuju i pojedinačne korelacije ovih konstrukata. U tablici interkorelacija može se vidjeti kako je prediktorska varijabla Dob značajno povezana s kriterijskom varijablom Kompenzacijskog korištenja Facebooka ( $r = -.15$ ,  $p < .01$ ). Nadalje, prediktorska varijabla Dob u značajnoj je pozitivnoj korelaciji s medijatorskim varijablama Savjesnošću ( $r = .18$ ,  $p < .01$ ) i Ugodnošću ( $r = .19$ ,  $p < .01$ ) te je u značajnoj negativnoj korelaciji s varijablom Neuroticizmom ( $r = -.19$ ,  $p < .01$ ). Konačno, medijatorske varijable značajnoj su korelaciji s kriterijskom varijablom Kompenzacijskim korištenjem Facebooka. Tako je Neuroticizam u značajnoj pozitivnoj korelaciji s Kompenzacijskim korištenjem Facebooka ( $r = .26$ ,  $p < .01$ ), dok su Savjesnost ( $r = -.23$ ,  $p < .01$ ) i Ugodnost ( $r = -.22$ ,  $p < .01$ ) u značajnoj negativnoj korelaciji s Kompenzacijskim korištenjem Facebooka. Prema tome, povezanost dobi i kompenzacijskog korištenja Facebooka odvija se preko savjesnosti, ugodnosti i neuroticizma. Ovi rezultati govore da u ovom medijacijskom odnosu postoje tri djelomična medijatora. Značajnim negativnim prediktorom Kompenzacijskog korištenja Facebooka pokazale su se varijable Ugodnost ( $\beta = -$

.12,  $p < .01$ ) i Ekstraverzija ( $\beta = -.20$ ,  $p < .01$ ), što govori kako će osobe koje su društvenije, ljubavnije i vole suradnju s drugima manje koristiti Facebook kao nadoknadu za osjećaj nesigurnosti i neadekvatnosti. Neuroticizam se u ovom koraku pokazao značajnim pozitivnim prediktorom Kompenzacijskog korištenja Facebooka ( $\beta = .11$ ,  $p < .05$ ), tako će osobe koje su napetije, zabrinutije i češće doživljavaju tužno i negativno raspoloženje koristiti Facebook kao nadoknadu osjećaja osobne neadekvatnosti i nesigurnosti. U trećem koraku uključena je varijabla Samokontrole, ovaj korak nije se pokazao statistički značajnim. Ukupno je svim uključenim varijablama objašnjeno 16.6% varijance kriterija.

Ukupno uzevši, u skladu s postavljenom hipotezama značajnim negativnim prediktorima kompenzacijskog korištenja Facebooka pokazali su se ekstraverzija i ugodnost, dok se neuroticizam pokazao značajnim pozitivnim prediktorom kompenzacijskog korištenja Facebooka. Nisu utvrđeni efekti, savjesnosti i samokontrole kao što je to bilo pretpostavljeno.

Rezultati hijerarhijske regresijske analize u kojoj je kriterij činila varijabla Ovisnost o Facebooku pokazali su kako je u prvom koraku sociodemografskim varijablama objašnjeno 14.6% varijance ovisnosti o Facebooku. Značajnom pozitivnim prediktorom pokazala se varijabla Učestalosti aktivnog korištenja društvenih mreža na dnevnoj razini ( $\beta = .36$ ,  $p < .01$ ). Drugom riječima, što je više vremena provedeno na Facebooku na dnevnoj razini, veća je ovisnost o Facebooku. U drugom koraku, nakon kontrole efekata sociodemografskih varijabli, objašnjeno je dodatnih 4.9% varijance kriterija. Značajnim pozitivnim prediktorom pokazao se Neuroticizam ( $\beta = .14$ ,  $p < .01$ ), a značajnim negativnim prediktorom pokazala se varijabla Savjesnost ( $\beta = -.17$ ,  $p < .01$ ). Ovi rezultati govore kako osobe će koje su efikasne, ustrajne i organizirane biti manje ovisne o Facebooku, dok će one koje su napetije, zabrinutije i češće doživljavaju tužno i negativno raspoloženje češće biti ovisne o Facebooku. U trećem koraku uključena je varijabla Samokontrole koja se pokazala značajnim negativnim prediktorom Ovisnosti o Facebooku ( $\beta = -.14$ ,  $p < .01$ ), te je objašnjeno dodatnih 4.7% varijance. Jednom kada je varijabla Samokontrole uključena, Savjesnost je prestala biti značajnim negativnim prediktorom Ovisnosti o Facebooku ( $\beta = .01$ ,  $p > .01$ ), dok je Neuroticizam prestao biti značajnim pozitivnim prediktorom Ovisnosti o Facebooku ( $\beta = .07$ ,  $p > .01$ ). Ovi podaci sugeriraju na postojanje medijacijskog efekta. U ovom slučaju varijabla Samokontrola je medijator između Ovisnosti o Facebooku, Savjesnosti i Neuroticizma. Prema modelu procjene postojanja medijacijskog efekta (Baron i Kenny, 1986) utvrdili smo posreduje li samokontrola uistinu u odnosu neuroticizma, savjesnosti i ovisnosti o Facebooku. Potrebno je bilo utvrditi: predviđa li prediktor kriterij, predviđa li prediktor medijator, predviđa li medijator kriterij te konačno, pridonose li prediktor i medijator

objašnjenju varijance kriterijske varijable. To dokazuju i pojedinačne korelacije ovih konstrukata, tako se pokazalo da je prediktorska varijabla Neuroticizam povezana s kriterijskom varijablom Ovisnosti o Facebooku ( $r=.24, p<.01$ ) te je prediktorska varijabla Savjesnost povezana s kriterijskom varijablom Ovisnost o Facebooku ( $r=-.24, p<.01$ ). Nadalje, prediktorska varijabla Neuroticizam u značajnoj je korelaciji s medijatorskom varijablom Samokontrolom ( $r=-.50, p<.01$ ), jednako tako, prediktorska varijabla Savjesnost u značajnoj je korelaciji s medijatorskom varijablom Samokontrolom ( $r=.67, p<.01$ ). Konačno, medijatorska varijabla Samokontrola u značajnoj je korelaciji s kriterijskom varijablom Ovisnosti o Facebooku ( $r=-.36, p<.01$ ). Samokontrola je pojam koji uistinu povezuje ove tri varijable. Naime, povezanost neuroticizma i savjesnosti s ovisnosti o Facebooku odvija se preko samokontrole. Ukupno je svim uključenim varijablama objašnjeno 24.2% varijance kriterija.

Suprotno očekivanjima nisu pronađeni efekti ekstraverzije i ugodnosti na ovisnost o Facebooku, dok se samokontrola pokazala medijatorom odnosa između savjesnosti, neuroticizma i ovisnosti o Facebooku.

## Rasprava

Cilj provedenog istraživanja bio je ispitati odnos između ponašanja na društvenoj mreži Facebook, samokontrole i osobina ličnosti. Prema tome postavljane su tri hipoteze. Prvom hipotezom pretpostavilo se kako će savjesnost, ugodnost, otvorenost prema iskustvu i samokontrola biti će značajni pozitivni prediktori realističnog virtualnog selfa. Drugom hipotezom pretpostavljeno je da će ekstraverzija i samokontrola bit značajni pozitivni prediktori viših rezultata na subskali samoprezentacije na Facebooku. Konačno trećom hipotezom očekivalo se da će značajan pozitivan prediktor ovisnosti o Facebooku i kompenzacijskog korištenja Facebooka biti neuroticizam, dok će negativni prediktori biti savjesnost, ugodnost, ekstraverzija i samokontrola. Kako bi se provjerile hipoteze provedene su hijerarhijske regresijske analize.

Prva hipoteza, kojom se pretpostavilo kako će savjesnost, ugodnost, otvorenost prema iskustvu i samokontrola biti značajni pozitivni prediktori realističnog virtualnog selfa, nije testirana. S obzirom da se pouzdanost upitnika kojim je mjeren realistični virtualni self pokazala izrazito niskom dobiveni rezultati ne bi bili interpretabilni. Jedan od mogućih razloga niske pouzdanosti ove subskale je i mali broj čestica, naime subskala ima pet čestica. Također, moguće je da je raspon odgovora od 1 do 5 za ovu skalu preuzak. Ranije se

pokazalo kako i ograničen raspon odgovora može utjecati na nisku pouzdanost (Hallgren, 2012).

Druga hipoteza, kojom je pretpostavljeno da će ekstraverzija i samokontrola bit značajni pozitivni prediktori viših rezultata na subskali samoprezentacije na Facebooku, odbačena je. Naime, u ovom istraživanju samokontrola se pokazala značajnim negativnim prediktorom samoprezentacije na Facebooku što je suprotno od očekivanog, dok se ekstraverzija pokazala samo prediktorom u supresijskom odnosu. Svim prediktorima ukupno je objašnjeno 14,2% varijance. Ekstraverzija se u pokazala značajnim negativnim prediktorom samoprezentacije u trećem koraku, nakon dodavanja varijable Samokontrole. Ubacivanjem supresorske varijabe Samokontrole u model, dolazi do osnaživanja veze između prediktora Ekstraverzije i kriterija Samoprezentacije na Facebooku. Budući da tablica interkorelacija upućuje da se radi o supresijskom efektu, neopravdano je zaključiti da osobe s izraženijom introvertiranošću uistinu pokazuju više zabrinutosti za prezentaciju na svojim Facebook profilima. Samokontrola se, suprotno očekivanjima, pokazala negativnim prediktorom veće zabrinutosti za samoprezentaciju na Facebooku. Dosadašnja istraživanja o samoprezentaciji narcisoidnih osoba mogu poslužiti kao objašnjenje za ove rezultate. Naime, Ong i sur. (2011) u svom istraživanju pokazali su kako je narcisoidnost u porastu na online društvenim mrežama. U njihovom ispitivanju utjecaja narcizma na ponašanje adolescenata na online društvenim mrežama pokazalo se kako su narcisoidniji pojedinci zabrinutiji za svoj fizički izgled što se manifestira kroz odabir fotografija na profilima na online društvenoj mreži. Tako adolescenti odabiru fotografije koje smatraju privlačnijima kako bi potvrdili svoje iluzije o vlastitom izgledu. S obzirom da je narcizam negativno povezan s empatijom i kontrolom impulsa, trebalo bi više pažnje posvetiti ovom konstrukt na online društvenim mrežama koje već i djeca počinju koristiti (Ong i sur., 2011). Moguće je da je upravo porast narcisoidnosti mladih na društvenim mrežama utjecao i na rezultate u ovom istraživanju. Naime, niska razina samokontrole pri samoprezentaciji karakteristika je narcisoidnosti. Vazire i Funder (2006; prema Hart i sur., 2017) objasnili su kako se osobe s izraženim narcizmom ponašaju narcisoidno zbog nedostatka samokontrole i impulzivne prirode kada je u pitanju samoprezentacija. Vođeni time Hart i suradnici (2017) pokazali su kako osobe koje su narcistične zaista imaju nižu samokontrolu pri samoprezentaciji. Tako niska samokontrola može biti strateška i vođena zabrinutostima ili željom za moći (Hart i sur., 2017). Ovakvi rezultati nisu iznenađujući s obzirom da Facebook profili nude mogućnosti predstavljanja velikom broju ljudi. U svom istraživanju Buffardi i Campbell (2008) nastojali su objasniti efekte narcizma na online društvenim mrežama te su pokazali da narcizam predviđa višu

razinu društvene aktivnosti u online mrežnoj zajednici i više samopromovirajućih sadržaja u nekoliko aspekata na online društvenim mrežama (Buffardi i Campbell, 2008). Rezultati ranijih istraživanja nedvojbeno upućuju na povezanost narcizma s nižom samokontrolom kada je u pitanju samoprezentacija. Trend porasta narcizma na online društvenim mrežama, kojeg prate niža razina samokontrole pri samoprezentaciji, objašnjava kako niska razina samokontrole u ovom istraživanju vodi zabrinutostima pri prezentaciji na Facebooku.

Suprotno očekivanjima, još nekoliko konstrukata pokazalo se značajnim prediktorima samoprezentacije na Facebooku, a to su razina obrazovanja, učestalost korištenja Facebooka na dnevnoj razni i otvorenost prema iskustvu. Tako se pokazalo da osobe koje su postigle više stupnjeve obrazovanja pokazuju više zabrinutosti o svom predstavljanju na Facebooku. Marder i suradnici (2016) objašnjavaju kako se povećanjem raznolikosti Facebook korisnika, povećava i raspon prijateljskih veza zbog čega dolazi do pomućenja tradicionalnih granica između društvenih sfera (povezivanje sa poslodavcem, roditeljima, nadređenim, profesorom i dr.). U izvanmrežnom svijetu, osobe iz različitih dijelova života (obitelj, posao, sveučilište) razdvojeni su vremenom i prostorom što ljudima omogućuje prilagodbu samoprezentacije tijekom tih različitih interakcija na temelju percipiranih standarda različitih publika. Na društvenim mrežama ljudi iz svih sfera života mogu vidjeti pojedinu fotografiju, komentar ili Facebook status. Društveni i psihološki utjecaj ovih veza može biti značajan za pojedinca. Pokušaj održavanja i usklađivanja ovih veza sa standardima i očekivanjima "prijatelja na Facebooku" može izazvati negativne osjećaje i neočekivana ponašanja korisnika (Marder i sur., 2016). Prema tome, ukoliko pretpostavimo da osobe s višim stupnjevima obrazovanja rade na višim pozicijama, moguće je da imaju više poteškoća sa usklađivanjem informacija kojima se prezentiraju na Facebooku upravo zato što dolazi do pomućenja tradicionalnih društvenih granica. Tako na svojim profilima mogu biti „Prijatelji“ sa mnogim osobama iz svog poslovnog ili privatnog života. I jedni i drugi mogu vidjeti informacije o tome gdje se osoba nalazi, kada je posljednji puta bila aktivna na mreži, fotografije koje objavljuje, objave na „Zidu“, ne samo nedavne, nego i one koje je objavila od trenutka kada je kreiran Facebook profil. Osim toga, Facebook profil integrira različite izvore osobnih podataka. Osim podataka koje osoba sama odluči postaviti na svoj profil tu su i podaci koje prijatelji, poznanici i druge osobe postavljaju na svoj profil ili profile drugih osoba. Beck i suradnici (2010) objasnili su kako je stvaranje idealiziranih profila teško ostvariti jer profili uključuju informacije o nečijem ugledu koji je teško kontrolirati (npr. objavljene fotografije prijatelja koje sadržavaju osobu ili informacije o njoj, postovi na zidu, vidljivi događaju i dr.) zbog toga što i prijatelji ostavljaju indirektnu povratnu informaciju na profilu pojedinca (Beck i sur., 2010).

Otvorenost prema iskustvu još je jedna varijabla koja se pokazala kao značajan pozitivan prediktor samoprezentacije na Facebooku. Tako će osobe koje su maštovite, radoznale i imaju više smisla za umjetnost više brinuti o svojoj prezentaciji na Facebooku, izgledu svoga profila te odabiru fotografija. Upravo zbog toga što imaju smisla za umjetnost i maštovitost, važno im je kako će njihov profil izgledati. U istraživanju u kojem se ispitivao odnos osobina ličnosti i ponašanja na Facebooku, također se pokazalo da pojedinci koji su postizali više rezultate na skali otvorenosti prema iskustvu koriste više postavki za osobne podatke na svojim Facebook profilima u odnosu na one koji su ostvarili niske rezultat na skali otvorenosti prema iskustvu što govori o važnosti predstavljanja na Facebook profilima i otkrivanju osobnih informacija (Amichai-Hamburger i Vinitzsky, 2010). I ovi podaci upućuju na to da je pojedincima s izraženom osobinom otvorenosti prema iskustvu važno kako će se izraziti i predstaviti na svojim Facebook profilima.

U ovom istraživanju pokazalo se da što više vremena mladi provedu na društvenoj mreži Facebook, pokazuju veće zabrinutosti za samoprezentaciju na Facebooku. Što je za pojedinca važnija samoprezentacija, više vremena će provesti odabirući fotografije i informacije koje će postaviti na svojim profilima. Moguće je da naglašenija svijest o važnosti samoprezentacije na Facebooku rezultira i dužim vremenom provedenim na toj mreži. Osim toga, moguće je da osobe koje više brinu o svojoj prezentaciji na Facebooku više vremena provode uspoređujući se s drugom korisnicima Facebooka. U istraživanju Pempek i suradnika (2009; prema Aydin, 2012) pokazalo se kako mlade osobe više vremena provedu pregledavajući profile drugih ljudi, nego na aktivnosti vezane uz objavljivanje i uređivanje vlastitih fotografija.

Spol je varijabla koja se u prvom koraku nije pokazala značajnom, međutim, nakon ubacivanja varijabli koje čine crte ličnosti, varijabla Spol pokazala je značajnost. Ubacivanjem supresorskih varijabli u model dolazi do osnaživanja veze između prediktora Spola i kriterija Samoprezentacije na Facebooku. Tablica interkorelacija pokazuje da je riječ o supresijskom efektu pa nije opravdano zaključiti kako muškarci pokazuju više zabrinutosti za prezentaciju na svojim profilima na Facebooku.

Trećom hipotezom očekivalo se da će značajan pozitivan prediktor ovisnosti o Facebooku i kompenzacijskog korištenja biti neuroticizam, dok će negativni prediktori biti savjesnost, ugodnost, ekstraverzija i samokontrola. Ova hipoteza djelomično je potvrđena. Prediktorima je objašnjeno ukupno 24.4% varijance kriterija ovisnosti o Facebooku, te 16.6% varijance kriterija Kompenzacijskog korištenja Facebooka. U skladu s očekivanjima, ekstraverzija i ugodnost pokazale su se značajnim negativnim prediktorima kompenzacijskog



korištenja Facebooka u drugom koraku hijerarhijske regresijske analize. Ovi rezultati govore da osobe koje su pričljive i društvene te one koje rado surađuju s drugima, nesebičnije i ljubaznije osobe u manjoj mjeri koriste Facebooka kao sredstvo nadoknade osobnih nesigurnosti i osjećaja neadekvatnosti. Slične rezultate dobile su i Bodroža i Jovanović (2016) kada su istražile kako osobine ličnosti utječu na kompenzacijsko ponašanje mladih na Facebooku. Rezultati su bili u skladu sa socijalnom teorijom kompenzacije. Pokazalo se kako su među ostalima, ekstraverzija i ugodnost negativni prediktori kompenzacijskog korištenja Facebooka (Bodroža i Jovanović, 2016). Dakle, osobe koje pokazuju bolju socijalnu prilagođenost u manjoj mjeri koristit će Facebook kao sredstvo nadoknade. Takvi pojedinci će prema teoriji „Bogati postaju bogatiji“ koristiti Facebook kao produžetak svog, već postojećeg, socijalnog života, a ne kao sredstvo nadoknade. Neuroticizam se, očekivano i u ovom istraživanju pokazao značajnim pozitivnim prediktorom kompenzacijskog korištenja Facebooka te zajedno sa ekstraverzijom i ugodnosti objašnjava 11% varijance kriterija. Rezultati za neuroticizam u skladu su s teorijom o niskoj socijalnoj prilagođenosti mladih „Siromašni postaju bogatiji“, koji na Facebooku kompenziraju nedostatke iz stvarnog svijeta te koriste Facebook kao izvor socijalizacije. Kada je u obradu uključena varijabla samokontrole koja nije pokazala značajnost, neuroticizam je također postao neznačajan. Samokontrola ne djeluje samostalno na varijablu neuroticizam nego je pod utjecajem drugih faktora. Moguće je kako neka treća varijabla ima utjecaj na ovakve rezultate.

Osim ovih varijabli, statistički značajnom pokazale se još i varijable učestalost korištenja Facebooka na dnevnoj razini i dob ispitanika. Pojedinci koji više sati dnevno provode na Facebooku u većoj mjeri koriste Facebook kao sredstvo nadoknade osobnih nesigurnosti i osjećaja neadekvatnosti. Ovakvi rezultati također su u skladu s kompenzacijskom teorijom o niskoj socijalnoj prilagođenosti „Siromašni postaju bogatiji“. Ova teorija objašnjava kako osobe koje imaju poteškoće i nesigurnosti u komunikaciji s drugima prekomjerno provode vrijeme na internetu kako bi ublažili simptome koje izazivaju negativni osjećaji u stvarnom životu i na taj način se nadoknađuju problemi u stvarnom životu (Valkenburg i sur., 2005). Kubey i Csikszentmihalyi (1990; prema Kardefelt-Winther, 2014) predložili su sličnu ideju o kompenzacijskom korištenju masovnih medija. Utvrdili su kako ljudi više vremena provode gledajući televizijske programe kada su bili u disfornim stanjima. Bessière i suradnici (2004; prema Kardefelt-Winther, 2014) navode da se ova logika odnosi i na internet. Kada se nađu u negativnom raspoloženju pojedinci koriste online sadržaje i zabavu kako oblik samopomoći. Ova navika katkada može dovesti do simptoma

sličnih ovisnosti zbog količine kompenzacije i vremena provedenog na društvenim mrežama i internetu (Kardefelt-Winther, 2014).

Dob se u prvom koraku hijerarhijske regresijske analize pokazala značajnim negativnim prediktorom kompenzacijskog korištenja Facebooka. Što govori da mlađe osobe u većoj mjeri koriste Facebook kako bi nadoknadili osobne nedostatke i manjak socijalne podrške iz stvarnog svijeta. S obzirom da su mlade osobe u razdoblju “Bure i stresa”, u nedostatku socijalne podrške iz okoline, okreću se pronalasku podrške u online svijetu. U nedavnom istraživanju objašnjeno je kako mladi doživljavaju emocionalne fluktuacije i krize te se u svojoj potrazi za intimnosti i identitetom mogu okrenuti sličnim vršnjacima koje mogu lako pronaći na online društvenim mrežama (Michikyan, Subrahmanyam i Dennis, 2015). Moguće objašnjenje stoji i u tome da povećanjem dobi osobe imaju stabilnije izvore socijalne podrške. Tako mogu imati stabilnije romantične veze, prijatelje, obitelj te nemaju potrebu kompenzirati nedostatke iz stvarnog života na Facebooku. U istraživanjima, odnos dobi i korištenja Facebooka prilično je dosljedan. U jednom od istraživanja pokazalo se kako mlađe osobe koriste Facebook u većoj mjeri nego starije. Uzrok tome može biti i što mlađe osobe imaju i više vremena za ovakve aktivnosti. Povećanjem dobi, osobe imaju više obaveza u danu i koriste Facebook kako bi komunicirali s manjim brojem ljudi (McAndrew i Jeong, 2012). U drugom koraku hijerarhijske regresijske analize, dodavanjem varijabli koje čine osobine ličnosti varijabla dob gubi značajnost. Temeljem interkorelacijske tablice može se zaključiti kako su osobine ličnosti koje djeluju kao medijatori savjesnost, ugodnost i neuroticizam, dakle u medijacijskom odnosu postoje tri djelomična medijatora. Ove tri crte ličnosti povezuju druge dvije varijable. Ovakvi rezultati nisu iznenađujući s obzirom da se viša razina ugodnosti i savjesnosti te niža razina neuroticizma definira se s porastom dobi. Dob samostalno ne predviđa kompenzacijsko korištenje Facebooka, nego to čine samo oni aspekti dobi koji su na neki način povezani s emocionalnom stabilnošću, organiziranošću i socijalnom osjetljivošću. Osobine ličnosti koje ukazuju na slabije socijalnu prilagođenost, dakle niska razina savjesnosti i ugodnosti te visoka razina neuroticizma, karakteristične su za mlađe osobe. Ovakvi rezultati logični su ukoliko u obzir uzmemo Eriksonovu teoriju o psihosocijalnom razvoju čovjeka i dob ispitanika u ovom istraživanju. Prema ovoj teoriji mladi u razdoblju od 18 do 26 godina prolaze čak tri faze, a to su identitet, intimnost i produktivnost (Erikson, 2008). Ove tri faze ključne su i za stabilnost osobina ličnosti koje, iako su relativno stabilne tijekom života, nailaze na skokove i padove tijekom ovih razdoblja. Kada gledamo odnos dobi i značajnih osobina ličnosti, u interkorelacijskoj tablici može se vidjeti kako je dob negativno povezana s neuroticizmom, dok je pozitivno povezana sa

savjesnošću i ugodnošću. Ovi rezultati pokazuju kako su mlađe osobe više neurotične, dok se za savjesnost i ugodnost pokazalo da s porastom dobi i ove dvije osobine ličnosti pokazuju porast. Ovakvi rezultati logični su s obzirom da u ranoj odrasloj dobi i srednjoj odrasloj dobi, nakon faze identiteta, mladi trebaju ispuniti dva važna životna zadatka: raditi na vlastitoj karijeri i formirati zadovoljavajuće romantične i socijalne bliske odnose. U istraživanju Roberts i Woods (2006) pokazalo se kako mladima viša razina savjesnosti i ugodnosti može olakšati izvedbu ovih ciljeva (Roberts i Wood, 2006; prema Soto i Gosling, 2011). Razine savjesnosti i ugodnosti pokazuju pozitivan porast iz mlade odrasle dobi prema srednjoj odrasloj dobi. Dok se najveći „skok“ u porastu ovih osobina ličnosti događa upravo na prijelazu iz adolescencije u mladu odraslu dob. Naime, mladi u toj dobi preuzimaju veće odgovornosti i rade na ispunjavanju svojih ciljeva (Soto i Gosling, 2011). Za neuroticizam postoje različiti dobni trendovi kod žena i muškaraca. Kod žena se pokazalo kako je neuroticizam viši u adolescenciji te pokazuje pad u prelasku iz mlade odrasle dobi u srednju dob. Neuroticizam kod muškaraca u ovoj dobi pokazao se samo blago povišenim. Ovakvi rezultati jasni su s obzirom da se djevojke u adolescenciji suočavaju s negativnim očekivanjima i stereotipima u vezi spolnih razlika (Wichstrøm, 1999; prema Soto i Gosling, 2011), više ih brine slika o vlastitom tijelu i doživljavaju više negativnih samopercepcija nego dječaci (Stice i sur, 2000; prema Soto i Gosling, 2011). Sukladno ranijim istraživanjima, i u ovom istraživanju pokazalo se kako su žene više neurotične od muškaraca. Uzorak čine mlade osobe u dobi od 18 do 26 godina, a 74.6% uzorka čine ženske ispitanice, stoga ovakvi rezultati za neuroticizam nisu iznenađujući. Velik dio uzorka čine ženske osobe koje se nalaze upravo u prijelaznom razdoblju između adolescencije i mlade odrasle dobi, stoga ovako izražen neuroticizam može biti očekivan.

Svi navedeni podaci idu u prilog rezultatima koji su pokazali kako se povezanost između dobi i kompenzacijskog korištenja Facebooka odvija preko savjesnosti, ugodnosti i neuroticizma.

Varijabla veličina naselja pokazala se značajnim negativnim prediktorom Kompenzacijskog korištenja Facebooka u drugom koraku hijerarhijske regresijske analize, nakon dodavanja varijabli koje čine crte ličnosti. I ovdje tablica interkorelacija upućuje na supresijski efekt. Ubacivanjem supresorskih varijabli, osobina ličnosti, u model dolazi do osnaživanja veze između prediktora Veličina naselja i kriterija Kompenzacijskog korištenja Facebooka. S obzirom na supresijski efekt i u ovom slučaju nije opravdano zaključiti kako osobe koje žive u manjim naseljima, u većoj mjeri koriste Facebook kao kompenzaciju i sredstvo nadoknade za nedostatak socijalne podrške u stvarnom životu.

Pri testiranju hipoteze koja se odnosi na ovisnost o Facebooku, u drugom koraku regresijske analize u skladu s očekivanjima pokazao se nalaz kako je neuroticizam značajan pozitivan prediktor ovisnosti o Facebooku, dok se savjesnost, očekivano, pokazala kao značajan negativan prediktor ovisnosti o Facebooku. Savjesnost je i u prethodnom istraživanju pokazala negativnu povezanost s ovisnosti o Facebooku, video igricama i ovisnosti o internetu te se može zaključiti kako crte ličnosti samo dijelom mogu objasniti ovisnost o Facebooku (Andreassen i sur., 2013). Druga studija koja je ispitala odnos osobina ličnosti i ovisnosti o Facebooku pokazala je pozitivnu povezanost ovisnosti o Facebooku s neuroticizmom, a negativnu povezanost sa savjesnošću. Rezultati istraživanja prilično su dosljedni u ispitivanjima povezanosti između neuroticizma i ovisnosti o Facebooku, gdje rezultati najčešće pokazuju pozitivnu povezanost između ova dva konstrukta (Andreassen i sur., 2012). Kada se u analizu dodan utjecaj samokontrole, savjesnost i neuroticizam prestali su biti značajnim prediktorima ovisnosti o Facebooku te je utvrđeno kako je došlo do medijacijskog efekta. Iako neočekivan rezultat, na drugi pogled i nije toliko nelogičan. Samokontrola je pojam koji uistinu povezuje tri druge varijable. Visoka savjesnost sama po sebi pretpostavlja visoku razinu samokontrole pri organizaciji i dosljednosti u provođenju planova, osobe s izraženim neuroticizmom karakterizira emocionalna nestabilnost što se može povezati i s nedostatkom samokontrole u području emocija i nošenja sa životnim problemima i izazovima, a ovisnost sama po sebi također pretpostavlja gubitak kontrole osobe, odnosno potreba za nečim jača je od samokontrole osobe da se konzumaciji onoga o čemu je ovisan odupre. Samim time pokazuje se kako sklonost ovisnosti ne predviđaju svi aspekti crta ličnosti neuroticizma i savjesnosti, već samo oni koji su na neki način povezani sa sposobnošću samokontrole osobe. U nedavnom istraživanju pokazalo se kako je niska razina samokontrole dobar pozitivan prediktor ovisnosti o Facebooku. Ovi rezultati sugeriraju da osobe koje nemaju dovoljno samokontrole imaju problema s funkcionalnom upotrebom Facebooka (Błachnio i Przepiorka, 2015). U svom istraživanju O'Gorman i Baxter (2002) ispitali su vezu upravo između ova dva konstrukta. Pri ispitivanju samokontrole koristili su Bursik i Arneklevovu skalu samokontrole (1993) u kojoj viši rezultat označava nižu razinu samokontrole. Povezanost ova dva konstrukta bila je zadovoljavajuća ( $r = -.06$ ,  $p < .05$ ). Pokazalo se kako je odnos savjesnosti i samokontrole vrlo se specifičan te su ta dva konstrukta usko povezana. Iako nije jedini, samokontrola čini velik dio konstrukta savjesnosti (O'Gorman i Baxter, 2002). Slične rezultate pokazalo je ovo istraživanje gdje se povezanost između varijabli Savjesnost i Samokontrola pokazala najvišom među ostalim uključenim varijablama. U istraživanju u kojem se proučavala uloga

samokontrole na pet osobina ličnosti, pokazalo se kako je savjesnost visoko povezana s općom razinom svijesti i samokontrolom. I ovi podaci upućuju na konceptualnu i instrumentalnu blizinu ova dva pojma. Kod osoba s visokom razinom neuroticizma, s druge strane, samokontrola može zadržavati funkcionalnu zrelost kod planiranja aktivnosti. Tako se pokazalo kako samokontrola ima regulacijsku ulogu i na neuroticizam (Morosanova, 2013). Rezultati nedavnog istraživanja koje je proveo Dreves (2017) idu u prilog rezultatima ovog i ranijih istraživanja prema kojima neuroticizam pokazuje negativnu povezanost sa samokontrolom ( $r=-.27$ ,  $p<.05$ ; Dreves, 2017). Svi ovi podaci upućuju na nedvojbenu povezanost konstrukata samokontrole, savjesnosti, neuroticizma i ovisnosti u digitalnom okruženju.

Učestalost korištenja društvenih mreža na dnevnoj razini još je jedan konstrukt koji se pokazao značajnim i upućuje na ovisnost o Facebooku. Dakle što više vremena mlade osobe provedu na društvenim mrežama, postoji veća mogućnost da će biti ovisni o Facebooku. Ovakvi podaci logični su, međutim, teško je na temelju vremena provedenog na Facebooku odrediti da li je netko ovisan o Facebooku. Isto tako nema jasnih odrednica koliko vremena na Facebooku se smatra prekomjernim. Istraživanje Thompsona i Lougheeda (2012) pokazalo je kako je prosječno vrijeme provedeno na Facebooku u 2012. godini bilo jedan sat dnevno za mlade osobe (Thompson i Lougheeda, 2012). Nekoliko godina kasnije u sličnom istraživanju pokazalo se kako studenti koji više vremena na provode pretražujući novosti (vijesti), dopisujući se preko aplikacije chat i koristeći aplikacije poput online igara na Facebooku pokazuju veću tendenciju ka ovisnosti o društvenoj mreži Facebook. Sudionici u tom istraživanju prosječno u danu provedu 4,5 h na Facebooku (Hong i sur., 2014). Tang i suradnici (2016) u svom istraživanju, u kojem su nastojali objasniti razloge ovisnosti o Facebooku, pokazali su kako 10% ljudi provodi na Facebooku čak 8 sati dnevno (Tang i sur., 2016). Rezultati našeg istraživanja pokazuju da 5,8% ispitanika na Facebooku provede manje od jednog sata dnevno, 18% ispitanika provede od 1 do 2 sata dnevno, 37,4% ispitanika izjavilo je da na Facebooku dnevno provede od 2 do 4 sata, a 23,5% ispitanika provede 4 do 6 sati dnevno. Čak 15,3% ispitanika izjavilo je kako u danu provede 6 i više sati obavljajući aktivnosti na Facebooku. Jedan od uzroka porasta vremena provedenog na Facebooku zasigurno je dostupnost aplikacije i širok spektar usluga koje nudi Facebook aplikacija. U svom istraživanju Bayer i suradnici (2018) objasnili su kolika je važnost mobilnih uređaja kod korištenja Facebooka. Aplikacija Facebook postala je mnogo dostupnija putem mobilnih uređaja te je besplatna. Mladima je dostupna u svakom trenutku što im omogućuje pristup Facebooku u bilo koje doba dana. Današnja Facebook aplikacija, osim toga, nudi širok

spektar mogućnosti i usluga na društvenoj mreži Facebook koje mladi koriste u različite svrhe (Bayer i sur., 2018). U prilog tome idu i statistički podaci za 2018. godinu prema kojima Facebook profil posjeduje više od 1.47 milijardu aktivnih korisnika koji Facebook posjećuju na dnevnoj razini te 2.23 milijardi korisnika na mjesečnoj razini, od toga 1.15 milijardi korisnika Facebooku pristupa putem mobilnih uređaja (Facebook Stats, 2018).

### **Ograničenja, koristi istraživanja i implikacije za buduća istraživanja**

Iako rezultati ovog istraživanja upućuju na zanimljive spoznaje, postoje određeni nedostaci koje treba spomenuti. S obzirom da su se gledali rezultati značajni na razini 5% potrebno je naglasiti kako je time povećana vjerojatnost pogreške tipa II. Što je niže postavljena razina statističke značajnosti, to je manja vjerojatnost pogreške tipa I, odnosno manja je vjerojatnost odbacivanja hipoteze koja je istinita. Pogreška tipa II nastaje kada greškom prihvaćamo hipotezu, koja je zapravo pogrešna. U tom slučaju pogrešno prihvaćamo da između mjerenih varijabli nema značajne razlike, iako razlika zapravo postoji. Još jedan od nedostataka ovog istraživanja proizlazi iz nereprezentativnosti uzorka ispitanika u istraživanju. Sudionici su prikupljeni metodom snježne grude što može homogenizirati uzorak. Sljedeći nedostatak odnosi se na odgovore ispitanika, naime odgovori ispitanika su njihove samoprocjene što smanjuje objektivnost odgovora. Ovaj efekt mogao bi se otkloniti ukoliko bi se uz samoprocjene osoba mogle uključiti i procjene bliskih osoba kako bi se postigla veća objektivnost. Osim toga sudionici bi mogli bi se voditi svakodnevnu evidenciju o aktivnostima na Facebooku (vrijeme provedeno na Facebooku, aktivnosti na Facebooku i dr.). Kao dodatno ograničenje nameće se i davanje socijalno poželjnih odgovora jer bi se sudionici željeli prikazati u povoljnijem svjetlu kako bi izbjegli potencijalne negativne osjećaje. Osim toga, ispitanici su procjenjivali koliko vremena dnevno provedu na društvenim mrežama što se odnosilo na grube procjene jer ne postoje kvantitativni pokazatelji vremena provedenog na društvenim mrežama. Korisno bi bilo pratiti u dnevniku aktivnosti na Facebooku, koliko je vremena u danu provedeno na Facebooku. Kako bi se utvrdilo dolazi li do promjene u navedenim konstruktima longitudinalno bi se mogle pratiti promjene u učincima kod onih ispitanika koji postižu visoke ili niske rezultate na nekoj od osobina.

U budućim istraživanjima trebalo bi paziti da uzorak ispitanika bude reprezentativniji. Osim toga, u budućim istraživanjima bilo bi korisno uključiti više muških ispitanika. Naime, muškarci su, kao u stvarnom svijetu, i u online okruženju usmjereniji na aktivnosti prilikom druženja. Bryce i Rutter (2002; prema Greenberg, 2010) tvrde da se muškarci češće nalaze u

online socijalnim okruženjima u kojima se igraju online igre. Stoga muškarci znatno češće od žena sudjeluju u online igrama te kroz te aktivnosti ostvaruju socijalizaciju (Greenberg i sur., 2010). Korisno bi bilo ispitati sudjeluju li žene zaista više u društvenim mrežama poput Facebooka gdje ostvaruju socijalizaciju te sudjeluju li muškarci više u online igrama kroz koje ostvaruju socijalizaciju. U budućim istraživanjima bilo bi korisno uključiti i osobinu narcizam u istraživanja o ponašanju na Facebooku s obzirom da je narcizam u nekim istraživanjima pokazao utjecaj na ponašanja na Facebooku (Hart i sur., 2017). Istraživanja su također pokazala kako je narcizam u porastu na online društvenim mrežama (Ong i sur., 2011) te bi također bilo korisno ispitati da je li to tako i na uzorku mladih u Republici Hrvatskoj.

Koristi istraživanja uključuju dobivanje novih spoznaja o učinku osobina ličnosti i samokontrole na ponašanje mladih na društvenoj mreži Facebook. Rezultati ovog istraživanja mogu pomoći stručnjacima u razvijanju preventivskih programa te pravodobnom prepoznavanju štetnih i rizičnih ponašanja mladih osoba na društvenoj mreži Facebook. Rezultati ovog istraživanja pokazali su kako osobine ličnosti i samokontrola imaju značajan utjecaj na različite aspekte ponašanja na Facebooku. Prema tome, buduće intervencije trebale bi se usmjeriti na edukaciju mladih o korištenju društvenih mreža i efektima ponašanja. Osim toga, važno bi bilo intervencije usmjeriti na količinu vremena koje mladi provedu na društvenoj mreži Facebook s obzirom da se upravo količina vremena pokazala konstruktom koji je značajan pozitivan prediktor ponašanja koja odražavaju socijalnu neprilagođenost, osjećaje nesigurnosti, zabrinutosti vezane uz samoprezentaciju na Facebooku, kompenzacijsko korištenje te ovisnost o Facebooku. Intervencije bi trebale biti usmjerene na smanjenje vremena koje mladi provedu na Facebooku na dnevnoj razini te ukoliko nije moguće utjecati na vrijeme, raditi na tehnikama samokontrole i komunikacijskim tehnikama koje mogu djelovati kao ublažavajući faktor mladima koji koriste društvenu mrežu Facebook kako bi nadoknadili nedostatak socijalnih interakcija u stvarnom svijetu i kao nadoknadu za vlastite zabrinutosti i osjećaj nesigurnosti.

## **Zaključak**

Cilj rada bio je ispitati odnos između ponašanja na društvenoj mreži Facebook, samokontrole i osobina ličnosti kod mladih u Republici Hrvatskoj. Rezultati hijerarhijskih analiza nisu potvrdili ili su djelomično potvrdili postavljane hipoteze. Naime zbog niske pouzdanosti, prva hipoteza kojom se pretpostavilo da će savjesnost, ugodnost, otvorenost prema iskustvu i samokontrola biti će značajni pozitivni prediktori realističnog virtualnog selfa, nije ispitana. Druga hipoteza kojom se pretpostavilo kako će ekstraverzija i samokontrola biti će značajni pozitivni prediktori viših rezultata na subskali samoprezentacije na Facebooku, pokazala je suprotan učinak, tj. samokontrola se pokazala značajnim negativnim prediktorom rezultata na subskali samoprezentacije na Facebooku. Konačno, u trećoj hipotezi pretpostavljeno je kako će značajan pozitivan prediktor ovisnosti o Facebooku i kompenzacijskog korištenja Facebooka biti neuroticizam, dok će negativni prediktori biti savjesnost, ugodnost, ekstraverzija i samokontrola. Ova hipoteza djelomično je potvrđena, naime ekstraverzija i ugodnost, očekivano, su se pokazali značajnim negativnim prediktorima kompenzacijskog korištenja Facebooka, a samokontrola je pokazala medijacijsku ulogu u utjecaju savjesnosti i neuroticizma na ovisnost o Facebooku.



## Literatura

- American Psychiatric Association (2017). American Psychiatric Association. Preuzeto 4.8.2018 s <https://www.psychiatry.org/patients-families/addiction/what-is-addiction>
- Amichai-Hamburger, Y. i Vinitzky, G. (2010). Social network use and personality. *Computers in Human Behavior*, 26, 1289-1295.
- Andreassen, C.S, Griffiths, M.D., Gjertsen, S.R., Krossbakken, E., Kvam, S. i Pallesen, S. (2013). The Relationships Between Behavioral Addictions and the Five-factor Model of Personality. *Journal of Behavioral Addictions*, 2(2), 90-99.
- Andreassen, C. S., Torsheim, T., Brunborg, G. S. i Pallesen, S. (2012). Development of a Facebook addiction scale. *Psychological Reports*, 110, 501–517.
- Aydin, S. (2012). A review of research on Facebook as an educational environment. *Educational Technology Research and Development*, 60(6), 1093-1106.
- Back, M.B., Stopfer, J.M., Vazire, S., Gaddis, S., Schmukle, S. C., Egloff, B. i Gosling S. D. (2010). Facebook Profiles Reflect Actual Personality, Not Self-Idealization. *Psychological Science*, 21(3), 372-374.
- Barać, J. (2011). Povezanost nekih značajki ličnosti i akademskog uspjeha kod srednjoškolaca i studenata. *Odsjek za psihologiju Filozofskog fakulteta u Mostaru*.
- Baresch, B., Knight, L., Harp, D. i Yaschur, C. (2011). Friends Who Choose Your News: An analysis of content links on Facebook. *Presentation at the International Symposium on Online Journalism, Austin, Texas*.
- Baron, R. M. i Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1173-1182.
- Bayer, J.B., Ellison, N., Schoenebeck, S., Brady, E. i Falk, E.B. (2018). Facebook in context(s): Measuring emotional responses across time and space. *New Media and Society*, 6, 1-21.
- Błachnio, A. i Przepiorka, A. (2015). Dysfunction of Self-Regulation and Self-Control in Facebook Addiction. *Psychiatr Quarterly*, 87, 493-500.

- Bogg, T., i Roberts, B.W. (2013). The case for conscientiousness: Evidence and implications for a personality trait marker of health and longevity. *Annals of Behavioral Medicine*, 45(3), 278-288.
- Bodroža, B. i Jovanović, T. (2016). Validation of The New Scale for Measuring Behaviors of Facebook Users: Psycho-Social Aspects of Facebook Use (PSAFU), *Computers in Human Behavior*, 54, 425-435.
- Boyd, D. M. i Ellison, N. B. (2008.). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 13, 210–230.
- Boyd, D. M. (2006). Friends, Friendsters, and MySpace Top 8: Writing community into being on social network sites. *First Monday*, 11(12), 7-10.
- Buffardi, E.L. i Campbell, W.K. (2008). Narcissism and social networking web sites. *Personality & Social Psychology Bulletin*, 34(13), 3–14.
- Cassidy, J. (2006.). Me media: How hanging out on the Internet became big business, *The New Yorker*, 82(13), 50-59.
- Chamorro-Premuzic, T. i Furnham, A. (2003). Personality traits and academic examination performance. *European Journal of Personality*, 17, 237-250.
- Chappell, D., Eatough, V., Davies, M. N. O. i Griffiths, M. D. (2006). EverQuest - It's Just a Computer Game Right? An Interpretative Phenomenological Analysis of Online Gaming Addiction. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 4, 205-216.
- Christakis, N.A., i Fowler, J.H. (2009). *Povezani*. Zagreb: Algoritam.
- Conger, A. (1974). A Revised Definition for Suppressor Variables: a Guide To Their Identification and Interpretation. *Educational and Psychological Measurement*, 34, 35-46.
- Dreves, P. A. (2017). Neuroticism and Ego Depletion Patterns. *Electronic Theses and Dissertations of East Tennessee State University*, 1-71.
- Erikson, E.H. (2008). *Identitet i životni ciklus*. Beograd: Zavod za udžbenike.
- Facebook Statistics (2018). Zephoria Digital Marketing. Preuzeto 11.7.2018. s <https://zephoria.com/top-15-valuable-facebook-statistics/>

- Facebook Stats (2018). Facebook Newsroom. Preuzeto 25.6.2018. s  
<https://newsroom.fb.com/company-info/>
- Facebook Usage Statistics (2018). World Stream. Preuzeto 2.7.2018. s  
<https://www.wordstream.com/blog/ws/2017/11/07/facebook-statistics>
- Friedman, L. i Wall, M. (2005). Graphical views of suppression and multicollinearity in multiple linear regression. *The American Statistician*, 59(2), 127-136.
- Field, A. P. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS Statistics (4th Edition)*. London: Sage publications.
- Frison, E. i Eggermont, S. (2016). Exploring the Relationships Between Different Types of Facebook Use, Perceived Online Social Support, and Adolescents' Depressed Mood. *SAGE Journals*, 34(2), 1-19.
- Fullwood, C., James, B.M. i Chen-Wilson, J. (2016). Self-Concept Clarity and Online Self-Presentation in Adolescents. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(12), 716-720.
- Gosling, S.D., Augustine, A.A., Vazire, S., Holtzman, N. i Gaddis, S. (2011). Manifestations of Personality in Online Social Networks: Self-Reported Facebook-Related Behaviors and Observable Profile Information. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 14(9), 483-488.
- Greenberg, B.S., Sherry, J., Lachlan, K., Lucas, K. i Holmstrom, A. (2010). Orientations to Video Games Among Gender and Age Groups. *Simulation & Gaming* 41(2), 238–259.
- Hagger, M.S., Wood, C., Stiff, C. i Chatzisarantis, N.L. (2010). Ego Depletion and the Strength Model of Self-Control: A Meta-Analysis. *Psychological Bulletin*, 136, 495-525.
- Hallgren, K.A. (2012). Computing Inter-Rater Reliability for Observational Data: An Overview and Tutorial, *Tutor Quant Methods Psychology*, 8(1), 23-34.
- Hart, W., Richardson, K., Tortoriello, G. i Tullett, A. (2017). Strategically out of control: A self-presentational conceptualization of narcissism and low self-control. *Personality and Individual Differences*, 114, 103–107.

- Hong, F-Y., Huang, D-H., Lin, H-Y. i Chiu, S-L.(2014). Analysis of the psychological traits, Facebook usage, and Facebook addiction model of Taiwanese university students. *Telematics and Informatics*, 31, 597-606.
- John, O.P. i Srivastava, S. (1999). The Big Five Trait Taxonomy: History, Measurement, and Theoretical Perspectives. and Research. Guilford Press, New York, 2, 102-138.
- Johnson, L. C. (1995). *Social Work Practice - A Generalist Approach*. Allyn And Bacon, Boston.
- Kardefelt-Winther, D. (2014). A conceptual and methodological critique of internet addiction research: Towards a model of compensatory internet use. *Computers in Human Behavior*, 31, 351-354.
- Kardum, I. i Smojver, I. (1993). Petofaktorski model strukture ličnosti: Izbor deskriptora u Hrvatskom jeziku. *Godišnjak zavoda za psihologiju*, 2, 91 -100
- Kline, R.B. (2005). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. New York London: The Guilford Press.
- Kušić, S. (2010). Online društvene mreže i društveno umrežavanje kod učenika osnovne škole: Navike Facebook generacije. *Život i škola*, 24(56), 103-125.
- Larsen, R. J. i Buss, D. M. (2008). *Psihologija ličnosti*. Jastrebarsko: Naklada Slap.
- Lee-Won, R.J., Herzog, L. i Parg, S. G. (2015). Hooked on Facebook: The Role of Social Anxiety and Need for Social Assurance in Problematic Use of Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(10), 1-8.
- Marinić, D. i Pučić, T. (2011). Odnos faktora ličnosti i nekih dinamičkih osobina kognitivnog sustava. *Život i škola*, 57, 114.-133.
- McAndrew, F.T. i Jeong, H.S. (2012). Who does what on Facebook? Age, sex, and relationship status as predictors of Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 28, 2359-2365.
- McCreery, M.P.(2011). *Personality, presence, and the virtual self: A five-factor model approach to behavioral analysis within a virtual environment*. UNLV Theses, Dissertations, Professional Papers, and Capstones.

- Michikyan, M. i Suárez-Orozco, C. (2016). Adolescent Media and Social Media Use: Implications for Development. *Journal of Adolescent Research*, 31(4), 411-414.
- Michikyan, M., Subrahmanyam, K., i Dennis, J. (2015). A picture is worth a thousand words: A mixed-methods study of online self-presentation of identities and affective states in a multi-ethnic sample of emerging adults. *Identity*, 15, 287-308.
- Michikyan, M., Subrahmanyam, K. i Dennis, J. (2014). Can you tell who I am? Neuroticism, extraversion, and online self-presentation among young adults. *Computers in Human Behavior*, 33, 179-183.
- Morosanova, V.I. (2013). Self-regulation and Personality. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 86, 452 – 457.
- Muraven, M. i Baumeister, R.F. (2000). Self-regulation and depletion of limited resources: Does self-control resemble a muscle? *Psychological Bulletin*, 126, 247–259.
- Muusses, L.D., Finkenauer, C., Kerkhof, P. i Righetti, F. (2015). Partner effects of compulsive internet use: A self-control account. *Department of Social and Organizational Psychology, University Amsterdam*, 42, 365–386.
- O'Gorman, J. G. i Baxter, E. (2002). Self-control as a personality measure. *Personality and Individual Differences*, 32(3), 533-539.
- Ong, E.Y.L., Ang, R.P., Ho, J.C.M., Lim, J. C. Y., Goh, D. H. i Lee, C. S. (2011). Narcissism, extraversion and adolescents' self-presentation on Facebook. *Personality and Individual Differences*, 50(2), 180-185.
- Rouis, S., Limayem, M. i Salehi-Sangari, E. (2011). Impact of Facebook Usage on Students' Academic Achievement: Role of self-regulation and trust. *Electronic Journal of Research Educational Psychology*, 9(3), 961-994.
- Rutledge, P. (2013). Funeral selfies: Challenging social norms. The Media Psychology Blog. Preuzeto 24.6.2018 s <http://mprcenter.org/blog/2013/12/funeral-selfies-challenging-social-norms/>
- Schlenker, B. R. i Wowra, S. A. (2003). Carryover Effects of Feeling Socially Transparent or Impenetrable on Strategic Self-Presentation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(5), 871-880.

- Shaw, A. M., Timpano, K. R., Tran, T. B. i Joormann, J. (2015). Correlates of Facebook usage patterns: The relationship between passive Facebook use, social anxiety symptoms, and brooding. *Computers in Human Behavior*, 48, 575-580.
- Sloan, L. i Quan-Haase, A. (2017). *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods*, SAGE reference.
- Smrtnik Vitulić, H. i Zupančič, M. (2010). Robust and mid-level personality traits as predictors of adolescents' academic achievement in secondary school. *Suvremena psihologija*, 13(2), 203-219.
- Soto, C.J. i Gosling, S.D (2011). Age Differences in Personality Traits From 10 to 65: Big Five Domains and Facets in a Large Cross-Sectional Sample. *Journal of Personality and Social Psychology*, 100(2), 330-348.
- Sundén, J. (2003). *Material Virtualities*. New York: Peter Lang.
- Širenje Facebooka (2009). Royal Pingdom. Preuzeto 20.6.2018. s <https://royal.pingdom.com/2009/10/29/a-year-by-year-tour-of-how-facebook-has-been-taking-over-the-world/>
- Tang, J-H., Chen, M-C., Yang, H-Y., Chung, T-Y. i Lee, Y-A. (2016). Personality traits, interpersonal relationships, online social support, and Facebook addiction. *Telematics and Informatics*, 33, 102-108.
- Tangney, J.P., Baumeister, R.F. i Boone, A.L. (2004). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. *Journal of Personality*, 72, 271-324.
- Thompson, S.H. i Loughheed, E. (2012). Frazzled by Facebook? An exploratory study of gender differences in social network communication among undergraduate men and women. *College Student Journal*, 46 (1), 88-98.
- Wiederhold, B.K. (2017). Being Authentic on Facebook Has Same Health Benefits as In-Person Authentic Behavior. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 6(20), 344-345.
- Young, K. S. i De Abreu, C. N. (2011). *Internet Addiction: A Handbook and Guide to Evaluation and Treatment*. Hamilton, Castleton, New York.

Zywica, J. i Danowski, J. (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, 1-34.