

# Uloga društvenih mreža u kvaliteti romantičnih odnosa

---

**Kovačević, Ana**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2018**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:142:887346>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-02-07**



*Repository / Repozitorij:*

[FFOS-repository - Repository of the Faculty of Humanities and Social Sciences Osijek](#)



Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet

Odsjek za psihologiju

Ana Kovačević

Uloga društvenih mreža u kvaliteti romantičnih odnosa

Završni rad

Mentor: doc. dr. sc. Daniela Šincek

Osijek, 2018.

Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet

Odsjek za psihologiju

Preddiplomski studij psihologije

Ana Kovačević

Uloga društvenih mreža u kvaliteti romantičnih odnosa

Završni rad

Društvene znanosti, polje psihologija, grana socijalne psihologije

Mentor: doc. dr. sc. Daniela Šincek

Osijek, 2018.

## SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. DRUŠTVENE MREŽE.....	2
2.1. Facebook.....	2
2.2. Instagram.....	3
2.3. Twitter.....	3
2.4. Snapchat.....	4
3. ROMANTIČNI ODNOSI .....	4
3.1. Teorija razvoja romantičnih odnosa.....	5
3.1.1. Teorija stilova privrženosti .....	5
4. NEGATIVNE EMOCIJE I PONAŠANJA U ROMANTIČNIM ODNOSIMA I DRUŠTVENE MREŽE .....	6
5.1. Ljubomora i kvaliteta veze.....	7
5.2. Nadzor i kontrola partnerova ponašanja .....	9
5.3. Nevjera i društvene mreže .....	11
5. ROMANTIČNE VEZE NA DALJINU I UPORABA DRUŠTVENIH MREŽA.....	12
6. ROMANTIČNI ODNOSI ADOLESCENTA POD UTJECAJEM INTERNETA .....	13
7.1. Upoznavanje putem društvenih mreža.....	13
7.2. Ponašanje na društvenim mrežama u romantičnim odnosima.....	14
7.3. Negativne emocije povezane s uporabom društvenih mreža.....	14
7. ZAKLJUČAK.....	15
8. LITERATURA .....	16

## SAŽETAK

Cilj ovog preglednog rada bio je prikazati kakav utjecaj imaju društvene mreže na kvalitetu romantičnih odnosa. U prvom dijelu rada opisan je pojam društvenih mreža te su definirane pojedine mreže poput Facebooka, Instagrama, Twittera te Snapchata koje će biti spominjane tijekom cijelog rada. Zatim je definiran i romantični odnos te je navedena i teorija stila privrženosti. Nadalje su navedene emocije i nezdrava ponašanja koja se mogu pojaviti kao rezultat izloženosti velikom broju informacija i manjku privatnosti. Budući da su se prijašnja istraživanja usmjerila na pručavanje utjecaja društvenih mreža na osjećaj ljubomore te ponašanja poput kontrole i nadzora partnera te preljuba, u radu će se detaljno predstaviti i interpretirati spomenuti rezultati. Rad također obuhvaća i podatke o parovima kojima je, prije pojave društvenih mreža, bilo znatno teže održavati romantične odnose - parovi koji su u vezama na daljinu, te kakav je utjecaj na kvalitetu odnosa imala društvena mreža koju su koristili. Posljednja cjelina ovog rada posvećena je adolescentima budući da su oni dobna skupina koja je izrazito izložena tehnologiji i društvenim mrežama većinu svoga života. U prvom dijelu cjeline opisana je uloga društvenih mreža prilikom upoznavanja potencijalnih partnera. Nadalje, u radu se navode i ponašanja adolescenata na društvenim mrežama kada su u romantičnim odnosima. Na kraju ovoga rada, proučilo se koje su negativne emocije i ponašanja povezana s uporabom društvenih mreža prisutne kod adolescenata.

Ključne riječi: društvene mreže, romantični odnosi, nezdrava ponašanja

## **SUMMERY**

This paper provides a brief overview of research on the effect social media platforms have on the quality of ones romantic relationships. In the first part, social media platforms such as Facebook, Instagram, Twitter and Snapchat will be defined. Moreover, it will be explained what the term romantic relationship is refered to. Also, the theoretical approach to the development of human relationships known as the theory of attachment will be reviewed. The next part in the paper will discuss emotions and unhealthy behaviours that can manifest as a result of overexposure to a great amount of information and the decrease in privacy that can be found on social media sites. In light of past research on social media and romantic relationships that focused mainly on the feeling of jealousy and behaviours such as monitoring partner's activities on social media sites and infidelity, this paper will discuss their results. In addition to that, importance of social media sites in maintaining long distance relationships and the impact social media may have on the quality of a relationship in which partners are prevented from being physically together will be discussed. The final section of this paper is devoted to adolescents since they are the age group that is exposed to technology and social media networks for most of their lives. Firstly, the role of social media when meeting a new potential partner will be discussed. Furthermore, different types of behaviour on social media platforms of adolescents who are in romantic relationships are stated in this paper. Finally, negative emotions and behaviours in romantic relationships among teenagers due to usage of social media will be adressed.

Key words: social media sites, romantic relationships, unhealthy behaviours

## 1. UVOD

Da bi ostvarili potrebe za bliskosti i prisnosti, ljudi traže odgovarajućeg romantičnog partnera. Intimni se partneri najčešće upoznaju na mjestima na kojima se kreću ljudi podjednakih godina te za partnera odabiru osobu koja im je slična po nekim obilježjima poput etničke pripadnosti i socijalno-društvenog statusa (Warner i Willis, 2001). Međutim, razvojem tehnologije i pojavom društvenih mreža ljudi se sve više okreću komunikaciji putem Interneta kako prilikom upoznavanja potencijalnih partnera, tako i održavanju komunikacije u romantičnom odnosu. Internet je globalna računalna mreža koja povezuje velik broj računala u jednu cjelinu kako bi omogućila razmjenu podataka i korištenje različitih sadržaja, usluga i servisa (Tomšić, 2011). Elektronički mediji poput društvenih mreža su postali važan čimbenik socijalizacije izazivajući time velike promjene u ponašanjima, međuljudskim odnosima i komunikaciji, osobito među mlađim naraštajima. Čini se kako društvene mreže modernom čovjeku značajno olakšavaju uspješnost komunikacije, planiranje i provođenje slobodnog vremena, zabavljanje i sl. u usporedbi s vremenom prije njihova nastanka. Nadalje, društvene mreže su utjecale na nestajanje vremenskih i prostornih granica koje su uvelike uvjetovale komunikaciju i protočnost informacija čime je omogućena lakša cjelodnevna komunikacija između partnera te se potencijalno s time povećala i percepcija bliskosti među romantičnim partnerima (Mandarić, 2012). Važno je opisati i utjecaj društvenih mreža na romantične veze u adolescenciji te njihov utjecaj na život adolescenta. Istraživanja pokazuju kako pametni telefoni imaju bitnu ulogu u romantičnim odnosima današnjice zbog mogućnosti uporaba različitih aplikacija, društvenih platformi te aplikacija za video-pozive.

Unatoč tome što pomažu lakšem i bržem početku i održavanju veze, društvene mreže također potiču i niz negativnih ponašanja i emocija poput povećanog nepovjerenja između partnera, češćim kontrolirajućim ponašanjima, preljubnim ponašanjima ili pojačavaju ljubomoru unutar romantične veze. Detaljnije će se o utjecaju društvenih mreža na kvalitetu romantičnih odnosa kod odraslih ali i adolescenata te o emocijama koje mogu nastati kao posljedica moderne tehnologije te određenim prednostima i nedostacima iste, raspravljati u ovom radu.

## 2. DRUŠTVENE MREŽE

Društvene mreže putem Interneta (*online*) samo su jedan od novih načina koji ljudima omogućava stvaranje veće mreže poznanstva. Društvene mreže postale su iznimno popularni servisi, privlačeci milijune korisnika. Ta popularnost može se objasniti i zbog samog koncepta *online* društvenih mreža koja svoje korisnike stavlja u središte zbivanja omogućujući im da upravo oni kreiraju sadržaj i nude ga drugim korisnicima (Kušić, 2010). Društvenu mrežu možemo definirati kao uslugu zasnovanu na Webu koja dozvoljava pojedincu da napravi (polu)javni profil i u okviru ograničenog sustava, artikulira listu drugih korisnika s kojima dijeli povezanost te vidi i uspoređi svoju listu kontakata s onima koje su napravili drugi korisnici unutar sustava (Grbavac, 2014).

Na društvene mreže ljudi dolaze kako bi se zblížili, povezali i prijatelžili s novim ljudima, kako bi podijelili odnosno primili ili razmijenili razne informacije ili jednostavno kako bi komunicirali s ljudima na svaki mogući način (od čavrljanja do razmjene slika i sl.) (Grbavac, 2014). Većina korisnika služi se društvenim mrežama zbog jednostavnog društvenog kontakta, dijeljenja fotografija, druženja s ljudima sličnih interesa te masovnog komuniciranja. Glavno obilježje svih društvenih mreža su univerzalna komunikacijska sredstva i tehnike, kao i zajednički interes koji drži grupe ljudi zajedno i samim time daje popularnost svim društvenim mrežama današnjice (Grbavac, 2014). Neke od trenutno najpopularnijih društvenih mreža u svijetu jesu: Facebook, Instagram, Twitter te Snapchat. U ovom radu pobliže ćemo razmotriti istraživanja i nalaze o ponašanjima partnera u romantičnom odnosu na spomenutim društvenim mrežama te ćemo zato, u narednim odlomcima, pobliže objasniti svaku od njih.

### 2.1. Facebook

Među mnogim *online* društvenim mrežama, Facebook je postao jedna od najpopularnijih. Facebook je 2004. godine pokrenuo tadašnji student Harvarda, Mark Zuckerberg, kao servis za *online* društvene mreže samo za sveučilište Harvard i njegove studente. S vremenom Facebook je počeo uključivati i druge fakultete, srednje škole, korporacije te naposljetku sve osobe koje su starije od 13 godina (Kušić, 2010). U 2018. godini ova društvena mreža ima više od 2,23 milijarde mjesečno aktivnih korisnika (Zephoria, 2018). Koncept Facebooka je da se putem Interneta povežu ljudi koji se već poznaju u stvarnom životu. On omogućuje korisnicima



povezivanje i socijalizaciju s prijateljima ili rodbinom te s ljudima koji su im bliski. Da bi se korisnik registrirao, treba imati e-mail adresu (Grbavac, 2014). Facebookova popularnost temelji se na mnoštvu opcija koje nudi svojim korisnicima – kreiranje vlastitog profila, formiranje liste prijatelja s kojima korisnici mogu podijeliti informacije o sebi (datum rođenja, spol, rodni grad, mjesto boravka, ljubavni status, zaposlenje, seksualni interesi, drugi interesi itd.), održavati višestruke interakcije – dijeliti fotografije, video-sadržaje, razmjenjivati poruke (javne i privatne), objavljujati statuse koji govore o tome kako se korisnik trenutno osjeća, o čemu razmišlja, gdje se nalazi ili dijeliti objave drugih korisnika ili portala koje smatra zanimljivima (Družeta i Rotar, 2017). Facebook nudi mogućnost kontrole privatnosti pa korisnik prema vlastitim željama može sakriti svoj profil i fotografije te se zaštititi od nepoznatih posjetitelja (Grbavac, 2014). Pristup i korištenje ove društvene platforme potpuno je besplatan za sve korisnike.

## **2.2. Instagram**

Instagram, besplatna platforma na kojoj korisnici dijele fotografije ili video-sadržaje koje uglavnom zabilježe svojim pametnim telefonom, zadnjih je godina postala novim popularnim medijem. Svojim korisnicima omogućava brz način bilježenja bitnih trenutaka u životu na virtualnom zidu kreirajući time neku vrstu digitalnog *online* foto-albuma. Fotografije se mogu dijeliti s prijateljima koji su također registrirani korisnici Instagrama. Aplikacija također omogućuje i jednostavno fotografiranje (s raznim efektima) te objavljivanje fotografija na takozvanim pričama (*story*) koje su vidljive ostalim korisnicima narednih 24 sata nakon čega one nestaju. Prema statističkim podacima, od svojeg osnutka 2010. godine, Instagram danas broji preko milijardu korisnika (Instagram, 2018). U 2012. godini kompanija Facebook je kupila Instagram te su ove dvije platforme od tada povezane i omogućuju svojim korisnicima prijenos informacija s jedne na drugu platformu što je donijelo još veću popularnost objema platformama.

## **2.3. Twitter**

Twitter je trenutno jedanaesta društvena mreža na svijetu po broju mjesečno aktivnih korisnika (Statista, 2018). Od svojih početaka Twitter inzistira na korištenju SMS-a te pokretnog

Interneta. U 2006. godini osnivači spomenute društvene mreže, Jack Dorsey, Ewan Williams i Biz Stone, radili su u kompaniji koja je željela iskoristiti tada sve popularniji trend *podcastinga* (audio i video emisija na Internetu). Jack Dorsey je osmislio koncept servisa kojim su putem SMS-a ljudi mogli javiti manjim grupama svojih prijatelja ili poznanika čime se bave i što rade u određenom trenutku. Dorsey je svom timu naveo jednostavan primjer: ukoliko je bio u dobrom klubu, putem servisa mogao bi javiti svojim prijateljima gdje se nalazi (Grbavac, 2014). Namijenjen za slanje (i čitanje) kratkih poruka i novosti koje su prema imenu mreže nazvane *tweet*-ovima, ova društvena mreža danas broji preko 335 milijuna aktivnih korisnika te je također, kao i dvije prethodno opisane društvene mreže, besplatna.

## **2.4. Snapchat**

Aplikaciju su 2011. pokrenuli Evan Spiegel, Bobby Murphy i Reggie Brown, tada studenti na Stanfordu. U vrijeme kada se pojavila bila je jedinstvena po tome što su podijeljeni sadržaji nestajali nakon nekoliko sekundi, što joj je jedna od glavnih značajki i danas. Unatoč tome što je Snapchat prvenstveno bio namjenjen za fotografije, videozapisi su postali značajna odlika spomenute društvene mreže s više od desetak milijardi pregledanih objava dnevno. U 2018. godini Snapchat broji 188 milijuna dnevno aktivnih korisnika (Statista, 2018).

## **3. ROMANTIČNI ODNOSI**

Pod romantičnim odnosima obično se podrazumijeva uzajamno prihvaćena te česta i dobrovoljna interakcija, a u usporedbi s drugim interpersonalnim odnosima, romantični obično uključuju jači intenzitet te ih obilježavaju česta iskazivanja ljubavi i trenutna ili očekivana seksualna ponašanja (Furman i Collins, 2007). S dužinom trajanja veze dolazi do porasta u percepciji bliskosti među romantičnim partnerima te međusobnoj podršci. Također, partner sve više postaje izvor pozitivnih emocija kako se vrijeme koje provode zajedno povećava. S dobi i razvojem osobe mijenja se i osjećaj ljubavi. Kako osoba stari tako i izvještava da se prvi put zaljubila u nešto kasnijoj dobi, što upućuje na to da se ljudima definicija ljubavi mijenja usporedno s procesom starenja (Furman i Collins, 2007).

### 3.1. Teorija razvoja romantičnih odnosa

#### 3.1.1. Teorija stilova privrženosti

Teorija stilova privrženosti pretpostavlja da vrste odnosa koje uspostavljamo rano u životu utječu na vrstu odnosa koje uspostavljamo u odrasloj dobi. Bowlby (1969; prema Balent, 2006) definira privrženost kao afektivnu vezu koju karakterizira tendencija traženja i održavanja bliskosti s određenim objektom privrženosti, posebice u stresnim situacijama.

Ainsworth i sur. (1978; prema Aronson, 2005) su, konzistentno s Bowlbyjevom teorijom, identificirali 3 stila koja su blisko povezana s razlikama u toplini i odgovaranju na potrebe djeteta od strane skrbnika. Razlikovali su tri tipa privrženosti: sigurnu privrženost, te izbjegavajuću i anksiozno-ambivalentnu privrženost, koje obje spadaju u nesiguran tip privrženosti. Dojenčad sa sigurnim stilom privrženosti obično ima skrbnike koji im pokazuju pozitivne emocije te spremno reaguju na sve njihove potrebe. Dijete vjeruje svojem odgajatelju, nema strah od napuštanja te sebe smatra prihvaćenim i vrijednim prihvaćanja. S druge strane, dojenčad s izbjegavajućim stilom privrženosti obično ima odgajatelje koji su distancirani i suzdržani te odbijaju pokušaje djeteta da uspostavi intimnost. Dijete tako uči potisnuti svoju potrebu za bliskosti kao da zna da će njegovi pokušaji uspostavljanja intimnih odnosa biti odbijeni. Ljudima s ovim stilom teško je uspostaviti intimne odnose. Dojenčad s trećim stilom, anksiozno-ambivalentnim stilom privrženosti, tipično imaju odgajatelje koji su nepredvidljivi i nedosljedni u svojoj skrbi. Ova djeca su anksiozna jer nikada ne mogu predvidjeti na koji će način odgajatelj reagirati na njihove potrebe. Pretpostavka teorije je da određeni stil koji razvijemo kao dojenčad postaje naša radna *shema* toga kakvi bi odnosi trebali biti. Obično nas ta *shema* prati kroz cijeli život i uopćava se na sve naše odnose s drugim ljudima (Aronson, 2005).

Brojna istraživanja pokazala su kako sigurno privrženi pojedinci imaju najotpornije dugotrajne romantične veze od sva 3 tipa privrženosti. Pokazuju najvišu razinu odanosti vezi, kao i najvišu razinu zadovoljstva vlastitom vezom. Anksiozno/ambivalentni privrženi pojedinci imaju najkraće romantične veze od sva 3 tipa. Oni najbrže stupe u veze, često i prije nego što dobro upoznaju svoga partnera. Također se najviše uzrujavaju i ljute kada im ljubav nije uzvraćena. Naposljetku, za izbjegavajuće je pojedince vjerojatnost stupanja u romantičnu vezu najmanja. Oni u vezi održavaju udaljenost i imaju najnižu razinu odanosti vezi od sva 3 tipa (Feeney i Noller, 1990; Keelan, Dion i Dion, 1994; Morgan i Shaver, 1999; Pistole, Clark i Tubbs, 1995; prema Aronson, 2005, 370.str.).

U kontekstu društvenih mreža, istraživanja su pokazala kako teorija privrženosti daje djelotvornu okosnicu za razumijevanje zašto se pojavljuju određena negativna ponašanja poput nadzora partnerove aktivnosti na društvenim mrežama u romantičnim odnosima. Vjerojatno zbog visokih razina aksioznosti, pojedinci s anksiozno-ambivalentnim stilom privrženosti su izvještavali o najvišim razinama nesigurnosti u odnos s partnerom te su oni ti koji su najčešće bili skloni nadziranju partnerovih aktivnosti na društvenim mrežama (Fox i Warber, 2014). Zabrinuti i uplašeni za uspjeh svoje romantične veze, često su skloni stvaranju problema unutar odnosa s partnerom. Pojava društvenih mreža i time i olakšani pristup mnogobrojnim informacijama o partneru potencijalno može pogoršati anksioznost u romantičnom odnosu. Tako primjerice, osoba s anksioznim stilom privrženosti sklonija je interpretirati nejasnu situaciju na društvenoj mreži poput Facebooka na negativan način što može potom rezultirati konfliktom s partnerom te naposljetku i narušiti kvalitetu veze i dovesti do prekida (Fox i Warber, 2014).

#### **4. NEGATIVNE EMOCIJE I PONAŠANJA U ROMANTIČNIM ODNOSIMA I DRUŠTVENE MREŽE**

Prije nastanka društvenih mreža, geste flerta bile su u potpunosti pod kontrolom pojedinca, a partneri u romantičnim vezama nisu često bili izloženi svakodnevnom ispitivanju o interakcijama s članovima vlastitog socijalnog kruga od strane svoga partnera (Muisse, Christofides i Desmarais, 2009). Razvoj društvenih mreža to je promijenio. Tako primjerice, društvena mreža Facebook omogućava lak pristup informacijama o partneru uključujući pregled njegove liste prijatelja na spomenutoj društvenoj mreži te pruža uvid u aktivnosti poput dodavanja novih kontakata, razmjenu poruka postavljenih na njegov virtualni zid s drugim ljudima, fotografije koje označava sa „sviđa mi se“ te također i popis ljudi koji njegove objave *lajkaju* i slično. Instagram također pruža jednostavan uvid u listu ljudi koje naš partner „prati“ te fotografija koje označava također sa „sviđa mi se“. Svi ovi navedeni neformalni izvori informacija dovode do potencijalno negativnih implikacija za pojedinčeve trenutne romantične i seksualne odnose/veze (Muisse, Christofides i Desmarais, 2009). U sljedećim odlomcima pojasnit će se koje to negativne emocije i ponašanja mogu biti uzrokovane korištenjem društvenih mreža te narušavati kvalitetu odnosa među partnerima.

## 5.1. Ljubomora i kvaliteta veze

Ljubomora je neugodan osjećaj strepnje i srdžbe prouzrokovan sumnjom u postojanje neke treće osobe koja oduzima naklonost voljenoga bića. U kontekstu društvenih mreža, izloženost informacijama o listi *Facebook* prijatelja ili interakcije unutar neke druge društvene mreže koje romantični parter ima može kod njegove partnerice/a potaknuti i pojačati ljubomoru. Sheets i sur. (1997) su u svojem istraživanju identificirali 4 kategorije situacija koje pobuđuju ljubomoru među romantičnim partnerima; situacije kada trenutni partner pokaže zanimanje za drugu osobu te situacije kada druga osoba pokaže interes za našeg trenutnog partnera. Također, pojačan je osjećaj ljubomore i u situacijama kada partner govori o/ je u interakciji sa svojim bivšim partnerom/partnericom te različite neizvjesne situacije koje uključuju vlastitog partnera (Sheets i sur., 1997).

Lakoća povezivanja s drugim ljudima na Facebooku može pojačati vjerojatnost kontakta s prijašnjim romantičnim i seksualnim partnerima što stvara potencijal za ljubomoru unutar trenutne veze. Facebook također pomaže u održavanju kontakata s osobama koji bi inače bili kratkotrajne prirode te može povezati ljude koji inače ne bi ostvarili komunikaciju u životu van društvene mreže (offline) (Muisse, Christofides i Desmarais, 2009). Nadalje, osoba može osjećati ljubomoru ukoliko njen partner dobije veliku količinu pozitivne povratne informacije (u obliku količine komentara i *lajkova*) na svoju objavljenu sliku na Instagramu od strane suprotnog spola (Ridgway i Clayton, 2016).

Društvene mreže su promijenile prirodu javnih i privatnih odnosa pri čemu su pojedincu postale dostupnije informacije o odnosima i interakcijama njegova partnera koje oni imaju na društvenim mrežama ili izvan njih. U istraživanju koje su proveli Muise, Christofides i Desmarais (2009) na uzorku od 308 sudionika u dobi od 17 i 24 godine, 74% sudionika izjavilo je kako na svojoj *Facebook* listi među prijateljima imaju i svoje bivše romantične ili seksualne partnere, dok je 79% sudionika izjavilo kako njihov trenutni partner na svojoj društvenoj mreži ima svoje bivše partnerice/partnere među kontaktima. Prema rezultatima provedenog istraživanja, dvosmislene situacije koje su uključivale pojedinčeva trenutna partnera i njegov potencijalni kontakt s prijašnjim romantičnim ili seksualnim partnerima bile su najčešći okidači (*triggers*) za ljubomoru unutar trenutne romantične veze te da su, prema iskazima sudionika, takve neizvjesne situacije česta pojava na Facebooku. Stvarne ili imaginarne negativne situacije potiču osjećaj ljubomore te su sudionici izvještavali kako su Facebook i druge

društvene mreže stvorili okruženje pogodno za emocije ljubomore i pojačane brige o kvaliteti njihove romantične veze (Muisse, Christofides i Desmarais, 2009).

Nadalje, istraživače je također zanimalo postoji li razlika u količini ljubomore između partnera u romantičnim odnosima s obzirom na različite društvene mreže. Budući da društvena mreža Snapchat smanjuje potrebu za autocenzurom te time predstavlja intimniji oblik dijeljenja informacija, postavlja se pitanje kakav utjecaj takvo ponašanje ostavlja na pojedinačne interpersonalne romantične odnose (Utz, Muscanell i Khalid, 2015). Unatoč njegovoj jedinstvenosti u smislu nestajanja poruke čime se osigurava pošiljatelju veća razina privatnosti, istraživanja su se rijetko bavila tematikom Snapchata i njegovih psiholoških implikacija na pojedinca (Utz, Muscanell i Khalid, 2015). Tako su, u istraživanju Utza, Muscanella i Khalida (2015) ispitanici samoprocijenjivali vjerojatnosti pojave ljubomore na skali Likertova tipa u specifičnim online situacijama na društvenoj mreži Facebook te Snapchat. Upitnik je sadržavao 14 čestica poput "Koliko biste bili ljubomorni kada bi Vaš partner razmjenjivao svoje fotografije s bivšim partnerima?", "Koliko biste bili ljubomorni kada bi Vaš partner dodao na svoju listu kontakata Vama nepoznatu osobu suprotnog spola?", i slično. Paralelne forme su razvijene za obje društvene mreže. Rezultati istraživanja pokazuju kako partnerova ponašanja na društvenoj mreži Snapchat potiču više razine ljubomore kod njegova partnera nego ista takva ponašanja na Facebooku. Čini se kako su ljudi više nepovjerljivi ukoliko njihov partner odabere privatniji način komunikacije s potencijalnom konkurencijom (Utz, Muscanell i Khalid, 2015).

Također, prema istraživanju Ouytsela i sur. (2016), Snapchatova nekadašnja odlika po kojoj su korisnici mogli vidjeti prva 3 "najbolja prijatelja" svih korisnika koje prate, je često izazivala ljubomoru među romantičnim partnerima. Na listu „najbolji prijatelji“ ulaze ljudi koji toj osobi pošalju najviše fotografija. Situacija koja je, prema izjavama sudionika, dovela do pojave ljubomore i potencijalnih konfliktata je ukoliko trenutni romantični partner nije na partnerovoj listi najboljih prijatelja, ali njegov bivši partner je. Također, sudionici su navodili kako su osjećali ljubomoru ukoliko su drugi muškarci/žene komentirali/e objave njihova partnera/partnerice na Snapchatu te kada se njihov partner/partnerica nalazio/la na objavama drugih ljudi odnosno potencijalnih prijatelja njihovoj vezi (Ouytsel i sur., 2016).

## 5.2. Nadzor i kontrola partnerova ponašanja

Svjedočenje prekomjernom provođenju na društvenim mrežama i čestoj interakciji voljene osobe s drugim ljudima može izazvati osjećaj ljubomore i nepovjerenja. Ti osjećaji partnera mogu navesti na nezdrava ponašanja poput špijuniranja i nadziranja aktivnosti vlastitog partnera na društvenim mrežama (Nongpong i Charoensukmongkol, 2016).

Društvene mreže poput Facebooka olakšavaju pristup mnogim informacijama. Uz to također omogućuju ljudima neopaženo nadziranje tuđih aktivnosti, uključujući i nadzor ponašanja vlastitog romantičnog partnera. Takvo ponašanje je toliko često da su stvoreni i popularni nazivi za tu aktivnosti poput *creeping* i *facestalking* (Muisse i Desmarais, 2014). U hrvatskom bi jeziku sinonim za navedene riječi bio virtualno uhođenje.

Istraživanja pokazuju kako intenzivni i česti osjećaji ljubomore dovode do češćeg nadzora partnera. Također, žene su sklonije postupcima poput špijuniranja, nadziranja ili traženja dokaza prevare među partnerovim stvarima (Guerrero i Afifi, 1999). Nakon pojave društvenih mreža, istraživanja su se usmjerila na proučavanje uporabe društvenih platformi u kontroli i nadzoru unutar romantičnih odnosa. U istraživanju Sterna i Willisa (2007) preko 60% studenata preddiplomskih studija izjavilo je kako koriste Facebook za nadzor aktivnosti trenutnog ljubavnog partnera. Također, u provedenoj drugoj studiji isti autori dobili su da je više od polovica sudionika reklo kako koristi društvene mreže kako bi provjerio ponašanja i aktivnosti svojih bivših romantičnih partnera (Stern i Willis, 2007). Nadalje, u istraživanju provedenom početkom 2017. godine na zagrebačkim studentima, više od 40% ispitanika izjavilo je kako često posjećuje partnerov profil. Njih 35% potvrđuje da su, iako to rade, svjesni da je nadgledanje loše, a 38% ispitanika prati čak i aktivnost kada je njihov partner *online* (Družeta i Rotar, 2017).

Kako bi provjerili razlikuju li se muškarci i žene u količini nadziranja partnera na društvenim mrežama Muise i Desmarais (2014) proveli su istraživanje gdje su, u prvoj eksperimentalnoj situaciji, simulirali neizvjesnu *Facebook* situaciju u kojoj su sudioniku pokazali sliku na kojoj se nalazio njegov partner/ica s drugom osobom. Zavisne varijable su bile osjećaj ljubomore koji se pojavio kod sudionika te vrijeme (mjereno u sekundama) potrebno da sudionik počne pretraživati profil svoga partnera nakon što im je prikazana slika njihova partnera s nekom drugom, nepoznatom osobom suprotnog spola. Isti autori su potom provjeravali i povezanost između sudionikovih osjećaja ljubomore i vremena provedenog na Facebook stranici njihova partnera. Kroz obje studije podaci ukazuju da se žene, kada osjete ljubomoru, upuste značajno

više nego muškarci u nadzor partnerova ponašanja na društvenim mrežama. Nalazi ovog istraživanja o povezanosti ljubomore uzrokovane ponašanjem na društvenim mrežama i upuštanja u nadziranje partnerova ponašanja su konzistentni s prijašnjima (Muisse i sur., 2009; Marshall i sur., 2012), kao i podaci kako su žene sklonije djelovati ukoliko osjete ljubomoru (nadzorom ili provjeravanjem partnerovog virtualnog zida) u odnosu na muškarce (Guerrero i sur., 1993; prema Muise i Desmarais, 2014). Veća motivacija za traganjem za prijetećim informacijama može biti štetna za romantični odnos te je povezana s nižim razinama povjerenja unutar odnosa, češćim istraživačkim ponašanjima te većim izgledima za prekid romantične veze (Muisse i Desmarais, 2014). Čini se kako kontrola partnerova ponašanja na društvenim mrežama osporava uobičajene norme ponašanja unutar romantičnih odnosa. Na prekomjerno istraživanje partnerova ponašanja se, tradicionalno, gleda kao na kršenje privatnosti druge osobe. Međutim, na društvenim mrežama poput Facebooka, sve informacije koje osoba postavi ili ponašanja koja učini („*lajkanje*“ i komentiranje objava i sl.) su javno dostupne i dijeljene sa širokom grupom ljudi. Unatoč tome, traženje informacija vezanih za partnerovo ponašanje od strane njegove partnerice/partnera i dalje se smatra negativnim što je vidljivo i iz izraza s negativnom konotacijom poput *creeping*-a i *stalking*-a odnosno virtualnog uhođenja koji su dani takvom ponašanju. Iako ti izrazi impliciraju kako je navedeno ponašanje neprihvatljivo, sadržaj je i dalje javno dostupan svima. Kao rezultat toga, pojedinac može biti zbunjen kako interpretirati informaciju na koju naiđe *online*, pogotovo ako je informacija percipirana kao prijeteća romantičnom odnosu (Muisse i Desmarais, 2014). U istraživanju provedenom 2015. godine, Utz, Muscanell i Khalid nisu pronašli značajnu razliku između Facebooka i Snapchata u ponašanjima nadziranja partnerova ponašanja. Ispitanici su podjednako pribjegavali ponašanjima provjere partnerovih aktivnosti na obje društvene mreže (Utz, Muscanell i Khalid, 2015).

Istraživanja koja se bave utjecajem društvenih mreža na romantične veze ističu nadziranje partnera kao jedan od glavnih problema koji proizlazi iz suvremenog načina korištenja tehnologije i društvenih mreža (Tokunaga, 2011; Elphinston i Noller, 2011; prema Družeta i Rotar, 2017).



### 5.3. Nevjera i društvene mreže

Prema rezultatima provedenog istraživanja, PRNewswire portal prenosi kako 80% najprestižnijih odvjetnika u Sjedinjenim Američkim Državama smatra da su društvene mreže poput Facebooka i Instagrama imale utjecaja u romantičnim odnosima koji su došli do razvoda (prema Clayton, Nagurney i Smith, 2013).

Prijašnja istraživanja prikazala su društvene mreže kao potencijalne prijetnje postojećem romantičnom odnosu budući da omogućuju sredstvo komunikacije s potencijalnim novim partnerima kroz komentiranje njihovih slika i objava, tajnu komunikaciju ili čak prakticiranje kompjuterskog seksa (eng. *cybersex*) (Cravens i Whiting, 2014; Dibble i Drouin, 2014; Dibble i sur. 2015; Drouin, Miller i Dibble, 2014; Drouin, Miller, i Dibble, 2015; prema McDaniel, Drouin i Cravens, 2017). Nadalje, Clayton i sur. (2013) pronašli su kako su konflikti oko Facebooka, Twittera te Instagrama između romantičnih partnera u pozitivnoj korelaciji s negativnim ishodima poput preljuba ili prekida .

U istraživanju Venezuele i sur. (2014) povećana uporaba i vrijeme provedeno na Facebooku rezultiralo je sniženom razinom zadovoljstva partnera u romantičnom odnosu te većom stopom raskida. Pokazalo se da društvene mreže mogu pružiti socijalnu potporu onima koji su u nezadovoljavajućim romantičnim vezama ili brakovima nudeći im razne mogućnosti za ponašanja koja uključuju nevjeru što može izazvati konflikt ili narušiti kvalitetu odnosa s trenutnim partnerom. Potencijalna opasnost nalazi se i u tome što objavama na društvenim mrežama (poput slika na Instagramu), pojedinac na sebe privlači pažnju drugih što može rezultirati i stvaranjem novih poznanstava s drugim korisnicima. Nije iznenađujuće što, ukoliko partner osjeća ljubomoru, nadzire ponašanja drugog partnera, ulazi u verbalne svađe oko sadržaja koje taj drugi partner objavljuje ili poznanstava koje sklapa, dolazi do povećanja vjerojatnosti da će njegov partner počinuti preljub ili prekinuti postojeći odnos (Ridgway i Clayton, 2016).

## 5. ROMANTIČNE VEZE NA DALJINU I UPORABA DRUŠTVENIH MREŽA

Romantične veze na daljinu definirane su kao odnosi u kojima geografska udaljenost onemogućava partnerima sudjelovanje u zajedničkim aktivnostima te im ograničava provođenje zajedničkog vremena u onoj količini koju bi oni željeli (Pistole i Roberts, 2011). Geografska udaljenost predstavlja izazov održavanju kvalitete romantičnog odnosa. Istraživanja pokazuju kako takve veze zahtijevaju više truda za održavanje nego veze u kojima su partneri geografski blizu jedno drugome. Geografska udaljenost zahtjeva od partnera korištenje različitih tehničkih medija za komunikaciju i održavanje kvalitete intimnog odnosa (Aylor, 2003; prema Billardo, Kerkhof i Finkenauer, 2015) među kojima društvene mreže imaju značajnu ulogu.

Mogućnost cjelodnevnog razgovora o svakodnevnim životnim događajima koji se odvijaju tijekom dana čini društvene mreže osobito važnima za održavanje romantičnog odnosa. Također, mogućnost objave sadržaja na svojim platformama omogućava korisnicima javna iskazivanja ljubavi partneru i osjećaj međusobnog pripadanja (Billedo, Kerkhof i Finkenauer, 2015).

Kako bi provjerili razlikuju li se parovi u vezama na daljinu od parova koji su geografski blizu u količini vremena provedenog na društvenim mrežama, Billedo, Kerkhof i Finkenauer (2015) proveli su istraživanje na uzorku od 272 sudionika od kojih je 162 u romantičnoj vezi na daljinu, a ostali u vezama u kojima su partneri geografski blizu. Sudionici koji su u vezama na daljinu pronađeni su putem *Facebook* oglasa u različitim grupama koje su ukazivale na relativno veliku udaljenost od romantičnog partnera (grupe studenata s razmjene te grupe radnika iz inozemstva). Preduvjet sudjelovanja u istraživanju bio je korištenje društvene mreže *Facebook* u svakodnevnoj komunikaciji s romantičnim partnerom budući da je navedena društvena mreža u trenutku provođenja istraživanja bila najpopularnija te je bila najveća vjerojatnost da će potencijalni sudionici imati aktivan račun upravo na toj platformi. Rezultati su pokazali kako su parovi u vezama na daljinu izvještavali o većoj količini vremena provedenog na društvenim mrežama tijekom dana od parova koji nisu geografski udaljeni.

Osim razlike u količini *online* interakcija s partnerom, istraživači su također pretpostavili kako će partneri u vezama na daljinu češće nadzirati partnerove aktivnosti na *Facebooku* nego pojedinci koji nisu u vezi na daljinu. Rezultati istraživanja potvrdili su i drugu postavljenu

hipotezu. Sudionici u romantičnim vezama na daljinu izvijestili su o značajno većem nadziranju i provjeravanju partnerova profila i aktivnosti na Facebooku. Potencijalno objašnjenje tih rezultata je u tome što društvene mreže parovima koji su u vezama na daljinu pružaju prilike za proživljavanje procesa koji bi inače bili ograničeni. Ti procesi, iako većinom povezani s negativnim emocijama i mislima, imaju potencijalno održavajuću funkciju ovisno o motivaciji i povratnim informacijama oba partnera. Primjerice, praćenje partnerove aktivnosti i njegova ponašanja na društvenoj mreži je možda jedini način pristupa informacijama o vlastitom partneru i njegovim socijalnim kontaktima i interakcijama koje inače osoba ne bi uspjela saznati. Rezultati provedena istraživanja upućuju na to kako su društvene mreže sredstvo održavanja romantičnih odnosa. Osim redovite komunikacije između partnera, osigurava i socijalne i javne kontekste za odvijanje procesa koji su inače ograničeni u vezama na daljinu (Billedo, Kerkhof i Finkenauer, 2015).

## **6. ROMANTIČNI ODNOSI ADOLESCENTA POD UTJECAJEM INTERNETA**

Adolescencija je vrijeme značajnog fizičkog, socijalnog i emocionalnog rasta, a odnosi s vršnjacima – pogotovo romantičnim partnerima – su od velike važnosti većini mladih (Lenhart, Smith i Anderson, 2015). Uspostavljanje romantičnih odnosa postaje iznimno važno kako tinejdžeri emocionalno i fizički sazrijevaju te istražuju kako uklopiti novonastalu romansu u svoj identitet u razvoju. Dosadašnja istraživanja upućuju na to kako većina adolescenata počinje inicirati romantične veze već početkom adolescencije koje postepeno napreduju od kratkotrajnih i neobaveznih do stabilnijih i dugotrajnijih. Također, kako adolescenti odrastaju tako postaju skloniji stabilnijoj vezi s jednim partnerom u kojoj oba partnera postaju više emocionalno i seksualno angažirani (Stonard i sur., 2015).

### **6.1. Upoznavanje putem društvenih mreža**

Budući da je razvoj tehnologije sve više isprepleten sa stvarnim životom, društvene mreže igraju veliku ulogu pri formiranju svih vrsta vršnjačkih odnosa, uključujući i one romantične. S obzirom da su današnji tinejdžeri većim dijelom svoga života aktivni na društvenim

platformama te je opseg objavljenog sadržaja na njihovim profilima širok, potencijalni udvarači imaju omogućen lagan pristup velikoj količini informacija o svojoj simpatiji. Adolescenti razvijaju svoje društvene platforme i mrežu kontakata koju su stvorili kako bi se što bolje povezali i naučili više o svojim potencijalnim romantičnim partnerima. Istraživanja pokazuju da u prosjeku svaki peti tinejdžer, kako bi pronašao potencijalnog partnera, na društvenim mrežama prati (*Instagram*) ili dodaje u prijatelje (*Facebook*) osobu koja je prijatelj od zajedničkog prijatelja. Tome su skloniji stariji tinejdžeri (15-17 godina) nego mlađi (13-15 godina) (Lenhart, Smith i Anderson, 2015).

## **6.2. Ponašanje na društvenim mrežama u romantičnim odnosima**

Stariji adolescenti su, također, skloniji tražiti osobne informacije o trenutnom ili potencijalnom romantičnom partneru *online*. Tako je, u istraživanju provedenom na američkim adolescentima o njihovim romantičnim vezama i utjecaju tehnologije na iste, jedna srednjoškolka slikovito opisala pretraživanje profila svoje simpatije kao upadanje u zečju rupu te da odlaskom na njegov profil i pregledavanjem objava vrlo brzo se mogu saznati „ne samo informacije o njemu već i o tome kakva mu je majka“ (Lenhart, Smith i Anderson, 2015).

Iako stariji tinejdžeri provode više vremena sa svojim partnerom osobno nego što su provodili dok su bili mlađi, društvene mreže i dalje igraju veliku ulogu u romantičnom odnosu. Prvenstveno predstavljaju lakši način komuniciranja kada partneri nisu zajedno. Postavljanje zajedničkih fotografija i sličnih sadržaja na društvene mreže također opada s dobi adolescenta, no ono i dalje postoji. Većina adolescenata koji su u romantičnim vezama su identificirali kako društvene mreže imaju pozitivan utjecaj na razvoj i održavanje romantične veze. Smatraju društvene mreže mjestom na kojem se osjećaju bliže partneru i informiranije o njegovim svakodnevnim aktivnostima. Također dijele i emocionalnu povezanost te pružaju partneru osjećaj da im je stalo do njega češće nego što bi to mogli da nemaju mogućnost cjelodnevnog komuniciranja putem društvenih mreža (Lenhart, Smith i Anderson, 2015).

## **6.3. Negativne emocije povezane s uporabom društvenih mreža**

S druge strane izloženost tolikom broju informacija ponekad dovodi i do negativnih emocija poput ljubomore i nesigurnosti u stabilnost veze. Adolescenti su svjesni kako im društvene

mreže pružaju novi put za nezdrava, kontrolirajuća i uznemirujuća ponašanja. Iako su bili nedosljedni u određivanju zdrave količine komunikacije između partnera putem društvenih platforma, adolescenti generalno smatraju kako je svakodnevni kontakt ili kontakt svakog drugog dana poželjan za uspješno održavanje kvalitete veze dokle god to ne prelazi u opsesiju partnerom (Stonard i sur., 2015). Nekoliko načina takvog kontrolirajućeg ponašanja adolescenti su naveli u istraživanju provedenom krajem 2015. godine. U takva ponašanja spadaju: provjere partnerovih poruka, zahtijevanje lozinki njegova mobitela ili društvenih računa, uklanjanje prijatelja ili bivših romantičnih partnera iz njegove liste kontakata, opsesivno provjeravanje partnera putem čestog slanja poruka i sl. koja su obično povezana s dojmom nepovjerenja ili brige i sumnje kako će partner počinuti prevaru s nekom drugom osobom. Istraživanje je također pokazalo kako su djevojke sklonije takvim ponašanjima nadziranja i kontroliranja partnerovih aktivnosti na društvenim mrežama. Taj nalaz je vidljiv u iskazima muških sudionika u kojima su oni češće navodili nego djevojke kako su njihove partnerice željele imati uvid u njihova kretanja, provjeravale poruke te zahtijevale uklanjanje prijateljica s njihovih društvenih profila (Stonard i sur., 2015). Potencijalno objašnjenje takvog obrasca nesigurnog ponašanja adolescentica u romantičnim vezama je da je to rezultat njihove nedovoljne zrelosti i manjka iskustva jer su mlade te je moguće kako će se, sazrijevanjem i stjecanjem više iskustva kroz romantične odnose, nadziranje i potreba za kontrolom smanjiti.

## **7. ZAKLJUČAK**

Razvojem, širenjem i nastankom novih tehnologija došlo je do promjena u načinu komunikacije među ljudima. Različita sredstva prijenosa informacija omogućavaju nam prisutnost u svakom trenutku, pri čemu Internet i društvene mreže danas predstavljaju nezaobilazan komunikacijski kanal. Društvene mreže su najjednostavniji i najpristupačniji način za međusobnu interakciju i upravo ih ta jednostavnost i dostupnost čine toliko privlačnima. U ovom radu proučen je utjecaj korištenja društvenih mreža te kako se to korištenje odrazilo na kvalitetu romantičnih odnosa koje pojedinac ima. Romantičan odnos zahtjeva predanost, čestu komunikaciju partnera te provođenje kvalitetnog vremena zajedno što nije uvijek bio lagan zadatak. Pojavom društvenih mreža osobe mogu biti u cjelodnevnoj interakciji i time čak i pojačati osjećaj bliskosti i međusobne povezanosti. Nemogućnost kontakta se znatno smanjila omogućujući time osjećaj prisnosti partnerima koji su geografski

jako udaljeni jedno od drugoga. Međutim, pažnju treba usmjeriti i na negativne posljedice koje sa sobom nose društvene mreže kada je u pitanju kvaliteta romantične veze. Istraživanja su pokazala kako se, budući da su pojedincu postale dostupnije informacije o odnosima i interakcijama njegova partnera na društvenim mrežama, pojačava mogućnost pojave osjećaja poput nepovjerenja i ljubomore. Te emocije partnera mogu potom navesti na niz nezdravih ponašanja poput špijuniranja i nadziranja aktivnosti i interakcija vlastitog partnera na društvenim mrežama. Nadalje, olakšana mogućnost stvaranja veće mreže poznanstva ili lakše stupanje u kontakt s prijašnjim romantičnim partnerima ljudima na neki način olakšava pronalazak novih potencijalnih partnera što može u konačnici rezultirati i nevjerom.

Današnji adolescenti su dobna skupina koja je najviše zahvaćena napretkom tehnologije te su društvene mreže integrirane većinom u svaku njihovu romantičnu vezu. Nezdrava ponašanja koja su prisutna kod odraslih, pokazala su se prisutnima i u romantičnim vezama tinejdžera.

Zaključno, sa svim dosadašnjim spoznajama u svojem bi radu s ljudima psiholozi trebali uzeti u obzir ogroman utjecaj (pogotovo onaj negativan) kojeg danas društvene mreže imaju na kvalitetu romantičnog odnosa i zadovoljstvo oba partnera unutar istog.

## 8. LITERATURA

Aronson, E., Wilson, T. D. i Akert, R. M. (2005). *Socijalna psihologija*. Mate.

Balent, B. (2006). *Povezanost dimenzija privrženosti u odrasloj dobi, emocionalne empatije i povrijeđenosti u djetinjstvu*. Diplomski rad. Zagreb: Filozofski fakultet.

Billedo, C. J., Kerkhof, P. i Finkenauer, C. (2015). The use of social networking sites for relationship maintenance in long-distance and geographically close romantic relationships. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(3), 152-157.

Clayton, R. B., Nagurney, A. i Smith, J. R. (2013). Cheating, breakup, and divorce: Is Facebook use to blame?. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(10), 717-720.

Družeta, E. i Rotar, N. Z. (2018). Uloga Facebooka u sentimentalnim odnosima mladih. *Media Studies*, 8(16).

- Fox, J. i Warber, K. M. (2014). Social networking sites in romantic relationships: Attachment, uncertainty, and partner surveillance on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17(1), 3-7.
- Furman, W. i Collins, W.A. (2007). Adolescent Romantic Relationships and Experiences. U K. H. Rubin, W. Bukowski, & B. Laursen (Ur.). Peer interactions, relationships, and groups. New York: Guilford Press.
- Galina, A. (2017). *Upotreba društvenih mreža i razina samopoštovanja adolescenata*. Diplomski rad. Rijeka: Fakultet društvenih i humanističkih znanosti.
- Grbavac, J., & Grbavac, V. (2014). Pojava društvenih mreža kao globalnog komunikacijskog fenomena. *Media, culture and public relations*, 5(2), 206-219.
- Guerrero, L. K., i Afifi, W. A. (1999). Toward a goal-oriented approach for understanding communicative responses to jealousy. *Western Journal of Communication*, 63 , 216–248.
- Instagram 2018. Instagram statistics, <http://instagram.com/press>. Pristupljeno 18. lipnja 2018.
- Kapidzic, S. i Herring, S. C. (2015). Race, gender, and self-presentation in teen profile photographs. *New Media & Society*, 17(6), 958-976.
- 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 i obrazovanja*, 56(24), 103-125.
- Lenhart, A., Smith, A., i Anderson, M. (2015). *Teens, technology and romantic relationships*.
- McDaniel, B. T., Drouin, M. i Cravens, J. D. (2017). Do you have anything to hide? Infidelity-related behaviors on social media sites and marital satisfaction. *Computers in human behavior*, 66, 88-95.
- Mandarić, V. (2012). Novi mediji i rizično ponašanje djece i mladih. *Bogoslovka smotra*, 1 (82), 131 – 149.
- Muise, A., Christofides, E. i Desmarais, S. (2009). More information than you ever wanted: Does Facebook bring out the green-eyed monster of jealousy?. *CyberPsychology and behavior*, 12(4), 441-444.
- Muise, A., Christofides, E., & Desmarais, S. (2014). “Creeping” or just information seeking? Gender differences in partner monitoring in response to jealousy on Facebook. *Personal Relationships*, 21(1), 35-50.
- Nongpong, S. i Charoensukmongkol, P. (2016). I don't care much as long as i am also on facebook: Impacts of social media use of both partners on romantic relationship problems. *The Family Journal*, 24(4), 351-358.
- Pistole M.C. i Roberts A. (2011). Measuring long-distance romantic relationships: a validity study. *Measurement and Evaluation in Counseling and Development*, 44, 63–76.

Ridgway, J. L. i Clayton, R. B. (2016). Instagram unfiltered: Exploring associations of body image satisfaction, Instagram# selfie posting, and negative romantic relationship outcomes. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(1), 2-7

Sheets V.L., Fredendall L.L. i Claypool H.M. (1997). Jealousy evocation, partner reassurance, and relationship stability: an exploration of the potential benefits of jealousy. *Evolution and Human Behavior*, 18, 387–402.

Statista (2018). The Statistics Portal. Number of daily active Snapchat users from 1st quarter 2014 to 2nd quarter 2018 (in millions), <https://www.statista.com/statistics/545967/snapchat-app-dau/>. Pristupljeno 3. kolovoza 2018.

Stern, S.R., i Willis, T.J. (2007). What are teenagers up to online? *20 questions about youth and the media* (pp. 211–224). New York, NY: Peter Lang.

Stonard, K. E., Bowen, E., Walker, K., i Price, S. A. (2015). “They’ll always find a way to get to you”: Technology use in adolescent romantic relationships and its role in dating violence and abuse. *Journal of interpersonal violence*, 32(14), 2083-2117.

Tomšić, D. (2011). *Što je Internet?*, <http://www.oblakznanja.com/2011/07/sto-je-internet/>. Pristupljeno 27. lipnja 2018.

Utz, S., Muscanell, N. i Khalid, C. (2015). Snapchat elicits more jealousy than Facebook: A comparison of Snapchat and Facebook use. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(3), 141-146.

Valenzuela S., Halpern, D. i Katz, J.E. (2014). Social network sites, marriage well-being and divorce: Survey and state-level evidence from the United States. *Computers in Human Behavior*, 36, 94–101.

Van Ouytsel, J., Van Gool, E., Walrave, M., Ponnet, K. i Peeters, E. (2016). Exploring the role of social networking sites within adolescent romantic relationships and dating experiences. *Computers in Human Behavior*, 55, 76-86.

Warner, K., S. i Willis, S., L. (2001). *Psihologija odrasle dobi i starenja*. Jastrebarsko: Naklada Slap.

Zephoria (2018). Zephoria Digital Marketing. The Top 20 Valuable Facebook Statistics – Updated July 2018, <https://zephoria.com/top-15-valuable-facebook-statistics/>. Pristupljeno 1. kolovoza 2018.