Ljubavni odnosi među mladima na društvenim mrežama: sociološko istraživanje

Knez, Nina

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Split / Sveučilište u Splitu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:172:606772

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Repository / Repozitorij:

Repository of Faculty of humanities and social sciences

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU
FILOZOFSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

LJUBAVNI ODNOSI MLADIH NA DRUŠTVENIM MREŽAMA: SOCIOLOŠKO ISTRAŽIVANJE

NINA KNEZ

SPLIT, 2021.

ODSJEK ZA SOCIOLOGIJU

JEDNOPREDMETNI STUDIJ SOCIOLOGIJE

LJUBAVNI ODNOSI MLADIH NA DRUŠTVENIM MREŽAMA: SOCIOLOŠKO ISTRAŽIVANJE

Mentorica:

Izv. prof. dr. sc. Zorana Šuljug Vučica

Studentica:

Nina Knez

Split, rujan 2021.

Sadržaj

Uvod **1**
1. Društvene mreže **3**
1.1. Značaj i razvitak društvenih mreža za živote ljudi 4
1.2. Učinci i istraživanja o utjecaju društvenih mreža na odnose među mladima 5
2. Društvene mreže i ljubavni odnosi 8
2.1. Specifičnost i važnost ljubavnih odnosa mladih 10
2.2. Mogućnosti društvenih mreža u ljubavnim odnosima mladih 12
2.3. Pojedinosti veze na društvenim mrežama 14
2.4. Ljubomora i praćenje partnera na društvenim mrežama 15
3. Metodološki i empirijski aspekti istraživanja 17
3.1. Interpretacija rezultata istraživanja 21
4. Zaključak 27
5. Literatura 29
6. Metodološka i empirijska arhiva 32
6.1.Upitnik 32
6.2. Tablični i grafički prikazi 35
7. Sažetak 54
8. Summary 54
9. Izjava o akademskoj čestitosti **55**
10. Bilješke o autorici 56

Uvod

Društvene mreže postale su dijelom ljudskog svakodnevnog života. Njihova popularnost i raznoliki utjecaj na korisnike privlači sve više istraživača. Većina studija koje su autori proveli kroz izabranu literaturu, većina ih se složila da visoka izloženost Facebook-u može utjecati na ponašanje korisnika i opće međuljudske odnose, pa tako i na one ljubavne.

Nova medijska tehnologija utječe na sve aspekte života, ne samo na zabavu i komunikaciju, već i na socijalne, kulturne, političke i ekonomske aspekte. Popularnost interneta promijenila je način na koji koristimo medije. Digitalna kultura, kao novi pojam informacijskog društva svojim je proizvodima stvorila novu vrstu publike sa vlastitim pravilima komuniciranja. Društvene mreže jedna su od najzanimljivijih tema za medijske stručnjake, komunikologe, psihologe i sociologe (Flores, 2014, 24).

Može se reći da je nastanak društvenih mreža promijenio vrijednosti i norme kao i stavove i ponašanja. Ubrzani razvoj tehnologije svakodnevno donosi nove izazove. Zato su takve teme vrlo uzbudljive za istraživače, posebno s obzirom na to da se društvo neprestano oblikuje i mijenja. Možda se najočitija promjena može primijetiti kod mladih ljudi, jer su oni najaktivniji korisnici i od mladosti odrastaju uz nove tehnologije. Popularnost društvenih mreža i njihova integracija u svakodnevni život dovodi do raznih srodnih pitanja utjecaja društvenih mreža na svakodnevni život: koliko mladih ljudi koristi društvene mreže; utječe li socijalna mreža na njihov život, ako da, kako utječe; utječe li socijalna mreža na društveni život, razvoj i održavanje međuljudskih i romantičnih odnosa?

Stoga je cilj ovoga rada ispitati kako mladi ljudi procjenjuju utjecaj Facebook-a na međusobne odnose i emocionalnu povezanost. Danas gotovo svaka mlada osoba ima profil na *Facebook-u*, gdje također objavljuje puno informacija o svom životu, te preko njega održava svakodnevnu interakciju s okolinom pa time i ljubavne odnose.

Facebook platforma postaje vrlo zanimljiva za održavanje sentimentalnih odnosa jer pruža interakciju s partnerom, ali istodobno omogućuju praćenje i kontrolu partnera. U ovom radu fokusirali smo se najviše upravo na društvenu mrežu *Facebook* kao najrelevantniju i najčešće korištenu društvenu mrežu na svijetu.

U prvom poglavlju se bavimo općenito društvenim mrežama, osvrćemo se na njihov razvoj i značaj u društvu te se spominju neka istraživanja o njihovim utjecajima na odnose među mladima.

Drugo poglavlje je jedno od važnijih poglavlja ovog rada, bavi se društvenim društvenim mrežama i ljubavnim odnosima te navodi neke odgovore na suštinska pitanja koja se tiču

ljubomore na društvenim mrežama, praćenja partnera na društvenim mrežama, te o pojedinostima veze na društvenim mrežama, a također i mogućnosti društvenih mreža u ljubavnim odnosima među mladima te specifičnosti i važnosti istih.

Nakon teorijskog, u metodološkom i empirijskom dijelu rada iznosi se predmet istraživanja, definirani su opći ciljevi istraživanja, postavljene su i testirane hipoteze, iznesena je konceptualna shema i kategorijalni aparat korišten u istraživanju te na samom kraju nalaze se zaključna razmatranja, interpretacija dobivenih rezultata, literatura, metodološka i empirijska arhiva s korištenim protokolom, kao i tabličnim i grafičkim prikazima rezultata te sažetak (*summary*) i bilješka o autorici.

1. Društvene mreže

Pojava novih medija uvelike je promijenila svakodnevni život ljudi i način komunikacije među ljudima. Od pojave interneta, informacije se tehnički razmjenjuju na nov način, a taj napredak je uvelike utjecao na poboljšanje međuljudske komunikacije. "Promjenama do kojih je došlo i koje se događaju na polju komunikacije, uključujući mogućnosti samoregulacije, objavljivanja, pribavljanja resursa, komunikacije, ušli smo u novu eru komunikacije" (Maletić, 2014, 721).

Kao socijalno biće ljudi trebaju živjeti i raditi u grupama, čime stječu smirenost, samopouzdanje i osjećaj sigurnosti (Grbavac, Grbavac, 2014, 206). Razvoj društvenih mreža podigao je primjenu novih medija na sasvim novu razinu. Današnje društvene mreže nesumnjivo su najveći generatori novih informacija, a količina istih postaje veća s porastom digitalizacije i povećanjem broja korisnika. Kao glavno obilježje svih društvenih mreža, navode se zajedničke komunikacijske metode i tehnologije i zajednički interesi ljudi koji su odabrali biti dio njih i koristiti ih iz različitih razloga - razgovori, dijeljenje fotografija, traženje posla, traženje partnera, praćenje trendova ili samo pružanje informacija. Društvene mreže su najpopularniji fenomen globalne komunikacije, jer čovjek je društveno biće, koje zanima društvena sredina. Na društvene mreže se dolazi kako bismo se zbližili i povezali, te stekli nove prijatelje. Također, društvene mreže se koriste i za razmjenu novih informacija kao i za komunikaciju s ljudima na sve moguće načine (od razgovora/ćaskanja do razmjene slika itd.) (Grbavac, Grbavac, 2014, 207).

Također, društvene mreže igraju važnu ulogu u marketingu gdje se koriste za internetsku promociju i oglašavanje, smatraju se odgovornim za okoliš i društvo jer ne troše papir i stoga ne zagađuje okoliš, već su sve informacije dostupne online (Grbavac, Grbavac, 2014, 207). Uz to, društvene se mreže definiraju kao "internetska usluga koja omogućava pojedincima da (a) grade javni ili polu-javni profil u ograničenim sustavima, (b) pojašnjavaju popis ostalih korisnika s kojima dijele konekciju i (c) pregledavaju i koriste vlastiti popis veza u sustavu ". Danas društvene mreže imaju milijarde korisnika. Kušić napominje da razlog njihove popularnosti leži u njihovom konceptu koji se temelji na tehnologiji *Web 2.0*. koja stavlja korisnike u središte događaja i zato oni imaju moć stvaranja sadržaja koji pružaju drugim korisnicima (Boyd, Elisson prema Kušić, 2010, 104).

1.1. Značaj i razvitak društvenih mreža za živote ljudi

U samom početku društvene mreže nisu bile zamišljene kao alat za održavanje i produbljivanje postojećih društvenih veza nego kao alat za upoznavanje i stvaranje novih poznanstava. No, s vremenom su poprimile i ovu funkciju. Danas su pak društvene mreže postale svakodnevnica mladih diljem svijeta (Grbavac, Grbavac, 2014, 209).

Pojava društvenih mreža je ostavila velik trag na živote svih ljudi, pa tako i mladih, diljem svijeta. Ipak, bitno je naglasiti kako društvene mreže koje su danas svakodnevnica mnogih ljudi diljem svijeta, ne bi bile moguće bez pojave interneta. U daljoj prošlosti nisu postojala niti računala, a kada su se prva računala počela pojavljivati, nikome nije bilo na umu, da će upravo oni postati svakodnevnica većine ljudi godinama kasnije. Dakako kasnije su se vrste samih računala razvijale i poboljšavale, a time je nastao i internet koji je bio glavni preduvjet za stvaranje društvenih mreža poput *Facebooka, Instagrama, Twittera* itd. Uz to bitno je naglasiti kako danas još uvijek svjedočimo daljnjem razvoju računala, a sve to prati i sve veći razvoj interneta, a tako i društvenih mreža. Jedna od bitnih stavki koje grade društvene mreže su ipak trendovi. Naime, trend je smjer ili tendencija kretanja u određenom vremenskom razdoblju, a kako ga vežemo uz popularnost, bitno je naglasiti da upravo trendovi ostavljaju velik utjecaj na živote mladih diljem svijeta (Grbavac, Grbavac, 2014, 211-212).

Jedna od zanimljivih, ali i razočaravajućih činjenica po pitanju društvenih mreža je ta da na društvenim mrežama nikada ništa nije sigurno osim promjene što je i razlog zbog kojega su mreže toliko dinamične i zanimljive za proučavanje. Naime kod korištenja društvenih mreža je bitna strpljivost, jer tek kada osoba X pomisli da je napokon shvatila kako funkcionira algoritam određene društvene mreže i time usvojila najnoviji trend, baš tada se pojavi još noviji trend kojemu se onda ponovno treba prilagođavati. Posljednji trendovi u analizi društvenih mreža se ogledaju u naprednijem sadržaju, a to je primjerice fokus na videima. Za rast interesa prema videima najzaslužniji su *YouTube* i *Instagram*. *Instagram* svoje kratke videe objavljuje putem usluge *Instagram Story*, a nakon što je Instagram uveo ovu opciju, uslijedio je i odgovor konkurenata. Stoga su nastali i *Facebook Stories* i *YouTube Stories* na kojima se mogu objavljivati kratki video klipovi s ciljem dodatne interakcije s publikom. Posljednji ovdje spomenuti, *Youtube Stories*, se smatra jednim od posljednjih trendova u korištenju društvenih mreža. Tu su i *live* videi koji su isto tako jedan od najvećih trendova u posljednje vrijeme. Naime *live* video postaje sve više popularan baš zbog svoje autentičnosti i nesavršenosti. Zbog nemogućnosti dodatnog uređivanja i namještanja scena,

mladi vjeruju subjektima koji objavljuju *live* video i skloniji su se s njima povezati (Grbavac, Grbavac, 2014, 214-216).

1.2. Učinci i istraživanja o utjecaju društvenih mreža na odnose među mladima

Od početka vremena ljudi su razvijali načine komuniciranja, evoluirajući od primitivnog jezika na nove tehnologije, uključujući telefone i računala. Prije današnje tehnologije, ljudi su razvijali odnose licem u lice. Takva interakcija omogućuje osobi da odgovori u razgovoru koristeći verbalne i neverbalne komunikacijske i interakcijske vještine tijekom razgovora. Današnji komunikacijski sustavi omogućuju ljudima interakciju bez da se osobe nalaze jedna pored druge (Drussel, 2012, 17-18).

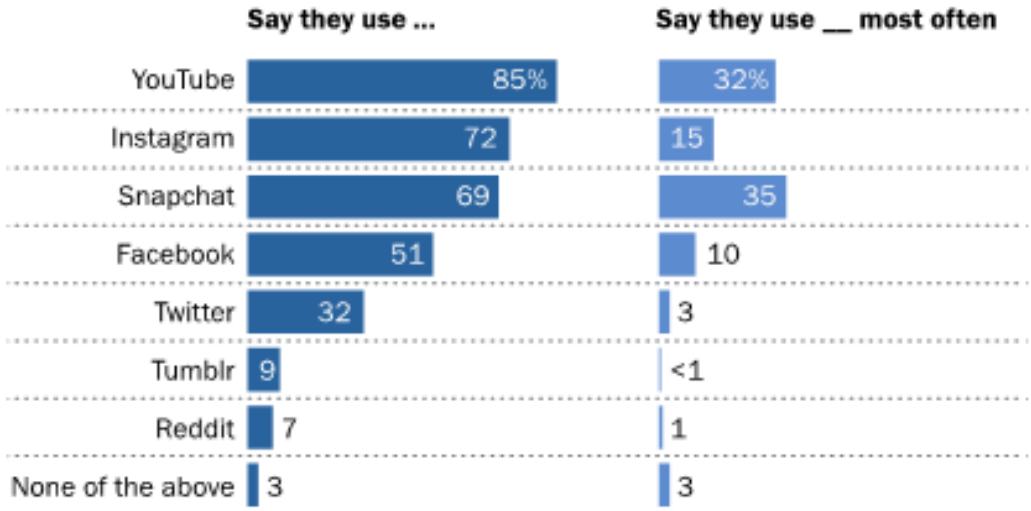
Prije tehnološke revolucije i stvaranja osobnih računala, odnosi su se obično razvijali i održavali licem u lice.[1] Razvojem informacijskog doba, koje karakterizira sposobnost ljudi da slobodno i povoljno pristupaju i razmjenjuju informacije putem tehnologije, način na koji naše društvo međusobno komunicira nastavlja se preobražavati. Teorija tehnološkog determinizma je tu važna jer pokušava objasniti kako promjene u načinima komunikacije kroz napredak u tehnologiji utječu općenito na društvo. Prema ovoj teoriji, medijska tehnologija oblikuje kako se pojedinci u društvu osjećaju, djeluju i razmišljaju kao i kako utječu na to kako društvo funkcionira u pojedinom trenutku.[2]

Mnogi se ljudi, a posebno mladi, danas koriste društvenim mrežama jer na taj način mogu ostati u kontaktu sa bližnjima, ipak drugi korisnici koriste društvene mreže kao način za uspostavljanje i održavanje novih veza. Prednost društvenih mreža za mlade se ogleda u tome što omogućuju mladima da razvijaju ili održavaju odnose s pojedincima koji možda geografski nisu u blizini. Ipak, postavlja se pitanje kakvu ulogu imaju društvene mreže na ljubavne odnose mladih.

Slika 1 koja slijedi u nastavku prikazuje rezultate istraživanja provedenog 2018. godine na mladima u Americi. Istraživanje je vezano uz postotak korištenja pojedinih društvenih mreža.

[1] Siddique, A. (2013) Too Much Social Media? Overuse Can Damage Romantic Relationships. **Medical Daily**. (https://www.medicaldaily.com/too-much-social-media-overuse-can-damage-romantic-relationships-244968),.
[2]Mattern, J. (2011) Is Social Media Killing Personal Relationships? **Social Implications**. (https://socialimplications.com/is-social-media-killing-personal-relationships/)

Slika 1 - Postotak korištenja društvenih mreža



(http://www.actforyouth.net/adolescence/demographics/internet.cfm)

Tijekom posljednjih nekoliko godina mrežne društvene mreže postale su izuzetno popularne i privukle su značajnu pozornost medija. Od svog osnutka, one sve više mijenjale način na koji ljudi komuniciraju i grade odnose. Internetske društvene mreže, poput *Facebooka*, dodatno razvijaju aspekt izgradnje komunikacije posredovane računalom usredotočujući se na interakciju s raznim ljudima u organiziranom formatu.[3] S povećanjem vremena provedenog na njima, postavljaju se pitanja kako to utječe na međuljudske odnose. Iako su studije započele istraživati načine na koje su ove mreže povezane s psihološkim i socijalnim čimbenicima kao što su zadovoljstvo životom, razina sramežljivosti i samopoštovanje, u prošlosti je ipak bilo malo istraživanja koja posebno istražuju utjecaj društvenih mreža na trenutne ljubavne veze (Hand, Thomas, 2012, 8).

Mobilna tehnologija, postala je važan dio svakodnevnog života mladih. Ipak istraživanja su pokazala da su držeći mobitel tijekom interakcije licem u lice, sudionici istraživanja ocijenili kvalitetu razgovora manje zadovoljavajućom u odnosu na interakcije bez mobilnog uređaja. Studija koju su proveli McDaniel i Coyne otkrila je i da prekidi tijekom interakcija, zbog upotrebe tehnologije negativno utječu na osobno blagostanje. Isti su otkrili da upotreba telefona odvlači pozornost s interakcija licem u lice, što je zauzvrat umanjilo

[3]Seidman, G. (2015) How Facebook Affects Our Relationships. Psychlogy Today. (https://www.psychologytoday.com/us/blog/close-encounters/201505/how-facebook-affects-our-relationships)

osjećaj bliskosti među ljubavnim partnerima (McDaniel, Coyne prema Hand, Thomas, 2012, 8). Fox i Moreland su pak otkrili da su sudionici istraživanja bili pod pritiskom da koriste društvene mreže za sudjelovanje u održavanju odnosa. Drugi su otkrili da je široka upotreba Interneta, u svrhu komunikacije, povezana s nižim razinama komunikacije među kućanstvom i porastom depresije i samoće (Fox, Moreland prema Hand, Thomas, 2012, 9).

Istraživanja isto tako pokazuju da se mladi odrasli u ljubavnim vezama koriste društvenim mrežama za pozitivno povezivanje sa svojim partnerima, što može povećati zadovoljstvo vezom. Utvrđeno je i da partneri koji dijele svoj status veze na društvenim mrežama većinom zadovoljni svojom vezom. Objavljivanje slika s partnerom također dovodi do višeg stupnja kvalitete odnosa.[4] Iako općenito nedostaje istraživanja koja posebno istražuju društvene mreže i ljubavne parove, Hand i Thomas navode primjer studije autora Elphinston i Noller koji su istraživali učinke web stranica na ljubavne veze. Rezultati su pokazali da je pasivno vezivanje za *Facebook* povezano s povećanom ljubomorom i nezadovoljstvom. Dodatnim istraživanjem istih autora, dokazano je kako društvene mreže i drugi oblici računalno posredovane komunikacije mogu utjecati na neljubavne međuljudske odnose (Hand i Thomas, 2012, 8).

Pojedini istraživači su utvrdili da je vrijeme provedeno u korištenju društvenih mreža povezano s većim brojem prijateljskih veza, ali i s manjkom bliskosti licem u lice. Nadalje, sudjelovanje u internetskoj interakciji povezano je s usamljenošću u ljubavnim i obiteljskim odnosima te tendencijom izbjegavanja odnosa licem u lice. Pojedine studije sugeriraju da pojedinci koji osjećaju anksioznost i strahove u komunikaciji licem u lice koriste društvene mreže kako bi se osjećali manje usamljeno. Sve to ukazuje na negativnu povezanost između upotrebe društvenih mreža i ljubavnih odnosa. Ipak, Kujath je otkrio da je komunikacija na mrežama poput *Facebooka* i *MySpacea* služila kao produžetak, a ne kao zamjena za komunikaciju licem u lice (Kujath prema Hand, Thomas, 2012,10). Uz to, Kraut i suradnici su otkrili da se nakon određenog razdoblja u kojem se ljudi prilagođavaju korištenju Interneta, društvene mreže mogu povezati s pozitivnim učincima na psihološku dobrobit i međuljudske odnose (Kraut i dr. Prema Hand, Thomas. 2012, 10).

[4]Pan, J. (2012) How Social Media Helps Romantic Relationships
Thrive. Mashable. (https://mashable.com/2012/07/09/new-social-media-love-rules/?europe=true)

2. Društvene mreže i ljubavni odnosi

Korisnici društvenih mreža na svom profilu dijele sve vrste podataka, od svojih misli, onoga što rade, kamo idu, do ljubavnih situacija koje su doživjeli. Autorica Flores ističe kako je izražavanje osjećaja na *Facebook-u* također dobar način povezivanja s partnerima, te dodaje da se ovdje radi o objavljivanju romantičnih fotografija ili poruka, što može pozitivno utjecati na međusobne osjećaje, a i na osjećaje prijatelja koji vide isti sadržaj. Ali također vjeruje kako neki ljudi doživljavaju nepristojno pa čak i nepodnošljivo javno izražavanje osjećaja na društvenim mrežama. U prvom susretu u stvarnom životu, ljudi mogu jednostavno lagati o svom životu, postignućima, djeci, mogućim odnosima ili bilo kojim činjenicama u vezi s njihovim osobnim životom. Drugim riječima, društveni mediji su to olakšali konstruiranje društvenih stvarnosti na način na koji to korisnici žele (Flores, 2014, 25).

Autorica kao primjer koristi *Facebook* gdje korisnici mogu pokazati samo one najreprezentativnije, a sakriti one loše stvari, pa ne začuđuje da se pojedinci često nađu u mrežnim vezama koje se zapravo temelje na iluzijama. Uz to, u svom je radu spomenula TV emisiju *"Catfish",* koja pokazuje kako se ljudi predstavljaju na svojim Facebook profilima. Posebno je spomenula slučaj u kojem Ashley i Mike koji se dopisuju više od sedam godina, a svaki od njih fotošopira svoj izgled, zbog toga što se bore s nesigurnostima i nezadovoljstvom. Ali kada su se nakon dugog niza godina vidjeli, shvatili su da je to bila samo online zaljubljenost u koju su vjerovali (Flores, 2014, 77).

Posljednjih godina dolazi do intenzivne intervencije u ljubavim odabirima korisnika društvenih mreža kroz širok raspon pristupa fotografijama ljudi diljem svijeta. Flores napominje da žene i muškarci osjećaju istu krivnju kada je u pitanju provjera profila drugih ljudi i uspoređujući ih sa svojim partnerom, bez obzira jesu li zadovoljni svojim odnosom ili ne, autorica objašnjava kako je *Facebook* stvorio svijet u kojem živimo, i gdje nas fotografije čine ranjivijima. Bezbroj atraktivnih ljudi udaljeni su samo klikom miša, što obično pobuđuje želju korisnika da doda potpunog stranca na bilo koju društvenu mrežu, da bi pobudio ljubomoru partnera. Osim same znatiželje, ostvarivanje komunikacije sa strancima koje istodobno fizički privlače, može potaknuti samopoboljšanje ili dokazivanje onima koji nisu u emotivnom odnosu s nama da smo i dalje atraktivni i zanimljivi. Iako većina korisnika zna da će takvim ponašanjem ugroziti svoju vezu u stvarnom životu, zaluđenost takvom interakcijom može biti prejaka da bi se izbjegla. Nadalje, za neke korisnike, javno priznavanje veze označava situaciju gdje se partneri međusobno slažu i cijene čak i više nego u realnom svijetu. Drugim riječima, čini se da pravo stanje odnosa dok se ne objavi na društvenim mrežama ne

postaje zvanično (Flores, 2014, 79).

Flores (2014, 94) ističe da je glavni razlog napuštanja Facebook-a prisutnost roditelja, profesora, članova obitelji i ostalih članova starije generacije koji su upravo na toj aplikaciji otvorili svoje profile. Ali, zanimljivo je da čak i ako ga ne koriste, neće izbrisati račun s *Facebook-a* jer je, kako autorica tvrdi, ovo možda zanimljiv fenomen poznat kao FOMO (eng. *Fear of Missing Out*) ili strah od propuštanja važnih informacija, društvenih aktivnosti, interakcija. Flores spominje autora McAfeeja koji je proveo 2012. godine studiju gdje je otkrio da 70% tinejdžera svoje mrežno ponašanje skriva od roditelja, što znači da su glavnu interakciju u potpunosti preusmjerili na druge društvene mreže gdje se ponašaju slobodnije. Dakle, može se reći da su i oni njihov online život počeli dijeliti i graditi na drugim platformama (McAfee prema Flores, 2014, 95).

Društvene mreže su mladima ponudile nove mogućnosti komunikacije, načine iskušavanja i koketiranja, te konačno postizanje čina spolnog odnosa. Flores također dodaje da tinejdžeri u usporedbi s odraslima imaju ritual razmjene seksualnih poruka putem mobilnih uređaja i dijeljenja golišavih fotografija koristeći *Snapchat* ili koketirati na *Tinderu*. Današnji mladi ljudi vjerojatnije će izraziti svoje seksualne potrebe lakše nego ikad prije (ponekad čak ni ne očekujete romantiku ili intimnost) jer je to lakše učiniti na zaslonu računala ili mobilnom uređaju, a ne licem u lice. Također, autorica ističe da mladi započinju vezu slanjem poruka, jer s jedne strane oni mogu na taj način slobodnije dijeliti privatne podatke, a u drugom slučaju jer im to uvelike pomaže da osobu upoznaju bolje prije nego što odluče hoće li se sresti licem u lice. Mnogo je razloga zbog kojih mladima društvene mreže stvaraju tjeskobu, a internetska interakcija im je često zbunjujuća nego odraslima. Ako ih simpatija ne prati na Instagram-u ili im ne lajka objave na *Facebook-u*, tada se osjećaju odbijeno, što može biti vrlo bolno (Flores, 2014, 99-111).

Autori Utz i Beukeboom (2011) vjeruju da postoje tri karakteristike društvenih mreža koje utječu na romantične veze korisnika. Prva se odnosi na količinu informacija koje osoba prima o svom partneru. Drugim riječima, ako je osoba aktivni korisnik društvene mreže, vidjeti će informacije koje je na profilu objavio njegov partner ili partnerovi prijatelji i ti podaci će utjecati na emocije partnera, posebno na stvaranje ljubomore. Društvene mreže su promijenile količinu podataka koje ljudi dobivaju o svom romantičnom partneru, pogotovo u vezama na daljinu. Iako su glavni izvori informacija u prošlosti bili prijatelji ili poznanici partnera, danas je sve na društvenim mrežama koncentrirano na jednom mjestu. Druga je funkcija povezana sa sposobnošću kontrole partnera, posebno nakon izljeva ljubomore, iako ljudi često znaju da je to neprihvatljivo ponašanje u društvu. Treća karakteristika je javno

izražavanje emocija na društvenim mrežama, bilo one pozitivne ili negativne, a autori posebno ističu količinu informacija o njihovoj vezi koju su spremni podijeliti s drugima. Ovisnost o internetu i društvenim mrežama danas je već dobro proučena pojava, a karakterizira ju stalna potreba za boravkom na njima (Utz i Beukeboom, 2011, 4-6).

Prečesto korištenje društvenih mreža može biti nepovoljno za dobrobit veze tvrde Kerkhof, Finkenauer, Muusses koji su to potvrdili na pokusu sa 190 bračnih parova. Drugim riječima, zaključili su da nametljivo korištenje Interneta pogoršava vezu i uzrokuje da ozlijeđeni partner ima negativne emocije. S druge strane, istraživanje na sudionicima iz južne Azije, Europe i Sjeverne Amerike pokazuje da ne postoje negativni utjecaji korištenja društvenih mreža, ako se otkrije da je do toga dovela promjena u ponašanju između dvoje ljudi u emocionalnom odnosu (González-Rivera, Hernández, 2019, 10).

2.1. Specifičnosti ljubavnih odnosa mladih

Mladi koji su u ljubavnom odnosu intimni najčešće imaju veće znanje jedno o drugome. Oni dijele informacije koje obično ne bi otkrili s većinom ljudi koje poznaju. Dijeljenje ovih informacija povećava intimnost u njihovoj vezi i pokazuje da im je stalo. Partneri također osjećaju veću naklonost jedni prema drugima nego što osjećaju prema većini drugih. Kako se intimni odnosi razvijaju, oni se isprepliću. Ono što jedan partner radi utječe na ponašanje njegovog partnera. Međusobna međuovisnost odvija se tijekom određenog vremenskog razdoblja, a ta međuovisnost rezultira uzajamnošću, pomakom u kojem partneri sebe doživljavaju kao par, a ne kao pojedince. Uzajamnost je očita u načinu na koji osoba govori o svom partneru kada razmatra buduće planove, na primjer prelazak s izgovaranja "ja" na "nas" (Sanchez, 2016, 3-4).

Sljedeća dimenzija intimnosti je povjerenje. Ljudi očekuju da će njihovi partneri reagirati na njihove potrebe i da im intimni odnosi neće naštetiti. Povjerenje u tom aspektu samo može učvrstiti njihov intimni odnos. Ako se povjerenje izgubi, mladi će se udaljiti. Intimni partneri obično su predani svojim vezama. Ulažu vrijeme i trud da nastave svoju ljubavnu vezu. Međutim, nisu sve ove komponente potrebne za uspostavu intimnog odnosa koji funkcionira. Primjerice, odnos osobe može biti međusobno ovisan i povezan u svakodnevnom životu, ali bez naklonosti, otvorenosti ili povjerenja. Takve su veze intimnije od poznanstava, ali manje intimne od pojedinih veza. Pored komponenata intimnosti, na intimnost utječu mnogi čimbenici bilo da je ona pozitivna ili negativna. Neki od tih čimbenika uključuju samootkrivanje, emocionalnu potporu i komunikaciju. Samootkrivanje je postupak

otkrivanja informacija nekome drugome (Sanchez, 2016, 4).

Otkrivanjem informacija svojim partnerima osoba postaje ranjiva. To povećava i,ntimnost jer pojedinci vjeruju da ih partneri poznaju i razumiju. Drugi važan čimbenik koji može utjecati na veze je emocionalna podrška. Emocionalna podrška jedan je dio socijalne potpore jer se ljudi oslanjaju na svog partnera za emocionalnu podršku, koja može biti u različitim oblicima poput naklonosti i uvjeravanja. Jedna od blagodati emocionalne potpore je što ima pozitivne fiziološke učinke. Ljudi koji imaju nježne partnere imaju tendenciju nižeg krvnog tlaka, kolesterola i stresa u usporedbi s onima koji dobivaju manje podrške. Ljudi koji dobivaju emocionalnu potporu također imaju manje bolova. Iako ovo sugerira da emocionalna podrška ima pozitivan učinak na dobrobit ljudi, mogu postojati i negativni učinci. Naime, da bi se pružila učinkovita emocionalna podrška, treba biti pažljiv prema osobnim preferencijama i određenim okolnostima u kojima je podrška potrebna. Komunikacija također može utjecati na intimne odnose. Istraživanja su pokazala da konstruktivna komunikacija ima pozitivan učinak. Strategije poput aktivnog slušanja i provjere valjanosti pomažu parovima da učinkovito komuniciraju. Aktivno slušanje pomaže parovima da razmisle i shvate poruku koju partner pokušava prenijeti. To pomaže parovima da izbjegnu svađe i sukobe zbog nesporazuma. Te strategije mogu dovesti do većeg zadovoljstva u vezi. Komunikacija između partnera također može biti negativna. Ako se parovi uključe u destruktivnu komunikaciju, to može dovesti do smanjenja razine kvalitete odnosa (Sanchez, 2016, 5).

Osim toga, partneri s većim zadovoljstvom vezom imaju tendenciju da budu posvećeniji i oni također teže kako bi se više uložilo u vezu. Razina zadovoljstva u vezi može pouzdano predvidjeti hoće li par ostati zajedno ili se odvojiti. Zadovoljni odnosi također su povezani s pozitivnim koristima za pojedinca. Pojedinci koji kažu da su zadovoljni u vezi imaju tendenciju da budu fizički zdraviji i općenito zadovoljniji životom. Utvrđeno je i da su intimnost i zadovoljstvo vezom u značajnoj pozitivnoj vezi (Sanchez, 2016, 6).

Među istraživačima, ističe Sanchez, postoji sve veća zabrinutost u vezi s učincima Interneta na mlade u vezi s potencijalnim rizicima za sigurnost, dobrobit i razvoj vještina. Društveno umrežavanje trenutni je fenomen koja se sastoji i od internetske komunikacije s korisnicima Interneta putem web stranica (*Facebook, MySpace, YouTube*) i interakcija s drugima putem mobitela. Društvene mreže postale su uobičajene u današnjem društvu, posebno među adolescentima i mladima i one i dalje nastavljaju rasti u popularnosti. Aktivnosti spajanja na društvenim mrežama se danas javljaju među ljudima koji se već osobno poznaju kao i onima koji se nikada nisu upoznali (Sanchez, 2016, 6).

Ljudska bića žude za vezom i pripadnošću. Neke od spomenutih studija u literaturi

povezuju socijalnu potporu s pozitivnim mentalnim zdravljem. Dodatne studije navode negativan emocionalni utjecaj usamljenosti. Istraživanje je nadalje otkrilo da ljudi s manje socijalnih odnosa u prosjeku umiru ranije od onih s više socijalnih odnosa. Ipak, porastom društvenih medija javlja se zabrinutost da mnogi ljudi zamjenjuju virtualne mrežne veze stvarnim društvenim odnosima.[5]

2.2. Prednosti i nedostaci korištenja društvenih mreža za ljubavne odnose među mladima

Nema sumnje da je Internet izuzetno popularan, prikladan i lako zadovoljavajući način povezivanja s drugima. Web stranice društvenih medija poput *Facebooka* broje gotovo milijardu korisnika širom svijeta. Svakako to mladima nudi trenutnu publiku i pažnju, omogućuje im taj luksuz da lako održavaju kontakt sa drugima. Osim toga, društvene mreže mogu pomoći u suzbijanju osjećaja usamljenosti. Ono omogućuju zadržavanje opipljivih oznaka vremena i mjesta, arhiviranih za pojedince ili dostupnih svima na uvid. Iako nam prijatelji s društvenih mreža nude mnogo, to nije prava zamjena za stvarne interakcije s drugima. Socijalna podrška tu može biti snažni prediktor pozitivnog mentalnog zdravlja. Naime, kroz godine se pokazalo da ljude emocionalna podrška štiti od širokog spektra psihičkih i fizičkih bolesti. No, za razliku od internetskih prijateljstava, veze u stvarnom životu trebaju vremena i truda. Internetska prijateljstva, iako su zasigurno vrijedna na mnogo načina, nemaju sposobnost pružanja prilika za duboku i trajnu emocionalnu bliskost (Sanchez, 2016, 6-7).

Korištenje medija za komunikaciju u ljubavnim odnosima među mladima je eskaliralo posljednjih godina zbog pojave društvenih medija, slanja poruka i drugih tehnologija koje omogućuju prikladan i širok pristup drugima. Stranica za društveno umrežavanje, *Facebook*, postala je možda i najuspješnija pojedinačna platforma s više od milijardu korisnika širom svijeta. Studenti su tu posebni korisnici, koji u prosjeku na ovoj društvenoj mreži provode jedan do dva sata dnevno (Drussel, 2012, 10-11).

Usprkos sve većoj dominaciji Facebook-a u međuljudskoj i socijalnoj interakciji, ograničena istraživanja bavila su se implikacijama društvenih mreža na ljubavne veze među

[5] Galasso Bonanno, S. (2018) Social Media's Impact on Relationships. **Psych Central.** (https://psychcentral.com/lib/social-medias-impact-on-relationships/)

mladima, kako u sadašnjosti, tako i u budućnosti. Povezivanjem na *Facebook-u*, partneri mogu objavljivati poruke na međusobnim profilima, pretraživati proširenu mrežu prijatelja, pregledavati fotografije drugih, istraživati partnerovu povijest postova i slika, slati privatne poruke ili prepoznati drugog kao ljubavnog partner u statusu veze (Drussel, 2012, 11).

Budući da društvene mreže često igraju značajnu ulogu u ljubavnim vezama, nije iznenađujuće da upravo *Facebook* u velikoj mjeri utječe na način na koji partneri komuniciraju, kako na mreži tako i u stvarnom životu. Naime, unutar ljubavnih veza uobičajeno je da pojedinci postaju obaviješteni o događajima u životu svojih partnera. Komunikacija unutar para kao interaktivna strategija, najjednostavniji je način prikupljanja važnih podataka o partneru, ali uobičajeno je da partneri koriste druge strategije traženja informacija kako bi saznali više podataka o svom partneru. Primjerice, partner može koristiti pasivnu strategiju i promatrati ponašanje partnera iz daljine, na primjer gledajući ga kako komuniciraju s drugima na zabavi ili se partner može uključiti u aktivnu strategiju i savjetovati se s trećim stranama, poput zajedničkih prijatelja. Društvene mreže tu imaju važnu ulogu jer pružaju nov način na koji partneri mogu prikupljati informacije jedni o drugima (Drussel, 2012, 14).

Takav način prikupljanja informacija o partneru je kod mladih jako popularan iz nekoliko razloga. Prvo, informacije su lako dostupne putem web stranica. Drugo, informacije se sastoje od različitih medija. Korisnici mogu objavljivati tekstualne poruke, fotografije, poveznice i audio ili video isječke. S obzirom na to da se slike smatraju vjerodostojnijima od riječi, ova mogućnost može biti osobito relevantna za mlade koji ne vjeruju svojim partnerima. Treće, društvene mreže omogućuju arhiviranje podataka o profilu. Četvrto, s obzirom na to da za dobivanje podataka o partneru nisu potrebne ni zemljopisna blizina ni socijalna interakcija, podaci se mogu prikupljati u većoj tajnosti. Samo istraživanje partnera je kod mladih često upravo zbog visoke razine tjeskobe u odnosima, zaokupljenosti i uplašenosti mladih koji su iskusili najvišu razinu nesigurnosti u odnosu. Ipak, takvi zaokupljeni i uplašeni pojedinci često prepoznaju ili stvaraju probleme u svojoj vezi zbog vlastite razine tjeskobe (Wilkerson prema Fox, Warber, 2017, 18).

S obzirom na dodatne dostupne informacije o nečijem partneru i njihovim društvenim interakcijama, društvene mreže mogu pogoršati intimnost između mladih, postaju više zabrinuti oko odnosa te lako dolazi do narušavanja ljubavnih odnosa. Primjerice, vjerojatnije je da će se dvosmislen sadržaj na nekoj društvenoj mreži tumačiti na negativan način, što može stvoriti sukob ili zategnuti odnos Uzimajući u obzir potencijalni učinak na međuljudske odnose, važno je pomno ispitati učinak društvenih mreža na ljubavne veze, a tu važnu ulogu

ima intimnost mladih. Intimnost i zadovoljstvo vezom dobri su pokazatelji snage odnosa. Intimnost karakterizira osjećaj bliskosti s drugom osobom kao i tendenciju samootkrivanja drugoj osobi. Partneri koji izvještavaju o visokoj razini bliskosti međusobno se poštuju. Intimnost može poslužiti kao zaštita protiv negativnosti koja može biti destruktivna u vezi, a uz to pojedini istraživači su pronašli dokaze o pozitivnoj vezi između intimnosti i zadovoljstva vezom (Drussel, 2012, 4-10).

Kao što smo već spomenuli, društvene mreže imaju značajan utjecaj na ljubavni život pojedinca. One igraju važnu ulogu u oblikovanju i razvijanju odnosa, a pored pozitivnih utjecaja u partnerskoj vezi, one imaju i negativnu stranu, ali sve to je bilo opisano u prethodnom pod poglavlju. Jedan od čimbenika koji igra važnu ulogu u vezi društvenih mreža i ljubavnih odnosa je osobnost pojedinca. Drugim riječima, partneri mogu objaviti zajedničku fotografiju na svom mrežnom profilu kako bi svoje prijatelje upoznali s vezom u kojoj su se našli, a istraživanje pokazuje kako su osobnosti koje objavljuju sadržaje na društvenim mrežama pune narcizma i samopoštovanja. Ove dvije karakteristike su važne u kontekstu romantičnih veza, koje mogu imati različite učinke što također može dovesti do različitih ishoda u vezi. Na primjer, ljudi koji su najčešće narcisoidni i ljudi koji vole da ih netko primjećuje i imaju jaku seksualnu želju rjeđe se obvezuju na ljubavne romantične veze i zainteresirani za alternativne partnere. Naprotiv tome, orijentacija osobe visoke razine samopoštovanja je usmjerena ka ozbiljnim i stabilnim vezama. Osim toga, narcisoidni pojedinci obično su ekstroverti, koji pored svojih trenutnih veza također traže i nešto izvan toga. Zbog toga će češće "lajkati" fotografije drugih korisnika koji ih privlače ili im šalju poruke na društvenim mrežama (Lee i dr., 2019, 4).

Smatraju se vrlo atraktivnim, što pozitivno utječe na njihov stav prema posjetima putem društvenih mreža i skloni su dijeljenju podataka o sebi. Tako je vjerojatno zaključiti da se narcisoidna osobnost pozitivno odnosi prema objavljivanju fotografija svojih bližnjih na društvenim mrežama. Ljudi s visokim samopoštovanjem obično pokazuju veće povjerenje u svoju vrijednost i ljubav svog romantičnog partnera, što potiče veće zadovoljstvo samim odnosom. Ne odobravaju interakciju s mogućim budućim partnerima dok su još u vezi, pa je logično očekivati da se ne koriste društvenim mrežama za traženje alternativnog ljubavnog partnera. Uz to, oni vole objavljivati na svojim profilima fotografije s partnerima i povezane informacije (Lee i dr., 2019, 5).

Lee i suradnici su proučavali upotrebu Instagram-a u svojim istraživanjima koje se odnosilo na osobine ličnosti, točnije narcisoidne ljude visokog samopoštovanja, i obične pojedince koji su pokazivali različite poglede na svoje ljubavne partnere. Oni zaključuju da je

Instagram plodno tlo za stjecanje ponosnih komplimenata i javno priznanje pokazivanjem vidljivih kvaliteta partnera, poput njegove atraktivnosti ili socijalnog statusa, s napisanim mišljenjem. Za razliku od narcisa, ljudi s visokim samopoštovanjem, rijetko objavljuju fotografije na kojima se prikazuju samo njihovi partneri, nego su to najčešće zajedničke fotografije kako bi pokazali da su u normalnoj vezi bez potrebe pohvala (Lee i dr., 2009, 5-7).

2.3. Ljubomora i praćenje partnera na društvenim mrežama

Ljubomora se može definirati kao negativne emocije uzrokovane gubitkom nečije ljubavi zbog treće strane ili moguća prijetnje da će se to dogoditi. Prethodna istraživanja, posebno za Facebook, prikazala su da postoji korelacija između vremena provedenog na Facebook-u i ljubomore u vezi uzrokovane njime (Orosz i dr., 2015, 3). Također, anksioznost u vezi često je precizno povezana ljubomorom izazvanom aktivnostima na Facebook-u partneri koji pokazuju slabo povjerenje trpe istu ljubomoru izazvanu *Facebook-om* (Muise i dr. prema Orosz i dr., 2015, 3). Izuzetno je zanimljiv odnos zavisti i ljubavi u vezi.

Društvene mreže mogu igrati važnu ulogu u životima partnera koji su natjerani njegovati vezu na daljinu. U takvom je odnosu važna komunikacija putem tehnologije jer nije moguća osobna komunikacija licem u lice. Ali osim toga, ima i drugih pozitivnih aspekata daljinske komunikacije (poruka, poziv, video poziv, dijeljenje fotografija), to može biti vrlo primamljiv način kontrole negativnih aspekata partnerskih aktivnosti (Tokunaga, 2011,173).

Kao što smo spomenuli, negativne posljedice ljubomore koja se može dogoditi u vezi je kontroliranje života svog partnera putem društvenih mreža. U romantičnim odnosima uobičajeno je to da suprotna strana bude upoznata s događajima kod svog partnera. Komunikacija i međusobna interakcija su najlogičniji i najlakši načini prikupljanja podataka, ali partneri obično koriste druge načine pretraživanja informacija i za saznavanje novih podataka o svom partneru (Tokunaga, 2011, 175-176).

Može se koristiti pasivna strategija za promatranje i apsorbiranje iz daljine, primjera radi, informacije o komuniciranju partnera s većim skupinama ljudi, osim toga, savjet može potražiti i od trećih strana, poput zajedničkih prijatelja. Društvene mreže pružaju nove načine za prikupljanje podataka o partnerima, najčešće praćenjem profila. Jedan od glavnih pokazatelja kontrole društvenih mreža je nesigurnost u vezi. To proizlazi iz uočene dvosmislenosti u vezi, na primjer, ako osoba nije sigurna shvaća li njezin partner vezu ozbiljno i postoji li za tu vezu budućnost. Ako je partner nesiguran u osjećaje i namjere svog

ljubavnika, vjerojatnije je da će pretraživati informacije na društvenim mrežama će sadržaj osobnih podataka kako bi se uključio u aktivnosti poput nadzora društvenih medija da bi utvrdio što ona radi i s kime komunicira kako bi on mogao ublažiti svoju nesigurnost. Ljubomora je izuzetno čest uzrok kontrole društvenih mreža (Fox, Warber, 2014, 3-4). Autori Utz i Beukeboom (2011) tvrde da je ova metoda kontrole aspekt posesivne ljubomore, uključujući najčešće provjeru profila partnera, pa čak i dodavanje korisnika koji su partneru na popisu prijatelja.

Prema tome, uočava se da društveni mediji mogu dovesti do ljubomore, i pretjerane kontrole partnera. No, postavja se pitanje da li to doista dovodi do prekida veze i braka? Clayton, Nagurney i Smith (2013) su pokušali uspostaviti kontakt s partnerima ispitanika koristeći društvene mreže, u ovom slučaju Facebook-a, za potencijalne slomove u ljubavnim vezama. Istraživanje je provedeno na 205 ispitanika, koji naravno imaju javne osobne podatke na Facebook-u, između 18 i 82 godine, 62% njih činile su žene. Rezultati su pokazali kako su partneri koji su puno koristili Facebook neizravno ignorirali svoje partnere te ignorirali komunikaciju s bivšim partnerima ili dobili osjećaj ljubomore zbog stalne kontrole partnera (to može dovesti do svađe, a zatim i prekida). Također, učestalo korištenje društvenih mreža, u ovom slučaju Facebook-a, može označavati visoku razinu želje za prijevarom, pogotovo ako se jedan od partnera upusti u komunikaciju s drugom osobom (Clayton, Nagurney, Smith, 2013, 718).

3. Metodološki i empirijski aspekti istraživanja

Pojava novih medija uvelike je promijenila svakodnevni život ljudi i način komunikacije među ljudima. Društvene mreže postale su dijelom ljudskog svakodnevnog života. Njihova popularnost i raznoliki utjecaj na korisnike privlači sve više istraživača. Zbog takvog fenomena, upravo tema odnosa mladih na društvenim mrežama se činila privlačnom i uzbudljivom za istraživanje. Kao najadekvatnija metoda istraživanja izabrana je online anketa.

Anketa je metoda za dobivanje informacija o mišljenju i stavovima ljudi, koja se najčešće koristi u javnom životu, ali koja u osnovi ima naučenu intenciju da se dobiju saznanja o sstavovima šire populacije. Poseban je oblik neeksperimentalnog istraživanja koje kao osnovni izvor podataka koristi osobni iskaz o mišljenjima, uvjerenjima, stavovima i ponašanju, pribavljeno odgovarajućim niuom standarrdiziranih pitanja. U anketi se koristi anketni upitnik za ptikupljanje podataka koji trebaju nadalje biti anallizirani uz korištenje različitih analitičkih metoda. Online anketa je upitnik koji ciljna publika može ispuniti putem Interneta. Online ankete obično se izrađuju kao web obrasci s bazom podataka za pohranu odgovora i statističkim softverom za pružanje analitike. Često se ljudi potiču da popunjavaju internetske ankete potaknutim radom kao da su prijavljeni za dobivanje nagrade (Wikipedia).

Predmet istraživanja su bili ljubavni odnosi mladih na društvenim mrežama. Temeljni cilj je bio ispitati stavove i mišljenja mladih o načinima na koji društvene mreže utječu na njihove intimne odnose. Sukladno tome, definirani su sljedeći posebni ciljevi istraživanja: utvrditi koliko vremena mladi provode na društvenim mrežama, ispitati koje društvene mreže i u koju svrhu ih mladi koriste te ispitati načine na koje društvene mreže utječu na pronalazak partnera i održavanje postojećih ljubavnih veza/odnosa

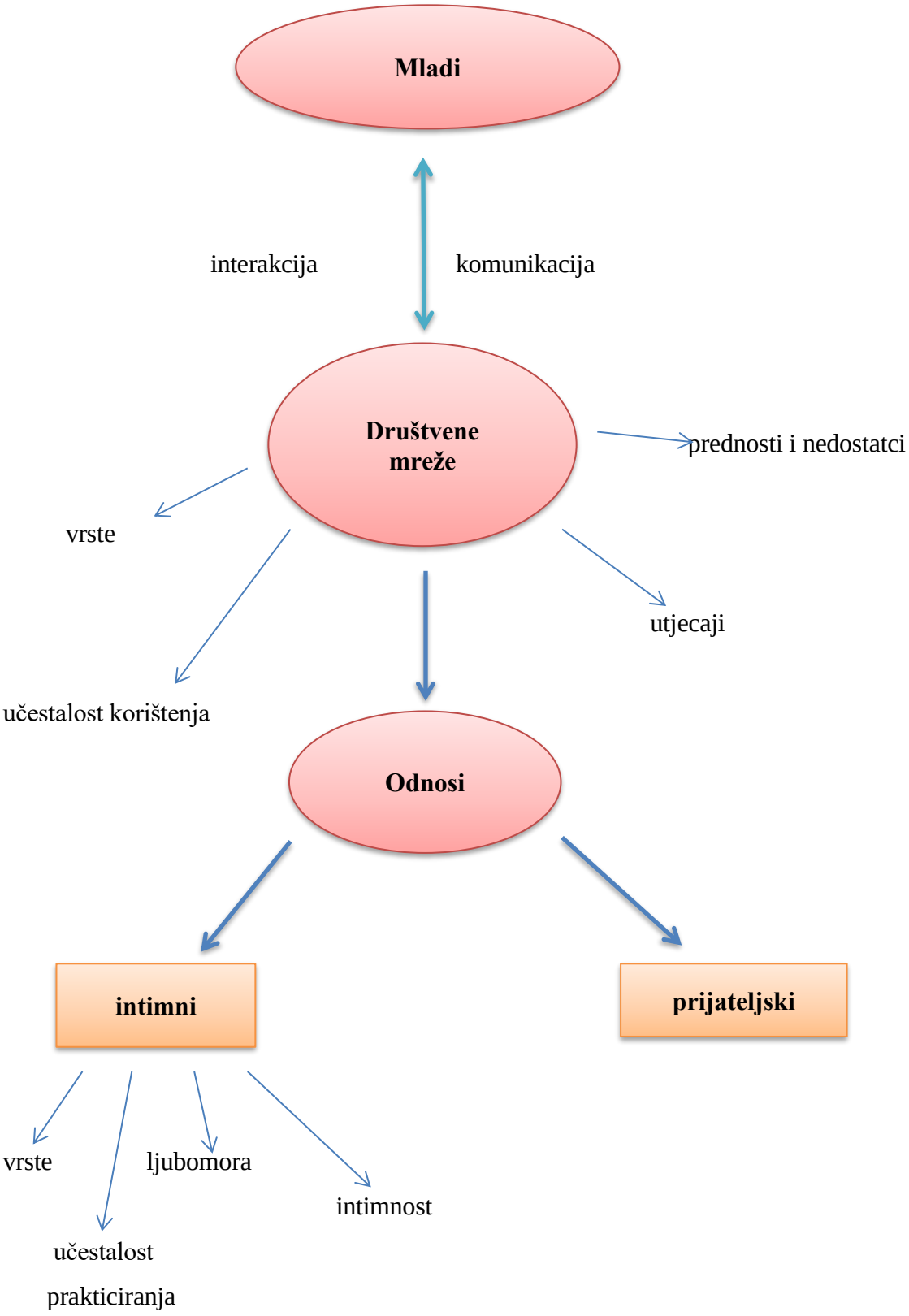
Također, sukladno ciljevima, utvrđene su i sljedeće hipoteze: [H1]: društvene mreže pomažu u održavanju ljubavnih odnosa među mladima, [H2]: društvene mreže olakšavaju u odnosima na daljinu, [H3]: mladi smatraju da su društvene mreže „nužno zlo“ u održavanju ljubavnih odnosa, [H4]: žene češće koriste društvene mreže za upoznavanje potencijalnih partnera od muškaraca.

Populacija koju smo planirali izabrati u svrhe istraživanja su studenti Filozofskog fakulteta u Splitu.

Odabrani uzorak su mladi od godina na Filozofskom fakultetu u Splitu, a izabrana metoda (zbog epidemiološke situacije) je online anketa. Anketa je postavljena na Facebook stranicu Filozofskog fakulteta u Splitu te su svi studenti koji su priključeni na društvenu mrežu imali

pristup ispunjavanja ankete. Ispunjavanje je trajalo 7 dana, te je prikupljeno 110 ispitanika (studenata) Filozofskog fakulteta u Splitu.

Slika 2. *Konceptualizacija predmeta istraživanja*



VARIJABLE		METODOLOŠKA RAZINA	PITANJA	INDIKATORI
Sociodemografske varijable		individualna	1-2	spol dob godina studija
Interakcijski i komunikacijski aspekti		grupna	3-9	utjecaji stavovi mišljenja
		društvene mreže		prednosti/nedostatci učestalost korištenja vrste utjecaji korisnost upoznavanje preko društvenih mreža
Odnosi	prijateljski			
	intimni	grupna	10-19	učestalost prakticiranja vrste ljubomora ljubav pozitivnost/negativnost mogućnosti

Slika 3. *Operacionalizacija predmeta istraživanja*

3.1. Interpretacija rezultata istraživanja

Online anketom ispitano je 110 studenata Filozofskog fakulteta u Splitu. Ispitanici su raspoređeni po spolu – 79 ženskih ispitanika (71.8%) te 31 muški ispitanik (28.2%). Prema godini studija, prevladavala je peta godina sa 40 ispitanika (36.4%), zatim treća godina sa 31 ispitanikom (28.2%), četvrta sa 20 ispitanika (18.2%), druga sa 15 ispitanika (13.6%) i najmanje prva godina sa 4 ispitanika (3.6%). Od najčešće korištenih društvenih mreža, gdje je bilo dopušteno više opcija u odgovorima, redom ispitanici su odgovorili Facebook (90.0%), Instagram (89.1%), Tik Tok (30.9%), Snapchat (20.9%), Tinder (12.7%), Twitter (8.2%) te opcija „Ostalo“ sa 5.5%.

Najviše ispitanika provodi 3-5 sati dnevno na društvenim mrežama (44.5%). Preferiraju li upoznavanje preko društvenih mrežaveliki dio njih ne preferira (77.3%), ali ipak njih njih više od pola (55.5%) su nekad upoznali svoj potencijalog partnera baš preko društvenih mreža. Njih najviše je svoje poznanstvo razvilo u ljubavni odnos (58.2%), dok 30.9% su ostali poznanici, a tek 10.9% su ostali prijatelji.

Također smo htjeli ispitati slažu li se ispitanici s navedenim tvrdnjama:
„Društvene mreže su mi pomogle u održavanju dobrog odnosa s partnerom.“ – njih 38.5% je odgovorilo negativno , 42.2% „djelomično“ a 19.3% je odgovorilo potvrdno.
„Društvene mreže su mi stvarale probleme u odnosu s partnerom.“ – 42.2% ispitanika je odgovorilo „ne“, 33.0% „djelomično“ a 24.8% je odgovorilo sa „da“.
„Društvene mreže smatram kao „nužnim zlom“ da bih ostao/la u dobrim odnosima s partnerom.“ – čak 70.4% ih je odgovorilo „ne“. 22.2% sa „djelomično“ i tek 7.4% je dalo odgovor „da“.
„Objavljivanjem zajedničkih slika (statusa,videa) na društvenim mrežama činilo me sigurnijim/om da je moj odnos s partnerom/icom dobar.“ – 65.1% ispitanika je se nije složilo s ovom tvrdnjom, 24.8% se djelomično složilo, a samo 10.1% ih se složilo.
„Održavajući odnos s partnerom/icom preko društvenih mreža me činilo anksioznim/om.“ – 56.1% ispitanika se nije složilo s ovom tvrdnjom, 25.2% je odgovorilo sa „djelomično“ a 18.7% se složilo s navedenom tvrdnjom.
Od općenitih tvrdnji naveli smo sljedeće:
„Društvene mreže su jako bitne u održavanju intimnih odnosa s partnerom“ – čak 81.7% ispitanika se nije složilo s ovom tvrdnjom, njih 13.8% je dogovorilo sa „djelomično“ dok tek 4.6% se složilo s navedenom tvrdnjom.
„Društvene mreže imaju više prednosti nego nedostataka u održavanju intimnih odnosa.“ – 60.6% ispitanika je odgovorilo sa „ne“ , 27.5% sa „djelomično“ i 11.9% ih je odgovorilo

„da“.

„Društvene mreže izazivaju negativna emocionalna iskustva.“ – ispitanici su ovjde bili poprilično različitog mišljenja, njih 23.9% se nije složilo s ovom tvrdnjom, 45.0% ih se djelomično složilo, a 31.2% ih se složilo.

Sljedeće smo htjeli ispitati korištenja društvenih mreža za održavanje odnosa na daljinu, Većina ih je ipak koristilo u tu svrhu (69.1%), dok 30.1% nije. Povezujući se na prethodno pitanje, ispitanici su trebali odgovoriti smatraju li da su im društvene mreže uvelike pomogle u održavanju odnosa na daljinu – 22.1% ih je odgovorilo sa „ne“, 47.7% sa „da“ dok ih 30.2% nije moglo procijeniti.

Sljedećim pitanjem smo zadirali malo više u privatnost te pitali ispitanike jesu li ikada slali eksplicitni sadržaj svojim partenrima preko društvenih mreža (slike ili videe) – njih 58.2% ih nije slalo nikakve eksplicitne sadržaje, dok je 41.8% ispitanika ipak to učinilo. Sljedećim pitanjem smo se povezali na prethodno te pitali je li takav poslani sadržaj ikada greškom partnera „procurio“ te postao viralan – njih 97.2% ih je odgovorilo sa „ne“ dok srećom mali postotak od 2.8% je odgovorio sa „da“.

Na pitanje smatraju li da društvene mreže negativno utječu na intimne odnose, također smo dobili šarolike odgovore – njih 20.9% ih je odgovorilo sa „ne“, 43.6% smatra da utječu negativno, dok ih 35.5% nije moglo procijeniti. Povećavaju li društvene mreže nepovjerenje u partnerskim odnosima, čak 70.9% ispitanika smatra da povećavaju, njih 8.2% se ne slaže s ovim, dok ih 20.9% nije moglo procijeniti.

Jedno od važnijih pitanja bilo je smatraju li ispitanici da društvene mreže smanjuju interakcije „licem u lice“ s parterom/com – 31.8% ispitanika smatra da to nije točno dok je 68.2% odgovorilo sa „da“.

Za kraj, postavljeno je pitanje koju društvenu mrežu ipak najviše koriste za upoznavanje potencijalnih partnera (ako ih koriste) – najviše ispitanika je odgovorilo društvenu mrežu *Instagram*. (Tablice i grafički prikazi se nalaze u *Tablični i grafički prikazi*)

Dalje u radu, krenuli smo sa dokazivanjem pretpostavljenih hipoteza:

[H1]: društvene mreže pomažu u održavanju ljubavnih odnosa među mladima

Za prvu smo hipotezu pretpostavili da društvene mreže pomažu u održavanju ljubavnih odnosa među mladima. Pomoću Hi-kvadrat testa analizirali smo zavisnost preferiranja/ne preferiranja upoznavanja preko društvenih mreža i mišljenja o tome pomažu li društvene mreže u održavanju ljubavnih odnosa među mladima. Prema tablici ispod većina ih smatra da su društvene mreže djelomično pomogle u održavanju dobrog odnosa s partnerom, bez obzira

preferira li ispitanik ili ne upoznavanje preko istih (42,2%). Onih koji misle da društvene mreže ne pomažu u održavanju dobrog odnosa s partnerom je 38,5%, dok je samo 19,3% onih koji smatraju da društvene mreže pomažu u održavanju istog. Ipak, od onih koji preferiraju upoznavanje preko društvenih mreža 44% smatra da društvene mreže pomažu u održavanju dobrog odnosa s partnerom. S obzirom na navedeno zaključujemo da mišljenje o tome pomažu li društvene mreže u održavanju dobrog odnosa s partnerom ipak ovisi o tome preferira li ispitanik upoznavanje preko istih ili ne (p=0,2).

Preferirate li upoznavanje preko društvenih mreža? * Društvene mreže su mi pomogle u održavanju dobrog odnosa s partnerom - krostabulacija

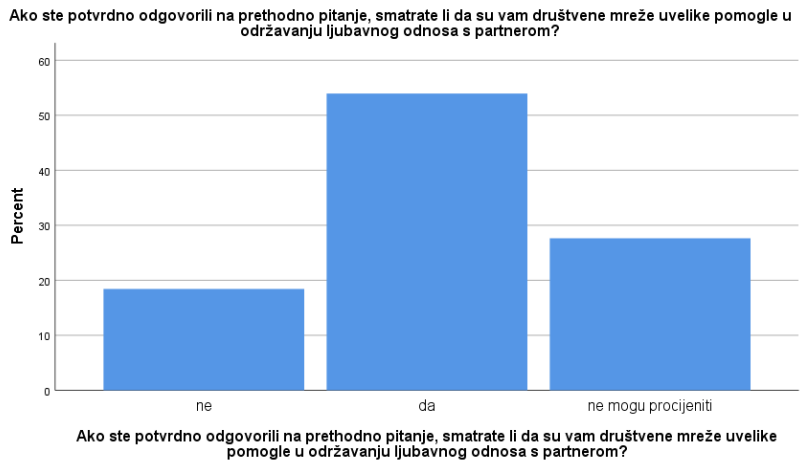
			Društvene mreže su mi pomogle u održavanju dobrog odnosa s partnerom			Ukupno
			ne	djelomično	da	
Preferirate li upoznavanje preko društvenih mreža?	ne	broj	36	38	10	84
		%	42.9%	45.2%	11.9%	100.0%
	da	broj	6	8	11	25
		%	24.0%	32.0%	44.0%	100.0%
Ukupno		Broj	42	46	21	109
		%	38.5%	42.2%	19.3%	100.0%

	Vrijednost	df
Pearson Hi-kvadrat	12.879[a]	2
N	109	

[H2]: društvene mreže olakšavaju u odnosima na daljinu

Za potrebe druge hipoteze selektirali smo u statističkom program SPSS samo one ispitanike koji su se potvrdno izjasnili na pitanje o tome jesu li koristili društvene mreže za održavanje odnosa na daljinu. Od 110 ispitanika, njih 76 je koristilo društvene mreže za održavanje odnosa na daljinu. Čak 53,9% smatra da su im društvene mreže uvelike pomogle u održavanju ljubavnih odnosa. Onih koji smatraju da im društvene mreže nisu pomogle u tom je 18,4%, dok je 27,6% onih koji ne mogu procijeniti ulogu društvenih mreža u održavanju ljubavnog odnosa s partnerom.

	F	%
ne	14	18.4
da	41	53.9
ne mogu procijeniti	21	27.6
Ukupno	76	100.0



[H3]: mladi smatraju da su društvene mreže „nužno zlo“ u održavanju ljubavnih odnosa

Za treću hipotezu da mladi smatraju da su društvene mreže ‘nužno zlo’ u održavanju ljubavnih odnosa koristili smo također deskriptivnu statistiku. Prema tablicama i grafikonu ispod, od ukupno 108 ispitanika koji su se izjasnili na ovo pitanje, 76 ispitanika ne smatra društvene mreže ‘nužnim zlom’ u održavanju ljubavnih odnosa. Djelomično nužnim zlom to smatra njih 24 (22,2%), dok je 8 ispitanika (7,4%) koristilo društvene mreže kao nužno zlo da ostanu s partnerima u dobrim odnosima.

	F	%
ne	76	70.4
djelomično	24	22.2
da	8	7.4
Ukupno	108	100.0



[H4]: žene češće koriste društvene mreže za upoznavanje potencijalnih partnera od muškaraca

Za sedmu hipotezu pretpostavili smo da žene češće koriste društvene mreže za upoznavanje potencijalnih partnera od muškaraca. Analizu smo radili pomoću Hi-kvadrat testa. Prema tablicama ispod od 79 žena njih 81% ne preferira upoznavanje preko društvenih mreža. Također, to ne preferira ni 67,7% muškaraca. Može se zaključiti da oba spola ne preferiraju upoznavanje preko društvenih mreža. Statističku signifikantnost dokazujemo pomoću p vrijednosti. U našem slučaju p=13,5 pa prihvaćamo H0 hipotezu da upoznavanje preko društvenih mreža ne ovisi o spolu, tj. odbacujemo hipotezu da žene češće koriste društvene mreže za upoznavanje potencijalnih partnera od muškaraca.

Spol * Preferirate li upoznavanje preko društvenih mreža? - krostabulacija

			Preferirate li upoznavanje preko društvenih mreža?		Ukupno
			ne	da	
Spol	žensko	broj	64	15	79
		%	81.0%	19.0%	100.0%
	muško	broj	21	10	31
		%	67.7%	32.3%	100.0%

Ukupno	Count	85	25	110
	%	77.3%	22.7%	100.0%

	Vrijednost	df
Pearson Hi-kvadrat	2.233	1
N	110	

4. Zaključak

Mladi su socijalna grupa koja najčešće koristi digitalne medije, a prisutnost raznih oblika digitalnih medija (društvene mreže, web-stranice, igrice i ostalo) poboljšava komunikacijske vještine i društvenu povezanost. Usvojene tehnologije i njihove aplikacije su nerazdvojni dio socijalne interakcije među mladima, koji nisu u mogućnosti kritički promišljati nove tehnologije i njihovo korištenje, jer su one neizostavni dio njihovog odrastanja i inkorporirane su u njihov način razumijevanja kao nešto logično i prirodno, te je kritičko sagledavanje često izostavljeno nedostatkom potrebe za njim, zatim nepostojanjem adekvatnog obrazovanja koje prati razvoj i korištenje novih tehnologija, kao i nepostajanjem vremena koje bi se posvetilo takvoj temi. Ogromna količina sadržaja koju pružaju digitalni mediji, lakoća dobivanja informacija iz raznoraznih repozitorija i pristup samim informacijama nikada nije bila dostupnija u ljudskoj povijesti.

Intimni odnosi su odnosi koje je teško definirati, jer je više riječ o značajki koja se pojavljuje u različitim tipovima odnosa, nego o tipu za sebe. Jedna od definicija intimnih odnosa jest: to su odnosi „u kojima postoji stalna interakcija, duboko otkrivanje sebe, izrazita međusobna ovisnost (tj. jak međusobni utjecaj) i jaka osjećajnost“(Sillars, Scott prema Sindik, Reicher, 2007, 84).

U ovom istraživanju analizirali smo intimne odnose i društvene mreže, na 110 studenata Filozofskog fakulteta u Splitu, a anonimnost online ankete upućuje na relativnu iskrenost odgovora. Rezultati ankete nisu potvrdili većinu predviđenih hipoteza. Za početak, pretpostavili smo da mladi provode više od 5 sati dnevno na društvenim mrežama dok zapravo provode prosječno malo manje od 3 sata. Pomažu li društvene mreže u samom održavanju intimnih odnosa među mladima, više ih je bilo za to da ne pomažu, ali na kraju kad se zbroji sve, zaključili smo da mišljenje o tome pomažu li zaista društvene mreže u održavanju intimnih odnosa ipak ovisi o tome preferira li ispitanik upoznavanje preko istih. Što je bilo iznenađujuće, izgleda da mladi ipak ne preferiraju upoznavanje preko društvenih mreža, kao što smo pretpostavili. Većina ispitanika potvrdila je našu hipotezu da društvene mreže olakšavaju odnose na daljinu, njih čak 76 od 110 ih je koristilo u tu svrhu. Nadalje, mladi smatraju da društvene mreže nisu „nužno zlo“ u održavanju ljubavnih odnosa. Također, jedna od zadnjih hipoteza nije potvrđena, točnije od 110 ispitanika dobili smo rezultat da ni žene ni muškarci ne preferiraju upoznavanje potencijalnih partenra preko društvenih mreža (pretpostavili smo da žene više preferiraju takva upoznavanja). Na samom kraju, pretpostavili smo da je *Facebook* najčešće korištena društvena mreža. Prema odgovorima

ispitanika, djelomično možemo reći da je ta tvrdnja točna, ali ovdje je bilo bitno koju mrežu više preferiraju za upoznavanje potencijalnih partnera, a tu titulu je ipak odnio Instagram (iako je dosta ispitanika također spomenulo ostale društvene mreže kao što su *Twitter, Badoo* te *Tinder*, a i bilo je odgovora da uopće ne koriste društvene mreže u svrhu upoznavanja potencijalnih partnera).

Što se tiče temeljnih ciljeva, što mladi misle o društvenim mrežama te način na koji one utječu na njihove intimne odnose, rezultati su više manje očekivani. Mladi imaju negativan stav kada su u pitanju društvene mreže, ali smatraju ih bitnima, točnije korisnima u samo nekim aspektima. Počevši od rezultata da ne preferiraju samo upoznavanje preko društvenih mreža, da postavljanje slika i videa partnera ili partnerice na društvenim mrežama ih ne čini sigurnijima te ih ne smatraju bitnima u održavanju samih intimnih odnosa. Međutim, društvene mreže su im pomogle u održavanju odnosa na daljinu, ne stvaraju im anksioznost niti kakve druge negativne osjećaje.

Zaključci nas upućuju na razmišljanje o tome koliki utjecaj društvene mreže imaju na naše živote i koliko su se mediji uvukli u naše živote, od dobivanja informacija do stvaranja i održavanja odnosa. Nakon dobivenih rezultata i samog istraživanja, može se reći da je tema istraživanja društvenih mreža i intimnih odnosa pogodna za daljnja istraživanja, ali svakako na većem uzorku čija bi analiza dala potpuniji uvid.

5. Literatura

1. Clayton, R.B., Nagurney, A., Smith, J. R. (2013). Cheating, Breakup, and Divorce: Is Facebook Use To Blame. **Cyberpsychology, Behaviour and Social Networking**. 16(10):717-720.
   https://www.researchgate.net/publication/237094566_Cheating_Breakup_and_Divorce_Is_Facebook_Use_to_Blame
   Posjećeno: 21.01.2020.
2. Drussel, J. (2012). Social Networking and Interpersonal Communication and Conflict)Resolution Skills among College Freshmen. **MSW Clinical Research Paper**. 5: 1-60.
   https://sophia.stkate.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1021&context=msw_papers
   Posjećeno: 18.02.2020.
3. Flores, S. (2014). **Facehooked: How Facebook Affects Our Emotions, Relationships, and Lives**. Reputation Books, 23-27.
   https://pdfroom.com/books/facehooked-how-facebook-affects-our-emotions-relationships-and-lives/N7jgkkOEgMV/download
   Posjećeno: 18.02.2020.
4. Fox, J.; Warber, K. (2013) Social Networking Sites in Romantic Relationships: Attachment, Uncertainty, and Partner Surveillance on Facebook. **Cyberpsychology, Behaviour and Social Networking**. 10(10): 1-5
   https://www.cs.vu.nl/~eliens/serious/local/cyber/romance.pdf
   Posjećeno: 18.02.2020.
5. Grbavac, J.; Grbavac, V. (2014) Pojava društvenih mreža kao globalnog komunikacijskog fenomena. Media, culture and public relations. 5(2): 206-219.
   https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=188969
   Posjećeno: 29.01.2020.
6. González-Rivera, J. A., Hernández, I. (2019). Conflicts in Romantic Relationships over Facebook Use: Validation and Psychometric Study**. Behavioral Sciences**, 9 (18), 1-13.
   https://www.researchgate.net/publication/330994095_Conflicts_in_Romantic_Relationships_over_Facebook_Use_Validation_and_Psychometric_Study
   Posjećeno: 19.02.2020.
7. Hand, M.; Thomas, D.; (2012) Facebook and Romantic Relathionships: Intimacy and Couple Satisfaction Associated with Online Social Network Use. **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**. 16(1): 8-12
   https://www.researchgate.net/publication/232717897_Facebook_and_Romantic_Relationships_Intimacy_and_Couple_Satisfaction_Associated_with_Online_Social_Network_Use
   Posjećeno: 19.01.2020.
8. Kušić, S. (2010.) Online društvene mreže i društveno umrežavanje kod učenika

osnovne škole: navike Facebook generacije. **Život i škola: časopis za teoriju i praksu odgoja obrazovanja**, 56 (24): 103-125.
https://hrcak.srce.hr/63281
Posjećeno: 29.01.2020.

9. Lee, E., Choi, T. R., Lee, T. D., Sung, Y. (2019). Using Instagram While „In a Relationship“, The Roles of Narcissism and Self-Esteem. **Journal of Individual Differences**, 40 (2), 1-7.
https://www.researchgate.net/publication/330935973_Using_Instagram_While_In_a_Relationship_The_Roles_of_Narcissism_and_Self-Esteem
Posjećeno: 15.02.2020.
10. Maletić, F. (2014). Informacija je ponovno „in“. **In medias res: časopis filozofije medija**, 3 (5): 716-723.
https://hrcak.srce.hr/127202
Posjećeno: 29.01.2020.
11. Muise, A., Christofides, E., Desmarais, S. (2009). More Information than You Ever Wanted: Does Facebook Bring Out the Green-Eyed Monster of Jealousy?. **Cyberpsychology & behavior: the impact of the Internet, multimedia and virtual reality on behavior and society**, 12 (4), 441-444
https://www.jomswsge.com/Uzaleznienie-od-Facebooka-a-satysfakcja-ze-statusu-zwiazku,133595,0,2.html
Posjećeno: 29.01.2020.
12. Orosz, G. i sur. (2015). Elevated romantic love and jealousy if relationship status is declared od Facebook**. Front Psychology**, 6 (214), 1-6.
https://www.researchgate.net/publication/272349687_Elevated_romantic_love_and_jealousy_if_relationship_status_is_declared_on_Facebook/link/54ef40d20cf25f74d721ceb5/download
Posjećeno: 29.01.2020.
13. Sanchez, A. (2016) Social Media Use and Intimate Relathionships.
https://www.csustan.edu/sites/default/files/groups/University%20Honors%20Program/Journals/adalberto_sanchez.pdf
Posjećeno: 29.01.2020.
14. Tokunaga, R. S. (2011). Social networking site or social surveillance site? Understanding the use of interpersonal electronic surveillance in romantic relationships. **Computers in Human Behavior**, 27 (2), 172-190.

https://www.researchgate.net/publication/276829342_Interpersonal_surveillance_over_social_network_sites
Posjećeno: 29.01.2020.

15. Utz, S. i Beukeboom C.J**.,** The Role of Social Network Sites in Romantic Relationships: Effects on Jealousy and Relationship Happiness. **Journal of Computer-Mediated Communication.**
https://www.researchgate.net/publication/220438049_The_Role_of_Social_Network_Sites_in_Romantic_Relationships_Effects_on_Jealousy_and_Relationship_Happiness
Posjećeno: 18.08.2020.

16. Wilkerson, K. (2017) Social Networking Sites and Romantic Relathionships: Effects on Development, Maintenance, and Dissolution of Relathionships. **Inquiries Journal**. 9(3):1
http://www.inquiriesjournal.com/articles/1576/social-networking-sites-and-romantic-relationships-effects-on-development-maintenance-and-dissolution-of-relationships
Posjećeno: 19.01.2020.

Novinski/ internetski članci

17. Galasso Bonanno, S. (2018) Social Media's Impact on Relationships. **Psych Central.**
https://psychcentral.com/lib/social-medias-impact-on-relationships/
Posjećeno: 26.01.2020.
18. Mattern, J. (2011) Is Social Media Killing Personal Relationships? **Social Implications**.
https://socialimplications.com/is-social-media-killing-personal-relationships/
Posjećeno: 14.02.2020.
19. Seidman, G. (2015) How Facebook Affects Our Relationships. **Psychlogy Today**.
https://www.psychologytoday.com/us/blog/close-encounters/201505/how-facebook-affects-our-relationships
Posjećeno: 20.2.2020.
20. Siddique, A. (2013) Too Much Social Media? Overuse Can Damage Romantic Relationships. **Medical Daily**.
https://www.medicaldaily.com/too-much-social-media-overuse-can-damage-romantic-relationships-244968
Posjećeno: 20.02.2020.
21. (*http://actforyouth.net/adolescence/demographics/internet.cfm*)
Posjećeno: 21.02.2020.

6. Metodološka i empirijska arhiva

6.1. Upitnik

FILOZOFSKI FAKULTET
SVEUČILIŠTE U SPLITU
Odsjek za sociologiju

Split, rujan 2021.

Poštovani/a,
Molimo Vas za sudjelovanje u istraživanju u svrhu izrade završnog rada. Cilj istraživanja je utvrditi utjecaj društvenih mreža na ljubavne odnose. Anketa je anonimna, te se garantira povjerljivost. Podaci će se koristiti isključivo u svrhe istraživanja.

Unaprijed zahvaljujem!

1. Spol:
    1. muški
    2. ženski

2. Godina studija:
    1. prva
    2. druga
    3. treća
    4. četvrta
    5. peta

3. Koje društvene mreže koristite? (moguće više opcija)
    1. Facebook
    2. Instagram
    3. Twitter
    4. Snapchat
    5. TikTok
    6. Tinder
    7. nešto drugo: _____

4. Koliko prijatelja imate na društvenoj mreži koju najčešće koristite?
    _____

5. Koliko vremena provodite na društvenim mrežama?
    1. manje od jedan sat
    2. 1-2 sata
    3. 3-5 sati
    4. 6 i više

6. Preferirate li upoznavanje potencijalnih ljubavnih partnera preko društvenih mreža?
    1. ne
    2. da

7. Jeste li ikada upoznali potencijalnog partnera preko društvenih mreža?
   1. ne
   2. da

8. Ukoliko jeste, u kojem smjeru se razvio vaš odnos?
   1. postali smo prijatelji
   2. ostali smo poznanici
   3. razvili smo intimni, ljubavni odnos

9. Slažete li se s navedenim tvrdnjama:

	ne (1)	djelomično (2)	da (3)
1. društvene mreže su mi pomogle u održavanju dobrog odnosa s partnerom.			
2. društvene mreže su mi stvarale probleme u odnosu s partnerom.			
3. društvene mreže sam smatrao/la kao "nužnim zlom" da bih ostala u dobrim odnosima s partnerom.			
4. objavljivanjem zajedničkih slika (statusa, videa) na društvenim mrežama činilo me sigurnijim/om da je moj odnos s partnerom/icom dobar.			
5. održavajući odnos s partnerom/icom preko društvenih mreža me činilo anksioznim/om.			
6. društvene mreže su jako bitne u održavanju intimnih odnosa s partnerom.			
7. društvene mreže imaju više prednosti nego nedostataka u održavanju intimnih odnosa.			
8. društvene mreže izazivaju negativna emocionalna iskustva.			

10. Jeste li koristili društvene mreže za održavanje odnosa na daljinu?
    1. ne
    2. da

11. Ako ste potvrdno odgovorili na prethodno pitanje, smatrate li da su vam društvene mreže uvelike pomogle u održavanju ljubavnog odnosa s partnerom?
    1. ne
    2. da
    3. ne znam, ne mogu procijeniti

12. Jeste li ikada slali eksplicitne slike ili videe ("nudes") svojim partnerima preko društvenih mreža?
    1. ne
    2. da

13. Jesu li ikada vaše eksplicitne slike "procurile" na društvenim mrežama greškom partnera te postale viralne?
    1. ne
    2. da

14. Ako ste potvrdno odgovorili na prethodno pitanje, da li vam je prekid preko društvene mreže izazvao negativne osjećaje prema bivšem partneru?
    1. ne
    2. da
    3. ne znam, ne mogu procijeniti

15. Mislite li da društvene mreže negativno utječu na intimne odnose?
    1. ne
    2. da
    3. ne znam, ne mogu procijeniti

16. Smatrate li da društvene mreže povećavaju nepovjerenje u partnerskim odnosima?
    1. ne
    2. da
    3. ne znam, ne mogu procijeniti

17. Smatrate li da društvene mreže izazivaju tjeskobu u intimnim odnosima?
    1. ne
    2. da
    3. ne znam, ne mogu procijeniti

18. Smatrate li da društvene mreže smanjuju interakcije "licem u lice" s partnerom/icom?
    1. ne
    2. da

19. Koju društvenu mrežu najviše koristite za upoznavanje ljudi/potencijalnih partnera? (nadopišite odgovor)

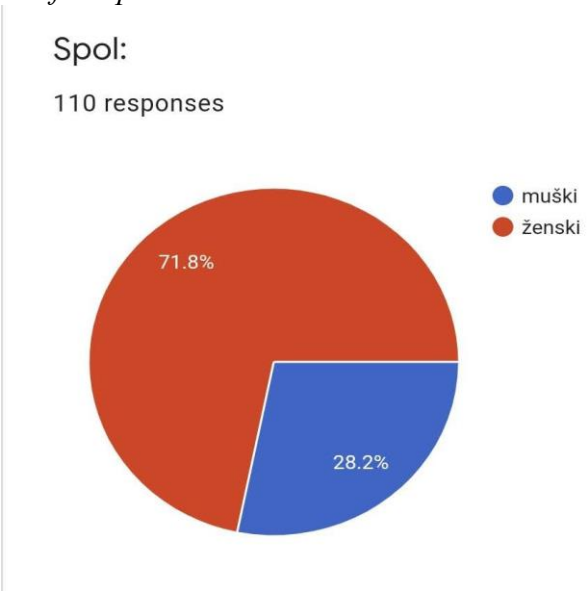
    _____

6.2. Tablični i grafički prikazi

Tablica 1. Spol

	F	%
žensko	79	71.8
muško	31	28.2
Ukupno	110	100.0

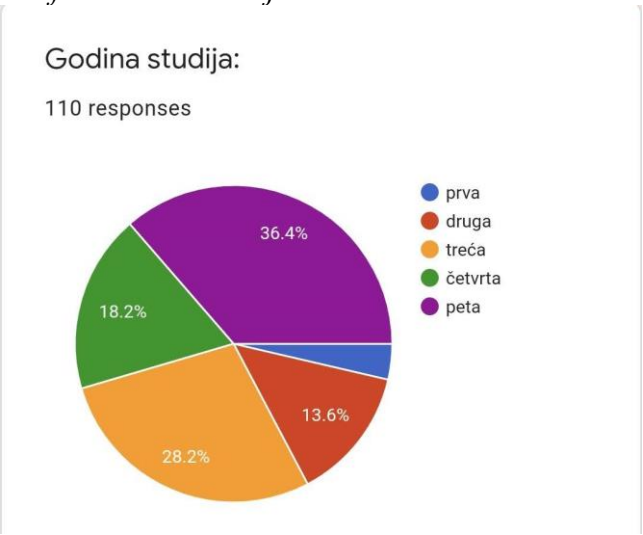
Graf 1. Spol



Tablica 2. Godina studija

	F	%
prva	4	3.6
druga	15	13.6
treća	31	28.2
četvrta	20	18.2
peta	40	36.4
Ukupno	110	100.0

Graf 2. Godina studija



Tablica3. Korištenje društvenih mreža

		N	%
mreže	Od društvenih mreža koristim: *Facebook*	99	90.0%
	Od društvenih mreža koristim: *Instagram*	98	89.1%
	Od društvenih mreža koristim: *Twitter*	9	8.2%
	Od društvenih mreža koristim: *Snapchat*	23	20.9%
	Od društvenih mreža koristim: *Tik Tok*	34	30.9%
	Od društvenih mreža koristim: *Tinder*	14	12.7%
	Od društvenih mreža koristim: Ostalo	6	5.5%
Ukupno		283	257.3%

Graf 3. Korištenje društvenih mreža



Tablica 4. Provođenje vremena na društvenim mrežama

	F	%
manje od 1 sat	7	6.4
1-2 sata	46	41.8
3-5 sati	49	44.5
6 i više	8	7.3
Ukupno	110	100.0

Graf 4. Provođenje vremena na društvenim mrežama



Tablica 5. Preferiranje upoznavanja preko društvenih mreža

	F	%
ne	85	77.3
da	25	22.7
Ukupno	110	100.0

Graf 5. Preferiranje upoznavanje preko društvenih mreža



Tablica 6. Upoznavanje potencijalnog partnera preko društvenih mreža

	F	%
ne	61	55.5
da	49	44.5
Ukupnol	110	100.0

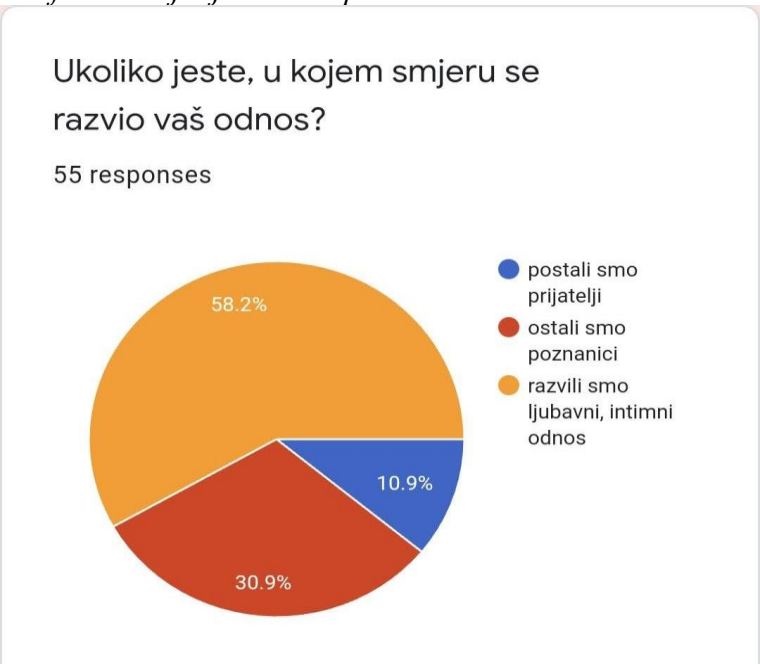
Graf 6. Upoznavanje potencijalnog partnera preko društvenih mreža



Tablica 7. Razvijanje odnosa preko društvenih mreža

	F	%
postali smo prijatelji	6	10.9
ostali smo poznanici	17	30.9
razvili smo ljubavni, intimni odnos	32	58.2
Ukupno	55	100.0

Graf 7. Razvijanje odnosa preko društvenih mreža

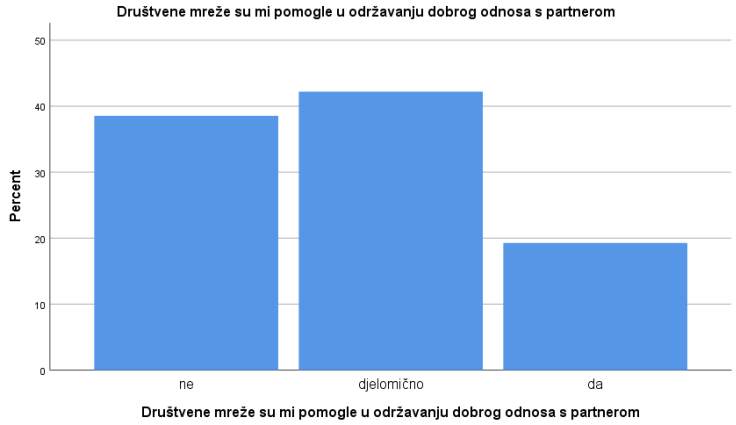


Slažete li se s navedenim tvrdnjama?

Tablica 8 . Društvene mreže su mi pomogle u održavanju dobrog odnosa s partnerom.

	F	%
ne	42	38.5
djelomično	46	42.2
da	21	19.3
Ukupno	110	100.0

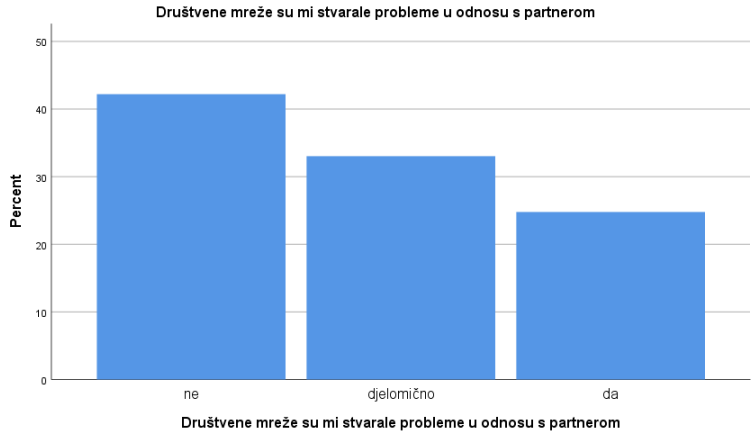
Graf 8. Društvene mreže su mi pomogle u održavanju dobrog odnosa s partnerom



Tablica 9. Društvene mreže su mi stvarale probleme u odnosu s partnerom.

	F	%
ne	46	42.2
djelomično	36	33.0
da	27	24.8
Ukupno	110	100.0

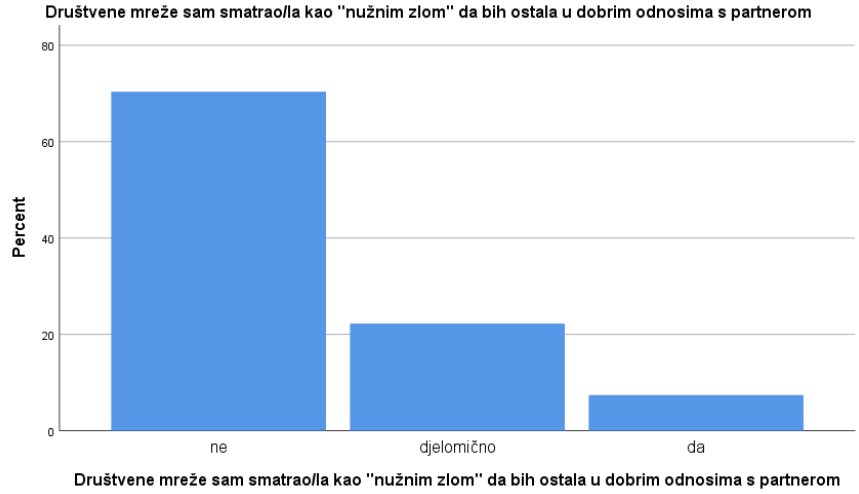
Graf 9. Društvene mreže su mi stvarale probleme u odnosu s partnerom.



Tablica 10. Društvene mreže sam smatrao/la kao „nužnim zlom“ da bih ostao/la u dobrim odnosima sa partnerom/icom.

	F	%
ne	76	70.4
djelomično	24	22.2
da	8	7.4
Ukupno	110	100.0

Graf 10. Društvene mreže sam smatrao/la kao „nužnim zlom“ da bih ostao/la u dobrim odnosima sa partnerom/icom.



Tablica 11. Objavljivanjem zajedničkih slika (statusa, videa) činilo me sigurnijim/om da je moj odnos s partnerom/icom dobar.

	F	%
ne	71	65.1
djelomično	27	24.8
da	12	10.1
Ukupno	110	100.0

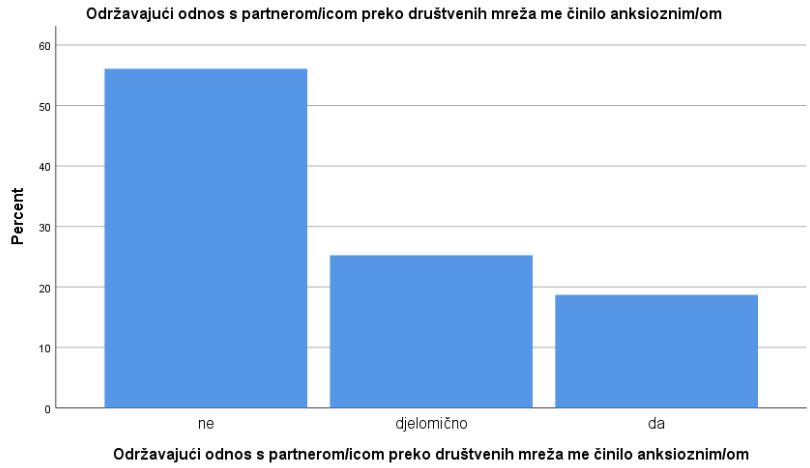
Graf 11. Objavljivanjem zajedničkih slika (statusa, videa) činilo me sigurnijim/om da je moj odnos s partnerom/icom dobar.



Tablica 12. Održavajući odnos s partnerom/icom preko društvenih mreža me činilo anksioznim/om.

	F	%
ne	60	56.1
djelomično	27	25.2
da	23	18.7
Ukupno	110	100.0

Graf 12. Održavajući odnos s partnerom/icom preko društvenih mreža me činilo anksioznim/om.



Tablica 13. Društvene mreže su jako bitne u održavanju odnosa s partnerom.

	F	%
ne	89	81.7
djelomično	15	13.8
da	6	4.6
Ukupno	110	100.0

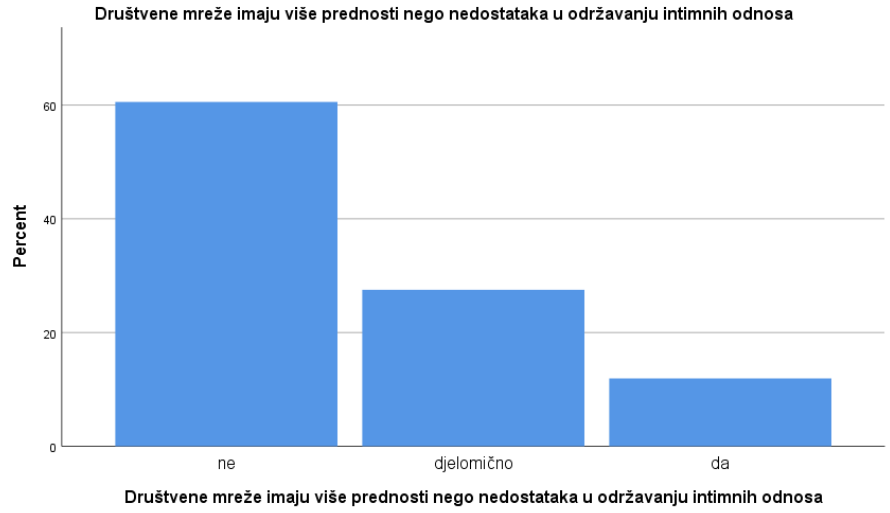
Graf 13. Društvene mreže su jako bitne u održavanju odnosa s partnerom.



Tablica 14. Društvene mreže imaju više prednosti nego nedostataka u održavanju intimnih odnosa.

	F	%
ne	66	60.6
djelomično	30	27.5
da	14	11.9
Ukupno	110	100.0

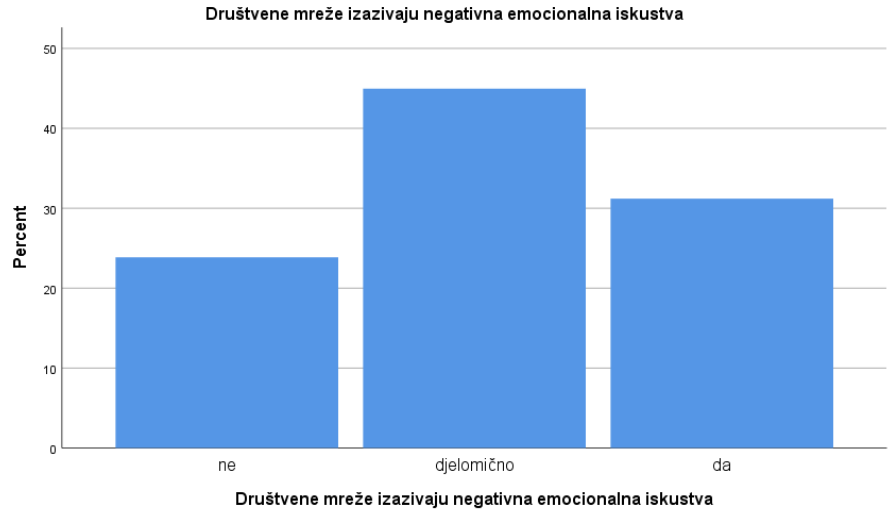
Graf 14. Društvene mreže imaju više prednosti nego nedostataka u održavanju intimnih odnosa.



Tablica 15. Društvene mreže izazivaju negativna emocionalna iskustva.

	F	%
ne	26	23.9
djelomično	49	45.0
da	35	31.2
Ukupno	110	100.0

Graf 15. Društvene mreže izazivaju negativna emocionalna iskustva



Tablica 16. Jeste li koristili društvene mreže za održavanje odnosa na daljinu?

	F	%
ne	34	30.9
da	76	69.1
Ukupnol	110	100.0

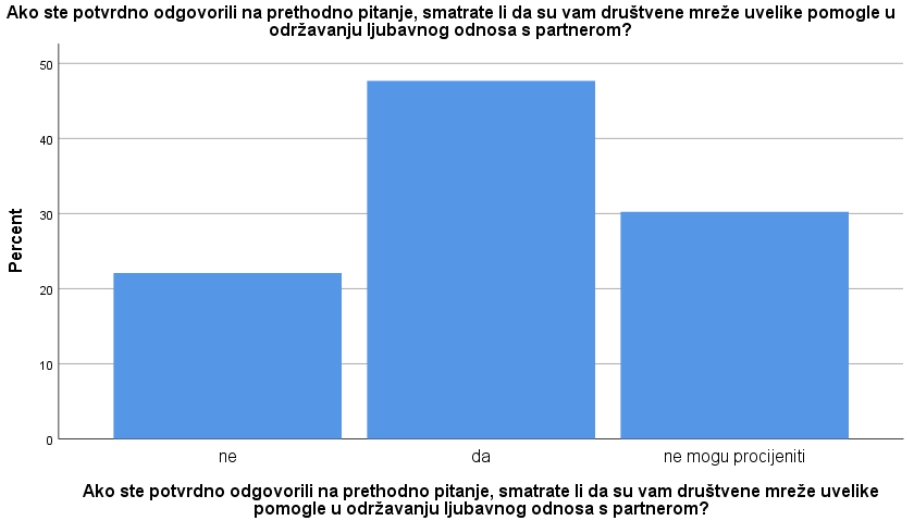
Graf 16. Jeste li koristili društvene mreže za održavanje odnosa na daljinu?



Tablica 17. Ako te potvrdno odgovorili na prethodno pitanje, smatrate li da su vam društvene mreže uvelike pomogle u održavanju ljubavnog odnosa s partnerom?

	F	%
ne	19	22.1
da	41	47.7
ne mogu procijeniti	26	30.2
Ukupno	86	100.0

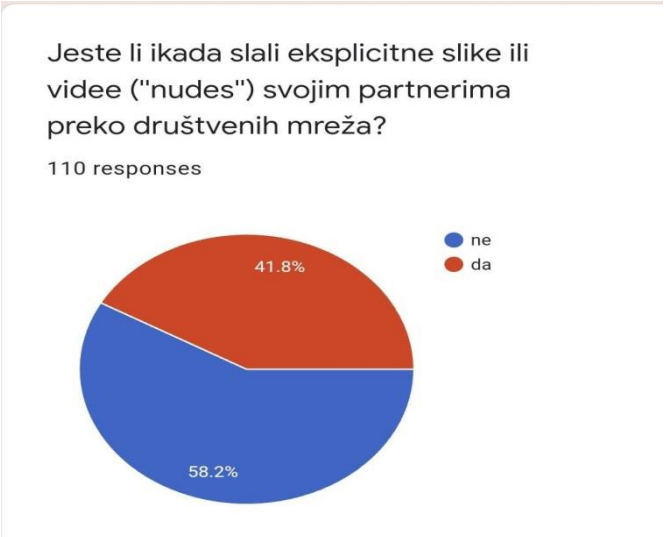
Graf 17. Ako te potvrdno odgovorili na prethodno pitanje, smatrate li da su vam društvene mreže uvelike pomogle u održavanju ljubavnog odnosa s partnerom?



Tablica 18. Jeste li ikada slali eksplicitne slike ili videe („nudes“) svojim partnerima preko društvenih mreža?

	F	%
ne	64	58.2
da	46	41.8
Ukupno	110	100.0

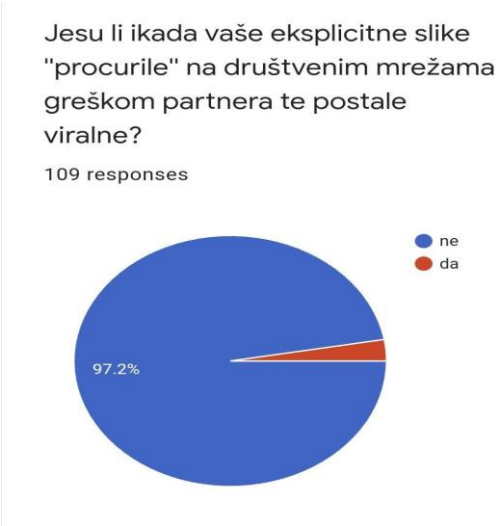
Graf 18. Jeste li ikada slali eksplicitne slike ili videe („nudes“) svojim partnerima preko društvenih mreža?



Tablica 19. Jesu li ikada vaše eksplicitne slike „procurile“ na društvenim mrežama greškom partnera te postale viralne?

	F	%
ne	106	97.2
da	4	2.8
Ukupno	110	100.0

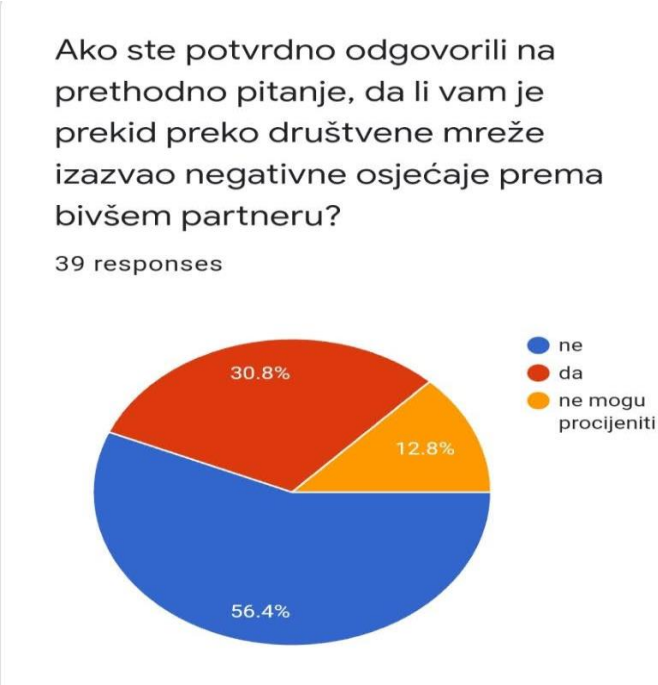
Graf 19. Jesu li ikada vaše eksplicitne slike „procurile“ na društvenim mrežama greškom partnera te postale viralne?



Tablica 20. Ako ste potvrdno odgovorili na prethodno pitanje, da li vam je prekid preko društvene mreže izazvao negativne osjećaje prema bivšem partneru?

	F	%
ne	22	20.0
da	12	10.9
ne mogu procijeniti	5	4.5
Ukupno	39	35,4

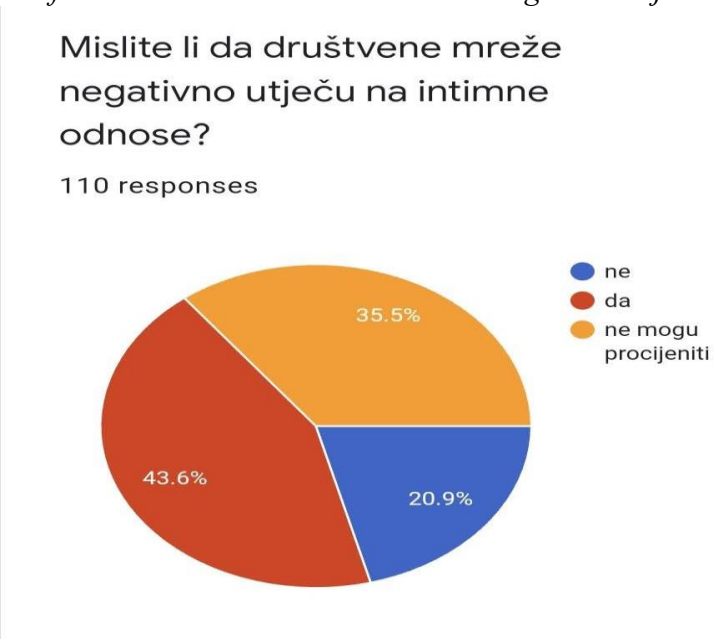
Graf 20. Ako ste potvrdno odgovorili na prethodno pitanje, da li vam je prekid preko društvene mreže izazvao negativne osjećaje prema bivšem partneru?



Tablica 21. Mislite li da društvene mreže negativno utječu na ljubavne odnose?

	F	%
ne	23	20.9
da	48	43.6
ne mogu procijeniti	39	35.5
Ukupno	110	100.0

Graf 21. Mislite li da društvene mreže negativno utječu na ljubavne odnose?



Tablica 22. Smatrate li da društvene mreže povećavaju nepovjerenje u partnerskim odnosima?

	F	%
ne	9	8.2
da	78	70.9
ne mogu procijeniti	23	20.9
Ukupno	110	100.0

Graf 22. Smatrate li da društvene mreže povećavaju nepovjerenje u partnerskim odnosima?



Tablica 23. Smatrate li da društvene mreže izazivaju tjeskobu u intimnim odnosima?

	F	%
ne	16	14.5
da	51	46.4
ne mogu procijeniti	43	39.1
Ukupno	110	100.0

Graf 23. Smatrate li da društvene mreže izazivaju tjeskobu u intimnim odnosima?



Tablica 24. Smatrate li da društvene mreže smanjuju interakcije „licem u lice“ s partnerom/icom?

	F	%
ne	35	31.8
da	75	68.2
Ukupno	110	100.0

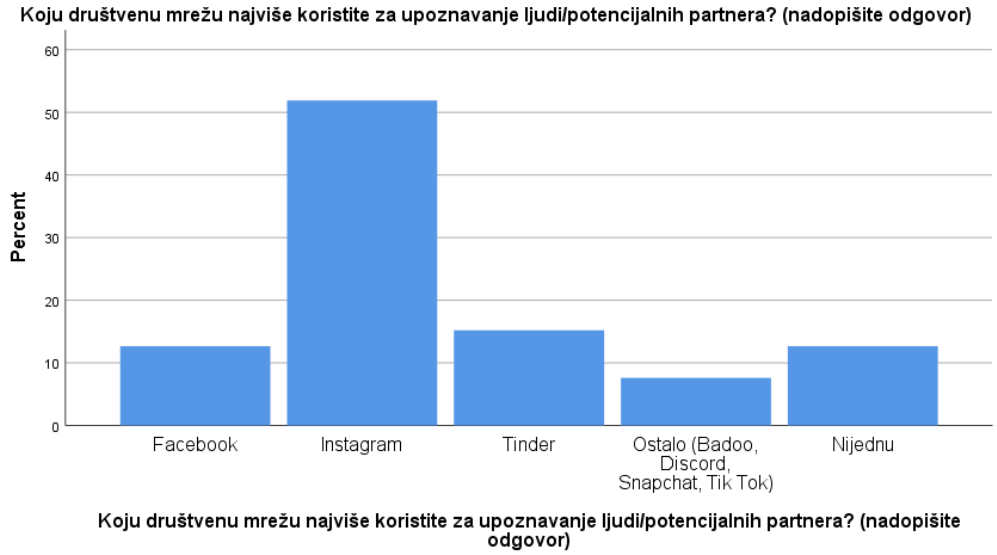
Graf 24. Smatrate li da društvene mreže smanjuju interakcije „licem u lice“ s partnerom/icom?



Tablica 25. Koju društvenu mrežu najviše koristite za upoznavanje ljudi/potencijalnih partnera? (nadopišite odgovor).

	F	%
Facebook	10	12.7
Instagram	41	51.9
Tinder	12	15.2
Ostalo *(Badoo, Discord, Snapchat, Tik Tok)*	6	7.6
Nijednu	10	12.7
Ukupno	79	100.0

Graf 25. Koju društvenu mrežu najviše koristite za upoznavanje ljudi/potencijalnih partnera? (nadopišite odgovor).



7. Sažetak

Pojava društvenih mreža je ostavila velik trag na živote svih ljudi, pa tako i mladih, diljem svijeta. Facebook u velikoj mjeri utječe na način na koji partneri komuniciraju, kako na mreži tako i u stvarnom životu. Iako postoji pozitivna strana za ljude koji se društvenim mrežama koriste za povezivanje s drugima, postoji i negativna strana. Iako to obično nije prihvatljivo, ponekad partneri vezu prekinu telefonskim pozivom, SMS-om ili putem društvenih mreža. Društveni mediji imaju i negativnu ulogu u odnosima u današnjem društvu. Oni su postali virtualni društveni svijet za ljude kojima nikad nije bilo ugodno razgovarati u javnosti. Još jedan loš utjecaj koji društveni mediji imaju na vezu je nametanje nadzora jednog partnera nad drugim. Naime, društvene mreže postale su uobičajene u današnjem društvu, posebno među adolescentima i mladima i one i dalje nastavljaju rasti u popularnosti. Iako, ljudska bića žude za vezom i pripadnošću, nema dvojbe da je Internet danas postao izuzetno popularan, prikladan i lako zadovoljavajući način povezivanja s drugima.

Ključne riječi: Internet, mreža, mladi

8. Summary

The appereance of social netwprks has left a big mark on the lives of all people, including young people, all over the world. Facebook has a major impact on the way partners communicate, both online and in real life. Although there is a positive side for people eho use social networks to connect with others, there is also a negative side. Although this is usually unacceplatbe, sometimes partners break the link by the phone, SMS or social networks. Social media plays a negative role in relations in today's society. They have become a virtual social world for people who have never been comfortable talking publicly. Another bad influence social media has on it is to impose the control of one partner over another. Namely, social networks have become common in today's society, especially among adolescents and young people, and they continue to grow in popularity. Although human beings yearn for connection and beloging, there is no doubt that the Internet has become an extremely popular, appropriate and easily satisfactory way of connecting with others today.

Keywords: Internet, network, youth

9. Izjava o akademskoj čestitosti

Obrazac A.Č.

SVEUČILIŠTE U SPLITU
FILOZOFSKI FAKULTET

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

kojom ja Mino Kuez, kao pristupnik/pristupnica za stjecanje zvanja sveučilišnog/e prvostupnika/ce sociologije, izjavljujem da je ovaj završni rad rezultat isključivo mojega vlastitoga rada, da se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio završnog rada nije napisan na nedopušten način, odnosno da nije prepisan iz necitiranoga rada, pa tako ne krši ničija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio ovoga završnog rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Split, 18. 10. 2021.

Potpis Mkuez

10. Bilješke o autorici

NINA KNEZ rođena je u Šibeniku, 26.03.1997. godine. U Šibeniku upisuje osnovnu školu gdje i upisuje jezičnu gimnaziju. Preddiplomski studij jednopredmetne sociologije na Filozofskom fakultetu u Splitu upisuje 2015. godine, gdje je trenutno redovna studentica treće godine.

e-mail: nknez@ffst.hr

Obrazac I.P.

Izjava o pohrani završnog/diplomskog rada (podcrtajte odgovarajuće) u Digitalni repozitorij Filozofskog fakulteta u Splitu

Student/ica: NINA KNEŽ

Naslov rada: LJUBAVNI ODNOSI MLADIH NA DRUŠTVENIM MREŽAMA

Znanstveno područje: DRUŠTVENE ZNANOSTI

Znanstveno polje: SOCIOLOGIJA

Vrsta rada: ZAVRŠNI RAD

Mentor/ica rada:

IZV. PROF. DR. SC. ZORANA ŠUGUG-VUČICA

(ime i prezime, akad. stupanj i zvanje)

Komentor/ica rada:

DR. SC. MARIJA LONČAR

(ime i prezime, akad. stupanj i zvanje)

Članovi povjerenstva:

DR. SC. GORANA BANDALOVIĆ

(ime i prezime, akad. stupanj i zvanje)

Ovom izjavom potvrđujem da sam autor/autorica predanog završnog/diplomskog rada (zaokružite odgovarajuće) i da sadržaj njegove elektroničke inačice u potpunosti odgovara sadržaju obranjenog i nakon obrane uređenog rada. Slažem se da taj rad, koji će biti trajno pohranjen u Digitalnom repozitoriju Filozofskoga fakulteta Sveučilišta u Splitu i javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama *Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju,* NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15, 131/17), bude:

a) rad u otvorenom pristupu
b) rad dostupan studentima i djelatnicima FFST
c) široj javnosti, ali nakon proteka 6 / 12 / 24 mjeseci (zaokružite odgovarajući broj mjeseci).
(zaokružite odgovarajuće)
U slučaju potrebe (dodatnog) ograničavanja pristupa Vašem ocjenskom radu, podnosi se obrazloženi zahtjev nadležnom tijelu u ustanovi.

Mjesto, nadnevak: 21. 10. 2021.

Potpis studenta/studentice: Nina Knež