

Odnos između privrženosti, kvalitete romantičnog odnosa i njegove vidljivosti na društvenim mrežama

Barun, Iva

Master's thesis / Diplomski rad

2024

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:414928>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-19**



Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
University of Zagreb
Faculty of Humanities
and Social Sciences

Repository / Repozitorij:

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb
Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



Sveučilište u Zagrebu

Filozofski fakultet

Odsjek za psihologiju

**ODNOS IZMEĐU PRIVRŽENOSTI, KVALITETE ROMANTIČNOG ODNOSA I
NJEGOVE VIDLJIVOSTI NA DRUŠTVENIM MREŽAMA**

Diplomski rad

Iva Barun

Mentorica: Prof. dr. sc. Željka Kamenov

Zagreb, 2024.

IZJAVA

Pod punom moralnom odgovornošću izjavljujem da sam ovaj rad izradila samostalno te da u njemu nema kopiranih, prepisanih ili preuzetih dijelova teksta tuđih radova koji nisu propisno označeni kao citati s navedenim izvorom iz kojeg su preneseni.

U Zagrebu, svibanj 2024.

Iva Barun

Sadržaj

Uvod	1
<i>Kvaliteta romantičnih odnosa u kontekstu društvenih mreža</i>	2
<i>Kvaliteta veze i vidljivost romantičnog odnosa na društvenim mrežama</i>	3
<i>Stil privrženosti i kvaliteta veze</i>	5
<i>Stil privrženosti i korištenje društvenih mreža</i>	6
<i>Stil privrženosti i vidljivost na društvenim mrežama</i>	7
Cilj, problemi i hipoteze istraživanja	8
Metoda	9
<i>Sudionici</i>	10
<i>Instrumenti</i>	10
<i>Postupak</i>	13
Rezultati	14
<i>Međusobna povezanost pokazatelja kvalitete veze, stila privrženosti i vidljivosti veze na društvenim mrežama</i>	18
<i>Doprinos stila privrženosti i pokazatelja kvalitete veze u objašnjenju vidljivosti veze na društvenim mrežama</i>	19
Rasprava	21
<i>Prednosti, implikacije, nedostaci istraživanja i prijedlozi za buduća istraživanja</i>	26
Zaključak	28
Literatura	29

Odnos između privrženosti, kvalitete romantičnog odnosa i njegove vidljivosti na društvenim mrežama

Relativno novi fenomen vidljivosti veze odnosi se na prikazivanje vlastitog romantičnog odnosa na društvenim mrežama (DM). U ovom se istraživanju ispituje povezanost pokazatelja kvalitete veze, stilova privrženosti i vidljivosti veze na društvenim mrežama te doprinos ovih karakteristika partnera i veze u objašnjavanju fenomena vidljivosti veze na DM. Sudionici su ispunjavali upitnik o pasivnom i aktivnom korištenju DM, upitnik socio-emocionalne klime u vezi, upitnik disfunkcionalnosti veze, upitnik kvalitete veze, upitnik privrženosti te upitnik vidljivosti veze na DM. Istraživanju je pristupilo 747 sudionika u dobi od 18 do 40 godina. Dobiveni rezultati upućuju na to da su anksiozna i izbjegavajuća privrženost pozitivno povezane s percepcijom antagonističkog ponašanja partnera i disfunkcionalnošću veze, a negativno s percipiranom kvalitetom veze i percepcijom afektivnosti partnera. Dobivena je pozitivna povezanost vidljivosti veze i percipirane kvalitete veze, percipirane disfunkcionalnosti veze te partnerovog antagonizma. Anksiozni stil privrženosti pozitivno je povezan s vidljivošću veze na DM, a izbjegavajući negativno. Regresijska analiza je pokazala da su anksiozni stil privrženosti i percipirana kvaliteta veze pozitivni prediktori vidljivosti, a izbjegavajući stil privrženosti negativan prediktor. Ovi nalazi nadopunjuju trenutno oskudnu literaturu o romantičnoj privrženosti, kvaliteti veze i prikazivanju romantičnih odnosa.

Ključne riječi: *privrženost, kvaliteta veze, vidljivost veze, društvene mreže*

Relationship between attachment, romantic relationship quality and its visibility on social networks

A relatively new phenomenon of relationship visibility refers to displaying one's romantic relationship on social media (SM). This research examines the relationship between relationship quality indicators, attachment styles and relationship visibility on social networks, and the contribution of these partner's and relationship's characteristics in explaining the relationship visibility on DM. Participants filled out a questionnaire on passive and active use of SM, a relationship socio-emotional climate questionnaire, a relationship dysfunctionality questionnaire, relationship quality questionnaire, an attachment questionnaire and SM relationship visibility questionnaire. 747 participants between the ages of 18 and 40 took part in the research. The obtained results suggest that anxious and avoidant attachment are positively related to the perception of partner's antagonistic behavior and the dysfunctionality of the relationship, and negatively to the perceived quality of the relationship and the perception of the partner's affectivity. A positive correlation between the visibility of the relationship and the perceived quality of the relationship, the perceived dysfunctionality of the relationship and partner antagonism was obtained. Anxious attachment style is positively related to relationship visibility on SM, while avoidant style is negatively related to it. In regression analysis, it was shown that anxious attachment style and perceived relationship quality are positive predictors of visibility on SM, and avoidant attachment style is a negative predictor. These findings add to the currently sparse literature on romantic attachment, relationship quality, and the presentation of romantic relationships.

Keywords: *attachment, relationship quality, relationship visibility, social networks*

Uvod

Društvene mreže u današnje vrijeme sve više postaju integrirane u socijalni život većine odraslih, a posebno mladih osoba. Obar i Wildman (2015) definiraju društvene mreže kao internet usluge koje pojedincima omogućuju stvaranje i dijeljenje sadržaja, tj. stvaranje korisničkih profila te povezivanje vlastitog profila s profilima drugih pojedinaca i grupa (tzv. društveno umrežavanje). Preciznije, one omogućuju korisnicima komunikaciju na daljinu i dijeljenje sadržaja (npr. fotografije i novosti), a korisnici također mogu objavljivati sadržaj i na profilima drugih korisnika koje su vidljive javno ili užem krugu online pratitelja. Globalni izvještaj o digitalnom pregledu (Kemp, 2024) službeno je dokumentirao visoku učestalost korištenja društvenih mreža, pokazujući da je u siječnju 2024. godine bilo 5.04 milijarde korisnika koji u prosjeku troše oko dva i pol sata dnevno na raznim društvenim mrežama, a među najpopularnijima su Facebook, Instagram, TikTok, YouTube i WhatsApp.

Mnoge današnje društvene interakcije odvijaju se djelomično ili potpuno online (Lee i sur., 2019). Uz to, društvene mreže ne samo da su promijenile način na koji ljudi međusobno komuniciraju, već također služe kao javna platforma za prikazivanje vlastitog života, a sukladno tome i romantičnih odnosa. Mjera do koje ljudi integriraju svoj romantični život u svoje online profile razlikuje se od osobe do osobe, a istraživanja su pokazala da socijalne mreže mogu oblikovati ishode romantične veze u stvarnom životu, ali i da online ponašanja mogu odražavati klimu i emocije u prethodno uspostavljenoj ljubavnoj vezi (Saslow i sur., 2013). U kontekstu intimnih odnosa, studije su istraživale povezanost između samoprezentacije parova (tzv. vidljivost veze) i mnogih relacijskih ishoda, kao što su ljubav, dugovječnost veze, kvaliteta ili predanost (Lane i sur., 2016). Međutim, većina studija usmjerila se na to kako vidljivost romantičnog odnosa na društvenim mrežama predviđa njegove ishode, a tek nekolicina na to kako karakteristike odnosa predviđaju vidljivost. Dosadašnja istraživanja potvrđuju da je priroda odnosa između tih dviju varijabli dvosmjerna, ali još uvijek nedovoljno istražena (Lane i sur., 2016). Na primjer, moguće je da su osim kvalitete veze i individualne karakteristike pojedinca (koje također mogu utjecati na kvalitetu veze) povezane s online prezentacijom ljubavnog odnosa. Stoga je svrha ovog rada utvrditi odnos između različitih pokazatelja kvalitete veze, stilova privrženosti i vidljivosti veze na društvenim mrežama te ispitati može li se na temelju karakteristika romantičnog odnosa i individualnih razlika, poput stila privrženosti, predvidjeti koji pojedinci će više, odnosno manje objavljivati informacije o svom romantičnom odnosu na društvenim mrežama.

Kvaliteta romantičnih odnosa u kontekstu društvenih mreža

Romantična veza se može definirati kao seksualna, emocionalna, tjelesna i psihološka privlačnost između dvoje ljudi, koja potencijalno može prerasti u dugotrajan ljubavni odnos (Arikewuyo i sur., 2020). Viša kvaliteta odnosa bitna je za opstanak istog te pridonosi psihološkoj dobrobiti pojedinca, uključuje subjektivna iskustva poput privrženosti, intimnosti i brige, dok nisku kvalitetu odnosa karakteriziraju sukobi, hostilnost i antagonizam tj. neslaganje partnera. Konstrukt kvalitete odnosa je višedimenzionalan i može se prikazati nizom pojmova, kao što su zadovoljstvo u odnosu, predanost, bliskost itd. (Farooqi, 2014). Zadovoljstvo vezom ima ključnu ulogu u različitim aspektima ljubavnog života osobe. Kada su ljudi zadovoljni svojim partnerom, veća je vjerojatnost da će imati povećan osjećaj zajedništva. Kako raste zadovoljstvo odnosom tako raste i kvaliteta veze te dolazi do jače predanosti odnosu. Nasuprot tome, kada zadovoljstvo počne opadati, partneri mogu početi potiskivati svoje emocije i želje, što dovodi do povećanih sukoba. Niže zadovoljstvo odnosom također je povezano s nevjerom, uključujući emocionalne i seksualne izvandijadne interakcije (Bouffard i sur., 2022).

U današnje vrijeme društvene mreže sve više postaju integrirane u romantični odnos, pa ih tako ljudi sve više koriste za započinjanje, održavanje pa čak i prekid veza (Lee i sur., 2019). Brojna istraživanja u prethodnom desetljeću otkrila su da stalni pristup društvenim mrežama ima potencijalno važan utjecaj na kvalitetu romantičnog odnosa i obrnuto (Rus i Tiemensma, 2017). Coundouris i suradnici (2021) su prvi statistički integrirali rezultate 53 istraživanja koja su se bavila odnosom između kvalitete veze i korištenja društvenih mreža. Otkrili su da mreže mogu imati i pozitivne i negativne učinke na kvalitetu veze. Što se tiče negativnih povezanosti, dobili su da je smanjena predanost i zadovoljstvo u vezi povezano s većom sklonošću k traženju alternativa na internetu i povećanim vremenom provedenim na društvenim mrežama. Općenito, kada partneri više nisu zadovoljni svojom trenutnom vezom mogu pribjegavati društvenim mrežama za traženje psihološke i emocionalne utjehe ili tražiti alternativne partnere, što dovodi do manje predanosti vezi. Niska predanost tada može dovesti do negativnih ishoda veze kao što su sukobi i manjak ulaganja u odnos, koji tada potiču ovisnost o društvenim medijima (Bouffard i sur., 2022). Slično, Arikewuyo i suradnici (2020) su dobili da su ljubomora u vezi, nevjera i nadziranje aktivnosti romantičnih partnera značajni posrednici između korištenja društvenih mreža i sukoba u ljubavnim vezama.

Iako su negativni učinci socijalnih mreža potvrđeni u znanstvenoj literaturi, bitno je napomenuti da one mogu i povoljno utjecati na romantični odnos. Neka od prethodnih

istraživanja su pokazala da privatna online komunikacija s partnerom može povećati intimnost i osjećaj povezanosti u ljubavnim vezama (Seidman i sur., 2017). Tako su Caughlin i Sharabi (2013) analizirali online i offline komunikaciju između mladih odraslih osoba u vezi, u obliku privatnih i javnih poruka na društvenim mrežama, chata, videochata i telefonskih poziva, te su zaključili da ljudi koji koriste oba načina komunikacije, na uravnotežen način, imaju povoljnije rezultate u pogledu intimnosti i zadovoljstva vezom od onih koji koriste samo jedan. Meta-analiza koju su proveli Coundouris i suradnici (2021) je pokazala da su pozitivna ponašanja u romantičnom odnosu (od kojih je jedno i javno prikazivanje partnera na društvenim mrežama) značajno pozitivno povezana s kvalitetom odnosa. Također su dobili da su prikazan status veze pojedinca i objavljivanje zajedničkih fotografija objasnili najveći udio varijance u kvaliteti veze, nakon čega su slijedili komentiranje, označavanje, *lajkanje* i pisanje statusa o partneru.

Kvaliteta veze i vidljivost romantičnog odnosa na društvenim mrežama

Vidljivost romantične veze odnosi se na središnje mjesto intimnog odnosa u slikama o sebi koje pojedinci prezentiraju drugima (Emery i sur., 2014). Ovaj koncept su istraživači operacionalizirali kroz deklarirani status veze na Facebooku, objave koje uključuju spominjanje partnera, komentare i oznake koji upućuju na privrženost partneru, profilnu sliku s partnerom i broj zajedničkih fotografija (Bouchard i sur., 2021). Rezultati prethodnih studija pokazali su da više razine kvalitete veze predviđaju veću razinu vidljivosti veze na društvenim mrežama. Tako su Papp i suradnici (2012) među prvima utvrdili da su sudionici koji su otkrili svoj status romantične veze na svom Facebook profilu pokazali veće zadovoljstvo vezom u usporedbi s onima koji nisu javno pokazali svoj status. Status veze odnosi se na značajku na Facebook-u gdje ljudi na svojim profilima mogu javno otkriti svoj ljubavni status i označiti s kojom osobom su u ljubavnom odnosu. Slično tome, Toma i Choi (2015) su pokazali da ljudi koji imaju veću prezentaciju vlastite veze na Facebooku, točnije, oni koji imaju status na svom profilu „u vezi“, koji objavljuju poruke na partnerovom profilu i koji imaju više zajedničkih slika s partnerom iskazuju veću lojalnost tj. predanost partneru od onih koji ne prezentiraju vlastitu vezu ni na jedan način. Slično, Sabiniewicz i suradnici (2017) su dobili da kod muškaraca i žena veća učestalost objavljivanja romantičnih *selfieja* upućuje na veću posvećenost vezi. Sharabi i Hopkins (2021) su dobili da su partneri koji dijele više zajedničkih fotografija na Instagramu doista sretniji u svojim vezama te zaključili da su dojmovi koje ljudi stvaraju o drugima na temelju njihovih društvenih profila često točan odraz izvanmrežne ličnosti vlasnika tog profila.

S druge strane, Papp i suradnici (2012) su otkrili da neslaganje između partnera oko statusa njihove veze na njihovim Facebook profilima rezultira sukobima u vezi, što je pak povezano s nižim zadovoljstvom u vezi. Osim toga, Zhao i suradnici (2012; prema Lee i sur., 2019) predlažu da bi se romantične veze mogle suočiti s izazovima jer je publika na društvenim mrežama raznolika (prijatelji, romantični partner, kolege itd.) i stalno prisutna, pa postaje teško zadovoljiti samoprezentacije jednoj vrsti publike, što može dovesti do napetosti s partnerom kada očekivanja u vezi s relacijskom samoprezentacijom nisu ispunjena. Tako je, na primjer, jedno istraživanje pokazalo da su se osjećaji ljutnje i isključenosti povećali kad su sudionici zamišljali da njihovi romantični partneri nemaju objavljenu nijednu zajedničku fotografiju na Facebooku (Muscanell i sur., 2013).

Objašnjenje pozitivne povezanosti zadovoljstva vezom i vidljivosti veze na društvenim mrežama može se razmatrati kroz nekoliko teorija. Teorija širenja pojma o sebi (Aron i Aron, 1996; prema Saslow i sur., 2013) pretpostavlja da u romantičnom odnosu osobe uključuju partnera u pojam o sebi te se on na taj način „proširuje”. Veća uključenost identiteta partnera u stvarnom životu ima za posljedicu i veću potrebu za preklapanjem profila korisnika na društvenim mrežama (Rus i Tiemensma, 2017). Smatra se i da se ta međusobna povezanost prelijeva i u nesvjesno ponašanje tj. parovi s kvalitetnijim interakcijama vjerojatnije će u stvarnom životu koristiti zamjenice koje predstavljaju njihov osjećaj zajedništva, kao što su „mi”, „nas” i „naš”, pa tako i u online okruženju npr. objavljivati zajedničke fotografije (Saslow i sur., 2013). Nadalje, Model ulaganja Caryl Rusbult (1980; prema Krueger i Forest, 2020) predlaže da zadovoljstvo u vezi i predanost proizlaze iz omjera percipiranih troškova i koristi ostanka s partnerom, očekivanja o tome što osoba zaslužuje od veze i percipirane kvalitete alternativnih partnera. Ovaj model podupire ideju da su veze uspješne kada dva partnera održavaju predanost, kad su zadovoljni, kada vanjski utjecaji ne utječu negativno na vezu i kada su partneri predani odnosu. Sukladno tome, može se razmatrati da je korištenje dijadnih prikaza na društvenim mrežama i objavljivanje pozitivnog sadržaja o odnosu način zaštite veze jer ne samo da signalizira mogućim alternativnim partnerima da je osoba „zauzeta”, već također komunicira visokokvalitetnu stalnu vezu. Empirijsku potvrdu ove teorije dobili su Krueger i Forest (2020), gdje je motivacija za zaštitu veze bila medijator u pozitivnom odnosu između zadovoljstva vezom i količine dijadnih prikaza romantične veze. Usto, prema Teoriji održavanja odnosa Canaryja i Stafforda (1992; prema Coundouris i sur., 2021), postoji pet proaktivnih strategija koje partneri mogu koristiti za očuvanje kvalitete svoje romantične veze. To su pozitivnost (npr. izražavanje pozitivnih emocija), otvorenost (otkrivanje želja i potreba u

odnosu), uvjeravanje (izražavanje podrške partneru), socijalni odnosi (oslanjanje na zajedničke prijatelje i obitelj za podršku) i dijeljenje zadataka (ravnopravno obavljanje kućanskih poslova i drugih zadataka). Istraživanja su pokazala da su pozitivnost i uvjeravanje najučinkovitiji pristupi u predviđanju zadovoljstva i predanosti u vezi (Rus i Tiemensma, 2017). Kako se uobičajena izvanmrežna međuljudska ponašanja često prenose i u online funkcioniranje, može se pretpostaviti da pozitivnost i uvjeravanje preko društvenih mreža mogu također povoljno utjecati na kvalitetu odnosa (Rus i Tiemensma, 2017). Tako npr. javno slanje veselih poruka partneru i izražavanje ljubavi može biti povezano s većom kvalitetom veze.

Stil privrženosti i kvaliteta veze

Stil privrženosti je relativno stabilna dispozicija koja utječe na očekivanja, emocije i ponašanja u bliskim odnosima (Stöven i Herzberg, 2021). Bowlby (1969; prema Kamenov i Jelić, 2005) privrženost definira kao emocionalni odnos kojem je svojstvena tendencija traženja i zadržavanja bliskosti sa skrbnikom (*figurom privrženosti*), posebno kada je osoba pod stresom. Vjerovao je da na temelju interakcija sa skrbnicima u ranom djetinjstvu osoba stvara vlastite mentalne reprezentacije (*unutarnje radne modele*) sebe u odnosu na druge. Mentalne reprezentacije definiraju emocionalne odnose s drugim bliskim ljudima tijekom cijelog života te kako bi oni trebali izgledati. Tako romantični i prijateljski odnosi mogu biti primarni izvor privrženosti. Hazan i Shaver (1987; prema Stöven i Herzberg, 2021) su prvi razvili tipologiju stilova privrženosti odraslih u romantičnim vezama slijedeći tipove privrženosti koje je u svojim istraživanjima djece u nepoznatim situacijama uočila Mary Ainsworth. Razlikovali su sigurni, nesigurni izbjegavajući i nesigurni zaokupljeni stil privrženosti. Bartholomew (1990; prema Stöven i Herzberg, 2021), dodatno je razlikovala odbijajući i plašljivi stil privrženosti. Što se tiče mjerenja privrženosti, iako se dimenzije privrženosti ponekad opisuju i analiziraju kategorički, većina istraživanja ispitivala je dva stila privrženosti, anksiozni i izbjegavajući, kao kontinuirane dimenzije te operacionalizirala sigurnu privrženost kao nizak rezultat na obje dimenzije (Hadden i sur., 2014). Brennan i suradnici (1998; prema Kamenov i Jelić, 2005) su konstruirali danas vrlo korišten i popularan instrument koji mjeri dimenzije anksiozne i izbjegavajuće privrženosti, nakon što su faktorskom analizom pronašli da su u podlozi ljestvica samoprocjene privrženosti dva faktora višeg reda. Anksiozna privrženost povezana je sa strahom od odbijanja i napuštanja od strane bliske osobe, a visoko izbjegavanje karakterizira nelagoda zbog bliskosti. S druge strane, sigurnu privrženost karakterizira povjerenje u druge i vrednovanje emocionalne bliskosti.

Kao što je prethodno spomenuto, smatra se da romantični partneri mogu funkcionirati kao figure privrženosti i postati izvor utjehe i osjećaja sigurnosti za drugog člana veze. Stil privrženosti također određuje različite potrebe, očekivanja i ponašanja u romantičnoj vezi. Većina istraživanja o povezanosti privrženosti i kvalitete veze usredotočila se na zadovoljstvo ljubavnom vezom. Konkretnije, istraživanja su pokazala da su osobe s visokom anksioznom privrženosti sklone pretjeranom ulaganju u vezu i vrlo su osjetljive na pokazatelje da njihovi partneri možda nisu dostupni onda kada su im potrebni. Međutim, osobe visoko na izbjegavajućoj privrženosti imaju tendenciju nižeg zadovoljstva vezom te odbijaju intimnost i bliskost (Mikulincer i Shaver, 2005). Takve osobe imaju manju potrebu za ulaganjem u odnos pa očekuju da će veza propasti. Shodno tome, izbjegavajuća privrženost je povezana s većim brojem prekida veze (McLeod i sur., 2020) i manjim povjerenjem u partnera (Hadden i sur., 2014). S druge strane, sigurna privrženost je povezana s konstruktivnim rješavanjem sukoba, boljom regulacijom emocija i prosocijalnim ponašanjem (Kokorić i Gabrić, 2009).

Li i Chan (2012) su u meta-analizi sintetizirali rezultate 73 istraživanja koja su se bavila povezanošću dviju dimenzija nesigurne privrženosti kod odraslih osoba s kognitivnim, emocionalnim i bihevioralnim pokazateljima kvalitete romantične veze. Meta-analički rezultati potvrdili su da su i anksioznost i izbjegavanje bili štetni za kognitivne, emocionalne i bihevioralne aspekte kvalitete odnosa. Izbjegavajuća privrženost bila je negativno povezana s općim zadovoljstvom u vezi, intimom i općom podrškom (oprost i briga za partnera) u ljubavnom odnosu. Nasuprot tome, anksioznost je bila pozitivno povezana sa sukobom u odnosima. Iako su i anksioznost i izbjegavanje bili štetni za opće zadovoljstvo, izbjegavanje je imalo jači učinak. Li i Chan (2012) kažu da su osobe s anksioznom privrženosti pretjerano osjetljive na znakove odbijanja u vezama, ali one znaju cijeniti vezu i mogu osjetiti pozitivan afekt kada su sigurne u dostupnost partnera. S druge strane, izbjegavajući pojedinci se boje biti prebliski sa svojim partnerom i pokušavaju spriječiti da romantična veza postane važan ili središnji dio njihova života te stoga osjećaju više nezadovoljstva u romantičnim vezama.

Stil privrženosti i korištenje društvenih mreža

U okviru razmatranja korištenja društvenih mreža te njihovog utjecaja na bliske odnose, stil privrženosti pokazao se valjanim i pouzdanim konstruktom za mjerenje individualnih razlika u njihovom korištenju. Pretpostavlja se da osobe s različitim stilovima privrženosti različito koriste socijalne mreže (Stöven i Herzberg, 2021). Visoka anksiozna privrženost je pozitivno, a izbjegavajuća privrženost negativno povezana s vremenom i intenzitetom korištenja DM

(Baek i sur., 2014). Flynn i suradnici (2018) dobili su da je visoka anksiozna privrženost povezana s problematičnim korištenjem društvenih mreža kao što je prekomjerno dijeljenje privatnih informacija, upravljanje dojmovima te impulzivno korištenje Facebooka, a medijatori su bili nisko samopoštovanje i povećan psihološki stres. Nadalje, visoko anksiozni pojedinci imaju veću sklonost ka ljubomori koja se odnosi na misli, osjećaje i ponašanje povezano s percepcijom seksualnih ili emocionalnih prijatelji romantičnoj vezi (Marshall i sur., 2013). Budući da anksiozne osobe imaju negativan pogled na sebe, češće su sumnjičave i zabrinute da će ih partner ostaviti zbog bolje ili privlačnije druge osobe. U skladu s tim je dobiveno da je anksiozni stil privrženosti pozitivno povezan s nadziranjem partnera i ljubomorom na društvenim mrežama, a izbjegavajući stil privrženosti negativno (Marshall i sur., 2013).

Stil privrženosti i vidljivost na društvenim mrežama

Iako su u znanstvenoj literaturi utvrđene povezanosti između prikaza romantičnog para na socijalnim mrežama i zadovoljstva vezom, ljudi se razlikuju u količini i vrsti prezentacija svojih veza na Facebooku. Neke osobe mogu pretjerano dijeliti prikaze para, pokazujući više naklonosti na društvenim mrežama nego izvan njih. Dakle, osobe koje su manje zadovoljne svojim partnerima mogu pokušati kompenzirati te osjećaje pretjeranim prikazivanjem svojih odnosa. Drugim riječima, mogu prikazivati fotografije ili objavljivati sadržaje koji pokazuju povećanu privrženost i bliskost prema partneru (Seidman i sur., 2017). Kako je prethodno spomenuto, nesigurni stil privrženosti je povezan s lošijom kvalitetom veze te bi stoga anksiozno privržene osobe mogle biti sklonije takvim aktivnostima. Flynn i suradnici (2018) su, među ostalim, utvrdili da su anksiozno i izbjegavajuće privržene osobe podložnije upravljanju dojmovima na društvenim mrežama. Teorija upravljanja dojmovima (Leary i Kowalski, 1990; prema Emery i sur., 2014) pretpostavlja da ljudi upravljaju dojmovima drugih o sebi da bi ispunili različite ciljeve koji uključuju postizanje društvenih rezultata (npr. prihvaćanje tj. validaciju drugih osoba) i povećanje vlastitog samopoštovanja. S obzirom na to da nesigurno privrženi pojedinci izvještavaju o razlikama između svog stvarnog i idealnog „ja” (manjak samopoštovanja), vjerojatnije je i da će upravljati dojmovima drugih te tako pokušavati vratiti vlastitu vrijednost. Nastavno na to, anksiozno privržene osobe žele da ih partneri prihvate i vole, stoga se očekuje da će htjeti svoje veze učiniti središnjim dijelom samoprezentacije na društvenim mrežama. Suprotno tome, izbjegavajuće privržene osobe, zbog izbjegavanja bliskosti i želje za neovisnošću, će vjerojatno manje htjeti prikazivati vezu jer ona nije značajni dio njihovog samopoimanja (Emery i sur., 2014). Nadalje, za ljude koji svoje veze čine

vidljivima na društvenim mrežama smatra se općenito da imaju višu kvalitetu odnosa, što su npr. Emery i suradnici (2015) potvrdili u svom istraživanju, a kako anksiozni i izbjegavajući pojedinci imaju lošiju kvalitetu odnosa, njihova uvjerenja o percepcijama drugih ljudi o kvaliteti njihovog odnosa mogu potaknuti odluke da svoje odnose učine više ili manje vidljivima drugima.

Emery i suradnici (2014) su prvi ispitali teoriju upravljanja dojmovima u kontekstu utjecaja individualnih razlika na online vidljivost romantične veze. Rezultati istraživanja pokazali su da izbjegavajuće privržene osobe imaju manju želju i manju stvarnu vidljivost veze na društvenim mrežama, dok je kod anksiozno privrženih osoba prisutna veća motivacija i veća stvarna vidljivost veze. Usto se anksiozno privržene osobe iskazale da bi se osjećale bolje u vezi sebe kada bi drugima prikazivali svoju vezu, dok su izbjegavajuće privržene osobe vjerovala su da bi se osjećali lošije u vezi sebe kada bi drugima prikazivali svoju vezu. Iz ovih nalaza može se zaključiti da nesigurno privržene osobe kroz čin prikazivanja ili skrivanja ljubavnog odnosa na društvenim mrežama istovremeno podižu samopoštovanje i odobravanje tj. prihvaćanje od strane drugih. Kod izbjegavajuće privrženih osoba je motiv za skrivanjem veze u očuvanje neovisne slike o sebi te si one tako podižu samopoštovanje.

Cilj, problemi i hipoteze istraživanja

Cilj ovog istraživanja je utvrditi odnos između privrženosti u ljubavnoj vezi, kvalitete veze i vidljivosti veze na društvenim mrežama.

1. problem: Ispitati povezanost između dimenzija privrženosti, percipiranog partnerovog ponašanja u vezi, disfunkcionalnosti veze i percipirane kvalitete veze te vidljivosti veze na društvenim mrežama

H1a: Antagonističko partnerovo ponašanje i disfunkcionalnost u vezi bit će međusobno pozitivno povezani, dok će oboje biti negativno povezani s percipiranom kvalitetom veze i afektivnošću partnera u vezi. Pritom će percipirana kvaliteta veze i afektivnost partnera biti međusobno pozitivno povezani.

H1b: Antagonističko partnerovo ponašanje u vezi i disfunkcionalnost veze bit će negativno povezani s vidljivošću veze na društvenim mrežama.

H1c: Afektivno ponašanje partnera u vezi i percipirana kvaliteta veze bit će pozitivno povezani s vidljivošću veze na društvenim mrežama.

H1d: Anksiozni stil privrženosti bit će pozitivno povezan s disfunkcionalnošću veze i antagonističkim partnerovim ponašanjem, a negativno s percipiranom kvalitetom veze i afektivnim partnerovim ponašanjem.

H1e: Izbjegavajući stil privrženosti bit će pozitivno povezan s disfunkcionalnošću veze i antagonističkim partnerovim ponašanjem, a negativno s percipiranom kvalitetom veze i afektivnim partnerovim ponašanjem.

H1f: Anksiozni stil privrženosti bit će pozitivno povezan s vidljivošću veze na društvenim mrežama, dok će izbjegavajući stil privrženosti biti negativno povezan s vidljivošću veze na društvenim mrežama.

2. problem: Utvrditi relativni doprinos dimenzija privrženosti osobe i obilježja ljubavne veze u objašnjenju vidljivosti veze na društvenim mrežama, uz kontrolu sociodemografskih obilježja i načina ponašanja na društvenim mrežama.

H2a: Antagonističko partnerovo ponašanje i disfunkcionalnost u vezi bit će negativni prediktori vidljivosti veze na društvenim mrežama, a afektivno partnerovo ponašanje i percipirana kvaliteta veze bit će pozitivni prediktori vidljivosti veze na društvenim mrežama, dodatno objašnjavajući vidljivost veze na društvenim mrežama povrh sociodemografskih varijabli i aktivnosti na društvenim mrežama.

H2b: Što se tiče privrženosti, viši rezultat na dimenziji anksioznosti bit će pozitivan prediktor vidljivosti veze na društvenim mrežama, dok će viši rezultat na dimenziji izbjegavanja biti negativan prediktor vidljivosti veze na društvenim mrežama, dodatno objašnjavajući vidljivost veze na društvenim mrežama povrh sociodemografskih varijabli i aktivnosti na društvenim mrežama.

Metoda

Sudionici

U ovom istraživanju sudjelovalo je ukupno 1188 sudionika, no zbog odustajanja od istraživanja i/ili neodgovaranja uvjetima istraživanja uzeti su u obzir rezultati 747 sudionika, od čega su 63.6% ($n = 475$) bile žene, a 36.4% ($n = 272$) muškarci. Najmlađi sudionik u istraživanju imao je 18 godina, a najstariji 40, a prosječna dob sudionika iznosi $M = 26.4$ ($SD = 5.23$). 55.3% sudionika bilo je zaposleno ($n = 413$), dok je nezaposlenih bilo 5.2% ($n = 39$), a studenata 39.5% ($n = 295$). Sudionici su u prosjeku 4.35 godina ($SD = 3.76$) u trenutnom ljubavnom odnosu, u rasponu od minimalno 6 mjeseci do 21 godinu. 14.9% sudionika bilo je u braku ($n = 111$), 32.9% u vezi i živjeli su zajedno s partnerom ($n = 246$), a 52.2% osoba bilo je u vezi, ali nisu živjeli zajedno s partnerom ($n = 390$). S obzirom na duljinu i status romantičnog odnosa može se zaključiti da su sudionici bili u relativno ozbiljnim vezama. Konačno, 87.6% sudionika izjasnilo se da najčešće koristi društvenu mrežu Instagram, 84.1% WhatsApp, 54.9% Facebook, 53.9% YouTube, 24.9% TikTok, 7.8% Snapchat i 3.3% Twitter. Sukladno frekvenciji korištenja pojedine mreže, rezultati ovog istraživanja odražavaju aktivnosti na navedenim društvenim mrežama, a najviše se mogu generalizirati na Instagram, Facebook i WhatsApp.

Instrumenti

Sudionici su na početku istraživanja odgovorili na pitanja koja se odnose na njihove opće karakteristike. Upitnik o sociodemografskim karakteristikama sastojao se od pitanja o dobi, rodu, radnom statusu (ne/zaposlen ili student), vrsti odnosa (jesu li u odnosu s osobom istog ili drugačijeg spola), ozbiljnosti romantičnog odnosa (jesu li u braku, odnosno žive li s partnerom ili ne) te njegovoj duljini (izraženo u godinama). Također su naveli koje društvene mreže najčešće koriste i koliko sati dnevno borave na njima. Nakon toga su primijenjeni sljedeći instrumenti, redoslijedom kojim su i opisani u nastavku.

Za mjerenje aktivnog i pasivnog korištenja društvenih mreža korištena je *Ljestvica pasivnog i aktivnog korištenja* (eng. *Passive and Active Use Measure* (PAUM); Trifiro, 2018). Ovu su ljestvicu originalno izradili Gerson i suradnici (2017), kako bi identificirali aktivne i pasivne obrasce korištenja među ispitanicima na Facebook-u. Modificirana ljestvica sadrži ukupno 10 čestica, a sudionici su određivali koliko često sudjeluju u svakoj aktivnosti na ljestvici od 5 stupnjeva, gdje 1 predstavlja „nikad“, a 5 „vrlo često“. Pet čestica mjeri aktivno korištenje (npr. učestalost objavljivanja vlastitih fotografija), a pet pasivno korištenje (npr.

pregledavanje tuđih profila bez lajkanja ili komentiranja). Ukupni rezultat na pojedinoj dimenziji računa se zbrajanjem pojedinih čestica, gdje veći rezultat upućuje na veću izraženost pasivnog, odnosno aktivnog korištenja. Trifiro (2018) je prilikom validacije instrumenta dobila zadovoljavajuće koeficijente unutarnje konzistencije za dimenziju aktivnog korištenja ($\alpha = .73$) te za dimenziju pasivnog korištenja ($\alpha = .77$). Bitno je napomenuti da je ova ljestvica bila namijenjena za istraživanje obrazaca aktivnosti na Instagramu, međutim, odgovori na čestice mogu se generalizirati na više društvenih mreža jer u današnje vrijeme popularne mreže nude veoma slične mogućnosti korištenja i imaju srodne značajke. Sukladno tome, ispitanicima je u uputi ovog istraživanja zadano da procijene vlastite aktivnosti na društvenim mrežama općenito. Također, za potrebe ovog istraživanja ljestvica je prevedena s engleskog na hrvatski jezik, stoga su ispitane njezine metrijske karakteristike. Cronbachov alfa koeficijent za dimenziju aktivnog korištenja društvenih mreža na ovom uzorku iznosi .72, dok za dimenziju pasivnog korištenja društvenih mreža iznosi .75, što upućuje na vrlo slične rezultate onima koje je dobila Trifiro (2018).

Disfunkcionalnost u romantičnom odnosu mjerena je *Skalom opaženog roditeljskog rješavanja sukoba* (Batinić, 2019) koja je zapravo modificirana verzija *Skale dječje percepcije roditeljskog sukoba* (Children's Perceptions of Interparental Conflict scale – CPIC; Grych i sur., 1992). Ova ljestvica mjeri (dis)funkcionalnost odnosa između roditelja, koji su potomci opazali tijekom odrastanja, i sadrži 19 čestica. Zadatak sudionika je na ljestvici od 5 stupnjeva za svaku tvrdnju procijeniti je li za njih točna, gdje 1 predstavlja „u potpunosti netočna“, a 5 „u potpunosti točna“. Za potrebe ovog istraživanja sve su čestice modificirane tako da odražavaju procjenu disfunkcionalnosti romantičnog odnosa (npr. „Nakon svađe, moj partner/ica i ja bi se i dalje ljutili jedno na drugo.“). Također, tri čestice su izbačene koje nisu odgovarale mjerenu konstrukta disfunkcionalnosti veze (npr. „Nisam nikada vidio svađu svojih roditelja“). Ukupni rezultat formira se kao zbroj svih čestica, pri čemu su određene čestice rekodirane kako bi ukazivale na veću razinu disfunkcionalnosti romantične veze. Cronbachov α u istraživanju Batinić (2019) za cijelu ljestvicu iznosio je .95, dok na ovom uzorku iznosi .89 što je prihvatljiva razina pouzdanosti koja upućuje da se čestice grupiraju zajedno tj. opisuju jednu dimenziju.

Partnerova afektivnost i antagonizam mjereni su *Inventarom afektivnosti i antagonizma u braku* (Krznarić i Kamenov, 2016) koji predstavlja inačicu originalne ljestvice sastavljene od 17 tvrdnji (Huston i sur., 2010). Korišteni upitnik sastoji se od 20 tvrdnji koje opisuju pozitivne i negativne interakcije između partnera, poput „Vaš partner je pohvalio ili Vam dao kompliment za nešto što ste učinili“ gdje sudionik treba označiti koliko puta se u prethodnih mjesec dana

njegov/njezin partner ponašao na opisan način na ljestvici od 0 do 4 gdje 0 predstavlja „nijednom“, a 4 „redovito“. Tvrdnje obuhvaćaju deset pozitivnih interakcija (afektivnost) i deset negativnih (antagonizam), a rezultat se računa kao zbroj čestica koje se odnose na pozitivne interakcije te zbroj onih koje se odnose na negativne interakcije, pri čemu viši rezultat upućuje na veću razinu partnerove afektivnosti/antagonizma. U istraživanju Krznarić i Kamenov (2016) su koeficijenti pouzdanosti bili relativno visoki na obje podljestvice, i za muškarce i za žene, od $\alpha = .71$ do $\alpha = .83$. U ovom istraživanju koeficijenti pouzdanosti iznose $\alpha = .84$ za dimenziju afektivnosti i $\alpha = .80$ za dimenziju antagonizma.

Privrženost partneru mjerena je *Modificiranim Brenannovim inventarom iskustava u bliskim vezama* (Kamenov i Jelić, 2003). Upitnik predstavlja skraćenu ljestvicu Brennana i suradnika (1998) koju su hrvatskom jeziku i populaciji prilagodile Kamenov i Jelić (2003). Originalni instrument (*Experience in Close Relationship Scale* (ECR-S), Brennan i sur., 1998) namijenjen je mjerenju privrženosti u ljubavnom odnosu, a Modificiranim inventarom može se mjeriti privrženost u ljubavnom, prijateljskom i obiteljskom odnosu. Modificirani inventar sadrži ukupno 18 čestica kojima se mjere dvije dimenzije privrženosti: anksioznost (npr. „*Jako se brinem da ću izgubiti partnera.*“) i izbjegavanje (npr. „*Radije ne pokazujem partneru svoje prave osjećaje.*“). Zadatak sudionika bio je procijeniti u kojoj mjeri se slažu s određenim tvrdnjama o vlastitom ponašanju na ljestvici od 1 „uopće se ne slažem“ do 7 „potpuno se slažem“. Zbroj parnih čestica čini ukupan rezultat na dimenziji anksiozne privrženosti u vezi, a zbroj neparnih čestica ukupan rezultat na dimenziji izbjegavajuće privrženosti u vezama pri čemu se neke čestice obrnuto boduju. Mogući raspon rezultata je od 9 do 63 za svaku dimenziju, uz teoretsku vrijednost skale od 36, na temelju koje se određuju nisko/visoko anksiozni/izbjegavajući pojedinci. Kamenov i Jelić (2003) dobile su zadovoljavajuće metrijske karakteristike instrumenta. Točnije, vrijednosti Cronbach alfa za ljestvicu anksioznosti su bile od .73 do .82, a za ljestvicu izbjegavanja od .84 do .87, ovisno je li se radilo o privrženosti prema partneru/ici, obitelji ili prijateljima. U ovom istraživanju Cronbach alfa iznosi .83 za dimenziju anksioznosti, a .85 za dimenziju izbjegavanja.

Kvaliteta romantične veze mjerena je *Nortonovim indeksom bračne kvalitete* (Norton's six-item Quality of Marriage Index; Norton, 1983). Upitnik su na hrvatski jezik preveli Tadinac i suradnici (2005), a čestice su prilagođene da mjere kvalitetu romantičnog odnosa općenito, ne samo braka. Indeks je jednodimenzionalan i sastoji se od šest čestica (npr. „*Moj odnos s partnerom/icom je vrlo stabilan.*“) gdje sudionici na prvih pet čestica odgovaraju koliko se slažu s pojedinom tvrdnjom na ljestvici od 1 „Uopće se ne slažem“, do 7 „U potpunosti se slažem“.

Na posljednjoj čestici zadatak sudionika je procijeniti koliko su općenito sretni u svom odnosu s partnerom/icom na ljestvici od 1 „Jako nesretan/na“ do 10 „Jako sretan/na“. Indeks kvalitete veze izražava se kao jednostavna linearna kombinacija odgovora na svih šest čestica, pri čemu viši rezultat označava veću kvalitetu veze. Tadinac i suradnici (2005) u svom istraživanju su dobili da Cronbachov α koeficijent za žene iznosi .96, a za muškarce .97. U ovom istraživanju ta pouzdanost iznosi $\alpha = .96$, što potvrđuje već prijašnje ustanovljenu visoku pouzdanost indeksa.

Za mjeru *vidljivosti romantične veze* na društvenim mrežama konstruirane su čestice kojima bi se izmjerio ovaj konstrukt jer trenutno ne postoji validirani mjerni instrument za njegovo mjerenje. Sudionici su na ljestvici od 5 stupnjeva (od 1 „Uopće se ne slažem“ do 5 „U potpunosti se slažem“) odgovorili na dvije čestice koje su se odnosile na motivaciju osobe za vidljivošću vlastite veze na društvenim mrežama (npr. „*Bitno mi je da iz mojih objava na društvenim mrežama svi vide da sam u romantičnom odnosu.*“) te na jednu koja se odnosi na objektivnu vidljivost romantične veze na društvenim mrežama (navesti česticu). Nakon toga sudionici su na ljestvici od 5 stupnjeva procijenili omjer u kojem objavljuju fotografije s partnerom/icom (1 – „Isključivo vlastite fotografije, bez partnera/ice“; 3 – „Podjednako vlastite i zajedničke fotografije s partnerom/icom“; 5 – „Isključivo zajedničke fotografije s partnerom/icom“). Ukupan rezultat određen je zbrojem odgovora na sve četiri čestice, a viši rezultat je predstavljao veću vidljivost veze na društvenim mrežama. Koeficijent pouzdanosti unutarnje konzistencije iznosio je .71 što je prihvatljiva razina pouzdanosti.

Postupak

Podaci su prikupljeni online putem upitnika na LimeSurvey platformi u razdoblju od kraja siječnja do sredine ožujka 2024. godine. Sudionici su bili regrutirani putem društvenih mreža Facebook, Instagram i WhatsApp, tako da su poveznice za rješavanje upitnika podijeljene po raznim grupama i profilima ili potencijalnim sudionicima poslane izravnom porukom. U regrutaciji muških sudionika su sudjelovali i studenti psihologije na Filozofskom fakultetu u Zagrebu, koji su za to dobili eksperimentalne sate. Također, sve sudionike smo zamolili da upitnik prosljede poznanicima koji udovoljavaju uvjetima istraživanja. Pri otvaranju upitnika, sudionicima je prikazana svrha istraživanja, upute i mail adresa na koju se mogu obratiti u slučaju dodatnih pitanja ili interesa oko konačnih rezultata istraživanja. U uputi je bilo naglašeno da u istraživanju mogu sudjelovati osobe koje imaju između 18 i 40 godina, koje su trenutno minimalno šest mjeseci u romantičnom odnosu i da sudionik mora koristiti barem

jednu društvenu mrežu. U uputi je bilo navedeno i to da je istraživanje potpuno anonimno te da će se njihovi odgovori analizirati isključivo na grupnoj razini. Nakon čitanja uputa, sudionici su odgovorili na sociodemografska pitanja, a potom i na ostale opisane instrumente.. Ispunjavanje upitnika trajalo je oko 15 minuta.

Rezultati

Za obradu rezultata korišten je statistički program *Jamovi* (2022). Prije odgovaranja na postavljene probleme i provjeravanja postavljenih hipoteza, provedena je deskriptivna analiza te provjeren normalitet distribucija ispitivanih varijabli. Kao što se može vidjeti u tablici 1, sve korištene varijable značajno odstupaju od normalne distribucije ($p < .01$), a normalna distribucija je preduvjet za provedbu parametrijskih postupaka. Međutim, Kline (2011) smatra da su ekstremno odstupajuće distribucije one čiji je indeks asimetričnosti izvan raspona od +/- 3, a indeks spljoštenosti izvan raspona od +/- 7, te su stoga u obzir uzeti indeksi asimetričnosti i spljoštenosti. Indeksi asimetričnosti na ovom uzorku kreću se od -2.007 do 1.337, a spljoštenosti od -0.708 do 4.751, što znači da se nalaze u preporučenom rasponu. Sukladno tome, odlučeno je da rezultati svih varijabli mogu biti uključeni u parametrijsku obradu.

Tablica 1

Deskriptivni statistički podaci za ispitivane varijable (N=747)

Varijabla	<i>M</i>	<i>SD</i>	Min.	Max.	Mogući raspon	K-S	IA	IS
Aktivno korištenje DM	13.25	3.48	5	25	5-25	0.066*	0.215	-0.016
Pasivno korištenje DM	18.55	3.66	5	25	5-25	0.09*	-0.498	0.257
Afektivnost	34.03	5.73	5	40	0-40	0.155*	-1.444	2.512
Antagonizam	8.19	5.97	0	32	0-40	0.123*	0.955	0.563
Disfunkcionalnost	30.62	9.39	16	68	16-80	0.082*	0.795	0.514
Kvaliteta veze	40.69	5.93	7	45	6-45	0.234*	-2.007	4.751
Anksioznost	23.78	10	9	62	9-63	0.082*	0.684	0.171
Izbjegavanje	17.61	8.26	9	54	9-63	0.149*	1.337	1.66

Vidljivost veze na DM	8.69	3.51	4	18	4-20	0.125*	0.463	-0.708
-----------------------	------	------	---	----	------	--------	-------	--------

Napomena: DM - društvene mreže; *M* – aritmetička sredina; *SD* – standardna devijacija; Min. – minimalni postignuti rezultat; Max. – maksimalni postignuti rezultat; K-S – Kolmogorov-Smirnovljev test; IA – indeks asimetričnosti; IS – indeks spljoštenosti; * $p < .01$

Deskriptivni podaci prikazani u tablici 1 pokazuju da sudionici u ovom istraživanju procjenjuju svoje veze vrlo kvalitetnima tj. zadovoljni su njima i procjenjuju visoku razinu afektivnog ponašanja svojeg ljubavnog partnera. Sukladno tome, u trenutnim romantičnim odnosima sudionika prevladava niža razina disfunkcionalnosti i partnerovog antagonizma. Sudionici u prosjeku pokazuju niže razine anksiozne i izbjegavajuće privrženosti, što ukazuje da je većina njih sigurno privržena u ljubavnom odnosu. Što se tiče ponašanja na DM, t-testom testirana je razlika između aritmetičke sredine pasivnog i aktivnog korištenja DM te je dobiveno da sudionici u ovom istraživanju statistički značajno više pasivno pregledavaju sadržaj nego što npr. aktivno objavljuju fotografije, komentiraju i lajkaju sadržaj na DM ($t_{(746)} = 39.6, p < .001$). Konačno, prosječni rezultati sudionika na varijabli vidljivost romantične veze na DM nalaze se ispod teoretske vrijednosti skale (uz raspon rezultata od 4 do 20, ona iznosi 12) što upućuje na nešto nižu razinu vidljivosti romantičnog odnosa. U prilog tome govore i frekvencije odgovora na jednu od četiri čestice kojom se mjerio omjer objavljivanja zajedničkih naspram vlastitih fotografija na ljestvici od pet stupnjeva (tablica 2).

Tablica 2

Prikaz broja i postotka sudionika koji su odabrali pojedini odgovor na pitanje: „Od ukupnih objava na društvenim mrežama, kakav je omjer Vaših samostalnih/vlastitih objava u odnosu na zajedničke objave/slike Vas i Vašeg/e partnera/ice?” (N=747)

Vrste objave	<i>N</i>	Postotak sudionika
1	131	17.5%
2	367	49.1%
3	173	23.2%
4	66	8.8%
5	10	1.3%

Napomena: 1 = isključivo vlastite slike/objave, bez partnera/ice; 2 = većinom vlastite slike/objave, samo ponekad s partnerom/icom; 3 = podjednako vlastite i zajedničke slike/objave s partnerom/icom; 4 =

većinom zajedničke slike/objave s partnerom, samo ponekad vlastite; 5 = isključivo zajedničke slike/objave s partnerom/icom

Iz tablice 2 može se vidjeti da je skoro polovica sudionika označila da objavljuje većinom vlastite slike/objave na DM, a samo ponekad s partner/icom, a dodatna četvrtina sudionika objavljuje podjednako samostalne fotografije i one s partnerom. Samo 10.1% sudionika ima isključivo odnosno većinski fotografije s partnerom/icom, a 17.5% isključivo vlastite fotografije.

Tablica 3

Korelacijska matrica svih mjerenih varijabli (N=747)

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.
1. Rod	-	-.26***	-.24***	-.20***	.01	-.28***	-.25***	-.05	.12**	-.043	-.002	-.12**	.10**	-.03
2. Dob		-	.54***	.54***	-.29***	-.07	-.13***	-.17***	.03	.18***	-.16***	-.06	.05	-.03
3. Ozbiljnost veze			-	.49***	-.21***	-.01	-.02	-.02	.10**	.15***	-.01	-.08*	-.08*	.10**
4. Duljina veze				-	-.18***	-.02	-.06	-.16***	.10**	.20***	-.08*	-.13***	-.04	.08*
5. Vrijeme na DM dnevno					-	.19***	.20***	.00	.10**	.10**	-.03	.14***	.08*	.11**
6. Aktivno korištenje DM						-	.48***	.04	.04	.11**	-.03	.13**	.005	.28***
7. Pasivno korištenje DM							-	.05	-.01	.02	-.03	.20***	-.02	.14***
8. Afektivnost								-	-.22***	-.40***	.57***	-.17***	-.34***	.06
9. Antagonizam									-	.57***	-.48***	.28***	.32***	.09*
10. Disfunkcionalnost										-	-.58***	.24***	.27***	.08*
11. Kvaliteta veze											-	-.31***	-.46***	.09*
12. Anksioznost												-	.28**	.12***
13. Izbjegavanje													*	-.13***
14. Vidljivost veze na DM														-

Napomena: * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$; Rod = 1- ženski, 2-muški; Ozbiljnost veze= 1-manje ozbiljan odnos (partneri ne žive zajedno), 2-ozbiljniji odnos (kohabitacija partnera/brak); Afektivnost = rezultat procjene partnerovog afektivnog ponašanja; Antagonizam = rezultat procjene partnerovog antagonističkog ponašanja; Disfunkcionalnost = samoprocjena disfunkcionalnosti u ljubavnom odnosu; Kvaliteta veze = samoprocjena kvalitete vlastite veze; Anksioznost = rezultat na dimenziji anksiozne privrženosti; Izbjegavanje = rezultat na dimenziji izbjegavajuće privrženosti

Prije odgovora na probleme istraživanja, u korelacijskoj matrici (tablica 3) pregledane su povezanosti između ispitivanih varijabli i sociodemografskih varijabli. Rod je značajno pozitivno povezan s antagonizmom: muškarci u prosjeku percipiraju višu razinu partneričina antagonističkog ponašanja. Rod je također pozitivno povezan s izbjegavajućim stilom privrženosti, a negativno s anksioznim stilom privrženosti: žene su u prosjeku više anksiozno privržene, a muškarci u prosjeku više izbjegavajuće privrženi. Dob je pozitivno povezana s disfunkcionalnošću veze, a negativno s percipiranom kvalitetom veze: stariji sudionici u prosjeku imaju više problema u vezi te izjavljuju o nižoj razini opće kvalitete veze. Ozbiljnost veze je pozitivno povezana s antagonizmom i disfunkcionalnošću veze. Sukladno tome, dobiveno je da je duljina veze pozitivno povezana s antagonizmom i disfunkcionalnošću veze. Osobe u ozbiljnijim odnosima (npr. osobe u braku) i koje su dulje vremena u ljubavnom odnosu izvještavaju o većoj razini partnerovog antagonizma i konflikata u vezi. Uz to, ozbiljnost odnosa je pozitivno povezana s vidljivošću iste na DM, kao i duljina veze. Može se zaključiti da parovi koji su u ozbiljnijem odnosu te koji su duže zajedno imaju u prosjeku manje kvalitetne veze, ali veću razinu vidljivosti ljubavnog odnosa na DM. Vrijeme provedeno na DM pozitivno je povezano s antagonizmom i disfunkcionalnošću veze odnosno osobe koje provode više vremena na DM u prosjeku imaju i veću razinu sukoba u vezi te procjenjuju partnerovo ponašanje više negativnim. Dobivena je i pozitivna povezanost vremena na DM i izbjegavajućeg te anksioznog stila privrženosti. Drugim riječima, nesigurno privržene osobe u prosjeku provode više vremena na DM. Značajno je i za izdvojiti da su vrijeme na DM i vidljivost značajno pozitivno povezani što znači da pojedinci koji provode više vremena na DM u prosjeku imaju i veću vidljivost veze na DM. Što se tiče načina korištenja DM, i pasivno i aktivno korištenje DM su pozitivno povezani s vidljivošću veze na DM. Aktivno korištenje DM je i pozitivno povezano s disfunkcionalnošću veze, što ukazuje na to da pojedinci koji npr. više objavljuju fotografije, komentiraju i stvaraju sadržaj na DM u prosjeku izvještavaju o većoj razini problema u ljubavnom odnosu.

Međusobna povezanost pokazatelja kvalitete veze, stila privrženosti i vidljivosti veze na društvenim mrežama

Da bismo odgovorili na prvi problem istraživanja, izračunali smo međusobne korelacije četiri pokazatelja kvalitete veze, stila privrženosti i vidljivosti veze na DM (tablica 3). Što se tiče međusobne povezanosti pokazatelja kvalitete veze, partnerov antagonizam je pozitivno povezan s disfunkcionalnošću romantične veze, a negativno s percipiranom kvalitetom veze i

afektivnošću partnera. Disfunkcionalnost je također negativno povezana s percipiranom kvalitetom veze i afektivnošću partnera. Uz to, percipirana kvaliteta veze i afektivnost partnera značajno su pozitivno povezani. Ovi rezultati ukazuju na to da osobe koje procjenjuju veću kvalitetu svog ljubavnog odnosa u prosjeku percipiraju i veću razinu partnerovih pozitivnih ponašanja. Takve osobe izvještavaju o nižoj razini disfunkcionalnosti u odnosu te doživljavaju manje partnerovih negativnih ponašanja. Zanimalo nas je ispitati odnos između različitih pokazatelja kvalitete veze i vidljivosti veze na DM. Dobivene su neke značajne, ali slabe povezanosti. Partnerov antagonizam je statistički značajno pozitivno povezan s vidljivošću veze na DM, kao i disfunkcionalnost veze. To znači da osobe koje doživljavaju veću razinu sukoba u ljubavnom odnosu i partnerovog antagonizma u prosjeku više prikazuju vlastitu vezu na DM. Nadalje, pokazalo se da je kvaliteta veze značajno pozitivno povezana s vidljivošću veze na DM, što ukazuje na to da i osobe u kvalitetnijim odnosima više prikazuju isti na DM. Partnerova afektivnost nije značajno povezana s vidljivošću veze na DM.

Što se tiče stilova privrženosti, anksiozni stil privrženosti statistički je značajno pozitivno povezan s disfunkcionalnošću veze i partnerovim antagonizmom, a negativno s percipiranom kvalitetom veze i afektivnim partnerovim ponašanjem. Slično, izbjegavajući stil privrženosti statistički značajno je pozitivno povezan s disfunkcionalnošću veze i partnerovim antagonizmom, a negativno povezan s percipiranom kvalitetom veze i afektivnim partnerovim ponašanjem. Ovi rezultati ukazuju na to da osobe s nesigurnim stilovima privrženosti imaju globalno lošiju kvalitetu romantičnog odnosa: više sukoba i negativnih interakcija s partnerom, a manje pozitivnih interakcija s partnerom i percipiraju vezu kao manje kvalitetnom. Konačno, prema očekivanjima, anksiozni stil privrženosti statistički je značajno pozitivno povezan s vidljivošću veze na DM. Izbjegavajući stil privrženosti statistički je značajno negativno povezan s vidljivošću veze na DM. To znači da pojedinci s većom razinom anksiozne privrženosti u prosjeku više prikazuju svoju vezu na DM, a pojedinci s većom razinom izbjegavajuće privrženosti imaju u prosjeku manju vidljivost veze na DM.

Doprinos stila privrženosti i pokazatelja kvalitete veze u objašnjenju vidljivosti veze na društvenim mrežama

Da bismo odgovorili na drugi problem istraživanja, provedena je hijerarhijska regresijska analiza u četiri koraka, pri čemu su kao prediktori uvrštene sociodemografske varijable, količina i način korištenja DM te stil privrženosti i pokazatelji kvalitete veze, a kao kriterij vidljivost romantične veze na DM (tablica 4). Prije interpretacije rezultata, provjereni su preduvjeti za

provođenje regresijske analize. Vrijednosti linearnosti odnosa (*VIF*) su manje od 10, tj. od 1.29 do 2.27 za navedene prediktore, što upućuje na to da ne postoji problem s multikolinearnošću. Vrijednost Durbin-Watsona iznosi 1.94, što pokazuje da su reziduali međusobno nezavisni.

Tablica 4

Rezultati hijerarhijske regresijske analize za kriterij Vidljivost veze na društvenim mrežama (N=747)

Prediktori	Kriterij: Vidljivost veze na DM			
	1. korak	2. korak	3. korak	4. korak
	β	β	β	β
Dob	-.16***	-.10*	-.07	-.05
Rod	-.02	.07	.11**	.09*
Ozbiljnost veze	.13**	.13**	.12**	.09*
Duljina veze	.10*	.11*	.12*	.10*
Vrijeme na DM dnevno		.08*	.08*	.06
Aktivno korištenje DM		.28***	.28***	.27***
Pasivno korištenje DM		.00	-.02	-.01
Anksioznost			.16***	.16***
Izbjegavanje			-.18***	-.15***
Afektivnost				-.01
Antagonizam				.09
Disfunkcionalnost				.06
Kvaliteta veze				.16**
R^2	.026***	.107***	.146***	.162***
ΔR^2		.081***	.039***	.016**

Napomena: β =standardizirani koeficijent multiple regresije; R^2 =koeficijent multiple determinacije; ΔR^2 =promjena u postotku objašnjene varijance; * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

U prvi blok hijerarhijske regresijske analize uključene su sociodemografske varijable dobi, roda, duljine i ozbiljnosti veze kao kontrolne varijable. Pokazalo se da sociodemografske varijable ukupno objašnjavaju 2.6% varijance kriterija pri čemu je model statistički značajan. Dob se pokazala statistički značajnim negativnim prediktorom, a ozbiljnost veze i duljina veze značajnim pozitivnim prediktorima vidljivosti veze na DM. To znači da mlađi sudionici,

sudionici koji su u ozbiljnoj vrsti odnosa (npr. brak) i koji su dulje vremena u romantičnom odnosu imaju veću vidljivost veze na DM. Rod u ovom koraku nije značajan samostalni prediktor. U drugom bloku su uvedene varijable ponašanja na DM te one objašnjavaju dodatnih 8.1% više varijance kriterija, odnosno nakon njihova uvođenja, ukupno je objašnjeno 10.7% varijance kriterija. U ovom bloku prediktora vrijeme provedeno na DM i aktivno korištenje DM pokazali su se pozitivnim prediktorima kriterija, dok pasivno korištenje DM nije. Dakle, sudionici koji provode više vremena na DM i koji ih aktivno koriste imaju veću vidljivost veze na njima. U treći korak uključeni su rezultati na dimenzijama privrženosti koji su objasnili još 3.9 % varijance kriterija te je taj porast statistički značajan. Uz prethodne varijable i dimenzije privrženosti, ovaj model objašnjava ukupno 14.6 % varijance kriterija. Dob je u ovom koraku izgubila značajnost, dok je rod postao značajan pozitivan prediktor: muškarci imaju veću vidljivost veze na DM. Pokazalo se i da je anksiozna privrženost značajni pozitivni prediktor vidljivosti veze na DM, a izbjegavajuća privrženost negativni prediktor: osobe koje imaju izraženiju anksioznost u vezi više objavljuju zajedničkih slika tj. imaju veću vidljivost odnosa na DM, dok osobe koje su sklonije izbjegavanju bliskosti imaju manju vidljivosti veze. U posljednjem koraku dodana su četiri ispitivana pokazatelja kvalitete veze, koji su zajedno objasnili dodatnih 1.6% varijance kriterija, a ta je razlika značajna. Sve prediktorske varijable zajedno objašnjavaju statistički značajnih 16.2% varijance kriterija. U ovom koraku je vrijeme na DM izgubilo značajnost, a novo uvedene varijable, partnerovi antagonizam i afektivnost, kao i disfunkcionalnost veze, također se nisu pokazale značajnim prediktorima. Jedini značajan pozitivan prediktor od svih promatranih pokazatelja je percipirana globalna kvaliteta veze: osobe koje procjenjuju vlastitu vezu kvalitetnijom imaju veću razinu vidljivosti romantične veze na DM.

Zaključno, osobe s izbjegavajućim stilom privrženosti imat će manju vidljivost veze na DM, a one s anksioznom stilom privrženosti veću. Također, veću vidljivost veze imat će i osobe koje svoju vezu procjenjuju kvalitetnijom.

Rasprava

Cilj ovog istraživanja bio je ispitati odnos između privrženosti u ljubavnoj vezi, kvalitete veze i vidljivosti veze na društvenim mrežama. Prvi je problem bio ispitati postoji li povezanost, i u kojem smjeru, između dimenzija privrženosti, percipiranog partnerovog ponašanja u vezi, disfunkcionalnosti veze, percipirane kvalitete veze te vidljivosti veze na društvenim mrežama.

Promatrajući interkorelacije između pokazatelja kvalitete veze utvrđeno je da su svi značajno povezani. Točnije, percipirana kvaliteta veze i partnerovo afektivno ponašanje su međusobno pozitivno povezani, a oboje su negativno povezani s antagonističkim partnerovim ponašanjem i percipiranom disfunkcionalnošću veze. Disfunkcionalnost veze i antagonističko ponašanje su u pozitivnoj korelaciji: osobe koje doživljavaju veću razinu partnerovog antagonističkog ponašanja u prosjeku imaju disfunkcionalnije veze. Takvi pojedinci percipiraju svoju vezu nekvalitetnijom i izvještavaju o nižoj razini partnerovog afektivnog ponašanja. Time je hipoteza 1a potvrđena. Ovaj nalaz je u skladu s istraživanjem Jelić i suradnika (2014) koje su dobile da osobe s većom razinom afektivnosti u braku izvještavaju o većem zadovoljstvu u braku te o većoj razini ljubavi prema partneru. Osobe koje izvještavaju o većoj razini partnerovog antagonizma su manje zadovoljne brakom te izvještavaju o manjoj razini ljubavi prema bračnom/oj partneru/ici. Ovi nalazi su također u skladu s nizom istraživanja koji pokazuju da visoka kvaliteta odnosa uključuje subjektivna iskustva poput intimnosti i brige, dok nisku kvalitetu odnosa karakteriziraju sukobi, iritacija i antagonizam (Farooqi, 2014).

Nadalje, promatrane su povezanosti između stilova privrženosti, pokazatelja kvalitete veze i njezine vidljivosti na društvenim mrežama. Dobiveno je da anksiozno privrženi i izbjegavajuće privrženi pojedinci svoj ljubavni odnos percipiraju manje kvalitetnim, s povećanom razinom disfunkcionalnosti. Shodno tome, procjenjuju i nižu razinu afektivnosti te višu razinu partnerovog antagonizma. Time su hipoteze 1d i 1e potvrđene. Ovaj nalaz je očekivan jer većina studija govori u prilog negativnim korelacijama izbjegavajuće i anksiozne privrženosti sa zadovoljstvom vezom. Nadalje, stil privrženosti pojedinca odražava njegova uvjerenja i ponašanja unutar romantičnih veza. Sigurno privržene osobe očekuju da njihov partner reagira na njihove potrebe. Nasuprot tome, nesigurno privržene osobe očekuju partnera koji ne reagira ili nedosljedno reagira, što dovodi do različitih ponašanja koja su štetna za funkcioniranje veze (Jones i Cunningham, 1996; prema Hadden i sur., 2014). Štoviše, anksiozna privrženosti povezana je s pesimističnom atribucijom oko ishoda veze, većim percipiranim sukobom i negativnim afektom, varijablama koje su pak povezane s manjim zadovoljstvom u vezi. Izbjegavajuća privrženost povezana je s nižom razinom povjerenja u partnera kao i nižom percipiranom partnerovom potporom (Candel i Turliuc, 2019). Ova veza između nesigurne privrženosti i zadovoljstva vezom pokazala se značajnom i u presječnim i u longitudinalnim studijama. Npr. Murray i suradnici (2000; prema Kanter i sur., 2020) su tijekom određenog vremena, dobili da osobe s niskim samopoštovanjem (nesigurno privrženi pojedinci) značajno podcjenjuju koliko ih pozitivno vide njihovi partneri. Drugim riječima,

nesigurna privrženost bila je povezana s manje pozitivnim percepcijama partnera i lošijom kvalitetom veze.

Utvrđena je pozitivna povezanost anksioznog stila privrženosti i vidljivosti na društvenim mrežama, a negativna povezanost izbjegavajućeg stila privrženosti i vidljivosti na društvenim mrežama čime je hipoteza 1f potvrđena. Ovaj nalaz govori u prilog teoriji upravljanja dojmovima koju su u kontekstu prikazivanja veze na DM obradili Emery i suradnici (2014) te dobili identične rezultate. Vrlo je vjerojatno da nesigurno privržene osobe koriste javno prikazivanje romantičnog odnosa u većoj količini kako bi kompenzirale vlastitu nesigurnost u partnera i lošiju kvalitetu veze te time dobili osjećaj društvenog odobravanja. Osjećaj društvenog odobravanja i prikazivanje sebe kao dijela zajednice može dovesti do višeg samopoštovanja kod anksiozno privrženih ljudi. S druge strane, izbjegavajuće privrženi pojedinci sebe doživljavaju neovisnima od svog partnera/ice te stoga pokušavaju očuvati autonomiju i neovisnu sliku o sebi, ne prikazujući romantični odnos javno, odnosno na društvenim mrežama.

Konačno, hipoteze 1b i 1c nisu potvrđene. Iako su dobivene korelacije male, pokazalo se da su disfunkcionalnost i partnerov antagonizam, ali i percipirana kvaliteta veze pozitivno povezani s vidljivošću ljubavnog odnosa na društvenim mrežama. U prilog ovim nalazima govori istraživanje Seidmana i suradnika (2017) koji su dobili negativnu povezanost zadovoljstva vezom i prekomjernih prikazivanja veze na društvenim mrežama. Objašnjenje ovog rezultata može biti u osobinama ličnosti, točnije, stilu privrženosti. Kako je i pokazano u ovom istraživanju, sigurno privrženi pojedinci procjenjuju vlastitu vezu kvalitetnijom, a i ponašanje ljubavnog partnera pozitivnijim, dok nesigurni pojedinci procjenjuju veću razinu sukoba i partnerovog antagonističkog ponašanja. Ipak, dobiveno je da anksiozno privrženi pojedinci, unatoč lošoj kvaliteti veze i negativnijoj procjeni partnera, imaju veću vidljivost veze na društvenim mrežama. Dakle, korelacija i pozitivnih i negativnih pokazatelja s vidljivošću veze možda upućuje na to da je prikazivanje veze na socijalnim mrežama odraz stvarnog zadovoljstva vezom kod sigurno privrženih pojedinaca, ali i u prilog tome da neki pojedinci, ovisno o osobinama ličnosti, mogu upravljati dojmovima i prikazivati ljubavnu vezu u većoj mjeri na mrežama kako bi kompenzirali nedostatak percipirane partnerove pažnje i afektivnosti te vlastitih nesigurnih osjećaja oko ljubavnog odnosa. Ako se zanemari stil privrženosti, nalaz da je kvaliteta veze tj. zadovoljstvo vezom pozitivno povezano s prikazivanjem veze na društvenim mrežama u skladu je s većinom prethodnih istraživanja. Saslow i suradnici (2013) su kroz svoje tri studije utvrdili da su pojedinci koji objavljuju slike sebe i svog partnera

zadovoljniji vezom, neovisno o spolu. Prethodna istraživanja su na sličan način pokazala da je npr. uključivanje partnera u profilnu sliku na društvenim mrežama povezano s većim zadovoljstvom veze. Općenito, autori koji su istraživali ponašanje na društvenim mrežama u kontekstu ljubavnih odnosa zaključili su da bi objavljivanje zajedničkih slika moglo biti fotografska ilustracija uključivanja partnera u vlastiti pojam o sebi. Objavljivanje slika sebe i partnera može ukazivati na veću razinu bliskosti te tako dovesti do integracije partnera u vlastiti identitet (osoba vidi sebe kao dijelom para, a ne neovisnim pojedincem). Istraživači se slažu da integracija partnera u vlastiti pojam o sebi vodi ka većoj razini prikazivanja veze na društvenim mrežama, ali i da zajedničke fotografije te pozitivne poruke upućene partneru na društvenim mrežama potiču bliskost i vode ka većoj integraciji partnera u vlastiti pojam o sebi te tako poboljšavaju kvalitetu odnosa. Također, jedno od objašnjenja pozitivne povezanosti disfunkcionalnosti i partnerovog antagonizma s vidljivošću veze nude Papp i suradnici (2012) koji su dobili da neslaganje oko statusa veze na Facebooku može rezultirati sukobima, koji su pak bili povezani s manjim zadovoljstvom u vezi. Dakle, ukoliko npr. pojedinac objavljuje slike s partnerom koji isto ne želi i/ili ne radi, to može uzrokovati učestale sukobe i napetosti u vezi.

Nakon što je utvrđena povezanost između varijabli, drugi problem bio je ispitati relativni doprinos dimenzija privrženosti osobe i obilježja ljubavne veze u objašnjenju vidljivosti veze na društvenim mrežama, uz kontrolu sociodemografskih obilježja i načina ponašanja na društvenim mrežama, pri čemu je korištena hijerarhijska regresijska analiza u četiri koraka. U trećem koraku uključene su varijable anksiozne i izbjegavajuće privrženosti jer su one relativno stabilne karakteristike osobe te je promatran njihov doprinos objašnjenju vidljivosti ljubavne veze na društvenim mrežama. Rezultati su pokazali da je anksiozna privrženost pozitivan prediktor, a izbjegavajuća privrženost negativan prediktor vidljivosti veze na društvenim mrežama. Kako je prethodno spomenuto, taj nalaz je značajan i u skladu je s istraživanjem Emery i suradnika (2014), koji su kroz teoriju upravljanja dojmovima i proširenja vlastitog pojma o sebi pretpostavili te potvrdili da javni prikazi veze na društvenim mrežama mogu služiti kao kompenzacijski mehanizam za pojedince koji su manje zadovoljni svojim vezama. Dobili su da izbjegavajuće privrženi pojedinci neprikazivanjem veze žele održati samopoštovanje kroz stvaranje neovisne slike o sebi, dok anksiozno privrženi pojedinci žele održati samopoštovanje društvenim odobravanjem veze i inkorporacijom partnera u vlastiti pojam o sebi. Zaključno, na temelju stilova privrženosti moglo bi se pretpostaviti u kojoj mjeri će netko objavljivati sadržaj o svojoj vezi na društvenim mrežama. Ovim je nalazom hipoteza 2b potvrđena.

Hipoteza 2a nije potvrđena jer je dobiveno da je od svih pokazatelja kvalitete veze samo percipirana globalna kvaliteta veze jedini značajni pozitivni prediktor vidljivosti romantičnog odnosa na društvenim mrežama, što znači da pojedinci s kvalitetnijom vezom objavljuju više sadržaja/fotografija vezanih za vlastiti odnos. Iste rezultate dobili su Seidman i suradnici (2017) istražujući je li zadovoljstvo vezom značajan prediktor vidljivosti veze na Facebook-u. Nalaz da se partnerovo ponašanje, bilo percipirano pozitivno ili negativno, te percipirana razina disfunkcionalnosti, nisu pokazali značajnim u objašnjenju vidljivosti, a da se stil privrženosti pokazao značajnijim prediktorom čak i od procjene kvalitete veze, upućuje da možda kvaliteta veze kao multidimenzionalni konstrukt nije toliko važna u predviđanju vidljivosti veze koliko individualne karakteristike pojedinca tj. stil privrženosti. Ova pretpostavka testirana je i izbacivanjem stilova privrženosti iz trećeg koraka hijerarhijske regresijske analize gdje se gledao samo doprinos pokazatelja kvalitete veze. Naime, situacija se nije promijenila, tj. kvaliteta veze i dalje je bila jedini značajan pozitivan prediktor vidljivosti veze na društvenim mrežama. Stoga bi se moglo zaključiti da osobe koje su sigurno privržene partneru, te samim time imaju povoljnu kvalitetu veze, rado objavljuju fotografije s partnerom/icom kako bi prezentirali stvarnu sliku o sebi drugima. Sigurno privržene osobe nisu sklone upravljanju dojmovima te će njihovi društveni profili odražavati stvarnu kvalitetu veze i inkorporaciju partnera u vlastiti pojam o sebi. No ako primijetimo da neka osoba nikad ili vrlo rijetko ili pak intenzivno objavljuje zajedničke fotografije, čini se da to možemo djelomično objasniti stilom privrženosti te osobe. Kako je pokazano, stil privrženosti zasigurno se manifestira u dinamici romantične veze, te je to ono što nam je vidljivo kada donosimo zaključke o npr. općenito disfunkcionalnim parovima koji dijele puno zajedničkih slika sretnih trenutaka na društvenim mrežama. Kada tražimo uzrok takve „nelogičnosti“ mogli bismo ga naći u individualnim karakteristikama tih osoba, među kojima je i njihov stil privrženosti.

Ono što dodatno pruža podlogu navedenim rezultatima jesu i rezultati deskriptivne statistike uzorka, gdje vidimo da sudionici u ovom istraživanju procjenjuju svoje veze vrlo kvalitetnima tj. zadovoljni su njima i procjenjuju visoku razinu afektivnog ponašanja svojeg ljubavnog partnera. U skladu s tim, u trenutnim romantičnim odnosima sudionika prevladava niža razina disfunkcionalnosti i partnerovog antagonizma. Sudionici pokazuju niže razine anksiozne i izbjegavajuće privrženosti, što ukazuje da su većinom sigurno privrženi u ljubavnom odnosu. Ovaj podatak je očekivan jer su kvaliteta veze i siguran stil privrženosti pozitivno povezani (Hadden i sur., 2014). Sudionici iskazuju nešto nižu prosječnu razinu vidljivosti (npr. većina sudionika na društvenim mrežama ima većinom vlastite slike, a samo

ponekad s partnerom/icom). Dakle, osobe u kvalitetnim vezama uz samoprezentaciju na društvenim mrežama ponekad uključuju i prezentaciju partnera. Istraživači sugeriraju da je prikazivanje zajedničkih fotografija na društvenim mrežama dokaz uključivanja partnera u vlastito samopoimanje te izraz bliskosti i upućuje na preklapanje identiteta u većoj ili manjoj mjeri (Saslow i sur., 2013; Toma i Choi, 2015). Također, otkriveno je da će parovi koji su zadovoljni svojim vezama vjerojatno izraziti zajednički identitet i na socijalnim mrežama, što pak povratno može ojačati kvalitetu odnosa (Toma i Choi, 2015).

Prednosti, implikacije, nedostaci istraživanja i prijedlozi za buduća istraživanja

Nalazi ovog istraživanja zanimljiv su dodatak rastućoj literaturi ponašanja na internetu u kontekstu romantičnih odnosa. Ovo istraživanje potvrđuje prethodne nalaze istraživanja da stil privrženosti ima značajan utjecaj na razne aspekte kvalitete veze. Značajnije, ovo je prvo istraživanje u Republici Hrvatskoj koje se bavi fenomenom prezentacije ljubavnih odnosa na društvenim mrežama te njegovim korelatima. Pokazatelji kvalitete veze korišteni su kako bi se ispitala povezanost različitih dimenzija kvalitete veze i vidljivosti, a ne samo općenite procjene kvalitete veze koje su korištene u svim prethodnim istraživanjima vidljivosti veze na društvenim mrežama. Provedeno istraživanje upotpunjuje i trenutno nedostatnu literaturu o romantičnoj privrženosti i ponašanju na društvenim mrežama kroz ispitivanje kako temeljna psihološka načela utječu na online ponašanje. Velika prednost istraživanja je i uključivanje različitih populacija - starijih i mlađih sudionika, zaposlenih i studenata, onih koji su dugo zajedno i u ozbiljnim vezama te onih koji su na relativnom početku romantičnog odnosa, pružajući tako veću mogućnost generalizacije rezultata. Konačno, bitno je ispitivati ponašanje pojedinaca na internetu jer ono postaje sve važnije kako se tehnologija sve više integrira u društvo. Pomoću društvenih mreža u današnje doba često iniciramo, održavamo, ali i prekidamo ljubavne odnose, koji su značajan dio funkcioniranja većine ljudi.

Prilikom tumačenja rezultata treba uzeti u obzir i nedostatke istraživanja. Najprije, ovo istraživanje je provedeno online putem što uključuje i određena ograničenja. Prilikom provođenja online anketa dolazi do smanjene kontrole sudionika tj. ne možemo u potpunosti biti sigurni je li npr. isti sudionik više puta popunio isti upitnik, jesu li dati odgovori istiniti ili je li sudionik shvatio sva pitanja i upute. Nadalje, uzorak istraživanja je prigodan, to jest, sudjelovanju su pristupili oni sudionici koji su imali priliku dobiti poveznicu na istraživanje ili izravno ili putem društvene mreže ili od studenta psihologije na Filozofskom fakultetu. Takva pristranost pri uzorkovanju može utjecati na vanjsku valjanost istraživanja i ograničiti

mogućnost generalizacije rezultata. Ovo je istraživanje bilo korelacijskog tipa te se ne može zaključivati o uzročno-posljedičnim vezama među istraživanim varijablama. Buduća istraživanja trebala bi utvrditi te veze da bi se dobilo potpunije razumijevanje recipročnih učinaka između promatranih varijabli. Potrebno je provesti i longitudinalna istraživanja jer bi ponavljano mjerenje ponašanja na društvenim mrežama i kvalitete veze omogućilo sofisticiranije ispitivanje povezanosti, a pritom bi se mogla pratiti i promjene u ponašanju na mrežama za vrijeme trajanja veze. Npr. možda anksiozne osobe u danima kada se pomire s partnerom objavljuju zajedničke slike, ali općenito imaju disfunkcionalnu vezu i njome nisu zadovoljne. Nadalje, korištene su samoprocjene sudionika, a one su pak sklone pristranosti. Npr. većina pojedinaca je pozitivno pristrana kada procjenjuje svoje romantične veze. To je podržano velikim brojem istraživanja koja pokazuju da ljudi sustavno procjenjuju svoju vezu pozitivnijom od stvarnog stanja (Farooqi, 2014). Također, prethodna istraživanja pokazuju da je samoprijavljeno ponašanje o korištenju društvenih medija često netočno (Hand i sur., 2013). Učinkovita metoda prevladavanja nepouzdanosti podataka u samoizvještaju je izravno promatranje ponašanja sudionika. Npr. vidljivost veze mogla bi se mjeriti brojanjem zajedničkih fotografija na profilu koje bi provela treća osoba ili istraživač. Potencijalno ograničenje je i to što su se uzimali u obzir odgovori samo jednog partnera. Buduća istraživanja mogla bi uzeti u obzir emocije, stavove i percepcije oboje partnera jer otkrivanje nečije romantične veze na društvenim mrežama može biti povezano i s partnerovom željenom vidljivošću veze. Npr. osoba koja je anksiozno privrženica može zatomljavati svoju vezu na društvenim mrežama u želji da udovolji izbjegavajuće privrženom partneru/ici.

Potrebna su istraživanja koja uključuju istospolne ili nemonogamne veze jer je trenutna studija bila ograničena na heteroseksualne osobe u monogamnoj vezi. Na primjer, homoseksualni pojedinci mogu imati drugačije motivacije. Vidljivost veze na društvenim mrežama može, među ostalim, služiti i u svrhu prikazivanja vlastitog seksualnog identiteta. Usto bi bilo zanimljivo istražiti postoje li kulturalne razlike u vidljivosti veze na društvenim mrežama. Npr. zapadne kulture smatraju se više individualističkima i neovisnima, a istočne međuovisnima i kolektivističkima te bi se stoga kultura mogla odražavati i na vidljivost romantične veze na društvenim mrežama, odnosno uključivanje romantičnog partnera u vlastiti identitet. Zanimljiv dodatak istraživanjima u ovom području bilo bi mjerenje povezanosti osobina ličnosti (npr. Big Five) i/ili osobne sreće (zadovoljstvo životom pojedinca) te vidljivosti romantične veze. Konačno, u ovom su istraživanju sudionici izvještavali o ponašanju na društvenim mrežama općenito (rezultati se pritom mogu generalizirati na Facebook i Instagram

jer su najpopularnije društvene mreže sa gotovo identičnim značajkama), ali mogla bi se ispitati ponašanja na i manje poznatim ili specifičnim društvenim mrežama (onima s jedinstvenim značajkama).

Zaključak

Cilj ovog rada bio je utvrditi odnos između privrženosti u ljubavnoj vezi, pokazatelja kvalitete veze i vidljivosti veze na društvenim mrežama te njihov relativni doprinos u objašnjenju vidljivosti veze na društvenim mrežama. Rezultati istraživanja provedenog na 747 muškaraca i žena u dobi od 18 do 40 godina pokazuju da su percipirana kvaliteta veze i partnerova afektivnost međusobno pozitivno povezani, dok su oboje negativno povezani s percipiranom disfunkcionalnošću veze i partnerovim antagonizmom. Anksiozna i izbjegavajuća privrženost su pozitivno povezane s partnerovim antagonizmom i disfunkcionalnošću veze, a negativno s percipiranom kvalitetom veze i partnerovom afektivnošću. Što se tiče vidljivosti veze, dobivena je pozitivna povezanost s percipiranom kvalitetom veze, percipiranom disfunkcionalnošću i partnerovim antagonizmom, a u regresijskoj analizi se samo percipirana kvaliteta veze pokazala pozitivnim značajnim prediktorom vidljivosti veze na društvenim mrežama. Anksiozni stil privrženosti je pozitivno povezan s vidljivošću veze te je i pozitivan prediktor vidljivosti kao kriterija. S druge strane, izbjegavajući stil je negativno povezan s vidljivošću veze te je njezin negativan prediktor. Ovo je istraživanje važno jer se tehnologija i društvene mreže sve više integriraju u život pojedinca, pa tako i u ljubavne odnose. Ovi rezultati pridonose trenutno siromašnoj literaturi o prikazivanju veze na društvenim mrežama te dovodi korak bliže razumijevanju kako temeljna psihološka načela i obilježja ljubavnog odnosa utječu na ponašanje na internetu.

Literatura

- Arikewuyo, A. O., Lasisi, T. T., Abdulbaqi, S. S., Omoloso, A. I., i Arikewuyo, H. O. (2020). Evaluating the use of social media in escalating conflicts in romantic relationships. *Journal of Public Affairs*, 22(1), e2331. <https://doi.org/10.1002/pa.2331>
- Baek, Y. M., Cho, Y. i Kim, H. (2014). Attachment style and its influence on the activities, motives, and consequences of SNS Use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 58(4), 522–541. <https://doi.org/10.1080/08838151.2014.966362>
- Batinić, L. (2019). *Doprinos iskustava iz primarnih obitelji obaju partnera kvaliteti intimne veze u mlađoj odrasloj dobi* (Disertacija). Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet. Preuzeto s <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:526493>
- Bouchard, G., Harrigan, I. i Tobin, S. J. (2021). The use of Facebook in romantic relationships: An actor-partner interdependence mediation model predicting relationship visibility. *Journal of Social and Personal Relationships*, 38(7), 2084–2098. <https://doi.org/10.1177/02654075211006788>
- Bouffard, S., Giglio, D., i 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. <https://doi.org/10.1177/08944393211013566>
- Brennan, K. A., Clark, C. L. i Shaver, P. R. (1998). Self-report measurement of adult attachment: An integrative overview. In J.A. Simpson & W.S. Rholes (Eds.), *Attachment theory and close relationships* (pp. 46–76). The Guilford Press
- Candel, O. S. i Turliuc, M. N. (2019). Insecure attachment and relationship satisfaction: A meta-analysis of actor and partner associations. *Personality and Individual Differences*, 147, 190–199. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.04.037>
- Caughlin J. P. i Sharabi L. L. (2013). A communicative interdependence perspective of close relationships: The connections between mediated and unmediated interactions matter. *Journal of Communication*, 63(5), 873–893. <https://doi.org/10.1111/jcom.12046>

- Coundouris, S. P., Tyson, C. L., i Henry, J. D. (2021). Social networking site use and relationship quality: A double edged sword. *Computers in Human Behavior*, 123, Article 106871. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106871>
- Emery, L. F., Muise, A., Alpert, E. i Le, B. (2015). Do we look happy? Perceptions of romantic relationship quality on Facebook. *Personal Relationships*, 22(1), 1–7. <https://doi.org/10.1111/pere.12059>
- Emery, L. F., Muise, A., Dix, E. L. i Le, B. (2014). Can you tell that I'm in a relationship? Attachment and relationship visibility on Facebook. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 40(11), 1466–1479. <https://doi.org/10.1177/0146167214549944>
- Farooqi, S. R. (2014). The construct of relationship quality. *Journal of Relationships Research*, 5(2), 1-11. <https://doi.org/10.1017/jrr.2014.2>
- Flynn, S., Noone, C., i Sarma, K. M. (2018). An exploration of the link between adult attachment and problematic Facebook use. *BMC Psychology*, 6, članak 34. <https://doi.org/10.1186/s40359-018-0245-0>
- Gerson, J., Plagnol, A. C. i Corr, P. J. (2017). Passive and Active Facebook Use Measure (PAUM): Validation and relationship to the Reinforcement Sensitivity Theory. *Personality and Individual Differences*, 117, 81–90. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.05.034>
- Grych, J. H., Seid, M., i Fincham, F. D. (1992). Assessing Marital Conflict from the Child's Perspective: The Children's Perception of Interparental Conflict Scale. *Child Development*, 63(3), 558–572. <https://doi.org/10.2307/1131346>
- Hadden, B. W., Smith, C. V. i Webster, G. D. (2014). Relationship duration moderates associations between attachment and relationship quality: Meta-analytic support for the temporal adult romantic attachment model. *Personality and Social Psychology Review*, 18(1), 42–58. <https://doi.org/10.1177/1088868313501885>
- Hand, M. M., Thomas, D., Buboltz, W. C., Deemer, E. D. i 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. <https://doi.org/10.1089/cyber.2012.0038>

- Huston, T. L., Kamenov, Ž., i Huić, A. (2010). *Inventory of affection and antagonism in marriage*. [Neobjavljeni rad].
- Jelić, M., Kamenov, Ž. i Huić, A. (2014). Perceived spouse's affectionate and antagonistic behaviours and marital satisfaction. *Društvena istraživanja*, 23, 87-107. doi:10.5559/di.23.1.05.
- Kamenov, Ž. i Jelić, M. (2003). Validacija instrumenta za mjerenje privrženosti u različitim vrstama bliskih odnosa: Modifikacija Brennanova Inventara iskustava u bliskim vezama. *Suvremena psihologija*, 6(1).
- Kamenov, Ž. i Jelić, M. (2005). Stability of attachment styles across students' romantic relationships, friendships and family relations. *Review of psychology*, 12 (2), 115-123. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/2315>
- Kanter, J. W., Kuczynski, A. M., Manbeck, K. E., Corey, M. D. i Wallace, E. C. (2020). An integrative contextual behavioral model of intimate relations. *Journal of Contextual Behavioral Science*, 18, 75–91. <https://doi.org/10.1016/j.jcbs.2020.09.001>
- Kemp, S. (2022). Digital global Overview report. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>
- Kline, P. (2011). *The Handbook of psychological testing (2nd ed.)*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315812274>
- Kokorić, S. B. i Gabrić, M. (2009). Razlike u ljubavnim vezama studenata sa sigurnim i nesigurnim stilovima privrženosti. *Studijski Centar Socijalnog Rada. Ljetopis*, 16(3), 551-572.
- Krueger, K. L., i Forest, A. L. (2020). Communicating Commitment: A Relationship-Protection account of Dyadic displays on social media. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 46(7), 1059–1073. <https://doi.org/10.1177/0146167219893998>
- Krznarić, T. i Kamenov, Ž. (2016). Atribucija partnerovog ponašanja u intimnoj vezi i kvaliteta veze. *Socijalna psihijatrija*, 44 (4), 283-290.
- Lane, B. L., Piercy, C. W., i Carr, C. T. (2016). Making it Facebook official: The warranting value of online relationship status disclosures on relational characteristics. *Computers in Human Behavior*, 56, 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.11.016>

- Lee, J., Gillath, O., i Miller, A. (2019). Effects of self- and partner's online disclosure on relationship intimacy and satisfaction. *PloS one*, *14*(3), e0212186. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0212186>
- Li, T. i Chan, D. K-S. (2012). How anxious and avoidant attachment affect romantic relationship quality differently: A meta-analytic review. *European Journal of Social Psychology*, *42*(4), 406–419. <https://doi.org/10.1002/ejsp.1842>
- Marshall, T. C., Bejanyan, K., Di Castro, G. i Lee, R. A. (2013). Attachment styles as predictors of Facebook-related jealousy and surveillance in romantic relationships. *Personal Relationships*, *20*(1), 1–22. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6811.2011.01393.x>
- McLeod, S., Berry, K., Hodgson, C., i Wearden, A. (2020). Attachment and social support in romantic dyads: A systematic review. *Journal of Clinical Psychology*, *76*(1), 59–101. <https://doi.org/10.1002/jclp.22868>
- Mikulincer, M. i Shaver, P. R. (2005). Attachment Security, Compassion, and Altruism. *Current Directions in Psychological Science*, *14*(1), 34–38. <https://doi.org/10.1111/j.0963-7214.2005.00330.x>
- Muscanel, N. L., Guadagno, R. E., Rice, L. i Murphy, S. (2013). Don't it make my brown eyes green? An analysis of Facebook use and romantic jealousy. *Cyberpsychology, behavior and social networking*, *16*(4), 237–242. <https://doi.org/10.1089/cyber.2012.0411>
- Norton, R. (1983). Measuring marital quality: A critical look at the dependent variable. *Journal of Marriage and the Family*, 141-151.
- Obar, J.A. i Wildman, S. (2015). Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue. *Telecommunications Policy*, *39*(9), 745-750.
- Papp, L. M., Danielewicz, J., i Cayemberg, C. (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. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0291>
- Rus, H. M., i Tiemensma, J. (2017). “It's complicated.” a systematic review of associations between social network site use and romantic relationships. *Computers in Human Behavior*, *75*, 684–703. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.06.004>

- Sabiniewicz, A., Borkowska, B., Serafińska, K. i Sorokowski, P. (2017). Is love related to selfies? Romantic selfie posting behavior and love levels among women and men. *Personality and Individual Differences*, 111, 297-300. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.02.038>
- Saslow, L., Muise, A., Impett, E. i Dubin, M. (2013). Can You See How Happy We Are? Facebook Images and Relationship Satisfaction. *Social Psychological and Personality Science*, 4 (4), 411-418. <https://doi.org/10.1177/1948550612460059>
- Seidman, G., Langlais, M. R., i Havens, A. (2017). Romantic relationship-oriented Facebook activities and the satisfaction of belonging needs. *Psychology of Popular Media Culture*, 8(1), 52–62.
- Sharabi, L. L., i Hopkins, A. (2021). Picture perfect? Examining associations between relationship quality, attention to alternatives, and couples' activities on Instagram. *Journal of Social and Personal Relationships*, 38(12), 3518-3542. <https://doi.org/10.1177/0265407521991662>
- Stöven, L. M., i Herzberg, P. Y. (2021). Relationship 2.0: A systematic review of associations between the use of social network sites and attachment style. *Journal of Social and Personal Relationships*, 38(3), 1103–1128. <https://doi.org/10.1177/0265407520982671>
- Tadinac, M., Kamenov, Ž., Jelić, M. i Hromatko, I. (2005). *Što ljubavnu vezu čini uspješnom. Izvještaj s XV. Ljetne psihologijske škole*. Zagreb: Odsjek za psihologiju Filozofskog fakulteta.
- The-jamovi-project. JAMOVI [Internet]. 2022. Dostupno na: <https://www.jamovi.org>.
- Toma, C. L., i Choi, M. (2015). The couple who Facebooks together, stays together: Facebook Self-Presentation and Relationship Longevity among College-Aged Dating Couples. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(7), 367–372. <https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0060>
- Trifiro, B. (2018). *Instagram Use and Its Effect on Well-Being and Self-Esteem*. Bryant University, Master of Arts in Communication. Preuzeto s <https://digitalcommons.bryant.edu/macomm/4/>