

# Internet kao bračni posrednik: novi obrasci uspostavljanja emotivnih i bračnih veza u XXI veku

Dalibor Petrović<sup>1</sup>

Univerzitet u Beogradu, Saobraćajni fakultet

Kristina Pejković

Centar za sociološka istraživanja, Univerzitet u Novom Sadu

DOI: 10.5937/cm16-34482

**Sažetak:** Teza od koje se u radu polazi jeste da internet preuzima „provodadžijsku” ulogu pri sklapanju emotivnih i bračnih veza. Namesto nekadašnjih posrednika, ova uloga se danas sve češće i sve lagodnije prepušta digitalnim tehnologijama, bilo da se radi o različitim algoritmima za uparivanj ili virtuelnim poznanstvima. U skladu sa tim, u radu se razmatraju uzroci i posledice ovakve transformacije. U prvom delu rada bavićemo se širim društvenim procesima koji dovode do iskorenjivanja ljudi iz primarnih i direktnih odnosa, te do njihovog reukorenjivanja uz pomoć tehnoloških posrednika. Na taj način rekreiraju se nove zajednice zasnovane na mrežnom principu, čije posledice jesu izgradnja tehnološki posredovanih prijateljskih i emotivnih veza. Revolucionarna promena kao posledica razvoja interneta jeste mogućnost bliskog povezivanja ljudi koji se pre toga nisu poznavali. S tim u vezi, analiziraćemo okolnosti koje su dovele do toga da sfera intimnih odnosa postane jedna od tehnološki najposredovanijih društvenih sfera u XXI veku, jer je internet postao nezamenjiv, a vrlo verovatno će u budućnosti biti i osnovni posrednik pri sklapanju emotivnih i bračnih veza. Zaključak koji izvodimo jeste da će algoritmi, a ne „prst sudbine” određivati ko će sa kim, u budućnosti, potomstvo stvarati.

**Ključne reči:** Internet, brak, posredovanje, dejting sajtovi, onlajn zajednice.

---

<sup>1</sup> Kontakt sa autorima: d.petrovic@sf.bg.ac.rs

## 1. Uvod

Savremenim ljudima je danas gotovo nezamisliva ideja ugovorenog braka. Sama pomisao da nam neko drugi izabere partnera sa kojim ćemo provesti ceo život iz današnje perspektive deluje, u najmanju ruku, zastrašujuće. Na sreću, ljudima koji su rođeni tokom 20. veka modernizacija je donela nešto proaktivniju ulogu kada je reč o izboru emotivnih partnera, mada su ovi izbori i dalje omeđeni brojnim socioekonomskim, dakle strukturalnim, faktorima kao što su klasa, etnicitet, vera, obrazovanje, socioekonomski status, lokacija, kultura, itd. Ipak sa zahuktavanjem modernizacije posebno kroz seksualnu revoluciju i emancipatorske društvene pokrete od 70-tih godina XX veka dolazi do daljeg oslobađanja od strukturalnih stega, odnosno, sve češće se izbor emotivnih partnera dešava u kontekstima u kojima strukturalna ograničenja igraju sve manju ulogu, a međusobna privlačnost postaje ultimativni faktor izbora partnera. O tome svedoči i činjenica da sve više ljudi u ovom periodu svoje partnere pronalazi u barovima i klubovima, bez ikakvog predznanja o sociopsihološkim i kulturnim osobenostima svojih budućih izabranika, mada naravno, i sama mesta gde se budući emotivni partneri upoznaju su manifestacija strukturalnih predispozicija njihovih posetilaca.

Centralno pitanje kojim se u ovom tekstu bavimo odnosi se na činjenicu da je sve više pokazatelja koji nam govore u prilog tome da se nalazimo na pragu još jedne velike transformacije u uspostavljanju emotivnih i bračnih veza, gde ključnu ulogu posrednika umesto nekadašnjih provodadžija preuzimaju digitalne tehnologije, odnosno, njihovi algoritmi koji više selekciju potencijalnih emotivnih partnera. Ukoliko se ispostavi da je ovo tačno onda možemo očekivati da će u bliskoj budućnosti našoj deci i unucima biti podjednako zastrašujuća ideja da stupe u seksualnu i potencijalno bračnu vezu sa strancem iz nekog noćnog kluba na isti način kao što je nama danas zastrašujuć način na koji su naši preci, bez praktično ikakvog prava na odlučivanje, dovođeni pred svršeni čin sklapanja braka sa ugovorenim partnerima.

U skladu sa centralnim pitanjem, u radu će se ispitati faktori koji dovode do toga da se provodadžijska uloga pri sklapanju emotivnih i bračnih veza tako lagodno prepušta tehnologijama u ruke i koje će biti moguće posledice takve transformacije.

Tekst je organizovan na sledeći način. Nakon uvoda u teorijskom delu rada, bavimo se širim društvenim procesima, koje identifikujemo kao radikalizaciju

modernizacije, i koji čine da postmoderni pojedinci bivaju iskorenjeni iz primarnih i direktnih odnosa, te da se reukorenjuju uspostavljajući odnose preko tehnoloških posrednika, od re-kreiranja novih zajednica zasnovanih na mrežnom principu, to uspostavljanja prijateljskih i emotivnih veza. Internet kao komunikacioni medij tu ima dvostruku ulogu. Sa jedne strane on je transmisioni kanal za održavanje interpersonalnih veza ali je istovremeno i prokreativni prostor, odnosno, virtuelno mesto za uspostavljanje novih prijateljskih i emotivnih veza. U centralnom delu rada analiziramo različite modele za uspostavljanje emotivnih odnosa na internetu i bavimo se analizom različitih istraživanja. Na kraju, diskutujemo faktore koji su doveli do toga da internet postane nezamenjivi, a vrlo verovatno i suvereni provodadžija bračnih veza zaključujući, baveći se mogućim posledicama ove transformacije, da će algoritmi, a ne „prst sudbine” određivati ko će sa kim potomstvo praviti.

## 2. Teorijske osnove

### 2.1. Od datosti ka izbornosti društvenih odnosa

Kroz kasnu fazu modernizacije, koja se zahuktava tokom XX veka dolazi do redefinisanja koordinatnog sistema industrijskog društva koji sve više slabi ostavljajući pojedince potpuno ili delimično van ovih koordinata i primoravajući ih da se okreću novim izvorima sigurnosti, preživljavanja i uspostavljanja identiteta i intimnosti. Naravno, ovi procesi nisu linearni i ne zahvataju sva društva i sve segmente društva na podjednak način. Ono što je za nas bitno da razumemo jeste to da u centru ove transformacije društvenosti se nalaze pojedinci koji slobodnije nego ikada formiraju svoje društvene odnose što je, pre svega, posledica individualizacijskih procesa koji su nerazdvojni pratilac modernizacije (Petrović, 2013). Kao što ćemo videti u nastavku rada jedna o osnovnih strategija postmodernih pojedinaca jeste sve veće oslanjanje na tehnologije kao posrednika za uspostavljanje društvenih odnosa.

Bauman (2002) smatra da se sadašnji proces individualizacije sastoji u transformaciji ljudskog identiteta iz „datog” u „zadatak” – odnosno, opterećivanjem aktera odgovornošću za izvođenje zadataka i za posledice njihovog izvođenja. Da bi se snašao u sveopštem metežu zahteva sve nesigurnijeg društva, pojedinac je prinuđen da, kako Bek (2001) kaže, bude menadžer vlastitog života balansirajući između različitih, često oprečnih uloga koje se pred njega postavljaju (na

primer žena koja je istovremeno supruga, majka, domaćica i poslovna žena). Ovo se takođe uklapa i u Gidensovo (1998) shvatanje novih „životnih stilova”. Po njemu pojedinca u doba kasne modernosti karakterišu: koncentracija na sebstvo kao reflektivni projekat; nastojanje ka samoaktuelizaciji; formiranje ličnih i erotskih veza kao odnosa koji se vode uzajamnošću samootkrivanja; briga za samoostvarenjem, koja nije samo izraz narcizma već je predstavlja prisvajanje okolnosti u kojima globalizovani uticaji prodiru u svakodnevni život.

Dakle jedna od ključnih posledica kasne faze modernizacije jeste to da danas više nego ikad pojedinac ulazi u društvene odnose po principu njihove izbornosti, a ne strukturalne datosti. Najjednostavnije rečeno, namesto nekada *datog* bračnog partnera u savremenom svetu njegovo mesto je rezervisano za *izabranog*. Otuda nije ni neobično da se za budućeg bračnog partnera upotrebi romantizovana sintagma „izabranik mog srca”.

Međutim, važno je naglasiti još i to da kada je reč o transformaciji odnosa iz *datih* u *izabrane*, iako kasna faza modernizacije donosi mnoge promene kad je reč o uspostavljanju personalnih odnosa, pre svega u vidu veće fleksibilizacije kreiranja veza, i dalje se ovi susreti ne dešavaju u društvenom vakuumu. Iako su pojedinci u savremenom društvu naizgled slobodni u izboru članova svojih mreža oni su zapravo ograničeni nizom unutrašnjih i spoljnih faktora (Fischer, 1982). Kada je reč o unutrašnjim faktorima ograničenja tu pre svega možemo govoriti o psihološkim karakteristikama pojedinca koje utiču na odabir i mogućnost da se uspostavi određeni odnos. Na individualnom planu su takođe važni i faktori poput obrazovanja, interesovanja, veština, itd. Na širem društvenom planu možemo govoriti o strukturnim ograničenjima u smislu dostupnosti ljudi, informacijama koje su na raspolaganju, idejama, vrednostima i normama, ili jednostavnije kulturi u koju su pojedinci i njihovi interpersonalni odnosi uronjeni.

Polazeći od Gidensove (1998) teze o reukorenjujućoj funkciji tehnologije, čini se da se internet, više nego i jedna druga komunikaciona tehnologija ima ovaj ukorenjujući potencijal, dozvoljavajući svim svojim korisnicima, bez obzira u kom se delu sveta nalazili, da međusobno nesmetano komuniciraju, uspostavljaju društvene odnose i grade nove ili održavaju postojeće personalne mreže. Uz snažnu podršku interneta, mrežna društvenost postaje delokalizovana, društvenost u pokretu, društvenost na daljinu koja je zasnovana na *tehnogenoj bliskosti* (Wittel, 2001: 70).

## 2.2. Dve komunikacione funkcije interneta

Reći da je internet uneo revoluciju u interpersonalnu komunikaciju praktično više nije potrebno ni dokazivati. Sama činjenica da se ovde bavimo njegovom ulogom u uspostavljanju emotivnih i bračnih veza, bez da se pozivamo na učestalost ove pojave, već dovoljno govori o komunikacionom značaju interneta (Silajdžić and Dudić, 2020). Međutim ono što još uvek mnogi nisu u stanju jasno da razluče jeste to da je komunikacija na/putem interneta multi-dimenzionalan fenomen, u toj meri da praktično možemo govoriti o dva sasvim odvojena fenomena.

Jedan od ovih fenomena se odnosi na upotrebu interneta kao sredstva za održavanje već postojećih interpersonalnih veza i ovde je internet revolucionaran više u tehnološkom, a manje u društvenom smislu. Naime, to zapravo znači da su i pre interneta postojale revolucionarne tehnologije za održavanje postojećih veza u kontekstu datog razdoblja, poput telegrafa, a potom fiksnog pa mobilnog telefona. Međutim, ono u čemu je internet zaista revolucionaran nije nov način na koji ljudi *održavaju* interpersonalne veze već nov način na koji ljudi *uspostavljaju* ove veze. Internet je prva tehnologija koja je omogućila da se nepoznati ljudi masovno sreću van realnog prostora i da virtuelna poznanstva održavaju i u realnom prostoru. U skladu sa ovim, a polazeći od shvatanja da internet kao medij ima dualnu prirodu, odnosno, da je on transmisioni kanal za komunikacijsko posredovanje, ali i virtuelni prostor za uspostavljanje i održavanje društvenih odnosa, možemo razlikovati dve osnovne interpersonalno-komunikacione funkcije interneta: *transmisionu* i *prokreativnu* (Petrović, 2013).

Ovaj pristup je inspirisan Kerijevim (2002) konceptom transmisionog i ritualnog modela komunikacije ali i Kregovom (Craig, 2007) teorijom komunikacija kao polja. Pojednostavljajući možemo reći da i Keri i Kreg smatraju da se na komunikaciju može gledati u kontekstu transmisije signala ili poruka na daljinu čija svrha jeste kontrola. Međutim, komunikacija osim *transmisione* obuhvata i *ritualnu* (Carey, 2002) odnosno, *konstitutivnu* (Craig, 2007) dimenziju, budući da je ona pre svega društveni proces kroz koji se naš društveni svet konstituiše. Otuda, po našem uverenju, se i internetu mogu pripisati malopre pomenute komunikacione dimenzije, transmisiona i prokreativna.

Međutim, ono što razlikuje naš od gorepomenutih pristupa jeste to da su u našem konceptualnom okviru i transmisiona i prokreativna dimenzija društveno konstruktivne, ali na različite načine. Naime, internet vrši svoju *transmisio-*

*nu funkciju* kada se upotrebljava kao tehnološki *kanal* za posredovanje ciljane interpersonalne interakcije na daljinu, između unapred određenih subjekata komunikacionog procesa. Dakle, uslov transmissive funkcije interneta jeste *ciljanost subjekata komunikacije*.

Sa druge strane, internet vrši svoju *prokreativnu funkciju* kada se upotrebljava kao *prostor* za društvenu interakciju. Dakle, uslov prokreativne funkcije jeste *ciljanost prostora*, a ne subjekta komunikacije. Ovde se polazi se od Kerijevog (Carey, 2002) shvatanja komunikacije kao ritualnog čina, koje je sasvim primenljivo i na virtuelne obrasce interakcije. Samim tim, ritualno shvatanje komunikacije je vezano za pojmove kao što su razmena, participacija, zajedništvo, drugarstvo i posedovanje zajedničke vere. Ova definicija se oslanja na etimološku vezu pojmova komunikacija i komuna, odnosno, zajednica.

Međutim, nisu svi oblici prokreativne interakcije na internetu ritualnog tipa već se oni često odvijaju u izolovanim interakcionim nišama „jedan na jedan”. Zbog odsustva bilo kakvih grupnih elemenata ovaj vid interakcije na internetu nazivamo personalnom prokreativnošću. Za razliku od obrazaca komunikacije u oflajn društvenom okruženju gde se ritualni i personalni interakcijski obrazac vrše zajedno, u virtuelnom prostoru interneta oni mogu biti odvojeni. Svaku ritualnu interakciju prati i personalna, ali svaku personalnu interakciju ne mora pratiti ritualna. Drugim rečima, značajan broj posetilaca virtuelnih prostora interneta uzdržava se od bilo kakvog oblika ritualne, dakle grupne, interakcije (Petrović, 2008). Oni u sajber prostor odlaze da bi ostvarili interpersonalne kontakte u najrazličitije svrhe bilo da su instrumentalnog ili ekspresivnog karaktera, ali se ove potrebe ne zadovoljavaju kroz grupnu interakciju. Najrasprostranjeniji vid prokreativno-personalne funkcije interneta je uspostavljanje individualnih interpersonalnih odnosa na internetu i njihovo prenošenje u realnost bilo zarad pribavljanja nekog resursa, produženja prijateljskog odnosa ili zasnivanja emotivnih veza. Dakle, ako je transmissivna funkcija interneta ključna za održavanje već postojećih društvenih veza, prokreativna funkcija interneta igra važnu ulogu pri uspostavljanju novih društvenih veza, odnosno, kao sredstvo ponovnog ukorenjivanja kroz nove društvene veze i odnose. Ono što je važno, ova uloga interneta nije vezana samo za ukorenjivanje kroz virtuelne društvene odnose, kako bi se na prvi pogled moglo pomisliti, već je ona često u funkciji uspostavljanja individualnih ili grupnih društvenih odnosa u realnom životu.

### 3. Pronalaženje partnera na internetu

Onlajn sfera u poslednjoj deceniji je sastavni deo svakodnevnice većine ljudi. Obrasci ponašanja u fizičkom okruženju preslikavaju se u virtuelnu sferu, nastaju novi, oflajn i onlajn aktivnosti dešavaju se simultano, a izgubili su se jasni vremenski i teritorijalni okviri aktivnosti (Castells, 1996; Petrović, 2009). Istraživanja o onlajn samopredstavljanju, identitetu i komunikaciji su među prvima okupirali pažnju društvenih naučnika (vidi na primer Baym, 1993; Turkle, 1994, 1995; Ellison, Heino and Gibbs, 2006; Manago et al., 2008; Toma, 2013; Pejković, 2019). Jedna od tema, koja se vrlo brzo nametnula odnosila se na pronalaženje partnera putem interneta. Danas je, ne samo društvenim istraživačima, jasno da je komunikacija na internetu izmenila načine na koje ljudi pronalaze partnere, ulaze u emotivne i sve češće bračne veze. Ovo posebno važi za pripadnike kategorija ljudi koji se suočavaju sa poteškoćama u toj potrazi (na primer, ljudi sa različitim stigmama i oni koji se ne kreću po mestima gde bi mogli da upoznaju partnera) (Rosenfeld, and Thomas, 2012). Međutim, izbijanje pandemije COVID-19 početkom 2020. dodatno je uticalo na porast upoznavanja preko interneta, odnosno, porast upotrebe aplikacija za upoznavanje i virtuelnih održavanja ljubavnih veza (Joshi, Rais, Ann, and Mishra, 2021; Chisom, 2021).

Romantično udvaranje i traženje partnera preko interneta i u sajber prostoru predstavlja interdisciplinarni predmet istraživanja kojim se bave naučnici iz društvenih nauka poput antropologije i psihologije, računarskih i komunikacionih nauka koristeći različite kvantitativne i kvalitativne metode. Romantično udvaranje i potraga za partnerom neretko se posmatraju u kontekstu tržišta (vidi Heino, Ellison, and Gibbs, 2010) gde se pojedinci nadmeću za supruge i supružnike, a čiju detaljnu strukturu i dinamiku je u prošlosti bilo teško kvantifikovati zbog nedostatka odgovarajućih podataka. Nagli razvoj industrije posvećene sajtovima za upoznavanje i sve veći procenat korisnika interneta omogućio je ovakvu analizu (Bruch, and Newman, 2018). Prema Redžu, postoje četiri faktora koja podstiču pronalaženje partnera preko interneta:

- (1) komfor koji pružaju sajtovi za upoznavanje, jer korisnici ne moraju da napuštaju svoje domove ili radna mesta da bi se sastali za potencijalnim partnerom;
- (2) početna anonimnost omogućava lišavanje straha od mogućeg odbacivanja;
- (3) onlajn upoznavanje omogućava iskustvo novih oblika

interakcije poput razmene različitog tekstualnog i audiovizuelnog sadržaja; i (4) sajtovi za upoznavanje pomoću različitih algoritama omogućavaju olakšavaju pronalaženje kompatibilnog partnera. (Rege, 2009: 494)

Međutim, osim na sajtovima specijalno dizajniranih za upoznavanje budućih partnera, ljudi uspostavljaju odnose na internetu i na drugim prostorima interneta, pre svega na digitalnim platformama za umrežavanje. Zbog toga se može napraviti podela na dva osnovna načina upoznavanja i izbora emotivnih partnera na internetu. Jedan smo nazvali *spontano* upoznavanje, imajući pre svega na umu nova poznanstva koja se dešavaju u kontekstu svakodnevnih interakcija na internetu i koja ne moraju biti isključivo motivisana željom za pronalaženjem emotivnog partnera. Drugi način se odnosi na *ciljano* upoznavanje i odabiranje partnera isključivo sa svrhom ulaženja u seksualne i emotivne odnose putem upotrebe za to namenjenih aplikacija ili sajtova za upoznavanje odraslih, takozvanih dejting sajtova.

### 3.1. Spontano upoznavanje emotivnih partnera

Da bismo bolje razumeli kako teče proces uspostavljanje interpersonalnih odnosa u virtuelnim prostorima interneta možemo se osloniti na shvatanje Kušmana i Kana (Cushman, and Cahn, 1985: 49-50), koji su se bavili uspostavljanjem interpersonalnih odnosa u realnom okruženju, kako prijateljski tako i emotivnih. Po njima proces uspostavljanja i održavanja interpersonalnih odnosa uključuje *afektivnu* i *praktičnu* komponentu. Afektivna komponenta se odnosi na neki element dopadanja osobe sa kojom se kontakt uspostavlja, dok se praktična komponenta odnosi na proces filtriranja potencijalnih osoba sa kojima se uspostavljaju interpersonalni odnosi. Autori razlikuju tri faze u procesu filtriranja, koje predstavljaju kroz specifična, koncentrično sužavajuća polja: Najšire je *polje postojećih*, gde se nalaze sve one osobe sa kojima se interakcija može uspostaviti. U odnosu na realni prostor ovo polje na internetu se značajno proširuje i praktično postaje globalno. Pojedinaac, stoga, koristeći internet za uspostavljanje društvenih veza ima daleko šire inicijalno polje postojećih kontakata koje mu omogućava i veću širinu druga dva polja interakcije. Sužavanjem polja postojećih dolazimo do polja *dostupnih* interakcija. Dostupne interakcije su one do kojih se realno može doći, bilo na specijalizovanim sajtovima za upoznavanje bilo na digitalnim platformama za umrežavanje. Izbor dostupnih inte-



rakcija determinisan je kulturološkim i sociodemografskim faktorima. Tako će, recimo, platformu *tik tok* mahom izabrati najmlađi korisnici, koji će se opet povezati mahom sa korisnicima koji govore isti jezik, pripadaju sličnom lokalitetu, imaju slične kulturne potrebe itd. Sa druge strane, platforme poput Fejsbuka ili Tvitera će izabrati stariji korisnici sa potpuno drugačijim preferencijama. U zavisnosti od virtuelnog prostora u kome se odnosi uspostavljaju i načini sužavanja ka trećem, najužem polju *recipročnih* interakcija je drugačiji. Tamo gde su odnosi anonimni, kao što je to u pričaonicama ili na forumima sužavanje se vrši na osnovu odabira same teme pričaonice ili foruma u skladu sa ličnim interesovanjima i potrebama. Tamo gde su odnosi mahom javni, kao što je to na digitalnim platformama, sužavanje se vrši međusobnim umrežavanjem odnosno, odabirom prijatelja ili onih koje će „zapratiti”. Na specijalizovanim sajtovim a ili aplikacijama za upoznavanje odabir se vrši putem selekcije dostupnih profila drugih korisnika. Zatim sledi finalni izbor osoba sa kojima se uspostavlja direktna komunikacija. Recimo u okviru pričaonica odabir se vrši kroz kratku inicijalnu interakciju putem postavljanja nekoliko ključnih selekcionih pitanja (pol, godište, mesto boravka, zanimanje, itd).<sup>2</sup> Čitav proces se završava razmenjivanjem fotografija, brojeva telefona, uključivanjem *web* kamera i finalnim upoznavanjem uživo sa izabranim osobama. Za razliku od pričaonica, na digitalnim platformama za umrežavanje ili dejting sajtovima situacija je drugačija i približava se obrascima iz realnog života, pre svega zato što se izbori vrše između javnih a ne anonimnih osoba. Ova javnost, unapred sužava polje dostupnih interakcija na osobe koje su društveno ili fizički prijemljive. Ipak, iako suženo u odnosu na pričaonice, ovo polje je i dalje daleko šire nego ono u realnom okruženju, budući da je na jednom mestu dostupno neuporedivo više potencijalnih kontakata. Selekcija potencijalnih kontakata se vrši izborom prijatelja iz grupa dostupnih (bilo da su u pitanju kolege sa posla, fakulteta ili škole, ljudi koji se bave određenim hobijem, članovi organizacija, pokreta, religijskih grupa i sl.). Nakon uzajamnog prihvatanja i uvrštavanja na listu prijatelja, formira se polje recipročnih iz koga se potom a u skladu sa nekim ličnim preferencijama, vrši se odabir onih sa kojima će se uspostaviti direktan kontakt.

---

<sup>2</sup> U globalnim pričaonicama na internetu, uobičajeno prvo pitanje glasi: „asl?” (age, sex, location-godine, pol, mesto).

### 3.2. Ciljano upoznavanje emotivnih partnera

Kompjuterizovani sistemi za umrežavanje i upoznavanje postojali su još na početku razvoja informacionih i komunikacionih tehnologija šezdesetih i sedamdesetih godina u pojedinim severnim evropskim državama i SAD. Od osamdesetih godina algoritmi softvera su postajali sve sofisticiraniji, a sa uvođenjem interneta 1991. platforme za umrežavanje uticale su na promenu načina pronalaženja partnera i drugih tipova društvenih odnosa. Prvi sajt za upoznavanje napravljen 1995. pod nazivom *Match.com*, a od 2000. razvoj ovakvih sajtova krenuo je uzlaznom linijom (Orchard, 2019: 1). U savremenom dobu prethodno „guglanje” informacija o potencijalnom partneru je sastavni deo započinjanja odnosa, a veliki broj odnosa je započet onlajn komunikacijom. Trenutno postoji na hiljade sajtova za upoznavanje od kojih većina ima svoje aplikacije za telefone, a neki od njih jesu, na primer, *Tinder*, *Grinder*, *Enharmony*, *Match*, *Elitesingles*, *Bumble*, *Her* i mnogi drugi. Razvoj ovakvih sajtova, algoritama za sparivanje ljudi i istraživanja društvenih nauka o ovoj temi doživljavaju ekspanziju u poslednjoj deceniji. Izbor, pronalaženje i dostupnost potencijalnih partnera potpomažu kompjuterski algoritmi za podudaranje koji su sve razvijeniji i sofisticiraniji.

Sajtovi za upoznavanje ili „dejting sajtovi” predstavljaju kompjuterizovanu uslugu namenjenu ljudima koji su u potrazi za partnerom ili neobaveznim upoznavanjem, kao i umrežavanjem u zajednice posvećene posebnim fetišima i razmeni fantazija (Orchard, 2019).

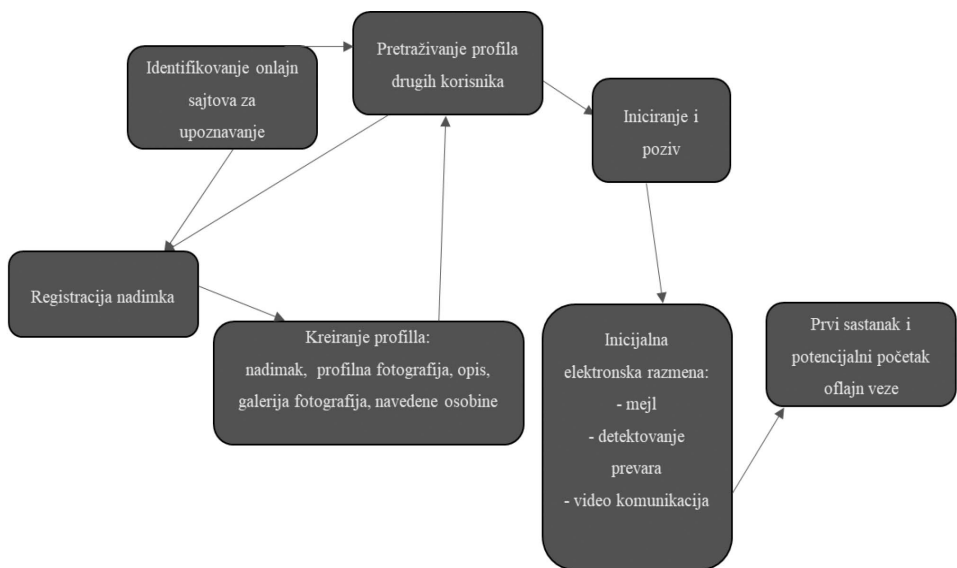
Iako, korisnici imaju različite motive pri pristupanju sajtovima za upoznavanje, u poslednjoj deceniji oni su sve popularniji u traženju životnog saputnika i ispunjenja ideala romantične ljubavi. Na početku razvoja softvera za sparivanje oni su težili da povežu ljude na osnovu istih interesovanja koja se manifestuju pomoću objava, fotografija i videa koje pretražuju i objavljuju, a nakon toga su sistemi za sparivanje počeli da budu usmereni na povezivanje ljudi koji žele da stupe u kontakt jedni sa drugima i komuniciraju (Xia et al., 2016).

Postoje dva osnovna načina ciljanog pronalaženja potencijalnog partnera preko interneta. Prvi podrazumeva pretragu na sajtovima i zatim stupanje u komunikaciju sa drugim korisnicima koji su ih zainteresovali. Drugi način postiže se tako što korisnici na sajtovima za upoznavanje unose svoje preferencije i interesovanja, a algoritam ih na osnovu toga spaja sa korisnicima koji su ih

zainteresovali (Orchard, 2019: 2). Dalja komunikacija se može premestiti u oflajn sferu, na različite telefonske aplikacije ili istovremeno oba.

Na osnovu metanarativne sinteze i analize naučnih članaka iz psihologije, sociologije, računarskih, bihevioralnih i neurokognitivnih nauka i pretrage reči poput *onlajn*, *internet* u kombinaciji sa rečima *ljubav*, *udvaranje* i slično, Kan i Čaudri (Khan, and Chaudhry, 2017) težili su da utvrde koje aktivnosti i ponašanja utiču na prelazak sa onlajn komunikacije na fizički susret. Analizirano je 3938 početnih citata, a izvršena je analiza 86 studija.

Slika 1. Putanja od onlajn komunikacije do prvog sastanka



Izvor: Khan, and Chaundhry, 2017: 49

Pored, toga rezultati ovog istraživanja su pokazali da je onlajn komunikacija ka fizičkom susretu najefikasnija ukoliko postoji: istinska zainteresovanost, brzo uzvrćanje odgovora, uzajamnost u otvaranju, mimikrija pokreta tela na veb kameri, izbegavanje kritikovanja, humor, neizvesnost o postojanju dopadanja i brz prelazak sa onlajn dopisivanja na oflajn sastanak (ibid. 48).

#### **4. Nalazi istraživanja o ulozi interneta u formiranju emotivnih i bračnih veza**

Sredinom devedesetih i početkom dvehiljaditih, dakle još pre pojave Fejsbuka i naglog razvoja platformi za društveno umrežavanje, u jeku igranja sa identitetima po forumima, pojavio se fenomen sajber ljubavi, i odmah privukao pažnju društvenih naučnika (Adamse, and Motta, 1996; Parks, and Floyd, 1996; Phlegar, 1996; Shaw, 1997; Cooper, Scherer, Boies, and Gordon 1999; Dooring, 2002). Iako je postojala kolektivna pretpostavka da se ljudi retko zaista zaljubljuju preko onlajn komunikacije, niko nije sporio da korisnici neretko doživljavaju duboka emotivna osećanja kroz takvu komunikaciju. „Teoretski, ne može se ništa zameriti činjenici se ljubavna veza prvenstveno ili isključivo zasniva na kontaktu preko mreže, jer u principu strast (na primer, zajedničko uzbuđenje prilikom izgovaranja zajedničkih fantazija), intima (na primer, podrška u periodu ličnih problema) i privrženost (na primer, redovni kontakti) mogu takođe biti razmenjeni putem asinhronne ili sinhronne razmene tekstualnih, tonskih ili slikovnih poruka. Da li i kako ljudi zaista koriste ove opcije i time zapravo vode istinske romantične onlajn veze (sinonim za sajber ljubavne afere i sajber romanse) mora, za razliku od toga, biti utvrđeno uz pomoć empirijske analize. Ako jedan od učesnika sajber romanse, takođe živi u posvećenoj vezi i van mreže tada se sajber romana naziva sajber afera”. (Dooring, 2002: 4).

U tom periodu podaci o sajber ljubavima i romansama prikupljali su se posmatranjem na forumima, putem anketa i intervjuua i na osnovu analize ličnih narativa. Osnovna pitanja u okviru takvih istraživanja odnosila su se na prednosti onlajn istraživanja, ali i na dileme u vezi sa etikom koje proizilaze i nejasne granice javnog i privatnog, posledica odsustva fizičkog kontakta i slično (ibid. 26).

Dvehiljaditih godina, nakon nastanka Fejsbuka i ostalih platformi došlo je do razvoja kvantitativnih i kvalitativnih istraživanja onlajn komunikacije i pronalazjenja romantičnih i seksualnih partnera (Couch, Liamputtong, and Pitts, 2011; Kang, and Hoffman, 2011; Finkel, Eastwick, Karney, Reis, and Sprecher, 2012). Ovakvi odnosi su se održavali putem veb kamera, časakanja internet pošte koji su predstavljali filter za sledeći korak upoznavanja tj. oflajn sastanak (Couch, and Liamputtong, 2008). Fokus tadašnjih istraživanja bio je na uticajima demografskih karakteristika (na primer, boja kože) na onlajn upoznavanje i pronalazjenje partnera (Feliciano, Robnett, and Komaie, 2009; Lin,

and Lundquist 2013; Potarca, and Mills, 2015), na negativnim aspektima i posledicama onlajn komunikacije poput (1) prevara sa identitetom (Rege, 2009) i rizika od polno prenosivih bolesti poput *HIV* infekcije (Bull, and McFarlane, 2000; Bolding, et al., 2005). Istraživanja u vezi sa rizikom od HIV-a su nastavila da budu aktuelna i u novijim istraživanjima (na primer Mazanderani 2012; Robinson, 2017). Postoji veliki akademski interes za način na koji ljudi sa ovim virusom koriste internet za pronalaženje seksualnih ili romantičnih veza, i o uticaju otkrivanja/prikrivanja njihovog statusa na dalje razvijanje odnosa (Mazanderani, 2012). Među gej muškarcima postoji tendencija izbegavanja i onlajn stigmatizacija ljudi sa HIV virusom, kao i različiti „filteri” kroz koje ispituju nečiji status u vezi sa tim (Robinson, 2017).

Nasuprot navedenim podacima i istraživanjima, postoje i pretpostavke o tome da dostupnost sajtova za upoznavanje i olakšano pronalaženje partnera utiču na povećan broj samaca. Prema Pronku i Denisonu (Pronk, and Denissen, 2020), na osnovu empirijskog istraživanja koje su izvršili, konstantni pristup ljudi potencijalnim partnerima čini ljude više pesimistima i sklonim odbijanju. Nakon tri studije koje su izvršili kombinujući kvantitativni i kvalitativni pristup, zaključili su da do ovakvih okolnosti dolazi zbog pada zadovoljstva usled konstantnog gledanja fotografija<sup>3</sup> i porasta pesimizma u vezi sa uspehom zabavljanja sa povećanjem vremena provedenog na sajtovima za upoznavanje.

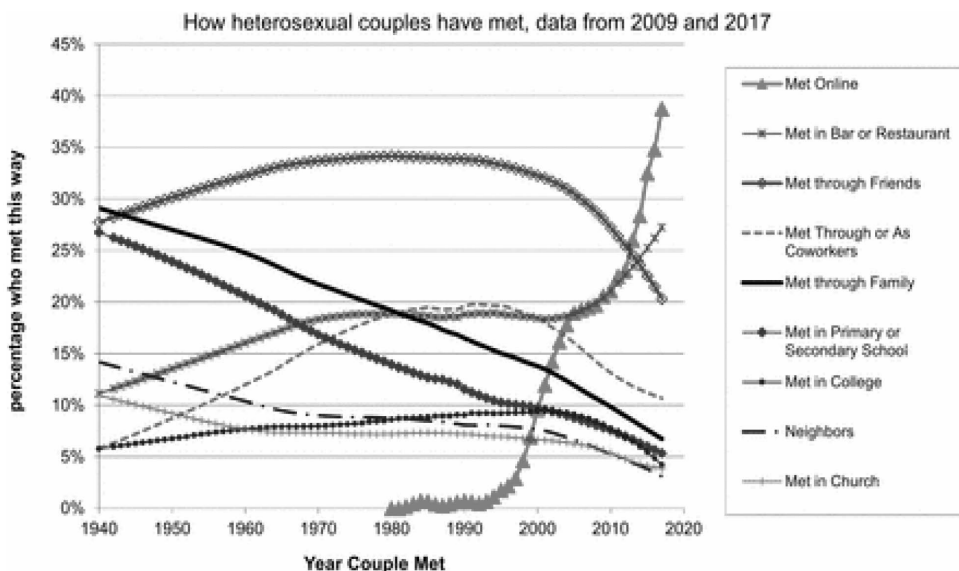
U poslednjoj deceniji je sve veći akcenat na istraživanjima bračnih parova koji su se upoznali i započeli svoju vezu preko sajtova za upoznavanje, onlajn platformi za umrežavanje ili generalno onlajn komunikacije. Prema istraživanju iz 2014. koje je rađeno na uzorku u SAD na korisnicima koji su se venčali u periodu od 2005. do 2012, a upoznali su se preko društvenih mreža (ili onlajn platformi za umrežavanje), u poređenju sa onima koji su se upoznali preko drugih sajtova ili oflajn sastanaka, bili su mlađi, skorije venčani i neretko su imali veće prihode i spadali u grupu Afroamerikanaca i Latinoamerikaca (Hall, 2014). Nakon demografskih karakteristika, sve više je zastupljeno ispitivanje motiva korisnika interneta za onlajn pronalaženje partnera (Kreager et al., 2014; Matković i Landripet, 2015; Bruch, and Newman 2018), kao i uticaja tehnologije i algoritama na izbor partnera (Slater, 2015).

---

<sup>3</sup> U vezi sa tim, *Tinder* nudi mogućnost plaćanja korisnicima koji žele da njihova fotografija bude prikazana među prvima (Pronk, and Denissen, 2020).

Prema Rosenfeldu i kolegama (Rosenfeld, Thomas, and Hausen, 2019), upoznavanje na internetu skoro potpuno je zamenilo prijatelje kao glavne posrednike u upoznavanju heteroseksualnih parova u SAD. Ovaj trend počinje otprilike posle 1995, a pre toga, nakon Drugog svetskog rata opadaju tradicionalni načini pronalaženja partnera koji podrazumevaju posredstvo drugih poput porodice, suseda ili susreta u crkvi. Na osnovu grafikona prikazanog ispod jasno se vidi nagli porast upoznavanja preko interneta od 2009. godine.

*Grafikon 1. Način upoznavanja heteroseksualnih parova u SAD u odnosu na različite vremenske periode*



Izvor: Rosenfeld, Thomas, and Hausen, 2019.

Prema autorima ove studije (ibid.), postoji nekoliko razloga zbog koji je internet upoznavanje zamenilo upoznavanje preko posrednika. Prvo, broj ljudi na sajtovima za upoznavanje, mnogo je veći nego broj poznanika potencijalnog posrednika u upoznavanju, a samim tim nudi više mogućnosti. Drugo, pojedincima je neprijatno da svoja interesovanja i aktivnosti u vezi sa zabavljanjem dele sa bliskim ljudima poput porodice, a to se najčešće odnosi na pripadnike homoseksualne orijentacije. U tom kontekstu, sajtovi za upoznavanje pružaju određenu dozu diskretnosti i intime. Treće, sajtovi za upoznavanje konstantno

pružaju nove informacije o potencijalnim partnerima, za razliku od posrednika koji najverovatnije poseduju ograničen fond informacija o potencijalnom partneru zbog nemogućnosti stalnog ažuriranja novih informacija. I četvrto, algoritmi za spajanje konstantno unapređuju funkciju podudaranja potencijalnih partnera što deluje povoljno na ljude koji su u potrazi za partnerom.

Sklapanje brakova preko inicijalnog onlajn upoznavanja jeste logična posledica savremenih komunikacionih i tehnoloških trendova, a postoje pretpostavke o tome da je internet uticao na povećanje stope sklopljenih brakova kod pripadnika starosne dobi između 21 i 30 godina, od 1990. godine (Bellou, 2013). U vezi s tim, društveni naučnici počeli su da se bave pitanjima o stabilnosti i uspešnosti na taj način sklopljenih brakova, kao i njihovim razlikama u odnosu na tradicionalne modele sklapanja brakova (Cacioppo et al., 2013). Ovo istraživanje izvršeno je u SAD na uzorku od 19131 građana koji su se venčali u periodu od 2005. do 2012. Prema rezultatima više od jedne trećine sklopljenih brakova započeti su onlajn upoznavanjem, a imali su veće šanse za duži, uspešniji i srećniji odnos od ispitanika koji su sklopili brakove oflajn upoznavanjem (uporedi sa Aditi, 2014). Procenat razvedenih u tom periodu bio je niži kod ispitanika koji su se upoznali onlajn (5,96 %), u odnosu na ispitanike koji su se upoznali posredstvom drugih osoba u oflajn okruženju (7, 67 %).

Uprkos tome što internet važi za mesto gde su normativne granice labavije, istraživanje o očekivanjima u vezi sa rodnim ulogama na internetu koje je sprovedeno u Sloveniji pokazalo je malo drugačije rezultate. Prema Tjaši Žakelj (Žakelj, 2013) koja je izvršila 66 dubinskih intervju sa 34 muškarca i 32 žene o iskustvima internet upoznavanja, tradicionalna očekivanja u vezi sa ulogama roda su učestalija nego što je pretpostavljeno. Ova shvatanja manifestuju se u vidu tradicionalnih očekivanja u vezi sa ženama i ženstvenošću, muškom percepcijom o hijerarhijskom statusu žene, ženskim samopredstavljanjem i naglašavanjem ugleda, kao i muškim neodobravanjem seksualnosti žene.

Iako je najviše istraživanja u vezi sa ovom temom dostupno o američkim i zapadnim evropskim društvima, rasprostranjenost interneta u celom svetu podstiče pretpostavku o tome da se slični trendovi onlajn sparivanja dešavaju u velikom broju država. O tome svedoči i globalna prisutnost sajtova za upoznavanje.

Na primer, trenutno veoma popularna aplikacija sajta za upoznavanje *Tinder* dostupna je u 190 država<sup>4</sup> širom sveta, *Bumble* u 150<sup>5</sup>, *Badoo* u 190 država<sup>6</sup> itd.

Istraživanja na ovu temu u Srbiji su izuzetno retka ali se možemo pozvati na nalaze studije koju je sproveo Petrović 2013. U istraživanju u kome je učestvovalo 1063 ispitanika pokazalo se da je blizu 30% onih koji su se upoznali sa nekim sa interneta ušlo je u jednu ili više emotivnih veza. Ove osobe se u značajnoj meri preklapaju sa onima koji su izjavili da su imali seksualne odnose, ali ovo poklapanje nije apsolutno. Kroz ukrštanje ova dva odgovora došlo se do nalaza da je jedna trećina (34.7%) od onih koji su preneli poznanstva sa interneta u realnost, ušla u seksualnu ili emotivnu vezu sa poznanicima sa interneta. U ukupnom uzorku to je učešće od ravno  $\frac{1}{4}$  ispitanika. Takođe gledano na ukupnom uzorku, pokazalo se da je 6.5% ispitanika bilo u emotivnoj vezi sa osobama koje su upoznali putem interneta. Iako ova cifra ne deluje imponozantno, ne treba zaboraviti da se broj redovnih korisnika interneta u Srbiji za 2012. godinu bio projektovan na blizu 2.7 miliona ljudi (RZS, 2012). Ukoliko bi se pomenutih 6.5% projektovalo na ukupan broj korisnika interneta u Srbiji došli bismo do ne tako male brojke od oko 170 hiljada ljudi koji su u vreme istraživanja bili u emotivnoj vezi zahvaljujući internetu. Ovo ne znači da ovi ljudi inače ne bi bili u emotivnoj vezi, ali ovde je ključna uloga interneta u probijanju strukturalnih ograničenja koja otežavaju uspostavljanje emotivnih veza u realnom okruženju.

Zanimljivo je da se u jednom velikom internacionalnim istraživanju na temu uspostavljanja emotivnih odnosa na internetu došlo do sličnih rezultata (Dutton et al., 2008:9). Po nalazima ove studije, od britanskih parova koji koriste internet i koji su u braku, njih 6% se upoznalo posredstvom interneta. U Australiji ovaj procenat iznosio 9%, dok se u Americi penje na 19% internetom posredovanih bračnih veza (što je u skladu i sa grafikonom 1 za ovaj period). Kada se u sprskom uzorku, ukrste one koji su u braku ili vanbračnoj zajednici sa odgovorom da su još uvek u vezi do koje je došlo nakon poznanstva na internetu, dolazi se do 11% takvih slučajeva, što se okvirno uklapa u nalaze ove internacionalne studije.

<sup>4</sup> Navedeno prema <https://expandedramblings.com/index.php/tinder-statistics/>

<sup>5</sup> Navedeno prema <https://www.businessofapps.com/data/bumble-statistics/>

<sup>6</sup> Navedeno prema <https://www.bustle.com/articles/150147-heres-how-dating-app-badoos-photo-verification-will-wipe-out-catfishing>



## 5. Diskusija

Kao što se iz nalaza ovih istraživanja moglo videti, internet postaje sve važniji posrednik pri uspostavljanju emotivnih i bračnih veza. U nekim zemljama poput SAD on je već postao najvažniji „provodadžija”, ali nesumnjivo da se i druge zemlje postmodernog sveta sve brže kreću u pravcu tehnologizacije izbora emotivnih i bračnih partnera.

Ukoliko ne dođe do nekog dramatičnog antitehnološkog otklona, što je malo verovatno, sva je prilika da će se ovaj trend nastaviti zato što sami korisnici spremno prepuštaju internetu ovu jako važno ulogu iz najmanje nekoliko razloga.

Treba reći da se na otvaranje profila na dejting sajtovima sve manje gleda sa podozrenjem budući da je upotreba Tindera dovela do potpune normalizacije traženja partnera putem za to namenjenih aplikacija. Iako je upotreba Tindera krajnje instrumentalizovana u smislu uspostavljanja seksualnih odnosa koji su u potpunosti ispražnjeni od emotivnih zahteva, sama upotreba aplikacije za nalaženje partnera je na ovaj način destigmatizovana, odnosno, postala deo svakodnevice u digitalnom društvu.

Sledeći važan faktor koji nagoni ljude ka uspostavljanju onlajn veza jeste mogućnost kontrole utiska što im omogućava da plasiraju sliku o sebi koja je bolja u odnosu na onu koji mogu da predstave u realnim uslovima. Prema kvalitativnom istraživanju otkrivene su različite onlajn strategije za privlačenje i odabir partnera koje karakterišu autentično samopredstavljanje, kreiranje zajedničkog konteksta za komunikaciju, prethodno istraživanje informacija o partneru i prilagođavanje posebnom kontekstu komunikacije onlajn upoznavanja (Sharabi, and Dykstra-DeVette, 2018). Na osnovu kvantitativne analize kakvu je omogućila onlajn komunikacije sajtova za upoznavanje, a koja je izvršena u četiri američka grada (Njujork, Boston, Čikago i Sijetl) zaključeno je da i muškarci i žene u proseku traže 25% poželjnije partnere od njih u odnosu na demografske karakteristike i koriste različite strategije razmene poruka sa pojedincima različite poželjnosti (Bruch, and Newman, 2018). Pored toga, novija istraživanja su pokazala da su strategije obmane (na primer laži o ličnim karakteristikama, interesovanjima i preferencijama) veoma česte zbog osiguravanja prvog sastanka. Međutim, efekti obmanjivanja odražavaju se negativno na dalju interakciju i započinjanje dubljeg odnosa (Sharabi, and Caughlin, 2019).

Sledeći, ne manje bitan faktor jeste kontrola mogućih rizika, koja postaje jedna od važnih elemenata za organizaciju svakodnevnih aktivnosti u rizičnom društvu (Bek, 2001). Na osnovu intervjua sa 45 žena starijih od 50 godina kao prednosti internet upoznavanja ispitanice su navele mogućnost proširenja socijalne mreže za prijateljstva i ljubav, kao i mogućnost kontrolisanja tempa i rizika zabavljanja. Potencijalni rizici onlajn upoznavanja jesu sveprisutno laganje, pokušaji finansijskog iskorišćavanja i digitalno (seksualno) nasilje (Vandeweerd et al., 2016).

Još jedan faktor vezan je za same karakteristike i funkcionisanje dejting sajtova. Kao što smo već ukazali, pre svega radi se o specijalizovanim platformama koje okupljaju daleko veći broj potencijalnih partnera nego što bi neko ikada mogao da sretne u stvarnom životu. Zatim, sajtovi za upoznavanje pružaju određenu dozu diskretnosti i intime što je posebno važno za pripadnike seksualnih manjina. Ne manje važno, ove baze pružaju veliki broj informacija o potencijalnim partnerima i ažuriraju se u realnom vremenu, za razliku od tradicionalnih posrednika koji su posedovali ograničen fond informacija o potencijalnom partneru zbog nemogućnosti njihovog stalnog ažuriranja. I na kraju, algoritmi za spajanje konstantno unapređuju funkciju podudaranja potencijalnih partnera što deluje povoljno na ljude koji su u potrazi za partnerom.

Na kraju, još jedna važna stavka kada je reč o privlačnostima interneta za pronalaženje emotivnih i bračnih partnera jeste mogućnost prevazilaženje strukturalnih pukotina (Burt, 2002) na potencijalnom tržištu emotivnih partnera. U praksi to može značiti da neko ko živi u nekom manjem i izolovanom mestu, gde je kroz migratorne procese u velikoj meri smanjen broj potencijalnih emotivnih partnera, sada uz pomoć virtuelnih prostora interneta ima šansu da prevaziđe svoju prostornu izolovanost. Ili neko starijih godina ko, sa druge strane, živi sam u velikom gradu i ko je usled prirodne rutinizacije života sveden na redovne kontakte sa malim brojem osoba, može koristiti virtuelne prostore interneta da se spoji sa osobama koje se nalaze u sličnoj situaciji. Ili, na kraju, neko ko je drugačije seksualne orijentacije od većinske populacije, recimo homoseksualne, može takođe koristiti virtuelna mesta interneta za pronalaženje partnera izbegavajući tako pritiske i osudu sredine u kojoj živi.

## 6. Zaključak

Kao što smo već istakli, niz je faktora koji će učiniti da ono što je trend u SAD tokom narednih decenija postane realnost i u ostalim delovima razvijenog sveta, odnosno, da internet postane ključno mesto za pronalaženje bračnih partnera. Kako uticaji tradicionalnih zajednica i običaja budu slabili, što je proces koji se u Evropi i SAD odvijao još od polovine XIX veka da bi se tokom XX veka proširio planetom, tako će se ljudi sve više okretati digitalnim vezama, kreirajući umrežene zajednice koje će činiti ljudi iz realnog i virtuelnog života. Upravo će ove personalne mreže igrati ključnu ulogu u posredovanju prijateljskim i bračnim vezama. Druga dimenzija ove priče je radikalna – umesto realnih i virtuelnih prijatelja ulogu posrednika će preuzimati tehnologija. Algoritmi koji uređuju i spajaju naše profile na dejting sajtovima biće najvažnije provodačije u digitalnom društvu. Ovo je podjednako ohrabrujuće i zastrašujuće. Ohrabrujuće je zato što će na taj način svako ko koristi internet moći da nađe svoju „srodnu dušu”, što je danas za mnoge samce nedostižan san. Međutim, spontanost ljudske interakcije će biti otežana. Algoritmi će učiniti ono što već čine i u drugim segmentima života – smanjiće slučajnost kao faktor pri izborima. Kao što se u proseku ređe biraju restorani, agencije, majstori, dadilje, lekari koji nemaju (visoke) rejtinge na digitalnim platformama ili Guglu, tako će, da se mi ne mučimo, algoritam sklanjati iz našeg vidokruga sve one koji nisu adekvatni našim preferencijama, ali i rejtingu koji sami nosimo.

Drugim rečima, ako ne mi, onda će naša deca završiti na tržištu budućih bračnih partnera bez mogućnosti da dođu do onih koje je algoritam za uparivanje od njih sakrio. I za njih će to, po svemu sudeći, biti očekivano jer će ih mogućnost da uđu u emotivnu vezu ili brak sa nekim čiji onlajn rejting ne znaju, recimo, sa nekim na koga bi slučajno naleteli u prodavnici ili kafiću, verovatno užasavati, u istoj meri u kojoj nas užasava pomisao da nam roditelji, a da nas niko nije pitao, dovedu budućeg supružnika.

## Literatura

Adamse, Michael, and Sherre Motta (1996). *Online Friendship, Chat-Room Romance and Cybersex. Your Guide to Affairs of the Net*. Deerfield Beach: Health Communications Inc.

- Aditi, Paul (2014). Is online better than offline for meeting partners? Depends: Are you looking to marry or to date? *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 17 (10): 1-4.
- Bauman, Zigmund (2002) "Individually, Together", in Beck U. and Beck-Gernsheim E., (2002), *Individualization*, Sage publications, London, pp. XIV-XXV
- Baym, Nancy (1993). Interpreting soap operas and creating community: Inside a computer-mediated fan culture. *Journal of Folklore Research* 30 (2/3): 143–177.
- Bek, Urlih (2001) *Rizično društvo*, Filip Višnjić, Beograd
- Bellou, Andriana (2013). The impact of internet diffusion on marriage rates: Evidence from the broadband market. *IZA Discussion Papers*. Bonn: Institute for the Study of Labor.
- Blackhart, Ginette, Jennifer Fitzpatrick, and Jessica Williamson (2014). Dispositional factors predicting use of online dating sites and behaviors related to online dating. *Computers in Human Behavior* 33: 113–118.
- Bolding, Grahama, Marka Davis, Grahamb Hart, Lorrainec Sherr, Jonathana Elford (2005) Gay men who look for sex on the Internet: is there more HIV/STI risk with online partners? *AIDS* 19 (9): 961-968.
- Bruch, Elizabeth, and M. E. J. Newman (2018). Aspirational pursuits of mates in online dating markets. Social Sciences. *Science Advances* 4 (8).
- Bull, Sheana, and Mary McFarlane (2000). Soliciting sex on the Internet: what are the risks for sexually transmitted diseases and HIV? *Sexually Transmitted Diseases* 27 (9): 545-550.
- Burt, Ronald (2002) "The Social Capital of Structural Holes", in. Guillen, M., Collins, R., England, P. and Meyer, M. eds., *The New Economic Sociology*, Russel Sage Foundation, New York, pp.148-193
- Cacioppoa, John, Stephanie Cacioppoa, Gian Gonzagab, Elizabeth Ogburnc, and Tyler VanderWeelec (2013). Marital satisfaction and break-ups differ across on-line and off-line meeting venues. *Proceedings of the National Academy of Sciences* 110 (25): 10135-1014.
- Carey, James (2002). A cultural approach to communication. *McQuail's reader in mass communication theory*, 36–45.
- Castells, Manuel (1996). *The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell Publishers.

- Chisom, Okoye (2021) Effects of modern dating applications on healthy of-line intimate relationships during the COVID-19 pandemic: A review of the tinder dating application. *Advances in Journalism and Communication* 9: 12-38.
- Cooper, Alvin, Coralie Scherer, Sylvain Boies, and Barry Gordon (1999). Sexuality on the Internet: From sexual exploration to pathological expression. *Professional Psychology: Research and Practice* 30 (2): 154–164.
- Couch, Danielle, and Pranee Liamputtong (2008). Online dating and mating: The use of the Internet to meet sexual partners. *Qualitative Health Research* 18 (2): 268–79.
- Couch, Danielle; Pranee Liamputtong, and Marian Pitts (2011). Online Daters and the Use of Technology for Surveillance and Risk Management. *International Journal of Emerging Technologies & Society*. 9 (2): 116–134.
- Craig, Robert (2007). Pragmatism in the field of communication theory. *Communication Theory*, 17(2), 125-145.
- Craig Smith. Tinder statistics, user counts, and facts (2021). Preuzeto 29. 6. 2021 sa <https://expandedramblings.com/index.php/tinder-statistics/>
- Curry, David. Bumble Revenue and Usage Statistics (2021)Preuzeto 19. 6. 2021. sa <https://www.businessofapps.com/data/bumble-statistics/>
- Cushman, Donald P. and Dudley D. Cahn. (1985) *Communication in interpersonal relationships*. State Univeristy of New York Press
- Dooring, Nicola. (2002). Studying online-love and cyber-romance. In: Bernard Batinic, Ulf-Dietrich Reips, and Michael Bosnjak (eds). *Online Social Sciences* (pp. 333-356). Switzerland, Germany: Hogrefe & Huber Publishers.
- Ellison, Nicole, Rebecca Heino, and Jennifer Gibbs (2006). Managing impressions online: Self-presentation processes in the online dating environment. *Journal of Computer-Mediated Communication* 11 (2): 415–441.
- Feliciano, Cynthia; Belinda Robnett, and Golnaz Komaie (2008). Gendered racial exclusion among white internet daters. *Social Science Research* 38 (1): 39–54.
- Finkel, Eli, Paul Eastwick, Benjamin Karney, Harry Reis, and Susan Sprecher (2012) Online dating: A critical analysis from the perspective of psychological science. *Psychological Science in the Public Interest* 13 (1): 3-66.
- Fischer, Claude. S (1992) *America Calling-Social History of the Telephone to 1940*. University of California Press, USA

- Gidens, Entoni. (1998) *Posledice modernosti*. Fili Višnjić, Beograd
- Hall, Jeffrey (2014). First comes social networking, then comes marriage? Characteristics of Americans married 2005–2012 who met through social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking* 17 (5): 322–326.
- Heino, Rebecca, Nicole Ellison, and Jennifer Gibbs (2010) Relationshopping: Investigating the market metaphor in online dating. *Journal of Social and Personal Relationships* 27 (4): 427–447.
- Joshi, Gunjan, Sadaf Rais, Mary Ann, and Ishangi Mishra (2021). Online dating – A motivated behaviour during pandemic. *Indian Journal of Health, Sexuality & Culture* 6 (2): 22–32.
- Kang, Tanya, and Lindsay Hoffman (2011). Why would you decide to use an online dating site? Factors that lead to online dating. *Communication Research Reports* 28 (3): 205.
- Khan, Khalid, and Sameer Chaudhry (2017). An evidence-based approach to an ancient pursuit: systematic review on converting online contact into a first date. *Evidence-based Medicine* 20 (2): 48–56.
- Kreager, Derek, Shannon Cavanagh, Yohn Yen, and Mo Yu (2014). Where have all the good men gone? Gendered interactions in online dating. *Journal of Marriage and Family* 76 (2): 387–410.
- Lin, Ken-Hou, and Jennifer Lundquist (2013). Mate selection in cyberspace: The intersection of race, gender, and education. *American Journal of Sociology* 119 (1): 183–215.
- Manago, Adriana, Michael Graham, Patricia Greenfield, and Goldie Salimkhan (2008). Self-presentation and gender on MySpace. *Journal of Applied Developmental Psychology* 29 (6): 446–458.
- Matković, Antonia i Ivan Landripet (2015). Pronalazak partnera u virtualnom svijetu: motivi i psihosocijalna obilježja korisnika internetskih servisa za upoznavanje u Hrvatskoj. *Revija za sociologiju* 45 (2015), 1: 37–67.
- Mazanderani, Fadhila (2012). An ethics of intimacy: Online dating, viral-sociality and living with HIV. *BioSocieties* 7 (4): 393–409.
- Orchard, Treena (2019). Online dating sites. In: Lykins Amy (ed.) *Encyclopedia of Sexuality and Gender*. Springer, Cham.
- Parks, Malcolm, and Kory Floyd (1996). Making Friends in Cyberspace. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 1 (4).

- Pejković, Kristina (2019). Socijalna dramaturgija i onlajn samopredstavljanje: studija slučaja Dark Fetish Mreže. *Sociologija* 61 (4): 617-630.
- Petrović, Dalibor (2008). *U međumrežju – Internet i novi obrasci društvenosti*. Beograd: SF i ISIFF.
- Petrović, Dalibor (2009). Internet u funkciji personalnog umrežavanja. *Sociologija* 51 (1): 23–45.
- Petrović, Dalibor (2013). *Društvenost u doba interneta*. Novi Sad: Akademska knjiga.
- Phlegar, Phyllis (1996). *Love Online: A Practical Guide to Digital Dating*. Cambridge: Addison Wesley Longman
- Potarca, Gina, and Melinda Mills (2015). Racial preferences in online dating across european countries. *European Sociological Review* 31 (3): 326–341.
- Pronk, Tila, and Jaap Denissen (2020). A rejection mind-set: Choice overload in online dating. *Social Psychological and Personality Science* 11 (3): 388-396.
- Rege, Aunshul (2009) What's love got to do with It? Exploring online dating scams and identity fraud. *International Journal of Cyber Criminology* 3 (2): 494–512.
- Robinson, Brandon (2017). Doing sexual responsibility: HIV, risk discourses, trust, and gay men interacting online. *Sociological Perspectives* 61 (3): 383–398.
- Robnett, Belinda, and Cynthia Feliciano (2011). Patterns of racial-ethnic exclusion by Internet daters. *Social Forces* 89 (3): 807–828.
- Rosenfeld, Michael, and Reuben Thomas (2012). Searching for a mate: The rise of the Internet as a social intermediary. *American Sociological Review*.
- Rosenfeld, Michael, Reuben Thomas, and Sonia Hausen (2019). Disintermediating your friends: How online dating in the United States displaces other ways of meeting. *Proceedings of the National Academy of Sciences* 116 (36) 17753-17758.
- Sharabi, Liesel, and John Caughlin (2019). Deception in online dating: Significance and implications for the first offline date. *New Media & Society* 21 (1): 229–247.
- Sharabi, Liesel, and Tiffany Dykstra-DeVette (2018) From first email to first date: Strategies for initiating relationships in online dating. *Journal of Social and Personal Relationships* 36 (11-12): 3389-3407.

- Shaw, David (1997). Gay men and computer communication: A discourse of sex and identity in cyberspace. In: Jones, Steven (ed.), *Virtual Culture. Identity and Communication in Cybersociety*, pp. 133-145. London: Sage.
- Silajdžić, L., and Dudić, A. (2020). Mladi i ovisnost o informacijsko-komunikacijskim tehnologijama – internet, društvene mreže i mobilni telefoni. *CM: Communication and Media* 15 (47): 57-84.
- Slater, Dan (2015). *Love in the time of algorithms: What technology does to meeting and mating*. New York: Penguin.
- Toglia, Michelle (2016). Here's how dating app Badoo's photo verification will wipe out catfishing. Bustle, preuzeto 30. 6. 2021. sa <https://www.bustle.com/articles/150147-heres-how-dating-app-badoos-photo-verification-will-wipe-out-catfishing>
- Toma, Catalina (2013). Feeling better but doing worse: Effects of Facebook self-presentation on implicit self-esteem and cognitive task performance. *Media Psychology* 16 (2): 199-220.
- Toma, Catalina, and Jeffrey Hancock (2010). Looks and lies: The role of physical attractiveness in online dating self-presentation and deception. *Communication Research* 37 (3): 335–351.
- Turkle, Sherry (1994). Constructions and reconstructions of self in virtual reality: playing in the MUDs. *Mind, Culture, and Activity* 1 (3): 158–167.
- Turkle, Sherry (1995). *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon and Schuster.
- Vandeweerd, Carla, Myers, Jaime Coulter, Ali Yalcin and Jaime Corvin (2016). Positives and negatives of online dating according to women 50+. *Journal of Women and Aging* 28 (3) 259–270.
- Wei, Shu (2019). The geography of love: Decoding the spatial pattern and digital self in chinese online courtship. arXiv: Applications.
- Xia, Peng, Shuangfei Zhai, Benyuan Liu, Yizhou Sun, and Cindy Chen (2015). Reciprocal recommendation system for online dating. *Proceedings of the 2015 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining*, Pariz.
- Žakelj, Tjaša (2013). Online upoznavanje i ugled žene: Rodna očekivanja na netradicionalnom tržištu partnerstva i braka – slučaj Slovenije. *Sociologija* LVI (1): 1-21.



**Dalibor Petrović**

Faculty of Transport and Traffic Engineering, University of Belgrade

**Kristina Pejaković**

Center for Sociological Research, University of Novi Sad

## THE INTERNET AS MARRIAGE MIDDLEMAN: NEW PATTERNS OF LOVE AFFAIRS IN XXI CENTURY

**Summary:** *The basic assumption of this paper is that the Internet has taken on a “matchmaking role” in creating emotional and marital relationships that are determined with matching algorithms on the one hand, and virtual dating on the other. Therefore, our goal is to examine the basic social factors that contributed to the Internet’s role in this regard. Accordingly, we will consider the potential consequences of such a transformation. First, we will analyze broader social processes that lead to the extraction of people from primary and direct relationships and to their re-rooting with the help of technological intermediaries. In this way, new communities based on the network principle are re-created, with the consequences of the building of friendly and emotional relationships. A revolutionary change of Internet technology is the possibility of making close connections with people who did not know each other before. In this regard, we will analyze the circumstances that led to the sphere of intimate relations becoming the most technologically mediated social sphere in the 21st century, because the Internet has become an irreplaceable, possible sovereign middleman of love affairs. The conclusion is that algorithms, not the “game of fate”, will determine who will produce offspring with whom, in the future.*

**Keywords:** *Internet, marriage, mediation, dating sites, online communities.*