

Секция «Социальная психология цифрового мира и психология политики»

Фаббинг в дружеских и романтических отношениях

Научный руководитель – Екимчик Ольга Александровна

Рулева Евгения Сергеевна

Студент (бакалавр)

Костромской государственной университет, Кострома, Россия

E-mail: e.ruleva44@gmail.com

В последнее время появилось множество новых социально-психологических феноменов, связанных с все большим погружением людей в виртуальное пространство: Интернет-зависимость (К. Webley, K.W. Beard, E.M. Wolf), мобильная зависимость (S. Kim, A.A. Alhassan, В.П. Шейнов), зависимость от социальных сетей (S.L. Dailey, M.D. Griffiths, О.В. Зарецкая) и т.д. Одним из них является фаббинг - пренебрежение собеседником посредством отвлечения на смартфон или иной гаджет в процессе личного общения [2], оказывающее негативное влияние на межличностные отношения: академические, рабочие, детско-родительские, романтические и т.д. Несмотря на разносторонность исследований фаббинга, наиболее изученным представляется влияние фаббинга на романтические отношения, при этом аспект его влияния на дружеские отношения изучен крайне мало. Так дружеские отношения ввиду малой изученности их связи с фаббингом и своих специфических особенностей и отличий от романтических отношений: меньшей интимности и потребности в приверженности и внимании со стороны партнера [3]; представляют собой перспективную сферу исследований.

Основная проблема настоящего исследования: Существует ли специфическое влияние фаббинга на характеристики дружеских и романтических отношений?

Цель: изучить особенности влияния фаббинга на характеристики дружеских и романтических отношений.

Мы предположили, что фаббинг по-разному влияет на характеристики дружеских и романтических отношений ввиду их специфики. Так романтические отношения, как и дружба, основанные на близости, симпатии и эмпатии, предполагают большую степень интимности по сравнению с дружбой, а также страсть, состоящая из романтического влечения и сексуального желания [3].

В исследовании приняли участие 90 респондентов в возрасте от 18 до 25 лет: 46 юношей (Средний возраст - 22) и 44 девушки (Средний возраст - 20). Респонденты были разделены на триады, включающие в себя респондента, его романтического партнера и друга одного пола.

Методики: Шкала «Фаббинг» (Phubbing Scale, Karadag E. et al, 2015, апробирована Крюковой, Екимчик, Крыловой, 2019); методика «Фаббинг партнера» (Partner phubbing, Roberts, David, 2015, апробирована Екимчик, Крыловой, 2019); методика «Шкала любви и симпатии» (Rubin's Love and Liking Scale, Rubin, 1970, адаптирована Гозманом, Алешиной, 1985); методика «Включенность Другого в шкалу собственной Я-концепции» А. Арона, Э. Арон и Д. Смоллан (IOS, Inclusion of Otherin in the Self Scale, Aron et al, 1992, адаптирована Крюковой, Захарченко, Екимчик, 2017), методы статистического анализа данных.

Были получены следующие результаты. Изучаемые референты: фаббинг, фаббинг партнера, близость, симпатия, любовь и общие эмоциональные отношения; и в общей выборке, и в каждой из отдельно взятых групп респондентов, их романтических партнеров и друзей выражены умеренно. Фаббинг и фаббинг партнера в выборке выражены слабее по сравнению с нашими предыдущими исследованиями, включавшими в себя юношеский возраст,

что подтверждает утверждение о том, что фаббинг более характерен для юношества по сравнению с более поздними возрастными периодами [1].

Регрессионный анализ выявил отрицательное влияние фаббинга партнера на близость в обоих типах отношений ($R^2 = 0,078$; $p = 0,002$ $\beta = -0,279$). Использование одним из партнеров смартфона или иного гаджета в процессе общения представляет собой сигнал о его приоритетах. Фаббируемый партнер начинает ощущать себя отвергнутым, менее важным, чем проверка ленты и уведомлений, переписка в социальных сетях, что может приводить к снижению удовлетворенности отношениями и воспринимаемой близости между партнерами [4].

В то же время было выявлено отрицательное влияние любви на фаббинг партнера в обоих типах отношений ($R^2 = 0,174$; $p = 0,000$ $\beta = -0,417$). Респонденты с высокими показателями любви могут быть склонны к преуменьшению фаббинга партнера ввиду позитивной переоценки образа партнера. Так субъективный образ партнера идеализируются, а проявления фаббинга игнорируются [5].

Таким образом, фаббинг оказывает малое влияние на характеристики дружеских и романтических отношений, были выявлены лишь значимые отрицательные влияния в обоих типах отношений: фаббинга партнера на воспринимаемую его партнером близость отношений и любви на фаббинг партнера. Малочисленность обнаруженных в нашем исследовании влияний фаббинга на характеристики отношений может указывать на все большее становление фаббинга нормой общения.

Результаты данного исследования указывают на необходимость изучения фаббинга в контексте различных типов отношений, включив в исследования не только романтические и дружеские, но и детско-родительские или академические отношения. Также необходимо обновление эмпирической базы исследований фаббинга, касающихся его нормализации. Данные аспекты создают поле для новых исследований не только самого фаббинга как поведения, но и последствий его включенности в различные социальные контексты, что ввиду технологического прогресса и все возрастающей роли смартфонов и иных гаджетов в повседневной жизни человека, представляет одну из наиболее актуальных тем психологических исследований.

Источники и литература

- 1) Екимчик О.А. Фаббинг в субкультуре подростков // Психология субкультуры: феноменология и современные тенденции развития Материалы международной научной конференции. – М.: Российский государственный гуманитарный университет, 2019.
- 2) Крюкова Т.Л., Екимчик О.А. Фаббинг как угроза благополучию близких отношений // Консультативная психология и психотерапия. 2019. Том 27. № 3. С. 61–76. doi:10.17759/cpp.2019270305
- 3) Чалдини Р., Кенрик Д., Нейберг С. Социальная психология. Пойми себя, чтобы понять других. – СПб.: Прайм-Еврознак, 2002. – 336 с.
- 4) McDaniel В. Т., Coyne S. M. “Technoference”: The interference of technology in couple relationships and implications for women’s personal and relational well-being // Psychology of Popular Media Culture. 2016. Vol. 5.
- 5) Murray, S.L., Holmes, J.G. and Griffin, D.W. The benefits of positive illusions: Idealization and the construction of satisfaction in close relationships. Journal of Personality and Social Psychology. 1996. Vol 70(1): 79-98.