

## КУЛЬТУРА И ГЛОБАЛИЗАЦИЯ

УДК 316.4

DOI 10.18522/2227-8656.2021.3.7

*Тип статьи в журнале – научная*

### ПРЕДИКТОРЫ ФАББИНГА В СТРУКТУРЕ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

### PREDICTORS OF FABBBING IN THE STRUCTURE OF SOCIAL COMMUNICATIONS

© 2021 г.

**Н. Ю. Григорьев,  
В. А. Чвякин\***

© 2021

**N. Y. Grigoryev,  
V. A. Chvyakin\***

*\* Военный университет Министерства  
обороны Российской Федерации,  
г. Москва, Россия*

*\*Military University of the Ministry of Defense  
of the Russian Federation,  
Moscow, Russia*

**Цель исследования** обусловлена необходимостью выявления факторов риска, которые осложняют систему социальных коммуникаций в целом. В комплексе таких факторов ведущая роль принадлежит привлекательности виртуальной среды, которая позволяет заводить и поддерживать контакты на расстоянии, способствует расширению круга знакомств и анонимности коммуникаций, формированию виртуальной личности с любыми желаемыми характеристиками, возможности примерять любые роли и реализовывать их в процессе общения. Немаловажными являются субъективные факторы в качестве причин фаббинга. В таких случаях речь идет о комплексе личностных особенностей, которые определяют структуру коммуникационных характеристик конкретной личности. Основными причинами фаббинга являются ориентированность на виртуальную реальность, фактор тревожности и личностная неорганизованность.

**Objective of the study is** due to the need to identify risk factors that complicate the system of social communications as a whole. In the complex of such factors, the leading role belongs to the attractiveness of the virtual environment, which allows you to make and maintain contacts at a distance, promotes the expansion of the circle of acquaintances and anonymity of communication, the formation of a virtual personality with any desired characteristics, the ability to try on any roles and implement them in the process of communication. Subjective factors are also important as the reasons for fabbing. In such cases, we are talking about a complex of personal characteristics that determine the structure of the communication characteristics of a particular person. The main reasons for fabbing are the focus on virtual reality, the anxiety factor and personal disorganization.

**Методологической базой исследования** является общая теория социальной коммуникации с учетом поведенческого подхода в оценке фаббинга (V. Chotpitayasunondh, K. Douglas, J. A. Finkel, D. J. Kruger), а так-

**The methodological basis of the study is** the general theory of social communication, taking into account the behavioral approach in the assessment of fabbing (V. Chotpitayasunondh, K. Douglas, J. A. Finkel, D. J. Kruger), as well

же принципы регуляции структурных моделей фаббинга при межличностном общении (A. Guazzini, M. Duradoni, A. Capelli, P. Meringolo, M. Beranuy, U. Oberst, X. Carbonell, A. Chamarro, K. Kircaburun и др.).

**Результаты исследования.** Фаббинг представляет собой сложное социально-коммуникативное явление, которое обусловлено совокупностью субъективных и объективных факторов. Проявлению фаббинга способствует привлекательность виртуальной реальности для современного человека. Основными предикторами фаббинга являются ориентированность на виртуальную реальность, тревожность и личностная неорганизованность субъекта.

**Перспективы исследования** предполагают разработку мер по профилактике фаббинга психолого-педагогическими средствами и с помощью технологий социального научения.

**Ключевые слова:** фаббинг; социальные коммуникации; предикторы фаббинга; удовлетворенность общением; негативные последствия фаббинга.

as the principles of regulation of fabbing's structural models in interpersonal communication (A. Guazzini, M. Duradoni, A. Capelli, P. Meringolo, M. Beranuy, U. Oberst, X. Carbonell, A. Chamarro, K. Kircaburun and others).

**Research results.** Fabbing is a complex social and communicative phenomenon that is caused by a combination of subjective and objective factors. The attractiveness of virtual reality for a modern person contributes to the manifestation of fabbing. The main predictors of fabbing are orientation to virtual reality, anxiety and personal disorganization of the subject.

**The prospects of the study** suggest the development of measures to prevent fabbing by psychological and pedagogical means and with the help of social learning technologies.

**Keywords:** fabbing; social communication; predictors of fabbing; satisfaction with communication; negative consequences of fabbing.

## Введение

Актуальность исследования коммуникационных проблем в условиях насыщенной информационной среды обусловлена необходимостью выявления факторов риска, которые осложняют систему социальных коммуникаций в целом. Одним из таких факторов риска является фаббинг, который представляет собой широко распространенную социальную проблему и оказывает разрушительное влияние на межличностные отношения (Григорьев, 2021). Анализ основных теоретико-методологических подходов к изучению фаббинга показал, что данное явление имеет сложную структуру, состоящую из различных факторов (Чвякин, 2020). Но поскольку данное социальное явление появилось недавно, то исследованию подлежат различные модели фаббинга (коммуникационные, структурные и др.). При этом имеются мнения о том, что разделение предикторов данного социального явления на субъективные и объективные нецелесообразно, так как в ходе факторного анализа, выполненного различными авторами, были выявлены компоненты, включающие в себя и те и другие. Поэтому в настоящее время в качестве ос-

новой причины фаббинга рассматривается совокупность как объективных, так и субъективных причин. Однако в качестве предикторов фаббинга рассматриваются такие его причины, которые могут быть отнесены к причинам и мотивационного содержания, и стремления активно использовать только виртуальную реальность.

### **Результаты научно-теоретического анализа и их обсуждение**

Результаты исследований различных авторов свидетельствуют о том, что необходимость фаббинга чаще всего мотивирована стремлением сверить время. Использование гаджета в качестве часов вполне обосновано, поскольку в обыденной жизни люди все чаще используют для этой цели именно гаджет. Проверка времени или беглый просмотр уведомлений на экране смартфона не занимают слишком много времени и позволяют человеку делать это, не отвлекаясь от взаимодействия с окружающими. Но эффект фаббинга возникает всегда, как только пользователь начинает реагировать на полученные уведомления, т. е. предпринимать какие-либо действия.

В тех случаях, когда основным мотивом обращения к гаджету является избегание диалога или намеренное проявление своего недовольства пренебрежением собеседника в пользу, например, телефона, то он напрямую относится к проявлениям фаббинга. Можно говорить о том, что фаббинг – это прежде всего длительное взаимодействие с телефоном во время живого общения. Разовые или даже периодические взгляды на экран с целью узнать время или проверить уведомления сложно отнести к фаббингу, так как они могут осуществляться прямо во время диалога без отвлечения от него. Только изначальная мотивация человека избежать неприятного диалога или показать свое негативное отношение к участнику взаимодействия приводит к появлению фаббинга.

Исследование К. М. Douglas и V. Chotpitayasunondh показывает, что фаббинг воспринимается как норма среди его участников. С одной стороны, такое поведение допускает фаббер, потому что для него это норма, с другой – «жертва» фаббинга также оценивает ситуацию как допустимую и вполне приемлемую. Скорее всего, это связано с тем, что частое наблюдение за ситуациями фаббинга вообще начинает осознаваться индивидом как социально приемлемое поведение, т. е. как вариант нормы социальной коммуникации.

Вторым предиктором фаббинга К. Kircaburun и M. D. Griffiths рассматривают проблемное использование «Инстаграма». Эти авторы отмечают, что данный фактор связан с частотой просмотра трансляций, комментирования постов и проставления лайков (Kircaburun, 2018).

Также проблемное использование «Инстаграма» обусловлено желанием уйти от реальности за счет вовлечения в активную виртуальную жизнь и ощущения причастности к происходящим в ней событиям. Так, опрос 423 респондентов в возрасте от 14 до 21 года подтвердил, что FOMO и проблемное использование «Инстаграма» напрямую связаны с возникновением фаббинга.

В ситуации, когда отвлечение на телефон воспринимается как неодобряемое действие, фаббинг выглядит как мнимое общение. М. А. Гуляева относит такой вид отказа от коммуникации к квазиотказу (Гуляева, 2012. С. 39). Она подразумевает под ним «коммуникативный акт, при котором человек намерен прервать процесс общения, но при этом остается в коммуникативном пространстве собеседника». Вдобавок отвлечение участника коммуникации на смартфон можно интерпретировать как невербальную форму отказа от общения, которая, по мнению М. А. Гуляевой, может также выражаться в «равнодушном безразличном виде, отстраненном поведении, незаинтересованном взгляде». Поэтому фаббинг может рассматриваться как внешнее проявление отсутствия интереса к субъекту коммуникации.

М. А. Гуляева рассматривает различные виды стратегий отказа от реального общения. По мнению этого автора, фаббинг можно рассматривать как стратегию пассивного речевого поведения, которая «используется в случае, если коммуникант в силу той или иной причины не может прямо заявить о нежелании продолжать разговор и прервать коммуникативный процесс, поэтому вынужден поддерживать беседу, часто для соблюдения норм вежливости» (Гуляева, 2013. С. 49). Отвлекаясь на телефон во время живой беседы, коммуниканту дискомфортно и, соответственно, тяжело вести оживленную беседу и проявлять заинтересованность. Он может начать отвечать невпопад, делать длинные паузы, невнимательно слушать и односложно отвечать на вопросы.

Более ранние исследования использования молодежью мобильного интернета проводились с 1997 по 2009 г. М. К. Горшковым и Ф. Э. Шереги (Горшков, 2010). По их данным, чаще всего молодежь использует такой интернет для игр, общения и учебы. Также немаловажным для молодых людей является поиск различной актуальной информации в Сети. Для 73,6 % молодежи именно мобильный интернет является источником новых знаний по различным темам, для 39,7 % Всемирная информационная сеть важна как средство отвлечения от повседневной рутины и жизненных забот.

В марте 2014 г. ВЦИОМ проводил опрос об использовании детьми Интернета (1600 респондентов)<sup>1</sup>. Участники опроса считают (55 %), что у детей, которые активно пользуются Интернетом, возникают проблемы при живом общении. Также 52 % россиян отметили, что Интернет вызывает у детей вредную зависимость и делает их более агрессивными и непослушными (47 %). Данные опроса показали, что «ВКонтакте» является для 64 % респондентов главным источником новостей; в этой социальной сети пользователи регулярно публикуют записи (79 % парней и 69 % девушек), слушают музыку (75 %), смотрят видео (62 %) и рассказывают о своих успехах друзьям (81 %).

Все это свидетельствует о том, что в России существуют условия для существования и развития фоббинга. Подавляющее большинство россиян активно и регулярно пользуются Интернетом, социальными сетями, используют смартфон для общения и развлечения. А именно эти факторы и являются необходимыми для появления фоббинга в обществе. Также данные о боязни молодежи надолго остаться без социальных сетей можно рассматривать как признак ФОМО, который, по мнению зарубежных ученых, является одним из предикторов фоббинга. Мнение россиян о том, что чрезмерное использование Интернета детьми способствует развитию зависимости и появлению проблем при живом общении, показывает, что в обществе уже имеется вполне обоснованное беспокойство по поводу влияния Интернета на социальную жизнь подрастающего поколения.

Несмотря на то что данное исследование было пилотным и стихийная выборка не является репрезентативной, проведенный опрос подтверждает актуальность изучения фоббинга в России. Мнение респондентов показало, что фоббинг распространен как в нашем обществе, так и в их кругу общения и что данное явление не является нормальным поведением.

Анализ данных ВЦИОМ подтверждает, что в современном российском обществе заложен фундамент для возникновения и развития фоббинга. С каждым годом россияне все больше и чаще пользуются Интернетом и различными гаджетами, что является важным условием для возникновения фоббинга как социального явления. Активно используются современные технологии для упрощения сложных процессов социального взаимодействия и межличностной кооперации. Стало актуальным использование групповых чатов между коллегами, друзьями, сообществами людей по интересам и т. д.

---

<sup>1</sup> Дети в Интернете: ограничивать или поощрять? ВЦИОМ. 07.04.2014. URL: <https://infographics.wciom.ru/theme-archive/society/mass-media/internet/article/deti-v-internete-pooshchrjat-ili-ogranichivat>.

Проблема фаббинга заключается еще и в том, что многие пользователи не осознают, насколько губительным для межличностного общения является регулярное отвлечение на смартфон. Также играет роль то, что большинство негативных последствий фаббинга имеют латентный характер и проявляются не сразу. Именно поэтому очень важно продолжать всестороннее изучение данного явления и заниматься его актуализацией в обществе. По всему миру люди различными способами стараются привлечь внимание к проблеме разобщенности, вызванной смартфонами. В Сети можно найти немало комиксов, рисунков и фотографий на эту тематику или даже целое общественное движение, как, например, кампания *Stop Phubbing*, организованная австралийским студентом А. Хэйгом. На сайте <http://stopphubbing.com/> можно ознакомиться со статистикой распространения фаббинга в различных городах мира, а также отправить письмо знакомому или другу с призывом не отвлекаться на телефон во время живого общения. Благодаря проведенной кампании о фаббинге узнали по всему миру. В Амстердаме, например, дизайнерское агентство *Design Bridge* в тандеме с художницей Гали Май Лукас создало композицию «Поглощенные светом». Скульптурная группа изображает трех людей, сидящих на лавочке. Каждый из них поглощен своим смартфоном и никак не взаимодействует с остальными. Данной работой авторы хотели обратить внимание окружающих на то, как мало люди стали общаться друг с другом и что они гораздо больше времени уделяют смартфону, чем своему социальному окружению.

Что касается привлечения внимания к фаббингу с помощью фотографий, то можно выделить работы фотографа К. Kotarba. С помощью своих снимков, на которых изображены руки, сжимающие смартфоны, автор хотел показать, что люди настолько увлечены своими гаджетами, что не видят ничего и никого вокруг. Работы отображают присутствие и в то же время отсутствие человека в реальном мире и друг для друга. Этот автор показывает изолирующий эффект современных технологий. Такие снимки являются призывом задуматься и отвлечься от смартфонов, стремиться жить в реальном мире, а не виртуальном.

Проблема фаббинга поднимается не только в академических кругах, но и среди обычных людей, которых беспокоит это явление, это представляется актуальной социальной проблемой, которую нужно не только изучать, но и всячески стараться привлечь к ней внимание для ее осмысления и решения (табл. 1).

Таблица 1

**Субъективные ощущения во время общения с собеседником,  
который одновременно пользуется смартфоном**

Предмет опроса	Ваша реакция на то, что собеседник во время общения с Вами одновременно пользуется смартфоном (n)			
	Тоже смотрю в смартфон	Продолжаю общение, так как мне это не мешает	Делаю собе- седнику заме- чание и про- шу убрать смартфон	Затрудняюсь ответить
Как часто Вы пользуетесь гаджетом во время живого общения?				
Часто	37	22	18	4
Редко	52	87	13	6
Никогда	3	19	56	19

Анализ данных табл. 1 свидетельствует о том, что для тех, кто сам часто практикует фаббинг, характерно обращение к смартфону тогда, когда этим занимается партнер по общению. Это говорит о том, что частая практика фаббинга делает индивида более лояльным к данному явлению в отношении других пользователей.

Следующей распространенной реакцией является продолжение общения, так как отвлечение собеседника на смартфон никак не препятствует процессу общения этой категории лиц. Даже те, кто часто сам отвлекается на гаджет во время живого общения, расценивают фаббинг как ненормальное явление, они могут спокойно на него реагировать со стороны других, так как знают, что сами склонны к такому поведению.

Партнеры, которые редко отвлекаются на телефон во время общения, в качестве самой распространенной реакции на фаббинг со стороны партнера демонстрируют замечание о некорректности подобных действий с просьбой убрать смартфон. Такая реакция свидетельствует о том, что фаббинг расценивается партнером по общению как форма неуважительного отношения, которая задевает людей, потому они своей просьбой и замечанием указывают на некорректность именно такого поведения. Такая реакция соответствует схеме поведения, которую описал Э. Гофман относительно потери лица одним из партнеров. Имеется в виду, что фаббинг таит в себе опасность социального обезличивания партнера по общению со всеми вытекающими негативными последствиями (пренебрежительное отношение, агрессия и др.). Анализ данных табл. 1 свидетельствует также о том, что чем реже индивид практикует фаббинг сам, тем менее лояльно он относится к применению его по отношению к себе, и наоборот.

Из данных табл. 2, в которой показаны показатели сопряженности продолжительности фаббинга по времени и возникающие при этом ощущения, видно, что имеется зависимость между тем, как часто индивид сам отвлекается на смартфон во время живого общения, и тем, что он чувствует, когда фаббинг применяется по отношению к нему. Имеется в виду, что чем чаще респондент сам практикует фаббинг, тем спокойнее он относится к такому поведению со стороны других. При этом, несмотря на частоту отвлечения на смартфон, основная тенденция для всех респондентов выражается в негативном восприятии фаббинга по отношению к самому себе.

Таблица 2

**Показатели сопряженности продолжительности фаббинга по времени и возникающие при этом ощущения**

Предмет опроса	Что Вы чувствуете, когда Ваш собеседник занят в телефоне вместо того, чтобы общаться с Вами? (n)		
	Мне это неприятно	Меня это никак не задевает	Затрудняюсь ответить
Как часто Вы заняты в телефоне во время живого общения?			
Часто	47	27	7
Редко	221	70	21
Никогда	76	15	6

Анализ данных табл. 2 свидетельствует о том, что для детализации значимых причин фаббинга целесообразно провести факторный анализ. Такой анализ был проведен и позволил выявить три фактора, объясняющие 57 % общей дисперсии фаббинга как социального явления. То есть 57 % фаббинга как социального явления включают в себя:

- ориентированность на виртуальную реальность;
- фактор тревожности и отвлечения;
- субъективный фактор (личностная неорганизованность).

Если это так, то это свидетельствует о наличии доминирующих предикторов, определяющих постоянство фаббинга в структуре социальных коммуникаций. Например, российские ученые выделяют различные преимущества виртуальной реальности, которые обуславливают ее популярность у современного поколения. Так, Н.А. Голубева выделяет следующие причины:

- возможность заводить и поддерживать контакты на расстоянии;

- расширение круга знакомств;
- анонимность (возможность свободно выражать свое мнение, чувства);
- создание виртуальной личности с любыми желаемыми характеристиками, которая может быть отлична от реальной;
- возможность примерять различные роли и реализовывать их (Голубева, 2018).

В.О. Кобызева отмечает, что виртуальная коммуникация более раскрепощена за счет анонимности и отсутствия многих барьеров, присутствующих в непосредственном общении (внешняя привлекательность, статус, пол, возраст) (Кобызева, 2010). Отсутствие визуального контакта во время виртуального общения и возможность скрыть свою личность позволяют высказываться человеку более открыто и не бояться осуждения. Также в Сети могут часто обсуждаться темы, которые по той или иной причине некомфортно обсуждать вслух.

Помимо прочего, немаловажным фактором, делающим виртуальную коммуникацию такой привлекательной, по мнению В.О. Кобызевой, является ее глобальность. Под этим подразумевается возможность расширения межкультурных коммуникаций, которые не ограничены пространственно-временными барьерами.

К.С. Есаулова также выделяет характерные особенности интернет-коммуникации: психологическую раскрепощенность и стремление к ненормативному поведению (Есаулова, 2016). Помимо прочего, автор раскрывает такую особенность, как социальная смелость. Под ней понимается «смелость в социальных контактах, ориентация на свои действия и самого себя, неконформность в социальных ситуациях». По мнению этого автора, пользователи в Сети склонны проявлять социальную смелость гораздо чаще, чем в реальности. Это обусловлено анонимностью, простотой заведения новых контактов и отсутствия жесткого нормативного регулирования в Сети. Также автор считает, что возможность установления большего числа социальных связей в Интернете ведет к повышению социальной смелости и легкости при формировании социальных контактов в реальной жизни.

В ходе исследования был выявлен фактор тревожности и отвлечения. Современные гаджеты устроены таким образом, что пользователь получает множество различных уведомлений, которые захватывают внимание. Длительность отвлечения на экран сопряжена с уровнем тревожности и невротизации личности.

Немаловажными являются субъективные факторы в качестве причин фаббинга. В таких случаях, по-видимому, речь идет о комплексе личностных особенностей, которые так или иначе определяют структуру коммуникационных характеристик конкретной личности. Как показывают исследования зарубежных ученых, фаббинг может возникать и оказывать негативное влияние на любой вид межличностного общения, в котором присутствует телефон. Несмотря на то что в разных социальных ситуациях отвлечение на смартфон может оказывать различные негативные эффекты на межличностное взаимодействие, существуют и общие отрицательные тенденции, которые заключаются в разрушении важных компонентов живого общения (снижение эмпатии, доверия, возникновение социальной изоляции вследствие отсутствия интереса со стороны собеседника).

### Заключение

Фаббинг – это сложное социально-коммуникативное явление, которое обусловлено совокупностью субъективных и объективных факторов. В первую очередь распространению и проявлению фаббинга способствует большая привлекательность виртуальной реальности для современного поколения. Для современного человека смартфон является зоной комфорта. Зачастую в нем находится множество интересной информации, диалогов с близкими, коллегами, приложений для работы и отдыха и развлекательного контента. Телефон становится сосредоточением большей части нашей повседневной жизни. А во время живого общения приходится отвлечься от привычного мира, и это доставляет определенный дискомфорт. При этом основными предикторами фаббинга, т. е. определяющими причинами, являются ориентированность на виртуальную реальность, фактор тревожности и отвлечения и субъективный фактор (личностная неорганизованность).

### Литература

Голубева Н. А. Феноменология межличностного и межгруппового общения современной молодежи в реальном и виртуальном пространстве // Вестник РГГУ. Психология. Педагогика. Образование. 2018. № 2 (12). Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomenologiya-mezhlichnostnogo-i-mezhgruppovogo-obscheniya-sovremennoy-molodezhi-v-realnom-i-virtualnom-prostranstve>.

### References

Golubeva, N. A. (2018). Phenomenology of interpersonal and intergroup communication of modern youth in real and virtual space. *Vestnik RGGU. Psikhologiya. Pedagogika. Obrazovaniye*, 2 (12). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomenologiya-a-mezhlichnostnogo-i-mezhgruppovogo-obscheniya-sovremennoy-molodezhi-v-realnom-i-virtualnom-prostranstve>. (in Russian).

Горшков М. К., Шереги Ф. Э. Молодежь России: социологический портрет. М.: ЦСПиМ, 2010. 120 с.

Григорьев Н. Ю., Чвякин В. А. Фаббинг как неопределенное явление в структуре социальной девиантологии // Гуманитарий Юга России. 2021. № 2 (48). С. 27–37. DOI 10.18522/2227-8656.2021.2.2.

Гуляева М. А. Виды отказа от общения как коммуникативного акта // Известия ВГПУ. 2012. № 11.

Гуляева М. А. Стратегии отказа от общения // Известия ВГПУ. 2013. № 1 (76).

Есаулова К. С. К определению социальной смелости: в реальной жизни и интернет-коммуникации // Вестник РГГУ. Психология. Педагогика. Образование. 2016. № 2 (4). Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-opredeleniyu-sotsialnoy-smelosti-v-realnoy-zhizni-i-internet-kommunikatsii>.

Кобызева В. О. Особенности виртуального общения в повседневных коммуникативных практиках молодежи // СИСП. 2010. № 1. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-virtualnogo-obscheniya-v-povsednevnyh-kommunikativnyh-praktikah-molodezhi-2>.

Чвякин В. А., Григорьев Н. Ю. Фаббинг в структуре социальных коммуникаций: социологический анализ явления // Гуманитарий Юга России. 2020. Т. 9, № 5. С. 150–161. DOI 10.18522/2227-8656.2020.5.12.

Kircaburun K., Griffiths M. D. Problematic Instagram Use: The Role of Perceived Feeling of Presence and Escapism // Int. J. Ment. Health Addiction. 2018. P. 76.

**Для цитирования:** Григорьев Н. Ю., Чвякин В. А. Предикторы фаббинга в структуре социальных коммуникаций // Гуманитарий Юга России. 2021.3 (49). С. 90–101. DOI 10.18522/2227-8656.2021.3.7

Gorshkov, M. K., Sheregi, F. E. (2010). Youth of Russia: a sociological portrait. Moscow: TsSPiM. (in Russian).

Grigoriev, N. Yu., Chvyakin, V. A. (2021). Fabbing as an undefined phenomenon in the structure of social deviantology. *Gumanitariy Yuga Rossii*, 2 (48), 27-37. DOI 10.18522/2227-8656.2021.2.2. (in Russian).

Gulyaeva, M. A. (2012). Types of refusal from communication as a communicative act. *Izvestiya VSPU*, 11. (in Russian).

Gulyaeva, M. A. (2013). Strategies for refusing to communicate. *Izvestiya VSPU*, 1 (76). (in Russian).

Esaulova, K. S. (2016). Towards the definition of social courage: in real life and Internet communication. *Vestnik RGGU. Psikhologiya. Pedagogika. Obrazovaniye*, 2 (4). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-opredeleniyu-sotsialnoy-smelosti-v-realnoy-zhizni-i-internet-kommunikatsii>. (in Russian).

Kobyzeva, V. O. (2010). Features of virtual communication in everyday communicative practices of youth. *SISP*, 1. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-virtualnogo-obscheniya-v-povsednevnyh-kommunikativnyh-praktikah-molodezhi-2>. (in Russian).

Chvyakin, V. A., Grigoryev, N. Yu. (2020). Fabbing in the structure of social communications: a sociological analysis of the phenomenon. *Gumanitariy Yuga Rossii*, 9, 5, 150-161. DOI 10.18522/2227-8656.2020.5.12. (in Russian).

Kircaburun, K., Griffiths, M. D. (2018). Problematic Instagram Use: The Role of Perceived Feeling of Presence and Escapism. *Int. J. Ment. Health Addiction*. P. 76.

**История статьи:**

Поступила в редакцию – 10.05.2021 г.

Получена в доработанном виде – 02.06.2021 г.

Одобрена – 28.06.2021 г.

Доступна – 02.08.2021 г.

**Сведения об авторах**

**Information about authors**

**Григорьев Николай Юрьевич**

**Nikolay Yurievich Grigoryev**

Кандидат философских наук,  
доцент кафедры социологии,  
Военный университет Министерства  
обороны Российской Федерации

Candidate of Philosophical Sciences,  
Associate Professor, Department of Sociology,  
Military University of the Ministry of Defense  
of the Russian Federation

123001, г. Москва,  
ул. Большая Садовая, 14,  
e-mail: nugrig@mail.ru

14 Bolshaya Sadovaya str.,  
Moscow, 123001,  
e-mail: nugrig@mail.ru

**Чвякин Владимир Алексеевич**

**Vladimir Alekseevich Chvyakin**

Доктор философских наук, профессор,  
доцент кафедры социологии,  
Военный университет  
Министерства обороны  
Российской Федерации

Doctor of Philosophical Sciences,  
Professor, Associate Professor,  
Department of Sociology,  
Military University of the Ministry of Defense  
of the Russian Federation

123001, г. Москва,  
ул. Большая Садовая, 14,  
e-mail: 195805@mail.ru

14 Bolshaya Sadovaya str.,  
Moscow, 123001,  
e-mail: 195805@mail.ru