

POSTOJI LI POVEZANOST IZMEĐU DIMENZIJA LIČNOSTI I MUZIKE SA PROBLEMATIČNIM DRUŠTVENIM MOTIVIMA?

Autor: EMILIJAN ALIŠA, Marija Šarčević, Danilo Diljević, Dragiša Milovanović

e-mail: emilijan.alisa@student.ff.unibl.org

Mentor: Asist. Lana Vujaković

Filozofski fakultet Univerziteta u Banjoj Luci

Uvod: Muzika predstavlja univerzalni oblik izražavanja te kroz ljudsku evoluciju često nastaju razni muzički žanrovi na čiji se izbor slušanja povezuju različite osobine ličnosti.

Cilj: Istraživanje se bavi ispitivanjem povezanosti crta ličnosti i preferencije ka „šund” muzici. „Šund” muzika predstavlja muzički žanr koji je nastao na području bivše Jugoslavije, a karakterističan je po tekstovima koji pozivaju na antisocijalno ponašanje, uz ključne teme poput nasilja, nemoralna, bluda i alkoholizma.

Materijal i metode: U istraživanju je učestvovalo 234 ispitanika, uzrasta od 15–25 godina, sa prostora Srbije i BiH, a od kojih je 68% ispitanika ženskog pola. Ispitanici su popunjavali onlajn anketu u kojoj su ocjenjivali različite audio isječke pjesama, kao i anketu sa osnovnim demografskim podacima i HEXACO-PI-R upitnikom.

Rezultati: Rezultati regresione analize ukazuju na negativnu korelaciju između varijabli otvorenosti za iskustva, te poštenje–poniznost sa preferencijama ka „šund” muzici. Varijabla emocionalnost pozitivno je korelirala sa „šund” muzikom, dok ekstraverzija, savjesnost i prijatnost nisu ostvarile značajne korelacije. Crtama ličnosti kao prediktorima „šund” muzike objašnjeno je 16,1% varijanse.

Zaključak: Crte ličnosti u okviru HEXACO modela predstavljaju značajan prediktor preferencija ka „šund” muzici, iako se preporučuje posvećivanje pažnje uticaju „šund” muzike na socijalno okruženje u budućim istraživanjima.

Ključne riječi: HEXACO model, osobine ličnosti, muzika, problematični motivi.

UVOD

Muzika je univerzalni oblik izražavanja i ekspresije ljudskih osjećanja, oblik komunikacije i socijalne interakcije i kao takva nije ograničena samo na zabavu (Arnett, 1999 prema Baker & Bor, 2008). Ona predstavlja značajan aspekt kulture što je čini odrazom ljudskih ideja (Buzarovski, 2016). Iz decenije u deceniju sadržaj muzike se kontinuirano mijenja, u čijem procesu se rađaju i novi žanrovi. Muzički ukus pojedinca može biti značajan faktor u njegovim svakodnevnim aktivnostima, poput identifikacije sa društvenim grupama (Tarrant et al., 2002). Međutim, činjenica da postoje individualne razlike kada su u pitanju preferencije različitih žanrova koje ljudi slušaju vuče sa sobom pretpostavku o povezanosti tih individualnih razlika i relativno trajnih osobina karakteristične za pojedinca i njegovu ličnost. Tako je nastalo mnoštvo istraživanja (Dobrota & Reić, 2015; Langmeyer et al., 2012; Schäfer & Mehlhorn, 2017) koja su poredila crte ličnosti iz domena Big Five modela sa različitim muzičkim preferencijama, te bi se često otkrile značajne veze između određenih crta ličnosti (najčešće otvorenost za iskustva) i specifičnih muzičkih žanrova (na primjer bluz muzika). Nasuprot takvim istraživanjima, ovo istraživanje pokušalo je

objasniti determinante specifičnog muzičkog žanra nazvanog „šund” muzika, gdje su kao glavni prediktori preferencija prema ovakvom tipu muzike istražene crte ličnosti iz domena HEXACO modela.

Šund muzika

„Šund” muzika je termin iskorišten za potrebe operacionalizacije muzike od interesa za ovo istraživanje. Termin „šund” nastao je u Njemačkoj, u periodu oštih kritika prema tadašnjoj književnoj literaturi i označava sadržaj koji je estetski bezvrijedan, nemoralan (Peterson, 1995). U tadašnje vrijeme, časopisi i romani koji su bili popularni, ocjenjivani su kao niskokvalitetni, bez određene konkretne estetske vrijednosti, te termin „šund” i danas ima sličnu konotaciju. Često se ovaj termin dovodi u vezu sa „trash” ili „smeće” sadržajem, međutim ovaj naziv često je bio „pogrdniji” oblik da se iskaže estetska inferiornost nekog sadržaja, često filmskog (Maase, 2022). Takođe, poveznica „trash” i „šund” termina u konotaciji označava problematične motive i antisocijalne poruke. Pored užeg značenja riječi „šund”, poznato je da je muzika, i generalno umjetnički svijet, poznat po tome što nerijetko sadrži niz antisocijalnih poruka. Velika je količina pjesama različitih muzičkih žanrova, čiji su tekstovi kombinacija nasilja, zloupotrebe supstanci i različitih oblika socijalno-patološkog ponašanja, nezavisno od specifičnog žanra. Mnoge pjesme uz takve tekstove plasiraju i različite agresivne simbole, koji kasnije mogu dovesti do porasta antisocijalnog ponašanja (Collinson et al., 2015). S toga je potrebno specifičnije odrediti termin „šund” muzika. Korišten je za potrebe ovog istraživanja, prvenstveno, jer se on odnosi na jedan specifičan muzički žanr. On se prije svega odnosi na muziku sa prostora bivše Jugoslavije, te predstavlja muziku koja sa sobom nosi specifične poruke. Ovakve pjesme u svojim tekstovima sadrže pozive na antisocijalno ponašanje, blud i nemoral, konzumiranje raznih supstanci, život ispunjen kriminalom i nasiljem. Uz izuzetno brz elektronski ritam i vizualizaciju svega što se otpjeva, ova se muzika popularizovala u posljednjih nekoliko godina, te je zbog toga termin „šund” muzika za potrebe ovog istraživanja operacionalizovan kao relativno moderna muzika (ne starija od 10 godina), koja prenosi razne negativne i antisocijalne poruke i ima trivijalan estetski kvalitet.

HEXACO model ličnosti

HEXACO predstavlja psihološki model koji pretpostavlja da se ličnost pojedinca može objasniti preko šest bipolarnih dimenzija (Ashton & Lee, 2004). Za razliku od dva najpopularnija modela ličnosti, Petofaktorskog (McRae & John, 1992) i Big Five modela, HEXACO model ličnosti sadrži jednu crtu ličnosti više, zvanu poštenje–poniznost. U okviru nje se nalaze facete koje se odnose na iskrenost, pravednost, izbjegavanje pohlepe i skromnost, te je ovako operacionalizovana crta ličnosti mogući prediktor muzike koja glorifikuje negativne polove svih navedenih faceta. Pored poštenja–poniznosti, ostale crte iz HEXACO modela su sljedeće: emocionalnost (plašljivost, zavisnost, anksioznost, sentimentalnost), ekstraverzija (socijalno samopouzdanje, aktivitet, odvažnost, druželjubivost), prijetnost (opraštanje, fleksibilnost, strpljenje, nježnost), Savjesnost (organizovanost, planiranje, perfekcionizam) i otvorenost za iskustva (otvorenost ka estetskim vrijednostima, kreativnost, radoznalost, nekonvencionalnost). HEXACO model ličnosti, za razliku od verzija u kojima su identifikovane petofaktorske strukture, pokazuje veću kros-kulturalnu replikabilnost (Ashton & Lee, 2007). Takođe, Ashton i Lee navode prednost HEXACO modela u odnosu na petofaktorski u domenu objašnjavanja određenih ponašanja, kao na primjer altruističkih tendencija, koje se dodatno mogu objasniti uvođenjem nove dimenzije poštenje–poniznost, uvođenjem fleksibilnosti u domen prijetnosti – saradljivosti, te generalno „dijeljenjem” altruističkog ponašanja na više domena ličnosti, čime se mogu

dati preciznija objašnjenja u odnosu na petofaktorski model (Ashton & Lee, 2007).

Ranija istraživanja

Prethodna istraživanja primarno su usmjerena na pitanje različitih muzičkih preferencija i crta ličnosti kao njihovih prediktora, gdje je varijabla otvorenost ka iskustvu stajala kao najbolji prediktor preferencije različitih muzičkih žanrova poput bluz, džeza i određenih kompleksnijih žanrova, ali također i raznovrsnije muzike (Delsing et al., 2008; Fricke & Herzberg, 2017). Međutim, treba napomenuti da su i ostale crte ličnosti imale svoju prediktivnu vrijednost. Na primjer, ekstraverzija obično korelira sa brzom energičnom i ritmičnom muzikom (Neuman et al., 2015). Sa druge strane, postoje istraživanja koja idu u prilog pretpostavci da određena negativna ili antisocijalna ponašanja podupiru slušanje muzike sa antisocijalnim porukama (Blagov et al., 2019). Takođe, rezultati ranijih istraživanja ukazuju na činjenicu da muzika svojim porukama često snažno utiče na usvajanje stavova, vrijednosti i ponašanja koja se u pjesmama glorifikuju (Bushong, 2002). Zanimljiv podatak iznosi istraživanje rađeno na Novom Zelandu 2015. godine, koje naglašava činjenicu da je od 861 video spotova različitih pjesama, otprilike 40% njih sadržavalo barem jedan agresivni simbol (pištolj, tuče, pozivi na smrt) (Collinson et al., 2015). Dodatni argumenti koji idu u prilog hipotezama ranije navedenih istraživanja može se naći u istraživanju Bakera i Bora, koji navode postojanje povezanosti muzike sa agresivnim i antisocijalnim porukama sa agresivnim ponašanjima i doživljajima (Baker & Bor, 2008). Uz pretpostavku da postoje različiti prediktori slušanja problematične muzike, mnoga istraživanja su ukazala da su crte ličnosti jedan od vodećih prediktora slušanja raznih žanrova, pa tako i problematične muzike (Butković & Žauhar, 2024). Treba napomenuti da je velika većina istraživanja povezanosti crta ličnosti sa muzičkim preferencijama rađeno sa Big Five modelom ličnosti, ali dodatni podaci o različitim efektima muzike na antisocijalno ponašanje predstavljaju dobar teorijski okvir za testiranje HEXACO modela ličnosti u ovom kontekstu, pogotovo zbog varijable poštenje–poniznost, te drugačijih operacionalizacija varijable emocionalnost.

Ciljevi istraživanja

Glavni cilj istraživanja jeste ispitati u kojoj mjeri se preferencije ka „šund” muzici mogu objasniti crtama ličnosti iz domena HEXACO upitnika. Takođe, utvrđivanje efekta individualnih razlika uz određene karakteristike ljudskog identiteta na slušanje problematične muzike može biti dobra početna tačka za dalja istraživanja koja bi se bavila različitim, pozitivnim i negativnim uticajima savremene muzike na ličnost, kako pojedinačno, tako i u kontekstu socijalne sredine.

Hipoteze i pretpostavke

Prva hipoteza nalaže da su crte ličnosti značajan prediktor preferencija ka „šund”. Potom, druga hipoteza pretpostavlja da ispitanici sa višim skorovima na dimenzijama otvorenosti i poštenja, „šund” pjesme ocjenjuju nižim skorovima, s obzirom na tekstove o nasilju, pljačkama i antisocijalnom ponašanju (Rolinson et al., 2013). Imajući u vidu način operacionalizacije emocionalnosti u okviru HEXACO modela, treća hipoteza pretpostavlja blagu pozitivnu vezu između emocionalnosti i „šund” muzike (Rolinson et al., 2013). Pored toga, postoje dodatne pojedinosti koje se ispituju, poput efekta važnosti muzike u životu ispitanika na preferenciju ka „šund” muzici. Četvrta hipoteza u ovom istraživanju predviđa da će ispitanici kojima je muzika nezaobilazan i važan aspekt života niže ocjenjivati „šund” pjesme, s obzirom da se one smatraju površnima. Zatim, lični stavovi koje

pojedinci vrednuju o muzici mogu biti značajni prediktori muzičkih preferencija. Ispitanik koji smatra da je njegov muzički ukus kvalitetniji od ostalih ljudi obično favorizuje pjesme koje pripadaju vlastitom žanru te odbacuje pjesme koje ne pripadaju istom, što se može opisati teorijom socijalnog identiteta, koja implicira favorizovanje svega što pripada našoj grupi kako bi se očuvao pozitivan stav o sebi (Tajfel & Turner, 2004). Na osnovu datih teorijskih okvira, peta hipoteza pretpostavlja značajnu razliku između grupe ispitanika koja smatra da je njihov ukus za muziku kvalitetniji od ostalih ljudi, i grupe ljudi koja nije takvog stava. Nadalje, šesta hipoteza nalaže povezanost dijela pjesme na koji ispitanici primarno obraćaju pažnju i preferencija ka „šundu”, uz pretpostavku da će ispitanici koji primarno obraćaju pažnju na ritam i melodiju pjesama ocjenjivati „šund” pjesme kao kvalitetnije (Dobrota & Reić, 2015). Teorijski okvir za postavljenu hipotezu može se naći u fenomenu selektivne pažnje (Triesman, 1969) na osnovu kojeg se može pretpostaviti da ispitanici koji pažnju usmjeravaju na određeni aspekt stimulusa mogu zanemariti ostale aspekte, što utiče i oblikuje informaciju koja se prima. Sedma hipoteza odnosi se na povezanost socioekonomskog statusa sa preferencijama ka šund muzici. Razna istraživanja (Van Ejick, 2001; Liu et al., 2018) argumentuju postojanje povezanosti višeg socioekonomskog statusa i raznih muzičkih žanrova (na primjer opera). Kao razlog za to navode se običaji koji se pripadnošću specifičnim socioekonomskim statusima njeguju. Prema navedenim autorima članovi višeg socioekonomskog statusa će slušati raznovrsniju muziku i ići na razne koncerte, između ostalog, jer to sebi mogu priuštiti. Shodno tome, očekuje se povezanost između višeg socioekonomskog statusa i preferencija ka „šund” muzici. Posljednja hipoteza pretpostavlja da svi navedeni prediktori neće ostvariti korelacije velikog intenziteta, te da se mogu očekivati niski ili umjereni intenziteti korelacija (Langmeyer et al., 2012; Pavlović et al., 2016; Schäfer & Mehlhorn, 2017). Razlog za to leži u činjenici da je prediktora mnogo, a crte ličnosti takođe i međusobno kovariraju.

METOD

Nacrt istraživanja

Sprovedeno istraživanje spada u grupu korelaciono-regresionih istraživanja. Prediktorske varijable su bile crte ličnosti iz HEXACO modela, dok je ishodišna varijabla bila preferencija ka šund muzici. Pored crta ličnosti, nekoliko dodatnih varijabli korišteno je prilikom posebnih analiza, od kojih su neke lični stavovi prema muzici koju ispitanici slušaju, uloga muzike u životima ispitanika, kao i aspekt muzike na koji ispitanici najviše obraćaju pažnju. Lični stav o muzici operacionalizovan je pitanjem: „Smatram da je muzika koju ja slušam kvalitetnija od muzike koju slušaju drugi”.

Uzorak i procedura

Istraživanje je sprovedeno na prigodnom uzorku od 234 ispitanika iz Bosne i Hercegovine i Srbije, starosne dobi od 15–25 godina. Uzorak su dominantno sačinjavali ispitanici ženskog pola, kojih je bilo 160 (68,38%) dok je 73 (31,20%) ispitanika bilo muškog pola, a samo jedan ispitanik se izjasnio opcijom „Drugo”. Kada je riječ o stepenu obrazovanja, najveći broj ispitanika ima završenu srednju školu (75,21%). Zatim, važno je i napomenuti da najveći broj ispitanika tvrdi da se nalazi u kategoriji prosječnog socioekonomskog statusa (74,40%), dok 21,80% ispitanika tvrdi da pripada kategoriji iznadprosječnog socioekonomskog statusa (Tabela 9). Uzorak istraživanja prikupljen je prigodnim putem pomoću društvenih mreža, a upitnik je popunjen u online formi, sa prosječnim vremenom ispunjavanja od 20 minuta. Svaki ispitanik je prije popunjavanja potvrdio uslov za starosnu dob te potvrdio dobrovoljno učešće u istraživanju.

Instrumenti i mjere

Za potrebe ovog istraživanja konstruisan je multidimenzionalni upitnik, koji se sastojao iz tri dijela. Takođe, potrebno je naglasiti da je upitnik konstruisan za potrebe dva istraživanja. Prvo se bavilo povezanosti crta ličnosti sa preferencijama ka različitim muzičkim žanrovima, te shodno tome, baza podataka prikupljena upitnikom služila je za oba istraživanja.

Demografski podaci

Uvodnim dijelom upitnika prikupljeni su osnovni demografski podaci: pol i starost, stepen obrazovanja, socioekonomski status te tradicionalna ili ruralna pozadina ispitanika. Zatim, nekoliko stavki koje su se odnosile na lične stavove o muzici, ulogu muzike u životu, kao i generalnu samoprocjenjenu preferenciju ka određenim muzičkim žanrovima. Primjer stavke koja se odnosi na stavove o muzici: „Generalno, smatram da postoje određeni žanrovi koji su kvalitetniji od ostalih”.

HEXACO upitnik

Naredni dio upitnika ispitivao je psihološke crte ličnosti pomoću adaptiranog HEXACO upitnika (Ashton & Lee, 2009, adaptirano prema Sokolovska et al., 2018). Upitnik se koristi kao instrument samoprocjene, te je u istraživanju korištena verzija sa 60 tvrdnji. Ispitanici ocjenjuju tvrdnje na osnovu toga koliko se i u kom stepenu odnosi na njih, njihove stavove i ponašanja. Primjer tvrdnje: „Drugi ljudi smatraju da sam plahovite naravi”. Sve skale HEXACO upitnika pokazale su prihvatljivu pouzdanost interne konzistencije (Tabela br. 6).

Audio isječci

Posljednji dio upitnika sastojao se od slušanja audio isječaka iz 20 pjesama, od kojih je osam okarakterisano kao „šund” muzika. Važno je naglasiti da je za potrebe ovog istraživanja, kao i obradu podataka i statističku analizu, korišteno samo osam „šund” pjesama, dok je ostalih 12 pjesama korišteno za potrebe drugog istraživanja. Kriterijum odabira pjesama bio je broj pregleda na platformi YouTube, kao i godina kada je pjesma objavljena na platformi. Na osnovu ovih kriterijuma su izabrane pjesme koje nisu starije od 10 godina, a pripadaju „šund” muzici, jedine smatrane pogodnim za operacionalizaciju moderne „šund” muzike. Ispitanici su sklonost ka ovoj muzici izrazili odgovorima na dvije tvrdnje: „Generalno gledano, dopala mi se pjesma koju sam upravo poslušao/la” i „Slušao/la bih ovu pjesmu ponovo.” Skala odgovora bila je petostepeni Likert, te je ukupan skor za preferenciju ka „šundu” izračunat prosječnom ocjenom koju su ispitanici dali za osam odabranih pjesama, u rasponu skora od 1–5. Analiza pouzdanosti interne konzistencije za skalu preferencija ka „šund” muzici pokazala je zadovoljavajuću pouzdanost skale (Tabela br. 7).

Analiza podataka

Za provjeru hipoteze o povezanosti crta ličnosti i preferencija ka „šund” muzici korištena je multipla regresiona analiza. Prediktorske varijable regresionog modela bile su crte ličnosti HEXACO modela, dok je kriterijumska varijabla bila preferencija ka „šund” muzici. Za provjeru dodatnih hipoteza o povezanosti ličnih stavova o muzici i preferencija ka „šund” muzici korišten je t-test za nezavisne uzorke uz Cohenov d statistik za procjenu veličine efekta, kao i ANOVA za procjenu važnosti muzike i preferencija ka šundu, kao i za

procjenu efekta dijela pjesme na koji se primarno obraća pažnja na preferencije ka „šund” muzici, te procjenu efekta socioekonomskog statusa na preferencije ka „šund muzici”. Za procjenu objašnjene varijanse navedenih faktora korišten je statistik kvadrirana eta (η^2).

Etika

Anonimnost odgovora ispitanika, kao i odsustajanje u bilo kojem trenutku, jasno su naglašeni na početnoj stranici upitnika. Uz ove podatke, priložene su i e-mail adrese istraživača u slučaju nedoumica za vrijeme popunjavanja. Na dijelu upitnika koji zahtijeva slušanje audio isječaka, istraživači su posebno naglasili da ne posjeduju autorska prava na pjesme, kao i da su isječci korišteni isključivo u naučne svrhe.

REZULTATI

Rezultati deskriptivne statistike (Tabela 8) pokazuju blago pozitivnu distribuciju procjene „šund” pjesama ($M = 2,63$; $Sk = 0,268$), međutim, intenzitet zakrivljenosti distribucije ukazuje da se ne radi o velikom odstupanju od normalnosti. Tabela frekvencije (Tabela br. 9) ukazuje značajne razlike u prevalenciji ispitanika u kategorijama pola, socioekonomskog statusa, te stepena obrazovanja. Ove razlike se značajno oslikavaju u vidu zakrivljenosti distribucija ispitanika po datim kategorijama (Tabela br. 8). Rezultati multiple regresione analize (Tabela br. 1) pokazali su više statistički značajnih efekata različitih crta ličnosti iz HEXACO modela i preferencije ka šund muzici. Crta ličnosti otvorenost za iskustva ostvarila je najjaču vezu sa preferencijama ka šundu i ta veza je negativna ($r = -0,288$; $p < ,001$), dok se semiparcijalni koeficijent korelacije ne razlikuje mnogo od Pirsonovog. Zatim, varijabla poštenje–poniznost takođe je ostvarila statistički značajnu negativnu korelaciju sa šund muzikom ($r = -0,245$; $p < ,001$). Semi parcijalni koeficijent korelacije za varijablu poštenje-poniznost je nešto niži, ali ipak statistički značajan ($sr = -0,174$; $p < ,001$). Varijabla savjesnost pokazala je statistički značajnu povezanost mjerenju preko Pirsonovog koeficijenta korelacije ($r = -0,128$; $p = ,05$), dok je semiparcijalna korelacija pokazala skoro zanemarivu povezanost ($sr = -0,04$). Varijabla emocionalnost je jedina koja je pokazala statistički značajnu pozitivnu povezanost sa „šund” muzikom ($r = 0,129$; $p = ,49$), dok njena semiparcijalna korelacija iznosi nešto većih 0,17. Varijabla ekstraverzija ostvarila je zanemarivu povezanost sa šund muzikom ($r = 0,079$; $p = ,229$). Varijabla prijatnost je, slično savjesnosti, pokazala značajnu razliku između Pirsonovog koeficijenta korelacije sa šund muzikom i semiparcijalnog koeficijenta ($r = -0,115$; $sr = -0,036$; $p = ,79$). U konačnici, ukupan model u kojem se kao prediktori nalaze svih šest crta ličnosti objašnjava 16,1 % varijanse preferencija ka šund muzici ($R^2 = ,161$; $p < ,001$), međutim, rezultati Bayesijske linearne regresije ukazuju da je model sa prediktorima poštenja, otvorenosti i emocionalnosti najvjerovatniji prediktorski model (Tabela 2).

Nakon regresione analize, odrađeni su T testovi za procjenu povezanosti ličnih stavova o muzici koju ispitanici slušaju, te preferencije ka šundu (Tabela br. 3). T test je pokazao značajnu razliku između ispitanika koji smatraju svoj ukus kvalitetnijim od ostalih ljudi i ispitanika koji nisu istog stava ($t = -5,71$; $df = 223$; Razlika $M = -0,715$; Cohen's $d = -0,748$; $p < ,001$). Ispitanici koji svoj ukus nisu smatrali boljim od ostalih ljudi pretežno su više ocjenjivali „šund” pjesme. Takođe, rezultati ANOVE su pokazali značajan efekat važnosti muzike u životima ljudi na ocjenu šund pjesama ($F = 4,03$ (2); $p = ,019$), uz najveću razliku između ispitanika koji smatraju muziku važnom komponentom u svojim životima i dobro su upoznati u specifičnosti žanrova i ispitanika koji takođe smatraju muziku važnom komponentom, ali slabo razumiju podjelu muzike po žanrovima (Tabela br. 4). Naime, post hoc testovi pokazali su da druga grupa ispitanika u prosjeku ocjenjuje šund pjesme kvalitetnije od prve grupe (Razlika $M = -0,406$; p (tukey) = ,015). Takođe,

ANOVA je rađena i za procjenu efekta aspekta muzike na koji ispitanici obraćaju najviše pažnju, te preferencija ka šundu (Tabela br. 5). Utvrđen je značajan efekat ($F = 3,482$ (3); $p = ,017$) aspekta muzike na koji ispitanici najviše obraćaju pažnju, uz dodatak da ispitanici koji su visoko ocjenjivali šund pjesme obično primarno obraćaju pažnju na ritam i melodiju pjesme. Konačno, rezultati ANOVE za procjenu efekta socioekonomskog statusa na preferencije ka „šund” muzici (Tabela br. 10) pokazale su statistički značajan efekat socioekonomskog statusa ($F = 4,67$ (2); $p = ,01$) Post hoc testovi pokazali su značajnu razliku između ispitanika srednjeg i višeg socioekonomskog statusa u preferencijama ka „šund” muzici. (Razlika $M = -0,478$; p (tukey) = $,009$; Cohen's $d = -0,475$)

DISKUSIJA

Dobijeni rezultati korelaciono-regresione analize (Tabela br. 1) potvrđuju prvu hipotezu o povezanosti crta ličnosti i preferencija ka „šund” muzici. Varijabla otvorenost ka iskustvu ostvarila je najsnažniju povezanost i to u negativnom smjeru, što bi se moglo objasniti činjenicom da su ispitanici sa izraženom dimenzijom otvorenosti usmjereniji ka kompleksnijoj muzici sa različitim estetskim kvalitetama i idejama, te imaju raznovrsniji opis muzike koju slušaju (Delsing et al., 2008). Sa druge strane, sve pjesme koje su karakteristične za „šund” muziku su jako slične i to po svim aspektima, od teksta do ritma, tako da je moguće objašnjenje negativne veze monotonost pjesama koje pripadaju „šund” žanru. Takođe, utvrđena je negativna povezanost između crte poštenje-poniznost i „šund” muzike, te ova činjenica potvrđuje drugu hipotezu istraživanja. Naime, tekstovi „šund” pjesama pozivaju na bahatost, novac i različite nesavjesne načine kojima se do novca dolazi, obično potiskuju iskrenost pozivanjem na blud, što negativno korelira sa osobinama ispitanika koji imaju visoko izražene skorove na svim facetama poštenja, s obzirom na činjenicu da ispitanici sa izraženim poštenjem obično rade suprotno od navedenog (Rolinson et al., 2013). Emocionalnost je posljednja crta ličnosti koja, kada se gleda preko semiparcijalnih korelacija, značajno korelira sa preferencijama ka „šundu”. Korelacija je pozitivna, s obzirom na postojanje faceta plašljivosti, zavisnosti i anksioznosti, potvrđujući treću hipotezu istraživanja. Naime, ovako operacionalizovana crta ličnosti može ukazivati na različite probleme, od straha od vezivanja, straha od usamljenosti, generalne anksioznosti, te se može pretpostaviti da se ispitanici koji imaju izraženije skorove na datim facetama na neki način identifikuju sa tekstovima koji pjevaju o kratkim vezama bez mnogo vezivanja i uživanju o antisocijalnim tematikama (Rolinson et al., 2013). Kada su u pitanju ostale crte ličnosti, nijedna nije značajno korelirala sa preferencijama ka „šund” muzici, kada se ta korelacija gleda preko semiparcijalnog koeficijenta. Moguće objašnjenje za ovu pojavu leži u tome što su varijable otvorenosti i poštenja primarno ostvarile najsnažniji efekat, te su na neki način „vukle” korelacije ostalih crta ličnosti, s obzirom na kovariranje crta ličnosti međusobno. Takođe, rezultati Bayesijanske linearne regresije (Tabela br. 2) pokazali su da je prediktorski model sa tri najznačajnija prediktora (emocionalnost, poštenje i otvorenost) vjerovatniji od modela u kojem su prediktori svih šest crta ličnosti, što opet dokazuje da su otvorenost, emocionalnost i poštenje dovoljni prediktori preferencija ka „šundu”. Ukupno gledano, korelacije svih crta ličnosti nisu prelazile granicu niskog intenziteta, što potvrđuje posljednju hipotezu istraživanja o jačini veze između crta ličnosti i preferencija ka „šundu”. Rezultati T-testa za provjeru ličnih stavova o muzici u kontekstu smatranja da je muzika koju ispitanici slušaju kvalitetnija od muzičkog ukusa drugih ljudi (Tabela br. 3), potvrdili su petu hipotezu istraživanja, koja je pretpostavila statistički značajnu razliku u preferenciji ka „šund muzici” između ispitanika koji smatraju svoj ukus boljim od ostalih, i ispitanika koji to ne smatraju. Naime, ispitanici koji su imali stav da je njihov muzički žanr inferiorniji od drugih ljudi su u prosjeku više ocjenjivali „šund” pjesme. Pretpostavka za ovaj fenomen leži u teoriji socijalnog identiteta. Ispitanici

koji su smatrali da je njihov muzički ukus bolji od ostalih ljudi su vjerovatno pravili veće razlike u ocjenjivanju pjesama koje pripadaju „šundu” i pjesama koje su karakteristične za njihov žanr, što bi moglo ići u prilog teoriji socijalnog identiteta (Tajfel & Turner, 2004). Međutim, mogućih objašnjenja ima mnogo, pogotovo uz podatak da su ispitanici koji se slabo razumiju u muziku ocjenjivali pjesme iz „šund” žanra kao kvalitetnije (Tabela br. 4). Može se pretpostaviti da su ispitanici koji nisu najbolje upoznati u komponente koje sačinjavaju pjesmu jednostavno koristili drugačiji kriterijum procjene pjesama. Još jedan zanimljiv podatak sugerise Tabela br. 4, iz koje se može zaključiti da ne postoji značajna razlika u preferencijama ka šund muzici u zavisnosti od važnosti muzike. Ispitanici koji su smatrali muziku važnom komponentom nisu ocjenjivali pjesme „šund” žanra mnogo drugačije od ispitanika kojima muzika nije važan aspekt života, što ne ide u prilog četvrtoj hipotezi. Konačno, ispitanici koji su kod pjesama najviše obraćali pažnju na ritam pjesama, moguće da su zanemarivali tekstove „šund” pjesama, što bi išlo u prilog teoriji selektivne pažnje (Triesman, 1969), te potvrđuje šestu hipotezu. U prilog sedmoj hipotezi kojom je pretpostavljen efekat socioekonomskog statusa i preferencija ka „šund” muzici idu rezultati iz Tabele 10, iz koje se može uočiti značajna razlika između pripadnika višeg socioekonomskog statusa i srednjeg socioekonomskog statusa na preferencije ka šund muzici, uz zaključak da su pripadnici višeg socioekonomskog statusa „šund” pjesme ocjenjivali kvalitetnijima. Dobijeni rezultati se mogu objasniti pretpostavkom da običaji koji dolaze uz visok socioekonomski status „oblikuju” ovu vezu. Osobe višeg statusa sebi mogu priuštiti veću količinu provoda i koncerata, što bi moglo uticati na njihovu preferenciju ka „šund” muzici. Treba naglasiti da se ovaj podatak treba posmatrati uz zadržku, s obzirom na velike razlike u frekvenciji ispitanika različitih kategorija socioekonomskog statusa. Drugim riječima, prevelika količina ispitanika koji spadaju u kategoriju prosječnog socioekonomskog statusa čini rezultate ove analize nereprezentativnim. Na kraju, može se zaključiti da najveći udio objašnjene varijanse zapravo pripada crtama ličnosti, što dalje implicira da ljudi shodno sa različitim osobinama i vrijednostima, različito primaju i plasiraju informacije iz spoljašnje sredine, uključujući i muziku.

ZAKLJUČAK

Cilj ovog istraživanja bio je utvrditi povezanost crta ličnosti sa preferencijama ka „šund” muzici. Dobijeni rezultati korelaciono regresione analize potvrdili su postojanje povezanosti, te činjenicu da crte ličnosti kao izvor individualnih razlika imaju svoj udio u odabiru muzičkih žanrova (Neuman et al., 2015), ali i preferencijama ka muzici koja je okarakterisana kao problematična (Blagov et al, 2019). Varijabla otvorenost, kao i u dosadašnjim istraživanjima, pokazala je najsnažniju vezu sa „šund” muzikom, koja je negativnog pravca, ali i varijable poštenje i emocionalnost objašnjavaju navedene preferencije. Nadalje, istraživanje je utvrdilo da ispitanici koji obraćaju pažnju na različite aspekte muzike različito i ocjenjuju muziku, čineći je nešto kompleksnijim predmetom za analizu, pogotovo u vremenu kada je muzika jednako vizuelni i audio doživljaj. Takođe, ispitanici kojima je muzika važan aspekt života i koji se dobro razumiju u muzičke pojedinosti, vjerovatno uzimaju više kriterijuma u obzir tokom procjene kvaliteta pjesama. S obzirom da ne postoji mnogo istraživanja koja su povezivala muziku i HEXACO upitnik, ovo istraživanje može poslužiti kao validacija upotrebe HEXACO upitnika u kontekstu povezivanja sa problematičnim motivima u muzici. Pored teorijskih, istraživanje ima i nekoliko značajnih praktičnih implikacija. Prvenstveno, na osnovu teorijskih implikacija, može se pretpostaviti koja tipologija ličnosti će vjerovatno favorizovati „šund” muziku. Sa druge strane, sprovedeno istraživanje imalo je i nekoliko nedostataka. Ovakvu operacionalizaciju „šund” muzike u budućim istraživanjima potrebno je konstantno preispitivati i revidirati, a s obzirom da je „šund” muzika „moderna”, pitanje je vremena kada će pjesme koje su izabrane za

ovu kategoriju biti van mode. Nakon toga, uzorak je bio većinom ženskog pola, što može dovesti do problematične generalizacije rezultata. Sveukupno gledano, uloga osobina ličnosti u izboru muzike otvara značajne praktične implikacije, ali i preporuke za buduća istraživanja, posebno u okviru obrazovnih programa koji podstiču raznovrsnost, naročito među mladima sa nižom otvorenošću za nova iskustva. Pored navedenog, razmatranje uloge ličnosti u izboru medijskih i popularnih sadržaja omogućava oblikovanje preventivnih i edukativnih programa u kontekstu efekata „šund” muzike.

LITERATURA

- Ashton, M., & Lee, K. (2004). *HEXACO Personality Inventory-Revised (HEXACO-PI-R)* [Database record]. APA PsycTests. <https://doi.org/10.1037/t03138-000>
- Ashton, M. C., & Lee, K. (2007). Empirical, Theoretical, and Practical Advantages of the HEXACO Model of Personality Structure. *Personality and Social Psychology Review*, 11(2), 150-166. <https://doi.org/10.1177/1088868306294907> (Original work published 2007)
- Ashton, M. C., & Lee, K. (2009). The HEXACO-60: A short measure of the major dimensions of personality. *Journal of personality assessment*, 91(4), 340-345.
- Blagov, P. S., Von Handorf, K., Pugh, A. T., & Walker, M. G. (2019). Maladaptive personality and psychopathy dimensions as predictors of music and movie preferences in US adults. *Psychology of Music*, 47(6), 821-833. <https://doi.org/10.1177/0305735619864630>
- Baker, F., & Bor, W. (2008). Can music preference indicate mental health status in young people?. *Australasian psychiatry*, 16(4), 284-288. <https://doi.org/10.1080/10398560701879589>
- Bushong, D. J. (2002). Good music/bad music: Extant literature on popular music media and antisocial behavior. *Music Therapy Perspectives*, 20(2), 69-79. <https://doi.org/10.1093/mtp/20.2.69>
- Bužarovski, D. (2016). Sociologija muzike.
- Van Eijck, K. (2001). Social differentiation in musical taste patterns. *Social forces*, 79(3), 1163-1185. <https://doi.org/10.1353/sof.2001.0017>
- Collinson, L., Judge, L., Stanley, J., & Wilson, N. (2015). Portrayal of violence, weapons, antisocial behaviour and alcohol: study of televised music videos in New Zealand. *New Zealand medical journal*, 128(1410), 84-86.
- Delsing, M. J., Ter Bogt, T. F., Engels, R. C., & Meeus, W. H. (2008). Adolescents' music preferences and personality characteristics. *European Journal of Personality: Published for the European Association of Personality Psychology*, 22(2), 109-130. <https://doi.org/10.1002/per.665>
- Dobrota, S., & Reić Ercegovac, I. (2015). The relationship between music preferences of different mode and tempo and personality traits – Implications for music pedagogy. *Music Education Research*, 17(2), 234-247. <https://doi.org/10.1080/14613808.2014.933790>
- Fricke, K. R., & Herzberg, P. Y. (2017). Personality and self-reported preference for music genres and attributes in a German-speaking sample. *Journal of Research in Personality*, 68, 114-123. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2017.01.001>
- Langmeyer, A., Guglhör-Rudan, A., & Tarnai, C. (2012). What do music preferences reveal about personality?. *Journal of individual differences*. <https://doi.org/10.1027/1614-0001/a000082>
- Liu, M., Hu, X., & Schedl, M. (2018). The relation of culture, socio-economics, and friendship to music preferences: A large-scale, cross-country study. *PloS one*, 13(12), e0208186. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0208186>
- Maase, K. (2021). Schund/Trash. In: Geimer, A., Heinze, C., Winter, R. (eds) *Handbuch Filmsoziologie*. Springer VS, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-10729-1_87
- McCrae, R. R., & John, O. P. (1992). An introduction to the five-factor model and its applications. *Journal of personality*, 60(2), 175-215. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1992.tb00970.x>
- Neuman, Y., Perlovsky, L., Cohen, Y., & Livshits, D. (2016). The personality of music genres. *Psychology of Music*, 44(5), 1044-1057. <https://doi.org/10.1177/0305735615608526>
- Pavlović, T., Benaković, T., Prpa, M., & Wertag, A. (2017). The Relationship Between Musical Preferences, Personal Values and Personality Traits. *Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja*, 26(3), 405-427.
- Peterson, K. (1995). »Schmutz« und »Schund«. In: Zensur in der Weimarer Republik. J.B. Metzler, Stuttgart.

https://doi.org/10.1007/978-3-476-03587-5_14

- Rolison, J. J., Hanoch, Y., & Gummerum, M. (2013). Characteristics of offenders: The HEXACO model of personality as a framework for studying offenders' personality. *The Journal of Forensic Psychiatry & Psychology*, 24(1), 71–82 <https://doi.org/10.1080/14789949.2012.752024>
- Schäfer, T., & Mehlhorn, C. (2017). Can personality traits predict musical style preferences? A meta-analysis. *Personality and Individual Differences*, 116, 265–273. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.061>
- Sokolovska, V., Dinić, B. M., & Tomašević, A. (2018). Aggressiveness in the HEXACO personality model. *Psihologija*, 51(4), 449–468. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.061>
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (2004). The social identity theory of intergroup behavior. In *Political psychology* (pp. 276–293). Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9780203505984>
- Tarrant, M., North, A. C., & Hargreaves, D. J. (2002). Youth identity and music. *Musical identities*, 13, 134–150.
- Treisman, A. M. (1969). Strategies and models of selective attention. *Psychological review*, 76(3), 282. <https://doi.org/10.1037/h0027242>

PRILOZI

Tabela br. 1

Obični, parcijalni i semiparcijalni koeficijent korelacija za crte ličnosti i preferencije ka „šund” muzici

Model		r	Partial r	sr	p vrijednost
H ₁	Otvorenost	-0,288	-0,266	-0,253	<,001
	Savjesnost	-0,128	-0,044	-0,04	0,05
	Prijatnost	-0,115	-0,039	-0,036	0,079
	Ekstraverzija	0,079	0,098	0,09	0,229
	Emocionalnost	0,129	0,182	0,17	0,049
	Poštenje	-0,245	-0,186	-0,174	<,001

Tabela br. 2

Poređenje 10 najvjerojatnijih prediktorskih modela sa nultim modelom

Modeli	P(M)	P(M data)	BF(M)	BF10	R²
Nulti model	0,0156	1,07E-06	6,75E-05	1	0
Otvorenost za iskustva + Emocionalnost + Poštenje	0,0156	0,325	30,34	303340,24	0,15
Otvorenost za iskustva + Ekstraverzija + Emocionalnost + Poštenje	0,0156	0,1883	14,62	175761,41	0,158
Otvorenost za iskustva+ Prijatnost + Emocionalnost + Poštenje	0,0156	0,088	6,08	82101,56	0,152
Otvorenost za iskustva + Savjesnost + Emocionalnost + Poštenje	0,0156	0,0851	5,86	79416,25	0,151
Otvorenost za iskustva + Savjesnost + Ekstraverzija + Emocionalnost + Poštenje	0,0156	0,0592	3,97	55292,13	0,16
Otvorenost za iskustva + Prijatnost + Ekstraverzija + Emocionalnost + Poštenje	0,0156	0,0566	3,78	52802,69	0,159
Otvorenost za iskustva + Poštenje	0,0156	0,0542	3,61	50595,39	0,123
Otvorenost za iskustva + Savjesnost + Prijatnost + Emocionalnost + Poštenje	0,0156	0,0249	1,61	23249,08	0,153
Otvorenost za iskustva + Ekstraverzija + Poštenje	0,0156	0,022	1,42	20547,54	0,129
Otvorenost za iskustva + Savjesnost + Prijatnost + Ekstraverzija + Emocionalnost + Poštenje	0,0156	0,0186	1,2	17389,89	0,161

Tabela br. 3

T-test za srednju ocjenju „šund” pjesama i pitanja da li smatraju da je muzika koju ispitanici slušaju kvalitetnija od ostalih ljudi

	Welchov t	df	p	Razlika M	Cohen's d
Šund muzika	-5,71	225	<,001	-0,715	-0,748

Tabela br. 4

ANOVA i post hoc testivu za mišljenje o važnosti muzike i preferencija ka „šund” muzici

	Suma kvadrata	df	Srednji kvadrat	F	p	η^2
Mišljenje o muzici	8,21	2	4,11	4,03	0,019	0,034
Residuals	235,6	231	1,02			

		Razlika M	SE	t	ptukey
muzika je bitna i dobro razumjevanje zanrova	muzika bitna ali slabo razumjevanje zanrova	-0,406	0,145	-2,805	0,015
	muzika nije toliko bitna	-0,248	0,259	-0,956	0,606
muzika bitna ali slabo razumjevanje zanrova	muzika nije toliko bitna	0,158	0,272	0,582	0,83

Tabela br. 5

ANOVA za dio muzike na koji se najviše obraća pažnja i preferencija ka „šund” muzici

	Suma kvadrata	df	Srednji kvadrat	F	p	η^2
Aspekt muzike na koji se obraća pažnja	10,6	3	3,53	3,48	0,017	0,043
Residuals	233,2	230	1,01			

Tabela br. 6

Pouzdanost interne konzistencije za skale crta ličnosti iz HEXACO upitnika

Skale	McDonald's ω	Cronbach's α
Otvorenost	0,722	0,726
Savjesnost	0,754	0,752
Prijatnost	0,679	0,671
Ekstraverzija	0,794	0,791
Emocionalnost	0,76	0,745
Poštenje	0,749	0,742

Tabela br. 7

Tabela pouzdanosti za skalu „šund” preferencija

Skala	McDonald's ω	Cronbach's α
Šund	0,865	0,861

Tabela br. 8

Deskriptivna statistika za varijable pol, stepen obrazovanja, socioekonomski status, procjenu kvaliteta vlastitog muzičkog ukusa i procjenu „šund” muzike

	N	Missing	M	Mdn	SD	Min	Max	Skewness	Kurtosis
Pol	234	0	1,69	2	0,472	1	3	-0,715	-1,16
Stepen obrazovanja	234	0	2,13	2	0,753	1	4	1,365	1,969
Socioekonomski status	234	0	2,18	2	0,475	1	3	0,502	0,498
Kvalitetniji muzički ukus	234	0	1,44	1	0,497	1	2	0,26	-1,949
Šund	234	0	2,63	2,56	1,023	1	5	0,268	-0,695

Tabela br. 9

Tabela frekvencija za varijable pol, stepen obrazovanja, socioekonomski status i procjenu kvaliteta vlastitog muzičkog ukusa

Pol	N	% od ukupnog	Kumulativni%
Muško	73	31,20%	31,20%
Žensko	160	68,40%	99,60%
Drugo	1	0,40%	100,00%
Stepen obrazovanja			
Osnovna škola	27	11,50%	11,50%
Srednja škola	176	75,20%	86,80%
Viša škola	5	2,10%	88,90%
Fakultet	26	11,10%	100,00%
Socioekonomski status			
Ispodprosječan	9	3,80%	3,80%
Prosječan	174	74,40%	78,20%
Iznadprosječan	51	21,80%	100,00%
Kvalitetniji muzički ukus			
Da	132	56,40%	56,40%
Ne	102	43,60%	100,00%

Tabela 10

ANOVA i post hoc testovi za procjenu efekta socioekonomskog statusa na preferencije ka "šund" muzici

	Suma kvadrata	df	Srednji kvadrat	F	p	η^2
socioekonomski status	9,48	2	4,74	4,67	0.01	0.039
Residuals	234,33	231	1,01			

Poređenje		Razlika M	SE	df	t	ptukey	Cohen's d
socioekonomski status	socioekonomski status						
Ispodprosječan	- Prosječan	0,338	0,344	231	0,981	0,589	0,335
	- Iznadprosječan	-0,141	0,364	231	-0,386	0,921	-0,14
Prosječan	- Iznadprosječan	-0,478	0,16	231	-2,983	0,009	-0,475

IS THERE AN ASSOCIATION BETWEEN PERSONALITY DIMENSIONS AND MUSIC WITH PROBLEMATIC SOCIAL MOTIVES?

Authors: EMILIJAN ALIŠA, Marija Šarčević, Danilo Diljević, Dragiša Milovanović

Email: emilijan.alisa@student.ff.unibl.org

Mentor: TA Lana Vujaković

Faculty of Philosophy, University of Banja Luka

Introduction: Music represents a universal form of expression, and throughout human evolution, various musical genres have often emerged, with their preference being linked to different personality traits.

Aim: The research examines the relationship between personality traits and the preference for “šund” music. “Šund” music is a musical genre that originated in the territory of the former Yugoslavia, characterized by lyrics that promote antisocial behavior, with key themes such as violence, immorality, drug use, and alcoholism.

Materials and Methods: The correlation study involved 234 participants aged between 15 and 25 from Serbia and Bosnia and Herzegovina, out of which 68% were female. The participants completed an online survey in which they evaluated various audio clips of songs categorized as “šund”, along with demographic data and the HEXACO PI-R questionnaire.

Results: The regression analysis revealed a negative correlation between openness to experience and honesty-humility with preferences for “šund” music. In contrast, emotionality was positively correlated with a preference for “šund” music, whereas extraversion, conscientiousness, and agreeableness did not yield significant correlations. Collectively, the set of personality traits accounted for 16.1% of the variance in “šund” music preference.

Conclusion: Personality traits within the HEXACO model represent a significant predictor of preferences for “šund” music; however, future research should focus on the impact of “šund” music on the social environment.

Keywords: HEXACO model; personality traits; music; problematic motives

