

DRUŽBENI MEDIJI IN NARCIZEM: PRODUKTIVNI KAOS ZNANOSTI V NASTAJANJU

Social media and narcissism: productive chaos
of science in the making

Jernej Kaluža

POVZETEK

Članek izpostavlja konceptualna protislovja raziskav, ki analizirajo povezavo med družbenimi mediji in narcizmom. Po eni strani se s perspektive medijskih študij zdi, da je narcizem globoko vpisan v strukturo družbenih medijev, na kar med drugim nakazuje domnevno narcistična narava sebka. Tudi koncepti, kot so filtrirni mehurček, odmevna komora in pritrditvena pristranost, izpostavljajo, da naj bi družbeni mediji delovali sledeč imperativu zadovoljevanja posameznikovega sebstva in da gre za tehnološko favoriziranje narcističnih osebnostnih potez. Po drugi strani ugotovitve empiričnih raziskav niso tako enoznačne, kar je mogoče pripisati tudi problematičnemu konceptu internetne odvisnosti, ki zaradi svoje splošnosti ne more zaobseči kompleksnega, družbeno in zgodovinsko pogojenega medsebojnega vplivanja med rabo družbenih omrežij in težavami v duševnem zdravju.

Ključne besede: narcizem, osebnostne motnje, družbeni mediji, internetna odvisnost, medijske študije

Avtor: Jernej Kaluža

Znanstveni in strokovni naziv: doktor filozofije

Inštitucija/zaposlitev, naslov: asistent raziskovalec na Centru za raziskovanje družbenega komuniciranja na Fakulteti za družbene vede (Univerza v Ljubljani), Kardeljeva ploščad 5, 1000 Ljubljana

E-naslov: jernej.kaluza@fdv.uni-lj.si

DOI: https://doi.org/10.3986/9789610506768_7

ABSTRACT

The article highlights the conceptual contradictions of existing research that analyses the link between social media and narcissism. On the one hand, from the perspective of media studies, narcissism seems to be deeply inscribed in the structure of social media, as indicated by the supposedly narcissistic nature of selfies. Even more, concepts such as filter bubble, echo chamber and confirmation bias emphasize that social media functioning follows the imperative of satisfying the individual self and favours narcissistic personality traits. On the other hand, the findings of empirical research are not so unambiguous, which may also be attributable to the problematic concept of internet addiction, which, due to its generality, cannot encompass the complex, socially and historically conditioned interplay between social media use and mental health problems.

Keywords: *narcissism, personality disorders, social media, internet addiction, media studies*

1 UVOD

Članka, ki bi lahko ponudil celosten pregled nad obsežno znanstveno produkcijo o novih medijih in osebnostnih motnjah, nastalo na presečišču komunikologije, medijskih študij, socialne psihologije, psihiatrije in številnih drugih znanstvenih področij, je nemogoče napisati. Problem ni samo količina znanstvene produkcije, temveč tudi njena razpršenost, tematska raznolikost in metodološka heterogenost, zaradi česar je težko primerjati ugotovitve posameznih raziskav. Težko je tudi vzpostaviti skupne konceptualne temelje ali osnovne ugotovitve, ki bi jih vsi brez dvoma sprejemali. Prej nasprotno, poskus pregleda literature na tem področju nas po eni strani navda z nelagodjem zaradi včasih nasprotujočih si pristopov in ugotovitev, po drugi strani pa tudi z navdušenjem, ki spremlja vsako pionirsko znanstveno raziskovanje, saj se zdi, da gre za področje, na katerem nikakor še ni bila rečena zadnja beseda.

V članku, ki se osredotoča na dela s področja komunikologije in medijskih študij na eni in empiričnih raziskav iz socialne psihologije na drugi strani, skušam prikazati del kompleksnosti problematike, ki se nahaja na presečišču družboslovja in naravoslovja. Gre za problematiko, kjer se uporabljajo tako metode »trde« znanosti kot tudi bolj družboslovno in humanistično navdahnjeni pristopi. Gledano tematsko pa se pričujoči pregledni članek osredotoča predvsem na korelacijo med narcizmom in družbenimi mediji (prvenstveno facebookom).

2 ZGODOVINSKI KONTEKST: NARCIZEM IN MEDIJI V 20. STOLETJU

Prvi obrisi moderne ideje, da nove tehnologije odtujujejo človeka od njegovega avtentičnega sebstva, se pojavljajo že v klasičnih filozofskih delih iz prve polovice 20. stoletja. Martin Heidegger (2018) tako v prevladi moderne tehnike uvidi tudi prevlado *računajočega mišljenja*, ki vse bivajoče podpredmeti na način, da ga zvede na golo sredstvo volje do moči. Tudi Adorno in Horkheimer sta v zavezništvu med tehnološkim napredkom, kapitalističnim režimom in porajajočimi se množičnimi mediji videla predvsem »nabuhli aparat kratkočasje«, ki »ljude ne naredi življenja bolj človeka vrednega« (Adorno in Horkheimer, 2002: 144). Nasprotno, četudi (kot trdi Christopher Lasch) nove tehnologije in množična kultura, ki nastane na njihovi podlagi, obljublja »takojšnjo zadovoljitev želje«, vodijo v stanje »nemirne, večno nezadovoljene želje« (Lasch, 2012: 15), značilno za vzorec patološkega narcizma, ki spremlja »kulturo tekmovalnega individualizma, ki je v svoji izrojenosti prignala logiko individualizma do skrajnosti, do vojne vseh proti vsem, stremenje k sreči pa v slepo ulico narcističnega ukvarjanja s seboj« (Lasch, 2012: 14).

Kritična teorija je torej vseskozi opozarjala na komercialno naravo množičnih medijev 20. stoletja, ki teži k zadovoljevanju širših množic (tudi za ceno trivializacije in manjše vsebinske kvalitete), toda zdi se, da je Laschevo svarilo pred mediji, ki neposredno spodbujajo »narcistično ukvarjanje s seboj«, svoj pravi objekt našlo šele z nastankom novih medijev v začetku novega tisočletja. Prav ti mediji namreč omogočajo uresničenje ideala splošne participacije in odpravo razlike med ustvarjalci medijskih vsebin in občinstvi, zaradi česar lahko na njih vsakdo najde svoj prostor (ali *Myspace*, kot se imenuje eden prvih družbenih medijev) in »izrazi svoj jaz«.

Iz vsega zapisanega bi lahko sklepali, da je vpliv družbenih omrežij na narcizem (kakor tudi obratno, vpliv narcizma na rabo družbenih omrežij) sistematično raziskan fenomen, kar pa ne drži povsem. Pri tem poleg nepregledne količine študij in raziskav odigra ključno vlogo tudi specifična dvojnost, ki po eni strani vidi osebnostne motnje – posebej narcizem – skoraj povsod v družbi, po drugi strani pa jih detektira samo v primeru zelo specifičnih, redkih in skrajnih odklonov in očitnih patologij. Nekateri denimo pristajajo na Laschevo tezo o patološkem narcizmu kot najsplošnejšemu kulturnemu vzorcu poznega kapitalizma, ki ga je ponotranjil tudi tehnološki razvoj družbenih omrežij, vendar se po drugi strani zdi, da ta vzorec vseeno ni tako vseprisoten, saj se javna razprava o negativnem vplivu novih tehnologij po navadi pojavlja v zelo

specifičnih okoliščinah izjemnega antisocialnega vedenja – denimo v primeru vpliva algoritemske personalizacije vsebin na družbenih medijih na politično radikalizacijo, širjenje sovražnega govora itd. (gl. Lewis, 2018; Tufekci, 2018).

3 NARCIZEM IN SEBKI: VARLJIVA ANALOGIJA ALI POTRJENA KORELACIJA?

Fenomen selfija oz. sebka je danes postal ena glavnih reprezentacij nove digitalne medijske kulture, ki jo omogoča »internet 2.0«, to je internet, ki ga zaznamujejo digitalne spletne platforme, družbeni mediji in ekonomija pozornosti (Fuchs, 2014). Obenem pa je postal tudi ena glavnih reprezentacij domnevnega narcizma (gl. Murray, 2020), ki ga spodbujajo družbeni mediji. Med prvimi 100 zadetki baze znanstvenih člankov Web of Science, ki vključujejo ključne besede narcissism in social network (ali social media oz. internet) tako najdemo kar 12 člankov, ki že v naslovu omenjajo besedo selfie. Ugotovitve teh člankov pa so nadvse raznolike: nekateri izpostavljajo dokaj jasno povezavo med temno triado osebnostnih potez (narcizem, makiavelizem in psihopatija) in objavljanjem sebkov (Sanecka, 2017), povezavo med narcistično zavistjo in samopromocijskim obnašanjem v primeru deljenja fotografij s potovanj (Taylor, 2020) in na povezavo med sebki in nekaterimi specifičnimi potezami narcizma – denimo avtoritarnostjo in grandioznim ekshibicionizmom (Weiser, 2015). Na drugi strani pa obstaja cela serija raziskav, ki kažejo, da je hipoteza o tej na videz samoumevni korelaciji prehitra in presplošna (Wu in sod., 2019), da objave, ki preveč direktno odražajo narcistično željo po ugajanju na družbenih medijih, niso nujno dobro sprejete (Choi in sod., 2015) in da je treba pri interpretaciji specifičnih praks na družbenih medijih vzeti v obzir kulturne specifike in specifike posameznih družbenih omrežij (Waterloo in sod., 2018).

Številne konceptualne in metodološke težave, nastale na presečišču študij, ki se ukvarjajo z družbenimi mediji in duševnim zdravjem, izhajajo iz različnih predpostavk, iz katerih izvirata bolj trdno znanstvena in medicinsko utemeljena klasifikacija duševnih motenj in izmuzljiva družbena realnost, s katero se ukvarjajo družbene vede. Prav objavljanje sebkov se zdi v tem kontekstu dober ponazoritveni primer prakse, ki se po eni strani zdi povsem ujemajoča z narcističnimi osebnimi potezami, po drugi strani pa neskončno bolj kompleksna in manj enoznačna. Tomanič Trivundža (2015) denimo opozarja, da splošni diskurz o sebkah, kot se ta odraža v medijskih vsebinah britanskih in slovenskih medijev v obdobju med novembrom 2012 in 2014, pogosto zaznamuje specifična psiho(pato)logizacija, ki zanemarja širše sociološke aspekte omenjenega fenomena.

Poleg tega pretirano osredotočanje na sebkę kot domnevno očitne manifestacije narcizma spregleda, da so družbeni mediji tudi v številnih drugih, morda manj očitnih kontekstih utemeljeni na idealu zadovoljevanja posameznikovega sebstva. Kot ugotavlja DeVito (2017), je namreč mogoče vse vrednote Facebookovih algoritmov, ki selekcionirajo vsebine, ki se pojavijo na časovnici, zreducirati na osebno pomembnost (angl. personal significance), npr. vpliv na sebstvo, interese, prijatelje, kar predstavlja radikalen prelom v vrednotami tradicionalnih medijev (ti vsaj na normativni ravni stavijo na vrednost vsebin za širšo družbo, javnost, občinstvo itd.). Wendy Chun (2016) v podobnem kontekstu piše celo o radikalnem prehodu od starih k novim medijem (N-you media), ki vselej stavijo na individualni nagovor posameznikovega sebstva (You!): najbolj popularna video platforma se imenuje YouTube, Facebook pa nas k novim objavam vabi z napisom »What's on your mind?« (Chun, 2016: 3). Tovrstna stava na zadovoljevanje in prilagajanje posameznim uporabnikom, njihovim zahtevam in pričakovanjem ima skratka negativne posledice za kohezivnost širše družbe na podoben način, kot je lahko družbeno destruktiven narcisov imperativ zadovoljevanja lastnih potreb.

3.1 Odmevne komore in narcistično odsevanje sebstva

Pomembna poteza novih medijev, ki jih najbolj eksplicitno utelešajo družbena omrežja, zaradi česar jih pogosto povezujemo z narcizmom, je povezava s tehnološkim napredkom – z razširitvijo rabe umetne inteligence, velikega podatkovja in algoritemske distribucije vsebin. Vse te tehnologije omogočajo, da novim medijem (za razliko od starih medijev, to so množični mediji 20. stoletja) ni več treba iskati najširšega skupnega imenovalca, ki določa, kaj je popularno med množicami, saj so se novi mediji z razvojem algoritemske personalizacije zmožni prilagoditi željam, pričakovanjem in potrebam posameznikov (Chun, 2016; Kaluža, 2022). Te strukturne lastnosti so bile v nekaterih zgodnejših raziskavah o narcizmu na družbenih omrežjih, ki so se osredotočale predvsem na površinske lastnosti družbenih omrežij – na možnost samopromocije, objavljanje fotografij in na kvantifikacijo prijateljstva (gl. denimo Buffardi in Campbell, 2008), povsem zanemarjene.

Skoraj vse glavne pojme, s katerimi se skuša v bolj poljudnem in deloma publicističnem diskurzu zaobseči glavni negativni učinek družbenih medijev na družbo – denimo pojme filtrirnih mehurčkov, odmevnih komor, ekonomije pozornosti ali afektivne polarizacije – je namreč mogoče razumeti kot specifične metafore, tesno povezane s simptomatiko osebnostnih motenj, posebej narcizma. Pojem filtrirnega mehurčka (angl. filter bubble), ki je postal od izida

istoimenske knjige Elija Pariserja ena najbolj rabljenih (pa tudi izrabljenih) metafor na področju komunikologije in medijskih študij, označuje strukturni učinek algoritemske personalizacije vsebin na časovnicah družbenih medijev, ki je zmožna prilagoditi selekcijo posameznim uporabnikom in njihovim preferencam, pričakovanjem in predsodkom.

Sledeč Pariserju naj bi to vodilo v »informatijski determinizem«, v katerem se lahko »ujamemo v statično, vedno ožjo verzijo samega sebe – v neskončno zanko lastnega jaza« (Pariser, 2011: 14). Tovrstno ujetje v lastno podobo se zdi na las podobo izvornemu mitu o Narcisu. Povedno pa je tudi, da Narcis išče potrditev pri nesrečni nimfi Eho (ki se vanj zaljubi in postane zaradi pretiranega pritrjevanja reducirana na prazni odmev), medtem ko pojem filtrirnega mehurčka pogosto spremlja pojem odmevne komore (angl. echo chamber), ki opozarja na to, da se na družbenih medijih zlahka vzpostavijo zaprte skupnosti istomislečih, ki dajejo posamezniku vtis lažnega konsenza in splošnega strinjanja. Zdi se skratka, da (narcistični) imperativ po zadovoljevanju potreb posameznega jaza po strukturni nujnosti vodi v konflikt med narcističnim jazom in širšim okoljem. Kot zapiše Pariser (2011: 90):

»[D]emokracija deluje le, če smo državljani zmožni razmišljati onkraj svojih ozkih interesov – za to pa potrebujemo skupen pogled na svet, v katerem živimo, in moramo priti v stik s potrebami in željami drugih ljudi. Filtrirni mehurčki pa nas potiskajo v nasprotno smer – ustvarjajo vtis, da je naš interes vse, kar obstaja«.

Izkazalo se je tudi, da čeprav družbeni mediji obljublajo večjo povezanost, pravzaprav pogosto prispevajo k fragmentaciji in polarizaciji družbe, zaradi česar jih je Siva Vaidhyanathan (2018) imenoval kar za antisocialne medije. Specifična antisocialnost oz. antidružbenost pa je tudi ena glavnih značilnosti osebnostnih motenj. Ni presenetljivo torej, da v trenutku, ko se različne skupnosti istomislečih srečajo, nastane afektivna polarizacija, ki opisuje stanje javne razprave (po navadi o perečih družbenih in političnih temah), pri katerem ključno vlogo odigrajo negativna čustva do drugače mislečih. Nagnjenost k afektivni polarizaciji, ki je bila v nekaterih raziskavah povezana z avtoritarno osebnostno strukturo (Fasce, 2020; Luttig, 2017), je mogoče razumeti tudi kot specifičen strukturni učinek delovanja družbenih medijev. Ti temeljijo na ekonomiji pozornosti in – sledeč modelu tradicionalnih komercialnih medijev – prodajajo pozornost uporabnikov oglaševalcem. Posledično težijo k temu, da uporabniki čim več časa in čim več pozornosti posvetijo družbenim medijem in da so na njih čim bolj aktivni – aktivnost uporabnikov je namreč pretvorjena v veliko podatkovje, ki usmerja delovanje priporočilnih algoritmov, ti pa uporabnikom ponudijo še več še bolj personaliziranih vsebin, zmožnih pritegniti

njihovo pozornost. Znotraj tovrstnega strukturnega modela so posebej uspešne polarizirajoče vsebine, ki lahko vzbudijo močne in enostranske – bodisi izrazito negativne bodisi izrazito pozitivne – odzive. Z gledišča uporabnikov to implicira, da personalizirana selekcija vsebin pritrjuje njihovem okusu, sodbam in verjetjem, s čimer je izničena normativna ideja javnosti, ki leži v temelju moderne javne sfere, in sledeč kateri naj bi v demokratičnih družbah posamezniki mnenja kritično soočali z mnenji drugače mislečih v racionalni razpravi (gl. denimo Splichal, 2002).

V nasprotju s tem naj bi družbeni mediji sistematično spodbujali pritrditveno pristranskost (angl. confirmation bias) in vojaško mentaliteto, ki ostro razločuje med »nami« in »njimi«. Poleg tega na družbenih medijih uspevajo tudi nekatere druge narcistične osebnostne poteze, recimo pretirano individualistična, nasprotovalna in skeptična drža, ki preizprašuje vse družbeno vzpostavljene konsenze. Slednje je prišlo posebej do izraza v času širjenja teorij zarot o pandemiji COVID-19, kar naslavlja nekatere novejšje raziskave, ki se med drugim osredotočajo na uporabo toksičnega in agresivnega besednjaka na družbenih medijih (Pascual-Ferra in sod., 2021) in na vlogo treh temačnih osebnostnih potez (makiavelizma, narcizma in psihopatije) pri širjenju t. i. infodemije (Ahadzadeh in sod., 2021). Zaradi vsega naštetega Julia Galef predlaga specifičen način soočenja s tehnološko spodbujeno pritrditveno pristranskostjo, ki načrtno kultivira izvidniško miselnost, zmožno pogledati na svet iz perspektive drugega: »Najti moramo motivacijo, da vidimo stvari takšne, kot so, ne takšnih, kot si želimo, da bi bile« (Galef, 2021: 7). In zdi se, da bi bilo mogoče to geslo, ki kliče po bolj striktnem razlikovanjem med freudovskima principoma realnosti in ugodja, ki postajata v času ekonomije pozornosti vse težje ločljiva, razumeti tudi v kontekstu soočanja z lastnim narcizmom.

4 EMPIRIČNE RAZISKAVE O DUŠEVNEM ZDRAVJU IN DRUŽBENIH OMREŽJIH

Ustvarjalci družbenih medijev in lastniki digitalnih platform pogosto verjamejo, da razvoj tehnologije prispeva k boljšemu svetu, večji povezanosti in družbeni kohezivnosti. Kot smo pokazali, pa se v kontekstu kritičnih medijskih študij in v splošnem publicističnem diskurzu zdi, da je konsenz povsem nasproten: struktura delovanja družbenih medijev je v določeni korelaciji s strukturo delovanja oseb z narcističnimi osebnostnimi potezami. To so potrdile tudi nekatere empirične psihološke raziskave na tem področju (Andreassen in sod., 2016; Peris in sod., 2020). Po drugi strani pa nekatere druge raziskave, denimo tudi

longitudinalne metaštudije, kažejo, da je korelacija med rabo družbenih omrežij in slabšim duševnim zdravjem sorazmerno majhna (Meier in Reinecke, 2021).

Podrobnejši pregled empiričnih raziskav torej pokaže, da rezultati niso povsem enoznačni in da je za podajanje dokončnih spoznanj potrebnega še več raziskovanja. Opravka imamo namreč z množico študij, ki jih je zaradi metodološke in tematske raznovrstnosti zelo težko zvesti na skupni imenovalec. Skrb, da lahko internet negativno vpliva na duševno zdravje, je sicer prisotna že od nastanka te tehnologije. V eni izmed pionirskih študij iz leta 1995 so denimo raziskovalci priskrbeli internetno povezavo za 93 gospodinjstev in v okviru projekta HomeNet spremljali psihološko zdravje v naslednjih letih. Že po letu dni so ugotovili, da je večja uporaba interneta povezana z več znaki osamljenosti in depresije (Kraut in sod., 2002; prim. tudi Rosen in sod., 2013).

Študije o odvisnosti od interneta ali videoiger so pogosto izhajale iz predpostavke, da nove tehnologije spodbujajo nenadzorovano rabo, ki lahko vodi v odvisnost in odmik od realnega v imaginarno in virtualne svetove. Z nastankom digitalnih družbenih omrežij v začetku novega tisočletja pa je predpostavka o opoziciji med realnim in virtualnim svetom postajala vse bolj vprašljiva, saj se družbena omrežja pogosto samoreprezentirajo kot obenem realna in virtualna in celo kot (digitalno) sredstvo, ki omogoča večjo povezanost, lažje ohranjanje in izboljševanje kakovosti medčloveških odnosov (tudi v fizičnem svetu).

Težavnost koncepta internetne odvisnosti, ki se najpogosteje meri v času, ki ga posameznik preživi za zaslonom (angl. screen time), se najbolj kaže prav pri preučevanju korelacije med osebnostnimi motnjami in družbenimi omrežji (Lyvers in sod., 2022). Narcistična osebnostna motnja se denimo v vsej svoji problematični simptomatiki odraža predvsem v medosebnih odnosih (najbolj z bližnjimi), česar pa tradicionalno osredotočanje na čas uporabe neke tehnologije ne more vzeti v obzir (Bergman in sod., 2010; Coyne in sod., 2020). Tudi vloga pretiranega obremenjevanja z družbenimi hierarhijami in primerjanje lastne vrednosti z vrstniki, ki jih omogoča zasnova družbenih omrežij, utemeljena na vidnosti številnih metrik družbene uspešnosti (število prijateljev, všečkov, delitev, komentarjev itd.), kar izpostavljajo številne študije, ki se osredotočajo na narcizem in družbena omrežja (Kong in sod., 2021), ne more biti zaobsežena s konceptom internetne odvisnosti. Prav tako s konceptualnim okvirom internetne odvisnosti in z merilom časa uporabe ni mogoče razložiti specifične povezanosti družbenih omrežij s težavami s samozavestjo in telesno samopodobo pri mladostnikih (Meeus in sod., 2019), medvrstniškim nadlegovanjem, spletnim zasledovanjem in zasmehovanjem, povezave med samopromocijskim in antisocialnim vedenjem (Carpenter, 2011) itd.

Zaradi preučevanja osebnostnih motenj v kontekstu internetne odvisnosti in odvisnosti od računalniških iger je prišlo v nekaterih raziskavah do pretiranega osredotočanja na specifično obliko »geekovskega« narcizma, ki se kaže v obliki neprilagojenega, antisocialnega, samotarskega in čudaškega vedenja. Kim in sod. (2008) so denimo trdili, da psihološke značilnosti, kot so agresija, manko samokontrole in narcistične osebnostne poteze, predstavljajo faktorje tveganja za razvoj odvisnosti od videoiger, kar velja predvsem za osebe moškega spola (Andreassen in sod., 2016). Kljub temu se zdi, da je ugotovitve tovrstnih raziskav nemogoče razširiti tudi na področje pretirane rabe (ali celo odvisnosti od) družbenih omrežij. Carvalho in Pianowski (2017) sta sicer argumentirala, da bi morda lahko število Facebook prijateljev predstavljalo dober prediktor narcizma, nekateri drugi pa so kot merilo uporabili druge metrike. Vsekakor pa se zdi tovrstna kvantifikacija in redukcija na en sam kriterij, če vzamemo v obzir heterogenost in mnoštvo razlogov, zaradi katerih ima lahko nekdo veliko Facebook prijateljev, izrazito redukcionistična.

Rosen in sod. (2013) so skušali analizirati korelacijo med rabo družbenih omrežij in širšim spektrom duševnih motenj (tesnoba, shizoidna, narcistična, antisocialna, histrionična in paranoidna osebnostna motnja), pri čemer so denimo ugotovili, da lahko število prijateljev na facebooku nakazuje na simptome bipolarnе manije, narcizma in histrionične osebnostne motnje, ne pa na simptome distemične in shizoidne osebnostne motnje. Njihova študija predstavlja tudi enega izmed klasičnih primerov kritike (pre)splošnega koncepta »internetne odvisnosti«, saj se pokaže, da so lahko različni tipi rabe interneta povezani z zelo različnimi težavami v duševnem zdravju. Nekaterе druge raziskave poudarjajo tudi pomen medkulturnih (večina raziskav se osredotoča na zahodni svet), generacijskih (večina raziskav se osredotoča na mladostnike in mlajše odrasle) in spolnih specifik (nekaterе od raziskav denimo kažejo na večjo pojavnosti duševnih težav v povezavi z rabo družbenih omrežij pri dekletih).

Povsem nov zagon je raziskovanje duševnega zdravja in novih tehnologij dobilo v času pandemije COVID-19. Socialna izolacija je namreč čas, ko se je večji del medčloveške komunikacije preselil na družbena omrežja, zaradi česar se zdi to obdobje posebej prikladno za poskus odgovora na vprašanje, ali je izvor določenih težav v duševnem zdravju treba iskati v odnosih v fizičnem ali virtualnem okolju. Mnoštvo visoko citiranih raziskav sicer nedvomno kaže na povečanje motenj razpoloženja v času pandemije, ugotovitve glede osebnostnih motenj pa niso tako enoznačne.

5 ZAKLJUČEK

Članek izpostavlja konceptualna protislovja raziskav, ki analizirajo povezavo med družbenimi mediji in osebnostnimi motnjami (predvsem narcizmom). Četudi je po eni strani ta povezava izpostavljena že v klasičnih delih kritične teorije, trdno zasidrana v splošni javnosti in obširno razdelana tudi v najbolj popularnih delih s področja medijskih študij in komunikologije, na drugi strani rezultati empiričnih raziskav niso tako enoznačni. Narcizem je tako še vedno obravnavan – podobno kot v drugi polovici 20. stoletja – na dvojen način: kot vseprisoten družbeni simptom na eni strani in kot specifična psihiatrična in psihološka klasifikacija na drugi strani.

Medijske študije izpostavljajo vseprisotnost algoritemske personalizacije, ki posameznika ujame v zanko jaza, filtrirne mehurčke in odmevne komore, kar je mogoče brati kot moderno tehnološko alegorijo mita o Narcisu. Praksa objavljanja sebkov se zdi očitna manifestacija vseprisotnega narcizma. Po drugi strani pa ugotovitve empiričnih raziskav niso tako enoznačne, saj nekatere potrjujejo, druge pa zanikajo korelacijo med rabo družbenih omrežij in narcizmom (in drugimi osebnostnimi motnjami).

Omenjeno neskladje je – po našem mnenju – posledica pomanjkljivih konceptualnih in metodoloških temeljev, sledeč katerim bi lahko merili in enoznačno ocenjevali vpliv družbenih omrežij na razvoj duševnih težav, saj se koncept internetne odvisnosti (in merilo časa uporabe) kažeja kot presplošna za analizo kompleksnih psiholoških in družbenih učinkov, ki jih ima raba družbenih omrežij na duševno zdravje. Po drugi strani pa bi morale tudi medijske študije in komunikologija vzeti v obzir spoznanja empiričnih raziskav, ki kažejo, da narcizem na družbenih medijih vseeno ni povsem vseprisoten, kot ponazarjajo bolj teoretske analize in bolj abstraktna kritična teorija.

Tako empirične kot tudi teoretske raziskave o povezavi med osebnostnimi motnjami in rabo družbenih omrežij se nahajajo v prehodnem stanju, v katerem je jasno, da star konceptualni okvir in merila niso več prikladna, obenem pa ni mogoče najti koncepta, ki bi v svoji enoznačnosti in jasnosti lahko nadomestil starejši konceptualni in metodološki aparat. Tako kot pri drugih tematikah, ki se nahajajo na presečišču različnih metodoloških pristopov in konceptualnih okvirov in ne spadajo niti povsem na področje družboslovja niti na področje naravoslovja, bi bilo treba tudi v kontekstu družbenih omrežij in z njimi povezanih duševnih težav težiti k nedvoumnim in jasnim konceptom in metodološkim pristopom, vendar ne za ceno zanemarjanja kompleksne družbene in zgodovinske pogojenosti omenjenih pojavov.

Literatura

- Ahadzadeh, A. S., Ong, F. S. in Wu, S. L. Social media skepticism and belief in conspiracy theories about COVID-19: the moderating role of the dark triad. *Curr Psychol*. 2021 [v tisku]. Doi: 10.1007/s12144-021-02198-1.
- Adorno, T. W. in Horkheimer, M. *Dialektika razsvetljenstva*. Ljubljana: Studia humanitatis; 2002.
- Andreassen, C. S. Billieux, J., Griffiths, M. D., Kuss, D. J., Demetrovics, Z., Mazzoni, E. in sod. The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *Psychology of Addictive Behaviors*. 2016; 30(2): 252–262.
- Buffardi, L. E. in Campbell, W. K. Narcissism and Social Networking Web Sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*. 2008; 34(10): 1303–1314.
- Carpenter, C. J. Narcissism on Facebook: Self-promotional and anti-social behavior. *Personality and Individual Differences*. 2012; 52(4): 482–486.
- Carvalho, L. D. in Pianowski, G. Pathological personality traits assessment using Facebook: Systematic review and meta-analyses. *Computers in Human Behavior*. 2017; 71: 307–317.
- Choi, M., Panek, E. T., Nardis, Y. in Toma, C. L. When social media isn't social: Friends' responsiveness to narcissists on Facebook. *Personality and Individual Differences*. 2015; 77: 209–214.
- Chun, W. H. K. *Updating to Remain the Same: Habitual New Media*. Cambridge, MA: The MIT Press; 2016.
- DeVito, M. A. From Editors to Algorithms. *Digital Journalism*. 2017; 5(6): 753–773.
- Fasce, A. in Avendaño, D. Opening the can of worms: A comprehensive examination of authoritarianism. *Personality and Individual Differences*. 2020; 163: 110057.
- Fuchs, C. *Social Media: a critical introduction*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: SAGE Publications; 2014.
- Galef, J. *The Scout Mindset: Why Some People See Things Clearly and Others Don't*. New York: Portfolio/Penguin; 2021.
- Heidegger, M. *Kaj se pravi misliti?* Ljubljana: Filozofska fakulteta; 2018.
- Kaluža, J. Habitual Generation of Filter Bubbles: Why is Algorithmic Personalisation Problematic for the Democratic Public Sphere? *Javnost/The Public*. 2021 [v tisku]. Doi: 10.1080/13183222.2021.2003052.
- Kim, E. J., Namkoong, K., Ku, T. in Kim, S. J. The relationship between online game addiction and aggression, self-control and narcissistic personality traits. *Eur Psychiatry*. 2008; 23(3): 212–218.
- Kong, F., Wang, M., Zhang, X., Li, X. in Sun, X. Vulnerable Narcissism in Social Networking Sites: The Role of Upward and Downward Social Comparisons. *Front. Psychol*. 2021; 12: 711909.
- Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V. in Crawford, A. Internet paradox revisited. *Journal of Social Issues*. 2002; 58(1): 49–74.

- Lasch, C. *Kultura narcizizma: ameriško življenje v času zmanjšanih pričakovanj*. Ljubljana: Mladinska knjiga; 2012.
- Lewis, R. *Alternative Influence: Broadcasting the Reactionary Right on YouTube*. Data & Society Research Institute; 2018. Dostopno na: <https://datasociety.net/library/alternative-influence/> (citirano 29. 6. 2022).
- Luttig, M. D. The »Prejudiced Personality« and the Origins of Partisan Strength, Affective Polarization, and Partisan Sorting. *Political Psychology*. 2018; 39: 239–256.
- Lyvers, M., Salviani, A., Costan, S. in Thorberg, F. A. Alexithymia, narcissism and social anxiety in relation to social media and internet addiction symptoms. *Int J Psychol*. 2022 [v tisku]. Doi: 10.1002/ijop.12840. doi:10.1002/ijop.12840.
- Meier, A. in Reinecke, L. *Computer-Mediated Communication, Social Media, and Mental Health: A Conceptual and Empirical Meta-Review*. *Communication Research*. 2021; 48(8): 1182–1209.
- Meeus, A., Beullens, K. in Eggermont, S. Like me (please?): Connecting online self-presentation to pre- and early adolescents' self-esteem. *New Media & Society*. 2019; 21(11-12): 2386–2403.
- Pariser, E. *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. New York: Penguin Random House; 2011.
- Pascual-Ferrá, P., Alperstein, N., Barnett, D. J. in Rimal, R. N. Toxicity and verbal aggression on social media: Polarized discourse on wearing face masks during the COVID-19 pandemic. *Big Data & Society*. 2021 [v tisku]. Doi: 10.1177/20539517211023533.
- Peris, M., de la Barrera, U., Schoeps, K. in Montoya-Castilla, I. Psychological Risk Factors that Predict Social Networking and Internet Addiction in Adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 2020; 17(12): 4598.
- Rosen, L. D., Whaling, K., Rab, S., Carrier, L. M. in Cheever, N. A. Is Facebook creating »iDisorders«? The link between clinical symptoms of psychiatric disorders and technology use, attitudes and anxiety. *Computers in Human Behavior*. 2013; 29(3): 1243–1254.
- Splichal, S. The Principle of Publicity, Public Use of Reason and Social Control. *Media, Culture & Society*. 2002; 24(1): 5–26.
- Taylor, D. G. Putting the »self« in selfies: how narcissism, envy and self-promotion motivate sharing of travel photos through social media. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 2020; 37(1): 64–77.
- Tomanic Trivundža, I. Are a Thousand Pictures Worth a Single Word? The Struggle between Condemnatory and Affirmative Discourses on Photographic Change in Slovene and UK Mainstream Media News Reports on Selfies. *Javnost/The Public*. 2015; 22(1): 93–109.
- Tufekci, Z. YouTube, the Great Radicalizer. *The New York Times*. 2018. Dostopno na: <https://www.nytimes.com/2018/03/10/opinion/sunday/youtube-politics-radical.html> (citirano 29. 6. 2022).
- Sanacka, E. The Dark Side of Social Media: Associations Between the Dark Triad of Personality, Self-Disclosure Online and Selfie-Related Behaviours. *JECS*. 2017; 8: 71–88.

- Vaidhyanathan, S. *Antisocial Media: How Facebook Disconnects Us and Undermines Democracy*. New York: Oxford University Press; 2018.
- Weiser, E. B. #Me: Narcissism and its facets as predictors of selfie-posting frequency. *Personality and Individual Differences*. 2015; 86: 477–481.
- Wu, M. S., Song, C. in Ma, Y. Selfie taking may be nonharmful: Evidence from adaptive and maladaptive narcissism among Chinese young adults. *Human Behaviour & Emerging Technologies*. 2019; 1: 240–244.