

## Efekat korišćenja telefona tokom razgovora na formiranje prvog utiska i procenu verodostojnosti verbalne poruke

---

*Fabing predstavlja usmeravanje pažnje na mobilni telefon umesto na osobe tokom društvene interakcije uživo. Pokazano je da fabing može da dovede do uznemirenosti, napetosti ili osećaja zapostavljenosti kod sagovornika. Ovim istraživanjem hteli smo da ispitamo efekat fabinga na formiranje prvog utiska i procenu verodostojnosti verbalne poruke osobe koja koristi mobilni telefon. Istraživanje je sprovedeno preko interneta i obuhvatilo je 248 adolescenata (76% ženskog pola). Ispitivali smo četiri situacije fabinga, graduirane prema intenzitetu korišćenja mobilnog telefona: odsustvo korišćenja telefona, ležerno igranje njime, bacanje pogleda na njega i konstantno gledanje u telefon. Ispitanicima je prikazan po jedan kratak video snimak za svaku situaciju. Na snimku razgovaraju dve devojke, a poruka koju razmenjuju tiče se neprijatnog događaja iz svakodnevice. Nakon svakog snimka ispitanici su procenjivali pristojnost i uključenost aktera u razgovor, kao i verodostojnost verbalne poruke. Rezultati ukazuju da intenzivnija upotreba mobilnog telefona u toku razgovora povlači negativniji utisak. Procena verodostojnosti poruke je značajno negativnija u situaciji u kojoj akter sve vreme gleda u telefon, u odnosu na ostale situacije. Ranija istraživanja proveravala su uticaj fabinga u dužim interakcijama, dok smo ga mi posmatrali u kraćim razgovorima. Pokazali smo da je moguće utvrditi negativan efekat fabinga i u situacijama koje nose malo informacija o samom akteru.*

## Uvod

Termin *fabing* (eng. *phubbing*) označava usmeravanje pažnje na mobilni telefon, umesto na drugu osobu ili osobe tokom društvene interakcije (Haigh 2015). Termin je nastao kao složenica engleske reči za telefon – *phone*, i glagola *snubbing* koji označava ignorisanje ili zanemarivanje nekoga. Ovaj fenomen dobija na značaju poslednjih godina od kako su mobilni telefoni postali deo svakodnevnice i neophodno sredstvo komunikacije, kako kod odraslih, tako i kod dece (Matsuda 2008). Prema podacima Međunarodne unije za telekomunikacije, broj pretplata mobilne telefonije u Srbiji krajem 2018. godine iznosio je 96% u odnosu na ukupan broj stanovnika (u Evropi 118%), što je preko tri puta više od ukupnog broja pretplata fiksne telefonije u zemlji (ITU 2019). Fabing možemo razdvojiti na proaktivan i reaktivan (Vanden Abeele *et al.* 2016). U slučaju gde osoba uzima telefon jer je očigledno da je dobila poruku ili poziv, vidimo primer reaktivnog fabinga. S druge strane, ukoliko osoba poseže za telefonom bez očiglednih razloga, reč je o proaktivnom fabingu (*ibid.*). U ovom istraživanju mi ćemo se baviti proaktivnim fabingom, i posledicama koje on ima na komunikativni proces. Prilikom razgovora uživo korišćenje ili prisustvo mobilnog telefona može sagovorniku poslati neverbalne poruke. Neverbalne poruke su informacije koje prenosimo svesnim ili nesvesnim gestovima, telesnim pokretima ili izrazima lica (Moris 1998).

---

Mina Matevska (2000), Novi Beograd, učenica 4. razreda Srednje turističke škole u Beogradu

MENTORKE:

Tijana Nikitović, MA, Institut za psihologiju  
Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu

Nevena Mijatović, studentkinja osnovnih  
studija, Odeljenje za psihologiju, Filozofski  
fakultet Univerziteta u Beogradu

U ovom istraživanju proaktivan vid fabinga posmatran je kao vid neverbalnog ponašanja. Proaktivan fabing često prolazi neprimećeno od strane osobe koja telefon koristi, te ga možemo smatrati kako svesnim, tako i nesvesnim ponašanjem. U našem istraživanju posmatrali smo kako neverbalno ponašanje, konkretno korišćenje i gledanje u mobilni telefon tokom komunikacije uživo, utiče na kvalitet konverzacije.

Rezultati prethodnih istraživanja sugerišu da fabing ima negativne posledice na komunikaciju između partnera i da štetno utiče na njihov odnos (Roberts i David 2016). Ljudima može biti neugodno kada njihovi sagovornici u toku razgovora gledaju u ekran mobilnog telefona, i to može dovesti do uznemirenosti, napetosti ili osećanja zapostavljenosti. S druge strane, dok neki zameraju takvo ponašanje, drugi ga prihvataju i ne osećaju se nelagodno kada njihovi sagovornici to čine (Nakamura 2013). Prema tome, još uvek ne znamo u kojoj meri je upotreba mobilnog telefona tokom razgovora licem u lice prihvatljiva u savremenom društvu.

Razumevanje odnosa između stepena u kojem ljudi fabuju i do koje mere su oni fabovani, važan je deo odgovora na pitanje da li je i u kojoj meri je korišćenje telefona u društvenom okruženju postalo društveno prihvatljivo. Što su ljudi više izloženi fabingu od strane drugih, više će ga smatrati prihvatljivim (Chotpitayasunondh i Douglas 2016). Koncept reciprociteta u socijalnoj psihologiji igra ključnu ulogu u razumevanju ljudske interakcije i društvenih razmena (Berg *et al.* 1995; Cialdini 1993; Falk i Fischbacher 2006). Reciprocitet se javlja kada pojedinac uzvratiti društveno ponašanje koje ima pozitivne posledice (Pelaprat i Brown 2012), ili na negativno ponašanje odgovara negativnim postupcima (Keysar *et al.* 2008). U kontekstu fabinga ignorisanje sagovornika može prouzrokovati uzvratanje takvog ponašanja, namerno ili nenamerno. Tako, s ponovljenim reciprocitetom prema fabingu, takvo ponašanje može uticati na stepen u kojem se fabing smatra normativnim ili prihvatljivim, tj. ukoliko bi u situaciji gde osoba koristi telefon u toku razgovora, i druga osoba koristila telefon, i to bez ikakvih negativnih komentara, inicijalni faber (tj. osoba koja koristi telefon u društvenoj situaciji) bi razumeo da je takvo ponašanje prihvatljivo i u skladu sa tim tako i nastavio. Istra-

živanje je pokazalo da veliki broj studenata smatra da je neprihvatljivo slati SMS poruke u društvu, ali ipak nastavljaju to da rade (Harrison *et al.* 2015), sugerišući da je fabing istovremeno i negativan, ali i očekivan (Miller-Ott i Kelly 2015).

Dosadašnja istraživanja na ovu temu bavila su se procenjivanjem različitih aspekata fabinga. Pokazano je da sa većom zavisnošću od telefona, interneta i društvenih mreža raste i stepen fabovanja sagovornika (Karadag *et al.* 2015). Takođe, raste i stepen fabinga u školama među đacima i fabinga tokom nastave (Naciye i Tugba 2015). Istraživanja o socijalnom uticaju upotrebe mobilnih telefona na javnim mestima sugerišu da samo prisustvo telefona sprečava društvenu interakciju sa drugim osobama, bilo sa strancima, bilo poznatim osobama. Sumarno gledano, mnoštvo istraživanja sugerišu da upotreba mobilnih telefona u društvenim prostorima generišu negativne stavove, jer može da odvlači pažnju od ostalih osoba ili dešavanja (Bergvik 2004; Cooper 2002; Cumiskey 2005; Plant 2001; Roberts i David 2016; Wei i Leung 1999). Za razliku od navedenih istraživanja, u našem istraživanju nismo se ograničili samo na stavove o fabingu, već smo ispitivali i posledice koje takvo ponašanje ima po komunikativni proces, a posledično i na prvi utisak o faberu. Neka istraživanja pokazuju da su ispitanici ocenjivali osobe kao manje pristojne i manje uključene u razgovor čak i kada su samo slali poruku ili proveravali obaveštenje, a razgovor videli kao manje kvalitetan (Vanden Abeele *et al.* 2016).

Kako bi se došlo do zaključka kako se fabing tumači i kako on utiče na sam komunikativni proces, važno je rasvetliti pojmove koje ćemo pratiti. U našem istraživanju želimo da razmotrimo kako neverbalno ponašanje, konkretno prisustvo ili korišćenje mobilnog telefona prilikom razgovora, utiče na formiranje prvog utiska o osobi. Utisci predstavljaju kategorije koje koristimo kako bi lakše opažali, organizovali i integrisali informacije o ličnosti i ponašanju osobe (Feldman 1981; Fiske i Neuberg 1990; Gingerich *et al.* 2011). Utisci se zasnivaju na širokom spektru karakteristika, kao što su starost, rasa, kultura, jezik, pol, ali i neverbalno ponašanje osobe, tj. držanje, boja glasa itd. Prvi utisak je utisak koji se stiće brzo, obično u roku

od 5 minuta od momenta prvog susreta sa nekim (Ambady 2010; Ambady i Rosenthal 1992; Harris i Garris 2008), i predstavlja mentalnu sliku koju tada stvorimo o osobi. Pored toga, za cilj smo imali da proverimo da li će fabing uticati na procenu verodostojnosti verbalne poruke koju faber šalje. Komunikativni proces sa drugima uobičajeno podrazumeva konzistentno korišćenje verbalne i neverbalne komunikacije. Kako bi komunikacija tekla, neophodno je da one budu u saglasnosti. Kada su govor tela i jezik u nekoj vrsti nesaglasnosti, verovatno se radi o nameri jednog od učesnika komunikativnog procesa da prikrije neku informaciju, ili obmane svog sagovornika. Stoga smo hteli da proverimo da li će prisustvo i korišćenje telefona (vid neverbalne komunikacije) uticati na procenu verodostojnosti verbalne poruke. Verodostojnost verbalne poruke smo definisali kao autentičnost i uverljivost onoga što ispitanik govori.

**Cilj istraživanja.** U ovom istraživanju cilj je bio da utvrdimo na koji način različiti oblici fabinga, tj. korišćenja telefona u toku razgovora, utiču na formiranje prvog utiska o osobi i procenu verodostojnosti verbalne poruke koju faber šalje. Ispitivali smo uticaj četiri varijante fabinga – odsustvo telefona u toku razgovora, ležerno igranje telefonom u ruci, bacanje kratkog pogleda na telefon, kucanje poruka tokom razgovora. Fokusirali smo se isključivo na proaktivan vid fabinga, koji smo ispitivali na više nivoa. Fokus na samo jedan vid fabinga dao nam je šansu da detaljnije proverimo njegov uticaj na komunikaciju.

## Metod

**Varijable.** Nezavisna varijabla u istraživanju je kategorička varijabla sa četiri nivoa koji predstavljaju različite varijante fabinga prikazanih na video snimcima – osoba ne koristi telefon, osoba se ležerno igra telefonom, osoba baca kratak pogled na telefon, osoba konstantno gleda u telefon. Zavisne numeričke varijable su pozitivnost prvog utiska i procena verodostojnosti verbalne poruke.

**Uzorak.** Uzorak je činilo 248 ispitanika (od čega je 76% ženskog pola), uzrasta 15-25 godina (90% ispitanika ispod 21 godine starosti).

**Stimulusi.** Video snimci (u trajanju od nekoliko sekundi) na kojima su prikazane različite varijante korišćenja telefona u toku razgovora, graduirane prema intenzitetu korišćenja. Video klipovi su snimani u prvom licu, odnosno ispitanik ima fabi ulogu (fabi – osoba izložena fabingu, uskraćena pažnje od strane fabera), a akter na snimku je faber (osoba koja koristi telefon u društvenoj situaciji). Na početku snimka čuje se glas koji izgovara rečenicu „Baš sam se očajno provela na koncertu sinoć”. Zatim, akter sa snimka odgovara „Au, koji smor”. U zavisnosti od snimka razlikuje se ponašanje aktera, tj. oblik fabinga koji je prikazan. Na svakom snimku akter odgovara sagovorniku. Razlika je u tome što na prvom snimku on gleda u sagovornika i odgovara dok je telefon odložen na strani stola, u drugom ga gleda dok jednom rukom ležerno okreće telefon na stolu, u trećem gleda sagovornika, ali dok ga sluša baca kratak pogled na telefon, dok u četvrtom snimku konstantno gleda u telefon dok sluša i odgovara. Četiri ženske osobe (fabera) su pojedinačno snimile sve četiri verzije video snimka, što je ukupno činilo 16 video-snimaka. Sve akterke nosile su bele majice, imale braon kosu, bile bez šminke i nakita. Okruženje prikazano na snimku bilo je neutralno, bela pozadina i beli sto za kojim su akteri sedeli. Cilj je bio da se akteri i seting u potpunosti izjednače, kako procene ispitanika ne bi bile posledica različitih detalja na snimku, već isključivo oblika fabinga koji je njime prikazan. Kako reakcije i facijalne ekspresije fabija ne bi imale mogući uticaj na doživljaj ispitanika o faberu, snimci su snimljeni u prvom licu. Ovim takođe stvaramo i bolju povezanost ispitanika sa situacijom jer se odaje utisak da je on sam sagovornik fabera sa snimka.

Pre početka snimanja sprovedeno je pilot istraživanje, kojim smo na osnovu mišljenja procenjivača utvrdili koju rečenicu ćemo koristiti u snimku. U pilotu se nalazilo nekoliko rečenica negativne valence, a od grupe studenata osnovnih, master i postdiplomskih studija psihologije se očekivalo da na skali od 1 do 7 ocene u kojoj meri im je navedena rečenica negativna (slika 1). Odabrali smo studente psihologije jer su se često i sami nalazili u ulozi kako eksperimentatora tako i ispitanika, te smo smatrali da su kao kreatori sopstvenih istraživanja kompetentni za

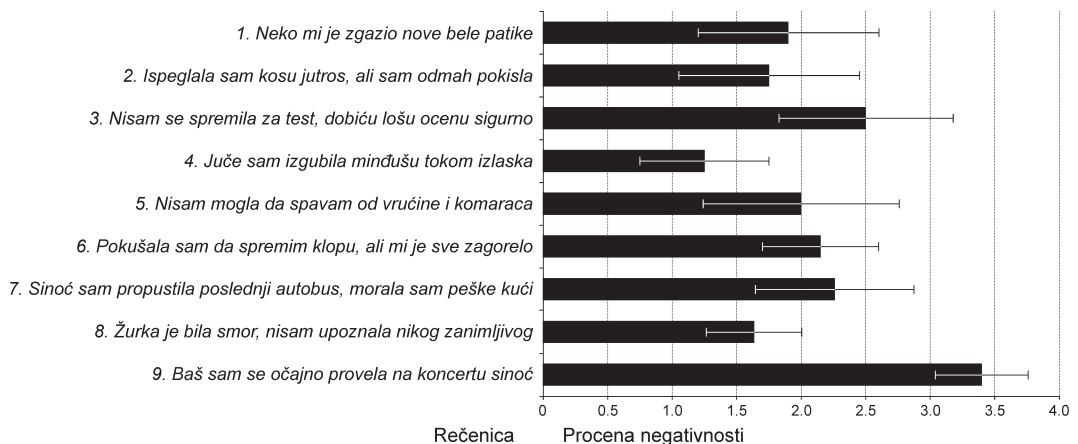
ocenjivanje dojma rečenica našeg istraživanja. Rečenice korišćene u pilotu bile su negativnog sadržaja. Odlučili smo da koristimo takve rečenice jer se u prethodnim istraživanjima pokazalo da negativan sadržaj izaziva veću empatiju kod sagovornika, te smo hteli da postignemo jači efekat, i time načinimo veštačku konverzaciju realnijom. Rezultati pilota su pokazali da je najnegativnije procenjena rečenica „Baš sam se očajno provela na koncertu sinoć”, stoga smo nju koristili u snimcima.

**Instrumenti.** Za merenje prvog utiska konstirali smo instrument uz pomoć stavki za merenje pristojnosti (eng. politeness) zasnovane na stavkama koje su koristili Trees i Manusov (1998): „Sagovornik se ponašao pristojno”, „Sagovornik se ponašao neprikladno”, „Sagovornik izgleda kao pristojna osoba”, kao i stavki koje mere uključenost u razgovor (eng. attentiveness) preuzete iz Communicator Style Measure od Nortona (1978): „Sagovornik je izgledao uključeno u razgovor”, „Sagovornik je izgledao zainteresovano

u toku razgovora”, „Sagovornik me je pažljivo slušao”, „Sagovornik je izgledao zainteresovano za emocije i potrebe drugih”. Ove stavke su u prethodnim istraživanjima pokazale zadovoljavajući nivo konzistentnosti: Kronbahova alfa za pristojnost iznosi 0.68, a za uključenost u razgovor 0.80 (Vanden Abeele *et al.* 2016). Za proveru verodostojnosti verbalne poruke osmišljena je sledeća stavka: „Ono što osoba na snimku govori i čini se poklapa”.

Ispitanik bi na sedmostepenoj Likertovoj skali označio u kojoj meri se slaže sa izjavom, tj. stavkom.

**Procedura.** Na početku istraživanja ispitanicima je dato uputstvo u kome je naglašeno da će gledati nekoliko snimaka, gde će nakon svakog snimka popunjavati anketu u vezi sa sadržajem odgledanog video-snimka. Takođe, u uputstvu je bilo naglašeno da svaki snimak odgledaju samo jedanput. Ispitanicima su prikazana četiri snimka – po jedan video svake od četiri varijante fabinga, pri čemu je na svakom



Slika 1. Procene negativnosti rečenica. Horizontalnim linijama označeni su 0.95 intervali poverenja.

Figure 1. The assesment of sentence negativity. Error bars denote 0.95 CI. Sentences:

1. Someone stepped on my new white sneakers
2. I straightened my hair this morning, but I got wet from the rain right away
3. I didn't get ready for the test, I'll get a bad grade for sure
4. I lost my earring during a night out yesterday
5. I couldn't sleep because of the heat and mosquitoes
6. I tried to prepare a meal, but my food burned
7. Last night I missed the last bus so I had to walk home
8. The party was boring, I didn't meet anyone interesting
9. I had an awful time at the concert last night

snimku bila druga osoba. Snimak sa odsustvom fabinga uvek je prikazivan kao prvi: budući da predstavlja neutralnu situaciju, namera je bila da ispitanici steknu uvid u standard videa, i na samom početku formiraju reper za ocenu preostalih video-snimaka. Ostala tri snimka puštana su randomizovanim redosledom za svakog ispitanika. Randomizacijom smo rešili problem uticaja individualnih razlika aktera sa snimka na utisak ispitanika, kao i jednoličnost video snimaka. Nakon gledanja svakog od ukupno četiri snimka, ispitanik je popunjavao anketu sačinjenu od stavki za merenje pristojnosti i uključenosti u razgovor, koje smo zajedno posmatrali kao merilo prvog utiska, i stavke za procenu verodostojnosti verbalne poruke. Nakon prvog video snimka, ispitanici su dobijali kontrolno pitanje koje je glasilo: „Koje je boje bio telefon sa snimka?“ S obzirom da su ispitanici učestvovali u istraživanju preko interneta, kontrolno pitanje služilo je kao provera i usmeravanje pažnje ispitanika tokom gledanja naredna tri video snimka. Na samom kraju ispitanicima su postavljena pitanja koja su se ticala tehničkih ispravnosti gledanja video snimaka, kako bi se proverilo da li su neki snimak gledali više puta, kao i da li je sve bilo u redu sa slikom i zvukom.

## Rezultati

**Provera pozornosti ispitanika.** Na početku smo uradili deskriptivne i kontrolne analize. Na pitanje da li su neki snimak gledali više puta, 64% ispitanika je odgovorilo negativno. Probleme sa zvukom ili slikom na snimka nije imalo 84% ispitanika. Kada je reč o kontrolnom pitanju koje se ticalo boje telefona koji se pojavljivao u

snimku, tačan odgovor (crna) dalo je 40% ispitanika, 18% reklo je bela, 2% zlatna, a 40% ispitanika reklo je da ne zna boju telefona. Odlučili smo da ispitanici, iako su dali pogrešan odgovor za boju telefona, ne budu izbačeni iz uzorka, jer smo pretpostavili da su nakon tog pitanja počeli pomnije da prate dešavanja na snimcima u iščekivanju sledećeg sličnog pitanja.

**Provera pouzdanosti skala.** Izračunali smo pouzdanost skale za pristojnost i skale za uključenost, gde se pokazala visoka pouzdanost obe skale na svim nivoima. Izračunata je korelacija stavki skala za pristojnost i uključenost, gde je dobijena korelacija dovoljno visoka za njihovu integraciju u jednu kompozitnu varijablu. Na prvom nivou fabinga korelacija između skala pristojnosti i uključenosti iznosi 0.61, na drugom nivou 0.84, na trećem nivou je 0.87, i na četvrtom 0.77. Proverili smo korelacije na svakom nivou posebno, kako bismo bili sigurni da je korelacija prisutna na svim nivoima, tj. da visoka korelacija na jednom nivou ne skriva nisku korelaciju na drugom. Nakon toga, proverili smo pouzdanost skale kompozitne varijable (koju čine stavke skala za pristojnost i za uključenost), koja se pokazala visokom, i koju smo posle koristili kao meru prvog utiska (tabela 1).

**Provera efekta akterki.** Prilikom snimanja videa ujednačili smo izgled seta, scenario, ponašanje i izgled akterki. Iako smo time iskontrolisali određen broj konfundirajućih varijabli, potencijalno različita gluma akterki (način izgovora, gestikulacija) mogla je da ima uticaj na procenu ispitanika. Imajući to u vidu, hteli smo da utvrdimo da dobijene ocene nisu posledica neujednačene glume akterki, već samo prikazanog fabinga. Pokazalo se da ni na jednom nivou

Tabela 1. Pouzdanost supskalâ izražena kroz vrednosti Kronbahove alfe

Nivo fabinga		Varijabla (u zagradi broj stavki)		
Opis situacije	Pristojnost (3)	Uključenost (4)	Prvi utisak (7)	
I Bez telefona (kontrolna grupa)	0.768	0.802	0.849	
II Ležerno igranje telefonom	0.894	0.925	0.946	
III Kratak pogled	0.894	0.932	0.952	
IV Konstantno gledanje	0.813	0.852	0.900	

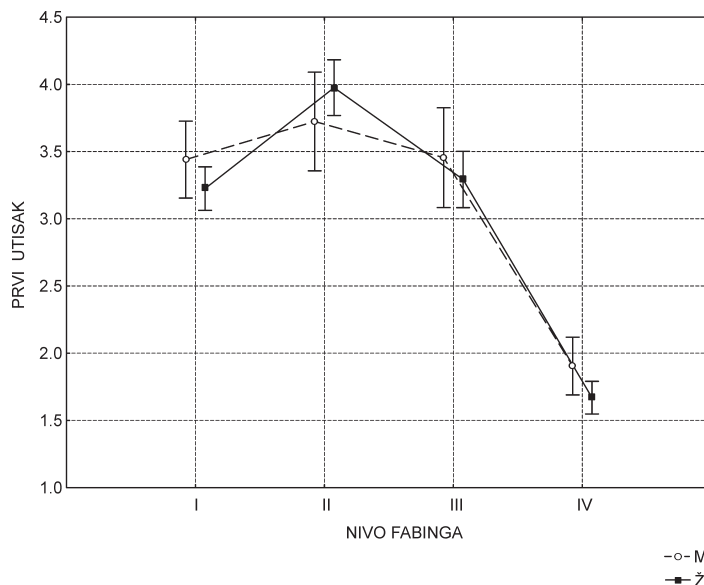
fabinga nije dobijena statistički značajna razlika ni za skalu prvog utiska (svuda  $p < 0.05$ ), ni za verodostojnost verbalne poruke (svuda  $p < 0.05$ ). Na osnovu toga, smatrali smo da osoba sa snimka nije imala uticaja na procenu prvog utiska i verodostojnosti.

**Analiza efekta fabinga.** Urađene su dve dvo-faktorske mešovite analize varijanse. Za skalu prvog utiska glavni efekat pola nije značajan  $F(1, 246) = 0.625$ ,  $p = 0.43$ , i nema interakcije između fabinga i pola  $F(3, 738) = 1.89$ ,  $p = 0.13$ . Isti je slučaj i kod skale procene verodostojnosti verbalne poruke, gde glavni efekat nije značajan  $F(1, 246) = 0.471$ ,  $p = 0.49$ , i nema interakcije između fabinga i pola  $F(3, 738) = 0.570$ ,  $p = 0.63$ . Dakle, zaključujemo da ni na jednom nivou nema razlike između polova, kao i da je pol ispitanika na svim nivoima fabinga uticao na isti način na njihove skorove skala prvog utiska i verodostojnosti.

Rezultati su pokazali da fabing ima uticaj na formiranje prvog utiska,  $F(3, 738) = 115$ ,  $p < 0.001$ , kao i na verodostojnost verbalne poruke,  $F(3, 738) = 121$ ,  $p < 0.001$ . Kada se radi o prvom utisku, prosek ocena za prvi nivo fabinga značajno se razlikuje od proseka za drugi nivo ( $MD = -0.52$ ,  $p < 0.001$ ), kao i za četvrti ( $MD = 1.55$ ,  $p < 0.001$ ). Međutim, razlika nije značajna kada je u pitanju treći nivo ( $MD = -0.04$ ). Isto

tako, treći nivo fabinga pokazuje razlike sa drugim ( $MD = -0.48$ ,  $p < 0.003$ ) i četvrtim nivoom ( $MD = 1.59$ ), ali ne i sa prvim. Drugi i četvrti nivo fabinga ostvaruju značajne razlike u poređenju sa svim nivoima (slika 2). Dakle, ispitanici su davali identične ocene i za situaciju bez telefona i za situaciju kratkog pogleda u telefon. Postoje razlike u proceni situacije u kojima akter okreće telefon na stolu u toku razgovora ili konstantno gleda u njega, u odnosu na preostala tri nivoa. To znači da ispitanici nisu pravili razliku kada je u pitanju odsustvo telefona ili kratak pogled, ali su zato pridali znatnu razliku u prvom utisku i verodostojnosti kada se u toku razgovora okreće telefon ili se konstantno gleda u njega.

Kada je u pitanju verodostojnost, dobili smo uglavnom slične odgovore kao i za prvi utisak (slika 3). Statistički značajna razlika dobijena je između četvrtog nivoa fabinga i prvog ( $MD = -2.35$ ,  $p < 0.001$ ), drugog ( $MD = -2.46$ ,  $p < 0.001$ ), i trećeg ( $MD = -2.09$ ,  $p < 0.001$ ) nivoa, dok između njih samih ne postoji značajna razlika (slika 3). Drugim rečima, za razliku od prvog utiska, na procenu verbalne poruke kao manje verodostojne, značajno je uticalo jedino neprestano korišćenje telefona, dok su ostale situacije (ležerno igranje telefonom ili pogled u njega) ispitanici ocenili relativno slično.

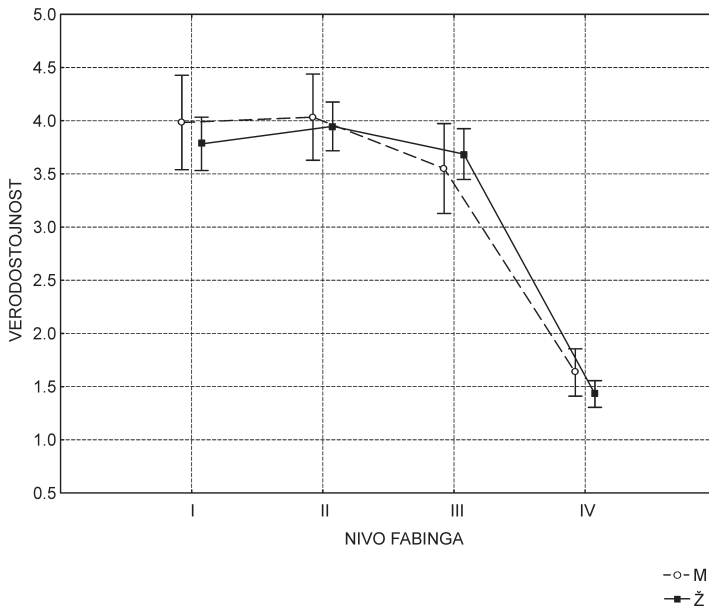


Slika 2. Razlike između nivoa fabinga za rezultate prvog utiska. I – bez telefona (kontrol. grupa) II – ležerno igranje telefonom III – kratak pogled IV – konstantno gledanje Ispitanici: M – muški, Ž – ženski. Vertikalnim linijama označeni su 0.95 intervali poverenja.

Figure 2. Difference between four levels of phubbing for first impression formation.

I – no phone (control group)  
II – casual phone play  
III – short glance  
IV – constant watching

Respondents:  
M – male, Ž – female.  
Vertical bars denote 0.95 CI.



Slika 3. Razlike između nivoa fabinga za rezultate procene verodostojnosti.

I – bez telefona (kontrol. grupa)

II – ležerno igranje telefonom

III – kratak pogled

IV – konstantno gledanje

Ispitanici:

M – muški, Ž – ženski.

Vertikalnim linijama označeni su 0.95 intervali poverenja.

Figure 3. Differences between four levels of phubbing for credibility of the verbal message.

I – no phone (control group)

II – casual phone play

III – short glance

IV – constant watching

Respondents:

M – male, Ž – female.

Vertical bars denote 0.95 CI.

## Diskusija

Prvu varijantu fabinga koristili smo kao kontrolni nivo, tj. ona je predstavljala neutralnu situaciju – bez telefona, bez drugih distrakcija, na snimku je bila samo osoba koja odgovara sagovorniku. Često se dešava da osobe tokom razgovora uzmu neki predmet u ruke, poput olovke ili novčića. Do toga može doći spontano, jer se predmet nalazi u našoj neposrednoj blizini, ali se nekad može shvatiti i kao odsustvo pažnje u toku razgovora. Iz tog razloga drugu varijantu fabinga predstavljalo je ležerno igranje telefonom, kako bi se proverilo da li dolazi do lošijeg kvaliteta konverzacije, ukoliko je telefon u rukama sagovornika, ali se ne koristi aktivno. Ovim smo hteli da vidimo da li samo prisustvo telefona, iako se ne koristi kao sredstvo komunikacije, utiče na tok konverzacije.

Način korišćenja telefona takođe je važna stavka za određivanje relativnog uticaja njegove upotrebe. U istraživanjima u kojima su kao tehniku koristili fokus grupe, Miller-Ott i Kelly (2015; 2017) su otkrile da mišljenje ljudi o fabingu zavisi od onoga što ljudi rade na telefonu. Na primer, učesnici su slanje kratkog SMS-a smatrali mnogo prihvatljivijim od listanja po društvenim mrežama ili igranja igrice. Nalazi

ukazuju na slabiju percepciju kvaliteta komunikacije kada se fabing odvijao većinu vremena, nego kada je trajao kratko (Chotpitayasunondh i Douglas 2018). Vanden Abeele i saradnici (2019) su pokazali da sa većom učestalošću fabinga raste nivo distrakcije, i snižava se ocena intimnosti između sagovornika. Imajući sve ovo u vidu, odučili smo da dodamo još dva nivoa fabinga – neprestano gledanje u telefon i samo kratak pogled na njega. Ovim smo hteli da ustanovimo postoji li i koliki je vremenski uticaj fabinga na kvalitet konverzacije.

Razlog zbog kojeg osoba koristi telefon u toku neke druge komunikacije može uticati na to koliko se fabing smatra prihvatljivim. Keli i saradnici (Kelly *et al.* 2019) su pokazali da se konstantno gledanje u telefon ili igranje igrice smatra nepristojnim, dok se odgovor na poruku članu porodice (koja ima veliku važnost) smatra prihvatljivijim. U našem istraživanju razlog posezanja za telefonom nije bio ekspliciran.

Kada je u pitanju pozitivnost prvog utiska, naši nalazi ukazuju na pad u skorovima od drugog do četvrtog nivoa fabinga – od toga da osoba ležerno prevrće telefon u ruci, do toga da kuca poruke na njemu. Za razliku od onog što smo očekivali, prvi nivo nije pokazao najviše pozitivne ocene. Najpozitivniji prvi utisak pokazao

se na snimku drugog nivoa fabinga, odnosno ležernog igranja telefonom. Najuočljiviji rezultati pokazali su se kada je u pitanju četvrti nivo fabinga, odnosno konstantno gledanje u telefon, gde smo dobili najniži skor na skali prvog utiska. Zanimljivo je da ispitanici nisu davali znatno drugačije ocene između prvog i trećeg nivoa fabinga, tj. između nekorišćenja telefona i kratkog pogleda na njega.

Kada je u pitanju verodostojnost, rezultati ne pokazuju značajne razlike u ocenama između prva tri nivoa. Jedina razlika za verodostojnost pojavljuje se u četvrtom nivou fabinga koji je znatno niže ocenjen. Drugim rečima, prilikom procene ispitanici ne prave razliku između toga da li akter ne koristi telefon, igra se njim ili baca kratak pogled. Jedino konstantno gledanje u mobilni telefon smanjuje verodostojnost verbalne poruke.

U slučaju kada kucamo poruku ili igramo igrice, pogled nam je uperen ka ekranu, čime našeg sagovornika lišavamo kontakta očima. Kontakt očima ima razne funkcije, ali je jedna od najvažnijih prikupljanje povratne informacije o reakcijama druge osobe. On nam pruža osećaj pripadnosti, i jednako je važan kao i fizička blizina i drugi aspekti intimnosti (Argyle i Dean 1965). Moguće je da je odsustvo kontakta očima jedan od razloga zbog kojeg je četvrti nivo uvek bio ocenjivan znatno negativnijim ocenama. Takođe, odsustvo kontakta očima odaje utisak nezainteresovanosti i neautentičnosti u razgovoru, te i sam odgovor može izgledati manje verodostojan i iskren.

Ono što donekle nije bilo očekivano je ocena za prvi nivo fabinga. Ne znamo tačno zašto su ispitanici davali niže procene na tom nivou. Prvi nivo je trebalo da služi kao kontrola, kao neutralna situacija, i da se u odnosu na nju skorovi daljih snimaka fabinga smanjuju, ili ostaju identični. Moguće je da je na niži skor za ovaj nivo uticala činjenica što je odgovarajući snimak uvek prezentovan kao prvi, i ispitanik još uvek ne zna na koji način i u poređenju sa čim da ocenjuje, te daje nižu ocenu od očekivane. Imajući u vidu ovakve rezultate prvog nivoa fabinga, moglo bi se sprovesti istraživanje gde on ne bi bio prvi video snimak puštan ispitanicima, čime bi se proverilo da li je redosled puštanja snimaka bio uzrok niskih ocena za taj nivo.

## Zaključak

Neka prethodna istraživanja (Vanden Abeele *et al.* 2016) posmatrala su efekat proaktivnog i reaktivnog fabinga na samo jednom nivou. Mi smo se fokusirali konkretno na proaktivan vid fabinga, koji smo potom ispitivali na više nivoa. Time smo dobili veći uvid u efekat (proaktivnog) fabinga i bolje shvatili njegov uticaj na razgovor. Takođe, u ovom istraživanju prevrtanje telefona svrstali smo u vid proaktivnog fabinga. Iako to nije pravi oblik fabinga, smatrali smo ga relevantnim za ovo istraživanje, jer nas je zanimalo uticaj samog prisustva telefona u toku razgovora, čak i kada se ne koristi kao sredstvo komunikacije s drugima, gledanje sadržaja, video igara... Analizirali smo i prethodna istraživanja u okviru kojih se ispitivao uticaj fabinga na pristojnost i uključenost u razgovor (Vanden Abeele *et al.* 2016). Iz rezultata našeg istraživanja zaključili smo da prisustvo telefona, kada se samo igramo njime tako što ga prevrćemo u ruci, ali ga ne koristimo, ne utiče na stvaranje negativnog utiska, ali da sa višim stepenom njegovog korišćenja dolazi do negativnijih ocena. Situacije bez telefona, kao i situacije sa ležernim igranjem, ili kratkim pogledom u telefon nisu dale značajne razlike kada je u pitanju procena verodostojnosti verbalne poruke. Jedino je situacija u kojoj osoba konstantno gleda u telefon ocenjena niskom procenom verodostojnosti verbalne poruke.

S obzirom da se naše istraživanje fokusiralo na stvaranje prvog utiska i verodostojnost poruke, neka od narednih istraživanja mogla bi da se bave uticajem različitih nivoa fabinga na celokupan tok i doživljaj konverzacije, a ne samo prvih par trenutaka. Mogli bi se napraviti duži video snimci, kako bi se proverio uticaj fabinga u bogatijoj konverzaciji, te ispitati da li bi u dužoj konverzaciji osoba navikla na fabing sagovornika, pa samim tim ne bi pridavala veliki značaj korišćenju telefona. U našem istraživanju sâm razlog korišćenja telefona nije bio preciziran. Imajući u vidu nalaze Keli i saradnika (Kelly *et al.* 2019), moglo bi da se proverio kako drugačiji razlozi korišćenja telefona utiču na razgovor.



## Literatura

- Ambady N. 2010. The perils of pondering: Intuition and thin slice judgments. *Psychological Inquiry*, **21** (4): 271.
- Ambady N., Rosenthal R. 1992. Thin slices of expressive behavior as predictors of interpersonal consequences: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, **111** (2): 256.
- Argyle M., Dean J. 1965. Eye-contact, distance and affiliation. *Sociometry*, **28** (3): 289.
- Berg J., Dickhaut J., McCabe K. 1995. Trust, reciprocity, and social history. *Games and Economic Behavior*, **10** (1): 122e142. <http://dx.doi.org/10.1006/game.1995.1027>.
- Bergvik S. 2004. Disturbing cell phone behavior – A psychological perspective. Implications for mobile technology in tourism. [http://www.telenor.com/rd/pub/rep04/R\\_29\\_2004.pdf](http://www.telenor.com/rd/pub/rep04/R_29_2004.pdf)
- Chotpitayasunondh V., Douglas K. M. 2016. How “phubbing” becomes the norm: The antecedents and consequences of snubbing via smartphone. *Computers in Human Behavior*, **6**: 9.
- Chotpitayasunondh V., Douglas K. M. 2018. The effects of “phubbing” on social interaction. *Journal of Applied Social Psychology*, **48**: 304.
- Cialdini R. B. 1993. Influence: the psychology of persuasion. New York: Morrow.
- Cooper G. 2002. The diskusiumutable mobile: Social theory in the wireless world. U *Wireless world: Social and interactional aspects of the mobile Age* (ur. B Brown *et al.*). Springer, str. 19-31.
- Cumiskey K. 2005. Surprisingly, nobody tried to caution her: Intentionality and the role of social responsibility in the public use of mobile phones. U *Mobile communications: re-negotiation of the social sphere* (ur. R. Ling i P. Pedersen). Springer, str. 225-236.
- Falk A., Fischbacher U. 2006. A theory of reciprocity. *Games and Economic Behavior*, **54** (2): 293e315. <http://dx.doi.org/10.1016/j.geb.2005.03.001>.
- Feldman J. M. 1981. Beyond attribution theory: Cognitive processes in performance appraisal. *Applied Psychology*, **66** (2): 127.
- Fiske S., Neuberg S. 1990. A continuum of impression formation, from category-based to individuating processes: Influences of information and motivation on attention and interpretation. U *Advances in experimental social psychology*, vol. 23 (ur. M. Zanna). Academic Press, str. 1–75.
- Gingerich A., Regehr G., Eva K. W. 2011. Rater-based assessments as social judgments: Rethinking the etiology of rater errors. *Academic Medicine*, **86** (10): S1.
- Haigh A. 2015. Stop phubbing. <http://stopphubbing.com>
- Harris M., Garris C. 2008. You never get a second chance to make a first impression. U *First impressions* (ur. N. Ambady i J. Skowronski). New York: Guilford Press, str. 147–168.
- Harrison M. A., Bealing C. E., Salley J. M. 2015. 2 TXT or not 2 TXT: College students’ reports of when text messaging is social breach. *The Social Science Journal*, **52**: 188.
- ITU (International Telecommunication Union) 2019. Committed to connecting the world. <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>
- Karadag E., Tosuntas S. B., Erzen E., Duru F., Bostan N., Sahin M. B., Culha I., Babadag B. 2015. Determinants of phubbing, which is the sum of many virtual addictions: A structural equation model. *Journal of Behavioral Addictions*, **4** (2): 60.
- Kelly L., Miller-Ott E. A., Duran L. R. 2019. Phubbing friends: Understanding face threats from, and responses to “friends” cell phone usage through the lens of politeness theory. *Communication Quarterly*, **67** (5): 540.
- Keysar B., Converse B. A., Wang J., Epley N. 2008. Reciprocity is not give and take: asymmetric reciprocity to positive and negative acts. *Psychological Science*, **19** (12): 1280e1286. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-9280.2008.02223.x>.
- Matsuda M. 2008. Children with Keitai: When mobile phones change from “Unnecessary” to “Necessary”. *East Asian Science, Technology and Society*, **2** (2): 167.
- Miller-Ott A. E., Kelly L. 2015. The presence of cell phones in romantic partner face-to-face interactions: An expectancy violation theory approach. *Southern Communication Journal*, **80**: 253.
- Miller-Ott A. E., Kelly L. 2017. A politeness theory analysis of cell-phone usage in the presence of friends. *Communication Studies*, **68**: 190.
- Moris D. 1998. *Govor tela*. Beograd: Narodna knjiga
- Nakamura T. 2013. Refusal, holding and allowance of non-verbal communication looking at “Keitai”

displays. *The Infosociomics Society*, 7: 5. [na japanskom]

Naciye G. U., Tugba K. 2015. Time for digital detox: Misuse of mobile technology and phubbing. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 195: 1022.

Plant S. 2001. On the mobile: the effects of mobile telephones on social and individual life. <http://motorla.com/mot/documents/o.1028.333.00.pdf>

Pelaprat E., Brown B. 2012. Reciprocity: understanding online social relations. *First Monday*, 17 (10) <http://dx.doi.org/10.5210/fm.v17i10.3324>.

Roberts J. A., David M. E. 2016. My life has become a major distraction from my cell phone: Partner phubbing and relationship satisfaction among romantic partners. *Computers in Human Behavior*, 54: 134.

Vanden Abeele M. M. P., Antheunis M. L., Schouten A. P. 2016. The effect of mobile messaging during a conversation on impression formation and interaction quality. *Computers in Human Behavior*, 62, 562.

Wei R., Leung L. 1999. Blurring public and private behaviours in public space, Policy changes in the use of the cell phone. *Telematics and Informatics*, 16: 11.

---

*Mina Matevska*

## Effect of Using the Phone During a Conversation on the Formation of First Impressions and Credibility Assessment of Verbal Messages

The ubiquity of smartphones in everyday life can interfere with the quality of face-to-face social interactions. This phenomenon is better known as phubbing. The results of previous studies suggest that phubbing has negative conse-

quences in communication between partners. The person being phubbed can experience anxiety, tension or feeling of neglect. In this study, we wanted to see how the use of a smartphone during a live conversation with a person affects the formation of the first impression and the credibility of the verbal message of the person using the smartphone. We have examined forms of phubbing at different levels – the person does not use the smartphone, spins the smartphone as a toy, looks at the smartphone, is looking at the smartphone the whole time. The survey was conducted online and included 248 respondents (76% female, adolescents). Respondents saw one video for each level of phubbing. The conversation in the video was led by two girls, and the message they exchanged concerned an unpleasant event from everyday life. After each video, they assessed the politeness and attentiveness, as well as the credibility of the verbal message for each actor in the video. Our results have shown that phubbing has an impact on the first impression formation,  $F(3, 738) = 115, p < 0.001$ , as well as the credibility of the verbal message  $F(3, 738) = 34.7, p < 0.001$ . The more considerable the smartphone presence during a conversation was, the more negative first impression was created. When it comes to the verbal message, the assessment is significantly more negative in a situation where the actor is constantly looking at the smartphone, compared to all other levels. In conclusion, this study has shown that using a smartphone has a negative impact on the first impression and the assessment of the credibility of the verbal message. The additional contribution of this research is a new operationalization of phubbing. Phubbing is featured in short videos, which allowed us to explore its effects when having a small amount of information about someone. 