

Ives Zemljarič

Bojan Musil

**SAMOPREDSTAVLJANJE
NA SPLETNIH
SOCIALNIH OMREŽJIH
IN POVEZAVA Z
DUŠEVNIM ZDRAVJEM**

133-156

ODDELEK ZA PSIHOLOGIJO
FILOZOFSKA FAKULTETA
UNIVERZA V MARIBORU
KOROŠKA CESTA 160
SI-2000 MARIBOR

::POVZETEK

PORAST UPORABE SPLETNIH SOCIALNIH omrežij v zadnjih letih odpira nova raziskovalna vprašanja v kontekstu računalniško posredovane komunikacije. Za področje psihologije je že od nekdaj zanimivo raziskovanje problematične uporabe spleta, ki se v novejšem času premešča v proučevanje problematične uporabe spletnih socialnih omrežij, v katerem so v ospredju morebitne posledice, ki jih ima tovrstna uporaba na duševno zdravje njihovih uporabnikov. Namen pričujočega prispevka je na podlagi sistematičnega pregleda raziskav preučiti (1) potencialni vpliv različnih vidikov uporabe spletnih socialnih omrežij na duševno zdravje njihovih uporabnikov in (2) opredeliti skupino posameznikov, ki so za te vplive najbolj dovzetni. Iz analize lahko povzamemo, da pri samopredstavljanju kot celostnemu vidiku strategij upravljanja z vtisom ostaja, ki ga posameznik naredi na druge. Z vidika samopredstavljanja na spletnih socialnih omrežjih ostaja Popravljen. še vedno nejasno, ali se posamezniki na spletnih socialnih omrežjih predstavljajo večinoma v pristni ali idealizirani obliki, na kar vplivajo dejavniki kot npr. vrsta občinstva in zasebnost na spletnih socialnih omrežjih, različni motivi, stališča in osebnostne lastnosti. Nadalje predstavljajo posamezniki s slabšimi socialnimi spretnostmi ranljivo skupino uporabnikov, ki je najbolj dovzetna za problematično uporabo spletnih socialnih omrežij, kar ima potencialno negativne posledice na njihovo duševno zdravje.

Ključne besede: samopredstavljanje, spletna socialna omrežja, Facebook, psihološko blagostanje, duševno zdravje

ABSTRACT**SELF-PRESENTATION ON SOCIAL NETWORKS AND ITS RELATION TO MENTAL HEALTH**

The increase in social network use in the past couple of years has opened up new research questions in regards to computer-mediated communication. In the field of psychology, problematic Internet use, and, in recent years issues occurring during the use of social network sites, it became of great interest how problematic use might affect the mental health of the users. The purpose of this paper is (based on a systematic review of previous research) to examine (1) the potential impact of various aspects of social network use on the mental health of the users, and (2) to determine the individuals most vulnerable for these impacts. In the forefront of the analysis is self-presentation as the cumulation of impression-forming manage-

ment strategies. From the viewpoint of self-presentation on social networks, it is still unclear whether individuals present themselves in their authentic or idealised form, which is connected to a variety of factors, for example type of audience and privacy on social networks, different motives, attitudes and personality traits. Furthermore, individuals with a lack of social skills are a particularly vulnerable group of users, which are most susceptible to encountering problems while using social network sites, which has potentially negative consequences on their mental health.

Keywords: self-presentation, social networks, Facebook, psychological well-being, mental health

Leta 1995 je Kraut s sodelavci začel z raziskavo HomeNet Project, v kateri so 93 ameriškim gospodinjstvom omogočili spletni dostop in jih opazovali v obdobju naslednjih treh let. Udeleženci predhodno niso imeli izkušenj s spletom, raziskovalci pa so tekom izvajanja raziskave spremljali njihovo duševno zdravje. Na podlagi pridobljenih podatkov so avtorji zaključili, da je prekomerna uporaba spleta pomembno povezana z več znaki, ki kažejo na osamljenost in depresivno simptomatiko (Kraut idr., 2002).

Če je omenjena longitudinalna raziskava ena prvih na področju preučevanja morebitnih negativnih posledic spleta na duševno zdravje, se je raziskovanje v tem dvajsetletnem obdobju premaknilo v prostor spletnih socialnih omrežij, saj so le-ta postala tako vseprisotna, da so bistveno spremenila naravo in obseg socialnih interakcij uporabnikov informacijsko-komunikacijske tehnologije (IKT).

::SPLETNA SOCIALNA OMREŽJA

Računalniško posredovana komunikacija predstavlja skoraj četrtino celotnega časa, ki ga posamezniki preživijo na spletu, pri čemer 83 % uporabnikov poroča o uporabi spletnih socialnih omrežij (Casale, Fioravanti, Flett in Hewitt, 2015). V preteklih letih je uporaba spletnih socialnih omrežij, kot so npr. Facebook, Twitter, LinkedIn itd., dramatično narasla. Facebook danes velja za najbolj popularno spletno socialno omrežje z več kot milijardo registriranih uporabnikov, vsakodnevno pa uporabniki na Facebook-u preživijo več kot 20 minut (Kim in Lee, 2011). Med najbolj številčnimi uporabniki, ki predstavljajo približno 38 % vseh uporabnikov, so mladostniki in mlajši odrasli starosti 18-29 let (»Facebook«, 2013; v Michikyan, Dennis in Subrahmanyam,

2015), uporaba Facebook-a pa naj bi variirala tudi glede na spol, raso, etnično skupino ter tudi glede na stopnjo izobrazbe staršev uporabnika (Nadkarni in Hofmann, 2012). Ženske naj bi v večji meri kot moški uporabljale spletna socialna omrežja z namenom, da bi se primerjale z drugimi uporabniki, medtem ko bi naj moški spletna omrežja v večji meri uporabljali za povezovanje z drugimi uporabniki (Haferkamp, Eimler, Papadakis in Kruck, 2012).

V kontekstu psihološkega raziskovanja socialnih omrežij so raziskovalci v preteklih letih preučevali konstrukte kot npr. identiteto, samospoštovanje in nekatere osebnostne lastnosti (npr. Zhao, Grasmuck in Martin, 2008; Ellison, Heino in Gibbs, 2006; Amichai-Hamburger in Vinitzky, 2010; Buffardi in Campbell, 2008). Amichai-Hamburger in Vinitzky (2010) glede na model velikih pet recimo ugotavljata, da ekstravertnost pozitivno korelira s številom Facebook prijateljev; takšni posamezniki pa poročajo tudi o bolj pogosti uporabi spletnih socialnih omrežij, kar je eden izmed tveganih dejavnikov za razvoj zasvojenosti od spleta (Wilson, Fornasier in White, 2010; v Nadkarni in Hofmann, 2012).

Ob tem je potrebno poudariti, da Facebook uporabnikom omogoča intenzivno interakcijo z drugimi uporabniki, kjer pa je ob samem komuniciranju ali ohranjanju medosebnih stikov pomemben vidik uporabe samopredstavljanje posameznikov (npr. Tandoc, Ferrucci in Duffy, 2015).

::Samopredstavljanje na spletnih socialnih omrežjih

Čeprav se motivacija za uporabo spletnih socialnih omrežij oz. Facebook-a od posameznika do posameznika razlikuje, Facebook ne bi pridobil na svoji popularnosti, če ne bi posameznikom prinašal občutka zadovoljstva ali drugih koristi (Kim in Lee, 2011). Joinson (2008) ugotavlja, da različni motivi za uporabo Facebook-a predvidevajo pogostost njegove uporabe, kar pomeni, da ga posamezniki uporabljajo z namenom zadovoljevanja različnih potreb (Masur, Reinecke, Ziegele in Quiring, 2014). Gre torej za številne motive kot so zabava in prosti čas, »socialna radovednost« (ang. *social curiosity*), pri čemer gre za spremljanje dejavnosti drugih uporabnikov (Brandtzæg idr., 2010; v Błachnio, Przepiorka, Boruch in Bałakier, 2016), druženje in samopredstavljanje (Masur idr., 2014).

V skladu z ugotovitvami drugih avtorjev Nadkarni in Hofmann (2012) predpostavljata dvojni model (ang. *dual-model*) uporabe spletnih socialnih omrežij, pri čemer sta temeljna motiva za njihovo uporabo (1) potreba po pripadnosti (ang. *need to belong*) in (2) potreba po samopredstavljanju (ang. *need for self-presentation*).

Klasična teorija samopredstavljanja opisuje interakcijo med ljudmi kot poskus

nadzorovanja ali upravljanja vtisa, ki ga napravimo na druge posameznike. Goffman (1959) predvideva, da v neposredni komunikaciji podobno kot akterji v gledališki igri na odru pred občinstvom odigravamo in poudarjamo lastne pozitivne vidike z namenom, da bi na druge napravili želeni vtis ter pridobili odobravanje in spoštovanje s strani drugih. Poleg tega je Goffman predvideval, da posamezniki ne težijo le k poudarjanju lastnih pozitivnih aspektov (kar bi lahko opredelili kot pozitivno samopredstavljanje ali samopromocijo), temveč tudi k temu, da se izogibajo neodobravanju ter skušajo drugim znane negativne informacije s pozitivnim vtisom kompenzirati (kar bi lahko opredelili kot zaščitniško samopredstavljanje).

Sodobna tehnologija in porast spletnih socialnih omrežij ima velik vpliv na takšna prizadevanja. Računalniško posredovana komunikacija se od neposredne (ang. *face-to-face*) komunikacije razlikuje v tem, da odstranjuje več subtilnih znakov in tako daje možnost, da posamezniki optimizirajo svoje samopredstavljanje, obenem pa imajo posamezniki na voljo več časa, da sporočila uredijo, skrbno izbirajo fotografije, ali poudarjajo večinoma pozitivne aspekte (npr. Walther, 2007; Ellison idr., 2006; Tidwell in Walther, 2002). Na spletnih socialnih omrežjih uporabniki ustvarjajo virtualno identiteto s tem, ko o sebi razkrivajo razne eksplicitne (npr. starost, spol in zakonski stan), kot tudi implicitne osebne podatke (npr. objava fotografij, razkrivanje preferenc in druge objave), ki odražajo njihovo mišljenje, čustvovanje in vedenje. Na Facebook-u lahko posamezniki poleg objavljanja različne vsebine izražajo samopredstavljanje tudi na način, ko se na lastne ali na objave drugih uporabnikov odzivajo z naslednjimi funkcijami, in sicer z »všeč mi je« (ang. *Like*, ki predvidoma odraža odobravanje vsebine in podporo), »komentar« (ang. *Comment*, ki omogoča odziv na vsebino ter izražanje misli in čustev) in »deliti« (ang. *Share*, ki omogoča, da se objavljeno vsebino preda v skupno rabo s preostalimi uporabniki) (Lee, Ahn in Kim, 2014). Podatki so na Facebook-u predstavljeni javno ali omejeni na število prijateljev določenega uporabnika, ki pa lahko tudi selektivno izbira občinstvo (npr. prijatelji, partner, družina), ki mu bodo omenjene informacije posredovane (Binder, Howes in Sutcliffe, 2009; v Marder, Joinson, Shankar in Houghton, 2016). Ne glede na to, da je na Facebook-u v večji meri prisotno poudarjanje lastnih pozitivnih vidikov (Bareket-Bojmel, Moran in Shahar, 2016), pa nekatere študije kažejo, da v splošnem posamezniki o sebi dajejo vtis, ki je v skladu s tem, kakšni so v resničnem življenju (npr. Back idr., 2010; Wilson, Gosling in Graham, 2012; v Garcia in Sikström, 2014). Ker so ugotovitve navidezno nasprotujoče, je potrebno upoštevati, da na samopredstavljanje vplivajo tudi druge spremenljivke, kot so spol, starost in drugi konstrukti npr. identiteta, samospoštovanje ali osebnostne lastnosti.

«Facebook »jaz«

Tako imenovano lažno samopredstavljanje je fenomen, ki je bil poznan že pred nastopom digitalne ere. Pri lažnem samopredstavljanju gre za to, da posamezniki sebe pogosto predstavljajo na način, ki ni skladen s tem, kakršne so osebe v resnici. Med prvimi avtorji je neskladje med realnim in idealnim jazom opisoval Rogers leta 1959 (Rogers, 1959; v Gil-Or, Levi-Belz in Turel, 2015), pri čemer idealni jaz, za razliko od realnega, predstavlja to, kar si posameznik želi postati kot posledica povratnih informacij, ki jih je oseba prejela v zgodnejših obdobjih razvojnega obdobja. Winnicott (1960) podobno predvideva, da se posameznikov ego lahko razcepi na resnični in lažni jaz, pri čemer je resnični jaz spontan, avtentičen in realen, lažen pa obramben in zaščitniški z namenom, da prekrije resnični jaz (Winnicott, 1960; v Gil-Or idr., 2015). Poleg tega sta Rogers kot tudi Winnicott domnevala, da je nizka stopnja prikazovanja lažnega jaza (redko in nekonsistentno) za posameznika povsem običajna in brez negativnih posledic, medtem ko visoka stopnja prikazovanja lažnega jaza (pogosto in konsistentno) in posledično veliko neskladje med resničnim in lažnim jazom, lahko s seboj prinaša psihološke težave, znižano psihično blagostanje, v končni fazi pa vodi tudi v razvoj raznih psihopatologij (Gil-Or idr., 2015).

Okoliščine spletnih socialnih omrežij posameznike še posebej spodbujajo k lažnemu samopredstavljanju, zato so nekateri avtorji tovrstno samopredstavljanje poimenovali kot »Facebook-jaz« (ang. *Facebook-self*), ki pa ni nujno namerno ali zavestno ravnanje. Omenjena dinamika, ki jo predpostavljata Rogers (1959) ali Winnicott (1960) se tako lahko prestavi tudi v virtualni svet. Resnični jaz je za razliko od lažnega bistveno bolj pristen ter pripomore k temu, da posamezniki ustvarjajo bolj iskrene in dlje časa trajajoče odnose z drugimi uporabniki, ki se nemalokrat prenesejo tudi v resnično življenje (McKenna, Green in Gleason, 2002; v Gil-Or idr., 2015). Za razliko od realnega ali resničnega jaza, se uporabniki poslužujejo strategij lažnega samopredstavljanja z namenom, da se bi približali želeni idealizirani sliki o sebi, kar ima za posledico občutek zadovoljstva in jim prinaša druge ugodnosti (Gil-Or idr., 2015). Poleg tega je lahko vzrok za lažno samopredstavljanje tudi raziskovanje in prevzemanje različnih identitet (Turkle, 1995; v Gil-Or idr., 2015) kot je še posebej značilno za obdobje mladostništva (Michikyan idr., 2015), posledica negativnih izkušenj s samorazkrivanjem na spletnih socialnih omrežjih (Forest in Wood, 2012; v Gil-Or idr., 2015), ali pa so posamezniki preprosto zaskrbljeni glede zasebnosti in varovanja osebnih podatkov zaradi redefinicije zasebnosti na spletnih socialnih omrežjih, ki je v preteklih letih postala ena glavnih skrbi njihovih uporabnikov (npr. Błachnio idr., 2016).

::Samopredstavljanje na spletnih socialnih omrežjih in duševno zdravje

Pred razvojem računalniško posredovane komunikacije so raziskovalci predvidevali, da obseg samopredstavljanja napovedujejo predvsem psihološki konstrukti kot so identiteta, samospoštovanje in depresivna simptomatika (Michikyan idr., 2015). Podobno kot v neposredni komunikaciji sodobnejše študije ugotavljajo, da je samopredstavljanje na Facebook-u povezano z identiteto (Zhao idr., 2008), samospoštovanjem (Ellison idr., 2006; Mehdizadeh, 2010), depresivno simptomatiko (Moreno idr., 2011), obenem pa nekateri avtorji (npr. Casale idr., 2015) predvidevajo, da lahko preferenca za računalniško vodeno komunikacijo vodi v problematično uporabo spleta, kar pa lahko razumemo kot predhodno stopnjo zasvojenosti od spleta.

Med ugotovitvami preteklih študij sta z vidika proučevanja samopredstavljanja na spletnih socialnih omrežjih ter morebitnih posledic na duševno zdravje pomembna predvsem dva faktorja, ki vplivata na intenzivnost uporabe spletnih socialnih omrežjih v namene samopredstavljanja, in sicer (1) socialne spretnosti v neposredni komunikaciji in (2) izraženost narcisizma kot osebne lastnosti.

Peter in Valkenburg (2006) recimo ugotavljata, da socialno anksiozni mladostniki večjo pomembnost pripisujejo računalniško posredovani komunikaciji kot socialno neanksiozni mladostniki (Peter in Valkenburg, 2006) in o sebi razkrivajo več informacij kot v neposredni komunikaciji, pri čemer pa je njihov način samopredstavljanja usmerjen k prikrivanju lastnih pomanjkljivosti, kar je povezano s strahom pred negativnimi povratnimi informacijami (Jain in Sudhir, 2010; v Casale idr., 2015). Pomanjkanje socialnih spretnosti bi lahko bilo hkrati povezano tudi s stopnjo izključenosti posameznika iz socialne skupine. Na podlagi teorije sociometra avtorjev Baumeistra in Learyja, kjer stopnja socialne vključenosti odraža stopnjo samospoštovanja, lahko nadalje sklepamo, da bodo tudi posamezniki z nižjo stopnjo samospoštovanja pogosteje uporabljali računalniško posredovano komunikacijo (Baumeister in Leary, 1995; v Nadkarni in Hofmann, 2012). Na spletnih socialnih omrežjih je posameznikom z nižjim samospoštovanjem omogočena kompenzacija njihovih pomanjkljivih socialnih spretnosti iz resničnega življenja, obenem pa obstaja večja verjetnost, da bodo ti posamezniki predstavljali lažni jaz, saj jim lažno samopredstavljanje prinaša razne koristi, kot je odobravanje s strani drugih in s tem zadovoljevanje potrebe po pripadnosti (Gil-Or idr., 2015). Ne glede na koristi pa je ena od preteklih študij zabeležila tudi negativne posledice, saj samorazkrivanje na spletnih socialnih omrežjih lahko privede do nestrinjanja s strani drugih uporabnikov (Forest in Wood, 2012; v Gil-Or idr., 2015) in posledično negativnih čustev ali celo depresivne simptomatike

pri posameznikih z nižjim samospoštovanjem (npr. Feinstein idr., 2012; v Gil-Or idr., 2015).

Če upoštevamo socialni vidik Facebook-a in njegov vpliv na komunikacijo, pripomore njegova uporaba tudi k zmanjševanju stopnje osamljenosti. Metaanaliza avtorjev Songa in sodelavcev (2014) je pokazala, da posamezniki z višjo stopnjo osamljenosti pogosteje uporabljajo Facebook, kar je v nasprotju s predvidevanji, da Facebook pri uporabnikih povzroča občutek osamljenosti (Song idr., 2014). Posameznikom, ki doživljajo negativne občutke zaradi pomanjkanja medosebnih odnosov, predstavlja Facebook vir emocionalne opore (Morahan-Martin in Schumacher, 2003; v Błachnio idr., 2016), poleg tega pa ima znižanje stopnje osamljenosti pozitivne posledice na njihovo psihično blagostanje (Kraut idr., 2002). Ne glede na omenjeno pa se občutek povezanosti na spletnih socialnih omrežjih razlikuje od povezanosti v resničnem življenju; osebe, ki so Facebook uporabljale v namene druženja, so bile sicer manj osamljene na spletu, ne pa tudi v resničnem življenju (Grieve, Indian, Witteveen, Tolan in Marrington, 2013).

V preteklih letih se je v splošnem uveljavil konsenz, da spletna socialna omrežja predstavljajo idealne okoliščine za doseganje narcisoidnih ciljev. Narcisizem je opredeljen kot grandiozna predstava o sebi, ki vključuje visoko mero samoobčudovanja in občutek lastne večvrednosti, obenem pa tudi obsesijo z uspehom in zahtevo po občudovanju s strani drugih (v Garcia in Sikström, 2014). Za razlago povezave med narcisizmom in vedenjem na spletu je na voljo veliko empiričnih raziskav (npr. v Lee idr., 2014), ki enoznačno ugotavljajo, da narcisoidni posamezniki na spletnih socialnih omrežjih preživijo veliko količino časa in jim pripisujejo visoko pomembnost, saj jim tovrstne spletne platforme omogočajo prikazovanje njihove idealizirane predstave o sebi in to vedenje celo spodbujajo (Wallace in Baumeister, 2002; v Nadkarni in Hofmann, 2012). Buffardi in Campbell (2010) sta ugotovila statistično pomembno povezavo med narcisizmom in uporabo Facebook-a, še posebej pri aktivnostih kot je posodabljanje profila in objavljanje slik, kar lahko razumemo kot elementa samopredstavljanja z namenom samopromocije (Nadkarni in Hofmann, 2012). Osebe z visoko stopnjo narcisizma imajo torej tendenco, da se predstavljajo v idealizirani obliki, kar ima za posledico to, da bodo pogosteje uporabljale spletna socialna omrežja, saj jim ta omogočajo nadzor informacij, ki jih bodo ostalim uporabnikom predstavile, obenem pa imajo na voljo neomejeno količino časa, da se na povratne informacije ustrezno odzovejo.

Ob omenjenih dejavnikih je z vidika preučevanja vpliva samopredstavljanja na duševno zdravje potrebno vključiti tudi avtentičnost (npr. Gil-Or idr., 2015). Avtentičnost odraža stopnjo, do katere posameznik živi lastno življenje v skladu z individualnim jedrom lastne osebnosti in ne na podlagi zunanjih

(socialnih) vplivov. Avtentičnost kot osebnostna lastnost predstavlja pomemben vidik psihičnega blagostanja, pri čemer nizka stopnja izraženosti te lastnosti predvideva negativen vpliv na duševno zdravje ali celo nastop psihopatologije kot je depresivna simptomatika (Harter idr., 1996; v Gil-Or idr., 2015). Osebe so v primeru lažnega samopredstavljanja do sebe manj pristne (Gil-Or idr., 2015), kar pa se pojavlja pogosteje pri posameznikih z nizko stopnjo samospoštovanja (Elliott, 1982; Badanes in Harter, 2007; v Michikyan idr., 2015) in pri posameznikih z višjo stopnjo izraženega narcisizma, ki lažni jaz prikazujejo pogosto in tudi konsistentno (Gil-Or idr., 2015).

::SISTEMATIČNA ANALIZA ZNANSTVENIH PRISPEVKOV

Iz predhodno omenjenega lahko izpeljemo, da je uporaba spletnih socialnih omrežij, natančneje Facebook-a, tako pozitivno kot negativno povezana z duševnim zdravjem posameznikov (npr. Tarafdar idr., 2013; D'Arcy idr., 2014; v Gil-Or idr., 2015). Ena izmed možnih razlag za te razlike je lahko predvsem širok spekter uporabnikov, ki se razlikujejo v pogostosti in načinu uporabe spletnih socialnih omrežij, osebnostnih lastnostih, koristih, ki jih pridobijo ter nenazadnje tudi v stališčih, ki so jih razvili do uporabe spletnih socialnih omrežij.

Nadalje lahko predvidevamo, da bodo predvsem osebe, ki se v resničnem življenju zaradi pomanjkljivih socialnih spretnosti izogibajo socialnim interakcijam, za medij komuniciranja izbrale spletna socialna omrežja, saj jih ta razbremenijo neprijetnih občutkov, obenem pa jih občutek zadovoljstva motivira k prekomerni uporabi spleta, ki lahko potencialno vodi v zasvojenost. V zadnjih nekaj letih se sicer kaže interes za proučevanje narcisizma v okviru spletnih socialnih omrežij, kljub temu pa ga v nadaljnji analizi ne bomo podrobneje obravnavali. Obravnavo narcisizma smo v nadaljevanju izpustili predvsem zaradi manjšega števila v analizo vključenih raziskav, ki bi pojav natančneje proučile. Ker sodobnejše študije opozarjajo na pomen lažnega samopredstavljanja (npr. Gil-Or idr., 2015), lahko tudi nadalje predvidevamo, da se bodo posamezniki na spletnih socialnih omrežjih pogosteje prikazovali v idealizirani obliki (lažni jaz) predvsem zaradi morebitnih pozitivnih posledic, kot je občutek zadovoljstva zaradi odobravanja s strani drugih uporabnikov. Ne glede na občutek zadovoljstva pa obstaja verjetnost, da bo na spletnih socialnih omrežjih prisotna določena skupina posameznikov, npr. osebe s pomanjkanjem socialnih spretnosti (socialno anksiozni posamezniki, posamezniki z nizko stopnjo samospoštovanja, osamljeni posamezniki), ki bodo v večji meri uporabljali spletna socialna omrežja z namenom samopredstavljanja, kar pa bo negativno povezano z njihovim duševnim zdravjem.

Z namenom preverjanja omenjenih predpostavk smo v nadaljevanju izvedli pregledno sistematično analizo znanstvenih prispevkov, dostopnih v mednarodnih znanstvenih podatkovnih zbirkah (PsycINFO in Web of Science). V mesecu maju 2016 smo v omenjenih podatkovnih zbirkah iskali znanstvene prispevke po ključnih besedah self-presentation (samopredstavljanje), impression management (upravljanje vtisov), social network (socialna omrežja), social media (socialni mediji) in Facebook. Primer iskalne zahteve: (self-presentation OR impression management) AND (social network OR social media OR Facebook).

Ob pregledu zbirke PsycINFO smo brez izključitvenih kriterijev pri iskanju dobili 258 zadetkov. Temu so sledili izključitveni kriteriji: source type – academic journals (tip vira informacij – znanstvene revije), language – english (jezik – angleščina), publication date – 2010-2016 (datum objave – od leta 2010 do 2016), full text (dostopnost do celotnega članka).

Ob pregledu zbirke Web of Science smo brez izključitvenih kriterijev pri iskanju dobili 560 zadetkov (članki, ki so v celoti dostopni z oddaljenim dostopom). Temu so sledili izključitveni kriteriji: document type – article (tip dokumenta – članek), language – english (jezik – angleščina), publication year – 2010-2016 (leto objave – od leta 2010 do 2016) in research area – psychology, behavioral sciences, communication (področje raziskovanja – psihologija, vedenjske študije, komunikacija).

V nadaljnji fazi smo preverili presek obeh podatkovnih zbirk (137 člankov) ter podrobneje pregledali naslov, ključne besede in povzetke z namenom, da bi našli prispevke, ki se specifično nanašajo na raziskovanje samopredstavljanja na spletnih socialnih omrežjih in povezav ali posledic, ki ga ima to vedenje na duševno zdravje njihovih uporabnikov. Na koncu smo pridobili 14 empiričnih člankov, za katere menimo, da so za namen pričujoče analize najprimernejši. Ugotovitve teh raziskav se namreč nanašajo na preučevanje morebitnih povezav ali posledic uporabe spletnih socialnih omrežij na duševno zdravje, ki vključujejo različne skupine uporabnikov (socialno anksiozni posamezniki, posamezniki z nizko stopnjo samospoštovanja in osamljeni posamezniki).

Ugotovitve

Bistvene ugotovitve raziskav, ki so bile zajete v poglobljeno analizo, so predstavljene v tabeli 1. V nadaljevanju sledi integracija teh ugotovitev.

Tabela 1: Bistvene ugotovitve analiziranih člankov

	Avtorji	Vzorec			Bistvene ugotovitve
		Število N	Starost M (SD)	Spol (% ženski)	
1.	Bareket-Bojmel, Moran in Shahaar (2016)	156	24,5 (1,66)	77	Med udeleženci študije na spletnih socialnih omrežjih več posameznikov poudarja pozitivne vidike o sebi kot negativne. Poudarjanje negativnih vidikov o sebi je pozitivno povezano s socialno podporo (večje število »like-ov« in komentarjev).
2.	Błachnio, Przepiorka, Boruch in Bałakier (2016)	551	19,86 (3,06)	71	Osamljenost in predstavljanje pozitivnih kot tudi negativnih vidikov o sebi so pozitivno povezani z uporabo Facebook-a (med drugim tudi z zasvojenostjo s Facebook-om). Potreba po zasebnosti je negativno povezana z uporabo Facebook-a do določene stopnje (visoko izražena potreba po zasebnosti lahko odraža visoko stopnjo osamljenosti, pri čemer pa osamljeni posamezniki v večji meri in pogosteje uporabljajo Facebook).
3.	Casale, Fioravanti, Flett in Hewitt (2015)	200	22,25 (2,11)	51	Samopredstavljanje, kjer se posamezniki izogibajo prikazovanju lastnih pomanjkljivosti in situacijam, kjer bi se te lahko razkrile, je pozitivno povezano s problematično uporabo spleta. Samopredstavljanje, kjer se posamezniki izogibajo prikazovanju lastnih pomanjkljivosti in situacijam, kjer bi se te lahko razkrile, je pozitivno povezano s pomembnostjo, ki jo uporabniki pripisujejo uporabi spleta.

4.	Chen in Kim (2013)	898	24	62	Motivi zabave, druženja in samopredstavljanje so pozitivno povezani s problematično uporabo spletnih socialnih omrežij, pri čemer zaskrbljenost glede zasebnosti deluje kot moderatorska spremenljivka in niža jakost pozitivne povezave (razen pri motivu zabave).
5.	Chou in Edge (2012)	425	Ni podatka (dodiplomski študenti)	57	Posamezniki, ki so Facebook uporabljali dlje, so bili mnenja, da so drugi posamezniki bolj zadovoljni in da živijo boljše življenje, kar so dojemali kot nepravično. Uporabniki, ki imajo več prijateljev na Facebook-u, so bili v večji meri tega mnenja.
6.	Gil-Or, Levi-Belz in Turel (2015)	258	27,04 (6,12)	66	V poprečju so udeleženci študije poročali o tem, da se njihov jaz na Facebook-u razlikuje od tega, kakršni so v realnem življenju. Samospoštovanje je pozitivno povezano s količino uporabe Facebook-a. Ambivalentni in izogibalni stil navezanosti sta negativno povezana s samospoštovanjem in avtentičnostjo; nadalje sta samospoštovanje in avtentičnost negativno povezani s pogostostjo lažnega samopredstavljanja.
7.	Gonzales in Hancock (2011)	63	Ni podatka (študenti)	26	Udeleženci, ki so v eksperimentu posodabljali ali si ogledovali svoj Facebook profil, so poročali o višji stopnji samospoštovanja.
8.	Kim in Lee (2011)	391	19,57 (2,88)	72	Število Facebook prijateljev je pozitivno povezano s subjektivnim blagostanjem, vendar pri tem zaznava socialne podpore ni vmesna spremenljivka. Med številom Facebook prijateljev in zaznavo socialne podpore obstaja nelinearna (obrnjena U) povezava. Med pozitivnim samopredstavljanjem in subjektivnim blagostanjem obstaja neposredna pozitivna povezava, medtem ko pri pozitivni povezavi med pristnim samopredstavljanjem in subjektivnim blagostanjem obstaja vmesna spremenljivka (zaznana socialna podpora).

9.	Lee-Won, Herzog in Gwan Park (2015)	243	19,69 (1,12)	72	Socialna anksioznost in potreba po pripadnosti (poddimenziji potreba po socialni vključenosti in druženju) sta pozitivno povezani s problematično uporabo spleta. Pozitivna povezava med socialno anksioznostjo in problematično uporabo spleta je bila močnejša v primeru višje izraženosti potreb po socialni vključenosti in druženju (moderatorska spremenljivka).
10.	Marder, Joinson, Shankar in Houghton (2016)	Študija 1: 28 Študija 2: 80	Študija 1: 20,04 (0,88) Študija 2: 19,94 (2,17)	Študija 1: 57 Študija 2: 0	Posamezniki v primeru verjetnosti, da bodo informacije posredovane spletnim socialnim omrežjem, v neposredni komunikaciji upravljajo vtis (specifično vedenje ali izjave), ki ga bodo naredili na druge z namenom, da se izognejo neželeni predstavi, ki se razlikuje od jaza na Facebook-u.
11.	Masur, Reinecke, Ziegele in Quiring (2014)	581	28,84 (10,76)	67	Vse temeljne psihološke potrebe (avtonomija, kompetentnost, pripadnost) so bile neposredno kot pozitivno povezane z odvisnostjo od spletnih socialnih omrežij. Posredne povezave: Potreba po avtonomiji je pozitivno povezana s potrebo po samopredstavljanju in eskapizmom na SSO. Potreba po kompetentnosti je pozitivno povezana s potrebo po samopredstavljanju in iskanju informacij na SSO. Potreba po pripadnosti je pozitivno povezana s samopredstavljanjem in druženjem na SSO.

12.	Michikyan, Dennis in Subrahmanyam (2015)	261	21,92 (2,76)	75	<p>Udeleženci so v študiji pogosteje poročali o predstavljanju svoje realne podobe (pristno samopredstavljanje) na Facebook-u.</p> <p>Stopnja razvoja identitete in samospoštovanje sta pozitivno povezani s pristnim samopredstavljanjem na Facebook-u.</p> <p>Stopnja razvoja identitete in psihosocialno blagostanje sta negativno povezana z lažnim samopredstavljanjem na Facebook-u.</p> <p>Študija ni pokazala statistično pomembnih razlik pri preverjanju povezanosti med depresijo in samopredstavljanjem na Facebook-u.</p>
13.	Rosen, Whaling, Rab, Carrier in Cheever (2013)	1143	30,74 (12,34)	52	<p>Uporaba Facebooka:</p> <p>Samopredstavljanje na Facebook-u je pozitivno povezano z depresijo, manično depresijo ter narcistično in histrionično osebnostno motnjo.</p> <p>Število Facebook prijateljev je negativno povezano z znižanjem razpoloženjem (distimijo) in shizoidno osebnostno motnjo ter pozitivno povezano z manično depresijo, narcistično in histrionično osebnostno motnjo.</p> <p>Uporaba Facebook-a nasploh je pozitivno povezana z manično depresijo ter narcistično, antisocialno, kompulzivno in histrionično osebnostno motnjo.</p> <p>Opravljanje več del hkrati je pozitivno povezano s simptomi depresije, manične depresije ter narcistično, antisocialno, kompulzivno in paranooidno osebnostno motnjo.</p> <p>Stališča do uporabe tehnologije:</p> <p>Positivna stališča so negativno povezana z razpoložljivskimi motnjami (depresija, distimija in manična depresija) ter antisocialno in paranooidno osebnostno motnjo.</p> <p>Negativna stališča pozitivno povezana z depresijo in manično depresijo.</p> <p>Anksioznost zaradi nezmožnosti dostopanja do Facebook-a:</p> <p>Anksioznost je pozitivno povezana z razpoložljivskimi motnjami (depresija, distimija in manična depresija) ter narcistično, antisocialno in kompulzivno osebnostno motnjo.</p>

14.	Tandoc, Ferruci in Duffy (2015)	736	19 (2,51)	68	<p>Med uporabo Facebook-a in depresivno simptomatiko obstaja posredna povezava. Nadzorovanje aktivnosti drugih uporabnikov na Facebook-u je negativno povezano z depresivno simptomatiko (aktivnosti na Facebook-u kot je objavljanje fotografij ali komunikacija so pozitivno povezane z občutkom zadovoljstva in samospoštovanjem). Uporabniki, ki v večji meri uporabljajo Facebook, pogosteje doživljajo občutek zavisti (obstaja verjetnost, da se pogosteje primerjajo z drugimi uporabniki). Občutek zavisti deluje kot vmesna spremenljivka, ki ustvarja pozitivno povezanost med uporabo Facebook-a in depresivno simptomatiko.</p>
-----	---------------------------------------	-----	-----------	----	--

Rezultati študij nakazujejo na pozitivno povezanost med uporabo Facebook-a in »pozitivnim« oz. lažnim samopredstavljanjem, kjer gre za prikazovanje pozitivnih vidikov o sebi (npr. Bareket-Bojmel idr., 2016; Błachnio idr., 2016; Gil-Or idr., 2015; Marder idr., 2016) ali za izogibanje prikazovanja lastnih pomanjkljivosti (Casale idr., 2015; Marder idr., 2016). V eksperimentu, ki so ga izvedli Marder in sodelavci (2016), tudi ugotavljajo, da v primeru verjetnosti, da bo vsebina (npr. fotografije, izjave) predstavljena virtualno, posamezniki v neposredni komunikaciji upravljajo vtis z namenom, da bi se izognili neželjeni predstavi, ki se razlikuje od jaza, ki ga predstavljajo na Facebook-u. Ti rezultati so v nasprotju z ugotovitvijo avtorjev Michikyan idr. (2015), da posamezniki na Facebook-u predstavljajo več resničnih vidikov in da se pristno samopredstavljanje pojavlja pogosteje kot lažno samopredstavljanje. Poleg tega ugotavljajo, da zlasti mladostniki in mladi odrasli predstavljajo na Facebook-u svoj resnični in lažni jaz hkrati. Nadalje so Błachnio idr. (2016) zabeležili tudi pozitivno povezanost med prikazovanjem negativnih vidikov o sebi in uporabo Facebook-a, pri čemer drugi ugotavljajo, da je predstavljanje negativnih vidikov o sebi (Bareket-Bojmel idr., 2016) ali pristno samopredstavljanje (Kim in Lee, 2011) pozitivno povezano s socialno podporo.

Predstavljanje resničnega ali idealnega oz. lažnega jaza bi naj bilo poleg osnovnih strategij za doseganje ciljev (npr. Baraket-Bojmel idr., 2016) med drugim povezano s stopnjo razvoja identitete in samospoštovanjem, pri čemer sta ti spremenljivki pozitivno povezani s pristnim samopredstavljanjem (Michikyan idr., 2015). Omenjena pozitivna povezanost med samospoštovanjem in pristnim samopredstavljanjem je v skladu z rezultati študije Gil-Or idr. (2015), ki potrjujejo predpostavko, da je samospoštovanje negativno povezano z lažnim samopredstavljanjem (posamezniki z nizkim samospoštovanjem bodo pogosteje predstavljali svoj lažni jaz). Gil-Or in sodelavci (2015) ugotovitev razširijo ter predpostavljajo, da je lažno samopredstavljanje povezano s psihološkimi težavami, ki nastanejo kot posledica ne-varnih stilov navezanosti. Vzročno-posledična zveza ostaja sicer neutemeljena, toda ugotavljajo, da sta ambivalentni in izogibalni stil navezanosti negativno povezana z avtentičnostjo in samospoštovanjem; posamezniki z nižjo stopnjo avtentičnosti in samospoštovanja pa na Facebook-u pogosteje predstavljajo svoj lažni jaz.

V sklopu preučevanja odnosa med samospoštovanjem in samopredstavljanjem na spletnih socialnih omrežjih, raziskovalci ugotavljajo pozitivno povezanost med samospoštovanjem in pogostostjo uporabe Facebook-a (Gil-Or idr., 2015) ter predpostavljajo, da so zlasti posamezniki z nizko stopnjo samospoštovanja nagnjeni k problematični uporabi Facebook-a, saj podobno kot osamljeni in socialno anksiozni posamezniki visoko vrednotijo uporabo spletnih socialnih omrežij (npr. Błachnio idr., 2016; Casale idr., 2015; Chen in

Kim, 2013; Gil-Or idr., 2015). V nasprotju s tem Gonzales in Hancock (2011) na podlagi eksperimenta ugotavljata, da ima selektivno samopredstavljanje na Facebook-u (urejanje informacij na lastnem profilu) posledice v povišani stopnji samospoštovanja.

Ugotovitve nekaterih študij (Lee-Won idr., 2015; Błachnio idr., 2016; Chen in Kim, 2013) kažejo, da so motivi kot so zabava in prosti čas, samopredstavljanje ter socializiranje (npr. potrebi po socialni vključenosti in druženju, Lee-Won idr., 2015) pozitivno povezani s problematično uporabo spletnih socialnih omrežij (in potencialno z razvojem zasvojenosti od spletnih socialnih omrežij), Masur idr. (2014) pa motivacijo za uporabo spletnih socialnih omrežij še razširijo na zadovoljevanje temeljnih psiholoških potreb. Omenjeni avtorji so potrdili, da se potrebe po avtonomiji, kompetentnosti in pripadnosti pozitivno povezujejo med drugim s samopredstavljanjem na spletnih socialnih omrežjih, te pa so bile pozitivno povezane z zasvojenostjo s temi spletnimi platformami. Omenjene potrebe posameznike motivirajo k različnim načinom samopredstavljanja; v primeru nezadovoljene potrebe po avtonomiji lahko posamezniki povsem svobodno izražajo svoj pristni jaz, v primeru nezadovoljene potrebe po kompetentnosti sebe izražajo kot sposobnega posameznika, nezadovoljena potreba po pripadnosti pa posameznike motivira k samopredstavljanju z namenom ustvarjanja socialnega kapitala (Ellison, Steinfeld in Lampe, 2007). Te ugotovitve nakazujejo na paradoksalno naravo uporabe spletnih socialnih omrežij, ki na eni strani omogočajo zadovoljitev temeljnih psiholoških potreb, obenem pa se s tem povečuje tveganje za razvoj zasvojenosti od spletnih socialnih omrežij (Masur idr., 2014).

Nekateri avtorji sicer potrjujejo pozitivno povezanost med samopredstavljanjem, kjer se posamezniki izogibajo prikazovanju lastnih pomanjkljivosti, ter prekomerno oz. kompulzivno uporabo spletnih socialnih omrežij (Casale idr., 2015; Gil-Or idr., 2015), vendar predpostavke, da med samospoštovanjem in problematično uporabo spletnih socialnih omrežij obstaja negativna povezava ali vzročno-posledična zveza, niso preverjali. Błachnio idr. (2016) v svoji študiji potrjujejo pozitivno povezanost med osamljenostjo in uporabo Facebook-a, pri čemer osamljeni posamezniki predstavljajo ranljivo skupino, ki je bolj dovzetna za razvoj zasvojenosti od Facebook-a. Nadalje Lew-Won idr. (2015) ugotavljajo, da med socialno anksioznostjo in problematično uporabo spleta obstaja pozitivna povezanost, pri čemer deluje potreba po pripadnosti (poddimenziji potreba po socialni vključenosti in druženju) kot moderatorska spremenljivka. Socialno anksiozni posamezniki tako pogosteje uporabljajo Facebook kot medij komunikacije v primeru višje izraženosti potreb po socialni vključenosti in druženju. Pri proučevanju problematične uporabe spleta je bilo tudi ugotovljeno, da zaskrbljenost glede zasebnosti deluje kot

moderatorska spremenljivka, ki niža jakost pozitivne povezave med motivi za uporabo spletnih socialnih omrežij in njihovo problematično uporabo (Błachnio idr., 2016; Chen in Kim, 2013). Posamezniki v primeru zaskrbljenosti glede zasebnosti v manjši meri uporabljajo spletna socialna omrežja, obenem pa tem spletnim platformam pripisujejo manjšo pomembnost, kar pa velja le do določene stopnje. Visoko izražena potreba po zasebnosti namreč lahko pri posameznikih odraža visoko stopnjo osamljenosti, ki pa v večji meri in pogosteje uporabljajo Facebook (vendar je potrebno upoštevati, da je bila potrjena le povezanost in ne vzročno-posledična zveza) (Błachnio idr., 2016).

Preučevanje lažnega samopredstavljanja je privedlo tudi do drugih ugotovitev. Tako se pozitivno oz. lažno kot tudi pristno samopredstavljanje pozitivno povezuje s psihičnim blagostanjem uporabnikov Facebook-a, pri čemer gre v ozadju za dva različna mehanizma. V primeru lažnega samopredstavljanja obstaja neposredna pozitivna povezanost zaradi pridobivanja socialnega odobravanja, medtem ko v primeru pozitivne povezave med pristnim samopredstavljanjem in psihičnim blagostanjem obstaja vmesna spremenljivka (zaznana socialna podpora) (Kim in Lee, 2011). Ne glede na to pa lahko opazovanje lažnega jaza drugih posameznikov na Facebook-u privede do zaznave, da so drugi posamezniki bolj zadovoljni in da živijo boljše življenje (Chou in Edge, 2012), kar pa pri posameznikih, ki imajo več Facebook prijateljev in ki uporabljajo Facebook v večji meri, lahko povzroči občutek zavisti kot to predpostavljajo Tandoc idr. (2015) (vendar te predpostavke in povezave niso mogli potrditi). V omenjeni študiji avtorji med drugim ugotavljajo, da med uporabo Facebook-a in depresivno simptomatiko obstaja posredna povezava in da pri tem občutek zavisti deluje kot vmesna spremenljivka. Nadzorovanje aktivnosti drugih uporabnikov na Facebook-u je sicer negativno povezano z depresijo, saj so aktivnosti drugih uporabnikov kot je objavljanje fotografij ali komunikacija (v obliki komentarjev pod objavljenimi vsebinami) pozitivno povezane z občutkom zadovoljstva in samospoštovanjem pri opazovalcih tovrstnih objavljenih vsebin (Kim in Lee, 2011; Gonzales in Hancock, 2011; Tandoc idr., 2015), v primeru pojava občutka zavisti pa nasprotno obstaja pozitivna povezanost med uporabo Facebook-a in depresivno simptomatiko. Podobno Rosen idr. (2013) v proučevanju povezanosti med uporabo spleta in duševnimi motnjami ugotavljajo, da je izmed razpoloženskih motenj depresija poleg manične depresije in distimije pozitivno povezana s samopredstavljanjem na Facebook-u, je pa s samopredstavljanjem na Facebook-u pozitivno povezana tudi narcisistična in histrionična osebnostna motnja. Nadalje so avtorji ugotovili tudi, da se negativna stališča do uporabe tehnologije pozitivno povezujejo z depresijo in manično depresijo, medtem ko so razpoloženske ter tudi nekatere osebnostne motnje (narcisistična, antisocialna in kompulzivna)

pozitivno povezane z občutkom anksioznosti zaradi preprečevanja uporabe Facebooka.

::SKLEPI

Namen pričujoče analize je bil proučiti potencialni vpliv samopredstavljanja na spletnih socialnih omrežjih na duševno zdravje njihovih uporabnikov in v nadaljevanju opredeliti skupino posameznikov, ki so za negativne vplive najbolj dovzetni.

Z vidika samopredstavljanja na spletnih socialnih omrežjih ostaja še vedno nejasno, ali se posamezniki v večji meri predstavljajo v idealizirani oz. lažni podobi. Rezultati študij so nasprotujoči, saj nekateri avtorji ugotavljajo pozitivno povezanost med uporabo Facebook-a in pozitivnim oz. lažnim samopredstavljanjem (Baraket-Bojmel idr., 2016; Błachnio idr., 2016; Gil-Or idr., 2015; Marder idr., 2016), drugi pa ugotavljajo, da posamezniki na Facebook-u predstavljajo več resničnih vidikov in da se pristno samopredstavljanje pojavlja pogosteje kot lažno (Michikyan idr., 2015). Ena izmed možnih razlag za to je lahko ta, da različno »občinstvo« na spletnih socialnih omrežjih (npr. prijatelji, družina in ostali) sicer vpliva na samopredstavljanje npr. na Facebook-u (Zhao idr., 2008), kar bi lahko vodilo posameznike v to, da na Facebook-u predstavljajo svoje idealizirane vidike, vendar lahko uporabniki z različnimi funkcijami regulirajo, katerim posameznikom bodo predstavili določene informacije (Tufekci, 2008; v Michikyan idr., 2015). Tako predvidevamo, da bodo uporabnikom, ki jih posamezniki poznajo tudi osebno in so njihovi prijatelji ali del družine, predstavljali več resničnih vidikov o sebi, kot uporabnikom, ki jih osebno ne poznajo, obenem pa to obrazloži tudi to, da so na Facebook-u lahko hkrati prisotni vidiki resničnega in lažnega jaza (npr. Michikyan idr., 2015).

Predvideli smo, da naj bi pogosto in konsistentno lažno samopredstavljanje na Facebook-u odražalo stopnjo nesprejemanja posameznikov v njihovem resničnem življenju, pri čemer jih odobravanje s strani drugih motivira k pretiranem predstavljanju pozitivnih vidikov o sebi. Študije sicer niso neposredno proučevale povezanosti med pogostim in konsistentnim lažnim samopredstavljanjem na Facebook-u ter duševnim zdravjem, vendar pa Gil-Or idr. (2015) ugotavljajo, da je pogostost lažnega samopredstavljanja negativno povezana s stopnjo avtentičnosti, ta pa glede na prejšnje ugotovitve pozitivno korelira s psihičnim blagostanjem (Wood idr., 2008; v Gil-Or idr., 2015). To bi lahko dopolnili z ugotovitvijo, da resnični jaz za razliko od lažnega pripomore k temu, da posamezniki ustvarjajo bolj iskrene in dlje časa trajajoče odnose z drugimi uporabniki Facebook-a, ki se nemalokrat

prenesejo tudi v resnično življenje (McKenna idr., 2012; v Gil-Or idr., 2015). Iz tega razloga je bilo upravičeno sklepati, da je pogosto in konsistentno lažno samopredstavljanje odraz nizke stopnje avtentičnosti, kar pa je negativno povezano z duševnim zdravjem. Avtorji Gil-Or idr. (2015) kot eno izmed možnih razlag za pozitivno povezanost med pogostostjo lažnega samopredstavljanja in psihološkimi težavami ponudijo teorijo navezanosti, kjer bi naj zgodnji odnosi vplivali na razvoj tipa navezanosti, ki v odrasli dobi v večji meri določa medosebne odnose.

Nadalje lahko na podlagi analize prispevkov sklepamo, da je problematična (kompulzivna ali prekomerna) uporaba spletnih socialnih omrežij negativno povezana z duševnim zdravjem, vendar je pri tem potrebno upoštevati, da na to povezanost vpliva več drugih spremenljivk. Potrebno je upoštevati zlasti pomembnost, ki jo posamezniki pripisujejo uporabi spleta (npr. Casale idr., 2015), saj posamezniki, ki se izogibajo prikazovanju lastnih pomanjkljivosti in situacijam, kjer bi se te lahko razkrile, visoko vrednotijo uporabo računalniško posredovane komunikacije, kar pa je nadalje pozitivno povezano s problematično uporabo spletnih socialnih omrežij. Ker Facebook omogoča zadovoljitev različnih potreb, kot so zabava in prosti čas, druženje in samopredstavljanje ter s tem povzroča občutek zadovoljstva, je možno sklepati, da posamezniki z določenimi osebnostnimi lastnostmi pričnejo prekomerno uporabljati spletna socialna omrežja, kar v končni fazi lahko vodi tudi v zasvojenost. Problematična uporaba spletnih socialnih omrežij pa ima negativne posledice na duševno zdravje tudi iz drugega vidika. Pogostejša in intenzivnejša uporaba Facebook-a je povezana tudi z idealizacijo podobe drugih, ki si jo intenzivni uporabniki ustvarijo (npr. Chou in Edge, 2012). Drugi so tako videni kot bolj zadovoljni, saj večinoma predstavljajo idealizirane podobe o sebi, kar je nadalje lahko povratno povezano (vpliva) na intenzivne uporabnike, da sebe doživljajo slabše (npr. Chou in Edge, 2012; Tandoc idr., 2015; Rosen idr., 2013).

In kaj bi lahko na podlagi naše analize zaključili glede specifičnih skupin posameznikov, ki so še posebej ranljivi glede problematične (kompulzivne ali prekomerne) uporabe spletnih socialnih omrežij?

Na prvem mestu lahko izpostavimo posameznike z izraženo socialno anksioznostjo. Takšni posamezniki so v kontekstu socialnih omrežij usmerjeni k prikrivanju lastnih pomanjkljivosti, kar je povezano s strahom pred negativnimi povratnimi informacijami (npr. Casale idr., 2015), jim pa je na spletnih socialnih omrežjih omogočeno strateško samopredstavljanje, kjer so razbremenjeni negativnih občutkov, ki jih sicer doživljajo v neposredni komunikaciji.

Podobno kot socialno anksiozni posamezniki, tudi posamezniki z nizko stopnjo samospoštovanja in osamljeni posamezniki visoko vrednotijo uporabo

računalniško posredovane komunikacije (npr. Błachnio idr., 2016; Casale idr., 2015; Chen in Kim, 2013; Gil-Or idr., 2015).

Posamezniki z nizko stopnjo samospoštovanja imajo predvidoma slabše socialne spretnosti in s tem nezadovoljeno potrebo po pripadnosti. Takšne posameznike lahko torej v uporabo spletnih socialnih omrežij vodi potreba po pripadnosti, kar se sklada z ugotovitvijo študije avtorjev Masur idr. (2014), ki pa poleg tega ugotavljajo tudi pozitivno povezanost med zadovoljevanjem temeljnih psiholoških potreb in zasvojenostjo s Facebook-om. Omenjenemu sklepu sicer nasprotuje ugotovitev avtorjev Gonzales in Hancock (2011), ki sta v eksperimentu ugotovila, da so posamezniki, ki so tekom eksperimenta posodabljali ali si ogledovali svoj Facebook profil, poročali o višji stopnji samospoštovanja.

Izsledki glede osamljenosti niso enoznačni, so pa pri tem pomembni različni motivi same uporabe Facebook-a. Mladostniki, ki so uporabljali Facebook za kompenzacijo socialnih spretnosti, so postali čez čas bolj osamljeni, medtem ko so mladostniki, ki so uporabljali Facebook z namenom, da spoznajo nove prijatelje, poročali o nižji stopnji osamljenosti (npr. Błachnio idr., 2016). Osamljeni posamezniki tako v večji meri uporabljajo spletna socialna omrežja, vendar ne obstajajo enoznačni podatki, ali je uporaba Facebook-a pozitivno ali negativno povezana z njihovim duševnim zdravjem, saj imajo v tej povezavi pomemben vpliv tudi druge spremenljivke kot so način uporabe Facebook-a, potreba po zasebnosti (Błachnio idr., 2016).

Tekom analize člankov in ugotovitev, ki jih različni avtorji navajajo, je bilo mogoče opaziti tudi številne pomanjkljivosti, iz katerih sledijo priporočila za nadaljnje raziskovanje.

Večina zajetih študij (z izjemo Gonzales in Hancock (2011) in Marder idr. (2016)), je proučevala zgolj povezanost, zato je nemogoče govoriti o vzročno-posledični zvezi in s tem o posledicah, ki bi se kazale v duševnem zdravju uporabnikov. Iz tega razloga je na podlagi zajetih študij nemogoče v celoti odgovoriti na raziskovalno vprašanje, saj pri tem ni bil razjasnjena vzročno-posledična zveza med samopredstavljanjem na spletnih socialnih omrežjih in duševnim zdravjem.

Nadalje je bilo mogoče opaziti pomanjkljivosti, ki se navezujejo na same značilnosti vzorcev v zajetih raziskavah. Pogosto so raziskave temeljile na vzorcu študentov, ki sicer spadajo med bolj številčne uporabnike Facebook-a, vendar je uporabnikov veliko več in zajemajo tudi druge starostne skupine. Poleg tega je v večini študij, z izjemo študij avtorjev Casale idr. (2015) in Rosen idr. (2013), v vzorcu prevladovalo število žensk. Nadalje pa znižuje stopnjo zunanje veljavnosti oz. možnosti posploševanja tudi dejstvo, da so udeleženci v raziskavah bili izbrani sistematično (na podlagi posredovanja povezave

preko e-pošte), zaradi česar obstaja verjetnost, da so v raziskavah sodelovali posamezniki, ki jim je omenjena tematika iz različnih razlogov bližja.

Naslednja pomanjkljivost se nanaša na merske instrumente, ki so jih avtorji v svojih študijah uporabljali. Ker je uporaba spletnih socialnih omrežij pojav, ki se ga raziskuje dobrih deset let, obstaja verjetnost, da nekateri vprašalniki, ki jih v študijah uporabljajo, nimajo ustreznih psihometričnih značilnosti. Tako obstaja vprašanje vsebinske in konstruktne veljavnosti nekaterih na novo ustvarjenih merskih lestvic in vprašalnikov, saj med raziskovalci še vedno ni konsenza npr. glede pomena funkcije »všeč mi je« (ang. *Like*), ki bi lahko pomenila socialno podporo, socialni kapital idr., poleg tega pa Facebook vsako leto posodablja funkcije, tako da se omenjeni funkciji pridružujejo tudi druge ikone, s pomočjo katerih se posamezniki lahko odzovejo in podajo povratne informacije. Iz tega razloga so v prihodnosti potrebne nadaljnje validacije merskih instrumentov. Ob uporabi lestvic in vprašalnikov v raziskovalne namene pa lahko pridodamo tudi splošno dilemo glede tehnik samoporočanja, saj obstaja verjetnost, da posamezniki v tem kontekstu podajajo socialno zaželeno odgovore; v konkretnem primeru naše analize to pomeni, da osebe s potrebo po izogibanju izkazovanja lastnih pomanjkljivosti v manjši meri priznavajo, da na spletu predstavljajo svoj lažni jaz (McKenna idr., 2002; v Casale idr., 2015). Iz tega razloga bi bilo smiselno v nadaljnjem raziskovanju meriti uporabo Facebook-a na podlagi posrednih mer (npr. opazovanje in beleženje aktivnosti uporabnikov Facebook-a s strani raziskovalcev).

Obstaja pa še splošnejša, konceptualna zagata glede raziskav, ki smo jih zajeli v analizo. V pretežnem skupnem imenovalcu zajetih raziskav je predvsem negativna konotacija, ki jo avtorji pripisujejo uporabi spletnih socialnih omrežij, ki nadalje daje vtis, da je uporaba spletnih socialnih omrežij povezana zgolj z negativnimi posledicami (npr. Casale idr., 2015; Chen in Kim, 2013; Chou in Edge, 2012; Gil-Or idr., 2015; Lee-Won idr., 2015; Marder idr., 2016; Masur idr., 2014). Iz tega razloga ostaja vprašanje, ali so negativne povezave med uporabo Facebook-a in duševnim zdravjem dejansko prisotne, ali pa se študije večinoma osredotočajo na proučevanje negativnih posledic (potrebno je upoštevati, da pri tem niti ne potrjujejo vzročno-posledičnih zvez). Študije na ta način niso uravnotežene glede tega, katere poročajo o negativni povezanosti med uporabo spletnih socialnih omrežij in duševnim zdravjem, ter katere poročajo o pozitivni povezanosti, k temu pa je potrebno dodati, da so avtorji proučevali zgolj Facebook in zanemarili druga spletna socialna omrežja kot so Twitter, LinkedIn ali Snapchat, ki v zadnjih dveh letih pridobivajo na svoji pomembnosti.

::LITERATURA

- Amichai-Hamburger, Y., Vinitzky, G. (2010). Social network use and personality. *Computers in Human Behavior*, 26, 1289-1295. doi: 10.1016/j.chb.2010.03.018
- Bareket-Bojmel, L., Moran, S., Shahar, G. (2016). Strategic self-presentation on Facebook: personal motives and audience response to online behavior. *Computer in Human Behavior*, 55, 788-795. doi: 10.1016/j.chb.2015.10.033
- Błażnio, A., Przepiorka, A., Boruch, W., Bałakier, E. (2016). Self-presentation styles, privacy, and loneliness as predictors of Facebook use in young people. *Personality and Individual Differences*, 94, 26-31. doi: 10.1016/j.paid.2015.12.051
- Buffardi, L. E., Campbell, W. K. (2008). Narcissism and social networking web sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(10), 1303-1314. doi: 10.1177/0146167208320061
- Casale, S., Fioravanti, G., Flett L., G., Hewitt L., P. (2015). Self-presentation styles and problematic use of Internet communicative services: The role of the concerns over behavioral displays of imperfection. *Personality and Individual Differences*, 76, 187-192. doi: 10.1016/j.paid.2014.12.021
- Chen, H., Kim, Y. (2013). Problematic use of social network sites: The interactive relationship between gratifications sought and privacy concerns. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(11), 806-812. doi: 10.1089/cyber.2011.0608
- Chou, H. G., Edge, N. (2012). »They are happier and having better lives than I am«: The impact of using Facebook on perception of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117-121. doi: 10.1089/cyber.2011.0324
- Ellison, N., Heino, R., Gibbs, J. (2006). Managing impressions online: Self-presentation processes in the online environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 415-441. doi: 10.1111/j.1083-6101.2006.00020.x
- Ellison, N. B., Steinfield, C., Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook »friends«: Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168. doi: 10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x
- Garcia, D., Sikström (2014). The dark side of Facebook: Semantic representations of status updates predict the Dark Triad of personality. *Personality and Individual Differences*, 67, 92-96. doi: 10.1016/j.paid.2013.10.001
- Gil-Or, O., Levi-Belz, Y., Turel, O. (2015). The »Facebook-self«: Characteristics and psychological predictors of false self-presentation on Facebook. *Frontiers in Psychology*, 6, 1-10. doi: 10.3389/fpsyg.2015.00099
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York: Anchor Books.
- Gonzales, A. L., Hancock, J. T. (2011). Mirror, mirror on my Facebook wall: Effects of exposure to Facebook on self-esteem. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(1-2), 79-83. doi: 10.1089/cyber.2009.0411
- Grieve, R., Indian, M., Witteveen, K., Anne Tolan, G., Marrington, J. (2013). Face-to-face or Facebook: Can social connectedness be derived online? *Computers in human Behavior*, 29(3), 604-139. doi: 10.1016/j.chb.2012.11.017
- Haferkamp, N., Eimler C., S., Papadakis, A., Kruck, J. V. (2012). Men are from Mars, women are from Venus? Examining gender differences in self-presentation on social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 91-98. doi: 10.1089/cyber.2011.0151
- Kim, J., Lee, J. R. (2011). The Facebook paths to happiness: Effects of the number of Facebook friends and self-presentation on subjective well-being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(6), 359-364. doi: 10.1089/cyber.2010.0374
- Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V., Crawford, A. (2002). Internet paradox revisited. *Journal of Social Issues*, 58(1), 49-74. doi: 10.1111/1540-4560.00248
- Lee, E., Ahn, J., Kim J., Y. (2014). Personality traits and self-presentation at Facebook. *Personality and Individual Differences*, 69, 162-167. doi: 10.1016/j.paid.2014.05.020
- Lee-Won, R. J., Herzog, L., Park G., S. (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. doi: 10.1089/cyber.2015.0002
- Marder, B., Joinson, A., Shankar, A., Houghton, D. (2016). The extended 'chilling' effect of Facebook: The cold reality of ubiquitous social networking. *Computers in Human Behavior*, 60, 582-592. doi: 10.1016/j.chb.2016.02.097
- Masur, P. K., Reinecke, L., Ziegele, M., Quiring, O. (2014). The interplay of intrinsic need satisfaction and Facebook specific motives in explaining addictive behavior on Facebook. *Computers in Human Behavior*, 39, 376-386. doi: 10.1016/j.chb.2014.05.047
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(4), 357-364. doi: 10.1089/cyber.2009.0257
- Michikyan, M., Dennis, J., Subrahmanyam, K. (2015). Can you guess who I am? Real, ideal, and false self-presentation on Facebook among emerging adults. *Emerging Adulthood*, 3(1), 55-64. doi: 10.1177/2167696814532442
- Moreno, M. A., Jelenchick, L. A., Egan, K. G., Cox, E., Young, H., Gannon, K. E., Becker, T. (2011). Feeling bad on Facebook: Depression disclosures by college students on social networking site. *Depression and Anxiety*, 28(6), 447-455. doi: 10.1002/da.20805
- Nadkarni, A., Hofmann, G. S. (2012). Why do people use Facebook? *Personality and Individual Differences*, 52, 243-249. doi: 10.1016/j.paid.2011.11.007
- Peter, J., Valkenburg, P. M. (2006). Research note: Individual differences in perceptions of Internet communication. *European Journal of Communication*, 21(2), 213-226. doi: 10.1177/0267323105064046
- Rosen, L. D., Whaling, K., Rab, S., Carrier, L. M., Cheever, N. A. (2013). Is Facebook creating »iDisorders«? The link between clinical symptoms of psychiatric disorders and technology use, attitudes and anxiety. *Computers in Human Behavior*, 29, 1243-1254. doi: 10.1016/j.chb.2012.11.012
- Song, H., Zmyslinski-Seelig, A., Kim, J., Drent, A., Victor, A., Omori, K., Allen, M. (2014). Does Facebook make you lonely?: A meta analysis. *Computers in Human Behavior*, 36, 446-452. doi: 10.1016/j.chb.2014.04.011
- Tandoc, E. C., Ferrucci, P., Duffy, M. (2015). Facebook use, envy, and depression among college students: Is facebooking depressing? *Computers in Human Behavior*, 43, 139-146. doi: 10.1016/j.chb.2014.10.053
- Tidwell, L. C., Walther, J. B. (2002). Computer-mediated communication effects on disclosure, impressions, and interpersonal evaluations: Getting to know one another a bit at a time. *Human Communication Research*, 28(3), 317-348. doi: 10.1111/j.1468-2958.2002.tb00811.x
- Walther, J. B. (2007). Selective self-presentation in computer-mediated communication: Hyperpersonal dimensions of technology, language, and cognition. *Computers in Human Behavior*, 23, 2538-2557. doi: 10.1016/j.chb.2006.05.002
- Zhao, S., Grasmuck, S., Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 1816-1836. doi: 10.1016/j.chb.2008.02.012