

Osobine ličnosti i seksualna orijentacija kod korisnika i ne-korisnika internetskih servisa za upoznavanje

Ćosić, Petra

Undergraduate thesis / Završni rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:162:367217>

Rights / Prava: [In copyright](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2021-09-26**



Repository / Repozitorij:

[University of Zadar Institutional Repository of evaluation works](#)



Sveučilište u Zadru

Odjel za psihologiju

Preddiplomski sveučilišni studij psihologije (jednopedmetni)

Petra Ćosić

Osobine ličnosti i seksualna orijentacija kod korisnika i ne-korisnika
internetskih servisa za upoznavanje

Završni rad

Zadar, 2016.

Sveučilište u Zadru

Odjel za psihologiju
Preddiplomski sveučilišni studij psihologije (jednopedmetni)

Osobine ličnosti i seksualna orijentacija kod korisnika i ne-korisnika
internetskih servisa za upoznavanje

Završni rad

Student/ica:

Petra Čosić

Mentor/ica:

Doc.dr.sc. Ana Slišković

Zadar, 2016.



Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Petra Ćosić**, ovime izjavljujem da je moj **završni** rad pod naslovom **Osobine ličnosti i seksualna orijentacija kod korisnika i ne-korisnika internetskih servisa za upoznavanje** rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mojega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 13. rujna 2016.

SADRŽAJ:

SAŽETAK.....	1
ABSTRACT	2
1. UVOD	3
1.1. <i>Internet kao sredstvo za upoznavanje potencijalnih ljubavnih i seksualnih partnera ...</i>	3
1.2. <i>Ličnost</i>	5
1.3. <i>HEXACO taksonomija ličnosti</i>	6
1.4. <i>Seksualna orijentacija</i>	7
1.5. <i>Ličnost i internet kao sredstvo upoznavanja potencijalnih ljubavnih i seksualnih partnera</i>	8
1.6. <i>Seksualna orijentacija i internet kao sredstvo upoznavanja potencijalnih ljubavnih i seksualnih partnera</i>	11
1.7. <i>Cilj istraživanja</i>	12
2. PROBLEMI I HIPOTEZE	12
3. METODA.....	14
3.1. <i>Ispitanici</i>	14
3.2. <i>Mjerni instrument</i>	15
3.3. <i>Postupak</i>	16
4. REZULTATI.....	17
5. RASPRAVA.....	23
6. ZAKLJUČCI.....	30
7. LITERATURA.....	31
8. PRILOG	35

Osobine ličnosti i seksualna orijentacija korisnika i ne-korisnika internetskih servisa za upoznavanje

SAŽETAK

Razvojem informacijsko-komunikacijskih tehnologija mijenja se i način uspostavljanja intimnih veza. U posljednjih deset godina postotak osoba koji su barem jednom tražili partnera preko internetskih stranica za upoznavanje se znatno povećao te je postalo sve prisutnije izlaženje na spoj s osobama koje su se upoznale virtualnim putem. Nadalje, internet pruža olakšan način susretanja i komunikacije s osobama sličnih preferencija što omogućava pronalazak partnera manjinskim seksualnim orijentacijama kao što su homoseksualna i biseksualna. Osnovni cilj provedenog istraživanja bio je ispitati postoji li razlika između korisnika i ne-korisnika internetskih servisa za upoznavanje, te između osoba koje jesu i koje nisu izašle na spoj s osobom koju su prethodno upoznali isključivo virtualnim putem u ekstraverziji, emocionalnosti i otvorenosti k iskustvu. Dodatno se istraživanjem htjela ispitati zastupljenost pripadnika različitih seksualnih orijentacija među korisnicima i ne-korisnicima internetskih servisa za upoznavanje kao i onih koji jesu ili nisu izašli na spoj s osobom koju su prethodno poznavali isključivo virtualnim putem. Uzorak se sastojao od 350 ispitanika, u dobi od 18 do 58 godina, a za ispitivanje ličnosti korištena je hrvatska verzija HEXACO-PI-R upitnika ličnosti. Rezultati su pokazali da se korisnici i ne-korisnici internetskih servisa za upoznavanje, kao i oni koji jesu i koji nisu izašli na spoj s osobom koju su prethodno upoznali isključivo virtualnim putem, ne razlikuju u dimenziji ekstraverzije i emocionalnosti, dok na dimenziji otvorenosti k iskustvu nešto više rezultate postižu korisnici u odnosu na ne-korisnike internetskih servisa za upoznavanje, te oni koji su izašli na spoj s osobom koju su prethodno upoznali virtualnim putem u odnosu na osobe koje to nisu. Među pripadnicima heteroseksualne orijentacije zastupljeniji su ne-korisnici, dok je među homoseksualnom i biseksualnom orijentacijom zastupljenost korisnika i ne-korisnika podjednaka. Unutar skupina ispitanika heteroseksualne i biseksualne orijentacije ne postoji razlika u zastupljenosti onih koji su i nisu izašli na spoj s osobom koju su prethodno upoznali virtualnim putem, dok je među pripadnicima homoseksualne orijentacije više onih koji su izašli na spoj.

Ključne riječi: *osobine ličnosti, seksualna orijentacija, HEXACO model, internetski servisi za upoznavanje, društvene mreže*

ABSTRACT

Development of informational-communicational technologies changed the method of establishing intimate relationships. In the past ten years, the number of people who looked for a partner on Internet dating sites at least once significantly increased, while going out on dates among people who met online has become more common. Furthermore, the Internet provides easier way of meeting people and easier communication with people with similar preferences, which enables people with minority sexual orientation, such as homosexual and bisexual, to meet a partner. The aim of the study was to examine whether there is a difference between users and non-users of Internet dating services and persons who did or did not go out on a date with the person who they knew only virtually in regard of extroversion, emotionality and openness to experience, and to examine the representation of persons with different sexual orientation among users and non-users and among those who did or did not go on a date with someone they knew only virtually. The sample consisted of 350 examinees, 18 to 58 years of age, and for personality testing the Croatian version of HEXACO-PI-R personality questionnaire was used. The results show that users and non-users of Internet dating services, as well as the ones who did or did not go on a date with someone they knew only virtually, do not differentiate in the extroversion and emotionality dimension, while in dimension of openness to experience users and the ones who did go out on a date show higher results. Among the people with heterosexual orientation there is more non-users, while among homosexual and bisexual representation is quite equal. Among the people with heterosexual and bisexual orientation there is no difference in representation of the ones that did and the ones that did not go out on a date with the persons they knew only virtually, while among homosexual orientation there is more people that did go out on a date with persons they knew only virtually.

KEY WORDS: *personality traits, sexual orientation, HEXACO model, Internet dating services, social networks*

1. UVOD

1.1. Internet kao sredstvo za upoznavanje potencijalnih ljubavnih i seksualnih partnera

Od trenutka njegove prve pojave pa do danas, internet je uvelike promijenio ljudsko iskustvo. Internet kao mreža koja povezuje računala diljem svijeta omogućuje ljudima obavljanje različitih aktivnosti *online* putem. Iako je do nedavno bio luksuz, internet je danas manje-više dostupan svima i postao je jedan od predujeta uspješnog školovanja, poslovanja, socijalnog života i slično. Tako se, na primjer, internet danas najčešće koristi za vođenje različitih poslova, pretraživanje podataka, čitanja novosti, kupnju i prodaju, zabavu, ali i za kontaktiranje s drugim osobama u socijalne i intimne svrhe. Internetsko upoznavanje budućih ljubavnih i seksualnih partnera se može definirati kao oblik interpersonalne veze koja je započela korištenjem kompjutera i interneta i koja ima potencijal prijelaza u intimniji oblik komunikacije kao na primjer putem telefona ili „licem u lice“ (Sprecher, 2009). Prema Internetskoj Svjetskoj Statistici (2016), danas više od 40% svjetske populacije ima internetski priključak dok je 1995. godine taj broj bio manji od 1%. Također se pokazalo da je korištenje interneta postala četvrta najpopularnija strategija pronalaženja romantičnih partnera, odmah nakon pronalaženja partnera na poslu, u školi, među prijateljima i obiteljima i socijalnim okupljanjima (Valkenburg i Peter, 2007). U istraživanju na američkom uzorku pokazalo se da je danas gotovo 75% osoba barem jednom tražilo partnera putem interneta (Blackhart, Fitzpatrick i Williamson, 2014). U istraživanju provedenom na američkim studentima dobiveno je da čak 19.7% studenata poduzelo korake upoznavanja romantičnih partnera putem interneta, da 40% njih koristi internet za uspostavljanje novih prijateljstava te da je 7% njih ostvarilo romantičnu vezu s osobom koju su upoznali putem interneta (Knox, Strudivant i Zusman, 2001; Donn i Sherman, 2002; prema Stevens i Morris, 2007).

Još su se u 20. stoljeću javili prvi internetski servisi za upoznavanje koji su do danas gotovo zamijenili oglase „usamljenih srca“. Upravo ti specijalizirani servisi za upoznavanje omogućuju osobama da pronađu potencijalnu „srodnu dušu“ u sigurnosti i udobnosti vlastitog doma, koju možda ne bi imali prilike u životu sresti (npr. zbog geografske udaljenosti). Neki od najpoznatijih internetskih servisa za upoznavanje u Hrvatskoj su Iskrica, Badoo, Smokva, Twoo i katSus (Matković i Landripet, 2015). Osobe se također pronalaze putem interneta i bez posjedovanja konkretnih profila za upoznavanje. Možda je jedan od najpopularnijih načina

putem Facebooka, koji zapravo predstavlja „knjigu“ nečijeg života, na temelju koje potencijalni partneri mogu procijeniti neku osobu i započeti *chat* (razgovor) s njom, što može prerasti i u nešto više. Sve navedeno nas navodi na jedini siguran zaključak, a to je da je internet je uvelike promijenio kulturu i doživljaj upoznavanja budućih partnera.

Zašto je tomu tako, teško je dati jedinstven odgovor. Prema Sautteru, Tippetu i Morganu (2010) jedno od objašnjenja bi moglo biti širenje tehnologije i računalne pismenosti što omogućava brzo i jeftino pronalaženje partnera. Kao drugo objašnjenje navode nedostatak vremena za pronalaženje partnera na tradicionalan način (zbog sve većeg naglaska na karijeru i veće zahtjevnosti posla). Kao treće objašnjenje nude sve veću normalizaciju korištenja interneta u održavanju socijalnih odnosa pa tako i u pronalaženju partnera.

Ovaj način pronalaženja partnera ima svojih prednosti i nedostataka. Jedna od glavnih prednosti je ekonomičnost (brže i jeftinije pronalaženje partnera), izraženija otvorenost u komunikaciji i veća lakoća prekidanja ovako uspostavljenog odnosa (Feng, 2005). Nadalje, korištenjem servisa za upoznavanje, pronalaze se partneri koji na temelju određenih preferencija odgovaraju jedan drugome, primjerice na temelju dobi, obrazovanja ili pak religije (Starbuck, 2006, prema Lever, Grov, Royce i Gillespie, 2008). Internet omogućuje da se pronalaze partneri koji su geografski bliže, ali i oni koji su toliko daleko da vjerojatno nikada ne bi bili u mogućnosti stupiti u kontakt (Starbuck, 2006; prema Lever i sur., 2008; Rosenfeld i Thomas, 2012). Također, povećava mogućnost upoznavanja partnera manjinskim društvenim skupinama (npr. homoseksualci, osobe s tjelesnim invaliditetom), ublažava strah od odbijanja (Azad i Kustin, 2011) te omogućuje bolju kontrolu samoprezentacije (Valkenburg i Peter, 2007). S druge strane, najveći nedostatak je kredibilitet osobe s druge strane ekrana i mogućnost zlostavljanja putem interneta te poteškoće realizacije odnosa ukoliko je prisutna prevelika geografska udaljenost (Azad i Kustin, 2011). Ipak, u većini istraživanja je dobiveno da su veze uspostavljene na ovaj način jednako kvalitetne i trajne kao i veze započete na tradicionalan način (Feng, 2005; Stoddard, 2008).

Iako upoznavanje romantičnih partnera preko interneta postaje sve uobičajenije, ipak je još uvijek zastupljeniji onaj tradicionalni način upoznavanja. Nameće se pitanje kakav tip osoba koristi ovaj način upoznavanja, odnosno razlikuju li se po nekim karakteristikama od onih koji preferiraju tradicionalni način pronalaženja i upoznavanja partnera te je li ovaj način pronalaženja ljubavnih i seksualnih partnera uistinu zastupljeniji kod manjinskih skupina osoba.

1.2. Ličnost

Ličnost kao jedan od ključnih pojmova u psihologiji, ali i izvan nje nema svoju jedinstvenu definiciju. Ovisno o korištenom polaznom teorijskom okviru, koriste se i različite definicije ličnosti (Petz, 2005). Jedna od najprihvaćenijih definicija ličnosti jest da je to „skup psihičkih osobina i mehanizama unutar pojedinaca koji su organizirani i relativno trajni te utječu na interakcije i adaptacije pojedinaca na intrapsihičku, fizičku i socijalnu okolinu“ (Larsen i Buss, 2007, str. 4). Danas postoje tri pristupa klasifikacija crta ličnosti: teorijski, statistički i leksički (Larsen i Buss, 2008). Leksički pristup temelji se na hipotezi da su sve važne individualne razlike (ličnost) kodirane u jeziku te da što je neka osobina važnija postoji već broj sinonima za nju i prisutnija je u više jezika i kultura (kriteriji frekvencije sinonima i međukulturalne univerzalnosti). Statistička metoda temelji se na statističkoj obradi (najčešće faktorskoj analizi) velikog broja čestica na koje su ispitanici odgovarali kako bi se dobio manji broj glavnih dimenzija ličnosti, dok se kod teorijskog pristupa na temelju određene teorije (na primjer psihoanalize) unaprijed određuju osobine bitne za klasifikaciju ličnosti (Larsen i Buss, 2008). Jedan od najkorištenijih modela ličnosti je petfaktorski model koji je nastao na temelju leksičkog i statističkog pristupa, a u užem smislu uključuje pet dimenzija ličnosti (tzv. *Velikih Pet*) utvrđenih u okviru Goldbergova modela (Larsen i Buss 2008). Model uključuje dimenzije ekstraverzije, emocionalne stabilnosti, ugodnosti, savjesnosti te otvorenosti ka iskustvu. Potvrđen je u brojim istraživanjima i u različitim jezicima i kulturama (Goldberg, 1981, 1990; John i sur., 2008; McCrae i Costa, 2008; prema Larsen i Buss, 2008). Ipak, kod pete dimenzije, otvorenosti k iskustvu, nije postignut potpuni konsenzus glede naziva i replikabilnosti. Ovisno o tome koje su čestice prilikom faktorske analize koristili istraživači, neki za ovu dimenziju uz već spomenut naziv koriste i termine „intelekt“, „profinjenost“ i „maštovitost“ (Larsen i Buss, 2008).

Novijim statističkim i leksičkim analizama dobiveno je da se ličnost bolje može opisati pomoću šest dimenzija (Asthon i Lee, 2007) te je tako nastala HEXACO taksonomija ličnosti i upitnik koji je korišten u ovom istraživanju.

1.3. HEXACO taksonomija ličnosti

HEXACO model je proizašao iz leksičke analize strukture ličnosti provedene u različitim jezicima i na temelju nalaza dodana je i šesta dimenzija ličnosti, poštenje-poniznost (Ashton i Lee, 2007; Ashton, Lee i Goldberg, 2007; Ashton, Lee i de Vries, 2005; Wasti, Lee, Ashton i Somer, 2008; prema Babarović i Šverko, 2013). Naziv HEXACO zapravo predstavlja akronim za svih šest dimenzija: poštenje-poniznost (H), emocionalnost (E), ekstraverzija (X), ugodnost (A), savjesnost (C) i otvorenost iskustvu (O). Uz uvođenje šeste dimenzije, u ovom modelu ličnosti napravljene su i neke izmjene u odnosu na pet standardnih dimenzija ličnosti iz petfaktorskog modela.

Dimenzije ekstraverzija, savjesnost i otvorenost iskustvu se uvelike podudaraju s istim dimenzijama iz petfaktorskog modela (Babarović i Šverko, 2013). Osobe koje postižu visoke rezultate na dimenziji ekstraverzije imaju pozitivan stav prema sebi, samopouzdanе su u vođenju grupa ljudi, te uživaju u socijalnim okupljanjima i interakcijama. Suprotno njima, osobe s nižim rezultatima smatraju sebe nepopularnima, osjećaju se čudno kada su u centru pažnje, indiferentne su u socijalnim aktivnostima i osjećaju se manje optimistično od drugih. Visoki rezultat na savjesnosti karakterizira osobe koje ulažu velik trud prilikom rada, organizirani su, promišljeni, teže perfekcionizmu i oprezni su prilikom donošenja odluka. Suprotno njima, osobe s niskim rezultatima ne drže se radnog rasporeda, izbjegavaju teške i zahtjevne zadatke, dopuštaju si greške u radu i odluke donose impulzivno. Osobe otvorene iskustvu su zainteresirane za prirodu, umjetnost i znanje općenito, koriste maštu u svakodnevnom životu i zanimaju se za neobične ideje i osobe. Osobe koje pokazuju mali interes za umjetnost, stjecanje novih znanja i koje neće privući radikalne i nekonvencionalne ideje su osobe koje postižu niske rezultate na ovoj dimenziji (Ashton i Lee, 2009).

Dimenzije koje se donekle poklapaju s onima iz petfaktorskog modela su ugodnost i emocionalnost. Osobe koje postižu visok rezultat na dimenziji ugodnosti su osobe koje opraštaju, nisu sklone osuđivanju drugih i uvijek su spremne na kompromis i suradnju te lako kontroliraju svoju narav. Suprotno njima, osobe s niskim rezultatima dugo zamjeraju drugim osobama, kritični su, ustrajni u svojim stajalištima i lako se naljute (Ashton i Lee, 2009). Razlika je u tome što kontroliranje naravi i iritabilnosti u petfaktorskom modelu su dio emocionalne stabilnosti. Nadalje, emocionalnost je slična dimenziji emocionalne stabilnosti iz petfaktorskog modela, s tim da visok rezultat na emocionalnosti nema toliko negativnu konotaciju kao neuroticizam (Babarović i Šverko, 2013). Osobe koje postižu visok rezultat na ovoj dimenziji pokazuju velik strah od fizičke opasnosti, loše reagiraju na stres, imaju potrebu

za emocionalnom potporom drugih te osjećaju empatiju i sentimentalnu povezanost s drugima. Osobe s nižim rezultatima ne pokazuju strah od fizičke opasnosti, malo se brinu u stresnim situacijama te su emocionalno odvojeni od drugih (Ashton i Lee, 2009).

Poštenje-poniznost, kao potpuno nova dimenzija, opisana je karakteristikama kao nesklonost manipulaciji drugima, poštivanje pravila, nezainteresiranost za bogatstvo i raskoš te viši socijalni status, ako se postižu visoki rezultati. Osobe s niskim rezultatima karakterizira laskanje drugima u svrhu postizanja željenog cilja, kršenje pravila u vlastitu korist, izražena motivacija za postizanjem materijalnih ciljeva i istaknut osjećaj samo-važnosti (Ashton i Lee, 2009). Istraživanja su pokazala da je ova dimenzija umjereno povezana s dimenzijom ugodnosti iz petfaktorskog modela (Babarović i Šverko, 2013). Kad se uspoređi s petfaktorskim modelom, čini se da HEXACO model nudi bolji opis velikog broja replikabilnih faktora koji se pojavljuju u kros-kulturalnim istraživanjima te da ima bolju prediktivnost za važne kriterije kao što su pojava delinkventnog i kriminalnog ponašanja, seksualnog ponašanja i prosocijalnog ponašanja (de Vries, Tybur, Pollet i Van Vught, 2016).

Za ispitivanje ličnosti na temelju ovog modela razvijeno je nekoliko upitnika od kojih je najnovija verzija HEXACO-PI-R (Ashton i Lee, 2009). U ovom istraživanju korištena je hrvatska verzija od 60 čestica, koju su preveli i psihometrijski provjerili Babarović i Šverko (2013).

1.4. Seksualna orijentacija

Jedna od komponenti seksualnosti, ali i pojedinčevog identiteta uz biološki spol, rodnu ulogu i rodni identitet je i seksualna orijentacija. Seksualna orijentacija se može definirati kao oblik seksualne i emotivne privlačnosti prema osobama određenog spola (Štulhofer, 2004). Prema Crooksu i Bauru (2014), seksualna orijentacija je multidimenzionalni konstrukt koji uključuje četiri komponente: (1) uključivanje u seksualno ponašanje s muškarcem, ženom, oboje ili s nikim, (2) seksualna želja za muškarcem, ženom, oboje ili za nikim, (3) zaljubljivanje u muškarca, ženu, oboje ili u nikog i (4) vlastita identifikacija određenom seksualnom orijentacijom. Najčešća podjela seksualne orijentacije je na *aseksualnost* (nedostatak seksualne privlačnosti za bilo koji spol), *heteroseksualnu* (seksualno ponašanje i privlačnost prema osobama suprotnog spola), *homoseksualnu* (seksualno ponašanje i privlačnost prema osobama istog spola) i *biseksualnu* (seksualno ponašanje i privlačnost i prema muškarcima i prema ženama) orijentaciju. Ipak, potrebno je naglasiti da se u stvarnom životu radi o kontinuiranoj varijabli, stoga su Kinsey i suradnici (1948; prema Crook i Baur, 2014) konstruirali skalu od

sedam stupnjeva kojima se opisuju osjećaji privlačnosti i seksualno ponašanje. Na temelju toga u novije vrijeme uvedena su dva termina: *heterofleksibilnost* (osobe koje su primarno heteroseksualne, ali imaju određeni stupanj seksualnog interesa i/ili iskustva s osobama istog spola) i *homofleksibilnost* (osobe koje su primarno homoseksualne, ali imaju određeni stupanj seksualnog interesa i/ili iskustva s osobama suprotnog spola). Do danas je proveden veliki broj istraživanja i razvijene su brojne teorije koje pokušavaju objasniti pojavu različitih seksualnih orijentacija s posebnim zanimanjem za homoseksualnost. Ipak, još uvijek ne postoji teorija koja u potpunosti objašnjava ovu tematiku, no zahvaljujući njima došlo je do određenih pomaka u percepciji društva prema osobama homoseksualne i biseksualne orijentacije. Dok se do sedamdesetih godina prošlog stoljeća homoseksualnost smatrala mentalnim i emocionalnim poremećajem, 1974. godine Američka psihijatrijska udruga je službeno odlučila da se ne radi o bolesti (Masters, Johnson i Kolodny, 2006). Takva odluka dovela je do poboljšanja građanskih prava osoba homoseksualne orijentacije, a danas se diskriminacija osoba na temelju seksualne orijentacije kažnjava. Smatra se da se postotak homoseksualnih osoba u populaciji kreće od 4% do 17% (Green i Herek, 1999; prema Parmač, 2005). Unatoč zakonima i empirijskim dokazima, do danas, homoseksualnost nije u potpunosti prihvaćena. Općenito, pripadnici homoseksualne i biseksualne orijentacije svakodnevno nailaze na brojne predrasude i prepreke pa tako i u pronalaženju ljubavnih i seksualnih partnera. Upravo za njih, internet može poslužiti kao sredstvo za upoznavanje budućih partnera s istim ili sličnim preferencijama.

1.5. Ličnost i internet kao sredstvo upoznavanja potencijalnih ljubavnih i seksualnih partnera

Kao što je već naglašeno, jedna od glavnih prednosti internetskog upoznavanja partnera je mogućnost kontrole samoprezentacije što može olakšati upoznavanje novih osoba. Naime, za osobe koji pate od socijalne anksioznosti i anksioznosti vezane za izlaženje s potencijalnim partnerima, ovaj način komunikacije može pomoći u sakrivanju fizičkih simptoma anksioznosti kao što su crvenilo, treskavica, podrhtavanje glasa i slično. Socijalna anksioznost se može definirati kao strah od negativne evaluacije od strane drugih u socijalnim situacijama, a anksioznost vezana za izlaženje s potencijalnim partnerima se može definirati kao nelagoda u interakciji s potencijalnim romantičnim partnerom (Američko psihijatrijsko društvo, 2000). Iako se rezultatima nekih ranijih istraživanja pokazalo da su sramežljivije osobe i osobe koje pate od navedenih vrsta anksioznosti skloniji korištenju interneta u svrhu upoznavanja partnera (McKenna, 1999; Ward i Tracey, 2004), izgleda da danas stanje više nije tako. Prema novijim nalazima, internetsko upoznavanje partnera je jednako vjerojatno kod osoba i s visokom i s

niskom socijalnom anksioznošću i anksioznošću vezanom za izlaženje s potencijalnim partnerima ili čak zastupljenije kod osoba s niskim razinama te anksioznosti (Valkenburg i Peter, 2007; Stevens i Morris, 2007). Ova dobivena diskrepanca se može objasniti i činjenicom da korištenje interneta u socijalne svrhe sve više raste te da postaje *mainstream* u socijalnoj praksi (Valkenburg i Peter, 2007), dok devedesetih godina prošlog stoljeća to nije bilo toliko popularno te je tek manjina, kojoj je to bilo potrebno, na taj način pronalazila partnere. Slični nalazi dobiveni su i na hrvatskom uzorku (Matković i Landripet, 2015). Ipak, neka novija istraživanja pokazuju da osjetljivost na odbijanje (koja je karakteristika osoba koje pate od navedenih vrsta anksioznosti) može biti prediktivna za korištenje interneta u svrhu upoznavanja partnera (Blackhart i sur., 2014).

Još jedna od prediktivnih varijabli za korištenje interneta u svrhu upoznavanja partnera je samopouzdanje. Samopouzdanje se može definirati kao pozitivan ili negativan stav prema samome sebi i vlastitim sposobnostima (Rosenberg, Schooler i Schoenbach, 1989; prema Matković i Landripet, 2014), a osobe s visokim samopouzdanjem karakterizira izravan način postizanja cilja (Anderson, 2005; prema Matković i Landripet, 2014). Neka istraživanja pokazuju da osobe s niskim samopouzdanjem pokazuju veću sklonost korištenju interneta kao sredstva za upoznavanje partnera jer im takva okolina pruža veću sigurnost u vlastitom izražavanju (Forrest i Wood, 2012), što je potvrđeno i u istraživanju na hrvatskom uzorku (Matković i Landripet, 2015). Ipak, neka istraživanja nisu dobila razliku s obzirom na samopouzdanje između korisnika i ne-korisnika interneta kao sredstva za upoznavanje partnera (Blackhart i sur., 2014).

Ranija istraživanja koja su se bavila ličnošću i internetskim upoznavanjem i izlaženjem s potencijalnim partnerima i općenito korištenjem internetskih socijalnih mreža većinom su koristila upitnike temeljene na petfaktorskom modelu. Kada se u fokus stavi svih šest dimenzija ličnosti iz HEXACO modela i njihovo određeno preklapanje s dimenzijama ličnosti petfaktorskog modela, može se reći da, ugodnost i savjesnost nisu bili prediktivni za izlaženje s potencijalnim partnerima ili korištenje socijalnih mreža u svrhu pronalaženja partnera, dok za dimenziju poštenje-poniznost nisu pronađena istraživanja.

U ovom je konkretnom istraživanju stoga pažnja usmjerena na tri osobine ličnosti koje su na temelju rezultata prijašnjih istraživanja dovedene u vezu s korištenjem interneta kao sredstva upoznavanja romantičnih partnera i izlaska na spoj, a to su: ekstraverzija, emocionalnost i otvorenost k iskustvu.

Ekstraverzija se smatra jednim od najsnažnijih prediktora korištenja socijalnih mreža, no ipak rezultati dosadašnjih istraživanja nisu konzistentni. U nekim istraživanjima je dobiveno da

osobe koje postižu visoke rezultate na dimenziji ekstraverzije su sklone traženju seksualnog uzbuđenja, manje se brinu za posljedice i usmjeravaju se na nagrade prije nego na kazne što može objasniti njihovu tendenciju češćeg korištenja tekstualnih poruka i internetskih socijalnih mreža za socijalnu interakciju (Orr, Orr, Ross, Sisic i Arseneault, 2009), te da će vjerojatno koristiti internet kao sredstvo za pronalaženje partnera (Kim, Kwon i Lee, 2009). S druge strane, neka istraživanja potvrđuju stereotip o osobama koje koriste internet u svrhu pronalaženja partnera kao onima koji su introvertirani i anti-socijalni te dobivaju negativnu povezanost između ekstraverzije i korištenja interneta kao sredstva za upoznavanje partnera (Hamburger i Ben-Atiz, 2000). Prema novijim istraživanjima razlike u pronalaženju partnera putem interneta s obzirom na ekstraverziju -introverziju nema (Atkin, Clemens i Krishan, 2015), dok je u istraživanju na hrvatskom uzorku ipak dobivena nešto manja društvenost kod korisnika internetskih servisa za upoznavanje u odnosu na ne-korisnike (Matković i Landripet, 2015).

Što se tiče otvorenosti k iskustvu, osobe koje postižu visoke rezultate na ovoj dimenziji su skloni isprobavanju novih načina komunikacije. U prijašnjim istraživanjima je dobiveno da takve osobe otkrivaju više informacija na svojem Facebook profilu kao način da potaknu formiranje nekog oblika veze (bilo emocionalne, seksualne ili prijateljske) (Amichai-Hamburger, Vinitzky, 2010; prema Atkin i sur., 2015). Otvorenost iskustvu se pokazala prediktivnom za korištenje internetskih servisa za upoznavanje (Atkin i sur., 2015).

Neuroticizam kao dimenzija ličnosti iz petfaktorskog modela, koja se donekle poklapa s dimenzijom emocionalnosti iz HEXACO taksonomije ličnosti, prema prijašnjim istraživanjima se pokazala prediktivnom za korištenje internetskih socijalnih mreža, provođenju više vremena na socijalnim mrežama i sudjelovanju u *chat room*-ovim i grupnim diskusijama (Amichai-Hamburger i Ben-Atiz, 2000). Budući da su osobe koje postižu visoke rezultate na dimenziji neuroticizma opisane kao anksiozne, depresivne, iritabilne, promjenjivog raspoloženja, emocionalne i niskog samopoštovanja, često se boje izravne interakcije, a internetsko okruženje im omogućuje da pišu obazrive i pažljivije poruke, te stoga preferiraju takav način komunikacije (Orr i sur., 2009). Također, dobiveno je da je visoka razina neuroticizma povezana s osjećajem usamljenosti te da će kako bi reducirale tu usamljenost neurotične osobe više stupati u socijalne kontakte internetskim putem, pa samim time će i više koristiti usluge internetskog pronalaženja partnera (Amichai-Hamburger, Ben-Artzi, 2003; prema Blackhart i sur., 2014). Ipak, neka istraživanja su pokazala da osobe koje su visoko na neuroticizmu koriste internetske servise za pronalaženje partnera kako bi pronašli smisao identiteta, društvo ili distrakciju, ali ne i u svrhu pronalaženja ljubavnog ili seksualnog partnera budući da izbjegavaju intimnosti i izravnu interakciju (Atkin i sur., 2015).

Općenito, Correa, Hinsley i Gil de Zuniga (2010) su u svom istraživanju dobili da su ekstraverzija i otvorenost iskustvu pozitivno povezani s korištenjem internetskih socijalnih mreža, dok je emocionalna stabilnost bila negativno povezana (odnosno, pokazalo se da će osobe s izraženijim neuroticizmom vjerojatnije koristiti socijalne mreže na internetu), a ono što je i logično za zaključiti jest da veća prisutnost na socijalnim mrežama povećava i vjerojatnost pronalaženja partnera internetskim putem.

1.6. Seksualna orijentacija i internet kao sredstvo upoznavanja potencijalnih ljubavnih i seksualnih partnera

Prednosti korištenja internetskih servisa za upoznavanje partnera, kao što su intimnost i diskrecija, omogućuju pripadnicima manjinskih i stigmatiziranih društava da lakše ostvaruju prijateljstva i romantične veze bez izlaganja osuđivanju zajednice. Među pripadnike tih skupina spadaju osobe homoseksualne i biseksualne orijentacije kojima internet omogućuje da pronalaze partnere istih i sličnih preferencija s manje rizika i neugodnosti, što je osobito važno za one osobe koje žive u malim, ruralnim i konzervativnim društvima. Uz navedenu prednost, ovakav način komunikacije omogućuje im i istraživanje seksualnog identiteta, osobito u ranim fazama „izlaska iz ormara“ (Ross i Kauth, 2002; prema Lever i sur., 2008). Općenito, istraživanja su pokazala da osobe koje sebe identificiraju kao homoseksualci ili biseksualci provode više vremena na društvenim mrežama od osoba heteroseksualne orijentacije (Harris Interactive, 2007; prema Atkin i sur., 2015). Čak i prije pojave interneta, istraživanja su pokazala da su osobe homoseksualne orijentacije imale tendenciju pronalaženja partnera putem oglasa kako bi izbjegli predrasude i neugodnosti (Valkenburg i Peter, 2007). U istraživanju Levera i suradnika (2008), također je dobiveno da će osobe homoseksualne i biseksualne orijentacije vjerojatnije otvoriti profil na nekom od internetskih servisa za upoznavanje od osoba heteroseksualne orijentacije. Točnije, u navedenom istraživanju je dobiveno da oni najčešće otvaraju internetske profile u svrhu seksualnog istraživanja, traženja diskretnih afera ili stupanja u stvarni kontakt iz kojeg se može razviti i ozbiljnija veza. Istraživanje Atkina i suradnika (2015) također potvrđuje ove nalaze.

Nadalje, u nekim istraživanjima naglašava se povezanost između seksualne orijentacije i osobina ličnosti koja je mogla utjecati i na korištenje interneta kao sredstva za upoznavanje partnera. U provedenim istraživanjima je dobiveno da muškarci homoseksualne orijentacije postižu više rezultate na ugodnosti, savjesnosti, neuroticizmu i otvorenosti iskustvu od heteroseksualaca (Lippa, 2005) te da ne-heteroseksualno orijentirani muškarci i žene postižu

više rezultate na neuroticizmu od heteroseksualno orijentiranih (Zietsch, Verweij, Bailey, Wright i Martin, 2011; prema Atkin i sur., 2015). Istraživanjem Atkina i suradnika (2015) je uistinu pokazano da osobe homoseksualne orijentacije postižu više rezultate na otvorenosti iskustvu i neuroticizmu, što je vjerojatno posljedica toga da je i sama njihova seksualna orijentacija prekršila društvene norme te im povećala osjećaj slobode u istraživanju novih stvari. Jedna stvar je sigurna; bio pojedinac heteroseksualno, homoseksualno, biseksualno orijentiran, muškarac ili žena, internet mu može omogućiti da stupi u međusobnu interakciju s osobama koje možda u životu ne bi nikada imao prilike upoznati.

1.7. Cilj istraživanja

Povećavanjem dostupnosti interneta, razvijanjem socijalnih mreža i servisa za upoznavanje potencijalnih partnera mijenja se i način upoznavanja budućih ljubavnih i seksualnih partnera. Ovim istraživanjem se želi ispitati postoji li razlika između korisnika i ne-korisnika internetskih servisa za upoznavanje, kao i onih koji su na spoj izašli s osobom koju su prethodno upoznali isključivo internetskim putem u odnosu na one koje to nisu, u trima dimenzijama ličnosti; ekstraverziji, emocionalnosti i otvorenosti k iskustvu.

Također, budući da internet omogućuje stupanje u kontakt i manjinskim društvenim skupinama, istraživanjem se dodatno htjelo ispitati postoje li razlike u zastupljenosti ispitanika koji koriste internet kao sredstvo za upoznavanje potencijalnih partnera za ljubavne i seksualne odnose i onih koji ne koriste internet u ovu svrhu, unutar skupina pripadnika različitih seksualnih orijentacija.

2. PROBLEMI I HIPOTEZE

1. Ispitati postoje li razlike u razinama ekstraverzije, emocionalnosti i otvorenosti iskustvu između osoba koje koriste internet u svrhu upoznavanja potencijalnih partnera i onih koje ne koriste ovu mogućnost interneta. Konkretnije, problem je bio ispitati razlike u navedenim trima osobinama ličnosti između:

- korisnika i ne-korisnika internetskih servisa za upoznavanje
- pojedinaca koji imaju iskustvo izlaska na spoj s osobom koju su prethodno upoznali isključivo virtualnim putem i onih koje nemaju takvo iskustvo.

Hipoteza 1a: U skladu s rezultatima novijih istraživanja koja ukazuju da korištenje servisa za upoznavanje i društvenih mreža ne služi kao kompenzacija za nedostatak društvenih odnosa već kao nadopuna upoznavanju partnera na tradicionalni način, ne očekuju se razlike u razini ekstraverzije između korisnika i ne-korisnika internetskih servisa za upoznavanje, niti između onih koji su izašli na spoj s osobom koju su prethodno poznavali isključivo virtualnim putem u odnosu na one koji nemaju takvo iskustvo.

Hipoteza 1b: Budući da se u prethodnim istraživanjima neuroticizam pokazao kao jedan od prediktora korištenja internetskih servisa za upoznavanje i društvenih mreža, pretpostavlja se da će korisnici internetskih servisa za upoznavanje, kao i oni koji su izašli na spoj s osobom koju su prethodno upoznali isključivo virtualnim putem, biti emocionalniji ne-korisnika, odnosno od onih koji nemaju iskustvo izlaska na spoj s osobom koju su prethodno upoznali isključivo internetskim putem.

Hipoteza 1c: Budući da su prema rezultatima istraživanja osobe otvorene k iskustvu općenito sklonije isprobavanju novih načina komunikacije, pretpostavlja se da će korisnici internetskih servisa za upoznavanje, kao i oni koji su izašli na spoj s osobom koju su prethodno upoznali isključivo virtualnim putem, biti otvoreniji k iskustvu od ne-korisnika, odnosno, u drugom slučaju, od onih koji nemaju iskustvo izlaska na spoj s osobom koju su prethodno upoznali isključivo internetskim putem.

2. Među pripadnicima svake od tri skupine seksualnih orijentacija: heteroseksualne, homoseksualne i biseksualne, ispitati postoje li razlike u zastupljenosti:

- korisnika i ne-korisnika internetskih servisa za upoznavanje
- pojedinaca koji su izašli na spoj s osobom koju su prethodno upoznali isključivo internetskim putem i onih koji nemaju takvo iskustvo.

Hipoteza 2: Budući da internet, društvene mreže i internetski servisi za upoznavanje omogućuju lakše pronalaženje osoba sa sličnim interesima pretpostavlja se da će:

a) među pripadnicima homoseksualne i biseksualne orijentacije biti više zastupljeniji korisnici od ne-korisnika internetskih servisa za upoznavanje, dok se za pripadnike heteroseksualne

orijentacije očekuje obrnuto, preciznije, veći broj ne-korisnika nego korisnika internetskih servisa za upoznavanje

b) među pripadnicima homoseksualne i biseksualne orijentacije biti zastupljeniji pojedinci koji su izašli na spoj s osobom koju su prethodno upoznali isključivo virtualnim putem od onih pojedinaca koji nisu imali iskustvo spoja s osobom koju su prethodno poznavali isključivo putem interneta. Za pripadnike heteroseksualne orijentacije očekuje se obrnuto, odnosno veća zastupljenost pojedinaca koji nisu imali iskustvo spoja s osobom koju su prethodno upoznali isključivo virtualnim putem.

3. METODA

3.1. Ispitanici

Istraživanje je provedeno putem interneta na prigodnom uzorku od 350 ispitanika, od čega je 266 ispitanica (76%) i 84 ispitanika (24%). Raspon dobi ispitanika je od 18 do 58 godina ($M=27.86$; $SD=7.58$), pri čemu je prosječna dob ispitanica $M=27.48$ ($SD=7.34$), a prosječna dob ispitanika $M=29.05$ ($SD=8.2$). Uvid u karakteristike uzorka vidljivi su i u Prilogu (Tablica 1).

U ukupnom uzorku ispitanika njih 81 njih posjeduje profil na nekom od internetskih servisa za upoznavanje (23.14%), od čega je 36 ispitanika i 45 ispitanica. Unutar skupine koja posjeduje profil (tzv. korisnici internetskog servisa za upoznavanje), čija prosječna dob iznosi $M=28.62$ ($SD=7.39$), 35 ispitanika ima završenu srednju školu, 19 diplomski studij, 18 ispitanika višu školu ili preddiplomski studij i 9 ispitanika magisterij ili doktorat. Unutar iste skupine 43 ispitanika je zaposleno puno radno vrijeme, 23 je nezaposleno, 12 je povremeno zaposleno i 3 zaposleno na pola radnog vremena. Također, od onih koji posjeduju profil njih 42 je heteroseksualne orijentacije, 22 homoseksualne orijentacije te 17 biseksualne orijentacije.

U ukupnom uzorku ispitanika njih 269 ne posjeduje profil na nekom od internetskih servisa za upoznavanje (76.86%), od čega je 48 ispitanika i 221 ispitanica. Prosječna dob navedene skupine (tzv. ne-korisnici internetskog servisa za upoznavanje) iznosi $M=27.59$ ($SD=7.62$), 119 ispitanika ima završenu srednju školu, 58 diplomski studij, 64 višu školu ili preddiplomski studij i 28 ispitanika magisterij ili doktorat. Među ne-korisnicima 112 ispitanika je zaposleno puno radno vrijeme, 118 je nezaposleno, 32 je povremeno zaposleno i 7 zaposleno na pola

radnog vremena. Također, od onih koji ne posjeduju profil njih 229 je heteroseksualne, 18 homoseksualne te 22 biseksualne orijentacije.

Ukupno 174 ispitanika u ukupnom uzorku je izašlo na spoj s osobom koju su prethodno upoznali isključivo virtualnim putem (49.71%), od čega je 55 ispitanika i 119 ispitanica. Prosječna dob ove skupine iznosi $M=28.07$ ($SD=7.01$). Unutar skupine koja je izašla na spoj s osobom koju su prethodno poznavali isključivo virtualnim putem 69 ispitanika ima završenu srednju školu, 48 ispitanika višu školu ili preddiplomski studij, 34 diplomski studij i 23 magisterij ili doktorat. Unutar iste skupine njih 86 je zaposleno puno radno vrijeme, 60 nezaposleno, 22 je povremeno zaposleno i 6 zaposleno na pola radnog vremena. Također, od onih koji su izašli na spoj s osobom koju su prethodno poznavali isključivo virtualnim putem 119 je heteroseksualne, 33 homoseksualne te 22 biseksualne orijentacije.

U ukupnom uzorku 176 ispitanika nije imalo iskustvo spoja s osobom koju su prethodno upoznali isključivo virtualnim putem (50.29%), od čega je 29 ispitanika i 147 ispitanica. Prosječna dob skupine ispitanika koja nema iskustvo izlaska s osobom prethodno upoznatom isključivo virtualnim putem iznosi $M=27.64$ ($SD=8.11$). Unutar ove skupine 85 ispitanika ima završenu srednju školu, 34 ispitanika višu školu ili preddiplomski studij, 43 diplomski studij i 14 magisterij ili doktorat. Unutar iste skupine njih 69 je zaposleno puno radno vrijeme, 81 nezaposleno, 22 je povremeno zaposleno i 4 zaposleno na pola radnog vremena. Također, od onih koji nisu imali iskustvo spoja s osobom koju su prethodno poznavali isključivo virtualnim putem 152 je heteroseksualne, 7 homoseksualne te 17 biseksualne orijentacije.

3.2. *Mjerni instrument*

- *Upitnik općih podataka* koji se sastojao od pitanja kojima su prikupljeni podaci o spolu, dobi, razini završenog obrazovanja, statusu zaposlenja, seksualnoj orijentaciji, posjedovanju profila na nekom od internetskih servisa za upoznavanje te izlasku na spoj s osobom koju su prethodno upoznali isključivo virtualnim putem.
- *HEXACO-PI-R upitnik ličnosti* (Ashton i Lee, 2009; kojeg su adaptirali Babarović i Šverko, 2013). Navedenim upitnikom su u ovom istraživanju ispitane tri osobine ličnosti: ekstraverzija (10 čestica; na primjer „*Većinu vremena osjećam se veselo i*

optimistično“), emocionalnost (10 čestica; na primjer „*Ponekad se ne mogu prestati brinuti o sitnicama*“) te otvorenost iskustvu (10 čestica; na primjer „*Uživao/la bih stvarajući umjetničko djelo poput priče, pjesme ili slike*“). Ispitanici su na skali od pet stupnjeva davali procjene koliko se slažu s navedenim tvrdnjama pri čemu je rezultat 1 označavao „*u potpunosti se ne slažem*“, 2 „*ne slažem se*“, 3 „*niti se slažem, niti se ne slažem*“, 4 „*slažem se*“ i 5 „*u potpunosti se slažem*“. Viši rezultat je upućivao na veću izraženost pojedine dimenzije ličnosti.

3.3. Postupak

Istraživanje je provedeno internetskim putem u razdoblju od 28. siječnja do 22. ožujka 2016. godine. On-line upitnik je bio postavljen na različite društvene i opće sveučilišne grupe, grupe pojedinih sveučilišnih odsjeka i grupe homoseksualnih i LGBT zajednica različitih hrvatskih gradova korištenjem društvene mreže Facebook. Na početku upitnika bila je ukratko opisana svrha istraživanja s naglaskom na anonimnosti te na pravo prekidanja ispunjavanja upitnika u bilo kojem trenutku. Također, ispitanicima je bila i ukratko opisana i uputa ispunjavanja upitnika. Ispunjavanje upitnika u prosjeku je trajalo 5 minuta.

4. REZULTATI

U Tablici 1 prikazani su deskriptivni podaci za tri korištene dimenzije ličnosti. S obzirom na teorijski raspon (1-5), može se zaključiti da su ispitanici u prosjeku postizali srednje vrijednosti na sve tri skale, odnosno da su umjereno ekstrovertirani, emocionalni i otvoreni k iskustvu.

Tablica 1 Prikaz aritmetičkih sredina (*M*) i standardnih devijacija (*SD*) rezultata ispitanika na HEXACO-PI-R upitniku ličnosti za dimenzije ličnosti ekstraverzija, emocionalnost i otvorenosti k iskustvu (*N*= 350)

Dimenzija ličnosti	<i>M</i>	<i>Raspon</i>	<i>SD</i>
Ekstraverzija	3,33	1.2-5	0,63
Emocionalnost	3,28	1.3-5	0,64
Otvorenost k iskustvu	3,5	1.5-4.7	0,59

U svrhu odgovora na prvi problem, odnosno kako bi se utvrdilo razlikuju li se korisnici i ne-korisnici internetskih servisa za upoznavanje u razinama tri osobine ličnosti (ekstraverziji, emocionalnosti, otvorenosti k iskustvu) s obzirom na različitu veličinu uzorka prethodno je provjerena pretpostavka o homogenosti varijanci Levenovim testom. Budući da se varijance nisu značajno razlikovale provedena su tri t-testa za velike nezavisne uzorke (Tablica 2).

Tablica 2 Prikaz rezultata t-testova za velike nezavisne uzorke izračunatih u svrhu utvrđivanja razlika u razinama ekstraverzije, emocionalnosti i otvorenosti k iskustvu s obzirom na korištenje internetskih servisa za upoznavanje ($N_{korisnika}=81$, $N_{ne-korisnika}=269$)

Dimenzija ličnosti	<i>M</i> korisnika	<i>SD</i> korisnika	<i>M</i> ne-korisnika	<i>SD</i> ne-korisnika	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>
Ekstraverzija	3.27	0.67	3.34	0.62	-0.98	348	0.33
Emocionalnost	3.20	0.63	3.30	0.64	-1.24	348	0.22
Otvorenost k iskustvu	3.65	0.63	3.46	0.58	2.46	348	0.01*

Provedenim t-testovima (Tablica 2) nije utvrđena statistički značajna razlika u razinama ekstraverzije i emocionalnosti s obzirom na korištenje internetskih servisa za upoznavanje ($p > .05$). Ipak, utvrđena je statistički značajna razlika u otvorenosti k iskustvu ($t(348) = 2.46$; $p < .05$) s tim da su korisnici internetskih servisa za upoznavanje bili otvoreniji k iskustvu ($M = 3.65$) u odnosu na ne-korisnike ($M = 3.46$).

U svrhu daljnjeg odgovora na prvi problem, odnosno kako bi se utvrdilo razlikuju li se ispitanici koji su izašli, odnosno nisu izašli na spoj s nekim koga su prethodno upoznali isključivo virtualnim putem u razinama tri ispitane osobine ličnosti (ekstraverziji, emocionalnosti i otvorenosti ka iskustvu) korištena su tri t-testa za velike nezavisne uzorke (Tablica 3).

Tablica 3 Prikaz rezultata t-testova za velike nezavisne uzorke kojim je testirana razlika u razinama ekstraverzije, emocionalnosti i otvorenosti k iskustvu s obzirom na iskustvo izlaska na spoj s osobom koju su prethodno upoznali isključivo virtualnim putem ($N_{izašli} = 174$, $N_{nisu\ izašli} = 176$)

Dimenzija ličnosti	<i>M</i> izašli	<i>SD</i> izašli	<i>M</i> nisu izašli	<i>SD</i> nisu izašli	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>
Ekstraverzija	3.30	0.65	3.35	0.61	-0.75	348	0.45
Emocionalnost	3.28	0.62	3.28	0.66	-0.04	348	0.96
Otvorenost k iskustvu	3.62	0.55	3.39	0.61	3.74	348	0.00*

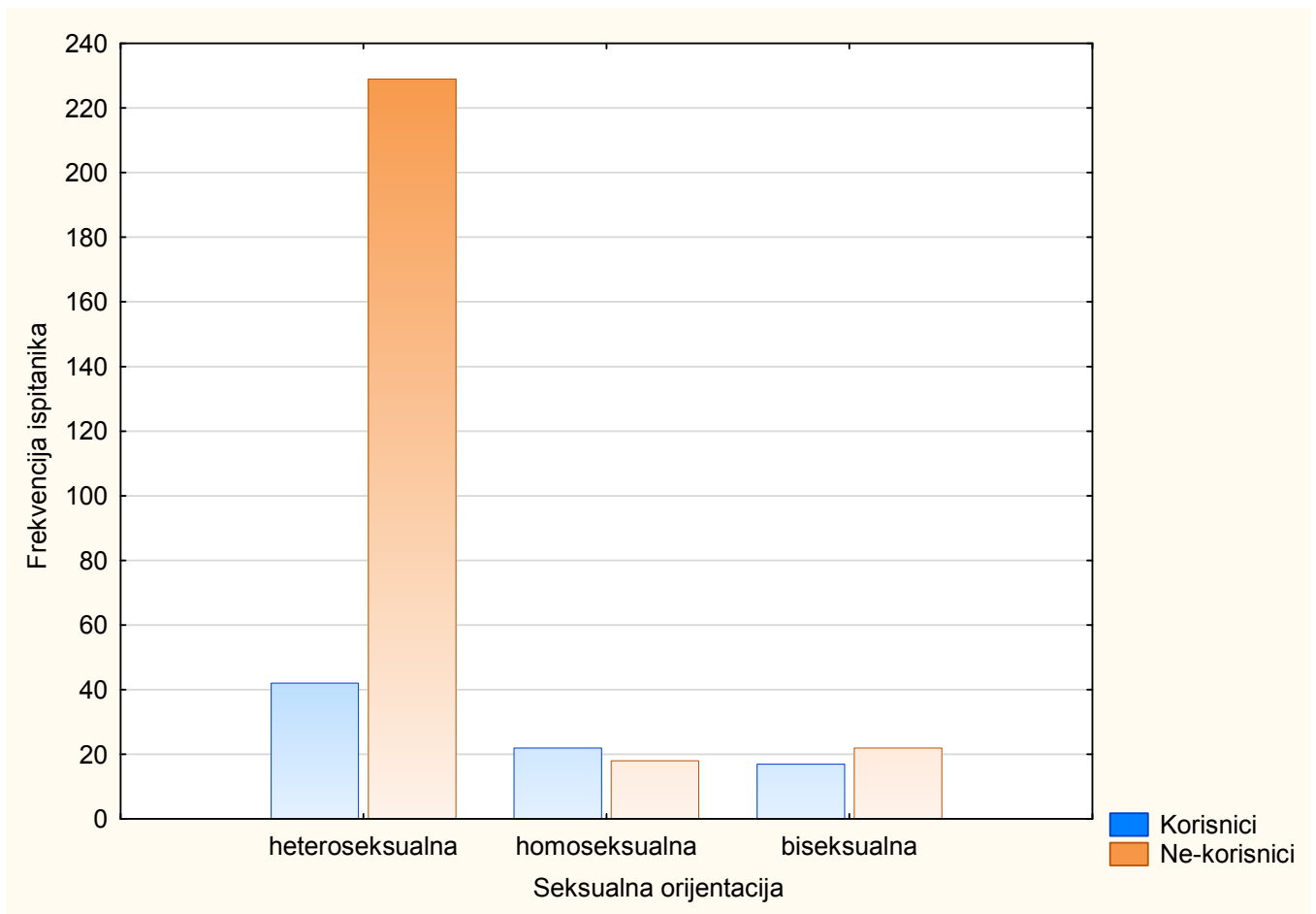
Provedenim t-testovima nije utvrđena statistički značajna razlika u razinama ekstraverzije i emocionalnosti s obzirom na iskustvo izlaska na spoj s osobom koju su prethodno upoznali isključivo virtualnim putem ($p > .05$). Ipak, utvrđena je statistički značajna razlika u otvorenosti k iskustvu ($t(348) = 3.74$; $p < .05$), s tim da su osobe koje su imale iskustvo spoja s nekim koga su prethodno upoznale isključivo virtualnim putem bile otvorenije k iskustvu ($M = 3.62$) u odnosu na one koje nisu imale iskustvo spoja ($M = 3.39$).

U svrhu ispitivanja zastupljenosti pojedinih seksualnih orijentacija (heteroseksualna, homoseksualna, biseksualna) među korisnicima i ne-korisnicima internetskih servisa za upoznavanje (Tablica 4), kao i onih koji su imali i nisu imali iskustvo izlaska na spoj s osobom koju su prethodno poznavali isključivo virtualnim putem (Tablica 5) korišteni su hi-kvadrat testovi.

Tablica 4 Prikaz rezultata hi-kvadrat testa za ispitivanje zastupljenosti korisnika i ne-korisnika internetskih servisa za upoznavanje unutar skupina pripadnika različitih seksualnih orijentacija (heteroseksualne, homoseksualne, biseksualne)

Seksualna orijentacija	Korisnici	Ne-korisnici	χ^2 (2×2)	<i>df</i>	<i>p</i>
Heteroseksualna	42	229	72.56	1	0.00 *
Homoseksualna	22	18	0.20	1	0.65
Biseksualna	17	22	0.21	1	0.65

Provedenim hi-kvadrat testovima utvrđeno je da ne postoji očekivana statistički značajna razlika u zastupljenosti korisnika i ne-korisnika internetskih servisa za upoznavanje unutar homoseksualne i biseksualne orijentacije, odnosno podjednak je broj i korisnika i ne-korisnika internetskih servisa za upoznavanje. S druge strane, utvrđena je statistički značajna razlika u zastupljenosti korisnika i ne-korisnika internetskih servisa za upoznavanje unutar heteroseksualne orijentacije (χ^2 (1, $N=271$) = 72.56; $p < .01$) s tim da su ne-korisnici zastupljeniji u ovoj skupini. Naime, u skupini heteroseksualne orijentacije je 84.5% ne-korisnika i 15.5% korisnika internetskih servisa za upoznavanje.



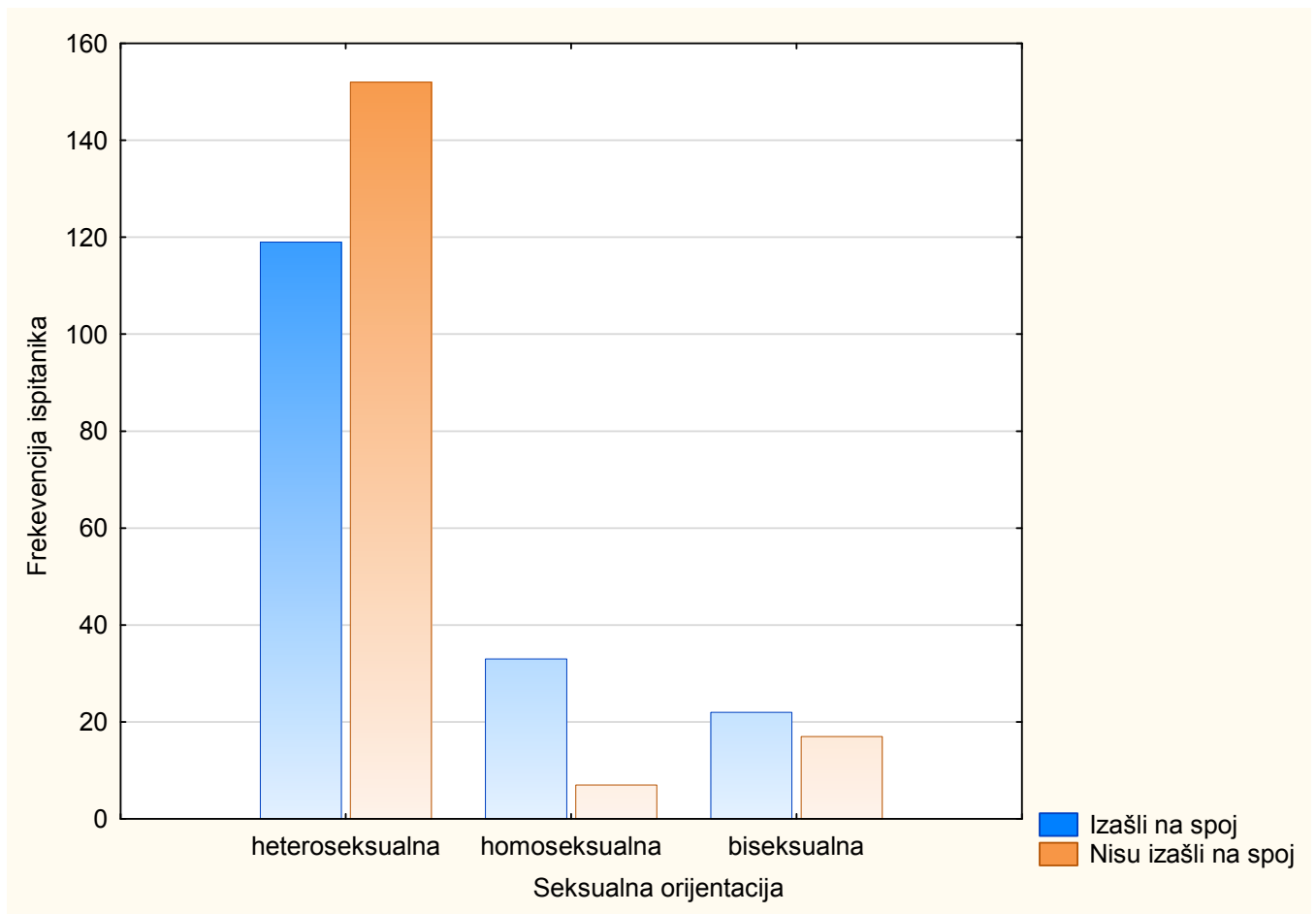
Slika 1. Zastupljenost korisnika i ne-korisnika internetskih servisa za upoznavanje unutar tri skupine pripadnika različitih seksualnih orijentacija (homoseksualne, heteroseksualne, biseksualne) ($N=350$).

Na Slici 1 prikazane su frekvencije korisnika i ne-korisnika unutar svake od tri seksualne orijentacije (podaci iz Tablice 1) te moguć je ukupni uvid u nepostojanje razlika u zastupljenosti korisnika i ne-korisnika unutar dviju skupina ne-heteroseksualne orijentacije, te veću zastupljenost ne-korisnika u odnosu na korisnike unutar skupine heteroseksualne orijentacije .

Tablica 5 Prikaz rezultata hi-kvadrat testa za ispitivanje zastupljenosti ispitanika koji su imali i onih koji nisu imali iskustvo izlaska na spoj s nekim koga su prethodno upoznali isključivo internetskim putem unutar skupina pripadnika različitih seksualnih orijentacija (heteroseksualne, homoseksualne, biseksualne)

Seksualna orijentacija	Izašli na spoj	Nisu izašli na spoj	χ^2 (2×2)	<i>df</i>	<i>p</i>
Heteroseksualna	119	152	1,90	1	0,17
Homoseksualna	33	7	9,45	1	0,00*
Biseksualna	22	17	0,46	1	0,5

Provedenim hi-kvadrat testovima (Tablica 5) utvrđeno je da ne postoje očekivane statistički značajne razlike u zastupljenosti pojedinaca koji jesu i koji nisu izašli na spoj s osobom koju su prethodno poznavali isključivo virtualnim putem unutar dviju skupina pripadnika seksualnih orijentacija: heteroseksualne i biseksualne. Unutar ove dvije skupine prisutan je podjednak broj onih koji su i koji nisu izašli na spoj s osobom koju su prethodno upoznali isključivo virtualnim putem. Međutim, unutar skupine homoseksualne orijentacije utvrđen je značajno veći broj ispitanika koji imaju iskustvo izlaska na spoj s osobom koju su prethodno upoznali isključivo virtualnim putem od ispitanika koji nemaju to iskustvo. Dobiveni rezultati su prikazani grafički na Slici 2.



Slika 2. Zastupljenost ispitanika koji imaju / nemaju iskustvo spoja s osobom koju su prethodno upoznali isključivo virtualnim putem unutar tri skupine pripadnika različitih seksualnih orijentacija (homoseksualne, heteroseksualne, biseksualne) ($N=350$).

5. RASPRAVA

Osnovni cilj provedenog istraživanja je bio ispitati razlikuju li se osobe koje koriste internet kao sredstvo upoznavanja potencijalnih partnera od onih koji ne koriste ove mogućnosti interneta u nekim osobinama ličnosti, konkretno ekstraverziji, emocionalnosti i otvorenosti k iskustvu. Pri tome je korištenje interneta kao sredstva upoznavanja potencijalnih partnera operacionalizirano na dva načina: 1) posjedovanje profila na nekom od internetskih servisa za upoznavanje i 2) iskustvo izlaska na spoj s osobom prethodno upoznatom isključivo virtualnim putem (dakle, ne nužno preko internetskih servisa za upoznavanje partnera, već općenito putem interneta). Dodatno se istraživanjem željela se ispitati zastupljenost osoba koje koriste internet kao sredstvo za upoznavanje potencijalnih ljubavnih i seksualnih partnera unutar pripadnika različitih seksualnih orijentacija: heteroseksualne, homoseksualne i biseksualne.

U istraživanje se krenulo s pretpostavkom da se korisnici i ne-korisnici internetskih servisa za upoznavanje, kao i oni koji su izašli i koji nisu izašli na spoj s osobom koju su prethodno upoznali isključivo virtualnim putem, neće razlikovati u razini ekstraverzije. Provedenom statističkom analizom potvrđeno je polazišno očekivanje. Ovakav rezultat je potvrđen i u prijašnjim istraživanjima (Atkin i sur., 2015). Naime, iako se nekada smatralo da internet služi kao sredstvo za upoznavanje potencijalnih partnera osobama koje su socijalno povučenije i teže uspostavljaju socijalne odnose, pogotovo one intimnije (McKenna, 1999; Hamburger i Ben-Atiz, 2000; Ward i Tracey, 2004), širenjem dostupnosti interneta i mijenjanjem načina komunikacije ta razlika u ekstraverziji danas se gubi, što je potvrđeno i ovim istraživanjem. Internet ne služi više kao sredstvo za upoznavanje partnera onim kojima je to teže „licem u lice“ već uslijed njegove opće rasprostranjenosti, uobičajene pojavnosti, nedostatka vremena za izlazak na klasične spojeve i slično, internet postaje nadopuna tradicionalnijim načinom upoznavanja. Još jedan od razloga nepostojanja razlike u ekstraverziji-introverziji s obzirom na korištenje interneta kao sredstva za pronalazak intimnih partnera može biti i činjenica da današnje društvene mreže pružaju sve manje anonimnosti te će introverti, kao i oni koji pate od socijalne anksioznosti, izbjegavati ovaj način izlaganja samih sebe, dok ekstravertima takav način otkrivanja odgovara te će se više uključivati u socijalne mreže (Amichai-Hamburger i Ben-Artzi, 2003; Amichai-Hamburger, 2002; Bargh, McKenna i Fitzsimons, 2002; prema Correa i sur., 2010)

Kao jedan od prediktora korištenja internetskih servisa za upoznavanje i društvenih mreža u prijašnjim istraživanjima pokazao se neuroticizam (Amichai-Hamburger i Ben-Artzi, 2003; prema Blackhart i sur., 2014) te se u ovom istraživanju pretpostavilo da će korisnici

internetskih servisa za upoznavanje kao i oni koji su izašli na spoj s osobom koju prethodno poznavali isključivo virtualnim putem biti emocionalniji od ne-korisnika i osoba koje nemaju iskustvo spoja. Provedenom analizom rezultata ta razlika nije dobivena, što nije u skladu s polazišnim očekivanjima. Naime, korisnici i ne-korisnici internetskih servisa za upoznavanje, kao i oni koji imaju i nemaju iskustvo spoja s osobom koju su prethodno upoznali isključivo virtualnim putem, nisu se značajno razlikovali po strahu od fizičke opasnosti, reagiranju na stres i po potrebi za emocionalnom potporom. Iako je u prijašnjim istraživanjima prisutna tendencija prediktivnosti neuroticizma za korištenje interneta kao sredstva za upoznavanje potencijalnih intimnih partnera, rezultati nisu u potpunosti konzistentni. Naime, prema nekim istraživanjima neuroticizam je prediktivan za korištenje interneta u svrhu pronalaženja identiteta, društva ili distrakcije, ali ne i u svrhu pronalaženja intimnih partnera (Amichai-Hamburger i Ben-Artzi, 2003; prema Blackhart i sur., 2014) budući da osobe s većim razinama neuroticizma izbjegavaju uspostavljanje intimnih odnosa. Jedan od razloga nekonzistentnosti rezultata može biti u različitoj operacionalizaciji i različitim mjernim instrumentima koji su korišteni. Činjenica je da se u većini prijašnjih istraživanja koristio upitnik za ispitivanje neuroticizma iz petfaktorskog modela, dok se u ovom istraživanju koristila skala emocionalnosti iz HEXACO modela. Kao što je već istaknuto, te dvije dimenzije se poklapaju, ali ne u potpunosti što je moglo izazvati razlike u dobivenim rezultatima. Naime, u istraživanjima u kojima se ispitivao neuroticizam pokazalo se da osobe koje postižu visoke rezultate na neuroticizmu preferiraju komuniciranje *online* putem jer im ono omogućuje da pišu pažljivije i obazrivije poruke što im povećava vjerojatnost održavanja nekog odnosa i smanjuje usamljenost te da koriste taj način komunikacije kao prilagodbu i pripremu za komuniciranje „licem u lice“ (Orr i sur., 2009). U usporedbi s HEXACO modelom, burno reagiranje, koje je inače vezano uz neuroticizam u petfaktorskom modelu, veže se za nisku ugodnost (de Vries i sur., 2016). Budući da dimenzija ugodnosti nije ispitivana u ovom istraživanju, upravo je taj propust mogao izazvati nekonzistentnost s prijašnjim istraživanjima. Još jedan od razloga koji može objasniti dobivenu diskrepancu, a vezan je za korištenje emocionalnosti iz HEXACO modela umjesto neuroticizma iz petfaktorskog modela je i to što je u prijašnjim istraživanjima dobiveno da je veći rezultat na emocionalnosti vezan za strah, anksioznost, brigu i nesigurnost u riskantnim situacijama, što je izraženije kod žena i dovodi do izbjegavanja riskantnih situacija koje mogu dovesti do silovanja, ubojstva i slično (Mathew i Boyd, 2011; prema de Vries i sur., 2016). Budući da je jedna od glavnih negativnih strana internetskog upoznavanja partnera upravo nesigurnost u identitet osobe s druge strane ekrana te je još uvijek prisutan stereotip u hrvatskom društvu o ovom načinu upoznavanja partnera, a u uzorku je daleko više žena nego muškaraca

(76% naprema 24%), upravo taj nerazmjer uzorka mogući je razlog izostanka razlike u emocionalnosti između korisnika i ne-korisnika, kao i onih koji su i nisu izašli na spoj s osobom koju su prethodno poznavali isključivo virtualnim putem.

Nadalje, u istraživanju se pretpostavilo da će osobe koje su otvorenije k iskustvu biti sklonije novijim načinima komunikacije (Atkin i sur., 2015) te da će tako korisnici internetskih servisa za upoznavanje, kao i oni koji su na spoj izašli s osobom koju su prethodno upoznali isključivo putem interneta biti otvoreniji k iskustvu od ne-korisnika i onih koji nemaju iskustvo spoja. Provedenom statističkom analizom rezultata, dobivena je mala, ali ipak statistički značajna razlika. Korisnici internetskih servisa za upoznavanje, kao i osobe koje su imale iskustvo spoja s nekim koga su prethodno upoznale isključivo virtualnim putem su pokazivale su veći interes za prirodu, umjetnost, znanje općenito i neobične ideje i osobe te veću sklonost korištenju mašte u svakodnevnom životu od ne-korisnika i osoba koje nisu imale iskustvo spoja. Takav nalaz je u skladu s polazišnim očekivanjima. Ovakvi rezultati ne iznenađuju te su i u skladu s prijašnjim istraživanjima. Kao što je već naglašeno u uvodu, osobe otvorenije iskustvu otkrivaju više informacija o sebi na svojim društvenim profilima, što povećava vjerojatnost da će zainteresirati nekog da ga bolje upoznaju i uspostavi kontakt s njim ili njom, također su i skloniji novinama, pa tako i novijim načinima komunikacije i tehnologije. Upravo ti razlozi su najčešće navođeni kao objašnjenje za relativno konzistentnu prediktivnost otvorenosti k iskustvu u korištenju interneta kao sredstva za upoznavanje partnera (Atkin i sur., 2015).

Drugim problemom u ovom istraživanju nastojala se ispitati zastupljenost osoba koje koriste internet u svrhu upoznavanja potencijalnih partnera i onih koji ne koriste internet u ovu svrhu unutar pripadnika različitih seksualnih orijentacija (heteroseksualne, homoseksualne i biseksualne). Konkretnije, namjera je bila među pripadnicima svake od tri navedene skupine ispitati eventualne razlike u zastupljenosti korisnika i ne-korisnika internetskih servisa za upoznavanje, te zastupljenosti pojedinaca koji imaju i pojedinaca koji nemaju iskustvo spoja s osobom koju su prethodno upoznali isključivo virtualnim putem.. Provedenom analizom rezultata je dobiveno je da je među osobama homoseksualne i biseksualne orijentacije podjednak broj korisnika i ne-korisnika, dok je među osobama heteroseksualne orijentacije više ne-korisnika, što je samo jednim dijelom u skladu s očekivanjima postavljenima u hipotezi. Nadalje, u pogledu potencijalnih razlika među pojedincima koje imaju i nemaju iskustvo izlaska na spoj s osobom koju su prethodno upoznali isključivo virtualnim putem, značajna je razlika dobivena samo u skupini pripadnika homoseksualne orijentacije. Dobivena razlika je očekivanog smjera, odnosno među pripadnicima homoseksualne orijentacije je veći broj

ispitanika koji imaju iskustvo spoja s osobom upoznatom virtualnim putem nego osoba bez tog iskustva. S druge strane, u skupinama pripadnika heteroseksualne orijentacije i biseksualne orijentacije je zastupljenost osoba s i bez iskustva spoja s osobom upoznatom preko interneta podjednaka. Kada se u fokus stave homoseksualna i biseksualna orijentacija, rezultati ovog istraživanja nisu potpuno konzistentni s rezultatima ranijih istraživanja prema kojima pripadnici ovih dviju seksualnih orijentacija pokazuju veću tendenciju korištenja internetskih servisa za upoznavanje i veću prisutnost na društvenim mrežama (Lever i sur., 2008; Atkin i sur., 2015). Može se reći da su takvi rezultati i logični budući da internet omogućuje pronalazak partnera sličnih preferencija uz određenu razinu diskrecije. Ne dobivanje očekivanih razlika u ovom istraživanju se može objasniti nereprezentativnošću uzorka i činjenicom da je u uzorku bila mala zastupljenost osoba homoseksualne i biseksualne orijentacije (18,97% osoba homoseksualne i 12,64% osoba biseksualne orijentacije) te na takom malom uzorku potencijalna razlika nije mogla doći do izražaja. Također, budući da se upitnik ciljano postavljao na stranice i profile homoseksualnih, biseksualnih i općenito LGBT zajednica, ispitanici koji su ispunjavali ovaj upitnik su se već „javno“ izjasnili po pitanju vlastite seksualne orijentacije, okruženi su osobama sličnih preferencija te im internet nije potreban kao pomoć u pronalaženju partnera i samim time po pitanju pronalaženja partnera se mogu poistovjetiti s pripadnicima heteroseksualne orijentacije. Ipak, dobivena očekivana razlika u zastupljenosti pojedinaca koji su i nisu imali iskustvo spoja s osobom koju su prethodno upoznali isključivo virtualnim putem među pripadnicima homoseksualne orijentacije može upućivati na stvarno postojanje razlika ukoliko bi reprezentativnost uzorka bila veća. Općenito, manja je razlika u zastupljenosti onih koji su imali i koji nisu imali iskustvo spoja (49.71% naprema 50.29%), nego u zastupljenosti korisnika i ne-korisnika (23.14% naprema 76.86%). Nadalje, do nepostojanja razlika u zastupljenosti osoba biseksualne orijentacije, a javljanja očekivane razlike kod osoba homoseksualne orijentacije (u situaciji iskustva spoja s osobom koju su prethodno upoznali isključivo virtualnim putem) možda dolazi i zbog njihove manje stigmatizacije i većeg izbora potencijalnih partnera što dovodi do manje potrebe interneta pri pronalaženju partnera. S druge strane, kod osoba homoseksualne orijentacije izražena tendencija izlaženja na spoj s osobom koju su prethodno upoznali isključivo virtualnim putem može biti odraz već navedenog razloga, odnosno postavljanja upitnika na stranice i profile homoseksualnih, biseksualnih i općenito LGBT zajednica gdje su mogli lako stupiti u kontakt s osobama istih preferencija i eventualno s njima izaći na spoj.

Kada se fokus stavi na heteroseksualnu orijentaciju uistinu je potvrđena razlika u zastupljenosti korisnika i ne-korisnika internetskih servisa za upoznavanje, što je i logično budući da se u hrvatskom društvu još uvijek radi o manje uobičajenom načinu upoznavanja koji je vezan uz brojne predrasude. Ipak, ta razlika se gubi kada se radi o pitanju izlaska na spoj s osobom koja se prethodno poznavala isključivo virtualnim putem. Zašto je tome tako može se objasniti činjenicom da je korištenje društvenih profila poput Facebooka, Twittera, Instagrama i slično danas u potpunosti normalna stvar. Štoviše, neposjedovanje profila na spomenutim servisima se smatra čudnim i više iznimka nego pravilo. Što je pojedinac više aktivan na društvenim mrežama povećava se i mogućnost da će stupiti u kontakt s osobom koju je zapravo ne poznaje, ali zbog podijeljenih informacija ga je zainteresirala. Danas nije toliko neobično kada potpuni stranac kontaktira nekog te ukoliko druga strana odluči nastaviti komunikaciju stvara se mogućnost ta takva komunikacija preraste u nešto konkretnije i ozbiljnije. Takav način uspostavljanja komunikacije često se odvija usputno. Na primjer, osoba provjerava svoj Facebook profil (koji ima svoju društvenu, poslovnu ili zabavnu svrhu) i vidi profil druge osobe koja ga je zainteresirala i odluči joj se javiti. S druge strane, kad se otvara profil na konkretnim servisima za upoznavanje, može se reći da se ciljano i aktivno traži potencijalni partner što zahtijeva određeni trud, posebno izdvojeno vrijeme i priznavanje činjenice da se koristi netradicionalni način upoznavanja partnera što može izazvati osudu okoline. Kao što se može vidjeti i iz opisa ukupnog uzorka, dok je samo njih 23.14% posjedovalo profil na internetskom servisu za upoznavanje, čak 49.71% njih je bilo spremno izaći na spoj s osobom koju su prethodno upoznali isključivo virtualnim putem. Upravo ova razlika između općenitih društvenih servisa i konkretnih servisa za upoznavanje može objasniti činjenicu postojanja razlike među osobama heteroseksualne orijentacije (koje prevladavaju u uzorku) u zastupljenosti korisnika i ne-korisnika internetskih servisa za upoznavanje te gubljenje te razlike kada se radi o izlasku ili neizlasku na spoj s osobom koju su prethodno poznavali isključivo virtualnim putem.

Na dobivene rezultate mogli su utjecati i nedostaci ovog istraživanja. Kao prvi i najistaknutiji nedostatak može se navesti način prikupljanja podataka. Kao što je već i navedeno, podaci su se prikupljali putem interneta. *Online* način prikupljanja podataka je ekonomičan: omogućuje da ispitanici iz različitih krajeva države ispunjavaju upitnik, da ga ispunjavaju u vrijeme kada im to odgovara, omogućuje automatsku pohranu podataka što olakšava obradu podataka i smanjuje mogućnost pogreške. Uz ekonomičnost, ovaj način kod ispitanika stvara i osjećaj anonimnosti što povećava vjerojatnost iskrenosti odgovora. Uz navedene prednosti, ovaj način

prikupljanja podataka donosi i ozbiljnije metodološke nedostatke. Nemogućnost kontrole onih koji ispunjavaju upitnik, kao i nemogućnost kontrole višestrukog ispunjavanja su neki od najistaknutijih nedostataka. Nadalje, tendenciju ispunjavanja *online* upitnika imaju osobe s određenim karakteristikama. Zapravo se može reći da se radi o dobrovoljcima koji su u prosjeku društveniji, aktivniji na društvenim mrežama, a tendenciju ispunjavanja on-line upitnika više pokazuju žene. To dovodi do pristranosti uzorka, koji se može navesti kao drugi glavni metodološki nedostatak i koji onemogućuje mogućnost generalizacije rezultata. Iz samog opisa uzorka može se uočiti velika zastupljenost žena te premala zastupljenost pripadnika homoseksualne i biseksualne orijentacije. Treći metodološki nedostatak vezan je za korišteni mjerni instrument. Naime, HEXACO-PI-R inventar ličnosti se temelji na samoprocjenama. Iako je ovaj instrument validiran, korišten i potvrđen u brojim istraživanjima pa tako i na hrvatskom uzorku (Babarović i Šverko, 2013), ne mogu se zanemariti potencijalne opasnosti samoprocjene, koja ne mora nužno biti objektivna i odražavati stvarno stanje konstrukta. Kada osobe procjenjuju same sebe upitno je koliko se zapravo poznaju, koliko su spremni priznati svoje pozitivne i negativne strane, koliko imaju tendenciju davanja socijalno poželjnih ili neutralnih odgovora. Također, kada osobe izvještavaju o vlastitim osobinama ličnosti često zapravo izvještavaju o namjerama, koje ne moraju biti u skladu s realiziranim ponašanjem (de Vries i sur., 2016). Uz korištenje samoprocjena, u budućim istraživanjima se može preporučiti i korištenje objektivnijih ispitivanja ličnosti, kao što je na primjer opažanje konkretnog ponašanja ili procjena osobe od strane obitelji i prijatelja. Nadalje, kao što je već naglašeno, budući da se emocionalnost iz HEXACO modela i neuroticizam iz petfaktorskog modela ne poklapaju u potpunosti, u budućim se istraživanjima preporuča korištenje svih šest dimenzija iz HEXACO modela ili korištenje skale za ispitivanje neuroticizma iz petfaktorskog modela kako bi se moglo usporediti koliko nalazi prethodnih istraživanja u pogledu veze neuroticizma i korištenja interneta kao sredstva upoznavanja partnera vrijede i na hrvatskom uzorku ispitanika. Također, preciznije rezultate bi osigurala i mogućnost postavljanja upitnika na konkretnim internetskim servisima za upoznavanje. U svrhu što boljeg razumijevanja ove tematike, u budućim istraživanjima se preporuča uključivanje varijabli kao što su dob, spol, obrazovanje i provođenje dubinskih intervjua s fokusom na motive ovakvog načina upoznavanja potencijalnih partnera. Na primjer, iz samog opisa uzorka vidi se tendencija veće zastupljenosti zaposlenih na puno radno vrijeme kod korisnika internetskih servisa za upoznavanje i onih koji su imali iskustvo spoja s osobom koju su prethodno upoznali isključivo virtualnim putem, što može upućivati na činjenicu da internetsko pronalaženje potencijalnih partnera nije samo odraz povećanja digitalizacije društva, već i nedostatka vremena za

pronalazak partnera na tradicionalnije načine. Nalazi takvih istraživanja omogućavali bi potencijalno ublažavanje ili čak nestajanje stereotipa vezanih za internetsko upoznavanje partnera koji su još uvijek prisutni u hrvatskom društvu (Matković i Landripet, 2015).

6. ZAKLJUČCI

1. Korisnici i ne-korisnici internetskih servisa za upoznavanje, kao i oni koji jesu i oni koji nisu izašli na spoj s osobom koju su prethodno upoznali isključivo virtualnim putem se ne razlikuju u razini ekstraverzije i emocionalnosti, dok se razlikuju u razini otvorenosti k iskustvu. Korisnici internetskih servisa za upoznavanje, kao i oni koji su izašli na spoj s osobom koju su prethodno poznavali isključivo virtualnim putem su otvoreniji k iskustvu od ne-korisnika internetskih servisa za upoznavanje, odnosno od onih koji nikada nisu izašli na spoj s osobom koju su prethodno upoznali isključivo virtualnim putem.

2. a) Među pripadnicima homoseksualne i biseksualne orijentacije podjednak je broj korisnika i ne-korisnika internetskih servisa za upoznavanje, dok su među pripadnicima heteroseksualne orijentacije zastupljeniji ne-korisnici internetskih servisa za upoznavanje.

b) Zastupljenost pojedinaca koji jesu i koji nisu izašli na spoj s osobom koju su prethodno upoznali isključivo virtualnim putem se ne razlikuje unutar skupina pripadnika heteroseksualne i biseksualne orijentacije. Međutim, unutar skupine ispitanika homoseksualne orijentacije veći je broj ispitanika koji imaju iskustvo izlaska na spoj s osobom koju su prethodno upoznali isključivo virtualnim putem od onih koji nemaju takvo iskustvo.

7. LITERATURA

- American Psychiatric Association (2000). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders, 4th edition*. Washington, DC: American Psychiatric Association.
- Amichai-Hamburger, Y. i Ben-Artzi, E. (2003). Loneliness and Internet use. *Computers in Human Behavior, 19*, 71–80.
- Ashton, M. C. i Lee, K. (2009). The HEXACO-60: A short measure of the major dimensions of personality. *Journal of Personality Assessment, 91*(4), 340-345.
- Ashton, M. C. i Lee, K. (2007). Empirical, theoretical, and practical advantages of the HEXACO model of personality structure. *Personality and Social Psychology Review, 11*(2), 150-166
- Azad, A. I. i Kustim, W. (2011). Online dating services – chronology and key features comparison with traditional dating. *Competition Forum, 9*(2), 481–488.
- Atkin, D., Clemens, C. i Krishnan, A. (2015). The influence of biological and personality traits on gratifications obtained through online websites. *Computers in Human Behavior, 49*, 120-129.
- Babarović, T. i Šverko, I. (2013). The HEXACO personality domains in the Croatian sample. *Društvena istraživanja Zagreb, 22*(3), 397-441.
- Blackhart, G. C., Fitzpatrick, J. i Williamson, J. (2014). Dispositional factors predicting use of online dating sites and behaviors related to online dating. *Computers in Human Behavior, 33*, 113-118.
- Correa, T., Hinsely, A.W. i Gil de Zuniga, H. (2010). Who interacts on the Web?: the intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior, 26*, 247-253.

Crooks, R. i Baur, K. (2014). *Our sexuality*. Belmont: Wadsworth.

De Vries, R., Tybur, J., Pollet, T. i Van Vugt, M. (2016). Evolution, situational affordances, and the HEXACO model of personality. *Evolution and Human Behavior*, s
<http://dx.doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2016.04.001>

Feng, Man-Lin (2005). *Choosing Online Partners in the Virtual World: How Online Partners Characteristics Affect Online Dating*. Doktorska disertacija. Boca Raton: Lynn University.

Forest, A. L. i Wood, J. V. (2012). When social networking is not working. *Psychological Science*, 23(3), 295-302.

Internetska svjetska statistika, dostupna na <http://www.internetlivestats.com/internet-users/>, 12.07.2016

Kim, M., Kwon, K. N., i Lee, M. (2009). Psychological characteristics of Internet dating service users: The effect of self-esteem, involvement, and sociability on the use of internet dating services. *CyberPsychology & Behavior*, 12(4), 445–449.

Larsen, R. J. i Buss, D.M. (2007). *Psihologija ličnosti*. Jastrebarsko: Naklada Slap.

Lever, J., Grov, C., Royce, T. i Gillespie, B. J. (2008). Searching for love in all the "write" places: exploring internet personals use by sexual orientation, gender, and age. *International Journal of Sexual Health*, 20(4), 233-246.

Lippa, R. A. (2005). Sexual orientation and personality. *Annual Review of Sex Research*, 16(1), 119–153.

- Matković, A. i Landripet, I. (2015). Pronalazak partnera u virtualnom svijetu: motivi i psihosocijalna obilježja korisnika internetskih servisa za upoznavanje u Hrvatskoj. *Revija za sociologiju*, 45(1), 37-67.
- Masters, W.H., Johnson, V.E. i Kolodny, R.C. (2006). *Ljudska seksualnost*. Jastrebarsko: Naklada Slap.
- McKenna KY. (1999) *The computers that bind: relationship formation on the Internet*. Neobjavljena doktorska disertacija. Ohio: Ohio University.
- Orr, E., Orr, R. R., Ross, C. i Sisic, M. (2009). The influence of shyness on the use of Facebook in an undergraduate sample. *Cyberpsychology & behavior: the impact of the Internet, multimedia and virtual reality on behavior and society*, 12(3), 337-40.
- Parmač, M. (2005). *Stavovi studenata prema osobama homoseksualne orijentacije*. Neobjavljeni diplomski rad. Zagreb: Odsjek za psihologiju Filozofskog fakulteta u Zagrebu.
- Petz, B. (2005). *Psihologijski rječnik*. Jastrebarsko: Naklada Slap.
- Rosenfeld, M. J. i Thomas, R. J. (2012). Searching for a mate: the rise of the Internet as a social intermediary. *American Sociological Review*, 77(4), 523–547.
- Sautter, J. M., Tippett, R. M. i Morgan, P. S. (2010). The social demography of internet dating in the United States, *Social Science Quarterly*, 9 (2), 554–575.
- Sprecher, S. (2009). Relationship initiation and formation on the Internet. *Marriage & Family Review*, 45(6–8), 761–782.
- Stevens, S. B. i Morris, T. L. (2007). College dating and social anxiety: using the Internet as a means of connecting to others. *Cyber Psychology & Behavior*, 10(5), 680-688.

Stoddard, C. (2008). *Hooking Up and Connecting Lives: Online Dating and the Economics of Marriage Search*. Ann Arbor: ProQuest

Štulhofer, A. (2004). Uvod u razumijevanje seksualne orijentacije. U T. Nikolić (ur.), *Zbornik radova kako se orijentišemo: studija o seksualnoj orijentaciji* (str. 7-31). Beograd: Deve.

Valkenburg, P. M. i Peter, J. (2007). Who visits online dating sites? Exploring some characteristics of online daters. *Cyber Psychology & Behavior*, 10(6), 849-852.

Ward C. C. i Tracey T. J. G. (2004). Relation of shyness with aspects of online relationship involvement. *Journal of Social and Personal Relationships*, 21(5), 611–23.

8. PRILOG

Tablica 1 Prikaz strukture četiri skupine ispitanika s obzirom na broj ispitanika, prosječnu dob, spol, seksualnu orijentaciju, razinu završenog obrazovanja i status zaposlenja ($N=350$)

		Korisnici	Ne-korisnici	Iskustvo spoja	Bez iskustva spoja
<i>N_{ukupno za}</i>		81	269	174	176
<i>M_{dobi}</i>		28.62	27.59	28.07	27.64
<i>SD_{dobi}</i>		7.39	7.62	7.01	8.11
Spol	M	36	48	55	29
	Ž	45	221	119	147
Seksualna orijentacija	Heteroseksualna	42	229	119	152
	Homoseksualna	22	18	33	7
	Biseksualna	17	22	22	17
Razina završenog obrazovanja	Srednja škola	35	119	69	85
	Viša škola/ preddiplomski studij	18	64	48	34
	Diplomski studij	19	58	34	43
	Magisterij/ Doktorat	9	28	23	14
Status zaposlenja	Zaposlen/a puno radno vrijeme	43	112	86	69
	Zaposlen/A pola radnog Vremena	3	7	6	4
	Povremeno zaposlen/a	12	32	22	22
	Nezaposlen/a	23	118	60	81

Legenda: Korisnici- osobe koje posjeduju profil na nekom od internetskih servisa za upoznavanje

Ne-korisnici- osobe koje ne posjeduju profil na nekom od internetskih servisa za upoznavanje

Iskustvo spoja- osobe koje su izašle na spoj s nekim koga su prethodno upoznale isključivo internetskim putem

Nemaju iskustvo spoja- osobe koje nikada nisu izašle na spoj s nekim koga su prethodno upoznale isključivo internetskim putem