

# Narcyz w sieci społecznej, czyli co analiza sieci mówi o funkcjonowaniu osób narcystycznych

Anna Czarna

*Instytut Psychologii, Uniwersytet Wrocławski*

Prezentowane badanie wykorzystuje metody socjometryczne i analizę sieci, aby rozstrzygnąć kwestię społecznego powodzenia osób narcystycznych. W naturalnym otoczeniu, w kilkunastoosobowych grupach rówieśniczych, sprawdzano hipotezy dotyczące związków narcyzmu z pozycją w sieci społecznej, rozumianą jako popularność i akceptacja przez członków grupy, a także hipotezy o narcystycznym przecenianiu tej pozycji i o wzajemnej sympatii narcyzów. Wyniki dostarczają złożonego obrazu pozycji narcyzów w grupach: z jednej strony są oni bardziej popularni, częściej dostrzegani, z drugiej narcyzm koreluje negatywnie z byciem lubianym. Normą w badanych grupach było niedocenie swojej pozycji, a narcystyczni badani przejawiali większą trafność w jej ocenie (większe docenianie). Analiza sieci ujawniła dodatkowo ich centralną pozycję w grupach, przejawiającą się wyższą liczbą relacji interpersonalnych, zwłaszcza wychodzących od nich ku innym, strategicznym doбором znajomych wśród wpływowych członków grupy oraz większą kontrolą przepływu informacji w sieci społecznej, wynikającym z pośredniczenia pomiędzy członkami grupy. Hipoteza o wzajemnej sympatii narcyzów została potwierdzona. Dyskusja dotyczy kulturowej specyficzności uzyskanych wyników, ich konsekwencji dla rozumienia narcyzmu (zwłaszcza jego utrzymywania się i rozpowszechniania), ograniczeń ich generalizacji oraz propozycji dalszych kierunków badań.

*Słowa kluczowe:* narcyzm, pozycja w grupie, popularność, analiza sieci, atrakcyjność interpersonalna, motyw autowaloryzacji

Widzę kształt rzeczy w ich sensie istotnym  
I to mnie czyni wielkim oraz jednokrotnym  
W odróżnieniu od was, którzy, Państwo wybaczą,  
Jesteście wierszem idioty odbitym na powielaczu  
Jacek Kaczmarski, *Autoportret Witkacego* (2002)

## Gwiazdorstwo czy izolacja

Czy można lubić kogoś, kto jest nieempatyczny, nie-ugodowy, chłodny, wykorzystujący innych, arogancki, zaabsorbowany sobą i przeczulony na własnym punkcie?

---

Anna Czarna, Instytut Psychologii Uniwersytet Wrocławski,  
e-mail: [anna.czarna@vp.pl](mailto:anna.czarna@vp.pl)

Autorka pragnie podziękować prof. Andrzejowi Szmajke oraz dr. Sławomirowi Śpiewakowi i dr. Pawłowi Wójsowi za cenne uwagi do wcześniejszych wersji artykułu. Osobne podziękowania należą się dr. Pawłowi Wójsowi, Marcinowi Borkowskiemu, dr. Radosławowi Walczakowi i Przemysławowi Zdybkowi oraz dr. Dariuszowi Asanowiczowi za pomoc w zebraniu danych.

Kogoś, kto przypisuje sobie zasługi za sukcesy, a odpowiedzialność za porażki zrzuca na innych? Kto domaga się uwagi, podziwu i uważa, że należą mu się specjalne względy? Kogoś potencjalnie niemoralnego, nieuczciwego, kto staje się agresywny, jeśli mu się tych względów odmawia? Chodzi o kogoś, kogo prototypem mógłby być O. J. Simpson, uwielbiana przez miliony gwiazda amerykańskiego futbolu i podwójny morderca skazany na 33 lata więzienia, który wyznał przecież: „...zawsze chciałem być lubiany i szanowany”.

Intuicja podpowiada, że nie. Badacze narcyzmu sugerują natomiast, że niekoniecznie „nie”, bo to tylko jedna (ta bardziej roszczeniowa, pretensjonalna) i to mniej

dostępna (przynajmniej na początku znajomości) strona narcyzmu. Pomimo iż dowiedziono, że intensywnie stosowane przez narcyzów strategie autowaloryzacyjne są interpersonalnie szkodliwe i przyczyniają się do gorszego funkcjonowania ich związków, stających się polem „tryumfu ego nad emocjonalną bliskością” (Campbell, 1999; Campbell, Foster i Finkel, 2002; Campbell, Rudich i Sedikides, 2002; Campbell, Sedikides, Reeder i Elliot, 2000; Foster, Shrira i Campbell, 2006), to jednak trudno nie lubić narcyza. Przynajmniej na początku znajomości. Jest to przecież z drugiej strony pewny siebie, ekstrawertywny, często czarujący, zabawny, kreatywny człowiek, który potrafi być duszą towarzystwa. Mimo że woli być podziwiany niż lubiany (Raskin, Novacek i Hogan, 1991) i czuje się samowystarczalny. Należy do tzw. monitorujących się „graczy” (Emmons, 1984), a więc osób monitorujących adekwatność swojego zachowania interpersonalnego do zamierzonych celów. Gracze to ekspresyjni, dobrze kontrolujący się i odnoszący sukcesy w kontaktach z innymi ludźmi, pragmatyczni, elastyczni i efektywni autoprezenterzy. Są przywódcy, zajmują zwykle wyższe pozycje zawodowe, sprawiają ogólnie lepsze wrażenie na obserwatorach, ich styl autoprezentacji jest projektowany i „strategiczny” (Świątnicki, 1993).

W badaniach Oltmansa i Turkheimera (2006) osoby uważane przez rówieśników za narcystyczne opisywały siebie same jako skrajnie przyjacielskie, towarzyskie i dające się lubić. W tych samych badaniach ludzie narcystyczni, wyłonieni na podstawie wypełnionego przez siebie kwestionariusza, byli postrzegani przez rówieśników jako dominujący, mściwi, natrętni i narzucający się. Morf i Rhodewalt (2001) sugerowali, że strategia narcyza jest krótkowzroczna – jego zachowanie i manipulacje przysparzają mu szybkich zysków społecznych, ale generują straty w długiej perspektywie. Istotnym czynnikiem moderującym lubienie miałby być zatem czas znajomości. Twierdzenie to uzyskało częściowe wsparcie empiryczne: w badaniu Oltmansa i współpracowników (Oltmanns, Friedman, Fiedler i Turkheimer, 2004), osoby narcystyczne, dysponując zaledwie 30 sekundami wywiadu (nagrywanego na taśmę wideo), potrafiły zaprezentować się na tyle pozytywnie i zachęcająco, że kompletnie obcy im widzowie wyrażali pragnienie bliższego ich poznania. Campbell i Buffardi (2008) nazwali narcyzm pułapką społeczną, interpersonalnymi sidłami. Oto znęcenie wyjątkową błyskotliwością, energią i sympatią narcyza wpadamy w nie, by z czasem znaleźć się w bliskim, choć zimnym i niesatysfakcjonującym związku ze skrajnie wymagającą, i zawsze niezadowoloną, agresywną osobą. Narcystyczne jednostki polują na „partnerów-trofea”, którzy dodadzą im blasku. Miłość traktują jak kolejną

arenę i poligon do ćwiczenia swojej sprawności i dowodzenia wyjątkowości. Jonason, Li, Webster i Schmitt (2009) zwrócili uwagę na ewolucyjne znaczenie narcyzmu i adaptacyjność Ciemnej Triady (narcyzm, makiawelizm, psychopatia) – cechy te miałyby przyczyniać się do zwiększonego sukcesu reprodukcyjnego posiadających je mężczyzn. Zdaniem Jonasona, ludzie narcystyczni to drapieżniki w ludzkim świecie społecznym.

Dotychczas jednak brakuje jednoznacznych dowodów na spadek skuteczności autoprezentacji narcyzów w czasie. Jedynie Paulhus (1998) w swoim podłużnym badaniu zdołał wykazać, że wystarczy siedem 20-minutowych spotkań, a więc nieco więcej niż dwie godziny znajomości, żeby postrzeganie narcyza przez rówieśników, początkowo znakomite, stało się mniej korzystne. Wówczas traci on nieco ze swojego błyskotliwego pierwszego wrażenia, okazując się gorzej przystosowany, nieugodowy, nie tak szczęśliwy ani psychicznie zdrowy czy lubiący siebie. Ani zrównoważony, już nie ciepły, za to arogantki i przechwalający się. Wynik ten potwierdza hipotezy Morf i Rhodewalta. Nadal jednak, nawet pod koniec badania, w ostatnich pomiarach, narcyz był postrzegany jako raczej pewny siebie i zabawny. Co więcej, próba replikacji tych wyników, dokonana przez badaczy zaburzeń osobowości (South, Oltmanns i Turkheimer, 2005) nie potwierdziła wyników Paulhusa. Co prawda narcystyczni uczestnicy tego badania, po czterech kilkudziesięciominutowych intensywnych interakcjach w ramach małych grup na przestrzeni sześciu tygodni (razem około dwie i pół godziny kontaktu) byli oceniani jako bardziej agresywni, ale i lepiej przystosowani, i wcale nie mniej atrakcyjni czy lubiani; w przeciwieństwie do uczestników przejawiających inne cechy osobowości (m.in. charakterystyczne dla osobowości zależnych, unikających, obsesyjno-kompulsywnych czy schizotypowych). Zdaniem autorów badania, wyniki te wskazują, że zaburzenia osobowości różnią się istotnie pod względem awersyjności dla innych ludzi, a pewność siebie oraz ekstrawersja związana z narcyzmem (oraz, co jeszcze bardziej szokujące, antyspołecznym zaburzeniem osobowości) czynią go atrakcyjnym i przyciągającym dla innych, przynajmniej w krótkiej perspektywie.

Równie ciekawe wyniki przyniosły badania Cliftona i współpracowników (Clifton, Turkheimer i Oltmanns, 2009), którzy zastosowali analizę sieci do zbadania i skwantyfikowania pozycji zajmowanych przez narcyzów (i osoby o innych cechach osobowości) w grupach społecznych. Ponieważ badacze ci interesowali się głównie zaburzeniami osobowości, a do pomiaru narcyzmu użyli nietypowej miary: kwestionariusza opartego na kryteriach DSM, wypełnianego przez badanych

w odniesieniu do pozostałych członków grup, a próba ich była nietypowa (rekruci Amerykańskich Sił Powietrznych w liczbie 809), ich wnioski należy traktować z ostrożnością. Niemniej jednak również to badanie wykazało raczej korzystną pozycję narcyzów w grupach: narcyzm korelował (co prawda słabo:  $r$  od 0,10 do 0,24) ze wskaźnikami Liczba relacji wychodzących od badanego ku innym (*Outdegree*) i Pośredniczenie (*Betweenness*, wskaźnik znaczenia w sieci oparty na byciu pośrednikiem i łącznikiem pomiędzy pozostałymi członkami grup). Wynik mówiący o większej liczbie relacji wychodzących od narcyza ku innym pozostaje w zgodzie z ostatnimi doniesieniami Buffardi i Campbella (2008), dotyczącymi zwiększonej internetowej aktywności narcyzów w portalach społecznościowych. W badaniu Cliftona narcyzm dodatkowo korelował jednak również negatywnie z różnicą *Indegree- Outdegree* (różnicą pomiędzy liczbą relacji dochodzących do badanego a wychodzących od niego ku innym), co mówi o przecenianiu liczby więzi (znajomości) z innymi, wobec tego jak owe znajomości postrzegają inni.

Literatura dotycząca motywu autowaloryzacji, istotna dla tematu (ponieważ motyw ten jest szczególnie intensywnie realizowany przez ludzi narcystycznych), również nie dostarcza jasnych rozstrzygnięć. Brak spójności w wynikach badań na wpływem realizacji tego motywu na funkcjonowanie społeczne i towarzyskie. Istnieją dane, sugerujące, że prowadzi on do dysfunkcji interpersonalnej (np. niższego zaangażowania w związek intymny, niewierności, ostracyzmu), niższych ocen ze strony rówieśników w dłuższej perspektywie (Bonanno, Field, Kovacevic i Kaltman, 2002; Bonanno, Rennie i Dekel, 2005; Colvin, Block i Funder, 1995) oraz w rezultacie obniżenia samooceny i jakości życia (Robins i Beer, 2001). Inne badania wskazują z kolei na pozytywne interpersonalne skutki dążenia do realizacji tego motywu (Campbell, 1999; Campbell i Foster, 2007), w tym satysfakcjonujące długotrwałe związki (Campbell, 1999; Sedikides, Rudich, Gregg, Kumashiro i Rusbult, 2004) i korzystne oceny ze strony wieloletnich znajomych (Taylor, Lerner, Sherman, Sage i McDowell, 2003), i to tym korzystniejsze, im silniej realizowany był motyw. Sedikides i współpracownicy (Sedikides, Gregg i Hart, 2007) sugerują, że negatywne skutki związane z realizacją motywu podnoszenia samooceny mogą być ograniczone do osób narcystycznych: „Ich chełpliwe, niewspółpracujące i destrukcyjne zachowanie rodzi niepopularność, która z kolei może prowadzić do ostracyzmu ze strony grup społecznych, do których się przyłączają. Ostracyzm zaś, z kolei związany jest z nieprzystosowaniem społecznym” (Sedikides i in., 2007, s. 174). Z drugiej strony jednak badania Sedikidesa i współpracowników (2004) wykazały przecięź, że

narcyzm jest negatywnie skorelowany z samotnością, a pozytywnie z poczuciem dobrostanu w związku, mimo że narcystyczni partnerzy wykorzystują swoje związki do podtrzymywania swojego wyolbrzymionego poczucia znaczenia. Wyjaśnienie tej kontrowersji może leżeć w stosowanej metodologii. Sedikides i Gregg (2001) stawiają odważną tezę, że wybitne społeczne powodzenie, popularność narcyzów jest jedynie ich własną iluzją, ponieważ nie są oni zdolni do rozpoznania odrzucenia społecznego (są bowiem „dobrze funkcjonującymi autystykami”). Z tego powodu korzystne jest dotarcie i przebadanie realnych sieci społecznych narcyzów, zamiast opierania się na dostarczonych przez nich samoopisach.

Wielu teoretyków twierdziło jednak, iż narcyz może być tzw. socjometryczną gwiazdą<sup>1</sup>, choć dotychczas brakuje bezpośrednich dowodów empirycznych na poparcie tej tezy. Brunell i współpracownicy (Brunell, Gentry, Campbell, Hoffman, Kuhnert i Demarree, 2008) wykazali, że osoby narcystyczne mają tendencję do przejmowania władzy w grupach pozbawionych przywódcy. Nie spisywały się jednak lepiej w tej roli niż inni. Przedstawione poniżej badanie miało na celu pierwszą bezpośrednią i ekologicznie czystą weryfikację hipotezy o popularności osób narcystycznych w kilkunastoosobowych grupach rówieśniczych. Nie badano klinicznego nasilenia narcyzmu. Paradoks narcyzmu, zdaniem Ericha Fromma (1980) oraz Marka Leary'ego (2004), polega na tym, że wszyscy dysponujemy tym elementem. W końcu 70–80 procent ludzi uważa się za lepszych niż przeciętni pod różnymi względami (Alicke i Govorun, 2005) – od umiejętności prowadzenia samochodu, przez zdolności intelektualne, po popularność towarzyską. Pytanie dotyczy raczej tego, czy narcyzm w nas jest społecznie wspierany i nagradzany lubieniem, czy też karany przez innych odrzuceniem. Jest to szczególnie ciekawe w polskim kontekście kulturowym, w którym przypuszczalnie bardziej niż w kulturach silniej indywidualistycznych ceniona jest skromność. Wydaje się, że Polacy ze swoją normą narzekania (Wojciszke, 2004), determinującą krytyczne postrzeganie własnej grupy (Bilewicz, 2007), mogą tworzyć zupełnie inne środowisko niż afirmujący siebie Amerykanie, o których Stephen Colbert (2009), gospodarz popularnego amerykańskiego programu, mówi: „Przypuszczanie, że inni są lepsi ode mnie to coś, co czyni człowieka Kanadyjczykiem, a nie Amerykaninem”. Mimo że motyw autowaloryzacji jest obecny we wszelkich kontekstach kulturowych (Schmitt i Allik, 2005), to jednak kultura zachodnia, z jej normą pozytywności, promuje stałe dążenie do zwiększania samooceny (Baccus, Baldwin i Packer, 2004; Branden, 1994; California Task Force to Promote Self-Esteem and Personal and Social

Responsibility, 1990; Dijksterhuis, 2004; Mruk, 1995; Riketta i Dauheimer, 2003) i wydaje się socjalizować do narcyzmu, podczas gdy członkowie kultur wschodnich oceniają siebie ogólnie mniej pozytywnie (Farh, Dobbins i Cheng, 1991), ich autoprezentacja jest przeciętnie skromniejsza (Chen, 1993), a dominującą potrzebą nie jest pozytywny wizerunek siebie, lecz samokrytycyzm (Kitayama, Markus, Matsumoto i Norasakkunkit, 1997). W końcu to Amerykanie przede wszystkim, a nie Polacy, doświadczają „epidemii narcyzmu”.

Niniejsze badanie przeprowadzono zatem w Polsce, w szeregu zwykłych grup studenckich w polskich uczelniach, nie aranżowanych sztucznie w laboratorium, lecz istniejących niezależnie poza kontekstem badania i znających się od co najmniej pół roku.

### Hipoteza wycieraczki

Częścią zagadki popularności osób narcystycznych jest kwestia tego, kto ich lubi, kim są ci, którzy śmieją się z ich dowcipów, darzą ich sympatią, podziwiają, wspierają, uważają za swoich przyjaciół, pozostają pod ich urokiem. I którzy, przynajmniej początkowo, nie dostrzegają ich wad bądź uważają je za mniej istotne niż zalety. Czy istnieje jakaś psychologiczna właściwość, która popycha ludzi ku jednostkom bardziej narcystycznym? Jeśli wziąć pod uwagę, że mowa o sympatii do głośnych, pewnych siebie, zajmujących więcej uwagi, ekstrawertywnych jednostek, to naturalnymi kandydatami na partnerów kontaktów towarzyskich narcyzów wydają się... inne osoby narcystyczne. I nie jest to hipoteza oparta na prostym mechanizmie przyciągania się podobieństw ani tym bardziej zdroworozsądkowo oczywista. Bardziej intuicyjnie oczywista wydaje się inna, nazwana przez Campbella „hipotezą wycieraczki” (Campbell, Brunell i Finkel, 2006), mówiąca o tym, że najlepszymi partnerami społecznych interakcji (a zwłaszcza związków romantycznych) dla narcyzów byłyby osoby o niskiej samoocenie. Takie osoby były gotowe poddać się i znosić nadużycia („deptanie” niczym wycieraczka) oraz podnosić partnerom nastrojów, z chęcią odgrywając rolę obiektu porównań w dół. Za tą hipotezą opowiadał się początkowo Sedikides ze współpracownikami (Sedikides, Campbell, Reeder, Elliot i Gregg, 2002), sądząc, że osoby narcystyczne w drodze asortatywnego kojarzenia wiążą się ze szczególnie mało narcystycznymi partnerami. Badania jednak nie potwierdzają tej hipotezy. Przeciwnie, Campbell i współpracownicy (2002) zaobserwowali, że ludzie narcystyczni umawiają się raczej z innymi narcyzami, przynajmniej jeśli chodzi o związki romantyczne, w których partnerzy są zaangażowani na tyle, że zdołali nakłonić partnera do przyścia do laboratorium.

Wydaje się możliwe, że ewentualna społeczna popularność narcyzów jest skutkiem ich aktywnego, opartego na manipulacji zdobywania uznania i podziwu, ale również efektem uosobienia w ich postępowaniu ukrytych, często nieświadomych pragnień każdego człowieka: potrzeby podziwu i uwielbienia ze strony innych ludzi, potrzeby pewności siebie i posiadania charyzmy. Niewykluczone, że pewne potrzeby narcystyczne są komplementarne. Innymi słowy: narcystyczne potrzeby różnych osób mogą się wzajemnie uzupełniać, co w efekcie może wytwarzać fenomen popularności narcyzów (podziwianych przez innych narcyzów, sic!). Wyniki badań reklam odwołujących się do motywów narcystycznych pozostają w zgodzie z przypuszczeniem, że społeczna popularność narcyzów jest napędzana własnymi motywami narcystycznymi ich „publiczności” (które uruchamiają identyfikację z autoprezentorem; Grochowska i Łojewska, 2002). Podobne przyczyny fenomenu popularności narcyzów znajdował Erich Fromm (1980), próbując wyjaśnić sukces propagandowy Hitlera. Uważał on ten fenomen za bardzo dziwny, ale i logicznie uzasadniony: „Prawdziwa miłość stała się obecnie taką rzadkością, iż zesłała faktycznie z pola widzenia większości ludzi. W osobniku narcystycznym widzi natomiast współczesny człowiek kogoś, kto kocha prawdziwie, przynajmniej jedną osobę – siebie samego” (Fromm, 1980, s. 49). Zdaniem Pospiszyla (1995), przyczyna popularności narcyzów wypływa stąd, że „narcystyczna jednostka ucieleśnia w swym postępowaniu skłonności, jakie tkwią w każdym człowieku, jako że cecha ta – należy pamiętać – każdemu człowiekowi, w mniejszym lub większym stopniu, towarzyszy aż do śmierci. Przejawiana przez człowieka narcystycznego pewność siebie, brak wątpliwości odnośnie do własnych poczynań, niezachwiana wiara we własną wyjątkowość ma stanowić odzwierciedlenie tęsknot za podobnym wizerunkiem tkwiącym w podświadomości każdego człowieka” (Pospiszyl, 1995, s. 172).

Pierwotna i wielokrotnie później modyfikowana teoria narcyzmu Zygmunta Freuda (1914) w pewnym sensie również pozwala przewidywać, choć z innych przyczyn, wzajemne przyciąganie narcyzów przez narcyzów. Teoria ta przedstawiała miłość typu narcystycznego jako taką właśnie, która może być skierowana ku samemu sobie, temu, kim kiedyś byliśmy, temu, kim chcielibyśmy być czy wreszcie komuś, kogo część niegdyś stanowiliśmy. Sympatia do osób narcystycznych, i to tym większa, im bardziej jej obiekt, jak i jej podmiot posiadają cechę narcyzmu, wpisuje się dobrze w ogólną prawidłowość kochania „siebie, swojego i sobie najbardziej podobnego”.

Wniosek o wzajemnej kompatybilności narcyzów i komplementarności potrzeb narcystycznych nasuwa nie



tylko teoria koluzji narcystycznej<sup>2</sup> Williego (1996), ale także teoria potrzeb narcystycznych autorstwa Kohuta (Kohut i Wolf, 1978), w szczególności opisy potrzeb odzwierciedlenia oraz idealizacji, które są częściowo niezależne, a ich frustracja skutkuje wytworzeniem różnych podtypów osobowości narcystycznej. Według kohutowskiej charakterystyki owych podtypów:

„Osobowość spragniona lustra pragnie self obiektu<sup>3</sup>, którego potwierdzające i pełne podziwu reakcje nasycą jej wygłodniałe self. Tego typu jednostki są popychane do tego, żeby eksponować siebie i wzbudzać uwagę innych, starając się przeciwdziałać, choćby chwilowo, wewnętrznemu poczuciu bezwartościowości i brakowi szacunku dla samych siebie” (Kohut i Wolf, 1978, s. 419 – tłum. własne).

Z kolei „Osobowości spragnione ideałów – tego typu jednostki szukają tych, których mogą podziwiać dla ich prestiżu, siły, piękna, inteligencji czy wartości moralnych. Mogą one doświadczać siebie jako wartościowych tylko tak długo, jak długo mogą odnosić się do swoich podziwianych self obiektów” (Kohut i Wolf, 1978, s. 420 – tłum. własne).

Wydaje się, że narcyz z narcyzem wzajemnie się potrzebują i przyciągają, tak jak socjopaci. Podobne hipotezy stawia Campbell i współpracownicy (2006). Ich zdaniem najlepszymi parterami romantycznymi narcyzów mogliby być ludzie narcystyczni. Każda ze wspomnianych wyżej teorii pozwala przewidywać, chociaż z różnych przyczyn, sympatię narcyzów dla narcyzów. W niniejszym badaniu podjęto próbę zweryfikowania hipotezy o wzajemnej sympatii osób narcystycznych w kontekście luźnych, nieromantycznych związków towarzyskich w zwykłych grupach rówieśniczych.

W opisywanym badaniu zmierzono poziom narcyzmu członków kilkunastoosobowych grup studenckich, istniejących od co najmniej pół roku. Zastosowano najmocniejszą metodę używaną w badaniach nad percepcją interpersonalną – plan *round robin* (Crano i Brewer, 2008; Oltmanns i Turkheimer, 2006): za pomocą metod wzorowanych na socjometrycznych zmierzono nasilenie sympatii każdego członka grupy do każdego z pozostałych. Dodatkowo każdy z badanych szacował, na podstawie swoich doświadczeń, obserwacji i odczuć, na ile jest przez każdego z pozostałych lubiany. W ten sposób zebrane dane umożliwiły obliczenie dla każdego z badanych wskaźnika jego popularności w grupie (wskaźnika bycia lubianym przez innych), wskaźnika lubienia innych, subiektywnej oceny własnej pozycji w grupie (oszacowania, na ile jest się lubianym), a wreszcie wskaźnika trafności własnej subiektywnej oceny. Za pomocą tych miar sprawdzono hipotezy o związkach narcyzmu

z akceptacją (byciem lubianym) w grupie oraz przecenianiem własnej pozycji (subiektywnej oceny swojej pozycji w grupie). Zgodnie z przytoczonymi teoriami, czas znajomości działa na niekorzyść narcyza, spodziewano się zatem negatywnej korelacji narcyzmu z poziomem bycia lubianym w grupie oraz przeceniania przez niego swojej pozycji. A wreszcie poddano testowi hipotezę, mówiącą, że narcyzm lubiących koreluje z narcyzmem lubianych. Przeprowadzono również, wzorując się na badaniach Cliftona i współpracowników (2009), analizy sieci, obliczając dla każdej osoby badanej wystandaryzowane wskaźniki centralności jej pozycji w sieci społecznej: Liczby relacji dochodzących (*Indegree*), Liczby relacji wychodzących (*Outdegree*), Pośredniczenia (*Betweenness*), Bliskości (*Closeness*), Wektor własny (*Eigenvector*). Znaczenie każdego z tych wskaźników zostanie przedstawione poniżej.

## Metoda

### Osoby badane

Przebadano dziewięć formalnych grup studenckich, o liczebności od 11 do 16 osób (11, 12, 14, 16 oraz dwie grupy po 13 i trzy grupy po 15; średnia liczba osób w grupie: 13,8, mediana 14,  $SD = 1,64$ ), razem 124 osoby (w tym 102 kobiety; trzy grupy były 100% kobiece). Badani mieli od 19 do 32 lat, ze średnią i medianą 21 lat,  $SD = 2,46$ . Członkowie każdej grupy byli Polakami, studentami wyższych uczelni w Polsce (Uniwersytet Wrocławski, Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, National-Louis University w Nowym Sączu), znali się i spotykali regularnie na zajęciach od co najmniej pół roku.

### Procedura

Badanie było dobrowolne. Każdą grupę badano osobno. Każdy członek grupy losował samoprzylepną kartkę z numerem (użyto kartek z numerami w celu zapewnienia badanym anonimowości) i przylepił ją sobie do ubrania, tak aby każdy inny członek grupy widział jego numer. Następnie członkowie grupy siadali w kręgu, zapisywali na kwestionariuszu wylosowany przez siebie numer i wypełniali kwestionariusz. Dopiero kiedy wszyscy w grupie skończyli wypełnianie kwestionariusza, proszono ich o zdjęcie karteczek z numerami.

### Materiały

Badani otrzymali kwestionariusz składający się z: 1) metryki, która obejmowała pytania o wylosowany numer, wiek i płeć, 2) narzędzia służącego do pomiaru socjometrycznego, umożliwiającego zbadanie pozycji w grupie, 3) kwestionariusza *Narcissistic Personality*

*Inventory*, zaadaptowanego do polskich warunków przez Bazińską i Drat-Ruszczak (2000).

*Pomiar socjometryczny.* Zastosowano prosty pomiar stopnia akceptacji osoby przez członków grupy oraz jej popularności w grupie. W celu pomiaru stopnia akceptacji każdego członka grupy, osoby badane były proszone o określenie, w jakim stopniu lubią każdą z osób w swojej grupie na skali likertowskiej 5-punktowej: ++ oznaczało *bardzo lubię*, + oznaczało *raczej lubię*, 0 znaczyło *trudno powiedzieć (ani lubię, ani nie lubię)*, – to *raczej nie lubię*, – – znaczyło *bardzo nie lubię*. Osoby w grupie były oznaczone numerami, które wylosowały, bez podawania imion i nazwisk. Poziom akceptacji danej osoby przez członków grupy został obliczony jako procent punktów wystawionych jej przez pozostałych członków grupy do możliwego maksimum (maksimum to 100% akceptacji, czyli sytuacja, kiedy wszyscy pozostali członkowie grupy przyznają danej osobie po „++”).

Następnie proszono osoby badane o zapisanie numerów około sześciu najbardziej i sześciu najmniej lubianych przez siebie osób w grupie. Tak uzyskane nominacje umożliwiają pomiar popularności każdej osoby w grupie, zarówno popularności pozytywnej, rozumianej jako procent pozytywnych wyborów (nominacji) danej osoby wśród wszystkich pozytywnych nominacji w grupie, jak i negatywnej, rozumianej jako procent negatywnych wyborów tej osoby dokonanych przez pozostałych członków grupy, i wreszcie ogólnej popularności, rozumianej jako procent wszystkich razem, negatywnych i pozytywnych nominacji w grupie (100% popularności przypisywano, gdy 100% członków grupy wskazało daną osobę).

Rozróżnienie tych dwóch (popularności i akceptacji) aspektów pozycji w grupie daje pewne przybliżenie zróżnicowania skrajnych pozycji, m.in. osoby „cichej, mało dostrzeganej, ale akceptowanej”, „głośnej, tj. przyciągającej uwagę, nieakceptowanej” („negatywna sława”), jak i osób „przyciągających uwagę”, tj. popularnych i akceptowanych, czy wreszcie „cichych”, niedostrzeganych, czyli niepopularnych i jednocześnie odrzucanych.

*Kwestionariusz narcyzmu.* NPI, czyli *Narcissistic Personality Inventory* Raskina i Halla to najpopularniejszy na świecie kwestionariusz narcyzmu (Bazińska i Drat-Ruszczak, 2000; Banai, Mikulincer i Shaver, 2005; Morf i Rhodewalt, 2001). W badaniu zastosowano 34-pozycyjny kwestionariusz (z 5-punktową likertowską skalą odpowiedzi) w polskiej adaptacji Bazińskiej i Drat-Ruszczak (2000). Jest to narzędzie do mierzenia różnic indywidualnych w zakresie narcyzmu w populacji nieklinicznej, traktowanego jako zmienna osobowościowa o rozkładzie

normalnym w populacji. Polska wersja NPI obejmuje cztery podskale, oprócz których liczony jest ogólny, summaryczny wskaźnik narcyzmu. Badani mogą osiągnąć wyniki od 34 do 170, przy czym średnia w próbie normalizacyjnej (Bazińska i Drat-Ruszczak, 2000) wyniosła 105. Podskala Domaganie się podziwu ( $\alpha = 0,86$ ) odzwierciedla potrzebę znaczenia: pragnienie bycia zauważanym, podziwianym, komplementowanym, a także sławnym. Pragnienie podziwu zawiera element roszczeniowości odzwierciedlony w tytule skali („domaganie się”). Jest prawdopodobne, że ignorowanie potrzeby znaczenia przez otoczenie budzi w osobie narcystycznej wściekłość. Podskala Przywództwa ( $\alpha = 0,87$ ) odnosi się do przekonania o własnych zdolnościach przywódczych oraz przekonania o własnym wpływie na innych. Podskala Próżności ( $\alpha = 0,74$ ) jest skalą narcyzmu mitologicznego – odzwierciedla „miłość do siebie”, czyli aprobatę własnej cielesności i estetyzm. Podskala Samowystarczalności ( $\alpha = 0,69$ ) dotyczy przekonań o własnej niezależności, indywidualizmie, wysokiej kompetencji i sukcesie (Bazińska i Drat-Ruszczak, 2000).

#### Analiza sieci

Dane zebrane za pomocą narzędzia socjometrycznego poddano dodatkowo analizie sieci. Dla każdej z dziewięciu badanych grup zbudowano po dwie socjomatryce<sup>4</sup>, czyli matrycę opartą o zbinaryzowane wyniki uzyskane w pierwszym zadaniu narzędzia socjometrycznego (które polegało na określeniu stopnia lubienia/akceptacji każdego z członków grupy) oraz osobno socjomatrycę opartą o dane uzyskane w drugim zadaniu socjometrycznym (część danych dotycząca nominacji najbardziej i najmniej lubianych członków grupy). Dla każdej grupy składającej się z N członków, skonstruowano dwie matryce  $N \times N$ , jedną reprezentującą relację lubienia/akceptacji (bądź jej brak) każdego uczestnika wobec każdego innego oraz drugą, reprezentującą popularność członków grup. Dla umożliwienia analizy powstałych sieci przy pomocy programu UCINET 6 (Borgatti, Everett i Freeman, 2002) dane z pierwszego zadania, stanowiące podstawę matryc, zostały zbinaryzowane tak, że odpowiedziami *bardzo lubię* i *raczej lubię* przyznawano wartość jeden, a wszystkim pozostałym (*trudno powiedzieć*, *raczej nie lubię* i *bardzo nie lubię*) wartość zero. Relacje były kierunkowe, niesymetryczne, to znaczy, że osoba A mogła przyznać, że lubi osobę B, nawet jeśli osoba B nie lubiła osoby A. Dla każdego członka każdej z grup obliczono wystandaryzowane (tak aby umożliwić porównania pomiędzy członkami różnolicznych grup) wskaźniki centralności pozycji zajmowanej w ramach sieci. Następnie przeprowadzono analizy korelacji tych wskaźników z miarą narcyzmu. Zbadano

przedstawione poniżej wskaźniki centralności pozycji w sieciach o relacjach kierunkowych (co oznacza, że dla każdej osoby badanej każdy wskaźnik centralności, z wyjątkiem Pośredniczenia, przyjmował dwie wartości – jedną obliczoną na podstawie relacji dochodzących do osoby badanej, i jedną dotyczącą relacji wychodzących od osoby). Bardziej szczegółowych informacji wraz ze wzorami komputacji każdego ze wskaźników oraz porównaniami ich mocy dostarcza szybko rozrastająca się, najnowsza literatura anglojęzyczna na temat analizy sieci i teorii grafu (m.in. Borgatti, 2003; Borgatti, Carley i Krackhardt, 2006; Borgatti i Everett, 2006; Borgatti, Mehra, Brass i Labianca, 2009; Hanneman i Riddle, 2005).

*Liczba relacji (Degree)* określa liczbę relacji (w tym przypadku relacji lubienia) z pozostałymi członkami grupy. Ponieważ dane reprezentowały relacje kierunkowe, a więc umożliwiające określenie w każdym przypadku odbiorcy i nadawcy, obliczono Liczbę relacji dochodzących (*Indegree*) – określającą liczbę relacji dochodzących do badanego (a więc w tym przypadku liczbę osób w grupie, które lubią osobę badaną) – oraz Liczbę relacji wychodzących (*Outdegree*), która określa liczbę relacji wychodzących od badanego (zatem liczbę osób lubianych przez osobę badaną). Różnica pomiędzy *Indegree* i *Outdegree* to różnica pomiędzy liczbą relacji dochodzących do badanego a wychodzących od niego ku innym. Negatywne wartości tego wskaźnika mówią o przecenianiu liczby więzi (znajomości) z innymi, względem tego jak owe więzi spostrzegają inni.

*Pośredniczenie (Betweenness)* określa zakres, w jakim węzeł sieci (osoba) pośredniczy w relacjach pomiędzy innymi węzłami w sieci. Jest to wskaźnik centralności i posiadanej kontroli w sieci oparty na liczbie najkrótszych ścieżek (powiązań) pomiędzy każdą możliwą parą węzłów w sieci (a więc każdą parą członków grupy w tym przypadku). Określa on konkretnie proporcję tych ścieżek, które przechodzą przez dany węzeł w sieci (osobę badaną), spośród wszystkich najkrótszych ścieżek łączących pary członków. Wysoki poziom tego atrybutu węzła sieci (członka grupy) oznacza, iż pełni on ważną rolę jako pośrednik w przepływie informacji pomiędzy pozostałymi. Innymi słowy, ma władzę, gdyż w dużej mierze kontroluje przepływ informacji, a inni członkowie są od niego w tej mierze zależni. Dysfunkcja lub nieobecność danego węzła-pośrednika mogłaby doprowadzić do fragmentacji sieci (rozpadu komunikacji w niej).

*Bliskość (Closeness)* określa, jak „blisko” jednostka znajduje się w stosunku do pozostałych jednostek w sieci.

Odzwierciedla zdolność do uzyskania informacji od innych członków sieci. Jest odwrotną sumy najkrótszych dystansów pomiędzy każdym węzłem a każdym innym węzłem sieci (osobą w sieci). Osiąga wartości niższe dla węzłów, które są bardziej centralne, a więc mają mniejsze średnie dystanse do pozostałych węzłów.

*Wektor własny (Eigenvector)* – jest szczególnie mocnym i bardziej wyrafinowanym (opartym na analizie czynnikowej) wskaźnikiem centralności i znaczenia. Podobnie jak Pośredniczenie, bierze pod uwagę ścieżki (relacje) łączące węzły sieci. Jednakże w przeciwieństwie do pozostałych wskaźników uwzględnia on również relatywną wagę węzłów w sieci (ustaloną w oparciu o całościową strukturę sieci). Dzięki temu osoba, którą łączy umiarkowana liczba relacji lubienia, ale za to z najbardziej popularnymi czy wpływowymi członkami grupy, otrzymuje wyższy wynik w tym wskaźniku, niż ktoś, kto ma wielu niepopularnych, wyizolowanych przyjaciół.

## Wyniki

W badanej próbie średnia narcyzmu wyniosła  $M = 100,44$ ,  $Mdn = 101$ ,  $SD = 19,15$ ; rozkład wyników w skali narcyzmu był normalny,  $K-S d = 0,056$ ,  $p > 0,20$ ; *Lilliefors*  $p > 0,20$ ; *Shapiro-Wilk*  $W = 0,98$ ,  $p > 0,11$ . Rzetelność skali okazała się wysoka:  $\alpha = 0,91$ . Po zastosowaniu średnich z próby normalizacyjnej grupa osób wysoko narcystycznych liczyła  $N = 51$ , a nisko narcystycznych  $N = 73$ .

Jednoczynnikowe analizy wariancji wskaźnika popularności ogólnej wykazały istotne efekty narcyzmu (wskaźnika sumarycznego – czynnika o dwóch poziomach: wysoki-niski wyróżnionych według średniej z próby normalizacyjnej),  $F(1, 122) = 7,39$ ,  $p = 0,008$ ,  $\eta^2 = 0,057$  oraz (analogicznie dwupoziomowych) narcystycznego Domagania się podziwu,  $F(1, 122) = 7,77$ ,  $p = 0,006$ ,  $\eta^2 = 0,060$ , a także narcystycznego Przywództwa,  $F(1, 122) = 9,30$ ,  $p = 0,003$ ,  $\eta^2 = 0,071$ . Analizy kontrastów wykonane dla każdej z tych analiz wykazały, że we wszystkich tych przypadkach osoby wysoko narcystyczne były istotnie ogólnie bardziej popularne (częściej wskazywane) od nisko narcystycznych (wyniki testów  $t$  w Tabeli 1). W związku z tym, że wiek badanych okazał się istotnie skorelowany negatywnie z popularnością ogólną (i z żadną inną),  $r(122) = 0,19$ ,  $p = 0,035$ , powtórzono wszystkie analizy wariancji wykonane na wskaźniku popularności ogólnej, uwzględniając wiek jako kowariant. Wyniki tak przeprowadzonych analiz dały istotne efekty główne narcyzmu oraz jego podskal Domagania się podziwu oraz Przywództwo, wzmacniając jedynie siłę tych efektów: efekt narcyzmu  $F(1, 119) = 10,64$ ,



$p = 0,001$ ),  $\eta^2 = 0,082$ ; Domagania się podziwu  $F(1, 119) = 9,28$ ,  $p = 0,003$ ,  $\eta^2 = 0,072$ ; Przywództwa  $F(1, 119) = 11,10$ ,  $p = 0,001$ ,  $\eta^2 = 0,085$ .

Jednoczynnikowe analizy wariancji wskaźnika popularności pozytywnej rozumianej jako procent wskaźni danej osoby jako jednej z najbardziej lubianych osób w grupie wykazały, analogicznie, istotne efekty narcyzmu (wskaźnika sumarycznego, tak samo o dwóch poziomach: wysoki vs. niski),  $F(1, 122) = 11,47$ ,  $p < 0,001$ ,  $\eta^2 = 0,086$ , narcystycznego Domagania się podziwu,  $F(1, 122) = 5,26$ ,  $p = 0,024$ ,  $\eta^2 = 0,041$ , oraz narcystycznego Przywództwa,  $F(1, 122) = 13,25$ ,  $p < 0,001$ ,  $\eta^2 = 0,098$ . Analizy kontrastów wykonane dla każdej z tych analiz odrębnie wykazały, że we wszystkich tych przypadkach wysoko narcystyczni członkowie grup byli częściej niż nisko narcystyczni wybierani jako jedne z najbardziej lubianych osób w grupie (wyniki testów  $t$  w Tabeli 1).

Ogólny wskaźnik narcyzmu oraz podskale Domagania się podziwu i Przywództwa korelowały z popularnością ogólną na granicy istotności,  $r(124) = 0,17$ ,  $p = 0,056$ ;  $r(124) = 0,16$ ,  $p = 0,084$  i  $r(124) = 0,17$ ,  $p = 0,067$ , odpowiednio. Podskala Przywództwa korelowała również na poziomie tendencji z popularnością pozytywną,  $r(124) = 0,15$ ,  $p = 0,094$ .

Nie zaobserwowano jednak istotnego statystycznie pozytywnego związku narcyzmu z poziomem zaakceptowania jednostki w grupie. Ogólny wskaźnik narcyzmu oraz podskale Przywództwa korelowały istotnie, a podskala Domagania się podziwu marginalnie istotnie, negatywnie ze średnią ocen wystawionych członkowi grupy przez pozostałych jej uczestników,  $r(124) = -0,19$ ,  $p = 0,038$  oraz  $r(124) = -0,18$ ,  $p = 0,050$ ,  $r(124) = -0,16$ ,  $p = 0,082$ , odpowiednio.

Ten paradoksalny układ wyników staje się nieco bardziej zrozumiały, jeśli wziąć pod uwagę wariancję ocen

otrzymywanych przez osoby wysoko narcystyczne i nisko narcystyczne od rówieśników. Wariancja ocen lubienia (akceptacji) wystawionych przez rówieśników z grupy była marginalnie większa w przypadku ocen dla wysoko narcystycznych badanych (4. kwartył w skali narcyzmu) niż nisko narcystycznych badanych (1. kwartył),  $F(1, 121) = 3,89$ ,  $p = 0,05$ ,  $\eta^2 = 0,31$ . Wynika z tego, że narcyzi, mimo iż częściej dostrzegani (i istotnie częściej wymieniani wśród ulubieńców przez swoich „sympatyków”), wzbudzają bardziej zróżnicowane, spolaryzowane oceny niż ludzie nisko narcystyczni.

Praktycznie wszyscy badani uważali, że są lubiani. Świadczą o tym nie tylko wartości średniej,  $M = 0,85$ , i mediany,  $Mdn = 0,83$ , ze średnich ocen w zadaniu oszacowania, na ile każdy z pozostałych członków grupy lubi badanego/badaną, ale również wartości minimalne (0,07) i maksymalne (2,00). Średnie tych ocen mogły teoretycznie przyjąć wartości od  $-2$  dla osoby, która uważa się za bardzo nie lubianą przez wszystkich, do  $+2$  dla osoby twierdzącej, że absolutnie wszyscy ją bardzo lubią. Wiek okazał się marginalnie skorelowany ze wskaźnikiem spostrzeganego lubienia przez innych,  $r(122) = -0,17$ ,  $p = 0,062$ , wskazując, że im starsi byli członkowie grup, tym mniej lubiani się czuli (zgodnie zresztą z faktami). Analiza wariancji wskaźnika spostrzeganego lubienia, ze zmienną „wiek” jako kowariantem, wykazała istotny efekt narcyzmu,  $F(1, 119) = 5,44$ ,  $p = 0,021$ ,  $\eta^2 = 0,041$ . Osoby wysoko narcystyczne uważały się za bardziej lubiane niż nisko narcystyczne,  $M = 0,94$ ,  $SD = 0,35$  versus  $M = 0,79$ ,  $SD = 0,35$ ,  $t(122) = 2,33$ ,  $p = 0,021$ ,  $d = 0,43$ .

Zastosowano wskaźnik przeceniania swojej pozycji w grupie, obliczony według wzoru:  $f(x) = -\sum a(x)/\sum b(x) + 1$ , w którym  $\sum a(x)$  to suma ocen wystawionych przez pozostałych członków grupy (suma „realnych ocen”), a  $\sum b(x)$  to suma subiektywnych ocen badanego na temat tego, jak

Tabela 1.

Różnice między osobami wysoko i nisko narcystycznymi w zakresie popularności ogólnej i popularności pozytywnej

Popularność ogólna							
	$M_{wysoki}$	$SD_{wysoki}$	$M_{niski}$	$SD_{niski}$	$t(122)$	$p$	$d$ Cohena
Wysoki vs. niski narcyzm (wskaźnik sumaryczny)	74,62	18,72	65,41	18,43	2,72	0,008	0,50
Wysokie vs. niskie domaganie się podziwu	74,23	19,83	64,92	17,34	2,79	0,006	0,51
Wysokie vs. niskie przywództwo	74,76	19,29	64,62	17,66	3,05	0,003	0,56
Popularność pozytywna							
	$M_{wysoki}$	$SD_{wysoki}$	$M_{niski}$	$SD_{niski}$	$t(122)$	$p$	$d$ Cohena
Wysoki vs. niski narcyzm (wskaźnik sumaryczny)	45,42	21,01	33,72	17,33	3,39	0,001	0,62
Wysokie vs. niskie domaganie się podziwu	42,86	20,43	34,85	18,46	2,29	0,020	0,42
Wysokie vs. niskie przywództwo	45,31	20,90	32,95	16,89	3,64	0,001	0,67



każdy z pozostałych go lubi (suma „mniemań”). Tak skonstruowany wskaźnik osiąga wartości mniejsze od zera przy niedoceniu swojej pozycji w grupie, a wartości większe od zera, kiedy mniemanie o swojej pozycji przewyższa faktyczny poziom akceptacji jednostki w grupie. Normą w badanej próbie było niedocenie swojej pozycji: średnia wyniosła  $M = -0,58$ . Ten wynik może być skutkiem działania normy skromności (skala lubienia była zakotwiczone na określeniach *bardzo nie lubi* i *bardzo lubi* – niewielu badanych żywiło tak mocne przekonanie o sympatii innych do siebie, by wybrać *bardzo lubi* zamiast *lubi* na określenie czyjś stosunku do siebie; podczas gdy z mniejszym wahaniem wybierano tę odpowiedź na określenie własnego stosunku do innych).

Ogólny wskaźnik narcyzmu w kwestionariuszu NPI oraz wszystkie jego podskale korelowały pozytywnie ze wskaźnikiem przeceniania swojej pozycji w grupie, a więc wskazywały na tendencję do doceniania lub przeceniania swojej pozycji przez narcyzów (Tabela 2). Również analiza wariancji zmiennej Przecenie swojej pozycji wykazała istotny efekt narcyzmu  $F(1, 121) = 4,57, p = 0,034, \eta^2 = 0,036$ .

Bliższa analiza danych wskazuje jednak, że trudno mówić o przecenianiu swojej pozycji w grupie, ale raczej o jej mniejszym niedoceniu przez narcyzów niż przez osoby nisko narcystyczne. Dobrze ilustruje to Rysunek 1 przedstawiający Przecenie swojej pozycji w grupie w funkcji poziomu narcyzmu (niewiele obserwacji przekracza poziom zero, oznaczający bezbłędną ocenę swojej pozycji w grupie). Osoby wysoko narcystyczne różniły się istotnie od nisko narcystycznych pod względem oceny swojej pozycji w grupie,  $M = -0,40, SD = 0,69$  vs.  $M = -0,75, SD = 1,06, t(121) = -2,20, p = 0,034, d = 0,39$ ,

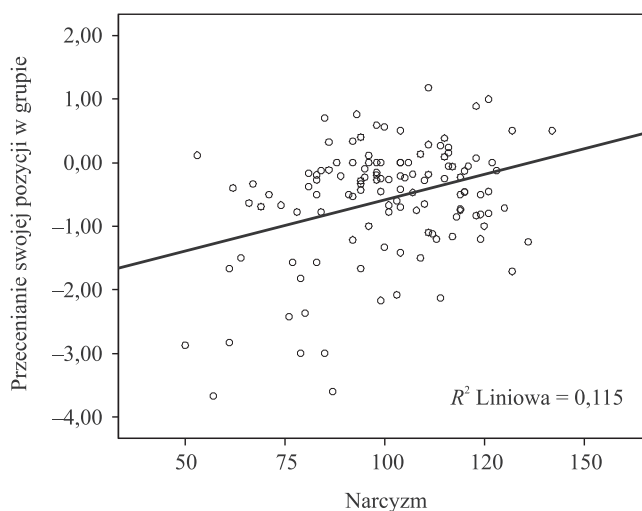
Tabela 2.  
Przecenie swojej pozycji w grupie przez narcyzów (korelacje)

	Domaganie się podziwu	Przywódstwo	Próżność	Samowystarczalność	Narcyzm – suma
$N = 123$					
Przecenie swojej pozycji w grupie	0,27**	0,34***	0,24**	0,22*	0,34***

\*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*\*\*  $p < 0,001$

niemniej jednak obie grupy przeciętnie nie doceniały swojego powodzenia.

W celu przetestowania hipotezy o wzajemnej sympatii osób narcystycznych sprawdzono związki narcyzmu (i wszystkich podskal skali narcyzmu) osób badanych z poziomem narcyzmu (i wszystkich podskal) osób wskazanych przez nie jako najbardziej lubiane i najmniej lubiane<sup>5</sup>. Zabieg ten miał dostarczyć informacji, czy istotnie to osoby narcystyczne są fanami czy też właśnie przeciwnie – wrogami innych osób narcystycznych. Dla każdej osoby badanej wyliczono średnią z wyników w skali narcyzmu (i podskalach) uzyskanych przez osoby wskazane przez nią jako najbardziej lubiane oraz osobno przez osoby wskazane jako najmniej lubiane. Innymi słowy, aby dowiedzieć się, jacy przeciętnie są ludzie, których dana osoba badana lubi, a jacy ci, których nie lubi, obliczono osobno dla każdej osoby badanej średnią ze wskaźników w skali narcyzmu uzyskanych przez osoby nominowane przez nią samą jako lubiane i osobno – analogicznie – nominowane jako nie lubiane. Umożliwiło to odpowiedź na pytanie: jaki jest średni poziom narcyzmu osób lubianych przez badanego, a jaki jest średni poziom narcyzmu osób nie lubianych przez badanego. Następnie w celu sprawdzenia, czy istnieje związek pomiędzy tym, jacy są (jak bardzo narcystyczni) ci, których badana osoba lubi, a tym, jak bardzo narcystyczna jest sama osoba badana oraz, analogicznie, czy istnieje związek pomiędzy tym, jak bardzo narcystyczni są ludzie przez daną osobę badaną nie lubiani, a tym, jak silnie narcystyczna ta osoba jest, zbadano korelacje tak zbudowanych wskaźników



Rysunek 1.  
Przecenie (docenie) swojej pozycji w grupie jako funkcja poziomu narcyzmu.

Tabela 3.

Korelacje narcyzmu osób lubiących ze średnim poziomem narcyzmu osób przez nie najbardziej lubianych

N = 120		Kto – średni poziom narcyzmu osoby lubiącej				Narcyzm – wskaźnik sumaryczny
		Domaganie się podziwu	Przywódtwo	Próżność	Samowystarczalność	
Kogo – średni poziom narcyzmu osoby lubianej	Domaganie się Podziwu	0,17†	0,24**	0,21*	<i>n.i.</i>	0,22*
	Przywódtwo	0,25**	0,29**	0,20*	<i>n.i.</i>	0,26**
	Próżność	0,19*	0,24**	<i>n.i.</i>	<i>n.i.</i>	0,22*
	Samowystarczalność	<i>n.i.</i>	<i>n.i.</i>	<i>n.i.</i>	<i>n.i.</i>	<i>n.i.</i>
	Narcyzm – wskaźnik sumaryczny	0,20*	0,26**	0,19*	<i>n.i.</i>	0,23*

Liczba badanych w powyższej analizie wynosi 120, ponieważ cztery osoby nie wskazały osób przez siebie najbardziej lubianych.  
*n.i.* =  $p > 0,07$ ; † =  $p < 0,07$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$

z wynikami w skali narcyzmu osób oceniających (Tabela 3 dla wyników najbardziej lubianych). Przeprowadzono analogiczne analizy przy użyciu median (zamiast średnich) z wyników w skali narcyzmu uzyskanych przez sześć osób najbardziej lubianych przez badanego z narcyzmem lubiących. Dają one takie same wyniki.

Nie zaobserwowano żadnych istotnych korelacji pomiędzy narcyzmem osób najmniej lubianych a narcyzmem tych, którzy ich nie lubią.

Analiza wariacji średniego poziomu narcyzmu osób wskazywanych jako najbardziej lubiane wykazała istotny efekt poziomu narcyzmu osób je wskazujących,  $F(1, 118) = 6,65, p = 0,011, \eta^2 = 0,053$ . Osoby wysoko narcystyczne różniły się od nisko narcystycznych tym, że wskazywały jako najbardziej lubiane osoby o istotnie wyższym poziomie narcyzmu,  $M = 102,71, SD = 9,14$  vs.  $M = 98,05, SD = 10,04, t(118) = 2,58, p = 0,011, d = 0,49$ .

### Wyniki analizy sieci

Analizy sieci skonstruowanych na podstawie danych z zadania pierwszego (oceny lubienia każdego z członków grupy) i drugiego, a konkretnie nominacji najbardziej lubianych członków grupy przyniosły względnie spójne wyniki wskazujące na centralną pozycję narcyzów w ich sieciach społecznych.

Analiza sieci skonstruowanych na podstawie danych z zadania pierwszego (oceny akceptacji członków grupy) wykazała, że narcyzm i trzy z czterech jego podskal (Przywódtwo, Domaganie się podziwu i Próżność) korelowały pozytywnie ze wskaźnikami Pośredniczenia (*Betweenness*) oraz Wektora własnego (*Eigenvector*). Za ten ostatni efekt odpowiadały przede wszystkim korelacje

między narcyzmem a Wektorem własnym dotyczącym relacji wychodzących (*OutEigenvector*), a więc wskaźnikiem dotyczącym relacji wychodzących od badanych (Tabela 4). Nie zaobserwowano istotnych statystycznie współzależności między narcyzmem a Liczbą relacji (*Degree*) ani Bliskości (*Closeness*), również w analizach uwzględniających kierunek relacji. Oznacza to, że pozycja osób narcystycznych może niekoniecznie wiązać się z większą liczbą zawartych przez nich relacji. Centralność pozycji narcyzów wynika raczej z odpowiedniego strategicznie doboru „wpływowych” znajomych, a także z odgrywania roli pośrednika, a co za tym idzie możliwości kontroli przepływu informacji pomiędzy członkami grupy.

Jeżeli chodzi o różnicę liczby relacji dochodzących i wychodzących (*Indegree – Outdegree*), korelacja okazała się istotna jedynie w przypadku narcystycznej Próżności,  $r(122) = -0,19, p = 0,034$ . Samowystarczalność i ogólny wskaźnik narcyzmu korelowały z tą różnicą na poziomie tendencji,  $r(122) = -0,17, p = 0,067$  i  $r(122) = -0,15, p = 0,097$  odpowiednio.

Analiza sieci opartych na danych z zadania nominacji najbardziej lubianych członków grupy przyniosła wyniki względnie spójne z powyższymi. Korelacje ze wskaźnikiem Pośredniczenia nie osiągnęły tu jednak poziomu istotności statystycznej, natomiast ujawniły się dodatkowo istotne związki narcyzmu z Liczbą relacji (Przywódtwo korelowało z Liczbą relacji na poziomie  $r(119) = 0,25, p = 0,006$ ; Domaganie się podziwu na poziomie  $r(119) = 0,18, p = 0,050$ ; a sumaryczny wskaźnik narcyzmu na poziomie  $r(119) = 0,20; p = 0,029$ ). Za efekt ten odpowiadała przede wszystkim większa liczba wskazań (nominacji) wychodzących od narcyzów ku innym (korelacje

Tabela 4.

Korelacje narcyzmu i jego podskal z wybranymi wskaźnikami centralności pozycji w sieci

Wskaźniki centralności w sieci	Domaganie się podziwu	Przywództwo	Próżność	Samowystarczalność	Narcyzm – wskaźnik sumaryczny
Pośredniczenie ( <i>Betweenness</i> )	0,22*	0,26**	0,28**	<i>n.i.</i>	0,26**
Wektor własny ( <i>Eigenvector</i> )	0,20*	0,23*	<i>n.i.</i>	<i>n.i.</i>	0,23*
Wektor własny dotyczący relacji wychodzących ( <i>OutEigenvector</i> )	0,19*	0,20*	0,19*	<i>n.i.</i>	0,23*

*n.i.* =  $p > 0,07$ ; \*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ 

Liczby relacji wychodzących z Przywództwem, i ogólnie narcyzmem wynosiły odpowiednio:  $r(119) = 0,22$ ;  $p = 0,02$ ;  $r(119) = 0,20$ ,  $p = 0,029$ ). Ten ostatni wynik był istotny, pomimo że w przypadku matryc zbudowanych z danych dotyczących nominacji, wariancja Liczby relacji wychodzących była z góry drastycznie ograniczona, ponieważ zadanie nominowania najbardziej lubianych członków grupy wymagało podania konkretnej liczby osób najbardziej lubianych (instrukcja prosiła o podanie „około sześciu najbardziej lubianych osób”), od której dopuszczano jedynie drobne odchylenia. Pozostałe współzmienności zachowały kierunek, choć siła efektów była mniejsza.

### Dyskusja wyników

Wyniki prezentują złożony obraz społecznej (i towarzyskiej) pozycji ludzi narcystycznych w grupach. Z jednej strony narcyz jest bardziej popularny, bo częściej wskazywany jako lubiany. Członkowie grup ogólnie lubili się nawzajem, a narcyz był dostrzegany i częściej wymieniany wśród faworytów. Z drugiej strony narcyzm nie idzie w parze z ogólnie systematycznie większą średnią sympatią ze strony członków grupy, przeciwnie: mimo że nie zaobserwowano istotnego związku narcyzmu z „negatywną popularnością”, odzwierciedlającą proporcję wskazań jako najmniej lubianego, narcyz wywołuje bardziej zróżnicowane, skrajne, spolaryzowane reakcje u innych niż człowiek nisko narcystyczny, co summa summarum, nie czyni go osobą powszechnie lubianą. Wynik wskazujący, że narcyzm badanych koreluje negatywnie ze średnimi wskaźnikami lubienia ich i akceptacji w grupie pozostaje w zgodzie z wcześniejszym teoretyzowaniem na temat dynamiki funkcjonowania narcyzów w grupie: po znakomitym pierwszym wrażeniu i okresie zachwyty ze strony innych, rozczarowują oni jako partnerzy, koledzy i przyjaciele (Morf i Rhodewalt, 2001; Sedikides i in., 2007). Badani w niniejszej pracy znali się już od co najmniej pół roku – wystarczająco długo, by dostrzegli również swoje wady. Nie bez znaczenia pozostaje fakt, że osobom

narcystycznym zależy nie tyle na lubieniu, co na podziwie. Mówi się także o „pełnej splendoru izolacji” (*splendid isolation*; Hendin, 2002), której pożądamy. Uzyskany obraz wyników może odzwierciedlać te nieco paradoksalne pragnienia narcyzów: są popularni i dostrzegani, ale niekoniecznie powszechnie lubiani.

Ogólnie, omówione efekty są średnie i słabe, pokazują raczej pewne tendencje. Zdecydowanie silniejsza wydaje się inklinacja narcyzów do przeceniania, a właściwie do doceniania własnej pozycji w grupie. Narcyzów zdaje się nie obowiązywać w takim stopniu, co pozostałych, norma skromności, która przypuszczalnie kazała uczestnikom badania niedoszacować stopnia, w jakim są lubiani przez pozostałych. Dzięki temu wysoko narcystyczni badani byli trafniejsi w swoich ocenach niż nisko narcystyczni. Wcześniejsze badania dowodzą, że trafne spostrzeżenie sieci społecznych jest kluczowe dla zdobycia władzy i wpływu w organizacjach (Krackhardt, 1990; Pfeffer, 1981).

Ogólnie, badani czuli się lubiani, w rzeczywistości nie było ani jednej osoby, która oceniałaby swoją pozycję po tym względem negatywnie. Fakt, że badani przeciętnie nie doceniali stopnia, w jakim są lubiani, może być efektem skromniejszej autoprezentacji w sytuacjach, w których istnieje możliwość bezpośredniej weryfikacji trafności ich mniemań (Tice, Butler, Muraven i Stillwell, 1995) – badani przecież wiedzieli, że są oceniani przez innych, a zebrane przez badacza dane dostarczają precyzyjnej miary ich trafności. Efekt ten może być również specyficzny kulturowo: wiadomo, że w kulturach bardziej kolektywistycznych (prawdopodobnie również w Polsce) ludzie prezentują siebie skromniej (Gao, Ting-Toomey i Gudykunst, 1996; Wierzbicka, 1996).

Ponadto, badania dowodzą jedynie umiarkowanej trafności sądów ludzi co do tego, jak są oni postrzegani przez innych. W szczególności nie jesteśmy świadomi tego, jak postrzegają nas konkretni ludzie, zwłaszcza pod względem cech sprawnościowych. Zwykle mamy jednak trafną świadomość tego, jak postrzega nas przeciętnie

cała grupa (Felson, 1993; Kenny i DePaulo, 1993) i jak jesteśmy odbierani w danym kontekście społecznym (Carlson i Furr, 2009). Z jednej strony taki stan rzeczy może być skutkiem działania normy grzeczności i ograniczeń w udzielaniu sobie nawzajem informacji zwrotnej (zwłaszcza krytycznej; Sedikides i in., 2007). Braki informacji w takich sytuacjach są zwykle „wypełniane” tym, co sami o sobie myślimy (co kłóci się nieco z założeniami interakcjonizmu symbolicznego, Kenny i DePaulo, 1993; Levesque, 1997; Malloy, Albright, Diaz-Loving, Dong i Lee, 2004; Sedikides i Skowronski, 1995; Sedikides i in., 2007). Z drugiej strony nietrafność przekonań co do swojej pozycji może być skutkiem unikania lub dewaluowania informacji zwrotnych. Ludzie wysoce narcystyczni myślą o sobie dobrze (przynajmniej na poziomie *explicit*, świadomym). Stąd logiczne jest, że w większym stopniu niż nisko narcystyczni będą zakładać, że są lubiani. Badania pokazują ponadto, że ludzie wysoce narcystyczni pozostają niewzruszeni wobec informacji zwrotnych, które skłaniają nisko narcystycznych do rewizji samooceny (w kierunku ich obniżenia) (Robins i John, 1997; Sedikides i in., 2002). W przypadku narcyzów zatem oba procesy działałyby w tym samym kierunku: bez względu na to, czy informacje zwrotne nie docierałyby do nich, czy też docierały, lecz były odrzucane, narcyz będzie sądził, że jest bardzo lubiany. Pomiędzy narcyzmem a docenianiem (przecenianiem) stopnia bycia lubianym stwierdzono pozytywny związek liniowy. Większość opublikowanych badań nad narcyzami pokazuje bezwzględność ich tendencji do autowaloryzacji, która zwykle prowadzi do przeceniania siebie, a nie tylko doceniania: w badaniach amerykańskich ludzie narcystyczni przeceniali swoją atrakcyjność (Bleske-Rechek, Remiker i Baker, 2007), inteligencję (Campbell i in., 2002; Gabriel, Critelli i Ee, 1994) i wkład w pracę grupy (Gosling, John, Craik i Robins, 1998; John i Robins, 1994), a wzgląd na bliższych nie ograniczał ich egotycznych tendencji (Campbell i in., 2002; Sedikides i in., 2002). Jeśli tylko nie jest to artefakt będący wynikiem narzuconej metody pomiaru, to fakt, że w zaprezentowanym badaniu osoby narcystyczne nadal jednak przeciętnie nie doceniały stopnia, w jakim są lubiane, może wynikać po pierwsze z tego, że próba nie obejmowała osób ekstremalnie narcystycznych – osób ze zdiagnozowanym narcystycznym zaburzeniem osobowości. Pozytywny, liniowy związek między cechami patologicznie zaburzonej osobowości a nietrafnością wiedzy o tym, co inni o nas myślą, skądinąd logicznie zgodny z egosyntonicznością tych zaburzeń, sugeruje również Oltmanns i współpracownicy (Oltmanns i in., 2005). W przypadku osób z narcystycznym zaburzeniem osobowości przypuszczalnie należałoby się spodziewać

przeceniania oszacowań. Z drugiej strony, zaobserwowany efekt może wskazywać, że to nieprawda, iż ludzie narcystyczni (w populacji „normalnej”) nie liczą się z normami zewnętrznymi – uwzględnili oni w pewnym stopniu regułę skromności, czy to będącą normą kulturową, czy też samoograniczeniem wynikłym ze świadomości, że ich sądy można obiektywnie ocenić pod względem trafności. Tak czy inaczej, powściągnęli swoją chęć do docenienia. Być może należy powiedzieć, paradoksalnie, że mimo iż *ex definitione* narcyz siebie przecenia, polski narcyz potrafi być skromny – nie docenia siebie tylko nieco mniej niż człowiek nisko narcystyczny.

Przyjmując argumenty Sedikidesa, Gaertnera i Vevea (2005) o uniwersalności motywu autowaloryzacji (który jest szczególnie silny u osób wysoce narcystycznych), można sądzić, że motyw ten (tak jak i narcyzm) przejawia się różnie, w zależności od kultury. Innymi słowy, że kultura odgrywa tu rolę filtra lub modyfikatora. Dla przykładu: jednym z typowych przejawów narcyzmu jest arogancja. Jednak to, co trzeba zrobić, ażeby okazać się aroganckim, zależy w dużej mierze od kultury, w której się żyje i działa – w niektórych kulturach trzeba skierować do kogoś niegrzeczną uwagę, ale w innych (np. Japonii) wystarczy patrzeć komuś zbyt śmiało prosto w oczy. Na tej samej zasadzie wysoce narcystyczni Amerykanie mogą przeceniać swoją pozycję w grupach, podczas gdy polski narcyz będzie ją tylko doceniał – oceniał trafniej od skromnych rodaków.

Narcyz lubi innych narcyzów. Wyniki nieodparcie narzucają ten wniosek. Hipoteza dotycząca wzajemnej społecznej „kompatybilności” narcyzów, oparta m.in. na teoriach Fromma i Kohuta (Fromm, 1980; Kohut i Wolf, 1978), została potwierdzona. Spekulacje na temat tej „kompatybilności” już się pojawiały w literaturze, dotychczas jednak nie potwierdzono ich empirycznie. Jeśli pamiętać wnioski z badań Livesleya i współpracowników (Livesley, Jang, Jackson i Vernon, 1993), mówiące, że narcyzm jest cechą w dużej mierze dziedziczną, to wzajemna sympatia narcyzów, umożliwiająca im tworzenie sojuszy i związków romantycznych, sugeruje, że, nawet jeśli, jak chcieliby niektórzy, narcyzm jest błędem ewolucyjnym (Lutus, 2008), to ma on pewien samopodtrzymujący się (i samonapędzający) mechanizm. A szeroko dyskutowany wzrost liczby narcyzów w społeczeństwie (zwłaszcza amerykańskim, Twenge i Campbell, 2009; Twenge, Konrath, Foster, Campbell i Bushman, 2008; Twenge i Foster, 2008) mógłby raczej służyć jako pewien kontrargument wobec idei narcyzmu jako ewolucyjnej ślepej uliczki i argument na rzecz rozumienia narcyzmu jako specyficznej formy inteligencji społecznej (Morf i Rhodewalt, 2001). Tak czy inaczej, nawet w tak



umiarkowanie indywidualistycznym i nastawionym na dążenie do sukcesu społeczeństwie jak polskie, narcyz znajduje popleczników w postaci jemu podobnych. Nie jest to pierwszy argument za kulturową uniwersalnością mechanizmów funkcjonowania interpersonalnego narcyzów (Tanchotsrinon, Manesri i Campbell, 2007).

W przedstawionym badaniu posłużono się jedynie samoopisowymi miarami narcyzmu, a nie diagnozami klinicznymi ani ocenami niezależnych sędziów czy wrażeniami obserwatorów. Tym bardziej interesujące jest, że udało się zaobserwować silniejsze niż w dotychczasowych badaniach na dużych próbach (Clifton i in., 2009) związki pomiędzy narcyzmem a wskaźnikami pozycji w sieci. Stało się tak, pomimo że wariancja zmiennych została drastycznie zmniejszona na potrzeby analizy sieci. Odkrycia Cliftona i współpracowników (2009) dotyczące korelacji narcyzmu z Pośrednictwem oraz Liczbą relacji wychodzących zostały zreplikowane. Podobnie przewaga Liczby relacji wychodzących nad Liczbą relacji dochodzących została częściowo zreplikowana. Ten ostatni wynik dostarczyłby pewnego wsparcia tezom Sedikidesa i Gregga (2001) o iluzorycznym charakterze wybitnego powodzenia narcyzów, gdyby nie fakt, że analiza sieci ujawniła kluczową pozycję, jaką osoby narcystyczne odgrywają w swoich grupach społecznych. Centralność pozycji narcyzów przejawia się w specyficzny sposób: między innymi wyższą niż u ludzi nisko narcystycznych liczbą relacji wychodzących od narcyzów ku innym. Nie charakteryzuje się jednak bliskością względem wszystkich członków grupy, lecz, jak się okazało, strategicznym doбором znajomych wśród jej wpływowych członków (Wektor własny – *Eigenvector*). Wreszcie, narcyzm wiąże się z posiadaniem większej kontroli, zwłaszcza nad przepływem informacji, w sieci społecznej. Wynika ona z roli pośrednika między innymi członkami grupy. Te ostatnie wyniki w interesujący sposób uzupełniają wcześniejsze, uzyskane przez Zuckermana i Josta (2001), mówiące, że osoby posiadające względnie popularnych przyjaciół (przyjaciół, którzy mają wielu przyjaciół) mają tendencję do czynienia bardziej pochlebnych dla siebie, autowaloryzujących oszacowań własnej pozycji w grupach, bez względu na faktyczną liczbę własnych przyjaciół i wbrew faktom (zwłaszcza faktom opisanym przez Felda jako tzw. paradoks przyjaźni, 1991; autor ten dowiódł matematycznie, że nasi przyjaciele mają przeciętnie więcej przyjaciół niż my sami). Zuckerman i Jost wykazali zatem, że ci, którzy mają popularnych przyjaciół, częściej pławią się w cudzej chwale, w chwale swoich przyjaciół, strategicznie wykorzystują ich popularność i przypisują sobie samym większe powodzenie towarzyskie (inna interpretacja zaproponowana przez autorów odwołuje się do teorii

równowagi Heidera, 1958). W badaniu prezentowanym w niniejszym artykule osoby o silnej motywacji do autowaloryzacji (ludzie narcystyczni) przejawili szczególną predylekcję do wiązania się z osobami popularnymi.

Co więcej, w badaniu Zuckermana i Josta (2001) osoby, które nominowały większą liczbę przyjaciół (wskazały więcej relacji wychodzących od nich ku innym), postrzegały siebie jako bardziej popularne. Analogicznie w prezentowanym badaniu, ludzie wysoko narcystyczni wskazali więcej relacji łączących ich z innymi oraz korzystniej niż nisko narcystyczni oszacowali swoją pozycję.

Na pytanie, czy w Polsce istnieje sprzyjające środowisko dla narcyzów, trudno jednoznacznie odpowiedzieć. Jak wspomniano, wynik mówiący o przeciętnym niedoszacowaniu własnej pozycji, również przez osoby narcystyczne, może być efektem specyficznym kulturowo, wskazującym na dominującą wartość skromności w naszej kulturze, choć hipoteza ta wymagałaby dalszej empirycznej weryfikacji. Z drugiej strony wyniki mówiące o centralnej pozycji narcyzów w grupach rówieśniczych pozostają spójne z zachodnimi. Warto byłoby dokonać bezpośredniej weryfikacji hipotez międzykulturowych w badaniu porównawczym na próbie polskiej i zachodniej. Wydaje się, że korzystna byłaby przy tym lepsza kontrola zmiennej Płeć (słabością przebadanej próby był bowiem brak równowagi płci) i uwzględnienie grup rówieśniczych, których w niniejszym badaniu zabrakło, czyli grup całkowicie męskich. Wreszcie, warto byłoby sprawdzić, czy zaobserwowane efekty są niezależne od samooceny i stopnia znajomości badanych (co prawda wszyscy badani znali się co najmniej pół roku, to jednak nie kontrolowano stopnia indywidualnej zażyłości). Wysoka samoocena i ekstrawersja mogą być zmiennymi odpowiedzialnymi za pozytywne aspekty pozycji narcyzów w grupach, ich centralność i wpływowość. Analiza sieci wydaje się przydatnym narzędziem do weryfikowania tego typu hipotez.

#### LITERATURA CYTOWANA

- Alicke, M. D., Govorun, O. (2005). The better-than-average effect. W: M. D. Alicke, D. A. Dunning, J. I. Krueger (red.). *The self in social judgment. Studies in self and identity* (s. 85–106). New York: Psychology Press.
- Baccus, J. R., Baldwin, M. W., Packer, D. J. (2004). Increasing implicit self-esteem through classical conditioning. *Psychological Science*, 15, 498–502.
- Banai, E., Mikulincer, M., Shaver, P. R. (2005). "Selfobject" needs in Kohut's self psychology: Links with attachment, self-cohesion, affect regulation, and adjustment. *Psychoanalytic Psychology*, 22 (2), 224–260.

- Bazińska, R., Drat-Ruszczak, K. (2000) Struktura narcyzmu w polskiej adaptacji kwestionariusza NPI Raskina i Halla. *Czasopismo Psychologiczne*, 6 (3–4), 171–187.
- Bilewicz, M. (2007). Autostereotyp narodowy i jego konsekwencje: perspektywa psychologii stosunków międzygrupowych. W: W. Domachowski (red.). *Stereotypy i stereotypizacja*. Seria: *Człowiek i Społeczeństwo* (t. XXVII, s. 31–45), Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Bleske-Rechek, A., Remiker, M. W., Baker, J. P. (2007). Narcissistic men and women think they are so hot – But they are not. *Personality and Individual Differences*, 45 (5), 420–424.
- Bonanno, G. A., Field, N. P., Kovacevic, A., Kaltman, S. (2002). Self-enhancement as a buffer against extreme adversity: Civil war in Bosnia and traumatic loss in the United States. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, 184–196.
- Bonanno, G. A., Rennie, C., Dekel, S. (2005). Self-enhancement among high-exposure survivors of the September 11<sup>th</sup> terrorist attacks: Resilience or social maladjustment? *Journal of Personality and Social Psychology*, 88, 984–998.
- Borgatti, S. P. (2003). The key player problem. W: R. Breiger, K. Carley, P. Pattison (red.) *Dynamic social network modeling and analysis: Workshop summary and papers* (s. 241–252). National Academy of Sciences Press. (w formie elektronicznej: <http://www.steveborgatti.com/papers/borgatti%20-%20NAS%20-%20The%20Key%20Player%20Problem%203.doc>).
- Borgatti, S. P., Carley, K., Krackhardt, D. (2006). Robustness of centrality measures under conditions of imperfect data. *Social Networks*, 28, 124–136.
- Borgatti, S. P., Everett, M. G. (2006). A graph-theoretic framework for classifying centrality measures. *Social Networks*, 28 (4), 466–484.
- Borgatti, S. P., Everett, M. G., Freeman, L. C., (2002). *Ucinet for Windows: Software for social network analysis*. Harvard, MA: Analytic Technologies.
- Borgatti, S. P., Mehra, A., Brass, D., Labianca, G. (2009). Network analysis in the social sciences. *Science* 323(5916), Feb. 13, 892–895.
- Branden, N. (1994). *The six pillars of self-esteem*. New York: Bantam Books.
- Brunell, A. B., Gentry, W. A., Campbell, W. K., Hoffman, B. J., Kuhnert, K. W., Demarree, K. G. (2008). Leader emergence: The case of the narcissistic leader. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 12, 1663–1676.
- Buffardi, L. E., Campbell, W. K. (2008). Narcissism and social networking web sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34 (10), 1303–1314.
- California Task Force to Promote Self-Esteem and Personal and Social Responsibility. (1990). *Toward a state of self-esteem*. Sacramento, CA: California State Department of Education.
- Campbell, K. (1999). Narcissism and romantic attraction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77, 1254–1270.
- Campbell, W. K., Brunell, A. B., Finkel, E. J. (2006). Narcissism, interpersonal self-regulation, and romantic relationships: An agency model approach. W: E. J. Finkel, K.D. Vohs (red.), *Self and relationships: Connecting intrapersonal and interpersonal processes* (s. 57–83). New York: Guilford.
- Campbell, W. K., Buffardi, L. E. (2008). The lure of the noisy ego: Narcissism as a social trap. W: J. Bauer, H. Wayment (red.), *Quieting the ego: Psychological benefits of transcending egotism* (s. 23–32). Washington, DC: American Psychological Association.
- Campbell, W. K., Foster, J. D. (2007). The narcissistic self: Background, an extended agency model, and ongoing controversies. W: C. Sedikides, S. Spencer (red.), *Frontiers in social psychology: The self* (s. 115–138). Philadelphia, PA: Psychology Press.
- Campbell, K., Foster, C., Finkel, E. (2002). Does self-love lead to love for others? A story of narcissistic game playing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 340–354.
- Campbell, K., Rudich, E., Sedikides, C. (2002). Narcissism, self-esteem, and the positivity of self-views: Two portraits of self-love. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, 358–368.
- Campbell, W. K., Sedikides, C., Reeder, G. D., Elliott, A. J. (2000). Among friends. An examination of friendship and the self-serving bias. *British Journal of Social Psychology*, 39, 229–239.
- Carlson, E. N., Furr, R. M. (2009). Evidence of differential meta-accuracy. People understand the different impressions they make. *Psychological Science*, 20 (8), 1033–1039.
- Chen, R. (1993). Responding to compliments: A contrastive study of politeness strategies between American, English and Chinese speakers. *Journal of Pragmatics*, 20, 49–75.
- Clifton, A., Turkheimer, E., Oltmanns, T. F. (2009). Personality disorder in social networks: Network position as a marker of interpersonal dysfunction. *Social Networks*, 31 (1), 26–32.
- Colbert, S. (2009). Materiał audiowizualny dostępny w listopadzie 2009 na stronie: <http://www.slate.com/id/2213740/>.
- Colvin, C. R., Block, J., Funder, D. C. (1995). Overly positive self-evaluations and personality: Negative implications for mental health. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, 1152–1162.
- Crano, W. D., Brewer, M. B. (2008). *Principles and methods of social research*. Taylor & Francis e-Library.
- Dijksterhuis, A. (2004). I like myself but I don't know why: Enhancing implicit self-esteem by subliminal evaluative conditioning. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86, 345–355.
- Emmons, R. A. (1984). Factor analysis and construct validity of the Narcissistic Personality Inventory. *Journal of Personality Assessment*, 48, 291–300.
- Farh, J., Dobbins, G. H., Cheng, B. (1991). Cultural relativity in action: A comparison of self-ratings made by Chinese and US workers. *Personnel Psychology*, 44, 129–147.
- Feld, S. (1991). Why your friends have more friends than you do. *American Journal of Sociology*, 96, 1464–1477.
- Felson, R. B. (1993). The (somewhat) social self: How others affect self-appraisals. W: J. Suls (red.), *Psychological perspectives on the self* (s. 1–26). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

- Foster, J. D., Shrira, I., Campbell, W. K. (2006). Theoretical models of narcissism, sexuality, and relationship commitment. *Journal of Social and Personal Relationships*, 23, 367–386.
- Freud, Z. (1914). *On narcissism: An introduction*. W: P. Gay (red.), (1989). *The Freud reader* (s. 545–562). New York: W.W. Horton.
- Fromm, E. (1980). *Greatness and limitations of Freud's thought*. New York: Harper and Row.
- Gabriel, M. T., Critelli, J. W., Ee, J. S. (1994). Narcissistic illusions in self-evaluations of intelligence and attractiveness. *Journal of Personality*, 62 (1), 143–155.
- Gao, G., Ting-Toomey, S., Gudykunst, W. (1996). Chinese communication processes. W: M. H. Bond (red.), *The handbook of Chinese psychology* (s. 280–294). Hong Kong: Oxford University Press.
- Gosling, S. D., John, O. P., Craik, K. H., Robins, R. W. (1998). Do people know how they behave? Self-reported act frequencies compared with on-line codings by observers. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 1337–1349.
- Grochowska, A., Łojewska, M. (2002). Fizjologiczne, mimiczne i poznawcze reakcje na reklamę odwołującą się do narcyzmu. W: A. Grochowska (red.), *Wokół psychologii osobowości. Księga pamiątkowa poświęcona profesorowi Stanisławowi Siekowi* (s. 177–196). Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego.
- Hanneman, R. A., Riddle, M. (2005). *Introduction to social network methods*. Riverside, CA: University of California, Riverside (w formie elektronicznej: <http://faculty.ucr.edu/~hanneman/>).
- Heider, F. (1958). *The psychology of interpersonal relations*. New York: Wiley.
- Hendin, H. M. (2002). Narcissism, motives, and emotions: An exploration of the narcissistic paradox. *Dissertation Abstracts International: Section B: The Sciences and Engineering*, 62 (7-B), 3411.
- John, O. R., Robins, R. W. (1994). Accuracy and bias in self-perception: Individual differences in self-enhancement and the role of narcissism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, 206–219.
- Jonason, P. K., Li, N. P., Webster, G. W., Schmitt, D. P. (2009). The Dark Triad: Facilitating short-term mating in men. *European Journal of Personality*, 23, 5–18.
- Kaczmarek, J. (2002/1980). *Ale źródło wciąż bije...* Warszawa: Wydawnictwo Marabut, 84.
- Kenny, D. A., DePaulo, B. M. (1993). Do people know how others view them? An empirical and theoretical account. *Psychological Bulletin*, 114, 145–161.
- Kitayama, S., Markus, H. R., Matsumoto, H., Norasakkunkit, V. (1997). Individual and collective processes in the construction of the Self: Self-enhancement in the United States and self-criticism in Japan. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 1245–1267.
- Kohut, H., Wolf, S. E. (1978). The disorders of the self and their treatment: An outline. *International Journal of Psychoanalysis*, 59, 413–426.
- Krackhardt, D. (1990). Assessing the political landscape: Structure, cognition, and power in organizations. *Administrative Science Quarterly*, 35, 342–369.
- Leary, M. R. (2004). *The curse of the self: Self-awareness, egotism, and the quality of human life*. New York: Oxford University Press.
- Levesque, M. J. (1997). Meta-accuracy among acquainted individuals: A social relations analysis of interpersonal perception and meta-perception. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 66–74.
- Livesley, W. J., Jang, K. L., Jackson, D. N., Vernon, P. A. (1993). Genetic and environmental contributions to dimensions of personality disorder. *American Journal of Psychiatry*, 150, 1826–1831.
- Lutus, P. (2008). *Children of narcissus*. (w formie elektronicznej [http://www.arachnoid.com/ChildrenOfNarcissus/narcissism.html#The\\_Narcissist](http://www.arachnoid.com/ChildrenOfNarcissus/narcissism.html#The_Narcissist)).
- Malloy, T. E., Albright, L., Diaz-Loving, R., Dong, Q., Lee, Y. T. (2004). Agreement in personality judgments within and between nonoverlapping social groups in collectivist cultures. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30, 106–117.
- Morf, C. C., Rhodewalt, F. (2001). Unraveling the paradoxes of narcissism: A dynamic self-regulatory processing model. *Psychological Inquiry*, 12, 177–196.
- Mruk, C. (1995). *Self-esteem: Research, theory, and practice*. New York: Springer.
- Oltmanns, T. F., Friedman, J. N., Fiedler, E. R., Turkheimer, E. (2004). Perceptions of people with personality disorders based on thin slices of behavior. *Journal of Research in Personality*, 38, 216–229.
- Oltmanns, T. F., Gleason, M. E. J., Klonsky, E. D., Turkheimer, E. (2005). Meta-perception for pathological personality traits: Do we know when others think that we are difficult? *Consciousness and Cognition*, 14, 739–751.
- Oltmanns, T. F., Turkheimer, E. (2006). Perceptions of self and others regarding pathological personality traits. W: R. F. Krueger, J. L. Tackett (red.), *Personality and psychopathology: Building bridges* (s. 71–111). New York: Guilford Press.
- Paulhus, D. L. (1998). Interpersonal and intrapsychic adaptiveness of trait self-enhancement: A mixed blessing? *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 1197–1208.
- Pfeffer, J. (1981). *Power in organizations*. Boston: Pitman.
- Pospiszyl, K. (1995). *Narcyzm. Drogi i bezdroża miłości własnej*. Warszawa: Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne.
- Raskin, R., Novacek, J., Hogan, R. (1991). Narcissistic self-esteem, and defensive self-enhancement. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 20–38.
- Riketta, M., Dauheimer, D. (2003). Manipulating self-esteem with subliminally presented words. *European Journal of Social Psychology*, 33, 679–699.
- Robins, R. W., Beer, J. S. (2001). Positive illusions about the self: Short-term benefits and long-term costs. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80, 340–352.
- Robins, R. W., John, O. P. (1997). The quest for self-insight: Theory and research on accuracy and bias in self-perception. W: R. Hogan, J. A. Johnson, S. R. Briggs (red.), *Handbook*



- of personality psychology (s. 649–679). San Diego, CA: Academic Press.
- Schmitt, D. P., Allik, J. (2005). Simultaneous administration of the Rosenberg Self-Esteem Scale in 53 nations: Exploring the universal and culture-specific features of global self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology, 89*, 623–642.
- Sedikides, C., Campbell, W. K., Reeder, G., Elliot, A. J., Gregg, A. P. (2002). Do others bring out the worst in narcissists? The “Others Exist for Me” illusion. W: Y. Kashima, M. Foddy, M. Platow (red.), *Self and identity: Personal, social, and symbolic* (s. 103–123). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Sedikides, C., Gaertner, L., Vevea, J. L. (2005). Pancultural self-enhancement reloaded: A meta-analytic reply to Heine (2005). *Journal of Personality and Social Psychology, 89*, 539–551.
- Sedikides, C., Gregg, A. P. (2001). Narcissists and interpersonal feedback: Motivational surfeits and a motivational deficits. *Psychological Inquiry, 12*, 237–239.
- Sedikides, C., Gregg, A. P., Hart, C. M. (2007). The importance of being modest. W: C. Sedikides, S. Spencer (red.), *The self: Frontiers in social psychology* (s. 163–184). New York, NY: Psychology Press.
- Sedikides, C., Rudich, E. A., Gregg, A. P., Kumashiro, M., Rusbult, C. (2004). Are normal narcissists psychologically healthy? Self-esteem matters. *Journal of Personality and Social Psychology, 87*, 400–416.
- Sedikides, C., Skowronski, J. (1995). Sources of self-knowledge: On the perceived primacy of self-reflection. *Journal of Social and Clinical Psychology, 14*, 244–270.
- South, S. C., Oltmanns, T. F., Turkheimer, E. (2005). Interpersonal perception and pathological personality features: Consistency across peer groups. *Journal of Personality, 73*, 675–691.
- Świątnicki, K. (1993). *Gra i zewnątrzsterowność a style monitorowania się*. Niepublikowana praca doktorska. Wrocław: Wydział Psychologii Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Tanchotsrinon, P., Maneesri, K., Campbell, W. K. (2007). Narcissism and romantic attraction: Evidence from a collectivistic culture. *Journal of Research in Personality, 41* (3), 723–730.
- Taylor, S. E., Lerner, J. S., Sherman, D. K., Sage, R. M., McDowell, N. K. (2003). Portrait of the self-enhancer: Well adjusted and well liked or maladjusted and friendless? *Journal of Personality and Social Psychology, 84*, 165–176.
- Tice, D. M., Butler, J. L., Muraven, M. B., Stillwell, A. M. (1995). When modesty prevails: Differential favorability of self-presentation to friends and strangers. *Journal of Personality and Social Psychology, 69*, 1120–1138.
- Twenge, J. M., Campbell, W. K. (2009). *The narcissism epidemic: Living in the age of entitlement*. New York: Free Press.
- Twenge, J. M., Foster, J. D. (2008). Mapping the scale of the narcissism epidemic: Increases in narcissism 2002–2007 within ethnic groups. *Journal of Research in Personality, 42*, 1619–1622.
- Twenge, J. M., Konrath, S., Foster, J. D., Campbell, W. K., Bushman, B. J. (2008). Egos inflating over time: A cross-temporal meta-analysis of the Narcissistic Personality Inventory. *Journal of Personality, 76*, 875–901.
- Wierzbicka, W. (1996). Contrastive sociolinguistics and the theory of “cultural scripts”: Chinese versus English. W: M. Hellinger, U. Ammon (red.), *Contrastive sociolinguistics* (s. 313–343). Berlin: de Gruyter.
- Willi, J. (1996). *Związek dwojga – psychoanaliza pary*. Warszawa: Jacek Santorski & Co.
- Wojciszke, B., (2004). The negative social world: The Polish culture of complaining. *International Journal of Sociology, 34*, 38–59.
- Zuckerman, E. W., Jost, J. T. (2001). What makes you think you’re so popular? Self-evaluation maintenance and the subjective side of the “Friendship Paradox”. *Social Psychology Quarterly, 64* (3), 207–223.

## PRZYPISY

1. Gwiazda socjometryczna to osoba, która w badaniu socjometrycznym uzyskuje największą liczbę pozytywnych wyborów, wskazań (np. jako najbardziej lubiana czy kompetentna).
2. Pojęcie koluzji u Williiego dotyczy nieświadomej wzajemnej gry, interakcji partnerów o komplementarnych cechach psychopatologicznych w konflikcie rozwijającym się w ramach ich związku (w przypadku koluzji narcystycznej mowa o związku osób o rysach narcystycznych).
3. W największym uproszczeniu – obiekt miłości związany z Ja (będący jego częścią).
4. Macierze reprezentujące dane (tu: socjometryczne) wykorzystywane w ramach analizy sieci.
5. Każda osoba badana wskazywała osoby (maksimum sześć), które lubi najbardziej, oraz te, które lubi najmniej. Ogółem osoby badane wskazały średnio 5,50 osoby jako najbardziej lubiane i 4,39 jako najmniej lubiane.



## A narcissist in the social network. What does network analysis tell us about functioning of narcissistic individuals?

Anna Czarna

*Institute of Psychology, University of Wrocław*

### Abstract

The study addresses the question of links between narcissism and position in proximate social groups, defined as approval, popularity (positive, negative and overall) and centrality. Narcissists exhibit many socially undesirable features and behaviours, therefore the main hypothesis was that narcissistic people will be unpopular and disapproved by those who have known them for a longer time. Additionally, tested were hypotheses that narcissistic people will overestimate their own standing in a group and that they will like each other. The study applied network analysis of sociometric and psychometric data to verify the hypotheses in natural environments of small peer groups of Polish university students ( $N = 124$ ). Results provided a complex picture of narcissists' standing in groups. The main finding was that narcissism correlated with certain social popularity, both overall and positive. It also correlated with the overestimation index, however absolute values of the overestimation indicated that Polish narcissistic people do not overestimate but rather underestimate less their social position compared to the nonnarcissistic ones. The network analysis revealed the central position of narcissists in the groups, as indicated by a higher number of interpersonal relations (Degree), especially those directed from the narcissists outwards (Outdegree), a strategic selection of friends from influential group members, and more control over information flow in the network, resulting from standing between other group members (Betweenness). The hypothesis of reciprocal attraction of narcissistic people was supported. The findings point to possible culture-based differences in the expression of narcissistic features. Conclusions are drawn for understanding the perpetuation of narcissism. Limitations of the results and further research directions are discussed.

*Keywords:* narcissism, position in a group, popularity, network analysis, interpersonal attraction, self-enhancement

Złożono: 10.03.2010

Złożono poprawiony tekst: 30.05.2011

Zaakceptowano do druku: 04.08.2011