

FACEBOOK ADDICTION AND SATISFACTION WITH RELATIONSHIP STATUS

UZALEŻNIENIE OD FACEBOOKA A SATYSFAKCJA ZE STATUSU ZWIĄZKU

ABSTRACT

This study aimed to evaluate the relationship between Facebook addiction and satisfaction with the relationship status. The online study involved 105 participants between the age of 18–36 ($M = 24.31$, $SD = 3.35$), including 63 women and 42 men. The participants completed the Bergen Facebook Addiction Scale (BFAS; Andreassen, Torsheim, Brunborg, Pallesen, 2012) in Polish adaptation by Charzyńska and Góźdz (2014) and the Satisfaction with Relationship Status Scale (ReSta; Lehmann et al., 2015) in Polish adaptation by Adamczyk (2019). Correlation analysis was carried out between Facebook addiction and satisfaction with the relationship status. Correlation between variables was statistical significant. The findings revealed the existing link between Facebook addiction and status satisfaction. It is need of the future research in this area, among others replication of the study on the bigger respondents group.

STRESZCZENIE

Głównym celem przeprowadzonych badań było określenie związku pomiędzy uzależnieniem od Facebooka a satysfakcją ze statusu związku. W badaniu online wzięło udział 105 osób w wieku 18–36 lat ($M = 24,31$; $SD = 3,35$): 63 kobiety i 42 mężczyzn. Osoby badane wypełniły ankiety oparte na skali Bergen Facebook Addiction Scale (BFAS; Andreassen, Torsheim, Brunborg, Pallesen, 2012) w polskiej adaptacji Edyty Charzyńskiej i Joanny Góźdz (2014) oraz Skali Satysfakcji ze Statusu Związku (ReSta;

Lehmann i in., 2015) w polskiej adaptacji Katarzyny Adamczyk (2019). Przeprowadzono analizę korelacji między zmienną uzależnienie od Facebooka a zmienną satysfakcją ze statusu związku. Korelacja ta okazała się istotna statystycznie. Wyniki wskazują na istnienie związku między uzależnieniem od Facebooka a satysfakcją ze statusu związku. Istnieje potrzeba dalszych badań w tym obszarze, m.in. warto dokonać replikacji badania na większej grupie osób.

KEYWORDS: *Facebook, social media, satisfaction with relationship status, Facebook addiction, romantic relationships.*

SŁOWA KLUCZOWE: *Facebook, media społecznościowe, satysfakcja ze statusu związku, uzależnienie od Facebooka, związki romantyczne.*

WPROWADZENIE

Portale społecznościowe (ang. *social networking sites* – SNS), takie jak Facebook, Snapchat czy Instagram, stały się fenomenem na skalę światową, angażując w korzystanie z nich miliony użytkowników. Jak wynika z danych raportu Digital na rok 2019, Facebook zajmuje trzecie miejsce wśród stron najchętniej odwiedzanych przez Polaków. Przyciągając średnio 540,1 mln odwiedzających miesięcznie, jest również niewątpliwym faworytem wśród portali społecznościowych używanych w Polsce (Kemp, 2019). Szereg możliwości oferowanych przez wskazany serwis społeczny sprawia, że trudno się dziwić, że tak dużą popularnością cieszy się on wśród osób na całym świecie. Pozwalając na szybki i łatwy kontakt z innymi ludźmi, także tymi oddalonymi od nas o tysiące kilometrów, Facebook jest miejscem powstawania nowych znajomości oraz pielęgnowania aktualnych związków o charakterze zarówno platonicznym, jak i romantycznym. Ponadto umożliwia dowolne kreowanie wirtualnego wizerunku poprzez selektywne udostępnianie informacji na własny temat, publikowanie przemyśleń oraz wstawianie zdjęć. Dzięki dostępności na wielu przenośnych urządzeniach, takich jak laptopy, tablety, telefony, a nawet zegarki, można z niego korzystać niezależnie od miejsca czy czasu. Tym samym Facebook staje się nieodłączną i niezastąpioną częścią codzienności dla znaczącej części społeczeństwa (Katolicki Uniwersytet Lubelski, 2018).

Wraz z dynamicznym rozwojem technologii pozwalającej na coraz to większą ingerencję tego portalu w życie jego użytkowników istotnie wzrasta potrzeba identyfikacji czynników związanych z problematycznym korzystaniem z tej

witryny. Cecilie Andreassen oraz Stale Pallesen (2014) zdefiniowali uzależnienie od mediów społecznościowych (do których zalicza się Facebooka) jako:

bycie nader przejętym SNS [przyp. serwisami społecznościowymi],
bycie kierowanym przez silną motywację do zalogowania się albo
użycia SNS oraz przeznaczenie takiej ilości czasu i wysiłku dla SNS,
że wyrządza to krzywdę innym aktywnościom społecznym, nauce/
pracy, związkom międzyludzkim, i/lub zdrowiu psychicznemu
oraz dobrostanowi (tamże, s. 4054).

Temat negatywnych konsekwencji uzależnienia od Facebooka jest chętnie podejmowany w publikacjach zagranicznych, zarówno pozanaukowych, jak i naukowych, jednak w bardzo ograniczonym zakresie pojawia się on w polskiej literaturze psychologicznej. Zagraniczne publikacje dostarczają dowodów na istnienie zależności np. między nadmiernym korzystaniem z Facebooka a niebezpieczeństwem uzależnienia od wspomnianego serwisu (Charzyńska, Góźdź, 2014), podwyższonym poziomem samotności (Kim, Peng, Larose, 2009), samooceną (Andreassen, Pallesen, Griffiths, 2017) oraz dokonywaniem negatywnych porównań społecznych (de Vries, Kühne, 2015). Dotychczasowe badania zwracają również uwagę na to, w jaki sposób problematyczne korzystanie z Facebooka może wpływać na relacje romantyczne jego użytkowników. W tym zakresie odkryto m.in. istotny związek pomiędzy dysfunkcyjnym korzystaniem z Facebooka a utratą uczuć do partnera/partnerki, zakończeniem związku/małżeństwa, zachowaniami związanymi ze zdradą (Abassi, 2018; Abbasi, 2019; Clayton, Nagurney, Smith, 2013) oraz z obniżeniem satysfakcji ze związku (Elphinston, Noller, 2011; Hammond i Chou, 2016).

W świetle przedstawionych badań uzasadnione wydaje się założenie, że uzależnienie od Facebooka może nieść pewne niebezpieczeństwa dla wszystkich jego użytkowników, zarówno dla tych będących aktualnie w związku romantycznym, jak i dla osób nieposiadających partnera/partnerki. Znikoma liczba polskojęzycznych prac naukowych, w przypadku zarówno uzależnienia od Facebooka, jak i satysfakcji ze statusu związku, czyli konstruktów odnoszącego się do zadowolenia z posiadania lub nieposiadania partnera/partnerki (Lehmann i in., 2015), oraz skala zainteresowania, z jakim kwestie te spotykają się w nienaukowych publikacjach, stała się dla autorek motorem przeprowadzenia

badania, które mogłyby pozwolić na wzbogacenie wiedzy w tym zakresie. Reasumując, celem poniższej pracy jest stwierdzenie, czy istnieje zależność pomiędzy uzależnieniem od Facebooka a satysfakcją ze statusu związku.

PROBLEMY BADAWCZE I HIPOTEZY

Celem badań było sprawdzenie, czy uzależnienie od Facebooka powiązane jest z satysfakcją z aktualnego statusu związku. W związku z tym przyjęto następującą hipotezę badawczą:

Istnieje związek pomiędzy uzależnieniem od Facebooka a satysfakcją ze statusu związku, polegający na tym, że im wyższe jest uzależnienie od Facebooka, tym niższa jest satysfakcja ze statusu związku.

Hipoteza ta opiera się na wynikach wcześniejszych badań. Liczne badania wskazują, że uzależnienie od Facebooka może mieć negatywne konsekwencje dla związku (Clayton, Nagurney, Smith, 2013; Elphinston, Noller, 2011; Hammond, Chou, 2016). W tym zakresie m.in. Rachel Elphinston i Patricia Noller (2011) przedstawiły przekonujące dowody na istnienie negatywnej relacji pomiędzy nadmiernym przywiązaniem do Facebooka a satysfakcją ze związku, na którą wpływa romantyczna zazdrość i zachowania związane z monitorowaniem aktywności partnera/partnerki na Facebooku. Potencjał Facebooka do podwyższania poziomu zazdrości w związkach został udokumentowany również przez Amy Muise i in. (2009). W innych badaniach (Hammond, Chou, 2016) zaobserwowano zależność pomiędzy długością czasu posiadania konta na Facebooku a skłonnością do dostrzegania wad u partnera/partnerki oraz wskazano, że osoby wykazujące większą aktywność na Facebooku czerpały istotnie mniej satysfakcji ze swojego związku.

Warto w tym miejscu podkreślić, że Adamczyk (2019) odnotowała silną pozytywną korelację pomiędzy satysfakcją ze związku a satysfakcją ze statusu. Oferowany przez Facebook łatwy dostęp do innych ludzi może stanowić zagrożenie dla osób w związku, oferując platformę potencjalnych alternatyw dla obecnego partnera/partnerki (Abassi, 2018). Dodatkowo w badaniach przeprowadzonych w 2013 r. przez Russella B. Claytona,

Alexandra Nagurneya i Jessiki R. Smith udało się potwierdzić hipotezę, iż częste korzystanie z Facebooka może negatywnie odbić się na związku, będąc źródłem konfliktu, który może doprowadzić do zdrady, zerwania lub rozwodu. Przytoczone wyniki zostały jednak zaobserwowane jedynie w grupach par, które były w związku od stosunkowo krótkiego czasu. Równie niepokojące jest to, że nałogowemu korzystaniu z Facebooka może towarzyszyć destrukcyjna dla relacji utrata uczuć (Abbasi, 2018).

METODA

Uczestnicy badania

W badaniu wzięło udział 105 osób między 18. a 36. rokiem życia ($M = 1,4$; $SD = 0,49$). Cała próba zadeklarowała posiadanie konta w serwisie Facebook. Większą część ankietowanych, czyli 60% wszystkich respondentów, stanowiły kobiety (63 osoby). Pozostałych 42 uczestników to mężczyźni (40%). Grupa była zróżnicowana pod względem rodzaju uzyskanego wykształcenia: 51 osób deklaroowało status studenta (48,6%), 40 osób wykształcenie wyższe (38,1%), 7 osób średnie (6,7%), 4 osoby gimnazjalne (3,8%) oraz 3 osoby zasadnicze zawodowe (2,9%). Posiadanie partnera/partnerki zadeklarowało 61 osób (58,10%), natomiast 44 osoby (41,90%) nie miały partnera/partnerki. Dokładnie 101 osób (96,2%) zadeklarowało chęć posiadania w przyszłości partnera/partnerki. Największą część ankietowanych stanowiły osoby deklarujące się jako kawalerowie/panny – były to 44 osoby (41,90%). Dane dotyczące osób badanych przedstawiono w tab. 1.

Tabela 1.

Dane dotyczące osób badanych

Zmienna	Cała grupa osób badanych N = 105		Kobiety N = 63		Mężczyźni N = 42		Osoby w związku N = 61		Osoby żyjące w pojedynkę N = 44	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
Uzależnienie od Facebooka	15,70	4,96	15,18	4,77	16,48	5,18	14,98	4,76	16,68	5,11
Satysfakcja ze statusu związku	14,83	5,09	15,65	4,79	13,60	5,35	17,57	3,37	11,02	4,63

M – mediana; SD – odchylenie standardowe

Źródło: opracowanie własne.

Procedura badania

Po utworzeniu ankiety poprzez stronę Google.pl link z odniesieniem do formularza został rozesłany wśród internautów poprzez aplikację Messenger. Badanie było także dostępne na portalu Facebook. Przystąpienie do wypełniania zestawu internetowych kwestionariuszy wymagało potwierdzenia pełnoletniości, związanego ze świadomym wyrażeniem zgody na badanie. Uczestników poinformowano o anonimowości oraz możliwości przerwania wypełniania ankiety w dowolnym momencie. Uzyskano 110 wypełnionych zestawów kwestionariuszy. Pięć egzemplarzy zostało błędnie lub częściowo wypełnionych, co spowodowało ich odrzucenie. Osoby badane odpowiadały na pytania zawarte w skalach Satisfaction with Relationship Status Scale i Bergen Facebook Addiction Scale oraz wypełniły Kwestionariusz Danych Osobowych, opracowany na potrzeby badania.

Narzędzia

W badaniu użyto następujących narzędzi badawczych:

1. *Satisfaction with Relationship Status Scale* (ReSta; Lehmann i in., 2015) w polskiej adaptacji Adamczyk (2019). Narzędzie to składa się z pięciu pytań, na które osoba badana odpowiada, używając 4-stopniowej skali, gdzie: 0 oznacza „wcale”, zaś 3 – „w dużym stopniu”. Obliczanie wyników polega na zsumowaniu punktów (po dokonaniu zdekodowania drugiej pozycji) otrzymanych za każdą pozycję testową. Wyższe wyniki wskazują na większą satysfakcję ze statusu związku. Wskaźnik rzetelności alfa Cronbacha dla badanej próby wyniósł 0,96.
2. *Bergen Facebook Addiction Scale* (BFAS; Andreassen, Torsheim, Brunborg, Pallesen, 2012) w polskiej adaptacji Charzyńskiej i Góźdz (2014). Wypełnienie narzędzia wymaga udzielenia odpowiedzi na sześć pytań rozpoczynających się frazą „Jak często w ciągu ostatniego roku...”. Odpowiadając, badany korzysta z 5-stopniowej skali, zaczynającej się od 1 („bardzo rzadko”), a kończącej na 5 („bardzo często”). Podane w każdym pytaniu cyfry sumuje się. Wyższe wyniki wskazują wyższe prawdopodobieństwo wystąpienia uzależnienia od Facebooka. Wskaźnik rzetelności alfa Cronbacha dla badanej próby wyniósł 0,82.

3. *Kwestionariusz Danych Osobowych* (KDO) został opracowany w celu zebrania danych osobowych, takich jak płeć, wiek, rodzaj wykształcenia, kierunek studiów, status związku, długość związku lub życia w pojedynkę oraz chęć posiadania w przyszłości partnera/partnerki. Osoba badana mogła udzielić odpowiedzi poprzez wybranie jednej z dostępnych opcji lub w przypadku niektórych pytań (np. kierunek studiów) wpisać własną odpowiedź.

WNIOSKI

Plan statystycznej analizy danych

W pierwszym kroku analiz statystycznych obliczono podstawowe statystyki opisowe zmiennych w badaniu. W drugim kroku analiz, w celu określenia, czy istnieje związek pomiędzy zmienną uzależnienie od Facebooka a zmienną satysfakcja ze statusu związku, obliczono wartość współczynnika korelacji r Pearsona między wymienionymi zmiennymi. Wszystkie analizy statystyczne przeprowadzone zostały przy użyciu pakietu IBM SPSS Statistics z przyjętym poziomem istotności $p = 0,05$.

Statystyczny opis uzyskanych wyników

Statystyki opisowe zmiennych analizowanych w badaniu przedstawiono w tab. 2.

Tabela 2.

Statystyki opisowe zmiennych w badaniu

Zmienna	N	M	SD	Skośność / kurtoza α
Uzależnienie od Facebooka	105	15,70	4,96	0,07–0,71 / 0,96
Satysfakcja ze statusu związku	105	14,83	5,09	-0,54–1,07 / 0,82

Źródło: opracowanie własne.

Korelacje między zmiennymi

Zasadnicza analiza statystyczna obejmowała analizę korelacji między zmiennymi w badaniu. Korelacja r Pearsona między zmienną uzależnienie od Facebooka a zmienną satysfakcja ze statusu związku wyniosła $r = -0,429$ oraz jest istotna na poziomie $p < 0,05$. Korelacja między zmiennymi jest więc umiarkowana i ujemna, co oznacza, że między uzależnieniem od Facebooka a satysfakcją ze statusu związku istnieje zależność taka, że im wyższy poziom uzależnienia od Facebooka, tym niższy poziom satysfakcji ze statusu związku.

PODSUMOWANIE

Celem badania było stwierdzenie, czy istnieje zależność pomiędzy uzależnieniem od Facebooka a satysfakcją ze statusu związku. Postawiono hipotezę, iż im wyższe jest uzależnienie od Facebooka, tym niższa jest satysfakcja ze statusu związku. Przeprowadzone analizy ujawniły, iż badanym, którzy osiągnęli wysokie wyniki na skali uzależnienia od Facebooka, towarzyszyły niskie wyniki na skali satysfakcji ze statusu związku. Oznacza to, że osoby korzystające z tego portalu w sposób problematyczny są mniej zadowolone ze statusu związku.

Dotychczasowe badania wskazują na obniżenie satysfakcji ze związku w przypadku problematycznego korzystania z mediów społecznościowych (Elphinston i Noller, 2011; Mojaz, Paydar, Ebrahimi, 2015). Homaie Mojaz, Zoghi Paydar oraz Halpern Ebrahimi (2015) przebadali 220 studentów będących w związku małżeńskim i odkryli negatywną korelację pomiędzy uzależnieniem od Internetu lub używaniem Facebooka a satysfakcją małżeńską. W tym samym badaniu dowiedziono również, że problematyczne korzystanie z nowych mediów może być predyktorem nie tylko niższej satysfakcji z małżeństwa, ale również emocjonalnego odseparowania się od współmałżonka (Mojaz, Paydar, Ebrahimi, 2015). Co więcej, skłonność do nadużywania portali społecznościowych może wiązać się ze zwiększonym ryzykiem zdrady (Abbasi, 2019).

Częste odwiedzanie Facebooka może także dodatkowo komplikować życie jego użytkowników, wpływając na odczuwanie zazdrości, która napędza dalsze przeglądanie profilu partnera/partnerki (Muisse, Christofides, Desmarais, 2009). Opisane zachowania mogą mieć istotne implikacje dla relacji twarzą w twarz z partnerem/partnerką, przyczyniając się do obniżonej satysfakcji

czerpanej z relacji romantycznej (Elphinston i Noller, 2011). Równie ważne jest to, że kompulsywne korzystanie z mediów społecznościowych ogranicza czas, który mógłby być poświęcony na intymne relacje. Badacze tacy jak Junghyun Kim, Robert Larose i Wei Peng (2009) wskazują, że Facebook z jednej strony jest narzędziem do radzenia sobie z samotnością powodowaną brakami w umiejętnościach społecznych, a z drugiej – preferowanie kontaktów online sprawia, że użytkownicy dalej odczuwają samotność, zaniedbując kontakty twarzą w twarz. Tymczasem wspólnie spędzany czas (szczególnie w pierwszych etapach małżeństwa) jest niezwykle istotny dla zadowolenia ze związku małżeńskiego, co zostało potwierdzone empirycznie przez Matthew Johnsona i Jareda Andersona (2013).

Z dotychczasowych badań wynika również, że kontakt z wyidealizowanymi obrazami innych użytkowników poprzez oglądanie zdjęć czy czytanie postów może prowokować do negatywnych porównań społecznych, które z kolei mogą mieć ujemny wpływ na funkcjonowanie użytkownika portalu, prowadząc do stanów depresyjnych (Steers, Wickham, Acitelli, 2014). Istnieją natomiast dowody empiryczne przemawiające za tym, że tendencja do porównywania się z innymi parami może mieć negatywny wpływ na ocenę zadowolenia ze związku (Smith LeBeau, Buckingham, 2008). Powstała w ten sposób atmosfera wydaje się sprzyjać zaognianiu się konfliktów (Gonzalez-Rivera, Hernández, 2019), ułatwia zdradę, dzięki temu że portal oferuje m.in. dostęp do alternatywnych partnerów/partnerek, a nawet może prowadzić do rozpadu związku (Abbasi, Alghamdi, 2018; Abbasi, 2019; Clayton, Nagurney, Smith, 2013).

Wyniki omówionych badań nie są wolne od ograniczeń. Po pierwsze, jednym z czynników ograniczających poniższe badanie jest wielkość badanej grupy, która liczyła jedynie 105 osób. W związku z tym istnieje prawdopodobieństwo, że w badanej próbie niewidoczne pozostały fenomeny obecne w rzeczywistej populacji, co prowadzi do zafałszowania otrzymanych wyników. Różnorodność grupy została dodatkowo zmniejszona przez sposób zbierania danych, w tym specyficzność grup, którym została udostępniona ankieta (były to głównie grupy zrzeszające studentów). W ten sposób ograniczony został dostęp do osób o innym wykształceniu niż wyższe czy o statusie innym niż status studenta. Odzwierciedla się to w wynikach, które wskazują, że wykształcenie średnie posia-

dało jedynie 6,7% badanych, gimnazjalne 3,8%, a zasadnicze zawodowe 2,9%. Istnieje możliwość, że osoby o niższym wykształceniu odpowiadałyby na zadane pytania inaczej niż te z wykształceniem wyższym, a tym samym zmieniłby się rozkład wyników w badaniu. Dodatkowo kobiety stanowiły aż 60% badanych, co może jednak wiązać się z faktem, że to one stanowią w Polsce najliczniejszą grupę użytkowników Facebooka (*Facebook users in Poland...*, 2019).

Po drugie, w niewielkim stopniu poniższa praca mówi o rzeczywistym wystąpieniu uzależnienia od Facebooka, ponieważ średni wynik przebadanej pod tym kątem grupy wypada jako umiarkowany ($M = 15,70$). Można przypuszczać, że również w tym przypadku istotnym czynnikiem wpływającym na jakość pozyskanych danych była wielkość grupy badawczej. Warto też zauważyć, że do określenia stopnia uzależnienia użyta została forma samoopisu, która podatna jest na zafałszowanie ze strony wypełniającego.

Po trzecie, osoby badane w wieku od 18. do 36. roku życia są na różnych etapach rozwojowych, a zatem posiadają różne doświadczenia życiowe, które w odmienny sposób mogą wpływać na ich satysfakcję ze związku.

Po czwarte, należy pamiętać, że przeprowadzone badanie jest jedynie badaniem korelacyjnym. Nie uprawnia zatem do mówienia o związku przyczynowo-skutkowym między zmiennymi. Uzyskane dane nie rozstrzygają więc, czy to wysoki poziom uzależnienia od Facebooka wpływa na obniżenie satysfakcji ze statusu związku, czy może zależność ta jest odwrotna.

Celem przyszłych badań warto byłoby zatem uczynić analizę tego, czy to uzależnienie od Facebooka powoduje obniżenie satysfakcji ze statusu związku, czy może niskie zadowolenie z aktualnego statusu związku prowadzi do kompulsywnego korzystania z tego medium. Warto także sprawdzić, czy opisywane wyniki uda się potwierdzić na większej grupie osób badanych, która byłaby bardziej homogeniczna pod względem wieku i zawierała większą liczbę osób rzeczywiście uzależnionych od Facebooka. Dodatkowo w przyszłych badaniach warto byłoby zbadać inne zmienne poza satysfakcją ze statusu związku, takie jak zazdrość romantyczna. Uwzględnienie tej zmiennej w przyszłych badaniach jest wskazane, gdyż związek między uzależnieniem od Facebooka a zazdrością romantyczną, która z kolei wpływa na obniżenie satysfakcji ze związku, został udowodniony w wielu badaniach empirycznych (Elphinston, Noller, 2011; Muise, Christofides, Desmarais, 2009).

Bibliografia

- Abbasi, I.S., Alghamdi, N.G. (2018). *The pursuit of romantic alternatives online: Social media friends as potential alternatives*, „Journal of Sex & Marital Therapy”, No. 44(1), s. 16–28. ISSN 1521-0715.
- Abbasi, I.S. (2018). *The link between romantic disengagement and Facebook addiction: Where does relationship commitment fit in?*, „The American Journal of Family Therapy”, No. 46(4), s. 375–389. doi: 10.1080/01926187.2018.1540283.
- Abbasi, I.S. (2019). *Social media addiction in romantic relationships: does user's age influence vulnerability to social media infidelity?*, „Personality and Individual Differences”, No. 139, s. 277–280. doi: 10.1016/j.paid.2018.10.038.
- Adamczyk, K. (2019). *Development and validation of a Polish-language version of the Satisfaction with Relationship Status Scale (ReSta)*, „Current Psychology”, No. 38, s. 8–20. doi: 10.1007/s12144-017-9585-9.
- Andreassen, C.S., Pallesen, S. (2014). *Social network site addiction – an overview*, „Current Pharmaceutical Design”, No. 20(25), s. 4053–4061. doi: 10.2174/13816128113199990616.
- Andreassen, C.S., Pallesen, S., Griffiths, M.D. (2017). *The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey*, „Addictive Behaviors”, No. 64, s. 287–293. doi: 10.1016/j.add-beh.2016.03.006.
- Andreassen, C.S., Torsheim, T., Brunborg, G.S., Pallesen, S. (2012). *Development of Facebook Addiction Scale*, „Psychological Reports”, nr 110(2), s. 501–517. doi: 10.2466/02.09.18.PR0.110.2.501-517.
- Charzyńska, E., Gózdź, J. (2014). *W sieci uzależnienia. Polska adaptacja Skali Uzależnienia od Facebooka (the Bergen Facebook Addiction Scale) C.S. Andreassen, T. Torsheima, G.S. Brunborga i S. Pallesen*, „Chowanna”, nr 1(42), s. 163–186. ISSN 0137-706X.
- Clayton, R.B., Nagurney, A., Smith, J.R. (2013). *Cheating, breakup, and divorce: Is Facebook use to blame?*, „Cyberpsychology, Behavior and Social Networking”, nr 16(10), s. 717–720. doi: 10.1089/cyber.2012.0424.
- de Vries, D.A., Kühne, R. (2015). *Facebook and self-perception: individual susceptibility to negative social comparison on Facebook*, „Personality and Individual Differences”, nr 86, s. 217–221. doi: 10.1016/j.paid.2015.05.029.
- Elphinston, R.A., Noller, P. (2011). *Time to face it! Facebook intrusion and the implications for romantic jealousy and relationship satisfaction*, „Cyberpsychology, Behavior and Social Networking”, nr 14(11), s. 631–635. doi: 10.1089/cyber.2010.0318.
- Facebook users in Poland – October 2019*. (2019), <https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-poland/2019/10> (dostęp: 12.11.2019).

- González-Rivera, J.A., Hernández-Gato, I. (2019). *Conflicts in romantic relationships over Facebook use: Validation and psychometric study*, „Behavioral Sciences”, nr 9(2), s. 1–18. doi:10.3390/bs9020018.
- Hammond, R., Chou, H.G. (2016). *Using Facebook: Good for friendship but not so good for intimate relationships*. W: G. Riva, B.K. Wiederhold, P. Cipresso (red.), „*The Psychology of Social Networking: Personal Experience in Online Communities*”, t. 1, s. 41–51, Warszawa: Versita. doi: 10.1515/9783110473780.
- Johnson, M.D., Anderson, J.R. (2013). *The longitudinal association of marital confidence, time spent together, and marital satisfaction*, „Family Process”, nr 52(2), s. 244–256. ISSN 1545-5300.
- Katolicki Uniwersytet Lubelski. (2018). *Funkcjonowanie emocjonalne a uzależnienie od Facebooka oraz jego związku ze zdrowiem psychicznym*, Lublin: Katolicki Uniwersytet Lubelski, <https://www.kbpn.gov.pl/portal?id=1768880> (dostęp: 9.10.2019).
- Kemp, S. (2019). *Digital 2019: Poland*, <https://datareportal.com/reports/digital-2019-poland> (dostęp: 14.03.2019).
- Kim, J., Larose, R., Peng, W. (2009). *Loneliness as the cause and the effect of problematic Internet use: The relationship between Internet use and psychological well-being*, „Cyberpsychology & Behavior: the impact of the Internet, multimedia and virtual reality on behavior and society”, No. 12(4), s. 451–455. doi: 10.1089/cpb.2008.0327.
- Lehmann, V. i in. (2015). *Satisfaction with relationship status: Development of a new scale and the role in predicting well-being*, „Journal of Happiness Studies”, No. 16(1), s. 169–184. doi: 10.1007/s10902-014-9503-x.
- Mojaz, Z.H., Paydar, M.R.Z., Ebrahimi, M.E. (2015). *The relationship between the Internet addiction and the use of Facebook with marital satisfaction and emotional divorce among married university students*, „Indian Journal of Fundamental and Applied Life Sciences”, No. 5(3), s. 709–717. ISSN 2231-6345.
- Muise, A., Christofides, E., Desmarais, S. (2009). *More information than you ever wanted: Does Facebook bring out the green-eyed monster of jealousy?*, „CyberPsychology & Behavior: The impact of the Internet, multimedia, and virtual reality on behavior and society”, No. 12(4), 441–444. doi: 10.1089/cpb.2008.0263.
- Smith LeBeau, L., Buckingham, J. (2008). *Relationship social comparison tendencies, insecurity, and perceived relationship quality*, „Journal of Social and Personal Relationships”, No. 25(1), s. 71–86. doi: 10.1177/0265407507086806.
- Steers, M.N., Wickham, R.E., Acitelli, L.K. (2014). *Seeing everyone else's highlight reels: How Facebook usage is linked to depressive symptoms*, „Journal of Social and Clinical Psychology”, No. 33(8), s. 701–731. doi: 10.1521/jscp.2014.33.8.701.