

ULOGA FACEBOOKA U SENTIMENTALNIM ODNOSIMA MLADIH

Elena Družeta :: Nada Zgrabljic Rotar

PRETHODNO PRIOPĆENJE / DOI: 10.20901/ms.8.16.6 / PRIMLJENO: 08.04.2017.

SAŽETAK Društvene mreže postale su dio ljudske svakodnevice. Njihova velika popularnost i raznoliki utjecaji na korisnike privlače sve veći broj istraživača. U ovom se članku istražuje uloga Facebooka u sentimentalnim odnosima mladih u Hrvatskoj. Svjetske studije jednoglasno potvrđuju da velika izloženost mladih Facebooku može utjecati na ponašanje korisnika i na ljudske odnose općenito, pa tako i na one ljubavne. Upotreba Facebooka dovela je do stvaranja novih, „neprirodnih“ elemenata u sentimentalnim vezama koji vode pojačanoj ljubomori, nepovjerenju, nesigurnosti, opterećenosti i nadziranju partnera. Budući da slična istraživanja nisu do sada provedena u Hrvatskoj, za potrebe ovog rada proveli smo kvantitativno istraživanje metodom ankete na uzorku od 92 studenta komunikologije s Hrvatskih studija Sveučilišta u Zagrebu te četiri dubinska intervjua sa studenticama s istog studija. Rezultati koje smo dobili pokazuju kako Facebook ima utjecaja na ljubavne veze – od njihova nastanka, razvijanja, održavanja pa sve do samog prekida. Najviše se ističu problemi ljubomore i nadziranja partnera.

KLJUČNE RIJEČI

DRUŠTVENE MREŽE, FACEBOOK, SENTIMENTALNI ODNOSI, NOVE TEHNOLOGIJE

Bilješka o autoricama

Elena Družeta :: diplomirala na studiju komunikologije Hrvatskih studija Sveučilišta u Zagrebu te na studiju sociologije na Filozofskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu :: druzeta.elena@gmail.com

Nada Zgrabljic Rotar :: Sveučilište u Zagrebu, Hrvatski studiji :: nrotar@hrstud.hr

Rad se temelji na istraživanju koje je Elena Družeta, uz mentorstvo prof. dr. sc. Nade Zgrabljic Rotar, provela za potrebe pisanja diplomskog rada „Utjecaj društvenih mreža na sentimentalne odnose“ koji je obranila na Sveučilištu u Zagrebu, na Hrvatskim studijima, 16. ožujka 2016. godine.

UVOD

Novi medijske tehnologije utječu na sve aspekte života, ne samo na zabavu i komunikaciju nego i na socijalne, kulturne, političke i ekonomske aspekte života. Širenje interneta promijenilo je način na koji koristimo medije. Digitalna kultura, kao novi pojam u informacijskom društvu, svojim je proizvodima formirala novu vrstu publike koja gradi vlastita pravila komuniciranja. Internet kao platforma tako postaje „dobro mjesto za život“ (Zgrabljic Rotar, 2011). Društvene mreže jedna su od najzanimljivijih tema za medijske stručnjake, komunikologe, psihologe i sociologe. Njihova je pojava uzdrmla ljudsku svakodnevnicu, izmijenila vrijednosti i norme, promijenila stavove i ponašanja. Ubrzani razvoj tehnologije donosi iz dana u dan nove izazove. Zbog toga su takve teme vrlo poticajne za istraživače, pogotovo ako se uzme u obzir da se društvo neprestano oblikuje i mijenja. Možda se najjasnije promjene mogu vidjeti na mladima zato što su oni najaktivniji korisnici koji od malih nogu odrastaju uz nove tehnologije. Popularnost društvenih mreža i njihova integracija u svakodnevni život dovodi do postavljanja različitih pitanja vezanih uz utjecaj društvenih mreža na svakodnevnicu: koliko mladi koriste društvene mreže; utječu li društvene mreže na njihove živote i ako da, kako utječu; utječu li društvene mreže na društveni život, razvijanje i održavanje međusobnih odnosa i ljubavnih veza? Istraživačkih je pitanja, dakako, mnogo, a u ovom smo radu odlučile istražiti kako mladi procjenjuju utjecaj Facebooka na svoje sentimentalne veze. Danas gotovo svaka mlada osoba posjeduje profil na Facebooku na kojem objavljuje veliki broj informacija o svom životu te preko kojega svakodnevno održava interakcije s okolinom. Takva platforma postaje vrlo primamljiva i izazovna za razvijanje i održavanje sentimentalnih veza jer nudi interakciju s partnerom, ali istovremeno omogućava nadzor i kontrolu partnera. Važno je naglasiti kako smo se u ovom istraživanju usmjerile na proučavanje društvene mreže Facebook kao najrelevantnije, najviše korištene društvene mreže u svijetu, koja nam je za analizu najpogodnija i zato što ima „postojanu strukturu koja ne dopušta značajno variranje od profila“ (Butigan, 2014: 2).

DRUŠTVENE MREŽE

Ljudi su, služeći se različitim načinima komunikacije, počeli prilagođavati svoje odnose brzom razvoju tehnologije, što zahtijeva istraživanja koja se bave proučavanjem „nove“ stvarnosti. Prema Hasanu Karalu i Mehmetu Kokocu društvene mreže su „najbrže razvijajući alat za stvaranje osobne mreže, pretpostavljaju središnju ulogu u životima mladih ljudi i svakodnevno privlače sve veći broj korisnika“ (2013: 646). Neke od trenutno najpopularnijih jesu Facebook, WhatsApp, Facebook Messenger, QQ, WeChat, QZone, Instagram, Tumblr, Twitter, Baidu Tieba, Snapchat (Statista, 2017). Dizajnirane su tako da

(...) omogućuju pojedincu samoprezentaciju, stvaranje, gledanje i korištenje liste prijatelja, pisanje komentara na profilima svojih prijatelja, slanje privatnih poruka, dijeljenje slika, videa, kreiranje grupa i drugih multimedijalnih sadržaja te tako omogućuju da svaki korisnik aktivno sudjeluje u stvaranju sadržaja (Kušić, 2010: 105).

Preko njih se odvija glavina svakodnevne komunikacije, grade se, održavaju i prekidaju prijateljstva i odnosi općenito te se danas koriste kao neizbježni alati i u poslovnom svijetu. Zbog brzog načina života u kojem je vremena sve manje, a podražaja sve više, to nam predstavlja najjednostavniji i najefikasniji način komunikacije. Danah Boyd i Nicole B. Ellison društvene mreže definiraju kao „uslugu temeljenu na *webu* koja omogućuje pojedincima da (1) izgrade javni ili polujavni profil unutar omeđenog sustava, (2) artikuliraju listu drugih korisnika s kojima dijele vezu i (3) gledaju i koriste vlastiti popis veza i popise veza drugih unutar sustava“ (2008: 211). Andreas Kaplan i Michael Haenlein (2010) kažu kako su društvene mreže medij za društvene interakcije te predstavljaju svojevrsan nadskup alata koji nadilazi sferu društvene komunikacije. Sam koncept *online* društvenih mreža prvenstveno je usmjeren na ljude, njihove interakcije i mogućnosti da sami biraju, kreiraju i dijele sadržaje s drugim korisnicima. Prirodna potreba ljudi kao društvenih bića da budu u interakciji s drugima te da budu prihvaćeni od strane drugih aktera odražava se upravo na njihovu globalnu popularnost. Ivana Hebrang Grgić i Dorja Mučnjak objašnjavaju kako su ljudi društvena bića, a „(...) u tom novom kontekstu dionici društvenog umrežavanja su pojedinci koji, koristeći se internetom i *web* aplikacijama, komuniciraju na potpuno nov način“ (2015: 232). Mnogi autori koji istražuju društvene mreže raspravljaju o važnoj i potencijalno opasnoj odrednici društvenih mreža, posebice za one najmlađe, a to je manipulacija dojmovima. U svome radu Ivana Butigan ističe kako je

(...) slika o sebi koja se projicira na društvenim mrežama dalekosežna i obuhvaća svu publiku, odnosno veze i kontakte koje korisnik posjeduje, a nerijetko utječe i na percepciju izvan konteksta virtualnih zajednica. Međutim, ukoliko se online i offline verzija nepomirljivo razlikuju, osoba će biti prozvana. Zato je korisnicima društvenih mreža u cilju pažljivo manipulirati dojmovima (Butigan, 2014: 22).

U tom smislu sve veća popularnost društvenih mreža, posebice među mladima, može dovesti do brisanja granica između „stvarnog“ identiteta (*offline*) i onog izgrađenog *online*. Odabir profilne slike, informacije o sebi, lista prijatelja i ostale mogućnosti koje se nude na društvenim mrežama zapravo su sredstva pomoću kojih se samoprezentiramo.

FACEBOOK

Facebook u 2017. godini ima više od 1,86 milijarda mjesečno aktivnih korisnika te preko 1,74 milijarde korisnika Facebookove mobilne aplikacije. Samo u Europi ima više od 307 milijuna aktivnih korisnika, a svake sekunde otvori se pet novih profila na Facebooku (Noyes, 2017). Facebookova popularnost temelji se na mnoštvu opcija koje nudi svojim korisnicima – da kreiraju vlastiti profil, naprave listu prijatelja s kojima mogu podijeliti informacije o sebi (datum rođenja, spol, rodni grad, trenutno boravište, ljubavni status, rodbinske veze, zaposlenje, seksualni interesi, informacije o vjerskom i političkom opredjeljenju, drugi interesi itd.), održavati višestruke interakcije – dijeliti fotografije, videa, razmjenjivati poruke (javne i privatne) ili objavljivati statuse koji govore o tome kako se korisnik trenutno osjeća, o čemu razmišlja, gdje se nalazi. Korisnici također imaju mogućnost pridružiti se brojnim grupama okupljenim oko specifičnih interesa, ili pak otvoriti vlastitu grupu i dodavati članove. Facebook omogućuje oglašavanje pa je tako postao i dio poslovnog svijeta. Obiljem sadržaja i aktivnosti koje nudi „začarao“ je ljude diljem svijeta, a posebice

pripadnike generacije Y¹ koji se od najranije dobi susreću s njim. To je mjesto na kojem otkrivaju detalje o svojem životu, ali i mjesto na kojem mogu doznati detalje iz tuđih života. U sociološkom smislu Facebook je postao „nova forma društvenosti, koja nameće nove obrasce ponašanja i nove načine društvenog povezivanja“ (Kušić, 2010: 106). U istraživanjima mnogi autori (Elphinston i Noller, 2011; Carpenter i Spottswood, 2013; Fox i sur., 2014; Muise i sur., 2009; Marshall i sur., 2012; Orosz i sur., 2015; Tokunaga, 2011) raspravljaju o pozitivnim i negativnim učincima Facebooka i njihovoj važnosti. Kao pozitivne učinke najčešće ističu interakciju s ljudima diljem svijeta, upoznavanje novih kultura, spajanje interesa i održavanje veze na daljinu. Ipak, u nešto većem broju prisutne su rasprave o negativnim učincima Facebooka, kao što su kultura druženja, priroda odnosa, govor, zaštita privatnosti i nadziranje. Mladi su prepušteni sebi i svojem virtualnom svijetu te im se tako „Facebook nameće kao jedna od 'poželjnih' i 'nezaobilaznih' opcija za provođenje slobodnog vremena“ (Kušić, 2010: 107). Kontakti uživo, druženja i razgovori svedeni su na minimum, a te se potrebe zadovoljavaju sjedeći ispred računala, „klikanjem“ po ekranu i *online* dopisivanjem.

ISTRAŽIVANJA ULOGE FACEBOOKA U VEZAMA

Moderna tehnologija dovela je društvo do napretka, ali je istovremeno postavila nove izazove i „zaprijetila“ svojim korisnicima. Iako ljudi donekle mogu funkcionirati i kada nisu u neposrednoj fizičkoj blizini svojeg partnera, održavanje emocionalne bliskosti i potpora ključni su faktori za održavanje veze. Jennifer N. Morey i suradnici (2013) objašnjavaju kako su takvi izazovi nerijetko ublaženi novim mogućnostima elektroničke komunikacije koja omogućuje mnoštvo opcija bez ulaganja velikog napora. Tehnologija ljudima nudi zamjene koje potiskuju stvarne potrebe, namećući se tako kao „tvorac njihove intime“. Drugim riječima, novi uređaji nude strojno posredovanje međuljudskih odnosa (Turkle, 2012). Zbog toga je utjecaj društvenih mreža na ljubavne odnose postao vrlo atraktivna tema za istraživače posljednjih godina. Društvene mreže usmjerene su više k zadovoljavanju socijalno-emocionalnih potreba nego onih informacijske prirode te djeluju na komunikacijskoj razini *osoba s osobom*, što omogućuje direktan i interpersonalan kontakt (Rau i sur., 2008). Prema studiji Michaela J. Rosenfelda i Reubena J. Thomasa iz 2012. godine čak se 22 % Amerikanaca upoznalo preko internetske platforme, što je gotovo jednako postotku parova koji se upoznaju *offline*, a dvostruko manje od onih koji se upoznaju na fakultetu. Autori ističu kako je od 1990-ih godina počeo padati broj parova koji su se upoznali izravno, *offline*, ili preko treće osobe, a neprestano raste broj onih parova koji su se upoznali *online*. Jesse Fox i suradnici u svojem istraživanju provedenom 2014. godine izdvojili su nekoliko ključnih utjecaja na sentimentalne odnose: *povezivanje* i *udruživanje* – Facebook omogućuje korisnicima da, bez obzira na udaljenost, imaju stalan kontakt i uvid u prisutnost prijatelja te da vide sadržaje koje dijele njihovi prijatelji; *vidljivost* – informacije koje su prije bile nevidljive, kada se objave, postaju javne i vidljive; *dosljednost* i *ponovljivost* – vezani su uz prirodu digitalne kulture kroz tekst, slike i sav ostali sadržaj objavljen na Facebooku koji se lako može spremiti, umnožavati, snimiti i ponovno objaviti te biti dostupan na mreži i dugo poslije inicijalnog objavljivanja, a vrlo teško ukloniti zauvijek. Rezultati njihove

¹ Tzv. digitalna generacija – generacija odrasla u svijetu u kojem je oduvijek bio prisutan internet te za koju je karakteristično korištenje tehnologije i više od osam sati dnevno (Čirjak, 2013).

va istraživanja pokazali su kako Facebook doprinosi i predviđa prostor diskurzivnih borbi povezanih s nekoliko dijalektičkih procesa: *integracija – odvajanje, izražavanje – privatnost, stabilnost – promjena*. Drugim riječima, partneri se povezuju s drugima i integriraju se u svijetu društvenih mreža, a istovremeno se bore da zadrže privatnost i neovisnost. U tom smislu Facebook postaje potencijalno mjesto ili okidač za stvaranje konflikata u vezi. Osim toga, karakteristike Facebooka omogućuju i nadgledanje sadašnjih ili bivših partnera te traženje potencijalnih novih partnera. Zahvaljujući objavljivanju raznih informacija iz različitih izvora, on predstavlja lokaciju na kojoj se vrlo lako pronađu sve potrebne informacije. Drugim riječima, partnera se može nadzirati tako da se prate njegove objave, slike, događaji koje prati, lokacije na kojima se označava i slično. Facebook predstavlja ne samo interaktivnu i zabavnu stranicu već i prikriven, indirektan izvor različitih informacija o partneru te kao takav može oblikovati misli i osjećaje o postojećoj vezi. Robert S. Tokunaga (2011) jedan je od prvih istraživača koji se bavio pitanjima nadziranja partnera preko društvenih mreža kao alata koji omogućuje lako i nesmetano provođenje takvih aktivnosti. Problemizirao je fenomen nadziranja i njegovu povezanost s ljubomorom. Ističe kako je ljubomora ta koja potiče osobu da nadzire partnera, a Facebook je mjesto koje obiluje bogatstvom „korisnih“ informacija. U istraživanju je izdvojio četiri karakteristike društvenih mreža koje tvore savršenu podlogu za nadziranje – dostupnost svih potrebnih podataka, multimedijalnost, mogućnost snimanja podataka i arhiviranja te geografska udaljenost. Problemom nadziranja također su se bavili Rachel A. Elphinston i Patricia Noller (2011) u istraživanju u kojem su na studentima preddiplomskog studija koji su tada bili u ljubavnoj vezi proučavali vezu između „upadanja“ na Facebook i ljubomore te njihov utjecaj na vezu. Rezultati su pokazali kako je „upadanje“ na partnerov Facebook izravno povezano s nezadovoljstvom u vezi kroz ljubomorne misli i nadziranje partnera. Facebook tako predstavlja okruženje koje je pogodno za razvijanje ljubomornih osjećaja i ponašanja, a ovisnička ponašanja na Facebooku povezana su s negativnim ishodom za sentimentalne veze. Amy Muise i suradnici (2014) proučavali su rodne razlike u nadgledanju partnera. Njihove dvije studije pokazale su da žene češće od muškaraca nadziru partnerove aktivnosti. U prvoj studiji ispitanici su bili izloženi eksperimentalnim uvjetima koji su trebali izazvati ljubomoru, a mjerilo im se vrijeme pretraživanja. Prilikom izazivanja osjećaja ljubomore, žene su provele više vremena istražujući Facebook. U drugoj su studiji rezultati pokazali kako su žene, u vrijeme kada su iskazivale veću ljubomoru, provele znatno više vremena nadzirući svog partnera, a istraživači su tu povezanost objasnili mehanizmom anksiozne vezanosti uz partnera. Ljubomora je prirodni sastojak ljubavnog odnosa te se mora promatrati kao složena pojava, kombinacija osjećaja i reakcija. Možemo je definirati kao određenu vrstu straha koju osoba osjeća kada procjenjuje da postoji potencijalna opasnost da osoba koju ona voli zavoli nekog trećeg ili kad se seksualna pažnja te osobe usmjeri na neku drugu osobu (Milivojević, 2010). Tako su neki autori, kao primjerice Amy Muise i suradnici (2009), Tara C. Marshall i suradnici (2012) i Gábor Orosz i suradnici (2015) posebno proučavali problem ljubomore i Facebooka, s obzirom na to da Facebook predstavlja prikriven, indirektan izvor različitih informacija o partneru koji može oblikovati misli i osjećaje o postojećoj vezi. Facebook kao platforma namijenjena komunikaciji, druženju, zabavi i neprekidnoj interakciji plodno je tlo za izazivanje negativnih osjećaja ljubomore ili zavisti. Istraživanja govore o tome kako su količina vremena provedena *online* i ljubomora značajno povezani tzv. dvostrukom uzročnosti – količina vremena koju partner

provede na Facebooku povećava ljubomoru, dok s druge strane povišena razina ljubomore kod osobe može rezultirati provođenjem više vremena *online* (prema Ivnik, 2014). Svojem istraživanjem o ljubavi i ljubomori u odnosu na status veze na Facebooku Orosz i suradnici (2015) došli su do zanimljivih rezultata – oni koji objavljuju svoji status veze na Facebooku izražavaju veću ljubav prema partneru od onih koji to ne objavljuju. Što jaču ljubav izražavaju, pokazuju i snažnije znakove ljubomore, što se može protumačiti kao pokušaj da se veza zaštiti od potencijalnih prijetnji. Upravo dostupnost velikog broja informacija, koje su u svojoj biti dvosmislene, dovodi do sumnjičavosti, nezadovoljstva i nesigurnosti. Autori zaključuju kako je čin objave statusa „u vezi“ – čime se veza iz *offline* svijeta službeno objavljuje *online*, a korisnik postaje „Facebook službeni“ – u izvjesnom smislu znak službenog vezanja u *online* svijetu (kao što je to primjerice vjenčani prsten u *offline* svijetu). Jesse Fox i suradnici (2013), istražujući Facebook i veze, otkrili su kako žene trenutak u vezi u kojem javnom promjenom statusa postaju „Facebook službeni“ vide puno značajnijim nego muškarci te više vjeruju kako ljudi primjećuju kada neki par postane „Facebook službeni“. Rezultati pokazuju i da parovima treba od nekoliko tjedana do nekoliko mjeseci da se odluče objaviti svoj status veze na Facebooku. Također, osobe su sklone objaviti status „u vezi s...“ onda kada osjećaju da im je veza postala ozbiljnija, zrelija i stabilnija (Bowe, 2010). Laureen M. Papp i suradnici (2012) otkrivaju kako javni status veze u određenom smislu služi kao zaštitni zid za potencijalne udvarače, otežavajući im na taj način da započnu bilo kakvu vrstu flerta. Koliko su problemi nadziranja i ljubomore na Facebooku značajni, pokazuju razvijene skale za mjerenje „Facebook ljubomore“ (*Facebook jealousy scale*)² i „interpersonalnog elektroničkog nadzora“ (*IES Scale for SNSs*)³. Rachel A. Elphinston i Patricia Noller (2011) objašnjavaju kako sama priroda Facebooka da zadire u živote svojih korisnika, s beskonačnim brojem mogućih prijetnji s „trećih“ strana, potiče ljubomorne misli i nadzornička ponašanja, što na kraju rezultira sve većim stupnjem nezadovoljstva u vezi. Tako se osjećaji ljubomore počinju povezivati s nedostatkom povjerenja i samopoštovanja korisnika (Farrugia, 2013). Iako društvene mreže mogu imati i pozitivne utjecaje na ljubavni odnos, Christopher Carpenter i Erin Spottswood (2013) zaključuju da istraživanja pokazuju kako one ipak predstavljaju veću opasnost i imaju veći negativni utjecaj na veze.

ISTRAŽIVANJE

Predmet, svrha, cilj i hipoteze

Predmet istraživanja ovog rada jest Facebook i njegova uloga u sentimentalnim vezama⁴ mladih. Cilj je ovog istraživanja ispitati kako mladi u Hrvatskoj procjenjuju ulogu Facebooka u sentimentalnim odnosima. Želimo odgovoriti na to pitanje kako bismo mogli osvjestiti taj novi fenomen, s obzirom na to da je ovaj predmet istraživanja aktualan, relevantan i važan za široku populaciju, a posebice za mlade. Istražit ćemo kako mladi ocjenjuju ljubavne veze i njihovo prilagođavanje suvremenim zahtjevima Facebooka;

² Amy Muise i suradnici (2009) konstruirali su skalu „Facebook ljubomore“ koja ispituje ljubomoru u različitim svakodnevnim situacijama u kojima se partneri nalaze.

³ Robert S. Tokunaga (2011) za potrebe svog istraživanja konstruirao je skalu „interpersonalnog elektroničkog nadzora“.

⁴ Sentimentalna veza označava vezu između dvoje ljudi koja se temelji na osjećajima koje gaje jedno prema drugom, podrazumijeva intiman odnos i seksualnu privlačnost; ljubavna veza, ljubavni odnos.

točnije, istražiti ćemo kako mladi korisnici procjenjuju utjecaje svakodnevnog korištenja Facebooka na razvijanje veze, održavanje veze, probleme i konflikte u vezi te u konačnici na prekidanje veze. Hipoteze ovog istraživanja jesu sljedeće:

- H1: Društvene mreže utječu na sentimentalne veze.
- H2: Postajanje „Facebook službeni“ važna je stavka u vezi.
- H3: Održavanje veze na Facebooku važno je za odnos.
- H4: Facebook potiče ljubomoru, nadzor i nesigurnost u vezi.
- H5: Facebook može biti uzrok prekida veze ili može otežati prekid.

Metodološki okvir istraživanja

U ovom radu koristile smo kvantitativne i kvalitativne metode istraživanja. Za kvantitativno istraživanje koristile smo metodu ankete pomoću konstruiranog upitnika koji je sadržavao 50 pitanja. Anonimna anketa provedena je na obaveznim predavanjima studenata komunikologije na Hrvatskim studijima u srpnju 2015. godine. Nakon obrade rezultata pomoću programa IBM SPSS, provele smo kvalitativno istraživanje u kojem smo podatke prikupljale metodom dubinskog intervjua. Pomoću metode dubinskog intervjua željele smo razjasniti određene problematične točke uočene prilikom obrade podataka iz anketa jer nam dubinski intervjui pružaju potrebnu slobodu i dubinu u istraživanju i mogućnost „zavirivanja ispod površine“, što nije moguće postići metodom ankete. Provele smo četiri dubinska intervjua u listopadu 2015. sa studenticama komunikologije s Hrvatskih studija. Koristile smo polustrukturirani upitnik kako bismo ostavile prostora za razvijanje misli ispitanika, a sve u svrhu dobivanja jasnijih rezultata.

Pri konstruiranju mjernog instrumenta koristile smo se istraživanjem Foxa i suradnika iz 2014. godine pod nazivom *Relacijske dijalektike i društvene mreže: Utjecaj Facebooka na uspostavljanje, održavanje, konflikt i raskidanje sentimentalnih veza*.⁵ Pomoću njihovih zaključno formiranih kategorija kreirale smo svoj mjerni instrument. Pri nekim smo se kategorijama poslužile i skalama *Facebook ljubomore* i *interpersonalnog elektroničkog nadzora* te smo preuzele određene čestice. U skladu s prethodno navedenim smjernicama kojima smo se vodile u istraživanju te s obzirom na predmet mjerenja definirali smo sljedeće poddomene: *postajanje „Facebook službeni“ – nastanak veze; održavanje veze; nevolje i konflikti u vezi; prekid veze*.⁶

⁵ U ovom istraživanju autori su koristili metodu fokus-grupa. Za nju su se odlučili prije svega zato što postoje vrlo rijetke studije koje ispituju ulogu društvenih mreža u romantičnim vezama te su se opredijelili za onu metodu koja im pruža dovoljno slobode i prostora za dublje proučavanje i rasvjetljavanje izabrane pojave. Okupili su deset fokus-grupa u skupinama od 3 do 6 ispitanika te snimali verbalne i neverbalne akcije kako bi što bolje mogli analizirati problem. Svih 47 ispitanika bilo je barem u jednoj vezi otkad su otvorili svoj profil na Facebooku. Moderatoru su koristili polustrukturirani upitnik. Ispitanici su zamoženi da odgovaraju u svoje osobno ime, ali i da govore o iskustvima drugih koje poznaju. To je istraživačima omogućilo da dobiju potpuniji uvid u predmet istraživanja. Kontinuiranom komparacijom i kodiranjem istraživači su razvili nekoliko kategorija koje su kasnije bile ponovno podvrgnute provjeri kod ispitanika prilikom provođenja fokus-grupa kako bi se provjerila točnost podataka. Autori su predstavili dobivene rezultate istraživanja koje su raščlanili na nekoliko kategorija utjecaja koje Facebook ima na ljubavne veze: postajanje „Facebook službeni“ (nastanak veze), održavanje veze, nevolje i konflikti te prekidanje veze. Sukladno tim kategorijama, mi smo kreirale svoj mjerni instrument i za svaku kategoriju postavile smo nekoliko čestica koje mjere izabranu pojavu.

⁶ Navedene poddomene koristile smo u anketi i prilikom provođenja dubinskih intervjua.

Uzorak

Uzorak je ovog istraživanja prigodni, a sačinjavaju ga studenti komunikologije pred-diplomskog i diplomskog studija na Hrvatskim studijima Sveučilišta u Zagrebu. Uzorak na kojem smo proveli anketno istraživanje čine 103 studenta, s tim da smo 12 anketa proglašile nevažećima⁷. Ukupni uzorak je 91 ispitanik, od čega 71 žena (78 %) te 20 muškaraca (22 %), od toga 51 student s preddiplomskog (56 %), a 40 s diplomskog (44 %) studija komunikologije. Ni jedan ispitanik nije stariji od 27 godina. Uzorak za dubinske intervju bio je također prigodni. Intervjuirale smo četiri studentice komunikologije s Hrvatskih studija u dobi do 25 godina s kojima smo najlakše stupile u kontakt i provele intervju.

REZULTATI ANKETNOG ISTRAŽIVANJA

Rezultati istraživanja pokazuju kako svi ispitanici posjeduju profil na Facebooku. 84 % ispitanika posjećuje Facebook tri ili više puta dnevno, njih 8 % dva puta dnevno, 3 % jedanput dnevno te njih samo 5 % ne posjećuje Facebook svaki dan. 27 % ispitanika provede oko 30 minuta dnevno na Facebooku, 43 % ispitanika sat-dva, a njih 24 % dva sata ili više. 67 % ispitanika nema trenutno naveden status veze na svom profilu, dok njih 33 % ima. 60 % ispitanika poznaje ljude koji su prekinuli vezu ili imali problema u vezi zbog Facebooka.

Ispitanike koje smo ispitivale anketnim upitnikom nismo ispitale jesu li trenutno ili su bili u vezi u kojoj su oba partnera koristila Facebook. U tom smislu pretpostavljamo da odgovori predstavljaju opća mišljenja temeljena na prošlim ili sadašnjim vlastitim iskustvima ili iskustvima njihove okoline, s obzirom na to da nismo ispitivale mišljenje temeljeno isključivo na osobnom iskustvu. U nastavku donosimo tablični prikaz rezultata anketnog istraživanja izraženih u postotcima⁸.

Tablica 1. Poddomena „Razvijanje veze“ (%)

Razvijanje veze – postajanje „Fb službeni“	ne slažem se	ne mogu procijeniti	slažem se
Kada uđem u vezu, razmišljam kako bih trebao/la staviti status o tome.	84	5	11
„Postajanje službeni“ za mene predstavlja vrlo bitnu stavku u vezi.	90	6,6	3,4
Razgovaram s partnerom o tome da javno objavimo da smo u vezi.	64,5	19	16,5
Javnim objavljivanjem na Facebooku veza postaje ozbiljnija.	78,2	14	7,8
Kada postane javno objavljena, osjećam se sigurnije u svoju vezu.	82,4	8,8	8,8

⁷ 12 anketa proglašeno je nevažećima zato što nisu popunjene do kraja ili su ispunjavane na način da su svi odgovori ispitanika u anketi bili označeni jednom, i to uvijek istom ocjenom.

⁸ Rezultate dubinskih intervjua uključit ćemo u raspravu o dobivenim rezultatima istraživanja zato što ih ovdje zbog ograničenog prostora ne ćemo biti u mogućnosti predstaviti.

Razvijanje veze – postajanje „Fb službeni“	ne slažem se	ne mogu procijeniti	slažem se
Kvaliteta veze postaje upitna ukoliko nije objavljena <i>online</i> .	90	9	1
Ako moj partner ne želi odmah objaviti da smo u vezi, postajem sumnjičav/a.	74	10	16
Ukoliko smo odlučili objaviti svoju vezu na Facebooku, znak je da imamo dugotrajnije namjere.	79	10	11
Važno mi je biti „Facebook <i>official</i> “ jer tako držim potencijalne udvarače dalje od svog partnera.	77	10	13

Tablica 1 pokazuje kako ispitanici smatraju da javno objavljivanje veze na Facebooku ne predstavlja bitnu stavku u vezi (90 %). Samo 1 % ispitanika smatra da kvaliteta veze postaje upitna ako nije objavljena *online*. Ispitanici u ovoj kategoriji negiraju važnost javnog objavljivanja veze što se može povezati s činjenicom da studenti komunikologije imaju razvijenu svijest o utjecaju Facebooka te bi bilo zanimljivo napraviti usporedbu s mlađim ispitanicima.

Tablica 2. Poddomena „Održavanje veze“ (%)

Održavanje veze	ne slažem se	ne mogu procijeniti	slažem se
S partnerom održavam javnu interakciju na Facebooku.	56	19,6	24,4
Imam potpunu slobodu o tome što pišem, komentiram, <i>lajkam</i> na partnerovom profilu.	11	15	74
Dogovaram se s partnerom o tome što je prihvatljivo da objavljujemo.	76	12	12
Volim kada partner komentira ili <i>lajka</i> moje objave.	20	26	54
Što više objava, komentara, slika partner ostavlja na mom zidu, znak je da nam je veza čvršća.	90	6,5	3,5
Osjećam se sigurnije kada partner stavi našu zajedničku sliku profila.	59	20	21
Imam potrebu objavljivati slike i statuse s partnerom.	64	22	14
Prije nego objavim nešto zajedničko, pitam partnera za mišljenje.	61,5	10,9	27,6
Smeta mi često komentiranje mojih objava od strane mog partnera.	84	10	6

Tablica 2 pokazuje kako 24 % ispitanika održava javnu interakciju s partnerom na Facebooku, njih 54 % odobrava i voli *feedback* od partnera na njihove javne objave, a njih 74 % smatra da ima slobodu u provođenju aktivnosti na partnerovu profilu. Visokih 90 % ispitanika smatra da broj objava, komentara i zajedničkih slika koje partner objavljuje nije znak čvrste veze. Nešto više od četvrtine ispitanika slaže se da treba pitati partnera za mišljenje prije nego se objavi nešto zajedničko. 21 % ispitanika osjeća se sigurnije kada partnerica ili

partner za sliku profila odabere zajedničku fotografiju. U ovoj je poddomeni također vidljivo kako kod naših ispitanika postoji stupanj svijesti o tome koliko je virtualan svijet ipak virtualan te da on ne mora nužno posjedovati sve događaje iz stvarnoga svijeta. Također, smatramo da bi rezultati ove domene bili drukčiji da su se provodili na mlađoj populaciji koja je dublje infiltrirana u svijet društvenih mreža i kod kojih još ne postoji visoka razina svjesnosti o utjecaju društvenih mreža na život i međusobne odnose.

Tablica 3. Poddomena „Nevolje i konflikti“ (%)

Nevolje i konflikti	ne slažem se	ne mogu procijeniti	slažem se
Facebook je izvor potencijalnih prijetnji u mojoj i partnerovoj vezi.	52,8	15,3	31,9
Posjećujem partnerov profil često.	37,2	21	41,8
Znam koji su partnerovi novi prijatelji.	60	20	20
Provjeravam partnerov profil kako bih se domogao/la informacija koje mi je partner možda pokušao prešutjeti.	73	10	17
Što moj partner provodi više vremena na Facebooku, moja sumnjičavost raste.	80	10	10
Facebook može izazvati nemire u vezi.	34	14,3	51,7
Status <i>it's complicated</i> izraz je nestabilnosti u vezi.	44	30	26
Smeta me kada moj partner ima bivše cure/dečke kao prijatelje na Facebooku.	67	8	25
Znam partnerovu šifru od Facebooka.	78	6	16
Zajednički Facebook profil učinio bi me smirenijim/om.	94	3	3
Ljuti me kada partner objavi sliku s osobom suprotnog spola.	75	10	15
Ispitujem partnera o njegovim prijateljima na Facebooku.	77	15	8
Da neke stvari nisu objavljene na Facebooku, bile bi umanjene ili ignorirane u <i>offline</i> svijetu.	45	18	37
Ne mogu znati sa sigurnošću kakve privatne poruke šalje moj partner.	36	18	46
Zabrinut/a sam da bi mog partnera mogao zainteresirati netko od njegovih prijatelja/ica na Facebooku.	70	17	13
Imao/la sam svađu s partnerom oko Facebooka.	60	10	30
Pokušao/la sam pomoću Facebooka izazvati ljubomoru kod partnera.	62,6	22	15,4
Dodajem prijatelje od partnera kako bih mogao/la lakše nadzirati partnerove aktivnosti.	92	5	3
Pratim kada je moj partner <i>online</i> na Facebooku.	45	17,5	37,5
Facebook me čini ljubomornijim/om nego što to inače jesam.	60	21	19

Iz tablice 3 vidljivo je kako 52 % ispitanika procjenjuje da Facebook može izazvati nemire u vezi. Bilo da potvrđuju iz vlastitog iskustva ili da daju svoje opće mišljenje, ispitanici su svjesni da profil na Facebooku može biti razlog za akumulaciju određenih negativnosti u ljubavnim vezama. 30 % naših ispitanika potvrdilo je svađu s partnerom oko Facebooka, a njih 32 % procjenjuje da Facebook može biti izvor potencijalnih prijetnji u njihovoj vezi. 42 % ispitanika često posjećuje partnerov profil, njih 38 % prati kada je partner na mreži. Postojanost elementa nadgledanja preko društvenih mreža predstavlja negativni čimbenik za osobu koja vrši nadgledanje, s obzirom na to da nadgledanje upućuje na postojanost određene sumnje. 78 % ispitanika ne zna partnerovu šifru od Facebooka, a njih 80 % nisu zabrinuti niti sumnjičavi što partner provodi puno vremena na Facebooku. 36 % ispitanika tvrdi kako može znati kakve privatne poruke šalje njihov partner, što upućuje na činjenicu da imaju uvid u partnerove privatne poruke. Ostaje upitno omogućava li im partner uvid u poruke ili se partnerov profil provjeravaju bez njegova znanja.

Tablica 4. Poddomena „Prekid veze“ (%)

Prekid veze	ne slažem se	ne mogu procijeniti	slažem se
Facebook može biti uzrok prekida veze.	17,5	22	60,5
Facebook otežava prekid.	42	33	25
Proces odvajanja od bivše/g puno je teži jer stvari vezane za partnera i bivšu vezu još uvijek su na Facebooku (zajedničke fotografije, objave, statusi itd).	30	20	50
Prekid se može odužiti ili zakomplicirati zbog Facebooka.	26	34	40

Rezultati prikazani u tablici 4 pokazuju kako 61 % ispitanika procjenjuje da Facebook može biti uzrok prekida ljubavne veze, što pokazuje svjesnost ispitanika o postojanju mogućih negativnih utjecaja koje Facebook može imati na vezu između dvoje ljudi. Iako je to vrlo individualno, bitno je naglasiti kako ispitanici smatraju da takva opasnost postoji. 40 % procjenjuje da Facebook otežava ili komplicira prekid, a 50 % ispitanika smatra da proces odvajanja od bivše partnerice odnosno bivšeg partnera Facebook čini puno težim. Ovi su rezultati vezani uz samu prirodu digitalne kulture, jer tekst, slike i sav ostali sadržaj objavljen na Facebooku može biti dostupan na mreži i dugo poslije inicijalnog objavljivanja.

RASPRAVA O REZULTATIMA ISTRAŽIVANJA

Nakon što smo dobile rezultate anketnog istraživanja, provele smo dubinske intervjue u kojima smo ispitanicama pružile prostor da otvoreno i slobodno govore o učincima Facebooka. Razgovor o Facebooku usmjeravale smo potpitanjima, a obuhvatile smo iste poddomene kao u anketnom istraživanju. Ispitanice jesu ili su bile u vezi u kojoj su oba partnera posjedovala profile na Facebooku te su njihovi odgovori rezultat njihovih osobnih iskustava. U nastavku donosimo raspravu o dobivenim rezultatima intervjua i anketnog istraživanja.

Postajanje „Facebook službeni“ važna je stavka u vezi

U anketnom istraživanju čak se 90 % ispitanika izjasnilo kako postajanje „Facebook službeni“ za njih ne predstavlja bitnu stavku u odnosu. U dubinskim intervjuima ispitanice su se također složile da im to uglavnom ne predstavlja bitnu stavku u vezi, ne smatrajući taj trenutak vrlo važnim jer ne doživljavaju Facebook „preozbiljno“ i „preosobno“. Kao mogući motiv za objavljivanje statusa veze navele su nekoliko razloga: objavljivanje statusa na početku veze kako bi se „šira javnost“ upoznala s činjenicom da su ušle u novu vezu (u nekim slučajevima i konkretno s kime), jer je to

najlakši način da se to objavi široj javnosti (Ispitanica, 20).

Nakon što se veza objavi javno, obično slijedi dodavanje partnerovih prijatelja i praćenje njihovih objava kako bi se bolje „upoznali“. Kada je veza objavljena, u očima drugih, dvoje ljudi počinju biti promatrani kao par:

I onda svi znaju, vide da ste skupa pa prate vašu vezu, kakvi ste, da li sad komunicirate ili ne, jeste možda posvađani... (Ispitanica, 21).

Neke su ispitanice navele da se stavljanjem statusa o vezi partner „označi“ kao zauzet, čime se žele spriječiti mogući pokušaji udvaranja. Druge su ispitanice kao motiv navele svoje prijatelje na Facebooku koji su svoju vezu javno objavili, a neke su navele sumnju i nepovjerenje u svog partnera kao motiv. Složile su se kako to za njih ne predstavlja važnu stavku. Rezultati našeg istraživanja pokazuju da odbacujemo hipotezu koja govori da je postajanje „Facebook službenima“ važna stavka u vezi.

Održavanje veze na Facebooku važno je za odnos

Tek oko polovine anketiranih ispitanika održava javnu interakciju s partnerom na Facebooku. Oko 65 % njih nemaju potrebu objavljivati slike i statuse s partnerom, a visokih 90 % slaže se da česta interakcija ne znači da je veza stabilna. Ovi nam rezultati govore da su ispitanici ipak svjesni da se, u tom smislu, krećemo u virtualnom svijetu u kojem nerijetko vlada površnost i potreba za uljepšavanjem stvari. Ispitanici tako ne povezuju stabilnost i jačinu sentimentalnog odnosa s *online* interakcijama za koje može postojati mnogo motiva. Ipak, više od polovine ispitanika voli kada partner komentira ili *lajka* njihove objave. U intervjuima su ispitanice potvrdile kako je njihova *online* interakcija s partnerima najčešće bila minimalna ili nikakva, ovisno o periodu. Međutim, složne su oko činjenice da u svojoj okolini poznaju veliki broj ljudi koji redovito održavaju javnu interakciju s partnerom te su takve aktivnosti ocijenile odbojnim i neiskrenim. Takva ponašanja za njih su odraz nesigurnosti jer se kontinuirano javno naglašavanje svog odnosa (npr. stavljanje srca po zidu, *lajkanje*, komentiranje objava svog partnera i sl.) smatra nepotrebnim. Štoviše, doima se suprotnim, kao da se tako želi prividno prikazati ljepota odnosa:

(...) kao da moraju svi znati da se oni 'vole' (Ispitanica, 21).

Neke su ispitanice kroz razgovor više puta upotrijebile riječi „to se podrazumijeva“, misleći pritom da se podrazumijeva ako ste u vezi da imate javnu interakciju, najčešće kroz „pisanja“ srca po zidu ili u komentarima te kroz objavljivanje zajedničkih fotografija:

Na Fejsu ti se podrazumijeva, ako stavljamo slike, znači da smo u sretnoj vezi, ako ne, znači da nam je malo klimavo. Ili ako dugo ne staviš sliku – nisu skupa. Kao da je to tako nametnuto... (Ispitanica, 21).

Također, ono što se „podrazumijeva“ jest to da je partnerica ta koja bi trebala imati sliku profila sa svojim partnerom, i to najčešće zato što se žene

teže brane od muškaraca koji napadaju (Ispitanica, 21).

S obzirom na rezultate istraživanja hipotezu da je održavanje veze na Facebooku važno za odnos djelomično prihvaćamo.

Facebook potiče ljubomoru, nadzor i nesigurnost u vezi

Ova nam se poddomena pokazala vrlo problematičnom prilikom rasprave o dobivenim rezultatima. Rezultati anketnog istraživanja pokazuju nešto niže rezultate o Facebooku kao platformi koja potiče ljubomoru i nadzor, dok u dubinskim intervjuima dobivamo upravo suprotne rezultate potkrijepljene primjerima iz iskustva ispitanica ili iz iskustva njihove okoline. U anketnom istraživanju oko polovine ispitanika smatra da Facebook predstavlja izvor potencijalnih prijetnji njihovoj vezi. Govoreći o nadziranju partnera, više od 40 % ispitanika često posjećuje partnerov profil. Njih 35 % potvrđuje da su, iako to rade, svjesni da je nadgledanje loše, a 38 % ispitanika prati kada je njihov partner *online*. Istraživanja koja se bave utjecajem Facebooka na veze ističu nadziranje partnera kao jedan od glavnih problema koji proizlazi iz suvremenog načina korištenja društvenih mreža (Tokunaga, 2011; Elphinston i Noller, 2011). Budući da je Facebook platforma koja svojim ustrojstvom predstavlja plodno tlo za vršenje nadzora i nadgledanja, ta se aktivnost posebno može iskoristiti kao alat u ljubavnim odnosima. Naše su sugovornice u dubinskim intervjuima potvrdile aktivnosti nadgledanja partnera. Najčešće, svaki put kada otvore svoj profil, prvo pogledaju kada je partner bio na mreži, što je objavio, komentirao, *lajkao* i slično. To uvelike olakšava opcija „Bliski prijatelji“ koja omogućuje pregled gotovo svake aktivnosti osobe koju stavimo na listu. S obzirom na takve mogućnosti i lakoću kojom se to postiže, ispitanici ističu kako je vrlo teško oduprijeti se nadziranju, iako to svjesno ne žele raditi:

Ja znam da je sve ovo šta sam rekla nadziranje partnera. I, vjeruj mi, trudim se da to ne radim. A ne znam zašto to radim. Potreba za sigurnosti, želim znati da li je istina to šta mi je partner rekao. Ali stvarno se trudim da to ne radim. Jer tamo je sve dostupno, možeš nadzirati bez problema (Ispitanica, 20).

Neke su ispitanice navele da nadziranje vrše tako da prate partnerove prijatelje ili stranice od mjesta na kojima se on često kreće:

Fejs ti daje priliku da se igraš detektiva i lopova. Ti sve možeš tamo provjeriti. Doslovno, on ti kaže da ide spavati, a ti to možeš provjeriti tako da vidiš da li je online i prije koliko minuta ili sati je bio na mreži. Fejs ti daje moć da pratiš nešto što se nekad moglo 'sakriti', a sad se više ništa ne može sakriti (Ispitanica, 25).

Korištenje Facebooka može povećati ne samo međusobno nadziranje nego i ljubomoru. U anketnom istraživanju odgovori ispitanika na temu ljubomore u većoj mjeri negiraju povezanost Facebooka i ljubomore, kao elementa koji Facebook može poticati. Pripisujemo to mogućoj nelagodnosti ispitanika pri odgovaranju na intimna, (moguće) previše izravna i neugodna pitanja te želji da se daju društveno poželjni odgovori ili je možda, u nekim slučajevima, to rezultat negiranja istine, pri čemu se ne želi priznati prakticiranje takvih aktivnosti. Ipak, sve su se naše sugovornice u intervjuima složile da Facebook potiče ljubomoru i ljubomorne aktivnosti. Najčešći izvor za takvo ponašanje jesu komentari i *lajkovi* od osoba suprotnog spola, dodavanje ili prihvaćanje osoba suprotnog spola za prijatelje, objavljivanje vlastitih slika koje „nisu za Fejs“ ili dopisivanje s osobama suprotnog spola. Svaki od ispitanika susreo se s ovim poteškoćama u svojoj vezi, iskusivši obje strane, ljubomornog partnera ili partnera kojem se prigovara za ljubomoru. Jedna je ispitanica naglasila kako se u njezinoj vezi „podrazumijevalo“ da ona neće *lajkati* slike muškarcima i komunicirati s njima, a njezin partner neće to činiti osobama ženskog spola. Mladi često pristaju na takva i slična nepisana pravila, ne želeći ugroziti odnos s partnerom i potaknuti svađu. U konačnici oni prihvaćaju pravila jer im u određenoj mjeri i odgovara da njihov partner ne vrši takve aktivnosti. S druge strane, Facebook se ponekad koristi i kao alat za namjerno izazivanje ljubomore. Naše su sugovornice to rijetko prakticirale, najčešće putem aktivnosti *lajkanja* slika drugih muškaraca, dodavanja muških prijatelja ili objavljivanja izazovnih slika i slika u društvu drugih muškaraca:

I sad me pitaj zašto, ja nemam pojma. Opet kažem, Fejs je bolestan (smijeh). Kao da te tjera da to sve radiš iako baš znaš da je to loše i da se ne slažeš s takvim stvarima inače u životu. Mislim, to je to prenaglašavanje nečega što nije potrebno toliko naglašavati (Ispitanica, 20).

Kao možda najekstremniji oblik nadziranja i ljubomore na Facebooku smatra se ođavanje šifre profila na Facebooku svome partneru. Iako se u anketi samo 16 % ispitanika izjasnilo da znaju šifru od svog partnera, u dubinskim intervjuima sugovornice su nam potvrdile da je to, prema njihovu iskustvu, česta pojava kod parova:

(...) Isto tako me tražio da mu dam svoju šifru i on meni njegovu. Ja uopće ne znam zašto sam pristala na to sad kad pogledam. On mi je rekao da je to odraz povjerenja. Ma možeš misliti, baš suprotno, to je odraz nepovjerenja (Ispitanica, 21).

Kada govorimo o nesigurnosti koju Facebook može proizvesti u vezi, više od polovine ispitanika smatra da Facebook može unijeti nesigurnost u vezu. Primijetile smo kako je ispitanicima lakše odgovarati kada ne postavljamo konkretna pitanja vezana za određenu aktivnost (primjerice ljubomoru). Koristeći termin „nemir“ ili „nesigurnost“, dobivamo odgovore koji u većoj mjeri potvrđuju prisutnost nemira i nesigurnosti koje Facebook unosi u vezu. Iz dubinskih intervjuja doznajemo da je nesigurnost u vezi potaknuta Facebookom izazvana i pretjeranim davanjem pažnje i važnosti toj platformi. Stvari više nisu bitne same po sebi, već se mjere po tome kakav odjek imaju na Facebooku. Sve što se objavi na Facebooku postaje bitno. Stvari se prenaglašavaju time što se javno objavljuju. Ispitanici su se složili da nesigurnost proizlazi iz nepisanog pravila da se sve što se radi treba objaviti, a nakon toga slijedi iščekivanje reakcije javnosti, one javnosti koja nam zapravo uopće nije bitna ni bliska. Facebook je postao reprezentacija života:

Ti mladi objavljuju sve – di sam, šta sam, s kim sam i to ne rade usput kao, nego je to cijeli njihov svijet (Ispitanica, 24).

Isti se taj utjecaj preslikava i na sentimentalne odnose. To potvrđuje jedna ispitanica (21) govoreći o svom partneru:

(...) on se na njega oslanja kao da je to na Fejsu naša veza, a ne mi.

Granica između stvarnog života i onog koji vodimo umreženi postala je vrlo tanka, gotovo nevidljiva. Ta su se dva svijeta stopila u jedan gdje postaje važnije ono što objavljujemo nego ono kako se stvarno osjećamo. Svaka od sugovornica prilikom intervjuiranja mogla je opisati barem jednu ili nekoliko situacija u kojima su se osobno našle one ili netko iz njihove neposredne okoline. Jednoglasno je potvrđeno kako Facebook uzrokuje probleme i konflikte te kako neminovno predstavlja potencijalni izvor prijatni u ljubavnom odnosu. Sve pretpostavljene posljedice potvrđene su u dubinskim intervjuiima – ljubomora, nadziranje, nesigurnost. Međutim, ne i u anketi prema čijim rezultatima nadzor i ljubomora ne predstavljaju dominantno negativne učinke na sentimentalne veze. Zbog toga hipotezu koja govori o tome da Facebook potiče ljubomoru, nadzor i nesigurnost u vezi djelomično prihvaćamo.

Facebook može biti uzrok prekida veze ili može otežati prekid

Ispitanici se slažu da Facebook može biti uzrok prekida veze, što je u skladu s velikim brojem afirmativnih odgovora na pitanje poznaju li ljude koji su prekinuli ili imali probleme u vezi zbog Facebooka. U tom smislu problemi, nevolje i konflikti koje smo prije spominjali polako postaju integrirani u svakodnevno korištenje Facebooka te predstavljaju uzrok daljnjih sukoba koji mogu dovesti do prekida veze. Sugovornice u intervjuiima složile su se da Facebook može biti uzrok prekida najčešće kod osoba koje ga koriste vrlo često te ga shvaćaju preozbiljno, odnosno plasiraju veliki dio segmenta iz svog života na mrežu. Kada do prekida dođe, bilo zbog Facebooka ili iz drugih razloga, ispitanici se slažu kako proces odvajanja od bivšeg partnera postaje teži zato što su sve stvari vezane za bivšu vezu još uvijek na Facebooku. S obzirom na to da Facebook karakterizira vidljivost i ponovljivost, jednom objavljene stvari postaju javne, mogu se lako spremati, kopirati, ponovo objaviti i biti dostupne na mreži u bilo kojem trenutku, a gotovo ih je nemoguće ukloniti zauvijek. To može predstavljati problem u prevladavanju negativnih osjećaja koji slijede nakon prekida. Takva su nam iskustva potvrdile sve ispitanice u intervjuiima. Najčešće su obrisale stvari vezane za bivšu vezu te su prekinule prijateljstvo, blokirale partnera ili obrisale cijeli profil i napravile novi. Pritom su istaknule kako to ne znači da su ostale u lošim odnosima s bivšim partnerom, već im je ta opcija predstavljala lakši način da se odmaknu od svega zajedničkog što su objavljivali na mreži:

Definitivno otežava prekid. Pa vidiš da ja nisam znala šta ću sa svim tim stvarima objavljenim iz prošlosti pa sam izbrisala cijeli profil (smijeh)! (Ispitanica, 24)

Usprkos tome što misle da je to najbolja opcija kako se prekid ne bi dodatno otežavao, smatraju to problematičnim s obzirom na činjenicu da će javnost, nakon što izbrišu profil, primijetiti njihovu aktivnost, što će stvoriti prostor da javnost „priča“:

Ali onda će netko vidjeti da si ga ti obrisao. Pa će pretpostaviti da niste u dobrim odnosima, što uopće ne mora značiti, nego je to samo jedan od načina da sam sebe zaštitiš da ne obraćaš pažnju o tome šta radi itd. Jer u većoj mjeri ti imaš pristup informacijama šta radi, misli, di se kreće, a u prekidu ti to ne treba, moraš to izbrisati i ne misli o tome. Znači Fejs je grozan za prekid. Sve ostaje na njemu (Ispitanica, 20).

Sukladno rezultatima, hipotezu da Facebook može biti uzrok prekida veze ili može otežati prekid možemo potvrditi.

OGRANIČAVAJUĆI ELEMENTI ISTRAŽIVANJA I PRIJEDLOZI ZA BUDUĆA ISTRAŽIVANJA

Prije nego što donesemo zaključak rada, smatramo bitnim naglasiti poteškoće s kojima smo se susrele tijekom provedbe istraživanja i u konačnici njegove ograničavajuće elemente. Prije svega, koristile smo prigodni i vrlo mali uzorak – studente komunikologije preddiplomskog i diplomskog studija, one koje smo zatekli na dan istraživanja na predavanju. Od 103 studenta koji su ispunili anketu, bilo je 12 nevažećih upitnika, što nam donosi ukupan uzorak od 91 studenta. Način distribucije ankete ograničio nas je pri uzorkovanju. Ta brojka u budućim istraživanjima trebala bi biti mnogo veća, kako bi se moglo s većom preciznošću na temelju uzorka zaključivati na ciljanu populaciju. Za buduća istraživanja procjene utjecaja Facebooka na sentimentalne veze bilo bi korisno povećati, ali i proširiti uzorak, tj. ciljanu populaciju, zato što sve veći broj ljudi aktivno koristi Facebook. Smatramo da bi bilo zanimljivo slično istraživanje provesti na osnovnoškolcima i srednjoškolcima, kojima je digitalna tehnologija duboko utkana u dnevne aktivnosti i način života, ali i na ostalim skupinama ljudi koji aktivno koriste Facebook. U budućim istraživanjima trebalo bi ispitati isključivo procjene ispitanika s obzirom na vlastito iskustvo (osobe koje imaju ili su imale vezu dok su obje strane koristile Facebook, pri čemu je potrebno ispitati duljinu odnosa), što bi bolje i jasnije odgovaralo postavljenim ciljevima istraživanja. Također bi bilo zanimljivo napraviti analizu rezultata s obzirom na spol ispitanika. S druge strane, pri obradi podataka dobivenih anketom uočili smo određene poteškoće. Veliki je dio ispitanika odgovarao najčešće negativno, ili pak kontradiktorno, na pojedina pitanja. Takav rezultat možemo pripisati općoj nezainteresiranosti studenata za popunjavanje ankete. Međutim, možemo pretpostaviti da smo se pri ovom istraživanju suočili s jednim od mogućih nedostataka metode ankete, a to su tzv. *društvene teškoće*. One se odnose na tendenciju ispitanika da pri anketiranju daju društveno poželjne odgovore, odgovore u skladu s društvenim vrijednostima, pa se nerijetko dobivaju rezultati koji prikazuju da je stanje bolje nego što jest u stvarnosti (Vujević, 2006). Čini nam se da se upravo to dogodilo prilikom našeg istraživanja. To se može izbjeći postavljanjem indirektnih pitanja. U našem slučaju visoka je vjerojatnost da smo i zbog postavljanja vrlo konkretnih i izravnih pitanja na neki način ugrozile rezultate istraživanja, s obzirom na to da se radi o sentimentalnim odnosima koji su vrlo osjetljiva i osobna tema. Uz to, ispitanici su prilikom ispunjavanja

ankete sjedili jedni uz druge u klupama te su u tom smislu možda osjećali nelagodu pri odgovaranju i zabrinutost kako kolege ne bi vidjele njihove intimne odgovore. Smatramo da bi bilo dobro revidirati naš anketni upitnik te preformulirati i izbaciti određene čestice. Prilikom provođenja dubinskih intervjuja nismo imale takvih poteškoća jer smo u razgovoru, ako je i bilo kakvih nejasnoća, s lakoćom obrazložile svoje namjere i usmjerile razgovor. Ispitanice su vrlo rado, otvoreno i iskreno odgovarale na postavljena pitanja. Također smatramo da bi u budućim istraživanjima na ovu ili sličnu temu bilo zanimljivo ispitati parove i usporediti njihove odgovore. Neka od pitanja koja bi se mogla istražiti jesu ova: postaju li društvene mreže uzrok „gašenja“ povjerenja i zdravih veza; postaju li mlađe generacije sve više sumnjičave i nesigurne u svoje veze zbog prirode društvenih mreža; kakav je utjecaj Facebooka na veze *gay* populacije; je li veza parova koji imaju čestu interakciju na društvenim mrežama više ugrožena; koji je uzrok toga da zadovoljstvo vezom predstavlja nešto što se prikazuje *online*, a ne nešto što se međusobno iskazuje; uviđaju li ljudi negativne posljedice i zašto im se (ne) odupiru? Pitanja je zaista mnogo. Smatramo da bi se najbolji rezultati dobili kombinacijom anketnog upitnika, dubinskih intervjuja i fokus-grupa. Dubinski intervjui omogućuju detaljnu i iscrpnu analizu fenomena, dok fokus-grupe omogućuju da se kroz grupnu koheziju potaknu zanimljive rasprave i rasvijetle neki skriveni motivi, stavovi koje bi drugim metodama bilo teško „izvući“ iz ispitanika.

ZAKLJUČAK

Ovaj rad pruža pogled na sve popularnije korištenje Facebooka i njegovih, uglavnom negativnih, učinaka na sentimentalne veze. Istraživanjem smo željele ispitati kako mladi korisnici Facebooka u Hrvatskoj procjenjuju potencijalne izazove koje Facebook može donijeti ljubavnim vezama. Iako su radu potrebne metodološke korekcije, on pruža uvid u postojanje određene veze između Facebooka i sentimentalnih odnosa. Naše istraživanje pokazalo je kako mladi procjenjuju da društvene mreže imaju utjecaj na sentimentalne veze, čime je potvrđena prva hipoteza. Više od polovine ispitanika u anketnom istraživanju potvrdilo je da poznaju ljude u svojoj okolini koji su zbog Facebooka prekinuli vezu ili su imali probleme u vezi. Više od polovine ispitanika slaže se s tvrdnjom da Facebook može izazvati nemire u vezi.

Složenost sentimentalnih odnosa velika je i važna tema za svakog pojedinca. S pojavom novih informacijskih tehnologija razvili su se novi oblici udruživanja i samim time novi izazovi za suvremene odnose. Društvene mreže postale su virtualni prostor na koji su njegovi korisnici preselili svoje živote. Svaki dio našeg života od sada ima svoje mjesto na Facebooku. Poznata je uzrečica „Što nije na Facebooku, nije se ni dogodilo“. I doista smo kao društvo to prihvatili. Govoreći o ljubavnim odnosima, želja da se veza održava i na mreži rezultat je proizvedenih „novih“ potreba – biti u trendu s ostalima („to svi rade“), pokazati se drugima *online* korisnicima (kojih je mnogo više od kruga ljudi s kojima smo najčešće u interakciji u stvarnom svijetu), prikazati sebe i svoju vezu u što boljem svjetlu (bez obzira je li to tako u stvarnosti ili ne), „zamaskirati“ određene probleme u vezi (koje nije lako prikriti u stvarnosti), javnim obznanjivanjem „zaštititi“ svoju vezu od mogućih prijetnji. Upotreba Facebooka dovela je do stvaranja novih, „neprirodnih“ elemenata u

sentimentalnim vezama koji vode pojačanoj ljubomori, nepovjerenju, nesigurnosti, opterećenosti i nadzorničkom ponašanju (Morey i sur., 2013; Fox, Osborn i Warber, 2014; Tokunaga, 2011; Carpenter i Spottswood, 2013). Taj novi problem zahvaća sve veći broj ljudi, posebice mladih (Elphinston i Noller, 2011; Carpenter i Spottswood, 2013). S obzirom na to da se Facebook uvlači u sve pore ljubavnog odnosa, on dakako i utječe na veze – od samog početka veze, gdje se korisnici susreću s izazovom objavljivanja veze javno i održavanjem javne interakcije kako bi drugi korisnici javno zamijetili njihov odnos, do izazivanja negativnih posljedica i rješavanja konflikata, zbog aktivnosti i situacija koje su se dogodile na mreži, te u konačnici do prekida koji također ima svoj „odjek“ na mreži. U našem istraživanju ispitanici vide pretjeranu opterećenost Facebookom kao temeljan razlog za razvoj svih daljnjih, većinom negativnih, utjecaja na veze. Taj je problem detektiran i od strane struke, međutim još uvijek istraživači nisu pronašli rješenja za njega. Osim opcije gašenja profila na Facebooku, koja je vjerojatno najmanje privlačna za njegove korisnike, potrebno je pozabaviti se drugim rješenjima i prezentirati ih široj javnosti.

Iako uzorak ovog istraživanja nije reprezentativan te je istraživanje metodološki nedorađeno, smatramo kako je ovo, u najmanju ruku, dobar ilustrativni primjer koji pokazuje snažne potencijalne utjecaje društvenih mreža na ljubavne odnose. Štoviše, kontradiktornost rezultata anketnog istraživanja i dubinskih intervjua s kojima smo se suočile, najviše zamijećene kod ispitivanja ljubomore i nadziranja, nose svoju poruku. Smatramo da je jedan od mogućih razloga to da ispitanici, iako svjesni utjecaja, na neki način poriču utjecaje koji se dotiču vrlo osjetljive i intimne sfere ljubomornog i nadzorničkog ponašanja te uopće utjecaja Facebooka na sentimentalne veze. Daljnja istraživanja trebaju se usredotočiti na učinkovita rješenja koja se mogu nositi s novom vrstom ljubomore, nadziranja i nesigurnosti koje je Facebook uveo u suvremeni svijet ljubavnih odnosa. Na kraju možemo zaključiti kako se velika energija ulaže u održavanje veze *online*, a sve nam manje vremena i energije ostaje za bavljenje onim problemima koji nas zahvaćaju u svakodnevnom životu na ljubavnom planu. Previše nam postaje bitno što će drugi misliti i govoriti, a premalo kako se stvarno osjećamo. Takav smjer razvoja nije dobar te može biti poguban, kako za naše veze, tako i za nas same.

Literatura

- >Bowe, Greg (2010) Reading Romance: The Impact Facebook Rituals Can Have on a Romantic Relationship. *Journal of Comparative Research in Anthropology and Sociology* 1 (2): 61-77.
- >Boyd, Danah i Ellison, Nicole (2008) Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13 (1): 210-230. DOI: 10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x.
- >Butigan, Ivana (2014) *Narcizam i Facebook: Projekcija idealnog sebstva i konstrukcija virtualnih identiteta na društvenim mrežama*. Diplomski rad, Odsjek za komparativnu književnost, Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
- >Carpenter, Christopher i Spottswood, Erin (2013) Exploring Romantic Relationships on Social Networking Sites Using the Self-Expansion Model. *Computers in Human Behavior* 29 (4): 1531-1537. DOI: 10.1016/j.chb.2013.01.021.
- >Čirjak, Kristina (2013) *Utjecaj društvenih mreža na komunikaciju među mladima*. <http://www.djecamedija.org/?p=2478> (20.03.2017.).

- >Elphinston, Rachel A. i Noller, Patricia (2011) Time to Face it! Facebook Intrusion and the Implications for Romantic Jealousy and Relationship Satisfaction. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking* 14 (11): 631-635. DOI: 10.1089/cyber.2010.0318.
- >Farrugia, Rianne C. (2013) *Facebook and Relationships: A Study of How Social Media Use is Affecting Long-Term Relationships*. Diplomski rad, Odsjek za komunikacije, Tehnološki institut Rochester.
- >Fox, Jesse; Osborn, Jeremy L. i Warber, Katie 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. DOI: 10.1016/j.chb.2014.02.031.
- >Fox, Jesse; Warber, Katie M. i Makstaller, Dana C. (2013) The Role of Facebook in Romantic Relationship Development: An Exploration of Knapp's Relational Stage Model. *Journal of Social & Personal Relationships* 30 (6): 771-794. DOI: 10.1177/0265407512468370.
- >Hebrang Grgić, Ivana i Mučnjak, Dorja (2015) Fenomen društvenih mreža i njegova primjena u knjižnicama. *Hrvatski časopis za odgoj i obrazovanje* 17 (1): 217-241. DOI: 10.15516/cje.v17i1.789.
- >Ivnik, Magdalena (2014) *Osobine ličnosti, ljubomora i korištenje Facebooka*. Završni rad, Odjel za psihologiju, Sveučilište u Zadru.
- >Kaplan, Andreas M. i Haenlein, Michael (2010) Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons* 53 (1): 59-68. DOI: 10.1016/j.bushor.2009.09.003.
- >Karać, Hasan i Kokoc, Mehmet (2013) Uporaba društvenih mreža među studentskom populacijom: razlike s obzirom na obrazovnu razinu. *Hrvatski časopis za odgoj i obrazovanje* 15 (3): 629-654.
- >Kušić, Siniša (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 LVI* (24): 103-125.
- >Marshall, Tara C.; Bejanyan, Kathrine; Di Castro, Gaia i Lee, Ruth A. (2012) Attachment Styles as Predictors of Facebook-Related Jealousy and Surveillance in Romantic Relationships. *Personal Relationships* 20 (1): 1-22. DOI: 10.1111/j.1475-6811.2011.01393.x.
- >Milivojević, Zoran (2010) *Emocije – Psihoterapija i razumijevanje emocija*. Zagreb: Mozaik knjiga.
- >Morey, Jennifer N.; Gentzler, Amy L.; Creasy, Brian; Oberhauser, Ann M. i Westerman, David (2013) Young Adults' Use of Communication Technology Within their Romantic Relationships and Associations with Attachment Style. *Computers in Human Behavior* 29 (4): 1771-1778. DOI: 10.1016/j.chb.2013.02.019.
- >Muise, Amy; Christofides, Emily i Desmarais, Serge (2009) More Information than You Ever Wanted: Does Facebook Bring Out the Green-Eyed Monster of Jealousy? *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 12 (4): 441-444. DOI: 10.1089/cpb.2008.0263.
- >Muise, Amy; Christofides, Emily i Desmarais, Serge (2014) „Creeping” or Just Information Seeking? Gender Differences in Partner Monitoring in Response to Jealousy on Facebook. *Personal Relationships* 21 (1): 35-50. DOI: 10.1111/per.12014.
- >Noyes, Dan (2017) *The Top 20 Valuable Facebook Statistics – Updated March 2017*. <https://zephoria.com/top-15-valuable-facebook-statistics/> (25.03.2017).
- >Orosz, Gábor; Szekeres, Ádám; Kiss, Zoltán G.; Farkas, Péter i Roland-Lévy, Christine (2015) Elevated Romantic Love and Jealousy if Relationship Status is Declared on Facebook. *Frontiers in Psychology* 6 (214): 1-6. DOI: 10.3389/fpsyg.2015.00214.
- >Papp, Lauren M.; Danielewicz, Jennifer i Cayemberg, Crystal (2012) Are we Facebook Official? Implications of Dating Partners' Facebook Use and Profiles for Intimate Relationship Satisfaction. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 15 (2): 85-90. DOI: 10.1089/cyber.2011.0291.
- >Rau, Pei-Luen Patrick; Gao, Qin i Ding, Yinan (2008) Relationship Between the Level of Intimacy and Lurking in Online Social Network Services. *Computer in Human Behavior* 24 (6): 2757-2770. DOI: 10.1016/j.chb.2008.04.001.
- >Rosenfeld, Michael J. i Thomas, Reuben J. (2012) Searching for a Mate: The Rise of the Internet as a Social Intermediary. *American Sociological Review* 77 (4): 523-547. DOI: 10.1177/0003122412448050.
- >Statista (2017) *Most Famous Social Network Sites Worldwide as of January 2017, Ranked by Number of Active Users (in Millions)*. <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> (25.03.2017).

>Tokunaga, Robert S. (2011) Social Networking Site or Social Surveillance Site? Understanding the Use of Interpersonal Electronic Surveillance in Romantic Relationships. *Computers in Human Behavior* 27 (2): 705-713. DOI: 10.1016/j.chb.2010.08.014.

>Turkle, Sherry (2012) *Sami zajedno – Zašto očekujemo više od tehnologije a manje jedni od drugih*. Zagreb: Tim press.

>Vujević, Miroslav (2006) *Uvođenje u znanstveni rad u području društvenih znanosti*. Zagreb: Školska knjiga.

>Zgrabljic Rotar, Nada (2011) *Digitalno doba. Masovni mediji i digitalna kultura*. Zadar i Zagreb: Sveučilište u Zadru i Naklada medijska istraživanja.

THE ROLE OF FACEBOOK ON THE ROMANTIC RELATIONSHIPS OF YOUNG PEOPLE

Elena Družeta :: Nada Zgrabljic Rotar

ABSTRACT *Social networks have become part of everyday life. Their great popularity and diverse impacts on their users have attracted a growing amount of research. This research focuses on the contemporary issues of the growing popularity of social networks, especially Facebook, and its role on romantic relationships. The literature unanimously confirms that the large exposure of young people to Facebook is potentially affecting their behaviour and relationships in general, including romantic ones. Modern use of Facebook has led to the creation of new, "non-natural" elements in sentimental relationships that lead to increased jealousy, mistrust, insecurity, workload and surveillance. Because similar studies have not yet been conducted in Croatia, for the purposes of this study we have conducted a quantitative analysis using a survey on a sample of 92 students of Communication Science at Croatian Studies at the University of Zagreb, and four in-depth interviews with female students of the same program. The results highlight that Facebook has an impact on romantic relationships – from developing, and maintaining until its dissolution. Most notable are the problems of jealousy and partner surveillance.*

KEY WORDS

SOCIAL NETWORKS, FACEBOOK, ROMANTIC RELATIONSHIPS, NEW TECHNOLOGIES

Authors Note

Elena Družeta :: graduated in Communication studies at the University of Zagreb, Centre for Croatian Studies Studies and in Sociology, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Zagreb, Croatia :: druzeta.elena@gmail.com

Nada Zgrabljic :: Rotar University of Zagreb, Centre for Croatian Studies, Croatia :: notrar@hrstud.hr