

МИЛЛЕННИАЛ ҮЕИЙНХНИЙ НАРЦИССИСТ ХАНДЛАГА, FACEBOOK ДЭХ ОНЛАЙН ЗАН БАЙДЛЫН ХАМААРЛЫН СУДАЛГАА

Б. Мөнх-Өлзий

Магистрант

Монгол улсын их сургууль

Нийгмийн ухааны сургууль

Боловсрол, сэтгэл судлалын тэнхим

psychologistmunkhulzii@gmail.com

Хураангуй: Олон улсын платформ facebook нь богино хугацаанд дэлхий дахинаа мэдээлэл, харилцаа холбооны өргөн хүрээний хэрэглэгдэхүүн болж чаджээ. Бид facebook-хэрэглэгчдийн цахим орчин дахь зан байдлыг тодорхой шалгууруудаар үнэлэн, нарциссист хандлага, өөрийн үнэлэмж зэргийг харьцуулан судалсан болно. Уг судалгааны ажлыг зохион байгуулахдаа залуу миллениал үе (1991-2000 онд төрөгсөд) ахмад миллениал үе (1977-1990 онд төрөгсөд) хэмээн төрсөн оноос хамааран хоёр бүлэгт ангилан, тэдний нарциссист хандлага, өөрийн үнэлэмж, facebook-хэрэглээнд нь ялгаа байдаг эсэхийг судалсан. Монгол улсад COVID-19 өвчлөлийн улмаас тогтоогоод байгаа хөл хорионы үед энэхүү судалгаанд 56 facebook-хэрэглэгчдийг хамруулсан болно. Үл хамаарах хувьсагч нь залуу миллениал, ахмад миллениал хэмээх хоёр бүлэгтэй ба энэ нь нэрлэсэн тоо, харин хамаарах хувьсагч нь нарциссист хандлага интервал тоо тул бид судалгааны ажлын SPSS26 статистик, дүн шинжилгээний програм дээр parametric төрлийн “independent sample t test” шалгуурыг хийсэн болно. Уг шалгуурын дүнд дээрх хоёр бүлэг буюу залуу миллениал болон ахмад миллениал бүлгийнхний facebook-хэрэглээн дэх зан байдлаас илүү өөрийн үнэлэмж, нарциссист хандлага нь бүлгүүдийн хувьд өөр хоорондоо ялгаатай байв. Бүлэг тус бүрийн хувийн нарциссизм, сенсаци-эрэлхийлэх байдал, өөрийн үнэлэмж нь онлайн орчны зан байдалтай нь иүүд хамааралтай байсан болно.

Түлхүүр үгс: Миллениал фэйсбүүк-хэрэглээ, нарциссист хандлага, өөрийн үнэлэмж

I. УДИРТГАЛ ХЭСЭГ

Дэлхий дахинд улс төр, эдийн засаг, нийгэм соёл, мэдээ мэдээлэл, харилцаа холбооны шинэ хэрэглээ, шинэ технологи, шинэ соёл хурдацтай түгэн тарахсаар байна.

Манай улс facebook компаниас гаргасан “Хамрагдах интернетийн индекс-2018” судалгааны affordability (хэрэглээ) үзүүлэлтээр Ази тивд нэгдүгээрт, дэлхийд аравдугаарт ордог [1](montsame.mn, 2018) гэх судалгааны үзүүлэлт байдаг. Үүнээс үзэхэд манай улсын нийгэм, эдийн засаг, улс төрийн амьдралд facebook-хэрэглээ ямар чухал нөлөөтэй болох нь харагдаж байна. Бидний нэрлэдгээр миллениалууд буюу Net үеийнхэн, Y үеийнхэн нь 20-р зууны хамгийн сүүлийн үе (generation) ба тэдгээрийг төрсөн оны хувьд

(1977/1980-2000) тодорхойлж болно.[2] (Tapscott, 2009) Энэ үеийнхэн асуудалд тууштай, өөртөө итгэлтэй, багийн ажиллагаа сайтай, уламжлалт сэтгэлгээтэй, эцэг эх, багш сурган хүмүүжүүлэгчийн шахалтад өссөн бөгөөд амжилтад хүрэх чадвартай гэж тодорхойлдог. Мөн тэд зорилгодоо хүрэхийн тулд танилын хүрээлээ ашигладаг. Зарим судалгааны үр дүнгээс үзэхэд хүмүүсийн ил нарциссизм нь үе өгсөх тусам тасралтгүй нэмэгдэж байгааг илтгэсэн дүгнэлтүүд давтагдаж байдаг. 1977-1990 оны хооронд төрөгсөд нь ихэвчлэн интернетгүй ертөнцөд нийгэмшиж, онлайн платформууд түгээмэл болохоос өмнө зан чанар нь төлөвшсөн байдаг бол 1991-2000 онд төрөгсдийн хувьд хүүхэд ахуй, зан төлөв нь тогтоогүй байх үед интернет хэрэглээ нэвтэрч эхэлсэн байдаг.[3] (Correa, T. Hunsley, A. Zuniga, H. G., 2010) Энэ нь үе хоорондын ялгаа, сэтгэл зүйн онцлогийг олон чиглэлээр судлан тодорхойлох хэрэгцээ байгааг харуулж байна. Бид энэхүү судалгаагаар дээрх хоёр бүлгийнхний хувьд нарциссист (ил болон далд), өөрийн үнэлэмж нь онлайн зан үйл, зан чанартай нь хамааралтай байгаа эсэхийг шалгах. Мөн төрж, өссөн орчны (нийгмийн) ялгаатай байдлын нөлөөлөл хүний зан чанарт хэрхэн туссаныг, үе хоорондын буюу залуу миллиennial, ахмад миллиennialын онцлог, ялгааг тодорхойлох зорилгыг дэвшүүлэв.

II. ОНОЛ, АРГА ЗҮЙН ХЭСЭГ

Орчин цагийн сэтгэл судлалын шинжлэх ухаанд харанхуй гурвал буюу dark triad” хэмээх ойлголт түгээмэл хэрэглэгдэх болсон. Үүнд “Machiavellianism, Narcissism, Psychopathy” хандлагуудыг хамруулан ойлгодог.

Харанхуй гурвалын нэг “Machiavellianism” нь Никко Макиавеллигийн нэрээр алдаршсан ба түүний философийн зохиол дээр үндэслэн гарч ирсэн нэр томъёо билээ. Энэ хэв шинжийн хүмүүс ичгүүр сонжуургүй, овжин, залиар амжилтанд хүрэх эрмэлзэлтэй, ашигтай байдлаар нөхцөл байдалд нийцүүлэн ааш зан гаргадаг. “Narcissism” хэв шинж нь гаднаасаа сэтгэл татам харагддагч ч, дотроо хүйтэн цэвдэг, ямбатай, түрэмгий, бусдыг доош хийж өөрийгөө дөвийлгөх зэргээр илэрдэг. “Psychopathy” хэв шинжийн хүмүүс эрч хүчтэй, эрсдэлд дуртай, хувирамтгай, бусдыг ойлгох чадваргүй байдаг.

Бид энэхүү судалгаандаа олон улсын NPI-40 нарциссист хандлагыг тодорхойлох тестэнд өндөр авсан байдалтай нь, фэйкбүүкийн хэрэглээ буюу онлайн зан байдлыг нь мелленниал үе хоорондын ялгааг харьцуулсан судалгаа явуулсан болно.

Нарциссист хандлагатай хүмүүсийн фэйсбүүк-хэрэглээ, өөртөө болон бусдад хандаж байгаа онлайн орчин дахь зан байдлыг судлахад түлхэц өгсөн

эртний нэгэн домогт бий. Энэ домогт Нарциссус хэмээн нэг сайхан эр, өөрийн хайраа энэ дэлхийгээр нэг эрэн хайж байгаа тухай гардаг ба тэрээр Цуурай хэмээгч лусын дагиныг голсныхоо дараа санаандгүй өөрийн дүр царайг голын уснаа тусахыг хараад өөртөө дурлачихсан юмсанж. Ингээд өөртөө дурласан тэрээр биеэ татаж чадалгүй байсаар голын усанд унан, живсэн тухай өгүүлдэг. Үүнээс хойш тэрхүү голын эргэ дээр ургасан цэцэгсийг нарцисс гэж нэрлэх болсон гэдэг.

Өөрийн үнэлэмж гэдэг нь хувь хүний өөрийгөө харах өнцөг, нийгмийн зүгээс үзүүлэх хариу үйлдэл, харьцуулалт дээр үндэслэн өөрийгөө үнэлэх үнэлэмж байдаг. Гэвч өөрийн үнэлэмж, онлайн зан байдлын хамаарлын тухайн судалгаануудын дүгнэлт харилцан адилгүй байна. Тухайлбал зарим судалгаагаар өөрийн үнэлэмж багатай хүмүүс онлайн харилцаанд идэвхтэй харин өөрийн үнэлэмж өндөр хүмүүс онлайн идэвх бага байдаг.[8] [Mehdizadeh, 2010]

III. СУДАЛГААНЫ ХЭСЭГ

Судалгаанд оролцогчдын гол шалгуур нь facebook – хэрэглэгч байх. Мөн 1977-1990 оны хооронд төрөгсөд, 1991-2000 оны хооронд төрөгсдийн 2 бүлгийн нийт 56 facebook хэрэглэгчийг хамруулсан болно. *Үүнд судалгааны материал алдаагүй бүрэн гүйцэтгэсэн тохиолдлуудыг нэгтгэн ашигласан болно.* Олон улсын NPI-40 нарциссист хандлагыг тодорхойлох сэтгэл зүйн тестэд хамруулах. Судалгаанд оролцогчид цаасан болон онлайн хэлбэрээр оролцох боломжтой байсан ч ихэнх оролцогчид онлайнаар судалгаанд хамрагдсан. Судалгаанд оролцогчдоос өөрийн үнэлгээний тест, нарциссист хандлагын анкетын шалгуурт хамруулав. Үүний дараа нь facebook хэрэглэгчийн log activity цэсээс асуулгын дагуух тодорхой хэрэглээг бүртгэн авах, зарим хэрэглээг нь гаднаас ажилглан бүртгэж, судалгааны ажлын тоон өгөгдлийг цуглуулсан болно. *Тухайн хувь хүнээс зөвшөөрөл авч, сайн дурын үндсэн дээр судалгаанд хамруулсан болно.* Залуу миллениал 30 хэрэглэгч, ахмад миллениал 26 хэрэглэгч хамрагдсан ба дундаж нас 28.70 байв. Хүйсийн хувьд нийт 38 эмэгтэй, 18 эрэгтэй оролцогчид судалгаанд хамрагдсан. Судалгааны ажлын үр дүнгийн боловсруулалтыг статистик боловсруулалтын SPSS-26 программ дээр тойм статистик болон залуу миллениал, ахмад миллениал гэх хоёр бүлгийн хооронд нарциссист хандлага, өөрийн үнэлэмжийн түвшинд ялгаа байгаа эсэхийг “independent sample T test” шалгуураар тодорхойлов.

Үүний дараа өөрийн үнэлэмж, болон нарциссист хандлага, фэйсбүүк хэрэглээний хооронд хамаарал байгаа эсэхийг шалгав. Эхлээд бид хамаарах

хувьсагчаар өөрийн үнэлэмж, үл хамаарах хувьсагчаар нарциссист хандлага гэж үзээд уг хоёр судалгааны тоон өгөгдөл буюу утгууд нь хоёул ordinal-эрэмбэлэгдсэн тоо учраас “Spearman r_s ” корреляц шалгуураар хамаарлыг нь тодорхойлов. Нарциссист хандлага болон фэйсбүүкийн хэрэглээний хооронд хамаарал байгааг мөн шалгасан болно.

IV. ХЭЛЭЛЦҮҮЛЭГ

Зарим улс орнуудад хийгдсэн судалгаагаар онлайн зан байдал, хувь хүний зан чанарууд нь өөр хоорондоо системчлэгдсэн хамааралтай ажээ. [4] [Brailovskaia,J., Bierhoff,H.W., 2012] Мөн нэгэн судалгааны үр дүнд хоёр төрлийн нарциссизм байдаг ба ил (агуу) эсвэл далд (эмзэг). Энгийн харилцаандаа ил нарциссист хүмүүс нь ихэвчлэн өөртөө итгэлгүй бөгөөд нийгмийн сэтгэл зүйн эмгэгтэй байдаг.[5] [Rohmann,E., Neumann,E., Herner,M.,Bierhoff,H.W., 2012] Гэвч онлайн орчин дахь харилцааны хувьд тухайн хүний нарциссизмын төрлөөс үл хамааран нарциссист зан чанар нь социал платформууд дээрх зан байдалтай нь эерэг хамааралтай байгааг зарим төрлийн судалгаа харуулж байна. Сонирхолтой нь, ил болон далд нарциссистуудын бүгд социал сүлжээнд өөрсдийн хувийн мэдээллээ хуваалцаж, зургаа оруулж, өдөр тутмын амьдралаа өөрсдийгөө магтсан постуудаар хуваалцдаг байна. Сенсаци сонирхох байдал нь шинэлэг, төвөгтэй, олон янзын мэдрэмж, туршлагыг эрчимтэй эрэлхийлдэг зан чанар гэж тодорхойлж болно. Энэхүү зан чанар давамгайл хүмүүс нь эрсдэлд дуртай байдаг.[6] [Zuckerman, 1994] Сенсаци эрэлхийлэгч хүмүүс онлайн орчинд өөрийгөө илэрхийлэх харилцаанд маш идэвхтэй байдаг. (тухайлбал facebook-н олон найзуудтай байдаг). Тэд социал платформууд дээр бусадтай тоглоом тоглох, хөгжилтэй, пост, зураг, бичлэг, үйлдлүүдийг илүүд үздэг. Өөрийн үнэлэмж гэдэг нь хувь хүний өөрийгөө харах өнцөг, нийгмийн хариу үйлдэл болон харьцуулалт дээр үндэслэн өөрийгөө үнэлэх үнэлэмж гэж тодорхойлсон байна. [7][Petersen,L.E., Stahlberg,D.,Frey,D., 2006]

Бидний судалгааны ажлын статистик боловсруулалтын үр дүнгээс үзэхэд фэйсбүүк хэрэглээ буюу хэрэглэгчийн нийт оруулсан зургийн тоо, өөрийгөө харуулсан зураг, бусдын оруулсан зураг, пост, видео дээр сэтгэгдэл илэрхийлэх байдал, мөн хариу мессеж, коммент, реакци үзүүлэх байдлын хоорондын хамаарлын талаарх үр дүнг үзүүлсэн. Энэхүү үр дүнгээс үзэхэд олон зураг, видео, пост нийтэлдэг хүмүүс өөрийгөө илэрхийлсэн зураг, видео, пост фэйсбүүк хэрэглээнд их байдаг болохыг батлаж байна.

Хүснэгт 3

Correlations				
			Нарциссист	Өөрийн үнэлэмж
Spearman's rho	Нарциссист	Correlation Coefficient	1.000	.530**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	56	56
	Өөрийн үнэлэмж	Correlation Coefficient	.530**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	56	56
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).				

Хүснэгт 3 нь судалгаанд нийт оролцогч 56 хүний өөрийгөө үнэлэх үнэлэмж, болон нарциссист хандлагын хувьд өндөр хамааралтай байгааг харуулж байна. Энэ нь нарциссист хандлага нь өөрийн үнэлэмжтэй хамааралтай ба өөрийн үнэлэмж хэт өндөр байх нь нарциссист хандлагын илрэх болохыг батлаж байна.

Хүснэгт 2

Correlations				
			Нарциссист	Миллениал
Spearman's rho	Нарциссист	Correlation Coefficient	1.000	.734**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	56	56
	Миллениал	Correlation Coefficient	.734**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	56	56
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).				

Хүснэгт 2 нь залуу миллениал, ахмад миллениал үе хоорондын нарциссист хандлагын хамааралтай байгааг илтгэж байна. Энэ нь төрсөн он, үе ахих тусам нарциссист хандлагын хамаарал өндөртэй байгааг харуулах ба судалгаанд оролцогчдыг хоёр бүлэгт ангилан шинжилсэн болно.

Independent sample T test шалгуур

Хүснэгт 3

Group Statistics					
	миллениал	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
нарциссист	залуу миллениал	29	3.52	.738	.137
	ахмад миллениал	27	2.11	.577	.111
өөрийн үнэлэмж	залуу миллениал	29	3.31	1.039	.193
	ахмад миллениал	27	2.56	.506	.097

Залуу миллинниал болон ахмад миллинниал бүлгүүдийн хоорондын фэйсбүүк хэрэглээний түвшинд ялгаатай эсэхийг “independent sample T test” шалгуураар шалгав.

Уг шалгуурын дүнд $\text{sig}=.006$ нь альфа утгаас бага (0.05-тай тэнцүү буюу бага) байгаа тохиолдолд судалгааны ажлын таамаглал боловсруулалтын үр дүнгээр үгүйсгэгдэж байна.

Энэ нь залуу миллинниал үеийнхэн болон ахмад миллинниал үеийнхэн хоёр бүлэгт ангилахад, бүлгүүдийн хооронд фэйсбүүкийн хэрэглээний хувьд ялгаа байхгүйг (статистик ач холбогдолгүйг) илтгэж байна.

IV. ДҮГНЭЛТ

Судалгааны үр дүнгээс залуу миллинниал, ахмад миллинниал бүлгүүдийн хооронд фэйсбүүк хэрэглээний төвшинд статистик ач холбогдолгүй байсан бол өөрийн үнэлэмж, нарциссист хандлагын хувьд ялгаатай байв. Тодруулбал өөрийн үнэлэмж нарциссист хандлага нь өөр хоорондоо харилцан хамааралтай ба залуу миллинниал үе нь ахмад миллинниал үеэсээ илүү нарциссист хандлагатай болох нь судалгааны дүнд батлагдав.

Өөрийн үнэлэмж нь тогтвортой үзүүлэлт биш бөгөөд тухайн нөхцөл байдлаар өдөөгдөн өөрчлөгдөх боломжтой чанар юм. Нарциссист хүмүүс буюу өөртөө дурлагчид өөртөө итгэх итгэл, өөрийн дотоод үнэлэмж өндөр боловч тогтворгүй, хэврэг байдаг. Нарциссист хандлага нь фэйсбүүкийн хэрэглээтэй тодорхой нөхцөлөөр хамааралтай буюу ил нарциссист, далд нарциссист хандлага нь өөрийн фэйсбүүкийн хэрэглээгээр илрэх боломжтойг харуулж байна. Онлайн орчин дахь зан чанар, зан үйл нь тухайн фэйсбүүк хэрэглэгчийн нарциссист хандлагатай шууд холбоотой ба өөрийн фэйсбүүк хуудсанд нийтэлж буй зураг, видео, пост нийтлэх байдлаар онлайн зан байдал юм. Энэ нь бусдаас ирсэн мессеж, комментод хариу өгөх, бусдын зураг, видео, постод хариу үзүүлэх өөрийгөө харуулсан зураг, видео, пост нийтлэх байдал зэргийг харьцуулан тодорхой утгуудаар үнэлсэн.

Дээрх судалгааны ажлын дүнгээс үзэхэд залуу миллинниал буюу (1991-2000), ахмад миллинниал (1977/80-1990) үе хооронд нарциссист хандлагын хувьд ялгаатай байв. Тодруулбал үе ахих тусам буюу залуу миллинниал үеийн нарциссист хандлага илүү байгааг дүгнэж болно.

НОМ ЗҮЙ

1. Brailovskaia, J., Bierhoff, H. W. (2012). *Sensation Seeking Narcis-sists, Extraversion and Self-Presentation in Social Networks.*
2. Correa, T. Hunsley, A. Zuniga, H. G. (2010). *Who interacts on the Web.*

3. Mehdizadeh, S. (2010). *Narcissism and Self-Esteem on Facebook. Cyberpsychology, Behavior and Social Networking* .
4. montsame.mn. (2018). *montsame.mn. ulaanbaatar*.
5. Petersen, L.E., Stahlberg, D., Frey, D. (2006). *Handbuch der Sozialpsychologie und Kommunikationspsychologie. Göttingen Hogrefe*.
6. Rohmann, E., Neumann, E., Herner, M., Bierhoff, H.W. (2012). *Grandiose and vulnerable narcissism self-construal, attachment, and love in romantic relationships. European Psychologist*.
7. Tapscott, D. (2009). *Grown up digital: How the Net Generation is changing your world. New York: McGraw-Hill*.
8. Zuckerman, M. (1994). *Behavioral expression and biosocial bases of Sensation Seeking. Cambridge University Press*.