

# Uloga društvenih mreža u percepciji partnerskih odnosa

---

Kučinić, Luka

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Law / Sveučilište u Zagrebu, Pravni fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:199:326659>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-25**



Repository / Repozitorij:

[Repository Faculty of Law University of Zagreb](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
PRAVNI FAKULTET  
STUDIJSKI CENTAR SOCIJALNOG RADA

Luka Kučinić

ULOGA DRUŠTVENIH MREŽA U PERCEPCIJI  
PARTNERSKIH ODNOSA

ZAVRŠNI RAD

Zagreb, 2024.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

**PRAVNI FAKULTET  
STUDIJSKI CENTAR SOCIJALNOG RADA**

**Luka Kučinić**

**ULOGA DRUŠTVENIH MREŽA U PERCEPCIJI  
PARTNERSKIH ODNOSA**

**ZAVRŠNI RAD**

**Mentorica: Prof.dr.sc. Jelena Ogresta**

**Zagreb, 2024.**

## **Sadržaj**

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. Uvod .....</b>  | <b>1</b>  |
| <b>2. Definiranje pojma društvena mreža .....</b>   | <b>3</b>  |
| 2.1 Prednosti i nedostaci korištenja društvenih mreža.....  | 4         |
| <b>3. Raširenost korištenja društvenih mreža.....</b>   | <b>5</b>  |
| 3.1. Statistički pokazatelji o rasprostranjenosti korištenja društvenih mreža na globalnoj razini ..... | 6         |
| 3.2. Rasprostranjenost korištenja društvenih mreža u Republici Hrvatskoj .....                          | 9         |
| <b>4. Uloge društvenih mreža u percepciji partnerskih odnosa .....</b>                                  | <b>11</b> |
| 4.1. Pozitivni aspekti korištenja društvenih mreža u partnerskim odnosima.....                          | 12        |
| 4.2. Negativni aspekti korištenja društvenih mreža u partnerskim odnosima .....                         | 16        |
| 4.3. Teorija socijalne usporedbe u okviru partnerskih odnosa .....                                      | 20        |
| <b>5. Zaključak.....</b>  | <b>23</b> |

|                     |    |
|---------------------|----|
| 6. Literatura ..... | 24 |
|---------------------|----|

|              |    |
|--------------|----|
| Prilog ..... | 31 |
|--------------|----|

## Uloga društvenih mreža u percepciji partnerskih odnosa

### Sažetak:

*Društvena mreža predstavlja uslugu temeljenu na webu koja omogućuje pojedincima da izgrade javni ili polu-javni profil unutar omeđenog sustava. U posljednje vrijeme, sve širi utjecaj društvenih mreža na moderno društvo je iznjedrio intenzivne rasprave o pozitivnim i negativnim aspektima korištenja društvenih mreža. Cilj rada je prikazati pozitivne i negativne aspekte korištenja društvenih mreža u partnerskim odnosima. Dok kritike učestalo naglašavaju negativne učinke društvenih mreža na mentalno zdravlje, privatnost i partnerske odnose, prepoznati su i pozitivni učinci društvenih mreža na živote pojedinaca. Implementiranjem teorije društvene razmjene u kontekst korištenja društvenih mreža u partnerskim odnosima, jedan ili oba partnera mogu međusobnu interakciju putem društvene mreže percipirati kao nagradu temeljenu na emocionalnoj potpori, prihvaćanju i povezanosti koju međusobno pružaju tim komunikacijskim kanalom. Od vodećeg problema interneta, tako još pojačanog društvenim mrežama, predstavlja privatnost, problem predstavljaju i široke mogućnosti društvenih mreža, koje za neke osobe mogu biti okidač ljubomore, zatim problematika digitalnih granica i pretjeranog korištenja platformi.*

Ključne riječi: društvene mreže, partnerski odnos, teorija socijalne usporedbe

## The role of social networks in the perception of partner relations

### Abstract:

*A social network represents a web-based service allowing individuals to build a public or semi-public profile within a bounded system. Recently, the ever-expanding influence of social networks on modern society has sparked intense debates about the positive and negative effects of using social networks. The aim of this paper is to present the positive and negative aspects of social network usage in romantic relationships. While criticisms frequently emphasize the negative effects of social networks on mental health, privacy, and relationships, positive effects of social networks on individuals' lives are also observed. By applying social exchange theory to the context of social network use in romantic relationships, one or both partners may perceive interaction through social networks as a reward based on emotional support, acceptance, and connection that they provide to each other through this communication channel. One of the main issues of the internet, further exacerbated by social networks, is privacy. Additionally, the wide possibilities offered by social networks can trigger jealousy for some individuals, while other concerns include digital boundaries and excessive use of these platforms*

Keywords: social networks, partner relationship, social comparison theory

### **Izjava o autorstvu rada**

*Ja, Luka Kučinić pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor završnog rada te da u radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova te da se prilikom izrade rada nisam koristio/-la drugim izvorima do onih navedenih u radu.*

*Ime i prezime: Luka Kučinić*

Datum: 27.08.2024.

## 1. Uvod

Da bi uspostavili ljudski odnos odnosno socijalizaciju potrebna je komunikacija u nekom obliku i formi. Komunikacija je iznimno važna i u partnerskim odnosima (Miller, 2016). Prema Marshall (2011) postoji nekoliko era razvoja medija kojim ljudi komuniciraju. Prva od njih je era govora, zatim era pisanja, era printa, era audiovizualnog zapisa te era u kojoj se trenutno nalazimo, era internet komunikacije. U eri internet komunikacije s obzirom na aplikacije koje se trenutačno najviše koriste na internetu, komunikaciju putem društvenih mreža provodi 83% sudionika istraživanja provedenom u SAD-u (Statista, 2022). Društvene mreže se danas integriraju u ljudske živote vrlo rano. Primjerice rezultati istraživanja Buljan Flander i suradnika (2020) provedenom u 24 srednje škole u Hrvatskoj su pokazali kako je većina djece svoj prvi korisnički profil na društvenim mrežama otvorila s 12 godina. Prema podacima mrežne stranice Statista (2024) u ovoj godini najučestalije skinute mobilne aplikacije su upravo društvene mreže: Facebook, Instagram, TikTok i WhatsApp. Prosječno vrijeme provedeno na društvenim mrežama kod osoba između 16 i 64 godine za 2023. godinu iznosi 2 sata i 31 minuta. Nadalje, prema podacima Statiste (2024) globalna razina korištenja društvenih mreža je 62,3% dok je za regiju sjeverne Europe zabilježen najviši postotak korisnika (81,7%). Sam naziv društvene mreže govori nam da takva platforma uz komunikacijsku funkciju sadrži i funkciju sekundarne neformalne socijalizacije. Putem komunikacije stvaramo različite odnose, uključujući i partnerske. Partnerski odnos je jedan od značajnijih područja u životu pojedinca. U suvremenom vremenu partnerski odnos je podložan promjenama koje uvelike prate kulturološke promjene i način života ljudi. Tako primjerice i prema podacima Državnog zavoda za statistiku (2020) može se uočiti kako je u Hrvatskoj prisutan trend sklapanja braka u kasnijim životnim godinama. U 1960. godini prosječna dob žene pri sklapanju braka iznosila je 22,6, a muškarca 25,8 godina. Za 50 godina dob je porasla za otprilike 5 godina. U 2010. godini prosječna dob žene pri sklapanju braka iznosila je 27,3 godine i 30,1 godinu za muškarca. Trend se nastavio i u 2018. godini kada su žene u prosjeku imale 28,7 godina, a muškarci 31,3 godine. Uz urbanizaciju, globalizaciju, način života i kulturološki odmak, promjenu u komunikaciji i novom načinu sklapanja i održavanja partnerskog odnosa donijeli su i elektronički mediji i društvene mreže. Elektronički mediji su omogućili brže i

jednostavnije komuniciranje među ljudima, ali su istovremeno doveli do značajnih promjena u ponašanju i međuljudskim odnosima te načinu na koji ljudi međusobno komuniciraju (Mandarić, 2012). Način na koji se promatraju društvene mreže, ne sagledavaju ih kao modele platformi na kojima se obavlja sadržaj, već fokus stavljaju na sam sadržaj koji platformu sačinjava te ih tako i klasificiraju. S obzirom na to, postoje platforme za privatnu konverzaciju kao što su npr. WhatsApp i Viber te javnu konverzaciju kao što su npr. Facebook i Instagram (Miller i sur., 2016). Nove metode socijalizacije, proizašle iz društvenih mreža, omogućuju novi način pronalaska partnera, nove oblike komunikacije među partnerima te mogućnost odabira partnera kojeg inače možda ne bi susreli u uvjetima kakve je svakodnevica pružala prije. Danas postoji mogućnost biti u kontaktu „licem u lice“ i vidjeti što se događa u životima drugih ljudi bez obzira na geografsku udaljenost. Isto tako postoji pristup velikom broju profila ljudi pa tako i mogućnost stupanja u kontakt s njima. Ne treba zanemariti i neke negativne strane takve socijalizacije, a to je da nema garancije da su informacije uvijek istinite pa tako i da društvene mreže omogućuju je da se osoba predstavi onako kako bi bilo društveno poželjnije odnosno da prikazuje samo poželjne i sretne trenutke iz svog života, a negativne izostavi (Deh i Glodjovic, 2018).

U kontekstu navedenog, ovaj rad se bavi pitanjem, jesu li i koliko društvene mreže i njihov sadržaj (koji ne mora biti stvaran) postavile drukčije standarde ljudima, posebno u partnerskim odnosima. Skreće se pozornost i na način na koji se u korištenju društvenih mreža primjenjuje teorija socijalne usporedbe te kako društvene mreže mogu postati i predmet iskrivljene socijalne usporedbe i u području partnerskih odnosa.

Kroz rad je po cjelinama pobliže objašnjen pojam društvenih mreža, rasprostranjenost njihova korištenja te njihove prednosti i nedostaci. Središnji dio rada je posvećen pojašnjenju uloge društvenih mreža u partnerskim odnosima s osvrtom kako na pozitivne tako i na negativne aspekte.

## **2. Definiranje pojma društvena mreža**

Društvene mreže predstavljaju najpopularniji globalni komunikacijski fenomen posebice zato što je čovjek po svojoj prirodi društveno biće i komunikacija ga kao takva privlači. Društvena mreža predstavlja uslugu temeljenu na webu koja omogućuje pojedincima da izgrade javni ili polu-javni profil unutar omeđenog sustava,



artikuliraju listu drugih korisnika s kojima dijele vezu i gledaju i koriste vlastiti popis veza i popise veza drugih unutar sustava (Boyd i sur., 2008, prema Kunić i sur., 2016).

Društvene mreže su nove tehnologije računala koje omogućuju dijeljenje misli i informacija s ciljem gradnje virtualnih mreža i komunikacija. Društveni medij temelji se na internetu i omogućuje lakše elektroničko komuniciranje o osobnim stvarima i sadržajima kao što su fotografije i videozapisi. Korisnici se mogu uključiti u društvene mreže preko računala, pametnih telefona ili tableta preko Interneta ili web aplikacije. Društvene mreže se inicijalno koriste za interakciju među članovima obitelji ili prijateljima, a u posljednje vrijeme sve više se koriste i za poslovanje. Jedna od snaga društvenih mreža je u tome da dijele i povezuju informacije sa svima u svijetu koji koriste društvene mreže (Alobaidi, 2021). Postoje različite vrste društvenih mreža kao što su primjerice Facebook, TikTok, Twitter, LinkedIn, WhatsApp, Quora i Descarger (Johann, 2022).

Socijalna uloga društvenih mreža vezana je prije svega uz jednostavan postupak održavanja kontakata sa postojećim poznanicima i prijateljima, a na taj način se ujedno otvara velika vjerojatnost sklapanja i novih poznanstava (Vidak, 2014, prema Kunić i sur., 2016).

Razlozi korištenja društvenih mreža su brojni i višestruki. Između ostalog, jedan od ključnih razloga je povezivanje s obitelji i prijateljima, dijeljenje informacija i ideja, praćenje aktualnih trendova ili predstavljanje jednog od oblika zabave (Johann, 2022).

Novija istraživanja ukazuju i na sve učestalije problematično korištenje društvenih medija koje ima brojne negativne učinke na ponašanje korisnika društvenih mreža i pojavu psiholoških problema. U tom su kontekstu autori Chuang i sur. (2015) nastojali razjasniti razvoj psihološke ovisnosti o društvenim mrežama. Nadovezujući se na teoriju racionalne ovisnosti, njihovo istraživanje pretpostavlja da se ovisnost u početku razvija iz navike. Naslanjajući se na paradigmu kognitivno-afektivnog-bihevioralnog modeliranja isti autori navode da maladaptivna kognicija i afekt imaju tendenciju pretvoriti naviku u psihološku ovisnost.

Svakako društvene mreže nisu prvi primjer promjene koje se društvo „bojalo“ kao mogući razlog gubitka nekih drugih vrijednosti kao što su poštovanje, uvažavanje, vjernost, a nastale kao rezultat prilagodbe na nove tehnologije. Takvi primjeri straha i tjeskobe pojavili su se još u doba kada su antički Grci prihvatili pismo. Sokrat je tada upozorio ljude da je ta tada nova tehnologija prijetnja govorničkoj

tradiciji Grčkog društva. Prema Sokratu pisanje bi potaknulo ljude na zaboravljanje, makar dogodilo se ono suprotno, a to je da takvu informaciju danas ne bi znali da ona nije bila tada zapisana. Slične ideje proniknule su i izumom radija i televizora. Slično tim idejama povećanu zabrinutost danas možemo vidjeti kod povećanja korištenja društvenih mreža i njihova značaja na svakodnevne društvene interakcije koje se odvijaju licem u lice. Dok platforme društvenih medija olakšavaju nove oblike komunikacije, razvijaju i povećavaju društvene kontakte, neki raspravljaju da su upravo one dovele i do smanjenja interakcija koje se odvijaju licem u lice, smanjile empatiju i razumijevanje te povećale osjećaj izolacije i udaljavanja (Allen, 2019). Takva razmatranja potaknula su na opsežnija istraživanja o učincima društvenih mreža na društvene interakcije, kako na pozitivna tako i na negativna djelovanja o čemu će više biti riječi u slijedećem dijelu rada.

## 2.1 Prednosti i nedostaci korištenja društvenih mreža

Učinci društvenih mreža su široko istražena tema. Iako su društveni mediji koristan način za komuniciranje među ljudima ili sa specifičnom skupinom ljudi, postoji niz prednosti i nedostataka korištenja društvenih mreža. Rezultati istraživanja Drahošová i Balco (2017) o prednostima i nedostacima korištenja društvenih mreža u Europskoj Uniji su pokazali da je najveća prednost razmjena informacija i komunikacija (97,7%) dok je druga najveća prednost razmjena podataka (83,3%). Među brojnim nedostacima korištenja društvenih mreža, isto je istraživanje pokazalo je da su to: nedostatak sigurnosti, preveliki broj informacija i gubitak socijalnih kontakata. U Tablici 1. slijedi prikaz pojedinih prednosti i nedostataka korištenja društvenih mreža.

Tablica 1. *Prednosti i nedostaci korištenja društvenih mreža*

| <b>Prednosti korištenja društvenih mreža</b>   | <b>Nedostaci korištenja društvenih mreža</b>   |
|--|--|
| Povezivanje i kontaktiranje sa prijateljima, obitelji i kolegama (Johann, 2022.)   | Neki korisnici mogu doživjeti negativne posljedice poradi pretjeranog korištenja društvenih mreža kao što su npr. socijalna izolacija ili smanjena produktivnost na radnom mjestu ili u školi (Johann, 2022) |
| Mogućnost jednostavnog prikupljanja informacija kao što su: novosti, događaji, reklamiranje i zakazivanje sastanaka među sadašnjim i budućim partnerima (Johann, 2022) | U svakodnevnim kontaktu licem u lice ljudi izbjegavaju grub pristup ili ignoriranje osoba dok je takav način ponašanja na društvenim   |

|  |  |
|--|--|
|  | mrežama puno učestaliji kroz primjerice prestanak praćenja ili blokiranje profila.   |
| Mogućnost ponovnog povezivanja sa prijateljima ili osobama s kojima je izgubljen kontakt duži niz godina (Johann, 2022)  | Društvene mreže mogu biti podloga za elektroničko nasilje ili širenje govora mržnje (Johann, 2022)   |
| Dijeljenje interesa: pri pridruživanju društvenim mrežama dolazi do povezivanja s ljudima s sličnim interesima. Budući da se radi o virtualnom svijetu moguće je pridružiti se više skupina ili zajednica. | Elektroničko nasilje i druga moguća prekršajna ili kaznena djela nad djecom: korištenjem društvenih medija pojedinci mogu biti izloženi uznemiravanju i neprikladnoj komunikaciji s drugima. Iako roditelji filtriraju internetske sadržaje za članove svoje obitelji, djeca i dalje mogu biti izložena seksualnom uznemiravanju i neprimjerenom sadržaju. |
| Instantno dijeljenje informacija   | Lažni identitet i različiti oblici prijevara   |
| Mogućnost online učenja  | Na društvene mreže odlazi 17% vremena korištenja interneta bez ikakve produktivnosti.  |
| Besplatno reklamiranje i oglašavanje   | Mogućnost zlouporabe osobnih podataka  |

Kao što i prikazuju podaci u Tablici 1. među ključnim prednostima korištenja društvenih mreža ističu se online učenje, povezivanje i kontaktiranje s drugima, dok se ključni nedostaci odnose na gubitak privatnosti, pojavu prijevara i mogućnost stvaranja lažnog identiteta.

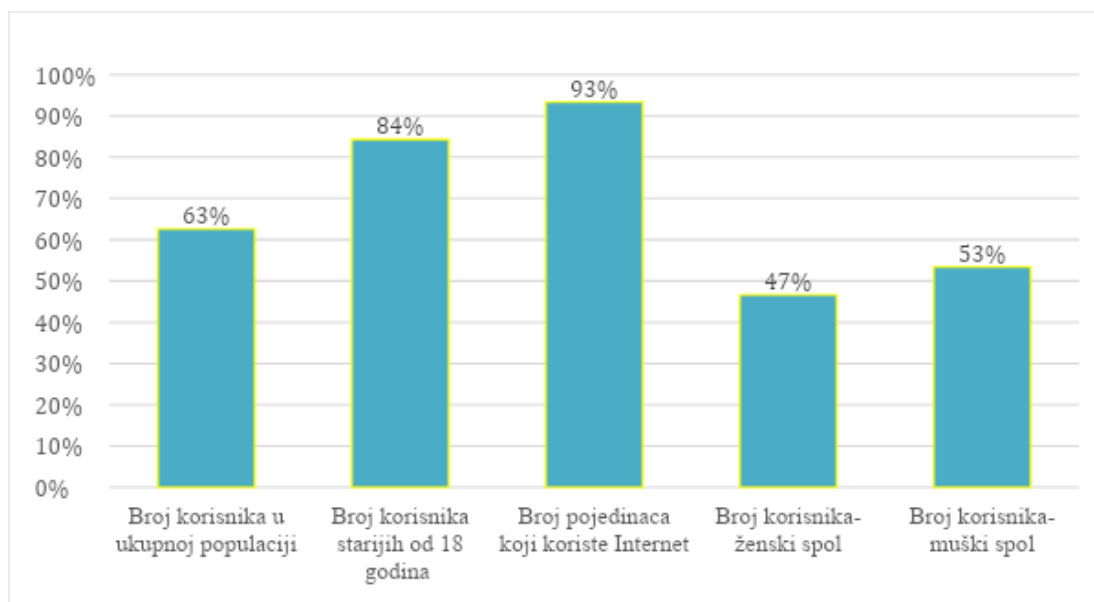
### 3. Raširenost korištenja društvenih mreža

U ovom poglavlju analiziraju se pokazatelji korištenja društvenih mreža na globalnoj razini te u Republici Hrvatskoj.

3.1. Statistički pokazatelji o rasprostranjenosti korištenja društvenih mreža na globalnoj razini

U skladu s podacima Dataportal (2024), uočava se opći trend rasta korištenja društvenih mreža. Više od polovice svjetskog stanovništva (62,6%) koristi društvene mreže. Preciznije, 5,07 milijardi stanovnika iz čitavog svijeta koristi društvene mreže dok je 259 milijuna novih korisnika počelo koristiti društvene mreže u 2023. godini. Prosječno vrijeme provedeno u korištenju društvenih mreža je 2 sata i 20 minuta dok je prosječan broj korištenja različitih plaforma 6,7 (Dateportal, 2024).

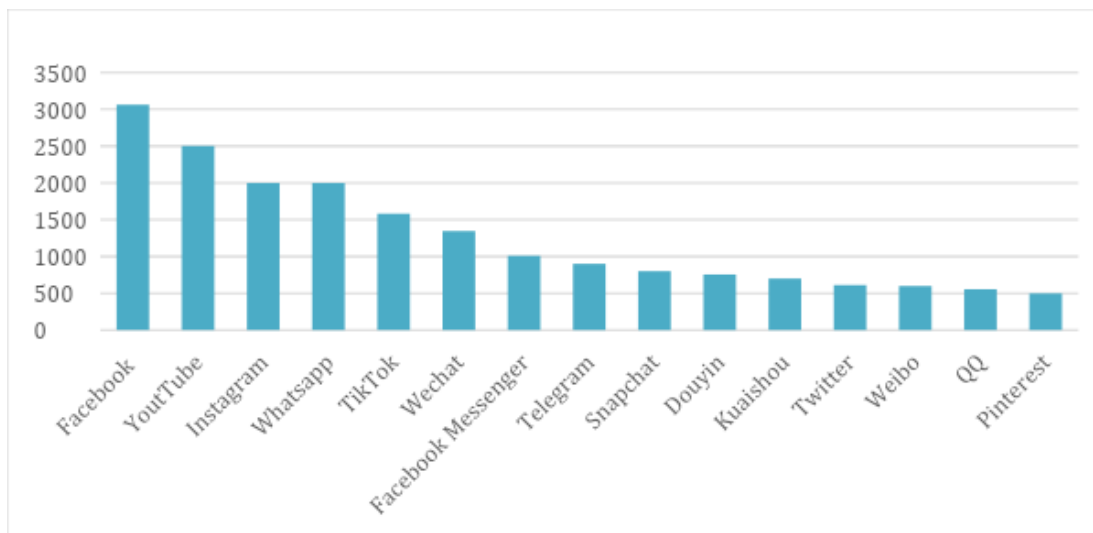
Slika 1. Korištenje društvenih mreža na globalnoj razini, korisnici, pojedinačno i po spolu



Izvor: Dataportal, 2024.

U skladu s prikazanim podacima na Slici 1. broj korisnika društvenih mreža u ukupnoj populaciji je za 2024. godinu bio 63%. Broj korisnika starijih od 18 godina je 84%. Broj pojedinaca koji koriste Internet je 93%. Veći je broj muških osoba koji koriste društvene mreže (53%) u odnosu na ženske osobe (47%). Podatak o tome da više muškarci koriste društvene mreže u odnosu na žene je važan u analizi partnerskih odnosa po pitanju korištenja društvenih mreža. Muškarci su spremniji više vremena izdvojiti za aktivnosti na društvenim mrežama iz različitih pobuda čime potiču radoznala pitanja žena zbog čega su više vremena na društvenim mrežama, koje aktivnosti čine na društvenim mrežama i drugo (Dataportal, 2024). Muškarci se više fokusiraju na različite mogućnosti i značajke koje nude društvene mreže (npr. Facebook market, igrice, anonimnosti) i na zabavni dio društvenih mreža. Žene se više fokusiraju na korištenje društvenih mreža u cilju održavanja ili stvaranja partnerskog odnosa. Žene će učestalije razgovarati sa prijateljima putem društvenih mreža, o partnerskom odnosu ili drugim osobnijim temama. Također, žene imaju učestalije cilj prema održavanju postojećih kontakata dok muškarci više tendiraju potrazi za novim kontaktima (Barker, 2009).

Slika 2. Raširenost korištenja pojedinih društvenih mreža



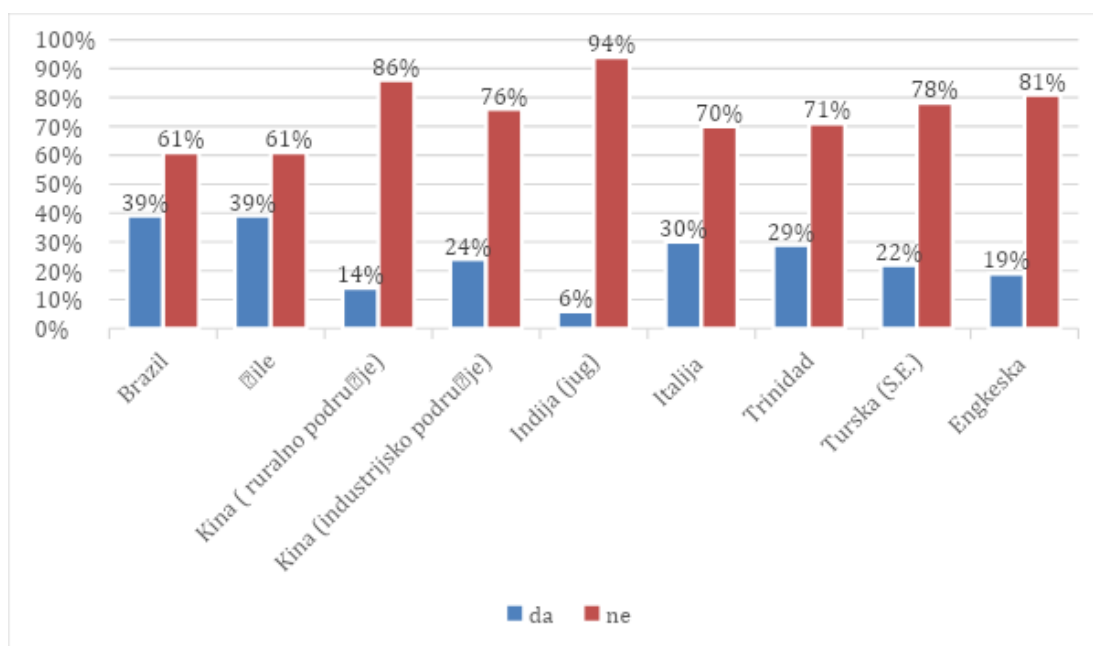
Izvor: Dataportal, 2024.

U skladu s prikazanim podacima (Slika 2.) najviše korištena društvena mreža je Facebook koja se ističe po funkcijama izrade pojedinačnog profila po kojoj osoba predstavlja sebe, svoju obitelj, obrazovanje, radno mjesto, mjesto življenja i sl. Facebook se zasniva na stvaranju prijateljstva odnosno umrežavanju u društva i grupe. Najbitnije značajke Facebook-a su vremenska crta (slijed objava profila kroz vrijeme), vijesti, prijateljstva, razne interesne stranice, grupe, događanja, dopisivanje, video pozivi (TechTarget, 2021). Druga najviše korištena društvena mreža je YouTube koja služi kao platforma za dijeljenje i gledanje amaterskih i profesionalnih video uradaka sa sadržajima glazbe, filmova, različitih emisija i drugo (Techopedia, 2016). Najmanje korištena društvena mreža je Pinterest. Istraživanje je pokazalo kako korištenje društvenih medija opada u odnosu na povećanje starosti korisnika, također da osobe višeg imovinskog statusa učestalije koriste društvene mreže te trend većeg korištenja društvenih mreža prati i razinu obrazovanja, što su osobe više obrazovane korištenje društvenih mreža je učestalije (Hruska i Maresova, 2020).

Istraživanje Miller i sur. (2016) se bavilo pitanjem na koji su način društvene mreže djelovale na međusobne odnose. Kada je riječ o području partnerskih odnosa, rezultati su pokazali da su primjerice sudionici s području sjevernog Čilea u najvećem postotku pokušali pronaći partnera koristeći upravo društvene mreže. Sudionici su iskazali kako je za njih lakše razgovarati s nekom osobom na mreži nego istoj prići osobno, jer postoji manja šansa da će biti odbijeni u uspostavi konverzacije. Također

dobar pokazatelj učestalosti korištenja društvenih mreža u svrhu upoznavanja partnera za ovo područje Sjevernog Čilea predstavlja i činjenica da u tim područjima postoji niska dostupnost društvenih prostora kao potencijalnih mjesta za traženje ili upoznavanje potencijalnog partnera. S rastućom popularnošću i sveprisutnosti društvenih mreža diljem svijeta dolazi pojam koji označava novu generaciju tako zvanih "digitalnih domorodaca", koji su se rodili i odrasli u digitalnoj eri.

Slika 3. *Odgovori na anketno pitanje: „Jesi li ikada išao na spoj sa osobom koju si upoznao/la na društvenoj mreži?“*



Izvor: Miller i sur., 2016.

Slika 6. prikazuje podatke o spoju preko društvenih mreža. Brazil i Čile su dvije zemlje (39%) u kojim su najviše ostvareni spojevi preko društvenih mreža. Najmanji postotak zabilježen je u Indiji (jug) (6%) i u Kini (ruralno područje) (14%).

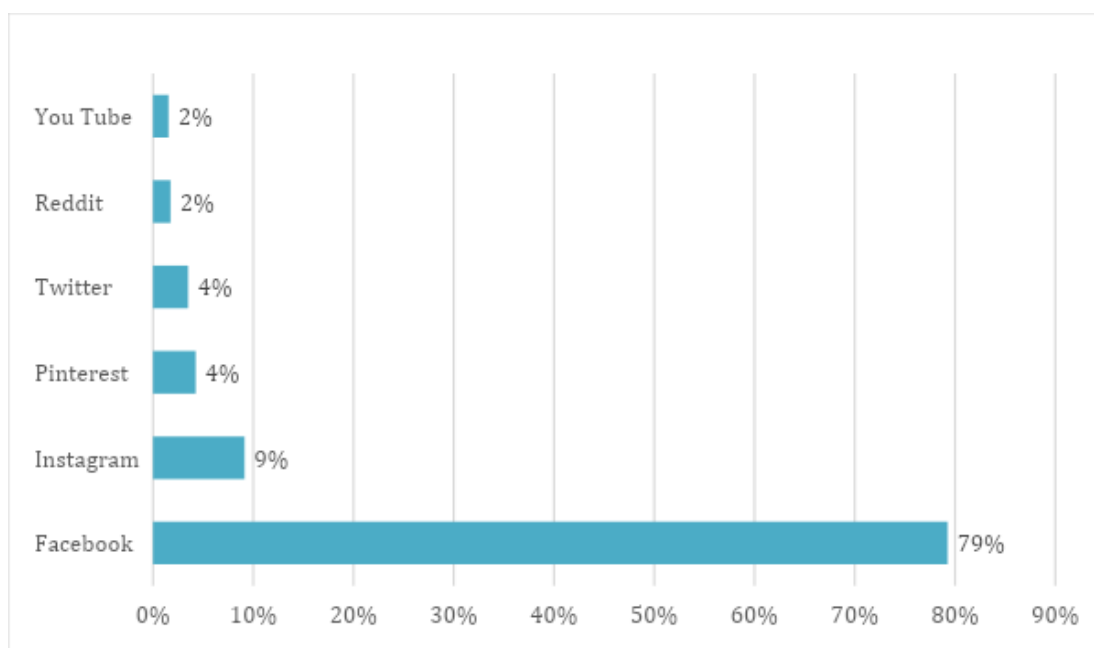
Drugi primjer istraživanja o spoju preko društvene mreže je istraživanje Pew Research Centre (2022). Rezultati istraživanja pokazali su da je spoj preko društvenih mreža učestaliji kod mladih ljudi. Više od polovice ispitanika mlađih od 30 godina (53%) izjavilo je da su koristili aplikaciju za spoj u usporedbi s 35% ispitanih u dobi od 30 do 49 godina, 20% u dobi od 50 do 64 godine i 13% u dobi od 65 godina i više

(Vogels i sur., 2023). Istraživanje Zhang (2023) bavilo se pitanjem višestrukih čimbenika koji utječu na uspjeh spoja preko društvenih mreža: prijevara, način razmišljanja korisnika i dizajn platforme. U isto vrijeme, dizajn online aplikacija za upoznavanje može uzrokovati da se korisnici previše fokusiraju na fizički izgled nauštrb drugih obilježja osobe (Zhang, 2023).

### 3.2. Rasprostranjenost korištenja društvenih mreža u Republici Hrvatskoj

U ovom dijelu rada biti će prikazani podaci o korištenju društvenih mreža u Republici Hrvatskoj.

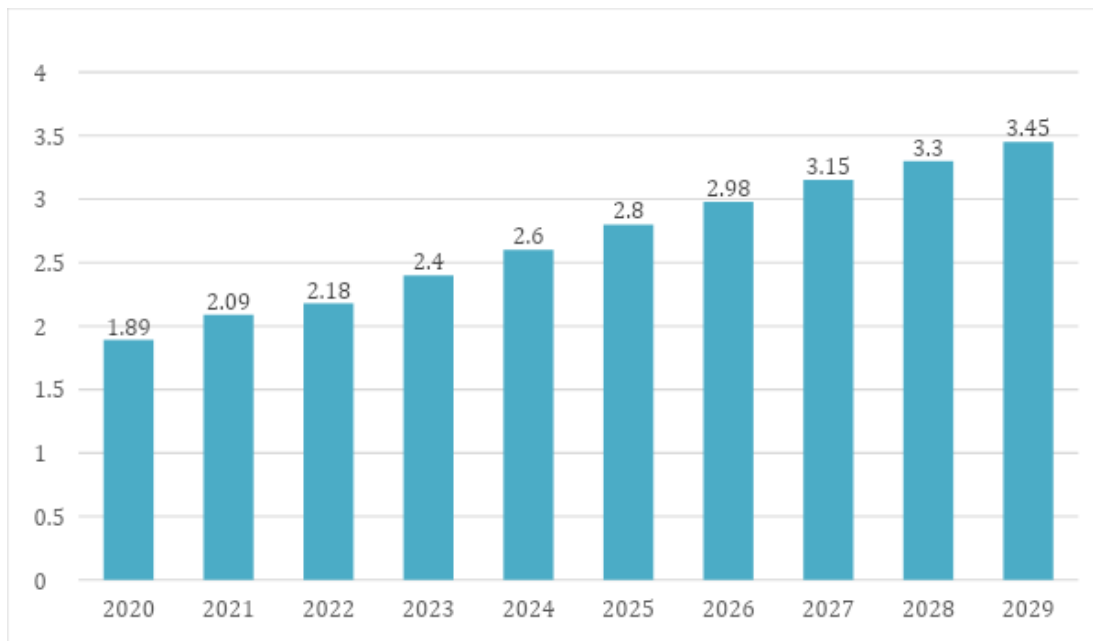
Slika 4. Raširenost korištenja društvenih mreža u Hrvatskoj



Izvor: Statcounter, 2024.

U skladu s podacima koji su prikazani na Slici 4., Facebook je najviše korištena društvena mreža među građanima u Hrvatskoj, dok su ostale mreže značajno manje zastupljene kao što je primjerice Instagram (9%). Predviđa se da će broj korisnika društvenih mreža u Hrvatskoj nastaviti rasti pri čemu predviđanja ukazuju na povećanje od 34,6 % korisnika u razdoblju od 2024. godine do 2029. godine (Statista, 2024).

Slika 5. Broj korisnika društvenih mreža u Hrvatskoj, izraženo u milijunima



Izvor: Statista, 2024c

Postojeći podaci ukazuju i na povećanje broja korisnika društvenih mreža u Hrvatskoj (Slika 5.). U 2020. godini bilo je 1,89 milijuna korisnika dok je u 2024. godini broj korisnika društvenih mreža iznosio 2,6 milijuna korisnika. Predviđa se da će u 2029. godini broj korisnika društvenih mreža u Hrvatskoj iznositi 3,45 milijuna korisnika.

#### **4. Uloge društvenih mreža u percepciji partnerskih odnosa**

U posljednje vrijeme sve širi utjecaj društvenih mreža na moderno društvo je iznjedrio intenzivne rasprave o pozitivnim i negativnim aspektima korištenja društvenih mreža u različitim sferama života pojedinaca. Dok kritike učestalo naglašavaju negativne strane korištenja društvenih mreža na mentalno zdravlje,



privatnost i partnerske odnose, sve veća empirijska pozornost se posvećuje i njihovim pozitivnim učincima. Ovo poglavlje prikazuje pozitivne aspekte korištenja društvenih mreža, rasvjetljavanje načina na koje ove platforme osiguravaju pozitivne društvene veze i unapređuju partnerske odnose. Proučavanjem pozitivnih učinaka koje društvene mreže imaju u stvaranju ili održavanju partnerskih odnosa omogućuje kreiranje objektivne perspektive koja obznanjuje kako dobre prilike i zahtjeve koje donosi ovo digitalno doba.

Kao što je i ranije navedeno, društvene mreže postale su integralni dio naših života i imaju značajan učinak na različite aspekte života, uključujući partnerske odnose (Hubvela, 2023). Rezultati istraživanja Beeney i suradnika (2018) pokazali su da su osobe manje socijalno povezane unutar društvene mreže s onim osoba s kojima su veoma bliski (uključujući romantične partnere). Slijedi prikaz prednosti i nedostataka korištenja društvenih mreža u partnerskim odnosima (Tablica 2.).

Tablica 2. Prednosti i nedostaci korištenja društvenih mreža u partnerskim odnosima

| <b>Prednosti korištenja društvenih mreža</b>               | <b>Nedostaci korištenja društvenih mreža</b>                                 |
|--|--|
| Poboljšanje komunikacije i povećanje međusobne povezanosti | Narušavanje privatnosti i kršenje granica                                    |
| Interakcija u stvarnom vremenu i uključenost               | Negativan učinak društvenih mreža u osobnoj komunikaciji (licem u lice)      |
| Korisnost u vezama na daljinu                              | Ljubomora i nesigurnost izazvane online aktivnostima                         |
| Povećano dijeljenje iskustava i sjećanja                   | Prekomjerno dijeljenje osobnih informacija i nedostatak kontrole privatnosti |
| Prilika za izražavanja naklonosti i emocija                | Povećan rizik od nevjere   |
| Oснаživanje partnerskih odnosa i obiteljskih veza          | Izloženost elektroničkom nasilju i uznemiravanju na internetu                |
| Izgrađivanje i održavanje online zajednica                 | Međusobne usporedbe i nezdravo natjecanje                                    |

Izvor: Hubvela (2023)

#### 4.1. Pozitivni aspekti korištenja društvenih mreža u partnerskim odnosima

Nekoliko teorija objašnjava neke od pozitivnih učinaka korištenja društvenih mreža na partnerske odnose. Teorija društvene razmjene predstavlja okvir za bolje razumijevanje različitih društvenih fenomena, uključujući djelovanje kroz suradnju, uzajamnost te stvaranje i raskidanje partnerskih odnosa kroz proučavanje motivacije i

nagrade na kojima se temelji ljudsko ponašanje u društvenom kontekstu (Kendra, 2023). Prema teoriji društvene razmjene pojedinci ulaze u partnerski odnos tako da tu odluku temelje na procjeni dobitka i gubitka od takvog odnosa. Implementiranjem teorije društvene razmjene u kontekst korištenja društvenih mreža u partnerskim odnosima, jedan ili oba partnera mogu međusobnu interakciju putem društvene mreže percipirati kao nagradu temeljenu na emocionalnoj potpori, prihvaćanju i povezanosti koju međusobno pružaju tim komunikacijskim kanalom odnosno društvenom mrežom pa tako i nagradu prihvaćanja, aplaudiranja i sviđanja od ostale publike odnosno pratitelja koja vidi i prati partnerski odnos putem istih platformi. Prema Emersonu (1976) pojedinci ulaze u partnerski odnos na temelju principa racionalne odluke donesene nakon analize dobitka i gubitka kada procjenjuju nagradu i cijenu davanja povezanu s interakcijom s drugima u svrhu stvaranja što veće dobiti od takvog odnosa. Isti autor naglašava da partnerski odnos uključuje izmjenu resursa kao što su ljubav, potpora, pažnja, materijalna dobra. Pojedinci nastoje održati odnos koji omogućava što veću dobit i što manja davanja. Digitalne platforme su unijele brojne promjene u način na koji partneri ulaze u interakciju, komuniciraju i izražavaju svoje sviđanje jedni prema drugima. Platforme društvenih mreža partnerima omogućavaju jedinstveni način na koji oni ostaju povezani, održavaju i pojačavaju svoje odnose i dijele svoje doživljaje, bez obzira na geografsku udaljenost između njih i to brzinom skoro instantno. Od spontanijih ljubavnih poruka do virtualnih spojeva, društvene mreže omogućavaju parovima da održavaju konstantnu prisutnost u životima jedni drugih i da razvijaju i održavaju intimnost na nove načine. Takav primjer možemo naći u sve većem korištenju web kamera pod frazom “always-on”. Parovi i ostali bližnji koji žive udaljeno jedni od drugih na taj se način mogu osjećati kao da još uvijek žive zajedno (Miller i sur., 2016).

Na teoriju društvene razmjene nadovezuje se teorija socijalne penetracije. Teorija socijalne penetracije govori kako se partnerski odnosi razvijaju postepeno kroz samorazotkrivanje i uzajamno dijeljenje informacija. U razvoju partnerskog odnosa partneri koriste samorazotkrivanje kako bi povećali razinu intime uključujući širinu i dubinu odnosa, prema normi reciprociteta. Socijalna penetracija se razvija preko nekoliko razina u razvoju partnerstva (Carpenter i Greene, 2015). Platforme društvenih mreža pružaju parovima mogućnost da se samorazotkrivaju kroz dijeljenje osobnih iskustava, doživljaja, razmišljanja i osjećaja koja produbljuje emocionalnu povezanost i intimnost te sukladno tome ojačava njihovu partnersku povezanost. Ta iskustva i

doživljaji koji partneri dijele, društvene mreže daju mogućnost da oni budu u obliku slike, zvuka, videozapisa ili videopoziva bez obzira na prostornu udaljenost između njih. Društvene mreže također služe kao koristan alat za olakšavanje komunikacije i rješavanje sukoba unutar partnerskih odnosa. Neposrednost i pristupačnost dopisivanja koju platforme omogućavaju, dopušta im da se okrenu rješavanju određene situacije vrlo brzo i u realnom vremenu. Dodatno, platforme društvenih mreža omogućavaju i dijeljenje multimedijских sadržaja koji pritom ostaju na profilima što im omogućava prisjećanje na podijeljene zajedničke trenutke, što može imati blagotvoran odnos na emocionalnu povezanost. Istraživanje koje su proveli Alea i Vick (2010) ističe ulogu partnerski povezanih uspomena kao prediktor stanja unutar bračnog odnosa. Radi se o tome da kvaliteta sjećanja na prvi susret predviđa razine bračnog zadovoljstva, uglavnom sa stabilnošću u odrasloj dobi i rodnim kontinuitetom. Vjerojatno je da živo i emocionalno sjećanje na prvi pogled na ljubav može poslužiti za održavanje zadovoljstva u braku. Ova tvrdnja, međutim, zahtijeva daljnju eksperimentalnu i longitudinalnu empirijsku potvrdu Alea i Vick (2010), dok je istraživanje Majzoob i Forstmeier (2022) pokazalo kako su zajedničke uspomene dobar prediktor u predviđanju bračnog ishoda.

Još jedna od značajnijih teorija koja doprinosi pojašnjenju djelovanja društvenih mreža na partnerski odnos je teorija privrženosti. Teorija privrženosti kojom se bavio John Bowlby, a kasnije ju proširuje Mary Ainsworth naglašava ključnu ulogu emocionalne povezanosti u odnosima, posebno u ranom djetinjstvu, ali i u partnerskim odnosima u odrasloj dobi. Navedena teorija polazi od ideje da su ljudi biološki programirani za formiranje snažnih emocionalnih veza s drugim osobama, jer te veze imaju adaptivnu funkciju preživljavanja. Poznato je da se teorija privrženosti koristi za razumijevanje dječjeg razvoja, ali manje je poznato da je korisna u istraživanju i razumijevanju dinamike u romantičnim odnosima. Kvaliteta privrženosti koju osoba razvije u ranom djetinjstvu često oblikuje njeno ponašanje i očekivanja u partnerskim odnosima u odrasloj dobi. U tom kontekstu društvene mreže mogu poslužiti kao dodatno sredstvo kojim partneri mogu održavati emocionalnu bliskost, najviše kod veza koje se odvijaju na daljinu odnosno kada su partneri geografski udaljeni jedno od drugoga. Kroz dopisivanje, dijeljenje fotografija, video poziva njihova potreba za privrženosti i bliskosti je ispunjena usprkos fizičkoj odvojenosti (Salter i sur., 2015).

Jedna od značajki društvenih mreža je izlaganje partnerskog odnosa javnosti ili ograničenom broju osoba. Dijeljenjem fotografija, trenutnog partnerskog statusa i događaja unutar istog, partneri mogu potvrditi svoju ljubav i predanost, ujedno i primati podršku, ohrabrenja i prihvaćanje od publike s društvene mreže. Na tom tragu razvila se teorija upotrebe i zadovoljenja čiji su autori Elih Katz i Jay Blumler. Teorija objašnjava aktivnu ulogu korisnika društvenih mreža o odabiru i načinu korištenja određenih platformi. Prema ovoj teoriji korisnik odabire platformu prema potrebama koje on sam želi zadovoljiti upravo putem tih platformi, potrebe kao što su prijateljstvo, zajedništvo, komunikacija, potvrda društva (Menon, 2022). Također potrebe postoje i u partnerskim odnosima s toga partneri biraju platforme koje će im omogućiti ispunjenje istih, bilo da li se radi o boljoj povezanosti putem poruka i video poziva, odobrenje drugih njihova partnerskog odnosa i sl. Zadovoljenje potreba koje partneri imaju može dovesti do većeg općeg zadovoljstva partnerskim odnosom. Tako ova teorija daje bolji uvid samih korisnika, koji prema njoj nisu samo pasivni korisnici onoga čemu internet služi, već se korisnici aktivno opredjeljuju za određene platforme s obzirom na njihove potrebe i mogućnost platforme da ih zadovolji.

Poboljšana komunikacija i veća povezanost su još neke od prednosti korištenja društvenih mreža u partnerskim odnosima. Platforme društvenih mreža omogućuju pogodne i učinkovite prilike da se ljudi povežu sa svojim voljenima neovisno o tome gdje se nalaze. Uz pomoć društvenih mreža, partneri mogu komunicirati u stvarnom vremenu kroz instant pisanje poruka, video pozive te kroz dijeljenje slika i videa. Interakcije u stvarnom vremenu smatraju se prednostima uključivanja u društvene mreže a to znači da partneri povezuju jedno s drugim tijekom cijelog dana u stvarnom vremenu bez obzira na njihovu fizičku lokaciju. Dodatno, društvene mreže omogućuju razne načine za komuniciranje među partnerima: slanje poruka, video pozivi, dijeljenje slika i videa. Takvi različiti oblici komuniciranja omogućuju partnerima da dijele svoja iskustva i emocije jedni s drugima na brži i intimniji način. Takvo komuniciranje može potaknuti osnaživanje odnosa među partnerima. Isto tako, društvene mreže mogu omogućiti platformu kojoj se partneri pridružuju pri čemu stvaraju osjećaj zajedništva i podrške unutar svojeg partnerskog odnosa (Hubvela, 2023).

Društvene mreže mogu potpomoći vezama na daljinu. U prošlosti, održavanje veza na daljinu bio je veliki izazov poradi ograničenih komunikacijskih mogućnosti. Danas, partneri koji imaju vezu na daljinu, mogu svakodnevno komunicirati. Društvene mreže omogućuju im različite alate i mogućnosti za komuniciranje preko

tekstualnih poruka, glasovnih poziva, video chata ili virtualnih sastanaka. Dodatno, društvene mreže omogućuju im da budu u tijeku s novostima te smanjuju osjećaje usamljenosti i razdvojenosti koji često prate veze na daljinu (Hubvela, 2023).

Prema istom autoru, jedna od prednosti je povećanje dijeljenja iskustava i sjećanja što čini vrlo značajan aspekt u partnerskim odnosima. Platforme društvenih mreža omogućuju korisnicima razne načine dokumentiranja i dijeljenja životnih iskustava s prijateljima, članovima obitelji, partnerima, pratiteljima i drugima.

Prednost korištenja društvenih mreža ogleda se i u prilikama za izražavanje emocija u partnerskim odnosima. Rezultati istraživanja Istraživačkog centra Pew (2015) pokazali su da 44% ispitanika osjeća da im društveni mediji pomažu da budu emocionalno bliskiji sa svojim partnerima, dok se 10% ispitanika osjeća „više bliskijima“ (Lenhart i sur., 2015).

Osnajivanje partnerskih odnosa i obiteljskih veza se također smatra jednom od prednosti korištenja društvenih mreža, jer omogućuju ljudima da ostanu povezani, posebno s onima koji nisu u njihovoj blizini. Korištenje društvenih mreža omogućuje ljudima da stvore nova prijateljstva i održe postojeća uz dijeljenje sličnih interesa i ciljeva.

Prednost se smatra izgradnja i održavanje partnerskog odnosa, pružaju nove perspektive, prilike za učenje, razvijanje vještina i drugo.

Rezultati istraživanja koji i potvrđuju neke od pozitivnih učinaka korištenja društvenih mreža odnose se, primjerice, na istraživanje autora Fox, Osborn i Warber (2014), čiji rezultati su pokazali nove načine uspostavljanja i doživljavanja romantičnih veza. Utvrđeno je da je 50% adolescenata (u dobi između 13 i 17 godina) uspostavilo interes za romantičnu vezu preko društvenih mreža. 47% ispitanika je pokazalo svoj interes ostavljajući komentare ili „palac gore“ za fotografiju, 63% adolescenata je poslalo izazovne poruke osobi za koju su pokazali interes dok je 47% njih izjavilo da dijele nešto zanimljivo ili zabavno sa svojom simpatijom preko društvenih mreža (Lenhart i sur., 2015).

Iako društvene mreže nude širok spektar pogodnosti za partnerski odnos, vrlo je važno da se njima pristupi promišljeno i savjesno. Kao svaki drugi alat društvene mreže mogu biti i pogrešno korištene te tako dovesti do negativnih posljedica, ako nisu korištene odgovorno. S toga je iduće poglavlje posvećeno negativnim aspektima društvenih mreža i partnerskog odnosa uz istovremeno pronalaženje načina za

ublažavanje potencijalnih negativnih učinaka, s ciljem osnaživanja parova da njeguju zdrave partnerske odnose u digitalnom dobu.

#### 4.2. Negativni aspekti korištenja društvenih mreža u partnerskim odnosima

Dok platforme društvenih mreža nude mogućnosti za bolje povezivanje, komunikaciju, samoizražavanje, „sveprisutnost“, također nude i niz mogućnosti koje mogu opteretiti ili narušiti partnerski odnos.

Sveprisutna narav društvenih mreža predstavlja mnoge potencijalne rizike i probleme za partnerske odnose. Jedan od učestalih problema interneta je privatnost, što je još više izraženo kod korištenja društvenih mreža, problem predstavljaju i široke mogućnosti društvenih mreža, koje za neke osobe mogu biti okidač ljubomore, zatim problematika digitalnih granica i pretjeranog korištenja platformi. Društvene mreže mogu pojačati već postojeće partnerske tenzije i otkriti nove moguće izvore sukoba, što može dovesti do niže kvalitete vremena provedenog u interakciji licem u lice s partnerima i problema u partnerskom odnosu. Ovakav učinak može biti povezan i sa problemima mentalnog zdravlja i partnerskim problemima koji su i prije postojali (Jarai, 2023).

Istraživanje autora Hand i sur. (2013) bavilo se pitanjem odnosa između vremena provedenog na društvenim mrežama i zadovoljstva odnosom i intimnošću. Rezultati istraživanja nisu potvrdili povezanost između pojedinačnog korištenja društvenih mreža i njegove/njezine percepcije o romantičnom partneru koji koristi društvene mreže. Ipak, rezultati istraživanja pokazali su da intimnost posreduje u odnosu između korištenja društvenih mreža na mreži i ukupnog zadovoljstva u vezi.

Teorija ovisnosti proučava aspekt ovisnosti kao odnos u kojem ispunjenje potreba i ciljeva jedne strane ovisi o resursima druge strane (Jarai, 2023). Glavni fokus teorije je odnos između medija i publike. Pojedinci mogu razviti ovisnost o medijima zbog potrebe za informacijama, zabavom i društvenim interakcijama. U kontekstu partnerskog odnosa, prevelika ovisnost o društvenim mrežama zbog određenih potreba može dovesti do zanemarivanja interakcija licem u lice i smanjenog zadovoljstva samim odnosom (Jarai, 2023). To može dovesti do toga da se korištenje društvenih mreža pretvori u opsesivno ponašanje gdje ono postaje prioritet nad drugim interesima, što dovodi do napetosti u vezi jer je vjerojatno da će se partner/ica osjećati isključenim i emocionalno udaljenim (Bouffard i sur., 2022).

Jedan od ključnih izazova koje predstavljaju društvene mreže u partnerskim odnosima je taj da postaje teško postaviti granice između javnog i privatnog dijela života. Dijeljenje privatnih informacija, osobnog iskustva i partnerskih aktivnosti na društvenim mrežama može predstavljati ugrozu privatnosti partnerskog odnosa i izložiti ih neželjenim kritikama i predrasudama od strane publike s društvenih mreža (Steijn i Schouten, 2013). Nadalje, namjera osobe da partnerski odnos prikaže u boljem svjetlu ili u idealnom obliku dovodi do neslaganja u prikazanom partnerskom javnom životu i njihovim stvarnim privatnim životima, što može stvoriti osjećaj odvojenosti i neiskrenosti u partnerskom odnosu (Campbell i sur., 2013).

Društvene mreže mogu potaknuti eskalaciju konflikata i nerazumijevanja između partnera. Problem koji može dovesti do takvih rezultata je izostanak neverbalne komunikacije što otežava potpuno razumijevanje ili dovodi do pogrešne interpretacije poruke upućene od partnera. U komunikaciji putem tekstualnih poruka preko društvenih mreža nedostaju aspekti osobnog razgovora. Interpersonalna komunikacija ističe značaj učinkovite i kvalitetne komunikacije u održavanju zdravog odnosa i primjenom te teze na temu društvenih mreža, to upućuje da takve platforme ometaju tradicionalni oblik komunikacije partnera, što dovodi do nerazumijevanja, konflikata i smanjenog zadovoljstva partnerskim odnosom (Saylor Academy, 2024). Narav komunikacije koja se provodi putem društvenih mreža je nesinkronizirana (poruka upućena nije zaprimljena odmah i odgovor slijedi nakon nekog vremena) za razliku od razgovora licem u lice. Upravo to može ometati mogućnost jasnog prenošenja emocija i pravovremenog rješavanja sukoba. Uz to, učestalo ponašanje na društvenim mrežama može biti pasivna agresija (kroz odugovlačenje u pružanju odgovora). Nadalje, partneri mogu provoditi taktike digitalnog nadzora jedni nad drugima što daljnje može narušiti njihovo povjerenje i sam odnos. Ono što partneri čine u slučaju osjećaja nesigurnosti ili ljubomore u odnosu je da provjeravaju društvene mreže partnera odnosno njihove aktivnosti na profilima kao što su poruke s drugim korisnicima, reagiranje na objave drugih korisnika i sl.

Još jedan od nedostataka korištenja društvenih mreža u partnerskim odnosima je i zadiranje u privatnost i kršenje granica u odnosima. S lakoćom pristupa osobnim podacima na društvenim mrežama, pojedincima je lako prijeći granice i narušiti privatnost jedni drugima. Prema Helsperu i Whittyju (2010) oko 30% bračnih parova najmanje je jednom tajno pregledalo email ili SMS poruke bračnog partnera. Nadalje, nalazi istog istraživanja otkrivaju da su žene učestalije u nadziranju online aktivnosti

svojih partnera jer su više zabrinute zbog ponašanja svojih partnera na društvenim mrežama. To može dovesti do osjećaja nepovjerenja i ljubomore. Istraživanje Elphinstona i Nollera (2011) je pokazalo da je „upadanje“ na Facebook povezano s nezadovoljstvom u partnerskim odnosima posredstvom ljubomore i ponašanja koja uključuju nadzor. Rezultati istraživanja autora Halpern i sur. (2017) pokazuju da često objavljivanje selfija ima štetne posljedice na kvalitetu veza, što je uglavnom posredovano ljubomorom. Ova pretpostavka temelji se na teoriji da takve objave potiču ljubomoru kod partnera. U prilog tom razmatranju idu i rezultati istraživanja Emonda i sur. (2023). Na primjer, ljubomora koja je potaknuta partnerovima aktivnostima na društvenim mrežama može prouzročiti sukobe koji opet mogu eskalirati u kontrolirano i agresivno ponašanje. Emond i suradnici (2023) navode da prethodne presječne studije potvrđuju povezanost između ljubomore na društvenim mrežama i počinjenja intimnog partnerskog nasilja. Isto istraživanje bavilo se povezanošću između ljubomore poradi korištenja društvenih mreža i partnerskog nasilja kod mladih ljudi. Istraživanje je provedeno na dvije skupine pri čemu je prvu skupinu sačinjavala skupina od 111 partnera (N=222) te druga skupina od 286 ispitanika koji su u partnerskim odnosima. Ispitanici su ispunili upitnik dvaput u jednoj godini (na početku i na kraju godine). Rezultati istraživanja ukazali su na negativnu povezanost između ljubomore i partnerskog nasilja te pružili uvid u bolje razumijevanje potencijalnih rizika povezanih s korištenjem društvenih mreža kod mladih ljudi u partnerskim odnosima.

Društvene mreže općenito mogu poslužiti kao katalizator ljubomore u partnerskom odnosu. Partner se može osjećati ugroženo zbog same mogućnosti da drugi partner stvori odnos s drugim potencijalnim partnerom te zbog mogućnosti da ponovno dođe u kontakt s bivšim partnerom ili zbog drugih tajnih ponašanja na društvenim mrežama. To može dovesti do problema s povjerenjem, nesigurnošću i napetosti u vezi. Prema istraživanju koje su proveli McDaniel i suradnici (2017) pokazalo se da je izloženost alternativnim partnerima na društvenim mrežama povezana s nižim zadovoljstvom i sigurnošću u vezi. Istraživanje PEW istraživačkog centra provedeno na osobama u dobi od 13 do 17 godina je pokazalo da je 27% adolescenata koji su imali iskustva partnerskog odnosa izjavilo da ih je korištenje društvenih mreža dovelo do osjećaja nemoći u partnerskom odnosu (20%) ili izraženije ljubomore ili nesigurnosti oko njihovih partnerskih odnosa (7%) (Lenhart i sur., 2015). Neka istraživanja predlažu da korištenje društvenih mreža treba postati formirana



navika (Wilson i sur., 2009, prema McDaniels i sur., 2017). Jedan od sudionika izjavio je da „iskušenje jako veliko jer se pojavljuje uvijek novi prijatelji“ (Oulasvirta i sur., 2012:112).

Kod primjera ljubomore postoji značajno veći broj istraživanja koja ukazuju na negativne posljedice koje ljubomora donosi za pojedinca pa tako i partnerski odnos, kao što su emocionalna uznemirenost, društvena neugodnost i niže zadovoljstvo u vezama (Pines i Aronson, 1983). Rezultati istraživanja Muise i sur. (2009) su pokazali negativan učinak korištenja Facebooka u smislu povećanja ljubomore te ukazali na to da ljudi postaju ljubomorni ako vide svoje partnere u interakciji s potencijalno romantičnim partnerima na Facebooku.

Dodatno, društvene mreže mogu stvoriti nerealna očekivanja i usporedbe sa umjetno uljepšanim profilima korisnika, što može dovesti do osjećaja nesigurnosti i nedovoljnosti. Vrlo je važno da partneri komuniciraju otvoreno i iskreno o svojim osjećajima. Na taj način mogu uspostaviti granice oko korištenja društvenih mreža i izbjeći negativne emocije (Hubvela, 2023).

Korištenje društvenih mreža može imati negativan učinak na osobnu komunikaciju između partnera. Dolazi do značajnog smanjenja komunikacije licem u lice čime se utječe na kvalitetu komunikacije među partnerima. Ondje gdje nema komunikacije licem u lice, nema niti društvenih znakova kao što su: dodirivanja, kontakt očima, naboranja čela i gledanja. Svi ti znakovi povećavaju intimnost među partnerima i ostvarivi su jedino kroz stalnu fizičku interakciju (Hubvela, 2023).

Učestalo dijeljenje i manjak kontrole nad privatnošću predstavljaju značajan nedostatak pri korištenju društvenih mreža u partnerskim odnosima. Korisnici društvenih mreža skloni su dijeliti što je moguće više informacija, pogotovo intimnijih detalja o osobnom životu. Time korisnici postaju podložniji virtualnom nasilju i virtualnim napadima. Učestalo dijeljenje može dovesti i do sukoba i osude među partnerima. Nadalje, učestalo dijeljenje može dovesti do osjećaja depresije, niske razine samopoštovanja i ljubomore i to poradi socijalne usporedbe među korisnicima. Stoga je od ključne važnosti osviještenost učincima dijeljenja informacija na društvenim mrežama i svijest o potrebi za kontrolom nad dijeljenjem osobnih informacija (Hubvela, 2023).

Još jedan od problema koje su donijeli društveni mediji je i nevjera u partnerskom odnosu koja se odvija unutar granica ekrana. Za razliku od fizičkog čina nevjere, slanje poruka putem društvenih mreža čin je nevjere koji ne napušta online

svijet. Zbog toga afera izgleda kao da nije stvarna kao fizički čin izdaje (Hubvela, 2023).

#### 4.3. Teorija socijalne usporedbe u okviru partnerskih odnosa

Jedna od značajnijih teorija za razumijevanje učinaka korištenja društvenih mreža na partnerski odnos je i teorija socijalne usporedbe. Teoriju socijalne usporedbe predstavio je Leon Festinger. Ona opisuje proces usporedbe kao alat koji ljudi koriste kako bi procijenili svoje djelovanje, uspjeh i mišljenje u odnosu na druge. Ova teorija pokušava objasniti kako samoprocjene oblikuju druge i naša želja da procjenjujemo svoja ponašanja, sposobnosti, sličnosti ili razlike na temelju drugih (Festinger, 1954, prema Gürsoy, 2020). Tijekom proteklih 65 godina došlo je do sve bržeg napretka u istraživanju društvenih usporedbi, a teorija je danas proširena i postala mnogo složenija (Taylor, Peplau i Sears, 2006, prema Gürsoy, 2020). Tradicionalno, teorija društvene usporedbe proučava se s dva glavna mehanizma: usporedba prema dolje (Wills, 1981, prema Gürsoy, 2020) i usporedba prema gore (Wheeler, 1966; prema Gürsoy, 2020). Ta dva tipa socijalne usporedbe odnose se na osobe koje sebe uspoređuju s onima koji su manje sretni od njih u određenoj dimenziji kada doživljavaju negativne osjećaje, kako bi poboljšali svoje subjektivno blagostanje kroz usporedbu (Wills, 1981). Socijalna usporedba prema gore je usporedba sposobnosti ili osobina s onim tko se smatra superiornijim od nas u bilo kojoj dimenziji, a društvena usporedba prema dolje je upravo suprotno (Taylor i sur., 2006, prema Gürsoy, 2020). Naše sklonosti uspoređivanju općenito su rezultirale uspoređivanjem s onima koji su superiorniji od nas i te usporedbe prema gore negativno utječu na naše raspoloženje i naše sposobnosti procjenjivanja (Gerber, Wheeler i Suls, 2017, prema Gürsoy, 2020). Teorija socijalne usporedbe pokazala je da, kada nemamo objektivan način za procjenu svojih uspjeha u određenom području, podliježemo usporedbama s drugima (Festinger, 1954).

Istraživanja dosljedno pokazuju da su činitelji poput percepcije zadovoljstva u vezi (Gottman, 1993), socijalne podrške (Cutrona i sur., 2000) i komunikacije (Cohan i Kleinbaum, 2002) važni za kvalitetu i stabilnost veze. Slično usporedbi prema dolje, Model održavanja samoevaluacije (SEM) (Tesser i Campbell, 2006) objašnjava da je cilj socijalne usporedbe više održavanje pozitivnog pogleda na sebe nego stjecanje objektivnog razumijevanja o sebi. Prema SEM modelu, kada promatramo bliske osobe

koje su bolje od nas u određenom području, možemo odabrati ili socijalnu usporedbu, što može biti prijeteće ili se možemo diviti njihovim postignućima i uživati u sreći nama bliskih osoba. Drugi navedeni slučaj će biti učestaliji u područjima koja nisu središnja za našu vlastitu vrijednost. Usporedba prema gore odnosi se na uspoređivanje naše veze s naizgled idealiziranim prikazima drugih parova na platformama društvenih mreža (Kesici i Erdoğan, 2010) koje može dovesti do osjećaja nedostatnosti, ljubomore i nezadovoljstva unutar veze. U skladu s istraživanjima Jed Fondacije iz Sjedinjenih američkih država (2023), društvene mreže nude velike mogućnosti za povezivanje te su zbog algoritama i ažuriranja postali interaktivniji i korisnicima zanimljiviji. Osim toga, povećali su fenomen socijalne usporedbe, što može imati negativne učinke na mentalno zdravlje kao npr. depresivnost, nisku sliku o sebi i tijelu, niže samopouzdanje i anksioznost (Pantic, 2014). Rezultati istraživanja Primack i sur. (2017) su potvrdili povezanost između korištenja višestrukih društvenih medija i simptoma depresivnosti i anksioznosti kod mladih u dobi od 19 do 32 godine. Također, istraživanje Gürsoy (2020) pokazalo je da su tendencije socijalne usporedbe na društvenim mrežama povezane s niskom razinom samopoštovanja, anksioznošću, te izbjegavanjem i nesigurnošću u partnerskim odnosima. Istraživanje LeBeau i Buckingham (2008) potvrdilo je da su tendencije socijalne usporedbe na društvenim mrežama povezane s niskom razinom zadovoljstva, intimnošću i predanošću u partnerskim odnosima.

U kontekstu partnerskih odnosa, Wesner (2008) je proveo istraživanje o socijalnoj usporedbi romantičnih veza i učincima društvenih mreža, obitelji i prijatelja. Istraživanje se sastojalo od tri studije, od kojih je prva, koja je važnija za ovu tezu o socijalnoj usporedbi romantičnih veza i učincima društvenih mreža, ispitala povezanost između socijalne usporedbe i odnosa s članovima obitelji, prijateljima i prikazima romantičnih veza na društvenim mrežama. Rezultati su pokazali da su sudionici u predanijim vezama, uz veću razinu zadovoljstva vezom, percipiranu stabilnost i vjerojatnost da će i dalje biti zajedno u budućnosti, iskazivali manje pozitivnu izloženost društvenih mreža o vezama. Također su vjerovali da su sličniji vezi s kojom su se trebali usporediti. Drugi faktori koji su utjecali na njihov odgovor na izloženost društvenim mrežama u vezi s njihovom partnerskom vezom uključuju bračni status njihovih roditelja. Rezultati su pokazali da su sudionici čiji su roditelji bili u stabilnim brakovima imali manju sklonost negativnoj percepciji svog partnerskog odnosa u kontekstu društvenih mreža. Ili drugačije pojašnjeno, stabilnost

roditeljskog braka djeluje kao zaštitni faktor, ublažavajući negativne učinke uspoređivanja s drugim parovima na društvenim mrežama. Nadalje, ti rezultati pokazali su da osobe koje su zadovoljne svojim vezama manje reagiraju na društvene mreže u pogledu negativnih usporedbi. S druge strane, osobe čiji roditelji nisu u stabilnim partnerskim odnosima su podložnije negativnim utjecajima uspoređivanja s drugim parovima na društvenim mrežama.

## **5. Zaključak**

Unatoč pozitivnim i negativnim aspektima korištenja društvenih mreža na partnerski odnos i izazovima koje prate te promjene uloga, važno je prepoznati da korištenje društvenih mreža u partnerskim odnosima nije inherentno negativno. Umjesto toga, način na koji parovi upravljaju i dogovaraju se o svojim digitalnim interakcijama dijelom također određuje dinamiku njihovog odnosa. Važno je naglasiti da društvene razmjene i odnosi u stvarnom životu ne mogu biti zamijenjene društvenim mrežama. Iako društvene mreže mogu biti korisno sredstvo za stvaranje i održavanje odnosa, ipak je ključno dati prioritet našim odnosima nad tehnologijom, rezervirati vrijeme za osobne razgovore i sudjelovati u offline aktivnostima u kojima oba partner mogu uživati.

## 6. Literatura

1. Alea, N., & Vick, S. C. (2010). The first sight of love: Relationship-defining memories and marital satisfaction across adulthood. *Memory, 18*(7), 730–742.
2. Allen, S. (2019). *Social media's growing impacts on our lives*. Posjećeno 17.08.2024. na mrežnoj stranici American Psychological Association: <https://www.apa.org/members/content/social-media-research>
3. Alobaidi, E. (2021). A study outlines the advantages and disadvantages of social media. *Academia: An International Multidisciplinary Research Journal, 11*(1), 1437-1444.
4. Barker, V. (2009). Older adolescents' motivations for social network site use: The influence of gender, group identity, and collective self-esteem. *Cyberpsychology & Behavior, 12*(2), 209–213.
5. Beeney, J. E., Hallquist, M. N., Clifton, A. D., Lazarus, S. A., & Pilkonis, P. A. (2018). Social disadvantage and borderline personality disorder: A study of social networks. *Personality Disorders: Theory, Research, and Treatment, 9*(1), 62–72.
6. Bouffard, S., Giglio, D., & Zheng, Z. (2022). Social Media and Romantic Relationship: Excessive Social Media Use Leads to Relationship Conflicts, Negative Outcomes, and Addiction via Mediated Pathways. *Social Science Computer Review, 40*(6), 1523-1541
7. Bruchmann, K. (2013). *Exploring the implications of construal level for social comparison theory*. Doktorska disertacija. Iowa: University of Iowa.
8. Buljan Flander, G., Selak Bagarić, E., Prijatelj, K., & Čagalj Farkas, M. (2020). Ispitivanje aktualnih trendova u korištenju društvenim mrežama kod učenika prvog i trećeg razreda srednjih škola u Hrvatskoj. *Kriminologija i socijalna integracija, 28*(2), 277-294.
9. Campbell, L., Overall, N., Rubin, H., & Lackenbauer, S. (2013). Inferring a Partners Ideal Discrepancies: Accuracy, Projection, and the Communicative Role of Interpersonal Behavior. *Journal of personality and social psychology, 105*(2), 217-233.
10. Carpenter, A., & Greene, K. (2015). Social penetration theory. In C. R. Berger, M. E. Roloff, S. R. Wilson, J. P. Dillard, J. Caughlin, & D. Solomon (Ur.), *The*

*International Encyclopedia of Interpersonal Communication*. (1<sup>st</sup> ed., pp. 1-4). Wiley-Blackwell.

11. Chuang, W., Matthew, K.O. L., & Zhongsheng, H. (2015). A theory of social media dependence: Evidence from microblog users. *Decision Support Systems*, *1*(69), 40-49.
12. Cohan, C. L., & Kleinbaum, S. (2002). Toward a greater understanding of the cohabitation effect: Premarital cohabitation and marital communication. *Journal of Marriage and Family*, *63*, 180-192.
13. Cutrona, C. E., Russell, D. W., Hessling, R. M., Brown, P. A., & Murry, V. (2000). Direct and moderating effects of community context on the psychological well-being of African American women. *Journal of personality and social psychology*, *79*(6), 1088–1101.
14. DataPortal (2024). *Global social media Statistics*. Posjećeno 23.8.2024. na mrežnoj stranici DataPortal: <https://datareportal.com/social-media-users>
15. Deh, D., & Glođović, D. (2018). The construction of identity in Digital Space. *American Journal of Art and Media Studies*, *16*, 101–111.
16. Drahošová, M., & Balco, P. (2017). The analysis of advantages and disadvantages of the use of social media in the European Union. *Procedia Computer Science*, *109*, 1005-1009.
17. Državni zavod za statistiku (2020). *Ljubav kroz statistiku*. Dostupno na mrežnoj stranici Državnog zavoda za statistiku: <https://dzs.gov.hr>
18. Elphinston, R., & Noller, P. (2011). Time to Face It! Facebook Intrusion and the Implications for Romantic Jealousy and Relationship Satisfaction. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, *14*, 631-635.
19. Emerson, R. M. (1976). Social Exchange Theory. *Annual Review of Sociology*, *2*, 335–362.
20. Emond, M., Vaillancourt-Morel, M.P., Métellus, S., Brassard, A., & Daspe, M.È. (2023). Social media jealousy and intimate partner violence in young adults' romantic relationships: A longitudinal study. *Telematics and Informatics*, *79*, 101956.
21. Festinger, L. (1954). A theory of social comparison. *Human Relations*, *7*, 117-140.

22. Fox, J., Osborn, J. L., & Warber, K. M. (2014). Relational dialectics and social networking sites: The role of Facebook in romantic relationship escalation, maintenance, conflict, and dissolution. *Computers in human behavior*, 35, 527-534.
23. Gerber, J. P., Wheeler, L., & Suls, J. (2017). A social comparison theory meta-analysis 60+ years on. *Psychological Bulletin*, 144(2), 177–197.
24. Gottman, J. M. (1993). A theory of marital dissolution and stability. *Journal of Family Psychology*, 7(1), 57–75.
25. Gürsoy, B. E. (2020). *Effect of social network sites on romantic relationships*. Diplomski rad. Ankar: Middle East Technical University.
26. Halpern, D., Katz, J., & Carril, C. (2017). The online ideal persona vs. the jealousy effect: Two explanations of why selfies are associated with lower-quality romantic relationships. *Telematics and Informatics*, 34, 114-123.
27. Hand, M. M., Thomas, D., Buboltz, W. C., Deemer, E. D., & Buyanjargal, M. (2013). Facebook and romantic relationships: Intimacy and couple satisfaction associated with online social network use. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(1), 8–13.
28. Helsper, E.J., & Whitty, M.T. (2010). Netiquette within married couples: Agreement about acceptable online behavior and surveillance between partners. *Computers in Human Behavior*, 26, 916–926.
29. Hruska, J., & Maresova, P. (2020). Use of social media platforms among adults in the United States—behavior on social media. *Societies*, 10(1), 1–14.
30. Hubvela (2023). *Advantages and Disadvantages of Social Media in Relationships* Posjećeno 17.08.2024. na mrežnoj stranici Hubvela: Hubvela<https://hubvela.com/hub/technology/advantages-disadvantages-social-media/relationships/>
31. Jarai, M. (2023). *How does social media affect relationships? Medical News Today*. Posjećeno 12.7.2024. na mrežnoj stranici Medical News Today: <https://www.medicalnewstoday.com/articles/social-media-and-relationships>
32. Johann, S. (2022). *Advantages and Disadvantages of Social Networks*. Posjećeno 12.7.2024. na mrežnoj stranici Linkendin. <https://www.linkedin.com/pulse/advantages-disadvantages-social-networks-johan-smith/>

33. Kesici, Ş., & Erdoğan, A. (2010). Mathematics Anxiety According to Middle School Students' Achievement Motivation and Social Comparison. *Education, 131*, 54-63.
34. Kendra, C. (2023). *What Is Social Exchange Theory?* Posjećeno 20.08.2024. na mrežnoj stranici Verywell mind: <https://www.verywellmind.com/what-is-social-exchange-theory-2795882>
35. Kunić, I., Vučković Matić, M., & Sindik, J. (2016). Društvene mreže i zdravlje. *Hrvatski Časopis za javno zdravstvo, 12* (47), 110-114.
36. LeBeau, L., & Buckingham, J. (2008). Relationship social comparison tendencies, insecurity, and perceived relationship quality. *Journal of Social and Personal Relationships, 25* (1), 71-86.
37. Lenhart, A., Anderson, M., & Smith, A. (2015). *Chapter 4: Social Media and Romantic Relationships*. Washington, DC: Pew Reaserch Center. Posjećeno 24.8.2024. na mrežnoj stranici Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/internet/2015/10/01/social-media-and-romantic-relationships>
38. Lenhart, A., Smith, A., & Anderson, M. (2015). *Teens, technology, and romantic relationships*. Washington, DC: Pew Research Center.
39. Majzoobi, M. R., & Forstmeier, S. (2022). The relationship between the reminiscence of relationship-defining memories and marital outcomes: A systematic review and meta-analysis. *Journal of Family Theory Review, 14*(1), 7-27.
40. Mandarić, V. (2012). Novi mediji i rizično ponašanje djece i mladih. *Bogoslovska smotra, 82* (1), 131-149.
41. Marshall, T.P. (2011). *A History of Communications: Media and Society from the Evolution of Speech to the Internet*. Iowa: University of Iowa. Cambridge University Press.
42. McDaniel, B. T., Drouin, M., & 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.
43. Menon, D. (2022). Uses and gratifications of educational apps: A study during COVID-19 pandemic. *Computers and Education Open, 3*(1), 1-9.
44. Miller, R. S. (2015). *Intimate relationships*. Houston: McGraw-Hill.



45. Miller, D., Costa, E., Haynes, N., McDonald, T., Nicolescu, R., Sinanan, J., & Spyer, J. (2016). *How the World Changed Social Media*. London, UK: UCL Press.
46. 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, 441–444.
47. Oulasvirta, A., Rattenbury, T.M. L., & Raita, E. (2012). Habits make smartphone use more pervasive. *Personal and Ubiquitous Computing*, 16(1), 105–114.
48. Pantic, I. (2014). Online social networking and mental health. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 17(10), 652-657.
49. Pines, A., & Aronson, E. (1983). Antecedents, correlates, and consequences of sexual jealousy. *Journal of Personality*, 51(1), 108–136.
50. Primack, B. A., Shensa, A., Escobar-Viera, C. G., Barrett, E. L., Sidani, J. E., Colditz, J. B., & James, A. E. (2017). Use of multiple social media platforms and symptoms of depression and anxiety: A nationally-representative study among US young adults. *Computers in human behavior*, 69, 1-9.
51. Salter, A. M. D., Blehar, M. C., Waters, E., & Wall, S. N. (2015). *Patterns of Attachment: A Psychological Study of the Strange Situation*. New York: Psychology Press.
52. Saylor Academy (2024). *Your Bridge to Better*. Posjećeno 18.8.2024. <https://www.saylor.org/>
53. Statista (2022). *Most used methods for communications in the U.S. 2022*. Posjećeno 22.09.2024. na mrežnoj stranici Statista: <https://www.statista.com/statistics/1332443/us-users-top-communication-methods/>
54. Statcounter (2023-2024). *Social Media Stats Croatia*. Posjećeno 23.08.2024. na mrežnoj stranici Statcounter: <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/croatia/#monthly-202307-202407>
55. Statista (2024a). *Most downloaded mobile apps worldwide in 2024*. Posjećeno 20.06.2024. na mrežnoj stranici Statista: <https://www.statista.com/statistics/1448008/top-downloaded-mobile-apps-worldwide/>

56. Statista (2024b). *Average daily time spent on social media worldwide 2012-2024*. Posjećeno 20.06.2024. na mrežnoj stranici Statista: <https://www.statista.com/statistics/433871/daily-social-media-usage-worldwide/>
57. Statista (2024c). *Number of social network users in Croatia from 2020 to 2029 (in millions)*. Posjećeno 23.08.2024. na mrežnoj stranici Statista: <https://www.statista.com/statistics/568872/predicted-number-of-social-network-users-in-croatia/>
58. Steijn, W. M. P., & Schouten, A. P. (2013). Information sharing and relationships on social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(8), 582–587.
59. Taylor, S. E., Peplau, L. A., & Sears, D. O. (2006). *Social psychology*. Pearson/Prentice Hall.
60. Techopedia (2016). *YouTube*. posjećeno 22.09.2024. na mrežnoj stranici Techopedia: <https://www.techopedia.com/definition/5219/youtube>
61. TechTarget (2021). *Facebook*. Posjećeno 22.09.2024. na mrežnoj stranici TechTarget: <https://www.techtarget.com/whatis/definition/Facebook>
62. Tesser, A., & Campbell, J. (2006). Self-evaluation maintenance and the perception of friends and strangers. *Journal of Personality*, 50(3), 261 - 279.
63. The Jed Foundation (2024). *Understanding social comparison on social media*. Jed Foundation. Posjećeno 11.7.2024. na mrežnoj stranici Jed Foundation. <https://jedfoundation.org/resource/understanding-social-comparison-on-social-media/>
64. Vogels, E. A., & McClain, M. (2023). *Key findings about online dating in the U.S. Pew Research center*. Posjećeno 23.8.2024. na mrežnoj stranici Pew Research Center <https://www.pewresearch.org/short-reads/2023/02/02/key-findings-about-online-dating-in-the-u-s/>
65. Zhang, R. (2023). Factors Affecting Online Dating Success. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*, 22, 640-645.
66. Wesner, K. A. (2008). Social Comparison of Romantic Relationships: *The Influence of Family, Friends, and Media*, 1–39.
67. Wills, T. A. (1981). Downward comparison principles in social psychology. *Psychological Bulletin*, 90(2), 245–271.

## **Prilog**

|  |   |
|--|---|
| Tablica 1. Prednosti i nedostaci korištenja društvenih mreža.....                                    | 5 |
| Slika 1. Korištenje društvenih mreža na globalnoj razini, korisnici,<br>pojedinačno i po spolu ..... | 6 |
| Slika 2. Raširenost korištenja pojedinih društvenih mreža.....                                       | 7 |

|  |    |
|--|----|
| Slika 3. Odgovori na anketno pitanje: „Jesi li ikada išao na spoj sa osobom koju si upoznao/la na društvenoj mreži?“ ..... | 9  |
| Slika 4. Raširenost korištenja društvenih mreža u Hrvatskoj .....  | 10 |
| Slika 5. Broj korisnika društvenih mreža u Hrvatskoj, izraženo u milijunima .....  | 11 |
| Tablica 2. Prednosti i nedostaci korištenja društvenih mreža u partnerskim odnosima .....                                  | 12 |