

## Adolescentsko shvatanje onlajn prijateljstava i povezanost vršnjačke afektivne vezanosti sa motivima za njihovo formiranje

---

*Cilj ovog istraživanja bio je da utvrdi da li odlike odnosa koje adolescenti grade sa svojim vršnjacima mogu predvideti razloge zbog kojih adolescenti formiraju onlajn prijateljstva. Pre pristupanja proučavanju ovog problema sprovedena je kvalitativno-kuantitativna studija sa ciljem formulisanja definicije onlajn prijateljstava na osnovu načina na koji adolescenti u Srbiji razumeju ovaj pojam. Odgovori 152 ispitanika (82% devojaka) ukazali su na to da je onlajn prijateljstvo složen i važan odnos za koji su ključni poverenje, bliskost i emocionalno ulaganje, kao i učestalost komunikacije. Dobijena definicija korišćena je kao selekcionni kriterijum za glavnu studiju. U glavnoj studiji učestvovalo je 279 ispitanika (72% devojaka). Rezultati ukazuju da su kod ispitanika koji grade kvalitetnije odnose sa vršnjacima značajno manje zastupljeni motivi vezani za beg u virtuelni svet ( $F(1, 277) = 25.2, p < 0.001, \beta = -0.29, R^2 = 0.08$ ) i romantični i seksualni motivi ( $F(1, 275) = 10.5, p < 0.001, \beta = -0.13, R^2 = 0.04$ ). Postoje polne razlike u zastupljenosti različitih motiva. Kod ispitanika ženskog pola zastupljeniji su motivi vezani za želju za isprobavanjem nečeg novog i beg u virtuelni svet, dok su kod ispitanika muškog pola zastupljeniji romantični i seksualni motivi. Rezultati prve studije nam omogućavaju da zaključimo da adolescenti onlajn prijateljstvo ne shvataju kao površan odnos, već da on podrazumeva značajnu zastupljenost afektivnih komponentata i emocionalnog ulaganja, dok druga studija pokazuje da onlajn prijateljstva mogu imati značajnu ulogu u nadomešćivanju nedostataka u odnosima sa vršnjacima sa kojima se adolescenti sreću u oflajn svetu.*

---

*Dajana Osmani (2000), Sakule (Pančevo), Milutina Markova 1A, učenica 3. razreda Filološke gimnazije u Beogradu*

---

### Uvod

Upotreba društvenih mreža je u svakodnevnom porastu. Za period od jedne decenije, u Sjedinjenim Američkim Državama procenat punoletnih korisnika interneta porastao je sa 36% na 69%. Pored toga, najnoviji statistički podaci vezani za upotrebu društvenih mreža u SAD pokazuju da oko 88% ljudi uzrasta od 18 do 29 godina koristi neku vrstu društvene

*MENTOR: Tijana Nikitović, studentkinja master studija psihologije, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu*

mreže (Smith *et al.* 2018). Facebook koristi 68% celokupne američke populacije, što ga čini najpopularnijom društvenom mrežom u ovoj zemlji, međutim, u specifičnim uzrasnim grupama, veliku popularnost imaju i druge društvene mreže. Na primer, 78% ljudi uzrasta od 18 do 24 godine koristi Snapchat, 71% koristi Instagram i 45% koristi Twitter. U slučaju pomenutih društvenih mreža, više od polovine njihovih korisnika u SAD navelo je da ih koristi nekoliko puta dnevno (Smith *et al.* 2018). S obzirom na ovakvu rasprostranjenost upotrebe društvenih mreža među mladima, možemo pretpostaviti da one imaju uticaja na socijalnu interakciju i oblikuju je, te nije iznenađujuće da ona menja značenje pojma „prijateljstvo” (Amichai-Hamburger *et al.* 2013).

Amihaj-Hamburger, Kingsburi i Šnajder (2013) komentarišu da, iako su pri konceptualizaciji pojma prijateljstva postojale značajne metodološke razlike između brojnih istraživanja, same definicije prijateljstva uglavnom ostaju suštinski slične. Prijateljstvo se određuje kao odnos između dvoje ljudi koji odlikuje reciprocnost, bliskost i intimnost (Schneider 2000; prema Amichai-Hamburger *et al.* 2013). Ova vrsta odnosa postaje posebno značajna u periodu adolescencije, jer tada roditelji prestaju da budu jedine značajne figure za koje se adolescenti vezuju, već u mnogo većoj meri počinju da se oslanjaju na prijatelje u vršnjačkoj grupi (Santor *et al.* 2000). Prijateljstva su od posebnog značaja za adolescente jer imaju uticaj na važna razvojna pitanja, kao što je, na primer, razvoj samopouzdanja (Keefe i Berndt 1996). Digitalni svet je promenio tok razvoja mnogih prijateljstava, ali iz prethodnih istraživanja nije jasno da li su zbog društvenih mreža suštinske karakteristike prijateljstva kao odnosa izmenjene. Ipak, prijateljstva sa različitim nivoima bliskosti javljaju se i onlajn i oflajn. Iako postoje različite operacionalizacije ovih pojmova u različitim istraživanjima, u našoj studiji koncept oflajn prijateljstva biće shvaćen kao komunikacija koja se odvija uživo, bez obzira na to da li pored toga postoji i nekakav oblik komunikacije preko interneta između prijatelja. S druge strane, onlajn prijateljstva se odnose na komunikaciju koja se odvija isključivo preko interneta (Chan i Cheng 2004), i taj koncept je usvojen i u našem istraživanju.

Istraživanja koja se bave prirodom fenomena onlajn prijateljstava najčešće pokazuju kompleksnu sliku odnosa između oflajn i onlajn prijateljstava, naročito kada se procenjeni kvalitet onlajn prijateljstava poredi sa kvalitetom prijateljstava koja se odvijaju (i) uživo (Amichai-Hamburger *et al.* 2013). Na teritoriji SAD 2015. godine, 57% adolescenata koji su učestvovali u istraživanju prijavilo je da je preko interneta formiralo novo prijateljstvo, od čega je samo 20% ispitanika svog novog prijatelja upoznao i uživo, dok su preostala prijateljstva nastavila da se održavaju isključivo preko interneta (Lenhart 2015). U jednom istraživanju u kom su upoređena onlajn prijateljstva i prijateljstva koja podrazumevaju i interakciju van interneta – takozvana oflajn prijateljstva, ispitanici su procenjivali kvalitet oflajn prijateljstava kao bolji od kvaliteta onlajn prijateljstava (Chan i Cheng 2004). Međutim, kada je u istom istraživanju dužina prijateljstava uzeta u obzir, ovi nalazi se nisu održali, već su razlike u procenjenom

kvalitetu postale minimalne. Drugim rečima, iako su oflajn prijateljstva uopšteno procenjivana kao kvalitetnija, kada se govori o prijateljstvima koja traju godinu dana ili duže, razlike u proceni kvaliteta se gube. Autori su zaključili da sa prolaskom vremena kvalitet onlajn prijateljstava postaje približno isti kao kvalitet oflajn prijateljstava, i to nakon prevazilaženja određenog perioda koji je potreban da bi se onlajn prijateljstvo formirao i učvrstilo, što u slučaju ovog istraživanja iznosi od šest meseci do godinu dana (Chan i Cheng 2004). Takođe, i percepcija ovih odnosa kod samih učesnika u onlajn prijateljstvima se razlikuje u rezultatima različitih istraživanja kada je u pitanju poređenje oflajn i onlajn prijateljstava. Određena istraživanja pokazuju da je kvalitet prijateljstava percipiran kao bolji kod oflajn prijateljstava (Mesch 2005), ali postoje i ona koja pokazuju da razlike ne postoje ili su zanemarljive (Amichai-Hamburger *et al.* 2013).

U prethodnim studijama su isticane različite prednosti, ali i mane onlajn prijateljstava. Jedan od faktora koji se opažaju kao važni za formiranje i razvoj prijateljstva je i učestvovanje u zajedničkim aktivnostima (Mesch 2005), pri čemu je ovo moguće pretežno kod oflajn prijateljstava. Samo manji deo ljudi koji formiraju onlajn prijateljstva uspeva da i u onlajn okruženju učestvuje u zajedničkim aktivnostima korišćenjem grupnih video igara (Amichai-Hamburger *et al.* 2013). Međutim, iako postoji opcija zajedničkog igranja video-igara, zajedničke aktivnosti prijatelja ipak su dominantno prisutne kod oflajn prijateljstava. Jasno je i da se sama onlajn prijateljstva međusobno razlikuju, s obzirom na to da su u upotrebi različite platforme za komunikaciju sa različitim mogućnostima. Amihaj-Hamburger, Kinsgburi i Šnajder (Amichai-Hamburger *et al.* 2013) su pretpostavili da osobe koji koriste širok spektar mogućnosti koje pruža internet verovatno manje primećuju razlike u onlajn komunikaciji i komunikaciji uživo. Verovatno je da korišćenjem različitih opcija mogu obezbediti komunikaciju koja je po svojim karakteristikama vrlo slična oflajn komunikaciji – uporedimo, na primer, prijateljstvo između ljudi koji se isključivo dopisuju, i onih koji pored toga koriste video-pozive, zajedno igraju igrice, razmenjuju glasovne poruke i slično.

Ipak, mnoga istraživanja u vezi sa onlajn prijateljstvima nastala su pre više godina, kada razvijenost i upotreba društvenih mreža i internet komunikacije nije bila na istom nivou na kom je danas, pre svega kada je reč o broju ljudi koji ih koriste, ali i zbog novih opcija koje se otvaraju na različitim društvenim mrežama. Na internetu je danas barem delimično moguće nadomestiti nekadašnje navođene nedostatke onlajn prijateljstava, kao što su nedostatak neverbalne komunikacije, govornog tona sagovornika i slično, naročito pri korišćenju programa i aplikacija kao što su Skype, FaceTime, Messenger, Viber ili WhatsApp, koji pružaju mogućnost korišćenja video-poziva.

Čak i da ne dele zajedničke aktivnosti sa onlajn prijateljima, pojedinci mogu to nadomestiti zajedničkim interesovanjima koja su se u ranijim studijama pokazala kao veoma značajna za formiranje onlajn prijateljstava, te u onlajn okruženju ljudi češće formiraju prijateljstva sa istomišljenicima i ljudima koji su im slični (Kupersmidt *et al.* 1995; Mesch 2005). Ovakav

zahtev pri formiranju prijateljstava može biti mnogo lakše ispunjen uz pomoć interneta, koji danas omogućava jednostavno pronalaženje ljudi sa sličnim interesovanjima i osobinama. Na tom polju je internet posebno koristan ljudima koji van virtuelnog sveta ne mogu da pronađu druge u sličnoj situaciji. Na primer, takva je situacija kod ljudi sa određenim stigmatizovanim problemom ili bolešću, koji često pronalaze podršku na internetu (Amichai-Hamburger i Furnham 2007).

Ranije se kao mana onlajn prijateljstava i kompjuterske komunikacije uopšte isticao nedostatak informacija koje u komunikaciji uživo možemo dobiti, kao što su neverbalna komunikacija i indikatori socijalnog konteksta – na primer, klasna obeležja ili fizička privlačnost (Sproull i Kiesler 1986, prema Chan i Cheng 2004). Suprotno tome, kasnija istraživanja su pokazala da je baš ovo razlog za stvaranje intimnijih odnosa između ljudi na internetu, jer su se zbog povećane anonimnosti ljudi spremniji da jedni sa drugima dele intimne informacije (Schneider i Amichai-Hamburger 2010, prema Amichai-Hamburger *et al.* 2013; McKenna *et al.* 2002). Pokazano je da ljudi koji su usamljeni doživljavaju anonimnost na internetu kao oslobađajuću (Morahan-Martin i Schumacher 2003). U odnosu na ljude koji nisu usamljeni, oni znatno češće prijavljuju da se više osećaju kao ono što zaista jesu na internetu nego u stvarnom životu, da su na internetu otvoreniji i više dele svoje tajne, kao i da su više prijateljski nastrojeni na internetu nego u komunikaciji uživo. Usamljeni ljudi su češće navodili da ih onlajn prijatelji bolje razumeju nego prijatelji sa kojima komuniciraju uživo, kao i da im je na internetu lakše da sklapaju prijateljstva. Takođe, kao čest razlog za uključivanje u komunikaciju na internetu, usamljeni ljudi su navodili loše raspoloženje i osećanja anksioznosti i izolovanosti. Za ovakvo ponašanje na internetu postoje mnogi razlozi: usamljeni ljudi često imaju problema sa socijalnom inhibicijom i anksioznošću, kao i izolovanošću od drugih. Internet kao komunikacioni kanal im odgovara zbog toga što na taj način oni mogu da biraju kome, kada i kako će se predstaviti, a često su oslobođeni od statusnih i klasnih obeležja i socijalnih očekivanja (Morahan-Martin i Schumacher 2003).

Pored usamljenosti, postoje mnogi drugi motivi zbog kojih ljudi započinju komunikaciju sa nepoznatim ljudima na internetu, što je prvi uslov da bi se započelo onlajn prijateljstvo. Motivi koji su se izdvojili pri prethodnom istraživanju ove teme su vezani za zabavu i želju za upoznavanjem novih ljudi, ali i za socijalnu kompenzaciju. Socijalna kompenzacija predstavlja nadomešćivanje sopstvenog nedostatka socijalnih veština, odnosno nadomešćivanje nedostataka koje proživljavamo u komunikaciji uživo (Valkenburg *et al.* 2006). Motiv socijalne kompenzacije je čest kod introvertnih ljudi (Peter *et al.* 2005). Ljudi koji formiraju onlajn prijateljstva kao motiv za to imaju svoju socijalnu anksioznost ili socijalnu inhibiciju koja im otežava komunikaciju i formiranje prijateljstava uživo, dok je za njih ovaj problem manje prisutan u onlajn okruženju (Amichai-Hamburger 2007). Internet omogućava dezinhibiciju, koja predstavlja smanjenu zabrinutost oko utiska koji ostavljamo na druge i osude drugih ljudi (Joinson 1998, prema Morahan-Martin i Schumacher 2003).

Jedan od najvažnijih faktora koji utiče na to kako pojedinac formira odnose sa drugim ljudima tokom većeg dela života jeste afektivna vezanost. Ona se uopšteno definiše kao relativno trajna afektivna veza značajnog intenziteta. Afektivna vezanost je važna jer, kako navodi Bolbi, ona utiče na bihevioralnu dispoziciju čoveka da traži bliskost i kontakt sa osobama od poverenja: drugim rečima, afektivna vezanost utiče na naše ponašanje sa prijateljima, to jest na način na koji gradimo prijateljski odnos. Pored toga, Bolbi navodi da su ljudi bolje prilagođeni ukoliko u svakom trenutku veruju da se mogu osloniti na pristupačnost i odgovornost bližnjih. Međutim, Bolbijeve teorija uglavnom posmatra afektivnu vezanost kao konstrukt koji se formira u najranijem detinjstvu (Bowlby 1969/1982, prema Armsden i Greenberg 1987). Međutim, danas se afektivna vezanost shvata kao bitan faktor ne samo u detinjstvu, nego i u adolescenciji i odraslom dobu. Uzimajući to u obzir i oslanjajući se na Bolbijeve koncepciju, Armsden i Grinberg (1987) su definisali afektivnu vezanost kao koncept koji se sastoji iz dve komponente: afektivne vezanosti za roditelje i za vršnjake. Uz to se razlikuju pojedinci koji imaju siguran i nesiguran tip afektivne vezanosti. Sigurni tip afektivne vezanosti povezan je sa uverenjem da uvek imamo na raspolaganju osobu od poverenja koja će biti spremna da nam pomogne, i osobe sa sigurnim tipom afektivne vezanosti sebe posmatraju kao vredne pažnje i ljubavi. Deca sa ovim tipom afektivne vezanosti će, dok sazrevaju, verovatno razviti zdrav balans između samostalnosti i potrebe da traže pomoć i oslanjaju se na druge. S druge strane, nesiguran tip afektivne vezanosti je često povezan sa anksioznošću, depresijom, kao i čestim besom prema drugim ljudima, te i otuđenošću od drugih (Armsden i Greenberg 1987).

Afektivna vezanost je usko povezana sa različitim socijalnim veštinama koje su važne za formiranje prijateljstava. Prethodna istraživanja su pokazala da adolescenti sa sigurnim tipom afektivne vezanosti pokazuju veću socijalnu kompetenciju, bolje razumevanje i izražavanje emocija, veću saosećajnost i prosocijalno ponašanje (Laible 2007). Takođe, sigurna afektivna vezanost je povezana sa uspešnijom socijalnom prilagođenošću adolescenata (Laible *et al.* 2000). S obzirom na to da predstavlja relativno trajan obrazac odnosa pojedinca prema ljudima iz bliskog okruženja (bilo da su u pitanju roditelji ili vršnjaci), afektivna vezanost predstavlja važan koncept u životu pojedinca, jer je povezana sa psihološkom dobrobiti i životnim zadovoljstvom (Armsden i Greenberg 1987).

Ovo istraživanje ima za cilj da se fokusira na komponentu afektivne vezanosti koja je vezana za vršnjake. Vršnjačka afektivna vezanost (u daljem tekstu: VAV) se definiše kao specifična i relativno trajna afektivna veza adolescenata sa vršnjacima. Ona sadrži tri dimenzije: poverenje, koje predstavlja utisak adolescenta da njegovi vršnjaci brinu o njemu, razumeju njegove potrebe, pružaju mu podršku i pomoć; komunikaciju, koja predstavlja stepen uključenosti u verbalnu komunikaciju sa vršnjacima i procenu njenog kvaliteta, kao i otuđenost, to jest osećanje nerazumevanja i izolovanosti od vršnjaka. Ona je takođe povezana sa samopouzdanjem adolescenata, kao i sa anksioznošću i depresijom (Armsden i Greenberg

1987), što su faktori koji su se ranije pokazali kao važni za određivanje motiva za formiranje onlajn prijateljstava (Amichai-Hamburger 2007; Morahan-Martin i Schumacher 2003).

Formiranje prijateljstava je kompleksan proces i na njega utiče veliki broj različitih faktora. Naše shvatanje o tome koliko smo vredni pažnje i koliko smemo imati poverenja u druge određuje način na koji prilazimo prijateljstvu. Ovaj koncept predstavlja naš stil vezivanja za druge. Osobe sa sigurnim stilom vezivanja, koje veruju da su vredne ulaganja, ali i da u druge mogu imati poverenja, navode bolji kvalitet prijateljstava. Nasuprot njima, osobe koje smatraju za sebe da nisu vredne pažnje i/ili koje smatraju da u druge ne smeju imati poverenja, navode lošiji kvalitet prijateljstava. Pokazalo se da ovaj koncept pravi razlike i pri formiranju onlajn prijateljstava (Buote *et al.* 2009). Kao što je pomenuto, i afektivna vezanost, srodna konceptu stila vezivanja, objašnjava naša uverenja o tome koliko smo vredni pažnje drugih i koliko verujemo da se na druge možemo osloniti. S obzirom na to da je vršnjačka afektivna vezanost povezana sa socijalnim veštinama i formiranjem prijateljstava, treba ispitati njenu povezanost sa specifičnim fenomenom onlajn prijateljstava, u nameri da se detaljnije ispituju razlike u formiranju onlajn i onlajn prijateljstava.

Kada je reč o empirijskom istraživanju motiva za formiranje onlajn prijateljstava, koristeći se nalazima prethodnih istraživanja vezanih za motive za onlajn komunikaciju, Vang i Čang (Wang i Chang 2010) su formulisali i validirali skalu koja je integrisala motive koji su se izdvojili u prethodnim istraživanjima drugih autora, nakon čega su oni grupisani u nekoliko faktora. Na taj način su napravili sintezu i pregled prethodnih istraživanja na ovu temu. Tako su izdvojeni glavni motivi za formiranje onlajn prijateljstava: anonimnost na internetu, prilika za upoznavanje novih (i nama sličnih) ljudi, lakoća komunikacije na internetu, radoznalost, traganje za emocionalnom podrškom, beg od stvarnog sveta, socijalna kompenzacija, kao i motivi vezani za formiranje ljubavnih veza. Ove motive autori su grupisali u tri faktora, a to su: želja za isprobavanjem nečeg novog, beg od stvarnog sveta i romantični motivi. Neki od navedenih motiva se mogu dovesti u vezu sa dimenzijama vršnjačke afektivne vezanosti. Na primer, određeni motivi mogli bi se objasniti putem veze sa poverenjem (kao što je motiv traganja za emocionalnom podrškom, koji takođe može biti povezan i sa otuđenošću), komunikacijom (lakoća i brzina komunikacije na internetu) i otuđenošću (beg od stvarnog sveta, socijalna kompenzacija). Drugim rečima, određeni motivi za formiranje onlajn prijateljstava mogli bi biti manifestacija vršnjačke afektivne vezanosti pojedinca. Ovo istraživanje posvećeno je upravo ispitivanju toga da li tip vršnjačke afektivne vezanosti i njene zasebne dimenzije mogu predvideti motive za formiranje onlajn prijateljstava.

Prethodni istraživači ovog fenomena su istakli značaj istraživanja onlajn prijateljstava upravo kod adolescentske populacije (Amichai-Hamburger *et al.* 2013), a jedna studija (Lenhart 2015) već je pokazala da veliki broj adolescenata formira onlajn prijateljstva. Adolescencija je period u kom prijateljstva zadobijaju posebnu važnost (Keefe i Berndt 1996), što

opravdava nameru da se ispita kakva je pozicija speificičnog fenomena onlajn prijateljstava upravo u socijalnom životu adolescenata.

U nameri da se bolje ispituju razlozi zbog kojih se prijateljstva formiraju u onlajn svetu, kao i da se ispita povezanost vršnjačke afektivne vezanosti sa različitim vrstama socijalnih odnosa, cilj ovog istraživanja je bio da ispitate da li tip vršnjačke afektivne vezanosti, kao i njene zasebne dimenzije, mogu predvideti motive za formiranje onlajn prijateljstava. Pre izvođenja glavne studije sprovedena je pilot-studija sa ciljem dolaska do definicije onlajn prijateljstava, kako bismo osigurali da operacionalizacija ovog pojma podrazumeva ono što pod njim podrazumevaju pripadnici ciljne populacije istraživanja. Ovo je važno posebno zbog toga što fenomen onlajn prijateljstava nije istraživan na teritoriji Srbije. Postojeća stanovišta vezana za onlajn prijateljstva dozvoljavaju nam da pretpostavimo da su to prijateljstva koja se odvijaju isključivo (Chan i Cheng 2004) ili pretežno (Amichai-Hamburger *et al.* 2013) u onlajn okruženju, nasuprot onlajn prijateljstvima u kom se prijateljstva uglavnom zasnivaju na interakcijama uživo (Chan i Cheng 2004). Dobijena definicija sa preciznijim određenjima ovog fenomena korišćena je kao selekcionni kriterijum u glavnoj studiji.

## Pilot-studija

### Metod

**Uzorak.** U pilot studiji učestvovalo je 152 ispitanika (82% ženskog pola) uzrasta 15-19 godina ( $M = 17.2$ ,  $SD = 1.0$ ) koji su preko društvenih mreža pristupili elektronskoj formi upitnika napravljenog pomoću platforme Google Forms. S obzirom na to da smo želeli da ispitate shvatanje onlajn prijateljstava i kod adolescenata koji ih imaju i kod onih koji ih nemaju, obe grupe ispitanika uzete su u obzir, pri čemu je 119 ispitanika (78%) prijavilo da ima onlajn prijatelja. Treba napomenuti da u ovom istraživanju nije data određena definicija onlajn prijateljstava kao selekcionni kriterijum, te su ispitanici prijavljivali da imaju onlajn prijatelja na osnovu sopstvenog razumevanja toga šta onlajn prijateljstvo podrazumeva. Uzorak je bio prigodan i činili su ga adolescenti kojima je upitnik prosleđivan putem društvenih mreža, pre svega putem Instagrama i Facebooka.

**Varijable i instrumenti.** Pilot-studiju sprovedeli smo koristeći kvalitativno-kvantitativni metod. Njen cilj je bio da odredimo koje kriterijume ispitanici izdvajaju kao važne za formiranje onlajn prijateljstava, kao i kako kvantitativno procenjuju značaj određenih kriterijuma. Kriterijumi koji su bili u središtu našeg interesovanja su pre svega oni kriterijumi koje ispitanici sami navode ili oni koje podrazumevaju u svojim definicijama i objašnjenjima onlajn prijateljstava. Pored toga, određena je i važnost kriterijuma trajanja onlajn prijateljstava kao i kriterijum učestalosti komunikacije sa onlajn prijateljem, koji su istaknuti u prethodnom istraživanju onlajn prijateljstava (Chan i Cheng 2004) i njihov značaj procenjen je i uz pomoć kvalitativnog i kvantitativnog segmenta pilot-studije.

Kvalitativni deo pilot-studije trebalo je da pruži uvid u šire shvatanje onlajn prijateljstava kod adolescenata, dok su pitanja u kvantitativnom segmentu bila fokusirana na pojedinačna određenja onlajn prijateljstava čiju smo važnost odlučili da ispitamo mahom se oslanjajući na nalaze prethodnih istraživanja. Pilot-studija koncipirana je tako da ispitanici prvo daju odgovore na tri otvorena pitanja. Prva dva pitanja na koja su ispitanici odgovarali (*Šta podrazumevate pod pojmom „onlajn prijateljstvo“?* i *Po čemu se pojam onlajn prijateljstva razlikuje od običnog dopisivanja sa nepoznatim osobama na internetu?*) su uopštena i omogućila su ispitanicima slobodu u odgovaranju koja je nama pružila uvid u to šta oni ističu kada određuju i objašnjavaju pojam onlajn prijateljstva. Treće pitanje (*Koliko je vremena potrebno da nekoga s kim komunicirate preko interneta nazovete svojim onlajn prijateljem?*) postavljeno je s ciljem da pokaže koji je period potreban za formiranje onlajn prijateljstava po mišljenju adolescenata u Srbiji, na osnovu njihovog iskustva i stavova, s obzirom na to da su prethodna istraživanja ukazala da je vreme trajanja komunikacije bitan kriterijum za ovaj fenomen (Chan i Cheng 2004). Drugim rečima, i jedan deo kvalitativnog segmenta pilot-studije posvećen je ispitivanju važnosti vremenskog kriterijuma za formiranje onlajn prijateljstava.

U kvantitativnom delu pilot-studije ispitanici su odgovarali na tri pitanja davanjem odgovora na petostepenoj skali Likertovog tipa (prilog 2). Time je dobijena kvantitativna procena važnosti pre svega učestalosti i trajanja komunikacije sa onlajn prijateljem, ali i kriterijuma koji je ispitanik sam mogao da navede i oceni njegovu važnost. Pri ocenjivanju važnosti određenih kriterijuma, ocena 1 označavala je da je navedeni kriterijum „potpuno nevažan“, a 5 da je „veoma važan“.

## Analiza i diskusija rezultata pilot-studije

Odgovori dobijeni na osnovu otvorenih pitanja su analizirani tehnikom induktivne tematske analize, kojom su ustanovljeni kodovi i teme, to jest uže i šire jedinice značenja koje ispitanici pripisuju fenomenu na osnovu svojih subjektivnih doživljaja i iskustava, postupkom koji je preporučen u literaturi (Willig 2003). Izdvojene teme se odnose na različite elemente i odlike onlajn prijateljstava koje su ispitanici izdvajali u svojim odgovorima. Za svaku od tema utvrđena je učestalost javljanja u odgovorima ispitanika, što je doprinelo utvrđivanju najvažnijih kriterijuma za definisanje onlajn prijateljstava. Zatim su kodovi grupisani u šire teme koje su im zajedničke. Autorka i mentorka su kodnu šemu analizirale zajedno, te je saglasnost procenjivača uspostavljena putem zajedničke analize podataka.

Prvo pitanje je od ispitanika zahtevalo slobodno definisanje pojma onlajn prijateljstva. Ispitanici su onlajn prijateljstvo najčešće definisali kao odnos ili komunikaciju sa nekim koja se odvija isključivo preko interneta, bez komunikacije uživo (bez obzira na to da li imaju onlajn prijatelja ili ne), što je i u skladu sa našim polaznim određenjem (Chan i Cheng 2004). Zastupljenost ovog kriterijuma je znatno veća u odnosu na ostale pomenute teme, jer ga je eksplicitno spomenula skoro polovina ispitanika, iako postoji



Tabela 1. Zastupljenost tema u definiciji onlajn prijateljstva ispitanika

Teme	Kodovi	Frekventnost	Ukupno
Komunikacija isključivo onlajn	Nema viđanja uživo	70	92
	Isticanje da je viđanje sprečeno usled daljine	22	
Vremenski kriterijum	Učestalost/redovnost komunikacije	29	30
	Komunikacija u dužem vremenskom periodu	1	
Afektivni kriterijumi	Poverenje i poveravanje	23	30
	Emocionalna podrška i prisutnost	7	
Izjednačavanje sa oflajn prijateljstvima (prijateljstvima uopšte)	Isto ili skoro isto kao oflajn	19	27
	Onlajn prijateljstvo je pravo/normalno prijateljstvo	4	
	Onlajn prijateljstva mogu biti bolja od nekih oflajn prijateljstava	4	
Nije isključivo oflajn	Nije isključivo onlajn, ali onlajn komunikacija preovlađuje	10	19
	U početku samo onlajn, ali sledi upoznavanje uživo	5	
	Prvo upoznavanje uživo, zatim se prijateljstvo održava onlajn	4	
Isticanje različitih vidova komunikacije	Dopisivanje	8	16
	Video-pozivi	5	
	Pozivi	1	
	Razmenjivanje slika	1	
	Upotreba različitih aplikacija	1	
Isticanje zajedničkih interesovanja i mišljenja	Slična interesovanja	4	13
	Razmenjivanje mišljenja	3	
	Šale i smeh	2	
	Onlajn prijatelj je zanimljiva osoba	2	
	Zajedničko igranje igrica	2	

i mali broj ispitanika koji je smatrao da u nekim slučajevima može postojati i ograničena ili retka komunikacija uživo. Pored toga, kao jedan od najvažnijih kriterijuma izdvojile su se afektivne komponente onlajn prijateljstava. Kako se pokazalo, za onlajn prijateljstva našim ispitanicima su bile važne dimenzije bliskosti i poverenja, prisutnost onlajn prijatelja u njihovom životu, kao i to da se sa svojim onlajn prijateljima dobro poznaju. Ovaj nalaz je važan pokazatelj toga da i kod onlajn prijateljstava postoji

emocionalno ulaganje, kao i da ona nisu zanemarljiv fenomen u socijalnom okruženju adolescenata koji ih formiraju. Sa ovime su saglasni i odgovori u kojima ispitanici poistovećuju onlajn prijateljstva sa prijateljstvima u oflajn svetu, a takođe su neki ispitanici navodili da je jedina razlika između oflajn i onlajn prijateljstava u medijima komunikacije, dok je kvalitet suštinski isti. Zanimljivo je da su četiri ispitanika koji imaju onlajn prijateljstvo istakli da onlajn prijateljstva mogu biti bolja nego oflajn prijateljstva. Učestalost komunikacije bila je takođe dominantna tema koju su ispitanici uključivali u svoje definicije, dok se trajanje komunikacije nije pokazalo kao važan kriterijum, jer je navedeno samo jedanput. Možemo reći da su ovi nalazi u skladu sa nalazima koji se tiču afektivnih komponenata onlajn prijateljstava, pod pretpostavkom da ispitanici imaju potrebu da često i redovno održavaju kontakt sa svojim prijateljem, bez obzira na to koliko dugo taj kontakt traje.

Još jedan aspekt onlajn komunikacije koji se istakao može se okarakterisati kao posebno praktičan i koristan, a to je da ona imaju ulogu „mosta”, to jest načina da se prevaziđe prepreka fizičke udaljenosti između prijatelja, bez obzira na to da li su se oni ranije upoznali uživo ili ne.

U kvalitativnom segmentu smo takođe pokušali da pronađemo odgovor na pitanje zbog čega se komunikacija sa onlajn prijateljem razlikuje od kontakta sa bilo kojom nepoznatom osobom u onlajn okruženju, kako bismo utvrdili koji kriterijumi su važni za uspostavljanje i učvršćivanje ovog odnosa. Kako se pokazalo, većina ispitanika (i među onima koji imaju i koji nemaju onlajn prijateljstva) navodi kriterijum poverenja i dobrog poznavanja koje se vremenom razvija između dve osobe koje komuniciraju na internetu. Osim što u onlajn prijatelja mogu imati poverenje koje se tiče deljenja ličnih informacija, ispitanici su navodili da im je važno da mogu imati i poverenja u to da je njihov onlajn prijatelj ona osoba za koju se predstavlja. Ispitanici su često navodili da razgovor sa nepoznatom osobom može biti opasan, jer nismo još uvek sigurni sa kim razgovaramo. To može biti razlog zbog koga je određeni broj ispitanika (9) istakao da za njih onlajn prijateljstvo podrazumeva i komunikaciju putem video-poziva, koja pomaže da se identitet osobe pouzdanije utvrdi. U odgovorima ispitanika istaknuto je i da se komunikacija sa nepoznatom osobom može razlikovati po tome što može biti nepoželjna ili opasna, dok je komunikacija sa onlajn prijateljem opisana kao nešto što nam prija, a još češće kao dublji odnos koji karakteriše osećanje blikosti, ili čak ljubavi. Iz toga možemo zaključiti da su dva najvažnija kriterijuma koji razlikuju komunikaciju onlajn od onlajn prijateljstva upravo afektivne komponente, poverenje i bliskost, kao i deljenje važnih, ličnih informacija. Odgovori ispitanika ukazuju na to da se onlajn prijateljstva ne mogu odbaciti kao jednostavan i beznačajan fenomen, s obzirom na to da ispitanici njima pridaju određenu emotivnu važnost. Odgovor jednog ispitanika ovu razliku posebno lepo opisuje: „*Po prisnosti komunikacije, i subjektivnog osećaja. Racionalne razlike po meni nema.*” Ovaj odgovor ilustruje činjenicu da, iako se na prvi pogled čini da je onlajn prijateljstva moguće svesti na prostu komunikaciju sa nepoznatom osobom, afektivne komponente koje se vremenom razvijaju menjaju kvalitet

tog odnosa, tako da on postaje mnogo značajniji. Odgovori nekih ispitanika su ukazali na to da i oni opažaju onlajn prijateljstva kao fenomen koji je složen i koji se razvija i napreduje kroz vreme.

Tabela 2. Zastupljenost tema pri razlikovanju onlajn prijateljstva od drugih oblika komunikacije preko interneta

Teme	Kodovi	Frekventnost	Ukupno
Afektivni kriterijumi	Poverenje	50	77
	Bliskost	11	
	OP* je dublji odnos	7	
	OP doživljavaš kao pravog prijatelja	4	
	Stalo nam je do OP, postoji ljubav između nas	4	
	OP je odabran	1	
Sigurnost	OP i ja se dobro poznajemo	35	68
	Sigurnost u identitet sagovornika	17	
	Kontakt s nepoznatom osobom može biti nepoželjan, a kontakt s OP nam prija	12	
	OP i ja imamo zajedničke prijatelje	4	
Vremenski kriterijum	Potrebno je vreme da neko postane OP	24	29
	Učestalost komunikacije	5	
Razvoj	OP je odnos koji se razvija	7	14
	Razlika je ista kao kod stranaca i prijatelja u stvarnom životu	7	
Sadržajni kriteijum	OP podrazumeva video-pozive	9	12
	Po temama dopisivanja	2	
	Čuli smo OP-u glas	1	
Nema razlike ili su vrlo male		12	12
Sličnost	Imamo zajednička interesovanja, osobine, hobije	6	9
	OP je tvojih godina, a to često nije slučaj s nepoznatima	2	
	OP mi je sličan	1	
Kontakt uživo	OP vodi do upoznavanja uživo	1	2
	OP si video uživo	1	

\*OP = onlajn prijatelj/stvo

## Važnost vremenskog kriterijuma za formiranje onlajn prijateljstava

Dva vremenska kriterijuma čiju smo važnost želeli da ispitamo su trajanje i učestalost komunikacije između prijatelja. Kao što je već pomenuto, kada su ispitanici saopštavali svoje slobodne definicije onlajn prijateljstava, jedan od najčešće pomenutih kriterijuma bio je upravo kriterijum učestalosti komunikacije, dok je kriterijum trajanja pomenut samo u manjem broju odgovora. Međutim, kada smo od ispitanika zahtevali da navode razlike između komunikacije sa nepoznatom osobom na internetu i komunikacije sa onlajn prijateljem, navođenje trajanja onlajn prijateljstva bilo je mnogo zastupljenije nego pri definisanju onlajn prijateljstva. Poređenjem ovih odgovora sa definicijama onlajn prijateljstva možemo zaključiti da dužina trajanja nije ono što ispitanici prvo uzimaju u obzir razmišljajući o tome šta definiše onlajn prijateljstvo, ali ovaj kriterijum jeste važan da bi se ono razvilo iz komunikacije sa nepoznatom osobom. Poređenjem kvantitativnih procena važnosti učestalosti i trajanja komunikacije sa onlajn prijateljem, pokazano je da je učestalost komunikacije procenjena kao važnija ( $M = 3.88$ ,  $SD = 1.01$ ) od trajanja onlajn prijateljstva ( $M = 3.50$ ,  $SD = 1.21$ ) i ova razlika je statistički značajna ( $F(1, 151) = 9.01$ ,  $p < 0.05$ ,  $\eta^2 = 0.06$ ). Pošto nije pronađena značajna razlika u proceni važnosti trajanja i učestalosti komunikacije kod ispitanika koji jesu, i onih koji nikada nisu imali onlajn prijateljstvo, možemo zaključiti da je učestalost komunikacije generalno procenjena kao važnija, bez obzira da li su je procenjivali ispitanici sa ili bez onlajn prijatelja.

U poslednjem otvorenom pitanju ispitanici su naznačili koliko smatraju da je potrebno vremena da bi neko postao naš onlajn prijatelj. U ovom slučaju je obrađeno 88% odgovora. Odgovori ispitanika međusobno su se veoma razlikovali. Iako formulacija pitanja nije to sugerisala, već se samo očekivalo navođenje vremenskog perioda, veliki broj ispitanika je ipak istakao da vreme nije bitan kriterijum, već da razvoj onlajn prijateljstva zavisi od karakteristika dve osobe i njihovog odnosa i poverenja koje među njima postoji (46 od 134 obrađena odgovora ispitanika je navelo ovaj kriterijum, tačnije 46%). Neki od odgovora koji ilustruju ovakvo shvatanje formiranja onlajn prijateljstava glase:

*„Zavisi prosto od toga koliko kliknemo sa tom osobom”*

*„Ne bih rekla da je potrebno vreme, nego da se razvije određeni stepen poverenja”*

*„Mislim da nije potrebno vreme, već onda kada shvatite da ta osoba deli isto/slično mišljenje sa vama u mnogim situacijama i tako počinje vezivanje. Dani prolaze, a ta osoba vam postaje neko sa kim možete bukvalno o svemu pričati.”*

Ova vrsta odgovora potvrđuje da ispitanici zaista izdvajaju kriterijume poverenja i druge afektivne kriterijume kao važne za onlajn prijateljstvo. Osam procenata ispitanika je čak eksplicitno iskazalo da smatra da je kriterijum vremena nevažan. Ipak, u slučaju kada su precizirali kriterijum, 42% ispitanika je navelo da je potrebno manje od godinu dana, a dodatnih

26% ispitanika je čak smatralo da je potrebno mesec dana ili manje. Znatno manji procenat ljudi je naveo kriterijume većeg trajanja, te je samo 6% ispitanika smatralo je da je potrebno godinu dana, a manje od jednog procenta misli da je za uspostavljanje onlajn prijateljstva potrebno dve godine.

Na osnovu nalaza pilot-studije koji se tiču vremenskog kriterijuma možemo zaključiti da je za definiciju onlajn prijateljstava važnije koristiti kriterijum frekventnosti komunikacije, a ne trajanja onlajn prijateljstava. Frekventnost komunikacije je procenjivana kao važnija i češće je isticana u opštoj definiciji onlajn prijateljstava ispitanika. Što se tiče nalaza vezanih za važnost trajanja onlajn prijateljstava, oni nisu usaglašeni, i prisutni su različiti stavovi među adolescentima kada je ovaj kriterijum u pitanju. Ipak, s obzirom na to da frekventnost komunikacije nije bila precizirana ni u pilot-studiji, niti su ispitanici precizirali šta podrazumevaju pod „čestom komunikacijom”, u definiciji onlajn prijateljstava, navedeno je da onlajn prijateljstvo podrazumeva čestu komunikaciju, ali ne i koliko čestu. S obzirom na to da je cilj formulisanja definicije onlajn prijateljstava bio taj da se ona koristi kao selekcionni kriterijum u glavnoj studiji, ovo znači da će ispitanici u glavnoj studiji ovaj aspekt definicije moći da tumače na osnovu subjektivnog doživljaja šta je frekventna komunikacija.

Na osnovu nalaza pilot-studije formulisali smo definiciju koja je poslužila kao selekcionni kriterijum u drugoj studiji, za koji smatramo da dobro opisuje glavne kriterijume onlajn prijateljstava kako ih naši ispitanici razumeju. Tako su ispitanici u drugoj studiji bili upoznati sa narednom definicijom: *Pod pojmom „onlajn prijateljstvo” podrazumevamo bliski odnos sa osobom sa kojom često komuniciraš, ali sa kojom nemaš kontakt uživo, već isključivo preko interneta. Ujedno je važno da smatraš da se dobro poznajete i da ti je bliska.*

## Glavno istraživanje

### Metod

**Uzorak.** U drugoj studiji analizirani su odgovori 279 ispitanika, pri čemu je 72% ispitanika bilo ženskog pola. I u ovom segmentu uzorak je bio prigodan i činili su ga adolescenti koji su linku upitnika mogli da pristupe preko društvenih mreža. Uzorak je selekcionisan na osnovu dva kriterijuma: prva selekciona varijabla je dihotomna i odnosi se na to da li ispitanik ima ili nema formirano onlajn prijateljstvo, a samo pitanje formulisano je u skladu sa definicijom dobijenom na osnovu rezultata prve studije. Uzrast ispitanika je druga selekciona varijabla, s obzirom na to da je naš cilj da ispitamo formiranje onlajn prijateljstava kod adolescenata. Ispitanici su bili uzrasta od 13 do 19 godina ( $M = 17.18$ ,  $SD = 1.3$ ). Većina ispitanika (62%) je prijavila da ima onlajn prijatelja u trenutku popunjavanja upitnika, dok su ostali ispitanici prijavili da su imali onlajn prijatelja u skorije vreme. Što se broja prijavljenih onlajn prijateljstava tiče, preovlađuju ispitanici sa manjim brojem formiranih onlajn prijateljstava (22% prijavilo je da je imalo jedno

onlajn prijateljstvo, 22% da je imalo dva, i 16% da je imalo tri onlajn prijateljstva). Samo 10% ispitanika prijavilo je da ima više od 10 onlajn prijateljstava.

**Hipoteze.** S obzirom na to da nesiguran tip vršnjačke afektivne vezanosti podrazumeva viši skor na dimenziji otuđenosti, a niži na dimenzijama poverenja i komunikacije (Armsden i Greenberg 1987), očekivali smo da će nesiguran tip vršnjačke afektivne vezanosti, kao i sama dimenzija *otuđenosti*, biti povezani sa izraženim motivima *socijalne kompenzacije* i *bega od stvarnog sveta*. S druge strane, očekivali smo da će siguran tip vršnjačke afektivne vezanosti, i sama dimenzija poverenja kao njegova komponenta predviđati zastupljenost motiva vezanih za *komunikaciju*, *zabavu* i *radoznalost*. Što se tiče dimenzije komunikacije, iako se na prvi pogled čini da bi trebalo da bude povezana sa *motivom* komunikacije koji se vezuje za formiranje onlajn prijateljstava, ove dve operacionalizacije pojma komunikacije su suštinski različite. Zato nije bilo osnova da pretpostavimo da će ispitanici sa visokim skorom na dimenziji komunikacije, to jest oni koji navode češće stupanje u kvalitetnu komunikaciju sa vršnjacima, imati izraženiji motiv olakšane i brže komunikacije na internetu u osnovi svojih onlajn prijateljstava.

Istraživanje metrijskih karakteristika skale afektivne vezanosti pokazalo je da je njena najbolja operacionalizacija ona koja se oslanja na siguran i nesiguran tip afektivne vezanosti pre nego na njene zasebne dimenzije (Pace *et al.* 2011). Iz tog razloga su hipoteze vezane za tip vršnjačke afektivne vezanosti uzete za osnovne, dok su one koje se odnose na dimenzije vršnjačke afektivne vezanosti dopunske, eksplorativne hipoteze. Pomenuto istraživanje (Pace *et al.* 2011) je pokazalo da su dimenzije poverenja, komunikacije i otuđenosti visoko međusobno povezane, i da se treba ograđivati od njihovog razdvajanja pri praktičnoj primeni, te su hipoteze vezane za zasebne dimenzije uzete sa rezervom.

**Varijable i instrumenti.** Prediktorska varijabla, vršnjačka afektivna vezanost i njene dimenzije, izmerene su pomoću Upitnika o vršnjačkoj afektivnoj vezanosti (The Inventory of Peer Attachment) (Armsden i Greenberg 1987), koji je preveden i prilagođen za potrebe Istraživačke stanice Petnica (Marić 2016). Ovaj upitnik sadrži tri dimenzije: komunikaciju, poverenje i otuđenost. Odgovori na pitanja iz upitnika daju se tako što za svaku od 25 datih tvrdnji ispitanici na petostepenoj Likertovoj skali procenjuju koliko se slažu sa njom ili koliko se poistovećuju sa opisanom situacijom (1 – nikad/skoro nikad, 5 – uvek/skoro uvek).

Pouzdanost posebnih dimenzija ovog upitnika iznosi:  $\alpha = 0.9$  (poverenje),  $\alpha = 0.88$  (komunikacija) i  $\alpha = 0.77$  (otuđenost). U istraživanjima kao mera sa najvećom pouzdanošću ( $\alpha = 0.94$ ) izdvaja se tip vršnjačke afektivne vezanosti (Pace *et al.* 2011). Skor na skali vršnjačke afektivne vezanosti izračunat je sabiranjem vrednosti na dimenzijama poverenja i komunikacije sa vrednošću na skali otuđenosti nakon njenog rekodovanja. U ovom istraživanju se nismo odlučili za korišćenje kategoričkog određenja vršnjačke afektivne vezanosti i svrstavanja ispitanika u dve grupe (sigurnog i nesigurnog tipa), već smo vršnjačku afektivnu vezanost tretirali kao

kontinualnu meru, te je ovde reč o manje ili više izraženom stepenu sigurne vršnjačke afektivne vezanosti. Samim tim, u analizama je korišćena regresiona analiza.

Kriterijumska varijabla predstavlja motive za formiranje onlajn prijateljstava, koji su određeni preko skale motiva za onlajn veze (Cyber Relationship Motives) (Wang i Chang 2010). Što se metrijskih karakteristika tiče, prethodna istraživanja (Wang i Chang 2010), pokazuju da je pouzdanost čitavog upitnika  $\alpha = 0.90$ . Upitnik sadrži 27 stavki koje se odnose na 9 motiva (svaki motiv je opisan pomoću 3 stavke), a tih 9 motiva raspoređeno je u 3 šire dimenzije upitnika:

- 1) Želja za isprobavanjem nečeg novog – anonimnost na internetu ( $\alpha = 0.77$ ), prilika za upoznavanje novih ljudi ( $\alpha = 0.66$ ), lakoća komunikacije ( $\alpha = 0.83$ ), radoznalost ( $\alpha = 0.85$ ), želja za emocionalnom podrškom ( $\alpha = 0.78$ );
- 2) Beg u virtuelni svet – beg od stvarnog sveta ( $\alpha = 0.91$ ), socijalna kompenzacija ( $\alpha = 0.84$ );
- 3) Romantični motivi – traganje za ljubavlju ( $\alpha = 0.94$ ) i za seksualnim partnernima ( $\alpha = 0.98$ ).

Ispitanici su popunili upitnik na isti način kao upitnik o vršnjačkog afektivnoj vezanosti, pri čemu je svaki ispitanik uneo procenu zastupljenosti određenog motiva kod sebe na petostepenoj skali Likertovog tipa.

**Procedura.** Ispitanici su odgovore pružili preko interneta tako što su popunjavali upitnik napravljen pomoću aplikacije Google Forms, koji je podeljen na društvenim mrežama. Na samom početku, pre popunjavanja upitnika, ispitanici su upoznati sa time šta podrazumeva onlajn prijateljstvo na osnovu definicije dobijene u prvoj studiji. Ispitanici su se izjašnjavali da li imaju ili su nekada imali prijateljstvo koje odgovara takvom opisu. Odgovori ispitanika koji nemaju onlajn prijateljstva nisu uzeti u obzir u analizama. Potom su ispitanici davali odgovore na uvodna pitanja o polu, uzrastu, broju onlajn prijateljstava i njihovom trajanju, i na kraju odgovarali na pitanja vezana za motive i vršnjačku afektivnu vezanost.

## Rezultati

### Deskriptivna statistička analiza

Kada je reč o motivima za formiranje onlajn prijateljstava (tabela 3), njihova zastupljenost se značajno razlikovala od motiva do motiva, a takođe su se razlikovali i oblici njihovih raspodela, kao i pouzdanost podskala pojedinačnih motiva, što dovodi do različitih interpretacija podataka koje treba razmotriti, kako o strukturi motivacije za formiranje onlajn prijateljstava ispitanika, tako i o osobinama korišćene skale motiva.

U slučaju svake od podskala motiva ispitanici su zadavali odgovore na punom rasponu skale, odnosno teorijski i empirijski minimum (1) i maksimum (5) se poklapaju. Ipak, nisu svi motivi podjednako zastupljeni i njihove raspodele se razlikuju. Kao najzastupljeniji motiv izdvaja se želja za upoznavanjem novih ljudi. Njegov skjunis ukazuje na to da se veliki broj

Tabela 3. Deskriptivni statistici skale motiva za formiranje onlajn prijateljstva

Motiv	M	SD	Std. skjunis	Std. kurtosis	Kronbah. alfa
Želja za upoznavanjem novih ljudi	3.68	0.96	-4.84**	-0.30	0.64
Emocionalna podrška	3.36	1.16	-2.95**	-2.62**	0.81
Anonimnost	2.81	0.99	-0.52	-2.10*	0.59
Beg od stvarnog sveta	2.77	1.30	1.04	-4.01**	0.87
Radoznalost	2.50	1.04	2.05*	0.13	0.47
Romantični motivi	1.85	1.23	8.92**	1.54	0.93
Socijalna kompenzacija	1.80	1.17	9.78**	2.76**	0.89
Seksualni motivi	1.38	0.87	17.73**	20.81**	0.87
Lakoća komunikacije	1.04	0.21	0.21	-1.97*	0.77

\*  $p < 0.05$ ; \*\*  $p < 0.01$

odgovora ispitanika grupiše oko visokih vrednosti. Slična situacija je i sa motivom emocionalne podrške. Anonimnost je motiv čija je raspodela izraženo platokurtična, što ukazuje na to da to nije motiv koji pravi dobru diferencijaciju između ispitanika, te da rezultati pokazuju veću raspršenost odgovora od očekivane. Za motive bega od stvarnog sveta i socijalne kompenzacije ispitanici se grupišu oko niskih vrednosti. Ovo je slučaj i sa motivima radoznalosti, a posebno je izraženo kod romantičnih i seksualnih motiva. Jedini motiv kod koga je prisutna normalna raspodela je motiv lakoće komunikacije, koji se ujedno pokazao i kao najmanje važan motiv za formiranje onlajn prijateljstava u slučaju našeg uzorka.

Kada je reč o vršnjačkoj afektivnoj vezanosti, na osnovu izraženo visokog i negativnog standardizovanog skjunisa možemo primetiti da se odgovori većine ispitanika grupišu oko visokih skorova (tabela 4), što nam ukazuje na to da većina ispitanika iz našeg uzorka ima siguran tip vršnjačke afektivne vezanosti. Ovakva raspodela odgovora u skladu je sa nalazima

Tabela 4. Deskriptivni statistici i interna konzistentnost skale vršnjačke afektivne vezanosti i njenih dimenzija

Varijabla	Teor. raspon		Emp. raspon		M	SD	Std. skjunis	Std. kurtosis	Kronbah. alfa
	Min.	Maks.	Min.	Maks.					
VAV	1	5	1.13	5.00	3.70	0.81	-4.09**	0.69	0.94
VAV nakon normalizacije			-2.84	2.65	0	1	-0.055	0.42	
Otuđenost	1	5	1	5	3.68	0.93	-4.01**	0.79	0.83
Poverenje	1	5	1	5	3.73	1.06	-4.58**	-1.94	0.96
Komunikacija	1	5	1	5	3.88	1.02	-4.76**	-1.48	0.95

\*\*  $p < 0.01$



koji se tiču motiva, gde je pokazano da se na skalama motiva bega od stvarnog sveta i socijalne kompenzacije odgovori ispitanika grupišu oko niskih vrednosti. S obzirom na to da su primenjene statističke analize koje podrazumevaju kao uslov normalnu raspodelu odgovora, izvršena je normalizacija raspodele odgovora koji se tiču sumarnog skora vršnjačke afektivne vezanosti ispitanika.

## Rezultati regresione analize

Pri obradi podataka, u regresionoj analizi uključivanje zasebnih dimenzija vršnjačke afektivne vezanosti pokazalo se kao problematično, s obzirom na to da su ove varijable međusobno veoma visoko korelirane, naročito kada su u pitanju dimenzije komunikacije i poverenja, koje su u slučaju našeg uzorka imale korelaciju  $r = 0.91$ . Uz to je korelacija između komunikacije i otuđenosti iznosila  $r = -0.02$ , a između otuđenosti i poverenja  $r = -0.08$ ;  $p < 0.05$ . Stoga je odlučeno da se u potpunosti odbace eksplorativne hipoteze o dimenzijama vršnjačke afektivne vezanosti i o njihovoj predikciji motiva za formiranje onlajn prijateljstava, te je kao glavni prediktor uzet sumarni skor skale vršnjačke afektivne vezanosti. Ovaj skor je izračunat sabiranjem vrednosti na dimenzijama poverenja, komunikacije i otuđenosti, pri čemu su vrednosti za otuđenost prethodno rekodovane, tako da se visoki skorovi odnose na nizak stepen otuđenosti. Interna konzistentnost skale koja meri vršnjačku afektivnu vezanost iznosi  $\alpha = 0.94$ , što dodatno opravdava ovakvu operacionalizaciju vršnjačke afektivne vezanosti.

Rezultati ukazuju na to da je vršnjačka afektivna vezanost negativan prediktor prisutnosti motiva socijalne kompenzacije (tabela 5). Može se reći da se u isti model i u isti teorijski okvir uklapaju i nalazi koji ukazuju na to da je vršnjačka afektivna vezanost negativan prediktor motiva anonimnosti i emocionalne podrške. Razlog što ova dva motiva nisu uključena u osnovne hipoteze bila je činjenica da su oni kontraintuitivno svrstani u dimenziju koju su autori upitnika nazvali Adventure (Wang i Chang 2010), ili, u našem prevodu, želja za isprobavanjem nečeg novog, te nije bilo jasno kakav ishod treba očekivati u odnosu na ove motive. Međutim, dobijene

Tabela 5. Predviđanje pojedinačnih motiva za formiranje onlajn prijateljstava pomoću vršnjačke afektivne vezanosti

Motiv	F	DF	$R^2$	$\beta$	Značajnost prediktora
Anonimnost	8.89	1, 277	0.03	-0.18	0.003
Anonimnost – 1. stavka	12.71	1, 277	0.04	-0.21	0.000
Emocionalna podrška	4.34	1, 277	0.02	-0.12	0.038
Socijalna kompenzacija	37.70	1, 277	0.12	-0.35	0.000
Beg od stvarnog sveta	25.93	1, 277	0.09	-0.29	0.000
Seksualni motivi	6.08	1, 275	0.02	-0.15	0.014
Romantični motivi	3.79	1, 277	0.01	-0.12	0.053

predikcije ukazuju na to da je u slučaju ispitanika sa nesigurnim tipom vršnjačke afektivne vezanosti opšta uloga onlajn prijateljstava u nadomešćivanju nekih karakteristika koje u oflajn svetu nisu zadovoljavajuće. To objašnjava povezanost vršnjačke afektivne vezanosti i motiva anonimnosti, to jest kod ispitanika sa nesigurnim tipom vršnjačke afektivne vezanosti ovaj motiv je najverovatnije prisutan zbog potrebe za dezinhibicijom na internetu. Ovu tvrdnju dodatno potkrepljuje činjenica da, sudeći po vrednostima  $R^2$  statistika (tabela 5), veći deo varijanse u regresionom modelu u koji su uključeni vršnjačka afektivna vezanost i motiv anonimnosti objašnjava prva stavka nego sve tri stavke uzete zajedno. U pitanju je stavka *Zato što želim da razgovaram sa osobama koje ne znaju ko sam ja*, što je osnovna manifestacija potrebe za dezinhibicijom. Takođe, nesiguran tip vršnjačke afektivne vezanosti može biti objašnjenje potrebe za emocionalnom podrškom od strane onlajn prijatelja, jer ona nedostaje u oflajn svetu od strane vršnjaka. Na osnovu datih nalaza možemo zaključiti da je prva hipoteza potvrđena.

Vršnjačka afektivna vezanost nije se pokazala kao značajan prediktor motiva upoznavanja novih ljudi, olakšane komunikacije na internetu, niti radoznalosti. Za ove nalaze može postojati više objašnjenja. Pre svega, potrebno je još jednom istaći nedostatke korišćenog upitnika: skala motiva radoznalosti ima vrlo nizak nivo interne konzistentnosti, što se vidi ne samo iz niske vrednosti Kronsbarhove alfe, već i po samim sadržajima stavki koje sadrže različite elemente – prva stavka se odnosi na zabavu, druga na interesovanje izazvano iskustvom prijatelja, a treća na isprobavanje nečeg novog. Zbog toga nije iznenađujuće što nije dobijena predikcija radoznalosti pomoću vršnjačke afektivne vezanosti, i što druga hipoteza nije dobila potvrdu. Osim toga, s obzirom na to da je želja za upoznavanjem novih ljudi generalno najzastupljeniji motiv na našem uzorku, može se reći da je taj motiv prisutan kod većine ispitanika bez obzira na njihov skor na skali vršnjačke afektivne vezanosti. Suprotno je sa slučajem motiva olakšane komunikacije na internetu, koji se pokazao kao najmanje zastupljen motiv na našem uzorku, te možemo reći da se pokazao kao nevažan bez obzira na skor vršnjačke afektivne vezanosti.

Tabela 6. Varijanse faktora skale motiva za formiranje onlajn prijateljstava

Faktor	Nerotirani faktori			Rotirani faktori
	Varijansa	Udeo objašnjene varijanse (%)	Kumulativni iznos (%)	Varijansa
1	2.86	31.75	31.75	2.12
2	1.46	16.22	47.97	1.7
3	1.27	14.13	62.11	0.94

Kako bismo potvrdili ove nalaze, obavili smo eksplorativnu faktorsku analizu skale motiva za formiranje onlajn prijatelja. Kajzer-Majer-Olkinova (KMO) ocena zajedničkog varijabiliteta i Bartleov test sferičnosti ukazali su na to da su podaci pogodni za izvođenje faktorske analize,  $KMO = 0.71$ ,  $\chi^2(36) = 533$ ,  $p < 0.001$ . Za analizu je izabrana metoda maksimalne verodostojnosti sa Promax rotacijom. Broj značajnih faktora određen je na osnovu Katelovog kriterijuma. Inspekcijom skri plota kao optimalno uzeto je faktorsko rešenje od tri faktora, koje objašnjava 62.1% varijanse (tabela 6).

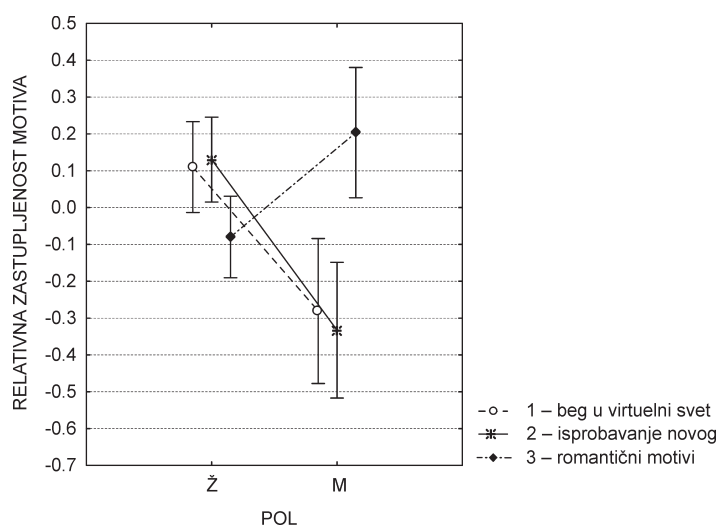
Rezultati eksplorativne analize na našem uzorku su izneli rezultate koji su komplementarni predviđanju pojedinačnih motiva za formiranje onlajn prijateljstava na osnovu vršnjačke afektivne vezanosti. Na osnovu matrice sklopa zaključuje se da prvi faktor, beg u virtuelni svet, obuhvata grupu motiva koji su u regresionim modelima bili uspešno predviđani vršnjačkom afektivnom vezanošću: motive anonimnosti, potrebe za emocionalnom podrškom, za socijalnom kompenzacijom i begom od stvarnog sveta. Faktor isprobavanje nečeg novog sadrži motive koje vršnjačka afektivna vezanost nije uspešno predviđala, a to su radoznalost, lakoća komunikacije na internetu i želja za upoznavanjem novih ljudi. Poslednji faktor, romantični motivi, kako je i očekivano, činili su seksualni i romantični motivi. Ova analiza pokazala je da se dobijeni faktori razlikuju od faktora koje su izdvojili autori Skale motiva za onlajn veze (Wang i Chang 2010), jer njihov teorijski okvir pretpostavlja da motivi emocionalne podrške i anonimnosti pripadaju dimenziji želje za isprobavanjem nečeg novog, dok naši rezultati ukazuju na to da motivi emocionalne podrške i anonimnosti podrazumevaju slične potrebe kao one koje su izražene preko motiva socijalne kompenzacije i bega od stvarnog sveta.

Nakon faktorske analize, proverena je pouzdanost dobijenih faktora, te je utvrđeno da najveću pouzdanost ima faktor beg u virtuelni svet ( $\alpha = 0.86$ ), zatim faktor koji se odnosi na romantične i seksualne motive ( $\alpha = 0.84$ ), a najmanju pouzdanost imale su stavke koje se odnose na motive koje vršnjačka afektivna vezanost nije dobro predviđala u prvobitnim regresionim modelima, to jest isprobavanje nečeg novog ( $\alpha = 0.74$ ).

Iz tog razloga odlučili smo da se dalje analize predikcije motiva za formiranje onlajn prijateljstava pomoću vršnjačke afektivne vezanosti vrše koristeći faktore ekstrahovane iz motiva, a ne pojedinačne motive. Dobijeni rezultati konzistentni su sa nalazima koji su dobijeni u analizi pojedinačnih motiva. Vršnjačka afektivna vezanost se pokazala kao značajan prediktor faktora bega od stvarnog sveta ( $F(1, 275) = 25.18$ ,  $p < 0.001$ ,  $\beta = -0.29$ ,  $R^2 = 0.08$ ), kao i faktora romantičnih i seksualnih motiva ( $F(1, 275) = 10.52$ ,  $p < 0.001$ ,  $\beta = -0.19$ ,  $R^2 = 0.04$ ), dok sa faktorom koji sadrži motive lakoće komunikacije na internetu, radoznalosti i želje za upoznavanjem novih ljudi nije dobijena statistička značajnost regresionog modela ( $F(1, 275) = 0.008$ ,  $p < 0.05$ ).

Nakon ovoga, želeli smo da ispitamo da li postoji značajna razlika između polova pri predikciji motiva za formiranje onlajn prijateljstava pomoću vršnjačke afektivne vezanosti. Kako se pokazalo, postoji razlika u zastupljenosti određenih motiva za formiranje onlajn prijateljstava s ob-

zirom na pol. U slučaju ženskih ispitanika veća je zastupljenost motiva za begom u virtualni svet ( $F(1, 275) = 10.97, p < 0.001, \eta^2 = 0.04$ ), kao i motiva za isprobavanjem nečeg novog ( $F(1, 275) = 17.58, p < 0.001, \eta^2 = 0.06$ ), dok su kod muških zastupljeniji romantični i seksualni motivi ( $F(1, 275) = 7.14, p < 0.01, \eta^2 = 0.025$ ) (slika 1). Međutim, nije pokazano da postoje razlike između polova kada se uzme u obzir i skor vršnjačke afektivne vezanosti ( $F(1, 277) = 0.04, p < 0.05$ ). Drugim rečima, nije pokazano da vršnjačka afektivna vezanost zavisno od pola različito predviđa motive za formiranje onlajn prijateljstava, odnosno, nije dobijen moderatorski efekt pola u predikciji ovih motiva pomoću vršnjačke afektivne vezanosti.



Slika 1. Polne razlike u zastupljenosti faktora motiva za formiranje onlajn prijateljstava

Figure 1. Gender differences in distribution of motives for online friendship formation  
 1 – escape into the virtual world  
 2 – trying something new  
 3 – romantic motives

## Diskusija

Rezultati prve studije, a posebno odgovori ispitanika na otvorena pitanja, između ostalog ukazuju na raznolikost doživljaja onlajn prijateljstava kod adolescenata. Ono što je zanimljivo je da mnogi odgovori ukazuju na to da onlajn prijateljstva (i onlajn okruženje uopšte) adolescenti doživljavaju kao okruženje koje predstavlja pandan oflajn svetu, i u tom okruženju se odnosi između adolescenata odvijaju po vrlo sličnim pravilnostima koje postoje u oflajn svetu. Ovakvi nalazi nisu čudni uzimajući u obzir podatke koji ukazuju na to da je upotreba socijalnih mreža kod adolescenata vrlo široko rasprostranjena i česta (Smith *et al.* 2018), te je samim tim adolescentima onlajn okruženje vrlo blisko i u njemu mogu da funkcionišu prirodno. Stoga ograničenja koja možda postoje u onlajn svetu u odnosu na oflajn svet ne sprečavaju adolescente da i u takvom okruženju uspostavljavaju odnose koji se odlikuju bliskošću i kvalitetnom komunikacijom. Onlajn

prijateljstva, kako nam zajednički pokazuju prva i druga studija, mogu biti nezavisan fenomen, kao odnos koji adolescenti formiraju, na primer, sa željom da upoznaju nove ljude, ali može biti u vezi sa nedostacima koji postoje u oflajn okruženju u odnosima sa vršnjacima tako da ih nadomešćuje, kao što je to slučaj sa ispitanicima koji imaju nizak rezultat na skoru vršnjačke afektivne vezanosti. Takođe, onlajn prijateljstva mogu biti sredstvo preko koga odnose ostvaruju i održavaju ljudi koji su međusobno udaljeni i sprečeni da komuniciraju na neki drugi način. Samim tim, možemo reći da onlajn prijateljstva nisu zanemarljiva na emocionalnom i socijalnom planu adolescenata koji ih formiraju, naročito ukoliko mogu pružiti adolescentima koji imaju problema u odnosima sa vršnjacima pomoć i olakšicu u socijalnom ostvarivanju, te su samim tim fenomen vredan empirijske pažnje.

Prva studija pokazala je da je veća važnost učestalosti komunikacije od kriterijuma trajanja komunikacije između dva prijatelja na internetu. Bilo bi poželjno ispitati da li postoje kvalitativne razlike u odnosu između onlajn prijatelja čija prijateljstva su različitog trajanja. Time bismo dobili detaljniji uvid kako se onlajn prijateljstva kvalitativno razvijaju kroz vreme, a da te kvalitativne promene postoje pokazali su i odgovori naših ispitanika, koji su objašnjavali fenomen onlajn prijateljstava kao složen i kao onaj koji se kroz vreme menja (na primer, na nivou međusobnog poverenja).

Kao nedostatak ovog istraživanja treba navesti nedostatke korišćenih mernih instrumenata. Kada je reč o skali motiva za onlajn veze, njen nedostatak je pre svega u prvobitnoj raspodeli motiva koju su autori predložili (Wang i Chang 2010), koja je od samog početka zbunjivala istraživače, a zatim se i u statističkom modelu pokazala kao nepodobna. Ovo je pre svega bilo izazvano činjenicom da su motivi emocionalne podrške i anonimnosti svrstani u kategoriju „želja za isprobavanjem nečeg novog”. U ovom istraživanju smo putem faktorske analize došli do drugačije podele na tri faktora, koja se pokazala kao primenljiva i smislena u regresionim modelima. U njoj su stavke vezane za podršku i anonimnost svrstane u faktor „beg u virtuelni svet”.

Takođe, podskala koja se odnosi na motive radoznalosti ima veoma malu internu konzistentnost, a i same tri stavke ove podskale očigledno se odnose na različite fenomene. Ovo je takođe, mada u manjoj meri, slučaj sa skalom motiva anonimnosti. Čini se da je samo prva stavka skale anonimnosti adekvatna (*Zato što želim da razgovaram sa nekim ko ne zna ko sam ja*) dok za druge dve stavke ne možemo tvrditi da predstavljaju mere anonimnosti jer opisuju situacije koje ne moraju nužno da podrazumevaju anonimnost: za drugu stavku (*Zato što mogu da predstavim pravu sliku o sebi kada sklapam onlajn prijateljstva*) bi se pre reklo da predstavlja meru dezinhibicije, ali stavka ne navodi da je dezinhibicija izazvana anonimnošću i anonimnost nije podrazumevana, dok treća stavka (*Zato što sa onlajn prijateljima mogu da razgovaram o bilo čemu*) predstavlja meru kvaliteta komunikacije između onlajn prijatelja, tj. sadržinsko određenje te komunikacije. Ove zamerke ukazuju na prostor za unapređivanje skale motiva za onlajn veze, ili čak formulisanje posebne skale motiva za formiranje onlajn prijateljstava, pri čemu posebnu pažnju treba posvetiti

stavkama koje se tiču drugog faktora izdvojenog u našem faktorskom modelu, čija je pouzdanost najmanja ( $\alpha = 0.74$ ), a posebno motivima radoznalosti i anonimnosti.

Kada je reč o osobinama skale motiva za onlajn veze koje su se pokazale na našem uzorku, pri analizama podataka je uzeta u obzir činjenica da su se različiti motivi različito raspoređivali, što se jednim delom može objasniti kao posledica osobina samih ispitanika – naime, ispitanici su generalno bili sigurnog tipa afektivne vezanosti, pa je bilo očekivano da će kod motiva bega od stvarnog sveta pretežno biti prisutni niski skorovi. Ipak, zapažene nepravilnosti dodatno dovode u pitanje diskriminativnost i validnost korišćenog instrumenta.

Postoje i nedostaci druge korišćene skale, skale vršnjačke afektivne vezanosti (Armsden i Greenberg 1987). Jedan od mogućih razloga za visoku internu konzistentnost ove skale, kao i za to što se tri dimenzije vršnjačke afektivne vezanosti na našem uzorku nisu jasno izdvojile, može biti i činjenica da, na primer, neke stavke na dimenziji otuđenosti deluju kao negativno formulisane stavke komunikacije (*Razgovor o svojim problemima sa prijateljima čini da se osećam posramljeno i budalasto; Osećam potrebu da češće budem u kontaktu sa svojim prijateljima*) ili poverenja (*Moji prijatelji ne razumeju kroz šta prolazim ovih dana*), pri čemu su i ove dve dimenzije same po sebi visoko korelirane te se može zaključiti da predstavljaju jedinstven fenomen. Takođe, stavka *Mojim prijateljima je stalo do toga kako se osećam* pripada dimenziji komunikacije, a nije jasno zbog čega ne bi mogla biti svrstana u dimenziju poverenja. Suprotno je sa stavkom *Moji prijatelji uvek saslušaju šta imam da kažem* koja je svrstana u dimenziju poverenja, a može se zaključiti i da se, fenomenološki gledano, tiče komunikacije. Na problem nejasnoće razvrstavanja nekih stavki u različite dimenzije ukazano je i u prethodnim istraživanjima (Pace *et al.* 2011). Generalno, na osnovu visokih interkorelacija tri zasebne dimenzije skale vršnjačke afektivne vezanosti, visoke interne konzistentnosti cele skale, kao i na osnovu nejasnoća u raspodeli stavki, možemo zaključiti da ove tri podskale procenjuju manifestacije jedinstvenog fenomena, te da je nepraktično taj fenomen posmatrati kroz tri posebne dimenzije. Još jedan nedostatak istraživanja ogleda se u tome što je greškom istraživača u analizama izostavljena jedna stavka skale vršnjačke afektivne vezanosti koja se odnosi na dimenziju otuđenosti (*Želeo/la bih da imam drugačije prijatelje*).

Treba se osvrnuti i na polne razlike u zastupljenosti različitih motiva koje su pokazale da su kod ispitanika muškog pola više zastupljeni romantični i seksualni motivi pri formiranju onlajn prijateljstava, a kod ispitanika ženskog pola motivi vezani za beg u virtuelni svet i isprobavanje nečeg novog. Ovo nam ukazuje na to da adolescenti muškog pola u većoj meri nego adolescenti ženskog pola koriste onlajn okruženje kao mogućnost za pronalaženje partnera. Iako nas ovo navodi na razmatranje pitanja da li je zaista reč o formiranju prijateljstava, ili je to od samog početka drugačiji odnos od prijateljskog, zanimljivo je zapaziti da onlajn okruženje svakako predstavlja mogućnost nadomšćivanja nedostataka oflajn okruženja i na romantičnom polju. To nam pokazuju i rezultati koji

govore da je vršnjačka afektivna vezanost negativan prediktor seksualnih i romantičnih motiva, i to u slučaju oba pola.

S obzirom na to da je ovo istraživanje ukazalo na kvalitete onlajn prijateljstava i na značajnu ulogu koju ona mogu igrati kod adolescenata, predlog za naredna istraživanja je da se pažnja posveti istraživanju njihovog razvoja tokom vremena, kao i njihovom potencijalnom značaju na razvojnom planu adolescenata. Takođe, bilo bi zanimljivo ispitati efekte formiranja onlajn prijateljstava u slučaju ispitanika koji izveštavaju o problematičnim i nezadovoljavajućim odnosima sa vršnjacima i usamljenosti, na primer, posmatranjem njihovog zadovoljstva životom i mentalnog zdravlja pre i posle formiranja kvalitetnog onlajn prijateljstva, te zaključiti da li formiranje onlajn prijateljstava može direktno pružiti dobrobit za psihosocijalno funkcionisanje i mentalno zdravlje adolescenata.

## Zaključak

Adolescenti formiraju onlajn prijateljstva sa različitim motivima. Ti motivi mogu poticati i od nezadovoljstva socijalnim odnosima u oflajn svetu, kada adolescenti mogu nadomešćivati nedostatke koje osećaju u odnosima sa vršnjacima u virtuelnom svetu. Međutim, onlajn prijateljstva mogu imati i druge uloge, kao što je uloga mosta između ljudi koji zbog fizičke udaljenosti ili drugih razloga ne mogu drugačije da ostvare kontakt. Bilo kako bilo, onlajn prijateljstva kod adolescenata nisu lišena emocionalnog ulaganja i podrazumevaju postojanje afektivne veze između dva prijatelja. Osim toga, veoma bitan kriterijum za onlajn prijateljstva je i učestalost komunikacije. Za muške i ženske ispitanike važe iste pravilnosti kada je u pitanju vršnjačka afektivna vezanost i njena povezanost sa motivima za formiranje onlajn prijateljstava: u slučaju oba pola je viši skor na vršnjačkoj afektivnoj vezanosti bio povezan sa nižom zastupljenošću romantičnih motiva i bega od stvarnog sveta. Međutim, kod muških ispitanika su više zastupljeni romantični motivi, dok su kod ženskih češće formirana onlajn prijateljstva u želji za isprobavanjem nečeg novog ili radi bega u virtuelni svet. Studija je ukazala na nedostatke korišćenih mernih instrumenata, pružila uvid u vezu između vršnjačke afektivne vezanosti i onlajn prijateljstava, i kvalitativnim pristupom došla do predloga za definiciju onlajn prijateljstava.

---

## Literatura

Amichai-Hamburger Y. 2007. Preface: Internet and well-being. *Computers in Human Behavior*, **23**: 893.

Amichai-Hamburger Y., Furnham A. 2007. The Positive Net. *Computers in Human Behavior*, **23** (2): 1033.

- Amichai-Hamburger Y., Kingsbury M. i Schneider B. 2013. Friendship: An old concept with a new meaning?. *Computers in Human Behavior*, **29** (1): 33.
- Armsden G. C., Greenberg M. T. 1987. The inventory of parent and peer attachment: Individual differences and their relationship to psychological well-being in adolescence. *Journal of Youth and Adolescence*, **16** (5): 427.
- Buote V. M., Wood E. i Pratt M. 2009. Exploring similarities and differences between online and offline friendships: The role of attachment style. *Computers in Human Behavior*, **25** (2): 560.
- Chan D. K. S., Cheng G. H. L. 2004. A Comparison of Offline and Online Friendship Qualities at Different Stages of Relationship Development. *Journal of Social and Personal Relationships*, **21** (3): 305.
- Keefe K., Berndt T. J. 1996. Relations of Friendship Quality to Self-Esteem in Early Adolescence. *The Journal of Early Adolescence*, **16** (1): 110.
- Kupersmidt J. B., DeRosier M. E. i Patterson C. P. 1995. Similarity as the basis for children's friendships: The roles of sociometric status, aggressive and withdrawn behavior, academic achievement and demographic characteristics. *Child Development*, **66**: 360.
- Laible D. J., Carlo G. i Raffaelli M. 2000. The differential relations of parent and peer attachment to adolescent adjustment. *Journal of Youth and Adolescence*, **29** (1): 45.
- Laible D. 2007. Attachment with parents and peers in late adolescence: Links with emotional competence and social behavior. *Personality and Individual Differences*, **43** (5): 1185.
- Lenhart A. 2015. Teens, Technology and Friendship. PewResearch Center. Dostupno na: <http://www.pewinternet.org/2015/08/06/teens-technology-and-friendships/>
- McKenna K. Y. A., Green A. S. i Gleason M. E. J. 2002. Relationship formation on the Internet: What's the big attraction? *Journal of Social Issues*, **58**: 9.
- Marić A. 2016. Povezanost vršnjačke afektivne vezanosti i motivacije za igranje video igara. U *Petničke sveske 75* (ur. B. Savić). Valjevo: IS Petnica, str. 573-583.
- Mesch G. 2005. A study of adolescents' online and offline social relationships. Oxford Internet Institute. ResearchReport No. 8
- Morahan-Martin J., Schumacher P. 2003. Loneliness and social uses of the Internet. *Computers in Human Behavior*, **19** (6): 659.
- Pace C. S., San Martini P. i Zavattini G. C. 2011. The factor structure of the Inventory of Parent and Peer Attachment (IPPA): A survey



- of Italian adolescents. *Personality and Individual Differences*, **51** (2): 83.
- Peter J., Valkenburg P. M. i Schouten A. P. 2005. Developing a Model of Adolescent Friendship Formation on the Internet. *Cyber Psychology i Behavior*, **8** (5): 423.
- Santor D. A., Messervey D. i Kusumakar V. 2000. Measuring peer pressure, popularity and conformity in adolescent boys and girls: Predicting school performance, sexual attitudes, and substance abuse. *Journal of Youth and Adolescence*, **29** (2): 163.
- Schneider B. H. 2000. *Friends and enemies: Peer relations in childhood*. London: Arnold
- Smith A., Anderson, M. i Jiang J. 2018. Social Media Use In 2018. Pew Research Center. Dostupno na: <http://www.pewinternet.org/2018/03/01/social-media-use-in-2018/>
- Valkenburg P. M., Peter J. i Schouten A. P. 2006. Friend Networking Sites and Their Relationship to Adolescents' Well-Being and Social Self-Esteem. *Cyber Psychology i Behavior*, **9** (5): 584.
- Wang C. C., Chang Y. T. 2010. Cyber relationship motives: Scale development and validation. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, **38** (3): 289.
- Willig C. 2013. *Introducing qualitative research in psychology*. Maidenhead: Open University Press

---

*Dajana Osmani*

## Adolescents' Understanding of Online Friendships and the Link Between Peer Attachment and Motives for Online Friendship Formation

The aim of this study was to determine whether the characteristics of the relationships of adolescents with their peers can predict the reasons why they form online friendships. Before approaching this problem, a mix-method pilot study was conducted in order to form a definition of online friendship based on the way the adolescents in Serbia understand this phenomenon. The responses of 152 participants (82% female) showed that online friendship is seen as a complex and important relationship with trust, closeness and emotional investment, as well as frequent communication, as its most important traits. This definition was used as the selection criterion in the main study, in which 279 participants (72% female) were included. The results indicate that, in their formation of online relationships, partici-

pants with a higher quality of peer attachment were less driven by motives related to an escape to a virtual world ( $F(1, 277) = 25.2, p < 0.001, \beta = -0.29, R^2 = 0.08$ ), as well as romantic and sexual motives ( $F(1, 275) = 10.5, p < 0.001, \beta = -0.13, R^2 = 0.04$ ). When it comes to the distribution of certain motives, gender differences are present. Namely, female participants are generally more driven by motives related to adventure and escape to virtual world, while male participants are more motivated by sexual and romantic motives. The results of the first study lead us to the conclusion that online friendships are not necessarily superficial, but rather include affective components and emotional investment as key elements, while the second study implies that there is a possibility for online friendships to help adolescents compensate for what they lack when relating to friends in the offline world.

# Prilozi

## Prilog 1. Kvalitativni segment prve studije

1. Šta podrazumevate pod pojmom „onlajn prijateljstvo“?
2. Po čemu se pojam onlajn prijateljstva razlikuje od običnog dopisivanja sa nepoznatim osobama na internetu?
3. Koliko je vremena potrebno da nekoga s kim komunicirate preko interneta nazovete svojim onlajn prijateljem?

## Prilog 2. Kvantitativni segment prve studije

1. U kojoj meri smatrate da je važno koliko dugo ste u kontaktu sa osobom kako biste za nju smatrali da je vaš onlajn prijatelj?  
Potpuno nevažno 1 2 3 4 5 Veoma važno
2. U kojoj meri smatrate da je važno koliko često ste u kontaktu sa osobom kako biste za nju smatrali da je vaš onlajn prijatelj?  
Potpuno nevažno 1 2 3 4 5 Veoma važno
3. Ukoliko postoji još neki kriterijum koji smatrate važnim, navedite ga i označite njegovu važnost.  
Potpuno nevažno 1 2 3 4 5 Veoma važno

