

Divna Vuksanović<sup>1</sup>  
Fakultet dramskih umetnosti, Beograd

## REFLEKSIJE O DRUŠTVENIM MEDIJIMA I NARCIZMU<sup>2</sup>

316.774:004.738.12 ;  
316.472.4:004.738.5 ;  
316.776:004.738.5]:159.964.21  
ID BROJ: 202558220

*Mom tati*

### **Apstrakt**

Tekst se bavi preispitivanjem polazne pretpostavke o društvenim mrežama koje su strukturisane tako da delom generišu, a u većoj meri podupiru, narcističko korisničko ponašanje. Ovaj vid ponašanja se, međutim, bitno razlikuje u odnosu na sve ranije identifikovane, pojavne oblike kako zdravog tako i patološkog narcizma, reprezentovane bilo kao pojedinačni narcistički poremećaj ličnosti (NPD) ili, pak, narcistička kultura potrošačkog društva. U članku je, zapravo, reč o identifikovanju pojave narcizma u kontekstu upotrebe društvenih mreža, s posebnim naglaskom na Facebooku. Ovaj oblik narcizma karakteriše medijsko utemeljenje, što znači da je strukturalno podržan novim komunikacionim tehnologijama. Otuda i tolika ekspanzija „samopromocije“, egomanije/grandomanije i „prijateljske“ Facebook podrške narcističkom korisničkom ponašanju. Prisustvo narcističkih manifestacija na društvenim mrežama uglavnom se identifikuje kroz učestalu interakciju s velikim brojem drugih korisnika i sledbenika određenog profila, koji zajednički čine narcistički ambijent za komuniciranje u cyber društvenom prostoru.

### **Ključne reči**

društvene mreže, narcizam, Internet korisnici, Facebook, kritika.

1 divnavuk@eunet.rs

2 Ovaj tekst je nastao u okviru rada na projektu br. 179064 „Istorija srpske filozofije“ Filozofskog fakulteta, Univerziteta u Beogradu, koji finansira Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije.

Sudeći prema zdravorazumskim opservacijama, ali i neznatnom broju empirijski sprovedenih istraživanja koja ukazuju na problem porasta narcizma u medijatizovanom prostoru, a, povratno, i u realnosti, valjalo bi, čini se, razmotriti ovo pitanje i sa stanovišta filozofije medija. „Digitalni narcizam“, naime, ne samo da postaje socijalno poželjan, nego i nužan momenat delovanja u *cyber*-prostoru. „Promptno objašnjenje, koje pada u oči je kompatibilnost potencijala lične samoekspresije preko društvenih mreža sa narcizmom korisnika. One omogućavaju inflaciju selfa preko granica vremena i prostora, pukom upotrebom LCD piksela i strujanjem trilion terabajta kroz hiljade kilometara optičkih kablova. Lišen svih državnih/prostornih barijera/vremenskih zona, a ušuškani u slobodu definisanja jednosmernog profilskog identiteta kao sopstvene imaginarne definicije ‘idealnog ja’, prosečni Facebook/Twitter/MySpace konzument širi lažnu natčovečansku sliku o sebi u neograničeno polje *cyber*-prostora. Feedback potvrđivanja sopstvene ‘svemoći’ koje dobija od strane duševno srodnih korisnika mreže širom planete je trenutani. ‘Politička korektnost’, unapred definisana pravilima igre elektronskog prostora, samo pospešuje međusobno ‘naduvavanje’ ega, koje se i očekuje.“<sup>3</sup>

U eseju o čoveku u mračnim vremenima, zapažanja Hane Arendt (Arendt) su sledeća. Nešto se, naime, dogodilo, odnosno, nešto se važno događa između čoveka i njegovog sveta, globalno uzevši. To što se dešava od egzistencijalnog je značaja, i tiče se prevashodno javne sfere (*public realm*) čovekovog života. Zahvaljujući ovom polju ljudskog delovanja, svet više nije i ne može biti isti: „The world lies between people, and this in-between – much more than (as is often thought) man or even man – is today the object of the greatest concern and the most obvious upheaval in almost all the countries of the globe.“<sup>4</sup> Današnji čovek je, potencijalno ili realno gledano, medijski bitno povezan sa svetom, i u tom smislu je neophodno, osim konstatovanja nesumnjivih tehničkih prednosti koje pružaju novi komunikacioni mediji i društvene mreže, problemski sagledati i „tamnu stranu“ najrazličitijih oblika komunikacijskog posredovanja i aktuelnih procesa „umrežavanja“ koje omogućavaju kako Internet, tako i popularne društvene mreže.

Komunikativni potencijal Interneta i savremenih društvenih mreža je, bar kako se u ovom momentu čini, nesaglediv. Svedoci smo, naime, neverovatne ekspanzije novih komunikacionih tehnologija koje ne samo da pretenduju

3 Miša Vasić, „Društvene mreže, narcizam i morfička polja“ (1. deo), na str. [www.kpv.rs/?p=1312](http://www.kpv.rs/?p=1312), datum postavljanja: 7. XI 2011.

4 Hannah Arendt, „Men in Dark Times“, u: *Men in Dark Times*, Penguin Books, United Kingdom, 1968, str. 12.

na izmenu ukupne komunikacione stvarnosti, već i tradicionalnih shvatanja pojma i prakse „društvenosti“, „političnosti“, menadžmenta, marketinga i „ekonomije“, kao i realnosti kao takve. Komunikacija je, kako izgleda, ona delatnost koja potvrđuje poziciju moći. Volja za komuniciranjem posredstvom medija, postaje, kako izgleda, prvorazredna društvena aktivnost u današnjem vremenu. Ova volja, u sve većoj meri, ispoljava se kroz interakciju. Trivijalna pretpostavka o tome da onaj ko poseduje informacije „vlada“, govori u prilog činjenici da komunikacijska moć u savremenom dobu korespondira sa idejom društvene/političke/ekonomske dominacije. Mas-mediji, a sve više i novi mediji, predstavljaju komunikacionu silu. U ovom kontekstu preispitivanja, valjalo bi sagledati kako Internet i novi mediji deluju na globalno socijalno okruženje, ali i na pojedinca/korisnika novih komunikacionih platformi, alatki i usluga, s posebnim osvrtom na društvenu mrežu Facebook, kao trenutno najpopularniji i najrasprostranjeniji oblik tehničkog konstruisanja nove ideje društvenosti, odnosno novih simboličkih vrednosti, pa i savremenih oblika ispoljavanja narcizma.

S jedne strane, interaktivnost je, kao određena vrsta tehnički posredovane komunikabilnosti, u porastu. S druge strane, ona se, u izvesnom smislu, pokazuje kao određeni vid redukovanog oblika aplikacionog polja intersubjektivnosti, i to uglavnom one koja je definisana tehničkim mogućnostima upotrebe medija savremenog komuniciranja. Interaktivnost se, u današnje vreme, prevashodno koristi kao substituent dijaloga (virilijevsko „teleprisustvo“), pri čemu je njena osnovna tehnička prednost u odnosu na dijaloški oblik komuniciranja, prevazilaženje prostorne udaljenosti aktera u komunikaciji, kao i brzina kojom se ova može realizovati u tzv. „realnom vremenu“. Kako je poznato, dijalog u antičkom smislu ovog pojma, podrazumeva neposrednost i ravnopravnost učesnika u komunikaciji, kao i istinu, odnosno potragu za smislom, i to kao nužan, ali ne i dovoljan uslov ove komunikativne prakse.

Paradoks upotrebe Interneta i novih medija u funkciji rasta različitih pojavnih oblika komunikativnosti se sastoji, pre svega, u raskoraku između pretpostavljenih ciljeva Internet komunikacije i ishoda koji na osnovu nje proističu. Kada je reč o očekivanjima, pretpostavka je da Internet i društvene mreže, poput Facebook-a, Twitter-a i drugih, zahvaljujući svojim tehničkim karakteristikama, povećavaju mogućnost komunikacionog reagovanja na određene društvene pojave, političke prilike, ekonomiju ponude i potražnje, i tsl. Uz to, ovi mediji, navodno, upotpunjuju zadovoljenje čovekovih kulturnih potreba: komunikacionih, obrazovnih, doživljajnih (estetskih), stvaralačkih. Posmatrano sa našeg stanovišta, ovde je reč o zameni autentičnih, tzv. pseu-

dopotrebama, karakterističnim za sistemsku spregu sveta kapitala i medija. Medijsko posredovanje svakako nije vrednosno neutralno, a finansijski interes, koji stoji, bilo direktno ili indirektno, u pozadini mnogobrojnih mrežnih transakcija dovodi u pitanje i posledice njihovog ukupnog delovanja.

Ipak, s ovim u vezi, trebalo bi konstatovati i to da komunikaciono posredovanje novih, za razliku od mas-medija, na izvestan način, povećava stepen osetljivosti društvenog ambijenta na određene pojave, i to tako što omogućava komunikacijsko participiranje unutar široko rasprostranjene, *cyber* medijske sfere, u kojoj se aktuelno raspravlja o određenim problemima, ali i aktivno politički deluje. Viralni marketing, Facebook „šerovanje“ (*share*), blogovi koji tematizuju ekonomske, političke, medijske kulturne i društvene prilike, forumi, grupe za (političku) podršku, pritisak i najrazličitije građanske aktivnosti na Mreži, te pripreme za različite političke („arapsko proleće“), kulturne i druge akcije, pa čak i „hakerisanje“, samo su neki od karakterističnih primera komunikacionog delovanja, tipičnih za ovaj medijski prostor. Sveopšte povezivanje i umrežavanje (*Networking*) u različite interesne *cyber* zajednice, nesumnjivo govori u prilog ideji o tehničkom proširenju komunikacionog prostora, kao i o promeni dominantnog načina komuniciranja (u kome je komunikacija ujedno i akcija, dakle – interaktivnost) u savremenom dobu.

Nasuprot ovome, mnogobrojni članci i istraživanja o mrežnom komunikacionom delovanju kritički dovode u pitanje ovu „osetljivost“, tumačeći je, zapravo, kao „neosetljivost“, koja se manifestuje u znaku sveoprisutnog narcizma.<sup>5</sup> Naravno, ovde nije reč samo o individualnom narcizmu – posmatranom bilo kao nužna razvojna faza čoveka (o čemu je još početkom prošlog veka pisao Frojd /Freud/<sup>6</sup>) ili kao neurotični „poremećaj ličnosti“ (Narcissistic Personality Disorder, NPD) – niti pak o specifičnoj simptomatologiji savremenog doba, o čemu su ubedljivo argumentovali Kristofer Laš (Lasch)<sup>7</sup>, Žil Lipovecki (Lipovetsky)<sup>8</sup>, i mnogi drugi autori, kritikujući ispraznost sveta savremene kulture, što se dogodila pod uticajem potrošačkog stila života. Po

5 „Narcisoidnost“, kako tvrdi Zoran Milivojević, „nije toliko zaljubljenost u samoga sebe, koliko je nedostatak saosećajnosti sa drugim ljudima. Narcis iz grčkog mita bi trebalo pravilno da se izgovara ‘Narkis’, što bi u prevodu značilo neosetljivi, a što ima isti koren kao i reč narkoza.“ Zoran Milivojević, „Novi muškarac“, u: *Politika*, Beograd, 3. VIII 2012.

6 Sigmund Feud, *On Narcissism: An Introduction*, u: Standard Edition of the Complete Psychological Works of Sigmund Freud, Hogarth Press, London, 1914.

7 Christopher Lasch, *The Culture of Narcissism: American Life in an Age of Diminishing Expectations*, Norton, New York, 1991.

8 Gilles Lipovetsky, *L'ère du vide: Essais sur l'individualisme contemporain*, Gallimard, Paris, 1983.

našem mišljenju, ovde je u pitanju nešto drugo. „Narcistička kultura“, delujuća u savremenoj eri komunikacija, kao da je transformisana u svoje medijsko *drugo*, pri čemu je „narcizam“ prešao na sledeći nivo svog manifestovanja. Postajući, u izvesnom smislu, poželjna „društvena vrednost“ (direktno povezana s atributima tržišne ekonomije), narcizam je osvojio ne samo civilizaciju potrošačkog Zapada, već, takoreći, globalni medijski prostor današnjice.

Takozvani „novi narcis“,<sup>9</sup> kako ga opisuje Kristofer Laš, jeste osoba koja, u skladu sa zahtevima vremena, zanemaruje prošlost i budućnost, živi ovde-i-sada (Hegel /Hegel/, na primer, ovu pojavu definiše kao neku vrstu „poživinčene egzistencije“). Internet, kao medij, te različite društvene mreže poput Facebook-a, i dr., tehnički podržavaju ovaj doživljaj, jer sebe, u vremenskom smislu reči, definišu kao beskonačnu sadašnjost. Novi mediji i društvene mreže predstavljaju, dakle, nekakav ne samo transgeografski, već i transpovesni prostor medijskog delovanja, u kome su dimenzije prošlosti i budućnosti ukinute, odnosno realizovane (sintetisane) u vremenskoj dimenziji sadašnjosti. Ova redukcija je omogućena tehničkim putem. Korisničko participiranje u *cyber* prostoru je otuda uvek *već* sadašnjost, i „realno vreme“ koje se potvrđuje u interakciji – bilo s mašinom (umreženi računar), ili posredstvom nje. Makluanovski produžena „čulnost“, naime, ne zna za svest; stoga je participiranje u *cyber* svetu fingiranje neposrednosti, privid nekakvog čulnog „uranjanja“ u tehnološki generisanu, novu stvarnost. Ovo, naravno, sobom povlači i nove pojavne oblike „personalizovanosti“, s jedne, i „društvenosti“, s druge strane, kao i nova shvatanja, odnosno interpretacije tih fenomena. Jednom rečju, u pitanju je čitava jedna nova kultura odnosâ – tzv. *cyber* kultura, pri čemu je jedan od njenih zaštitnih znakova *novi narcizam*.

Osnovna ideja, vezana za najnovije manifestacije narcističkog ponašanja, sastoji se u tome da narcizam, mišljen kao kultura, biva stimulisan ne samo potrošačkim životnim stilom, nego i delovanjem masovnih i novih medija, pri čemu su ovi drugi posebno u fokusu naše pažnje, pre svega zbog svoje specifične strukturisanosti, koja podrazumeva komunikaciju pojedinačnih korisnika uzajamno, tj. „prijatelja“ s „prijateljem“. Individualni narcizam, definisan kao vladajući „poremećaj ličnosti“ – kako u jednom od serije video-klipova realizovanih na Youtube-u na ovu temu primećuje Sem Vaknin (Vaknin) – podržan je od strane odgovarajućeg „socijalnog“ ambijenta, koji pogoduje ne samo nastanku i razvoju tzv. malignog narcizma, nego i stimulisanju njegovog patološkog, tj. mrežnog širenja, do razmera „epidemije“. Ova-

9 Vid. na forumu o narcizmu, u članku „Da li je narcizam čovjekovo normalno ili patološko stanje: tajna ogledala“, na stranici [www.amfiteatar.org](http://www.amfiteatar.org).

kvo okruženje Vaknin je nazvao „patološkim prostorom“ (*pathological space*), koji u interakciji sa narcističkom ličnošću, omogućava konstantno potkrepljenje (*Narcissistic Supply*) njene patologije, zahvaljujući tako kreiranom okruženju, koje predstavlja stalni izvor podrške (sledbenika, fanova, prijatelja), što, potom, omogućava ekspanziju tzv. „narcističke kulture“ na Internetu i društvenim mrežama. Na koji način se ovo ostvaruje?

Takozvano „inteligentno okruženje“ predstavlja, u stvari, onu „kulturu“ u kojoj se interakcija između individua često ostvaruje posredstvom medija. Ukoliko je reč o Internetu i društvenim mrežama, čini se da su oni strukturno definisani tako da omogućuju rasprostiranje i širenje tipičnih narcističkih osobina: egocentričnosti tj. centriranosti na „self“, nedostatka emocionalne bliskosti / empatije, te grandomaniji, fantaziranju i magijskom mišljenju, kao i patološkoj zavisnosti od izvora narcističkog potkrepljenja. Zanimljivo je, naime, da su „opšta mesta“ kojima se obično opisuju najrazličitije aktivnosti na Internetu, a posebno na društvenoj mreži Facebook, ujedno i meta kritike ovih komunikacijskih sredstava, kao prostora za lični marketing, egzibicionizam i „samopromociju“. Jer, po principu ogledanja i ogledala, savremeni narcis se, u interakciji sa drugim korisnikom na Mreži, medijski potvrđuje, i to tako što, pojednostavljeno rečeno, njegova fikcija postaje nečija „stvarnost“ i obratno.

Ilustracije radi, pozvaćemo se ovde na istraživanje sprovedeno na jednom od američkih univeziteta (Western Illinois University), o oblicima ponašanja korisnikâ na Facebook društvenoj mreži, koja pokazuju karakteristične elemente „društvenog“ narcizma, realizovanog na uzorku od 294 studenta, od 18 do 65 godina starosti.<sup>10</sup> Rezultati ovog istraživanja, kako se navodi u Gardijanu,<sup>11</sup> manifestuju direktnu povezanost između broja prijateljstava ostvarenih na ovoj mreži i potvrde da je reč o narcisoidnom korisniku profila koji pokazuje socijalno poremećeno (*socially disruptive*) ponašanje, o čemu su već postojala određena mnjenja, upućena od strane skeptika u pogledu upotrebe ovih društvenih mreža (*social media sceptics*). Manifestacije „agresivnog“ narcističkog ponašanja na Facebook mreži podeljene su u dve grupe – u prvoj su kao „indikatori“ narcizma ispitivani činoci kao što su: okupiranost sobom (*self-absorption*), sujeta, osećaj superiornosti i egzibicionističke tendencije korisnika, koji posredstvom upotrebe ove društvene mreže zadovoljavaju svoju potrebu konstantnog

10 Damien Pearse, „Facebook’s ‘dark side’: study finds link to socially aggressive narcissism“, *Guardian*, 17. March 2012, na str. [www.guardian.co.uk/technology/2012/mar/facebook-dark-side-study-aggressive-narcissism?CMP=tw\\_t\\_gu](http://www.guardian.co.uk/technology/2012/mar/facebook-dark-side-study-aggressive-narcissism?CMP=tw_t_gu).

11 Isto.

održavanja pažnje mnogobrojnih Facebook prijatelja. Druga grupa pokazatelja u ispitivanju ticala se potencijalnog polja eksploatacije i manipulativnosti, koju omogućava veliki broj „prijateljstava“ što su u funkciji samopromocije (*self-promocion*) posmatranog Facebook korisnika.<sup>12</sup>

Glavni argument, artikulisan na osnovu sprovedenog empirijskog istraživanja počiva, dakle, u činjenici da narcizam, mišljen kao poremećaj ličnosti (*personality disorder*), na pojedinim društvenim mrežama – konkretno na Facebook-u, korelira sa brojem „prijatelja“ koje korisnički profil pokazuje, ili s kojima je u interakciji („lajkovanje“, „šerovanje“, „četoвање“, i sl.). Veliki broj prijatelja na Mreži korisniku očito omogućava konstantno potkrepljenje od strane drugih, tretiranih kao resurs za one stimulse koji mu, kroz održavanje pažnje, obezbeđuju podršku i satisfakciju. A time se, istovremeno, podržava i uzajamni odnos, uspostavljen između narcisa kao pojedinca i tehnološki definisanog medijskog ambijenta koji mu omogućava trenutnu (u realnom vremenu), ali i konstantnu satisfakciju, i to od strane velikog broja „izabranih“ korisnika, odnosno onih poželjnih interakcija koje tehnički podržavaju narcističko ponašanje na Mreži i, zajedno sa mnogobrojnim „prijateljima“ i obožavaocima („fanovi“), konstituišu artifičijelno generisani, patološki prostor za manifestovanje „prijateljstava“ i drugih sličnih formi ispoljavanja „društvenosti“, tj. za potkrepljenje narcističkog ponašanja pojedinca u sajberizovanom ambijentu interaktivnog realizovanja njegove „socijalnosti“.

Prilikom analiza malignog narcizma (nasuprot regularnoj evolutivnoj fazi i zdravom samopoštovanju), Sem Vaknan naglašava da osobe s narcističkim tipom poremećaja ličnosti kreiraju upravo takvu vrstu okruženja koje odgovara njihovim potrebama za kontinuiranom pažnjom, odobravanjem, divljenjem i trenutnom emocionalnom satisfakcijom. A kako je pojedinac, korisnik Facebook mreže, u mogućnosti da sam kreira prostor za svoje aktivnosti u ovom društvenom mediju, selekcijom onih prijatelja koji najviše odgovaraju njegovim narcisoidnim potrebama i zahtevima, to ovakav ambijent savršeno pogoduje za generisanje patološkog (agresivnog) narcizma. I nasuprot očekivanjima, umesto „socijalizacije“ i mrežnog udruživanja na osnovu prijateljskih veza i motivacije za ostvarenjem emocionalne bliskosti i empatije, na delu je, tehnologijom posredovano, otuđeno i asocijalno ponašanje, koje, u nekim slučajevima, dovodi do „psihološkog zlostavljanja“ i psihopatskih oblika ponašanja na Mreži.<sup>13</sup>

12 Isto.

13 „To the narcissist, the Internet is an alluring and irresistible combination of playground and hunting grounds, the gathering place of numerous potential Sources of Narcissistic Supply, a

Takođe, ovaj prostor predstavlja veliku pogodnost za potencijalnog narcističkog korisnika, odnosno – u težim slučajevima – psihopatu, i stoga, što u velikoj meri osigurava pojedinca od „rizika“, emocionalnog povređivanja i razočarenja, pošto virtuelni prostor omogućava otvaranje profila i predstavljanje na Mreži putem korišćenja lažnih identiteta, virtuelnih persona, i tsl, što obezbeđuje izvesni stepen anonimnosti, kao i eventualnu neodgovornost, nekorektnost i nesavesnost u ponašanju prema drugima.<sup>14</sup> Sankcije za zlostavljanje i psihopatsko ponašanje na Internetu i društvenim mrežama su retke, i nedovoljno adekvatno regulisane, vrlo propusnim zaštitnim mehanizmima, koji simuliraju minimum etičnosti u *cyber* prostoru. Izuzev zakonske regulative protiv pornografije, povremenih istražnih radnji i organizovanih međunarodnih akcija usmerenih u odnosu na problem pedofilije na Internetu, ili kriminalnih aktivnosti kao što su velike krađe i finansijske pronevere, kazne su, uglavnom, simboličnog karaktera i svode se, u slučaju Facebook-a, recimo, na „opomene“ administratora i, u najekstremnijem slučaju, ukidanje profila korisnika, koji je potom u mogućnosti, da pod nekim drugim, lažnim imenom i identitetom, otvori novi profil, te i dalje destruktivno deluje na Mreži. U odsustvu vidljivih oblika cenzure na Internetu i popularnim društvenim mrežama – iako bezbednosne službe imaju mogućnost praćenja korisničkih aktivnosti – narcizam, kao najčešći pojavni oblik ponašanja u *cyber* prostoru, nesmetano jača.

Štaviše, Sem Vaknin smatra da virtuelni prostor, strukturalno omogućujući na tehničkim pretpostavkama zasnovanu jednakost korisnikâ, predstavlja neku vrstu novog poligona za razvoj narcizma, time što u ovu strukturu uvlači kako individue koje i inače pate od NPD simptoma, tako i njihove „žrtve“, koje docnije, kako on tvrdi, preuzimaju identični model „malignog“ ponašanja na Mreži. Zavisnost u pogledu konstantnog održavanja pažnje mnogobrojnih prijatelja i korisnika Mreže podstiče, naime, širenje narcisoidnog ponašanja s pojedinca na one korisnike koji ga „prijateljski“ podržavaju i prate, što gotovo da postaje jedna od osnovnih karakteristika funkcionisanja

---

world where false identities are the norm and mind games the bon ton. And it is beyond the reach of the law, the pale of social norms, the strictures of civilized conduct.

The somatic finds cyber-sex and cyber-relationships aplenty. The cerebral claims false accomplishments, fake skills, erudition and talents. Both, if minimally communicative, end up at the instantly gratifying epicenter of a cult of fans, followers, stalkers, erotomaniacs, denigrators, and plain nuts. The constant attention and attendant quasi-celebrity feed and sustain their grandiose fantasies and inflated self-image.“ Sam Vaknin, „Cyber (Internet) Narcissist and Psychopaths“, u: *Malignant Self Love: Narcissism Revisited*, na str. [www.narcissistic-abuse.com/journal67.html](http://www.narcissistic-abuse.com/journal67.html).

14 Upor. Isto.

društvenih medija. Zapravo, Internet, Facebook, Twitter, My Space i ostale socijalne mreže kao da multiplikuju individualne oblike narcističkog ponašanja, dovodeći ih u ravan kolektivne patologije mrežnog ponašanja.

Tako se, naposljetku, stiže do naizgled paradoksalnog zaključka da Internet i društvene mreže, tehnički, ali i faktički gledano, podržavaju ne samo „socijalni konstrukt“ narcizma, što najadekvatnije reprezentuje društvena („prijateljska“) globalna mreža sa najvećim brojem korisnika u današnjem vremenu – Facebook, već i njegovu masovnu medijsku aplikaciju u nepreglednom *cyber* prostoru. Na taj način, „narcistička kultura“ društva potrošnje, zadobija ne samo tehničku podršku za svoj rast i razvoj, već prelazi na sledeći, medijski nivo realizacije svojih dijalektičkih momenata, pri čemu postojeća infrastruktura Interneta i društvenih medija maksimalno pogoduje ovom procesu. Takozvana „globalna kultura“ tako (p)ostaje narcistička, ali ne šamo u prostoru delovanja političke ekonomije društva potrošnje, već i u simboličkom novomedijskom ambijentu što u velikoj meri postaje njen ekvivalent, a koji čine Internet, društvene mreže, pa i čitav domen realizovanja tzv. „*cyber* kulture“. Na pojavu široko rasprostranjenog, kako individualnog, tako i socijalno konstruisanog narcizma u granicama *cyber* prostora svakako treba obratiti istraživačku pažnju, te podrobno preispitati koncepte (inter)aktivnosti i „društvenosti“, koji se često afirmativno, odnosno nekritički koriste u savremenoj medijskoj teoriji i praksi.

### **Literatura**

- „Da li je narcizam čovjekovo normalno ili patološko stanje: tajna ogledala“, na stranici: [www.amfiteatar.org](http://www.amfiteatar.org).
- Arendt, H., „Men in Dark Times“, u: *Men in Dark Times*, Penguin Books, United Kingdom, 1968.
- Feud, S., *On Narcissism: An Introduction*, u: Standard Edition of the Complete Psychological Works of Sigmund Freud, Hogarth Press, London, 1914.
- Lasch, Ch., *The Culture of Narcissism: American Life in an Age of Diminishing Expectations*, Norton, New York, 1991.
- Lipovetsky, G., *L'ère du vide: Essais sur l'individualisme contemporain*, Gallimard, Paris, 1983.
- Milivojević, Z., „Novi muškarac“, u: *Politika*, Beograd, 3. VIII 2012.
- Pearse, D., „Facebook's 'dark side': study finds link to socially aggressive narcissism“, u: *Guardian*, 17. March 2012, na str. [www.guardian](http://www.guardian).

co.uk/technology/2012/mar/facebook-dark-side-study-aggressive-narcissism?CMP=tw\_t\_gu.

- Vaknin, S., „Cyber (Internet) Narcissist and Psychopaths“, u: *Malignant Self Love: Narcissism Revisited*, na str. [www.narcissistic-abuse.com/journal67.html](http://www.narcissistic-abuse.com/journal67.html).
- Vasić, M., „Društvene mreže, narcizam i morfička polja“ (1.deo), na str. [www.kpv.rs/?p=1312](http://www.kpv.rs/?p=1312)., datum postavljanja 7. XI 2011.

## REFLECTIONS ON SOCIAL MEDIA AND NARCISSISM

### **Summary**

*This paper focuses on reviewing the initial hypotheses about the social networks that are structured so that either generate or support the user narcissistic behavior. This type of behavior is, however, substantially different from all previously identified, the forms in healthy and pathological narcissism, as represented either as an individual narcissistic personality disorder (NPD) or the narcissistic culture of consumerism. The article, in fact, comes to identifying the occurrence of narcissism in the context of the use of social networks, with particular emphasis on Facebook. This form of narcissism is based on the media, which means that it is structurally supported by new communication technologies. This is the reason for the expansion of “self-promotion”, egomania and “friendly” Facebook user support narcissistic behavior. The presence of narcissistic behavior in social networks is mainly identified through frequent interaction with many other users and followers of a certain profile, which together make up a narcissistic environment for communicating cyber social space.*

### **Key words**

*social network, narcissism, Internet users, Facebook, criticism*