



Originalni naučni rad

# Nelojalna partnerska ponašanja na društvenim mrežama: doprinos osobina ličnosti i samoprezentacije neverstvu i obraćanju pažnje na alternative

Anja Štraser<sup>1</sup> , Olga Lukić<sup>1</sup>  i Bojana Bodroža<sup>✉1</sup> 

<sup>1</sup> *Odsek za psihologiju, Filozofski fakultet, Univerzitet u Novom Sadu*

## SAŽETAK

Društvene mreže predstavljaju kontekst u kom se aktivno uspostavljaju i razvijaju intimni odnosi. Zbog specifičnosti onlajn interakcije, društvene mreže su pogodno okruženje u kom se ispoljavaju i razna neloyalna partnerska ponašanja. U ovom radu ispitivane su determinante obraćanja pažnje na alternativne partnere i neverstva na društvenim mrežama, a cilj je bio da se ispita doprinos narcizma, traženja senzacija i samoprezentacije navedenim oblicima neloyalnog partnerskog ponašanja. Uz to, ispitivan je medijatorski efekat samoprezentacije i obraćanja pažnje na alternative na relaciju između osobina ličnosti i neverstva. U istraživanju su učestvovala 423 osobe koje su trenutno u intimnoj vezi (22.2% muškog pola, prosečna starost 22, raspon godina od 18 do 52 godine). Rezultati pokazuju da narcizam, traženje senzacija i samoprezentacija na društvenim mrežama daju unikatni doprinos predikciji obraćanja pažnje na alternative, dok je neverstvo unikatno povezano samo sa samoprezentacijom. Relacija narcizma i neverstva potpuno je posredovana samoprezentacijom i obraćanjem pažnje na alternative, dok je odnos traženja senzacija i neverstva posredovan samo obraćanjem pažnje na alternative. Nalazi ovog istraživanja sugerišu da je opravdano praviti konceptualnu razliku između obraćanja pažnje na alternative i neverstva, kao i da ova dva oblika neloyalnog partnerskog ponašanja mogu biti motivisana različitim psihološkim potrebama.

---

*Ključne reči:* intimne veze, neverstvo, obraćanje pažnje na alternative, narcizam, traženje senzacija, društvene mreže

---

UDK: 316.77:2-453

DOI: 10.19090/pp.2021.3.365-391

Primljeno: 13.05.2021.

Primljena korekcija: 24.08.2021.

Prihvaćeno za štampu: 13.09.2021.



Copyright © 2021 The Author(s).

This is an open access article

distributed under the terms of the [Creative Commons](#)

[Attribution License](#), which permits unrestricted use,

distribution, and reproduction in any medium,

provided the original author and source are credited.

---

✉ Corresponding author e-mail: [bojana.bodroza@ff.uns.ac.rs](mailto:bojana.bodroza@ff.uns.ac.rs)

## Uvod

Način ulaska u intimnu vezu, njen značaj, svrha i način funkcionisanja su se kroz istoriju značajno menjali. U savremenom svetu sve značajniju ulogu u pronalaženju partnera dobijaju društvene mreže. U jednom istraživanju preko trećine ispitanika izjavilo je da je intimnog partnera/ku upoznalo onlajn, a potom i stupilo sa njim/njom u seksualne odnose uživo (Underwood & Findlay, 2004). Društvene mreže omogućavaju brže i lakše ostvarivanje kontakata sa potencijalnim partnerima, prostor za iniciranje i razvoj intimnih veza, ali i lako dostupan i bogat izvor alternativnih partnera i mogućnosti za neverna ponašanja. Činjenica da društvene mreže stvaraju novi prostor za neverna ponašanja iskušava mnoge ljude koji su u intimnim vezama da se u njih upuste.

### Nivo poređenja alternativa

Prema Modelu ulaganja (Rusbult, 1980), ljudi se razlikuju po tome u kojoj meri su skloni da obraćaju pažnju na alternativne partnere i poredi ih sa trenutnim partnerom (Rusbult et al., 1998). Osobe koje imaju visok nivo poređenja sa alternativama, veruju da na svetu ima veliki broj osoba s kojima bi mogli ostvariti vezu, te će biti manje posvećene vezi i sklonije da je napuste. Nasuprot tome, ljudi koji imaju nizak nivo poređenja sa alternativama češće ostaju u vezi iako je nezadovoljavajuća, jer veruju da je to što imaju bolje nego ono što bi našli na drugom mestu (Le & Agnew, 2003; Martins et al., 2016; Miller, 1997; Rusbult et al., 1998).

Istraživanja pokazuju da je nivo poređenja sa alternativom dobar prediktor i spremnosti za napuštanje veze i sklonosti neverstvu. Vannier i O'Sullivan (2018) su utvrdili da veći problem za opstanak veze predstavlja procena da postojeća veza ne zadovoljava željene standarde, a da se očekuje da bi ih mogla zadovoljiti veza sa alternativnim partnerom, nego ako se trenutna veza poredi sa idealnim, ali nedostižnim standardom. Martins i saradnici (Martins et al., 2016) su pokazali da je procena kvaliteta alternativa povezana i sa seksualnim i sa emocionalnim neverstvom, i to i u onlajn i u

oflajn tj. licem-u-lice kontekstu<sup>1</sup>. Ovaj rezultat je dobijen i kod muškaraca i kod žena, što sugerira da je veza neverstva i kvaliteta alternativa nezavisna od konteksta i specifičnosti rodni uloga. Savremena istraživanja koja ispituju odanost u vezama u onlajn kontekstu pokazuju da su osobe koje procenjuju da raspolažu sa visokokvalitetnim alternativama i koje su manje zadovoljne u vezi, sklonije da obraćaju pažnju na alternative na društvenim mrežama, kao i da je intenzivnija upotreba društvene mreže Facebook povezana sa izraženijom sklonošću ka obraćanju pažnje na alternative (West, 2013).

### Neverstvo u intimnim vezama u onlajn kontekstu

Neverstvo ili varanje u intimnim vezama čini kombinacija kršenja normi veze, koje se tiču interakcije sa nekom osobom izvan veze, i činjenice da kršenje ovih normi obično izaziva seksualnu ljubomoru i rivalstvo. Iako postoje individualne razlike u tome koja ponašanja se smatraju neverstvom, najčešće se govori o dve vrste neverstva: seksualnom i emocionalnom (Miller & Manner, 2009). Dakle, ne samo seks, nego i samo deljenje intimnih misli i osećanja sa osobom koja nije trenutni partner, može da dovede do afere (Carter, 2016). Nalazi uglavnom govore o polnim razlikama u definicijama neverstva: muškarci neverstvo vide u seksualnom ponašanju, dok žene vide u emocionalnom ponašanju svog partnera (Drigotas et al, 1999). Istraživanja upućuju na to da se muškarci nešto češće upuštaju u neverstvo nego žene (Blow & Hartnett, 2005) i dok oni to čine češće zbog seksa, žene se u neverstvo upuštaju češće usled nezadovoljstva odnosom sa partnerom (Barta & Kiene, 2005). Ipak, prevalenca neverstva u velikoj meri varira u zavisnosti od brojnih faktora upućujući na kompleksnost ove tematike (za pregled videti Blow & Hartnett, 2005). Neka novija istraživanja sugeriraju da se rodne razlike u neverstvu smanjuju ili čak da nestaju (Adamopoulou, 2013; Brand et al. 2007).

---

<sup>1</sup> Rezultati su značajni kad se gledaju univarijantni, ali ne i multivarijantni efekti.

Kada je u pitanju neverstvo u onlajn kontekstu, nameće se pitanje u kojoj meri onlajn kontekst menja i oblikuje ovaj fenomen. Neki autori ističu da internet podstiče neverstvo (Vossler, 2019), a razlog za to se vidi u određenim kvalitetima ovog okruženja. Najobuhvatniji model onlajn neverstva nazvan je 7A (*eng.* anonymity, accessibility, affordability, approximation, acceptability, ambiguity & accommodation; Hertlein & Stevenson, 2010) i opisuje sledeće odlike onlajn okruženja kao facilitirajuće za neverstvo: anonimnost, dostupnost, pristupačnost, približavanje (tj. nestajanje razlike između fantazije i akcije), prihvatljivost, dvosmislenost (tj. nepostojanje šireg konsenzusa oko toga da li nešto jeste ili nije prevara) i prilagođavanje (tj. pojava da osobe koje doživljavaju veću diskrepancu stvarnog i idealnog sebe pokazuju izraženiju sklonost upuštanju u rizična internet ponašanja).

Empirijski podaci pokazuju da se čak i bračni partneri u dugoročnim vezama ponekad upuštaju u ponašanja na društvenim mrežama koja se mogu okarakterisati kao neverna (Helsper & Whitty, 2010), a tu mogu spadati kontaktiranje bivših intimnih partnera, komentarisanje na objave i slike drugih ljudi, učestvovanje u razgovorima koje skrivaju od partnera, i upuštanje u sajber seks. Uz to, i samo posedovanje naloga na tzv. „dejting aplikacijama“ – aplikacijama namenjenim pronalaženju partnera, kao što su Tinder ili Grindr, intimni partner bi mogao posmatrati kao oblik neverstva ili bar otvorenosti za neverstvo. Inerentno je da je onlajn neverstvo zastupljenije među mlađim osobama, mada je relacija sa uzrastom relativna slaba (Abbasi, 2019), i verovatno se može objasniti većom usmerenošću mlađih osoba na savremene tehnologije. Društvene mreže čine komunikaciju sa potencijalnim alternativnim partnerima jednostavnijom, nudeći pristupačnu javnu i privatnu komunikaciju koja, u poređenju sa komunikacijom licem u lice, lakše prevazilazi problem prostorne i vremenske dostupnosti alternativa. Društvene mreže mogu omogućiti korisnicima da flertuju sa svojim onlajn prijateljima, što olakšava emocionalno i seksualno neverstvo (Clayton et al., 2013). Istovremeno, one predstavljaju prostor u kom se može kreirati efikasna samoprezentacija preko sadržaja koji se

postavljaju, zato što postoji veća kontrola nad tokom komunikacije (McKenna & Bargh, 2000). Na taj način, pozitivna samoprezentacija na društvenim mrežama može olakšati pristup, privlačenje i impresioniranje potencijalnih alternativnih partnera i potpomoći realizaciju nevernih ponašanja.

Važno konceptualno pitanje jeste da li je obraćanje pažnje na alternativne partnere i samo po sebi neverstvo, a odgovor umnogome zavisi od subjektivne definicije neverstva. Mnogi neverstvom smatraju flert i mentalnu prevaru, odnosno i samu želju za drugom osobom ili zamišljanje seksualnog odnosa sa njom, mada je definicija neverstva kao obraćanja pažnje na atraktivne alternative bez preduzimanja konkretnih koraka ili same fantazije o drugom, manje rasprostranjena od definisanja neverstva kroz seksualnu i emocionalnu prevaru (Fricker, 2006). Stoga će se u ovom radu koristiti termin nelojalna partnerska ponašanja, kao širi pojam kojim ćemo obuhvatiti i obraćanje pažnje na alternative i otvoreno neverstvo. Ipak, bez obzira na lične definicije neverstva i na nivo poređenja sa alternativama, jasno je da postoji izvesna veza ova dva koncepta. Da bi neko bio neveran često je potrebno da prethodno opazi alternativu, dok obraćanje pažnje na alternative predstavlja korak koji može, ali ne mora voditi u neverstvo. Stoga se može pretpostaviti da je obraćanje pažnje na alternative predkorak neverstvu, odnosno da može biti medijator u odnosu između određenih ličnih karakteristika koje nekoga čine podložnijim neverstvu i samog neverstva kao akta kršenja normi intimne veze.

## Narcizam, intimne veze i neverstvo

Narcizam kao crta ličnosti je često analiziran u kontekstu ponašanja u intimnim odnosima, a naročito u kontekstu neverstva. Narcizam predstavlja pervazivan sklop grandiozne slike o sebi, potrebe za divljenjem i prenaglašenog osećaja sopstvene važnosti (Oltmanns et al, 2006). Veze koje ostvaruju narcističke osobe primarno služe osnaživanju samopoštovanja i grandioznih fantazija o sebi, dok istovremeno nedostaje sposobnost za

ostvarivanje prave intimnosti. Ovo je rezultat dve međusobno povezane sile – potrebe za samoosnaživanjem i straha od napuštanja (Campbell, 1999).

Osobe sa izraženim narcizmom poseduju set osobina, kao što su samopouzdanje, dopadljivost i šarm, koje su korisne za inicijaciju veza sa drugi ljudima, ali i osobine koje deluju razarajuće na vezu, kao što su niska empatija, egocentričnost, i korišćenje drugih zarad održavanja ličnog samopoštovanja. Kao posledica toga, narcističke osobe konstantno iniciraju nove veze, oštećuju ih i povređuju svoje partnere, a zatim prelaze na sledeću vezu (Campbell & Miller, 2011). U poređenju sa nenarcističkim osobama, narcističke osobe ređe biraju partnere koji iniciraju intenzivniju intimnost, koji su brižni i emocionalno zahtevni (Campbell, 1999), a same su sklone manipulisanju, neverstvu (Campbell, 1999), kao i obraćanju pažnje na alternative i konstantnom traganju za boljim partnerom (Campbell & Foster, 2002).

Campbell i saradnici (Campbell et al., 2002) smatraju da, zahvaljujući opisanim osobinama, narcističke osobe započinju i održavaju vezu sa partnerom, te dobijaju pažnju, seks i jačaju samopoštovanje. Kako ne bi izgubili kontrolu, oprezni su u tome da veza ne postane suviše intimna i emocionalna, dok istovremeno potajno traže alternativne partnere, da bi sebi obezbedili novu vezu u slučaju da dođe do prekida sadašnje. Kada dođe do pada zadovoljstva u vezi, narcističke osobe su sklone da iz veze izađu čim procene da time nemaju šta da izgube (Foster, 2008).

Narcističke osobe pokazuju prepoznatljiv samoprezentacijski obrazac ponašanja na društvenim mrežama, koji se prepoznaje kroz kvantitet socijalne interakcije, samopromociju kroz foto-sadržaje koje dele, a naročito kroz učestalo postavljanje „selfija” (Buffardi & Campbell, 2008; Lee & Sung, 2016; McCain & Campbell, 2018). Funkcija ovakvih ponašanja je privlačenje pažnje drugih korisnika društvenih mreža, a po potrebi može biti i privlačenje alternativnih partnera. Na osnovu ovoga se može očekivati da narcističke osobe, u cilju zadovoljenja potrebe za pažnjom, mogu biti sklone i samoprezentaciji i obraćanju pažnje na alternative, a sve u u cilju pronalaženja partnera, čak i kada su u intimnoj vezi. Drugačije rečeno, može

se očekivati da su samoprezentacija i obraćanje pažnje na alternative medijatori odnosa između narcističkih crta i neverstva.

### Traženje senzacija, intimne veze i neverstvo

Još jedna osobina ličnosti koja predstavlja važnu determinantu nelojalnih ponašanja u intimnim vezama je traženje senzacija. Ova osobina ličnosti se ispoljava u opštoj tendenciji da se traže nove, različite, kompleksne i intenzivne senzacije i iskustva, kao i u sklonosti ka rizicima zarad dobijanja takvih iskustava (Zuckerman, 2007; 2010), što se obično objašnjava potcenjivanjem rizičnosti sopstvenog ponašanja (Henderson et al, 2005; Hoyle et al, 2002). Osobe koje imaju izraženu osobinu traženja senzacija su permissivnog stava prema seksualnom ponašanju, lakše se upuštaju u seksualne aktivnosti sa različitim partnerima i imaju veći broj intimnih veza (Henderson et al, 2005; Zuckerman, 2010). Takve osobe imaju jaku potrebu za autonomijom, promenama i posebnu osetljivost na dosadu, što može dovesti do izbegavanja ozbiljnih i posvećenih intimnih veza, percipiranja većeg broja alternativa izvan veze, a uz to mogu biti generalno manje zadovoljne svojim intimnim vezama (Thornquist et al, 1991).

Istraživanje sprovedeno među adolescentima prosečne starosti oko 17 godina pokazalo je da je i među mladićima i među devojkama varanje partnera najdoslednije povezano sa traženjem senzacija (O'Sullivan & Ronis, 2013). U ovom istraživanju meren je niz oflajn i onlajn ponašanja, kao što su ukupni broj partnera za zabavljanje ili seks, varanje partnera, a u onlajn kontekstu seksualno eksplicitni čit sa osobom van veze i slanje eksplicitnih fotografija. Traženje senzacija se kod devojaka pokazalo povezanim sa svim navedenim ponašanjima, dok je kod mladića prvenstveno bilo povezano sa oflajn ponašanjima (brojem partnerki i neverstvom). I istraživanje sprovedeno u Srbiji, koje se bavilo ponašanjem korisnika društvene mreže Facebook, pokazalo je da je traženje senzacija povezano sa aktivnim uspostavljanjem novih prijateljstava i traženjem seksualnih partnera onlajn (Bodroža i Jovanović, 2016). Kao i u slučaju narcizma, i kod osoba sa naglašenom sklonošću traženju senzacija može se pretpostaviti da put ka



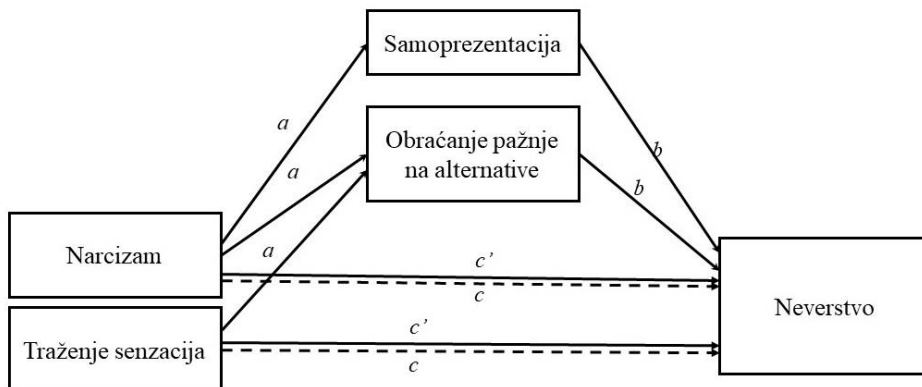
(onlajn) neverstvu vodi preko obraćanja pažnje na alternative, tj. može se očekivati medijatorski efekat ovakvog ponašanja na društvenim mrežama, što do sada nije ispitivano u drugim istraživanjima. Sa druge strane, budući da opisane osobe na neverstvo ne motiviše želja za jačanjem samopoštovanja, nego potreba za stimulacijom, ne očekuje se da je ova osobina povezana sa samoprezentacijom, kao ni da je samoprezentacija medijator odnosa između traženja senzacija i neverstva.

### Cilj istraživanja

Ovo istraživanje je usmereno na ispitivanje nelojalnih partnerskih ponašanja koja se odvijaju na društvenim mrežama, kao specifičnom socijalnom okruženju koje olakšava pristup potencijalnim partnerima i omogućava laku i efektivnu komunikaciju u cilju postizanja željenih ciljeva. Cilj istraživanja je da se ispita doprinos narcizma, traženja senzacija i samoprezentacijskih ponašanja na društvenim mrežama, obraćanju pažnje na alternativne partnere i neverstvu u onlajn okruženju. Pored toga, u ovom radu se prvi put postavlja hipoteza o medijatorima odnosa između osobina ličnosti i neverstva. Pretpostavljeno je da narcistička potreba za pažnjom i divljenjem podstiče pozitivna samoprezentacijska ponašanja i obraćanje pažnje na alternative, koji dalje vode ka neverstvu. Kada je u pitanju traženje senzacija, budući da istraživanja ne dovode u vezu ovu crtu sa skonošću samoprezentaciji, pretpostavlja se samo medijatorski efekat obraćanja pažnje na alternative na relaciju traženja senzacija i neverstva. Pretpostavljeni teorijski model u kom su prikazane relacije svih varijabli prikazan je na Slici 1.

**Slika 1**

*Model relacija između osobina ličnosti, samoprezentacije, obraćanja pažnje na alternative i neverstva*

**Metod****Uzorak i procedura**

U istraživanju je učestvovalo 423 ispitanika koji su regrutovani putem poziva za učešće u istraživanju distribuiranom preko društvenih mreža. Ispitanici su zamoljeni da poziv za učešće proslede drugim osobama, što znači da je primenjen metod snežne grudve, dok je uzorak bio prigodan. Kriterijumi za učešće bili su da je osoba punoletna, da je trenutno u intimnoj vezi, i da koristi društvene mreže (Facebook, Instagram, Snapchat, Tinder, Grindr).

Na samom početku, ispitanici su upućeni u svrhu istraživanja i u skladu sa tom informacijom su davali svoju saglasnost za učešće. Istraživači nisu imali kontrolu nad uslovima u kojima se sprovodi istraživanje, te je svaki ispitanik upitnik popunjavao u njemu odgovarajućim uslovima. Upitnik nije sadržao pitanja za proveru pažnje, a odgovaranje na sva pitanja je bilo podešeno kao obavezno, te nije bilo nedostajućih podataka. Istraživanje je odobreno od strane Etičke komisije Odseka za psihologiju Filozofskog fakulteta u Novom Sadu (šifra istraživanja: 202003311208\_IXGJ). Od ukupno

423 ispitanika koji su ispunili kriterijum za učešće, 22.2% je bilo muškog pola. Uzrast ispitanika se kretao u rasponu od 18 do 52 godine ( $AS = 22.10$ ,  $SD = 3.14$ ).

## Instrumenti

### *Indeks obraćanja pažnje na alternative (Miller, 1997)*

Indeks obraćanja pažnje na alternative (Attentivnes to Alternatives Index; Miller, 1997) preveden je metodom povratnog prevoda za potrebe ovog istraživanja, a instrukcija je prilagođena tako da se odnosi na ponašanja na društvenim mrežama. Upitnik se sastoji od šest stavki (npr. „*Odvlače mi pažnju osobe koje izgledaju atraktivno*“) na koje ispitanik odgovara u formi petostepene Likertove skale (od 1 – *nikad*, do 5 – *uvek*). Pouzdanost ove skale je na granici prihvatljivog i iznosi  $\alpha = .69$ .

### *Skala nevernih ponašanja na društvenim mrežama (McDaniel et al, 2017)*

Skala nevernih ponašanja na društvenim mrežama (Social Media Infidelity-Related Behaviors Scale; McDaniel et al, 2017) meri ponašanja osoba koje su u intimnoj vezi na društvenim mrežama, a koja su okarakterisana kao neverstvo prema intimnim partnerima. Upitnik je preveden metodom povratnog prevoda, a sastoji se od 7 ajtema (npr. „*Ponekad volim da ćaskam ili da se dopisujem sa svojim bišim romantičnim partnerima/partnerkama preko društvenih mreža*“) sa šestostepenom skalom Likertovog tipa (od 1 – *uopšte se ne slažem*, do 6 – *u potpunosti se slažem*). Pouzdanost ove skale je dobra i iznosi  $\alpha = .80$ .

### *Inventar narcističke ličnosti NPI-16 (Ames et al, 2006)*

Inventar narcističke ličnosti NPI-16 (Narcissistic Personality Inventory – 16; Ames et al., 2006) predstavlja skraćenu verziju upitnika NPI-40 za merenje narcističkih karakteristika ličnosti (Raskin & Terry, 1988). Upitnik meri subklinički narcizam, koji je konceptualizovan kao normalno distribuirana osobina ličnosti koja samo u ekstremno izraženoj formi može imati patološki karakter (Emmons, 1987). Upitnik se sastoji od šesnaest stavki, i moguće je samo računanje ukupnog skora narcizma (Ames et al., 2006), a primenjena je

verzija u kojoj su prikazane samo narcističke formulacije stavki uz petostepenu Likertovu skalu odgovora (1 – *uopšte se ne slažem*, 5 – *u potpunosti se slažem*). Pouzdanost ove skale je dobra i iznosi  $\alpha = .87$ .

#### *Kratka skala traženja senzacija (Hoyle et al, 2002)*

Kratka skala traženja senzacija (Brief Sensation Seeking Scale; Hoyle et al, 2002). Skraćena verzija Zuckerman-ove skale Traženja senzacija za adolescente (*Sensation Seeking Scale: SSS-V*; Zuckerman, 1978) prevedena je na srpski jezik i validirana je u prethodnim istraživanjima (Bodroža i Jovanović, 2016). Skala sadrži 8 ajtema, a ispitanici daju odgovore na petostepenoj skali Likertovog tipa (od 1 – *uopšte se ne slažem*, do 5 – *u potpunosti se slažem*). Pouzdanost skale je zadovoljavajuća ( $\alpha = .72$ ).

#### *Psiho-socijalni aspekti upotrebe Facebook-a (Bodroža i Jovanović, 2016)*

Psiho-socijalni aspekti upotrebe Facebook-a (Bodroža i Jovanović, 2016). Za potrebe ovog istraživanja, korišćena je samo subskala Samoprezentacija, koja se sastoji od 8 ajtema sa Likertovom petostepenom skalom odgovora (1 – *uopšte se ne odnosi na mene*, 5 – *u potpunosti se odnosi na mene*). Formulacija stavki je promenjena tako da, umesto na Facebook, referiše uopšteno na društvene mreže (npr. „*Trudim se da sadržajima koje postavljam na društvene mreže ostavim dobar utisak na druge ljude*“). Pouzdanost ove skale je dobra i iznosi  $\alpha = .87$ .

## Rezultati

### Deskriptivna statistika i korelacije varijabli

Podaci iz studije i svi prateći materijali dostupni su javno (Bodroža i sar., 2021). Deskriptivni statistički podaci i interkorelacije varijabli su predstavljeni u Tabeli 1. Prosečne vrednosti na svim varijablama, osim neverstva, kreću se oko teorijskog proseka, dok je neverstvo nisko zastupljeno na obuhvaćenom uzorku. Vrednosti standardizovanog skjunisa i kurtozisa pokazuju da je jedino distribucija narcizma u okvirima normalne, dok distribucije preostalih varijabli pokazuju značajnije odstupanje, zbog

čega je izvršena normalizacija distribucija ovih varijabli Blomovom formulom. Interkorelacije (normalizovanih) varijabli sugerišu da su narcizam i traženje senzacija pozitivno korelirani međusobno, kao i sa obraćanjem pažnje na alternative i neverstvom, dok narcizam uz to korelira i sa samoprezentacijom na društvenim mrežama. Utvrđene su i pozitivne korelacije između samoprezentacije, obraćanja pažnje na alternative i neverstva na društvenim mrežama. Dobijene su polne razlike i u obraćanju pažnje na alternative ( $t_{421} = 4.94, p \leq .001, d = 0.55$ ) i u neverstvu ( $t_{421} = 2.61, p = .010, d = 0.30$ ), pri čemu na obe varijable muškarci postižu više skorove. Uzrast je ostvario statistički značajnu Pirsonovu korelaciju jedino sa traženjem senzacija ( $r = -.17, p = .001$ ) i sa samoprezentacijom na društvenim mrežama ( $r = -.12, p = .015$ ), tako da on nije statistički kontrolisan u narednim analizama.

**Tabela 1***Deskriptivni statistički pokazatelji i interkorelacije varijabli*

Dimenzije	<i>AS</i>	<i>SD</i>	<i>Sk</i>	<i>Ku</i>	1	2	3	4
Narcizam	2.99	0.71	-0.33	-0.65				
Traženje senzacija	3.28	0.74	-1.29	-2.25	.32**			
Samoprezentacija na društvenim mrežama	2.29	0.91	3.53	-2.71	.25**	.07		
Obraćanje pažnje na alternative	2.25	0.67	7.44	5.54	.30**	.28**	.17**	
Neverna ponašanja na društvenim mrežama	1.95	0.92	9.52	2.71	.18**	.12**	.30**	.48**

Napomena: \*\*  $p \leq .01$ 

### Predikcija obraćanja pažnje na alternative i neverstva

Primenom regresione analize ispitivana je mogućnost predikcije obraćanja pažnje na alternative i neverstva na osnovu osobina ličnosti i samoprezentacije na društvenim mrežama. Pol je takođe uveden u model da bi se kontrolisao njegov doprinos, budući da prethodna istraživanja uglavnom ukazuju na postojanje polnih razlika u nelojalnim partnerskim ponašanjima.

Regresioni modeli za predikciju obraćanja pažnje na alternative ( $R = .43$ ,  $F_{4,418} = 23.54$ ,  $p \leq .001$ ) i za predikciju neverstva ( $R = .35$ ,  $F_{4,418} = 15.01$ ,  $p \leq .001$ ) su statistički značajni. Obraćanju pažnje na alternative skloniji su muškarci ( $\beta = -.22$ ,  $t = -4.92$ ,  $p \leq .001$ ), osobe sa izraženijim narcizmom ( $\beta = .20$ ,  $t = 4.26$ ,  $p \leq .001$ ), traženjem senzacija ( $\beta = .18$ ,  $t = 3.87$ ,  $p \leq .001$ ), kao i osobe sklonije pozitivnoj samoprezentaciji na društvenim mrežama ( $\beta = .13$ ,  $t = 2.77$ ,  $p = .006$ ), dok su neverstvu podložniji muškarci ( $\beta = -.14$ ,  $t = -3.00$ ,  $p = .003$ ) i osobe sklone pozitivnoj samoprezentaciji ( $\beta = .28$ ,  $t = 5.95$ ,  $p \leq .001$ ), dok unikatni doprinos narcizma ( $\beta = .09$ ,  $t = 1.84$ ,  $p = .066$ ) i traženja senzacija ( $\beta = .06$ ,  $t = 1.27$ ,  $p = .204$ ) nije statistički značajan.

### Medijatorski modeli

Pretpostavljeni medijatorski modeli testirani su u Process-u 3.5 (Hayes, 2018). U prvom modelu kriterijumska varijabla je bila neverstvo, narcizam je predstavljao prediktor, dok su kao medijatori uvedeni samoprezentacija i obraćanje pažnje na alternative. U drugom modelu neverstvo je bilo kriterijum, traženje senzacija prediktor, dok je obraćanje pažnje na alternative predstavljalo medijatorsku varijablu.

Rezultati pokazuju da su samoprezentacija i obraćanje pažnje na alternative potpuni medijatori relacije između narcizma i neverstva, jer je narcizam izgubio doprinos predikciji neverstva uvođenjem medijatora u model. To znači da se uticaj narcizma na neverstvo realizuje u potpunosti preko ovih oblika ponašanja (Tabela 2). Kada je u pitanju medijacioni model u kom je prediktor traženje senzacija, a medijator obraćanje pažnje na alternative, takođe je utvrđeno da postoji potpuna medijacija, te da se efekat ove crte na neverstvo u potpunosti ostvaruje preko pretpostavljenog medijatora (Tabela 3)<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> U oba medijaciona modela svi efekti ostaju istog smera i statističke značajnosti i kada se pol uvede u model kao kontrolna varijabla. Zbog toga je odlučeno da se u radu prikaže parsimoničniji model bez pola kao kontrolne varijable.

**Tabela 2**

*Medijatorski model relacije narcizma i neverstva preko samoprezentacije i obraćanja pažnje na alternative*

	B (SE)	LLCI 95%	ULCI 95%	Koeficijent a B (SE)	Koeficijent b B (SE)
Totalni efekat narcizma (c)	.25 (.06)***	.12	.38		
Direktan efekat narcizma (c')	.00 (.06)	-.12	.11		
Samoprezentacija (ab)	.07 (.02)***	.03	.12	.34 (.06)***	.22 (.04)***
Obraćanje pažnje na alternative (ab)	.18 (.03)***	.12	.24	.42 (.06)***	.42 (.04)***

Napomena: \*\*  $p \leq .01$

**Tabela 3**

*Medijatorski model relacije traženja senzacija i neverstva preko obraćanja pažnje na alternative*

	B (SE)	LLCI 95%	ULCI 95%	Koeficijent a B (SE)	Koeficijent b B (SE)
Totalni efekat traženja senzacija (c)	.12 (.05)**	.03	.21		
Direktan efekat traženja senzacija (c')	.01 (.04)	-.09	.08		
Obraćanje pažnje na alternative (ab)	.13 (.03)***	.08	.18	.27 (.05)***	.46 (.04)***

Napomena: \*\*  $p \leq .01$ , \*\*\*  $p \leq .001$

## Diskusija

Cilj ovog istraživanja bio je da se utvrdi u kojoj meri narcizam, traženje senzacija i onlajn samoprezentacijska ponašanja doprinose neverstvu i obraćanju pažnje na alternative na društvenim mrežama, kao i da li se efekat osobina ličnosti na neverstvo relizuje preko samoprezentacije (kod narcizma) i obraćanja pažnje na alternative (i kod traženja senzacija i kod narcizma).

Rezultati Pirsonovih korelacija pokazuju da je narcizam povezan sa obe forme nelojalnog partnerskog ponašanja – i obraćanjem pažnje na alternative i otvorenim neverstvom na društvenim mrežama, što je u skladu sa ranijim nalazima koji pokazuju da narcističke osobe, čak i kada su u intimnoj vezi, koriste svoj šarm da aktivno privlače i druge potencijalne partnere, ne bi li na taj način sebi omogućile da, čim stvari u vezi krenu loše, napuste dati odnos i okrenu se onom koji pruža bolji odnos dobitaka i gubitaka (Campbell et al., 2002; Foster, 2008). Narcističke osobe ne prežu od toga da pređu sa fantazije i posmatranja potencijalnih partnera na one aktivnosti koje se nedvosmislenije smatraju nelojalnim partnerskim postupcima, kao što je onlajn dopisivanje i flertovanje. Uz to, odlikuje ih i sklonost samoprezentaciji na društvenim mrežama, što je često potvrđivani nalaz (Buffardi & Campbell, 2008; Lee & Sung, 2016; McCain & Campbell, 2018). Rezultati regresione analize i analize medijacija, pokazuju da put ka onlajn neverstvu kod narcističkih osoba u potpunosti vodi preko pozitivnih samoprezentacijskih ponašanja i obraćanja pažnje na alternative, koje se odvija na društvenim mrežama. Narcističke osobe svoj šarm i potrebu za zavodjenjem ispoljavaju kroz onlajn ponašanja kojima privlače pažnju drugih koje procenjuju kao poželjne alternative i na koje nastoje da ostave pozitivan utisak, a takvo ponašanje je stavljeno u funkciju „osvajanja” koje u pogodnom momentu može rezultirati neverstvom.

Kada je u pitanju traženje senzacija, rezultati ove studije donekle su saglasni sa prethodnim istraživanjima. Pirsonove korelacije pokazuju povezanost traženja senzacija sa obraćanjem pažnje na alternative i slabu povezanost sa neverstvom, dok rezultati regresione analize sugerišu da ova osobina daje unikatni doprinos jedino predviđanju obraćanja pažnje na atraktivne alternative u onlajn kontekstu. Osobe sa izraženom potrebom za senzacijama ovu potrebu zadovoljavaju kroz obraćanje pažnje na atraktivne osobe u svom okruženju, te na ovaj način verovatno prevazilaze dosadu kojoj su sklone (Zuckerman, 2010). Budući da se dosada u vezi često razvija vremenom, u budućim istraživanjima bilo bi zanimljivo ispitati da li su dužina veze i/ili zadovoljstvo vezom moderatori odnosa između traženja senzacija i



obraćanja pažnje na alternative. Naime, moglo bi se očekivati da će obraćanju pažnje na alternative osobe sa sklonošću traženju senzacija biti sklone samo kada je veza već dugotrajna, kada je došlo do zamora i dosade, odnosno u vezi u kojoj je došlo do pada zadovoljstva partnerskim odnosom.

Da bi se razumela relacija traženja senzacija i neverstva, potrebno je sagledati sve dobijene rezultate kao celinu. Naime, iako traženje senzacija ne ostvaruje unikatnu vezu sa neverstvom u regresionoj analizi, rezultati korelacija i medijacionih analiza, gde je dobijena njihova pozitivna povezanost, sugerišu da je razlog nekonzistentnosti rezultata delimično preklapanje varijanse ove osobine ličnosti sa narcizmom. Iz svega ovoga se može zaključiti da osobe sa izraženim traženjem senzacija mogu koristiti obraćanje pažnje na alternative kao strategiju izlaska na kraj sa dosadom, kao i da upravo ova ponašanja otvaraju vrata za realizaciju neverstva na društvenim mrežama. Ipak, izgleda da se neverstvo dešava kod onih osoba kod kojih je ova osobina udružena sa grandioznom slikom o sebi, te da potreba za senzacijama koja nije praćena narcizmom ne vodi nužno u otvoreno neverstvo i da se može zadovoljiti i posmatranjem i razmatranjem atraktivnih partnera. Dobijeni rezultati bacaju dodatno svetlo na ranije nalaze koji uglavnom pokazuju da je traženje senzacija povezano sa permissivnijim stavom prema neverstvu i većom sklonošću da se ono praktikuje (Henderson et al, 2005; Lalasz, 2013). Naši rezultati sugerišu da permisivan odnos prema neverstvu proizilazi prvenstveno iz potrebe za novinama, te da se može pretpostaviti da, ako ove osobe tu potrebu uspešno zadovoljavaju u intimnoj vezi, ne mora nužno doći i do otvorenog neverstva jer njegova funkcija kod ovih osoba nije osnaživanje slike o sebi kao kod narcisoidnih osoba. Buduća istraživanja bi mogla rasvetliti koje facete narcizma objašnjavaju relaciju traženja senzacija i otvorenog neverstva.

Važno je istaći da nelojalna partnerska ponašanja mogu imati različitu psihološku funkciju u zavisnosti od ličnosti pojedinca. Dok kod osoba sa sklonošću traženju senzacija posmatranje i razmatranje alternativnih partnera (ali ne i neverstvo) predstavlja izraz potrebe za

novinama, eksperimentisanjem i prevazilaženjem dosade (Zuckerman, 2010), kod narcističkih osoba i obraćanje pažnje na alternative i otvoreno neverstvo prvenstveno su stavljani u funkciju osnaživanja onipotentne slike o sebi (Campbell & Foster, 2002).

Kada su u pitanju rodne razlike, dobijeni rezultati sugerišu da su muškarci skloniji nelojalnim partnerskim ponašanjima. Treba naglasiti da su dobijeni efekti rodnih razlika srednjeg intenziteta kada je u pitanju obraćanje pažnje na alternative, a malog intenziteta kada je u pitanju otvoreno neverstvo. Imajući u vidu to da društvene mreže značajno olakšavaju pristup i komunikaciju sa osobama van veze, kao i da je ovakva komunikacija lako dostupna i izvodiva za svakoga, interesantno je primetiti da, iako muškarci pokazuju naglašeniju sklonost da razmatraju alternative, nisu nužno spremni i da odu korak dalje i prekrše normu lojalnosti partnerkama/partnerima. Dobijene rodne razlike jesu u skladu sa tradicionalnim viđenjem muškaraca kao roda koji teže kontrolišu sopstvenu seksualnu želju i skloniji je neverstvu (Blow & Hartnett, 2005), ali mali efekat rodnih razlika naginje ka zaključcima savremenih istraživanja koja pokazuju da se rodne razlike u neverstvu smanjuju i postepeno nestaju, naročito u onlajn okruženju i kod mlađih osoba (npr. Adamopoulou, 2013; Brand et al. 2007; O'Sullivan & Ronis, 2013).

Konačno, nalazi ove studije pokazuju da su obraćanje pažnje na alternative i neverstvo bliska ponašanja i da dele značajan udeo zajedničke varijanse, pa se može zaključiti da postoji izvesna šansa da će osoba koja je sklona posmatranju alternativa u nekom pogodnom momentu napraviti iskorak u neverstvo. Ipak, nekoliko rezultata sugerišu da nije moguće ove stvari poistovetiti. Npr. nalaz vezan za traženje senzacija pokazuje da možda i samo obraćanje pažnje na alternative može zadovoljiti potrebu za novinom, te da iskorak u neverstvo i nije uvek neophodan. Rezultati pokazuju i da je obraćanje pažnje na alternative prosečno izraženo na obuhvaćenom uzorku tj. da mu je sklon relativno veliki broj pojedinaca, dok je neverstvo zapravo slabo zastupljeno. Sve ovo sugerišu da u osnovi ova dva oblika nelojalnog partnerskog ponašanja mogu ležati različite potrebe i različiti mehanizmi i da, iako obraćanje pažnje na alternative može voditi

neverstvu, to ne mora nužno i da se desi. Međutim, u budućim istraživanjima je neophodno jasnije razgraničiti operacionalizacije ova dva konstrukta. Naime, skala kojom je mereno obraćanje na alternative sadrži neke stavke koje govore o otvorenijem kršenju norme partnerske lojalnosti od prostog razmatranja alternativnih partnera, kao što su npr. flertovanje ili čak izlasci sa osobama koje nisu partner/ka bez znanja partnera. Budući da cilj ovog rada nije bio validacija ili adaptacija ove skale, kao i da je broj stavki u skali mali, nije bilo prostora da se skala unapređuje i da se sužava teorijski prostor koji ona obuhvata. Ipak, buduća istraživanja koja bi bila usmerena na ispitivanje konstrukta obraćanja pažnje na alternative, a naročito ona koja nastoje da povuku granicu između ovakvog ponašanja i neverstva, morala bi prethodno usmeriti napor na jasnije operacionalno razgraničenje ovih fenomena. Na samom kraju, treba reći da ova studija nije direktno kontrastirala nelojalna partnerska ponašanja u onlajn i oflajn okruženju, pa nije moguće govoriti o značaju ovih okruženja i njihovih odlika za nelojalna partnerska ponašanja, niti je moguće izvoditi zaključke o tome da li Internet zaista podstiče neverstvo (Vossler, 2019). Rezultati jedne od retkih studija koje su direktno poredile onlajn i oflajn neverstvo pokazali su da su prediktori onlajn i oflajn emocionalnog i seksualnog neverstva uglavnom bili slični (Martins et al, 2016). Stoga bi bilo dobro da buduće studije pažnju usmere upravo na kontekstualne onlajn i oflajn faktore koji mogu oblikovati način na koji se neverstvo manifestuje u ovim različitim kontekstima.

Potrebno je naglasiti da su svi efekti koji su dostigli statističku značajnost slabog intenziteta. Ovo prvenstveno ukazuje na to da su neverstvo i obraćanje pažnje na alternative složeni fenomeni koje ne određuju samo (ispitivane) osobine ličnosti i samoprezentacija. Stoga je preporuka da buduća istraživanja obuhvate i druge moguće prediktore nelojalnih partnerskih ponašanja, a naročito situacione tj. nedислоkacione.

Nalazi ove studije sugerišu da je za praktičare koji se bave terapijskim radom sa pojedincima ili parovima koji se obraćaju zbog problema neverstva važno da razumeju koja potreba leži u osnovi ovakvog ponašanja. Ukoliko neverstvo proizilazi iz dosade i zasićenja odnosa, naročito

kod osoba koje imaju snažnu potrebu za senzacijama, neverstvo se može izbjeći obogaćivanjem i uvođenjem novina u partnerski odnos. Nasuprot tome, terapijski rad sa pojedincima koji se u neverstvo upuštaju iz potrebe za jačanjem samopoštovanja, zadobijanjem divljenja i potvrđivanjem grandiozne slike o sebi može predstavljati veći izazov. Uz sve ovo, praktičari moraju imati u vidu i lakoću pristupa alternativama koju nudi onlajn okruženje, te po potrebi deo terapijskog rada usmeriti i na probleme vezane za kontrolu upotrebe društvenih mreža. Ipak, imajući u vidu da se radi o efektima relativno slabog intenziteta, preporuka je praktičarima da u svom radu nastoje da sagledaju širu sliku konkretnog odnosa, tj. da se fokusiraju i na druge faktore koji su mogli uticati na nepovoljan razvoj datog intimnog odnosa.

### Ograničenja istraživanja

Najvažnije ograničenje studije proizilazi iz transverzalnog korelacionog nacrtu koji ne omogućava izvođenje kauzalnih zaključaka. Naime, iako su u ovom radu pretpostavljeni određeni medijacioni odnosi među varijablama, neophodno je da se pretpostavljene vremenske i kauzalne relacije provere i u eksperimentalnim ili longitudinalnim studijama. Ovo je naročito važno za pretpostavku da obraćanje pažnje na alternative (vremenski) prethodi neverstvu. U praksi postoji mogućnost da do neverstva dođe bez prethodnog planiranja, ali da to iskustvo osobu učini otvorenijom i za druge potencijalne partnere i buduća neverstva.

Dodatno ograničenje proizilazi i iz prikupljanja podataka metodama samoizveštaja koje su uvek podložne pristrasnostima, te bi nalaze bilo potrebno upotpuniti i npr. izveštajima od partnera ili posmatranjem ponašanja u prirodnom kontekstu. Budući da se ovo istraživanje bavilo fenomenima vezanim za društvene mreže, smatramo da distribuiranje poziva za istraživanje putem društvenih mreža nije u toj meri ugrozilo generalizabilnost nalaza, koliko jeste rodni disbalans i prigodnost uzorka, zbog kojih se nalazi ne mogu uopštavati na opštu populaciju. U ovoj studiji ispitanici nisu pitani za seksualnu orijentaciju i postoji značajna šansa da su

uzorkom obuhvaćene i osobe LGB seksualne orijentacije, iako verovatno nisu bile dovoljno zastupljene da bi se taj faktor uzeo u obzir u analizama. Uz to, ispitanicima nije postavljeno pitanje o tipu veze (npr. brak ili veza) i dužini veze u kojoj se nalaze, što se u mnogim istraživanjima pokazalo kao značajna odrednica neverstva (Blow & Hartnett, 2005). Stoga bi ove faktore trebalo ili držati pod kontrolom ili istražiti njihov značaj za onlajn neverstvo u budućim studijama. Konačno, aplikacije namenjene traženju intimnih i/ili seksualnih partnera poput Tindera i Grindra u velikoj meri su promenile način na koji se intimni odnosi kreiraju i razvijaju, a otvorile su i dodatni prostor za neverstvo (Timmermans et al., 2018; Weiser et al., 2018), što otvara nove mogućnosti i smerove istraživanja o partnerskim odnosima.

### *Sukob interesa*

Nemamo sukoba interesa za prijavljivanje.

### *Izjava o dostupnosti podataka*

Podaci koji podržavaju nalaze ove studije otvoreno su dostupni u Open Science Framework-u na <http://doi.org/10.17605/OSF.IO/YFDHT>.

### *Napomena*

Rezultati ovog istraživanja prezentovani su na 68. Kongresu psihologa Srbije „Psihologija iz dana u dan: svakodnevni problemi u praksi psihologa i primena psihologije u svakodnevnom životu“.

## Literatura

- Abbasi, I. S. (2019). Social media addiction in romantic relationships: Does user's age influence vulnerability to social media infidelity? *Personality and Individual Differences, 139*, 277–280.  
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.10.038>
- Adamopoulou, E. (2013). New facts on infidelity. *Economic Letters, 121*, 458–462.  
<https://doi.org/10.1016/j.econlet.2013.09.025>
- Ames, D. R., Rose, P., & Anderson, C. P. (2006). The NPI-16 as a short measure of narcissism. *Journal of Research in Personality, 40*(4), 440–450.  
<https://doi.org/10.1016/j.jrp.2005.03.002>

- Barta, W.D. & Kiene, S.M. (2005). Motivations for infidelity in heterosexual dating couples: The roles of gender, personality differences, and sociosexual orientation. *Journal of Social and Personal Relationships*, 22(3), 339–360. <https://doi.org/10.1177/0265407505052440>
- Blow, A.J. & Hartnett, K. (2005). Infidelity in committed relationships II: A substantive review. *Journal of Marital and Family Therapy*, 31(2), 217–233. <https://doi.org/10.1111/j.1752-0606.2005.tb01556.x>
- Bodroža, B., & Jovanović, T. (2016). Validation of the new scale for measuring behaviors of Facebook users: Psycho-Social Aspects of Facebook Use (PSAFU). *Computers in Human Behavior*, 54, 425–435. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.07.032>
- Bodroža, B., Lukić, O., & Štraser, A. (2021). Infidelity on social networks (Version 1) [Data set]. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/YFDHT>
- Brand, R.J., Markey, C.M., Mills, A., & Hodges, S.D. (2007). Sex Differences in Self-reported Infidelity and its Correlates. *Sex Roles*, 57, 101–109. <https://doi.org/10.1007/s11199-007-9221-5>
- Buffardi, L. E., & Campbell, W. K. (2008). Narcissism and social networking web sites. *Personality and social psychology bulletin*, 34(10), 1303–1314. <https://doi.org/10.1177/0146167208320061>
- Campbell, W. K. (1999). Narcissism and romantic attraction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77(6), 1254–1270. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.77.6.1254>
- Campbell, W. K., & Foster, C. A. (2002). Narcissism and Commitment in Romantic Relationships: An Investment Model Analysis. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28(4), 484–495. <https://doi.org/10.1177/0146167202287006>
- Campbell, W. K., & Miller, J. D. (2011). *The handbook of narcissism and narcissistic personality disorder: Theoretical approaches, empirical findings, and treatments*. John Wiley & Sons.
- Campbell, W. K., Foster, C. A., & Finkel, E. J. (2002). Does self-love lead to love for others? A story of narcissistic game playing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(2), 340–354. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.83.2.340>
- Carter, Z. A. (2016). Married and Previously Married Men and Women's Perceptions of Communication on Facebook with the Opposite Sex: How

Communicating Through Facebook Can Be Damaging to Marriages.

*Journal of Divorce & Remarriage*, 57(1), 36–55.

<https://doi.org/10.1080/10502556.2015.1113816>

Clayton, R. B., Nagurney, A., & Smith, J. R. (2013). Cheating, Breakup, and Divorce: Is Facebook Use to Blame? *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(10), 717–720. <https://doi.org/10.1089/cyber.2012.0424>

Drigotas, S. M., Safstrom, C. A., & Gentilia, T. (1999). An investment model prediction of dating infidelity. *Journal of personality and social psychology*, 77(3), 509. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.77.3.509>

Emmons, R. A. (1987). Narcissism: Theory and measurement. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(1), 11–17. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.52.1.11>

Foster, J. D. (2008). Incorporating personality into the investment model: Probing commitment processes across individual differences in narcissism. *Journal of Social and Personal Relationships*, 25(2), 211–223. <https://doi.org/10.1177/0265407507087956>

Fricker, J. (2006). Predicting Infidelity: The Role of Attachment Styles, Lovestyles, and the Investment Model. (PhD dissertation, Swinburne University of Technology).

Hayes, A. F. (2018). Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach (2nd ed.). New York, NY: Guilford Press.

Helsper, E. J., & Whitty, M. T. (2010). Netiquette within married couples: Agreement about acceptable online behavior and surveillance between partners. *Computers in Human Behavior*, 26(5), 916–926. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.02.006>

Henderson, V. R., Hennessy, M., Barrett, D. W., Curtis, B., McCoy-Roth, M., Trentacoste, N., & Fishbein, M. (2005). When risky is attractive: sensation seeking and romantic partner selection. *Personality and Individual Differences*, 38(2), 311–325. <https://doi.org/10.1016/j.jpaid.2004.04.010>

Hertlein, K. M., & Stevenson, A. (2010). The Seven “As” Contributing to Internet-Related Intimacy Problems: A Literature Review. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 4(1), Article 3. Retrieved from <https://cyberpsychology.eu/article/view/4230/3273>

Hoyle, R. H., Stephenson, M. T., Palmgreen, P., Lorch, E. P., & Donohew, R. L. (2002). Reliability and validity of a brief measure of sensation

- seeking. *Personality and individual differences*, 32(3), 401–414.  
[https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(01\)00032-0](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(01)00032-0)
- Lalasz, C. (2013). *Infidelity as Risk Taking: A Test of a Sensation Seeking Model of Infidelity*(PhD thesis, University of Nevada, Reno, USA). Retrieved from  
<http://hdl.handle.net/11714/3066>
- Le, B., & Agnew, C. R. (2003). Commitment and its theorized determinants: A meta-analysis of the investment model. *Personal Relationships*, 10, 37–57.  
<https://doi.org/10.1111/1475-6811.00035>
- Lee, J.-A., & Sung, Y. (2016). Hide-and-Seek: Narcissism and 'Selfie'-Related Behavior [Article]. *CyberPsychology, Behavior & Social Networking*, 19(5), 347–351. <https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0486>
- Martins, A., Pereira, M., Andrade, R. Dattilio, F.M., Narciso, I. &Canavarro, M.C. (2016). Infidelity in Dating Relationships: Gender-Specific Correlates of Face-to-Face and Online Extradyadic Involvement. *Archives of Sexual Behavior*, 45, 193–205. <https://doi.org/10.1007/s10508-015-0576-3>
- McCain, J. L., & Campbell, W. K. (2018). Narcissism and social media use: A meta-analytic review. *Psychology of Popular Media Culture*, 7(3), 308–327.  
<https://doi.org/10.1037/ppm0000137>
- McDaniel, B. T., Drouin, M., & Cravens, J. D. (2017). Do you have anything to hide? Infidelity-related behaviors on social media sites and marital satisfaction. *Computers in Human Behavior*, 66, 88–95  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.031>
- McKenna, K. Y. A., & Bargh, J. A. (2000). Plan 9 From Cyberspace: The Implications of the Internet for Personality and Social Psychology. *Personality and Social Psychology Review*, 4(1), 57–75.  
[https://doi.org/10.1207/S15327957PSPR0401\\_6](https://doi.org/10.1207/S15327957PSPR0401_6)
- Miller, R. S. (1997). Inattentive and contented: Relationship commitment and attention to alternatives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 758–766. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.73.4.758>
- Miller, S. L. & Maner, J. K. (2009). Sex differences in response to sexual versus emotional infidelity: The moderating role of individual differences. *Personality and Individual Differences*, 46, 287–291.  
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2008.10.013>
- O'Sullivan, L. F., & Ronis, S. T. (2013). Virtual cheating hearts: Extradyadic and poaching interactions among adolescents with links to online sexual



- activities. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 45, 175–184.  
<https://doi.org/10.1037/a0031683>
- Oltmanns F.T., Emery E.R., & Taylor S. (2006). *Abnormal psychology*. Toronto: Pearson Education Canada.
- Raskin, R., & Terry, H. (1988). A principal-components analysis of the Narcissistic Personality Inventory and further evidence of its construct validity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(5), 890–902.  
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.54.5.890>
- Rusbult, C. E. (1980). Commitment and satisfaction in romantic associations: A test of the investment model. *Journal of Experimental Social Psychology*, 16(2), 172–186. [https://doi.org/10.1016/0022-1031\(80\)90007-4](https://doi.org/10.1016/0022-1031(80)90007-4)
- Rusbult, C. E., Martz, J. M., & Agnew, C. R. (1998). The investment model scale: Measuring commitment level, satisfaction level, quality of alternatives, and investment size. *Personal relationships*, 5(4), 357–387.  
<https://doi.org/10.1111/j.1475-6811.1998.tb00177.x>
- Thornquist, M. H., Zuckerman, M., & Exline, R. V. (1991). Loving, liking, looking and sensation seeking in unmarried college couples. *Personality and Individual Differences*, 12(12), 1283–1292. [https://doi.org/10.1016/0191-8869\(91\)90202-M](https://doi.org/10.1016/0191-8869(91)90202-M)
- Timmermans, E., De Caluwe, E., & Alexopoulos, C. (2018). Why are you cheating on tinder? Exploring users' motives and (dark) personality traits. *Computers in Human Behavior*, 89, 129–139.  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.07.040>
- Underwood, H., & Findlay, B. (2004). Internet Relationships and Their Impact on Primary Relationships. *Behaviour Change*, 21(2), 127–140.  
<https://doi.org/10.1375/bech.21.2.127.55422>
- Vannier, S. A., & O'Sullivan, L. F. (2018). Great expectations: Examining unmet romantic expectations and dating relationship outcomes using an investment model framework. *Journal of Social and Personal Relationships*, 35(8), 1045–1066. <https://doi.org/10.1177/0265407517703492>
- Vossler, A. & Moller, N.P. (2020). Internet Affairs: Partners' Perceptions and Experiences of Internet Infidelity. *Journal of Sex & Marital Therapy*, 46(1), 67–77. <https://doi.org/10.1080/0092623X.2019.1654577>
- Weiser, D.A., & Niehuis, S., Flora, J., Punyanunt-Carter, N.M., Arias, V.S., & Baird, R.H. (2018). Swiping right: Sociosexuality, intentions to engage in infidelity,

- and infidelity experiences on Tinder, *Personality and Individual Differences*, 133, 29–33. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.10.025>
- West, A. R. (2013). *Relationship commitment and monitoring alternatives using Facebook in unmarried romantic relationships*. (Doctoral dissertation, The University of Texas at Austin). <https://repositories.lib.utexas.edu/handle/2152/21578>
- Zuckerman, M. (2007). *Sensation seeking and risky behavior*. American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/11555-000>
- Zuckerman, M. (2010). Sensation seeking. *The Corsini encyclopedia of psychology*, 1–4. <https://doi.org/10.1002/9780470479216.corpsy0843>
- Zuckerman, M., Eysenck, S. B., & Eysenck, H. J. (1978). Sensation seeking in England and America: Cross-cultural, age, and sex comparisons. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 46(1), 139–149. <https://doi.org/10.1037/0022-006x.46.1.139>

.....

## Disloyal partner behaviors on social networks: Contribution of personality traits and self-presentation to infidelity and attentiveness to alternatives

Anja Štraser<sup>1</sup> , Olga Lukić<sup>1</sup>  and Bojana Bodroža<sup>1</sup> 

<sup>1</sup>Department of psychology, Faculty of philosophy, University of Novi Sad

### ABSTRACT

Social networks have become the context in which many intimate relationships are established and developed, but they can also facilitate different kinds of disloyal behaviors in intimate relationships. We focused on two kinds of such behaviors – attentiveness to alternatives and infidelity on social networks and examined the contribution of narcissism, sensation seeking and self-presentation on social networks to these behaviors. Additionally, we tested if

the relationship between personality traits and infidelity was mediated by self-presentation and attentiveness to alternatives. The study sample included 423 individuals who were currently engaged in a romantic relationship (22.2% male, mean age 22, age range 18 to 52). The results showed that narcissism, sensation seeking, and self-presentation on social networks all gave unique contributions to the prediction of attentiveness to alternatives, while infidelity was uniquely predicted only by self-presentation. The relationship between narcissism and infidelity was fully mediated by self-presentation and attentiveness to alternatives, while the relationship between sensation seeking and infidelity was mediated only by attentiveness to alternatives. The results suggest that it is justified to make a conceptual difference between attentiveness to alternatives and infidelity. The two forms of disloyal partner behaviors could be motivated by somewhat different psychological needs.

*Keywords:* intimate relationships, infidelity, attentiveness to alternatives, narcissism, sensation seeking, social networks

