

UTILIZAREA FACEBOOK-ULUI ȘI SATISFACȚIA ÎN CUPLU. ROLUL MEDIATOR AL COMPARĂRII SOCIALE NEGATIVE ȘI AL STIMEI DE SINE

OCTAV SORIN CANDEL*, LAVINIA CARAIMAN, CORNELIA GOMOESCU,
COSMIN NECULA, BIANCA NIȚU, ANDREI IULIAN STAN

Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași, Facultatea de Psihologie și Științe ale Educației

Abstract

The use of social networks, including Facebook, is a common practice among young people. However, some studies show that there is a negative association between Facebook use and the quality of one's romantic relationship. This study aimed to: (1) show that higher levels of Facebook use would be related to lower levels of couple satisfaction; (2) show that negative social comparison, self-esteem and relationship contingent self-esteem would mediate the association between Facebook use and couple satisfaction. Our sample was composed from 152 participants involved in a romantic relationship. They completed some scales measuring the level of Facebook use (Orosz, Tóth-Király, & Bőthe, 2016), negative social comparison (de Vries & Kühne, 2015), self-esteem (Rosenberg, 1965), relationship contingent self-esteem (Knee *et al.*, 2008) and couple satisfaction (Funk & Rogge, 2007). The analyses showed that a higher level of Facebook use is positively associated with negative social comparison. In turn, this is negatively associated with couple satisfaction. Self-esteem is not associated with couple satisfaction, but relationship contingent self-esteem is. Although the double mediation models have not been supported by the results, they show that there is an indirect effect of Facebook use (more precisely, of all its factors) on couple satisfaction through negative social comparison and that relationship contingent self-esteem mediates the relationship between Facebook overuse and couple satisfaction. This study is the first to test the above-mentioned relationships on a Romanian population, the first that links relationship contingent self-esteem with Facebook use and negative social comparison and it can be used as a starting point for developing intervention methods aimed to prevent the decrease of couple satisfaction due to the overuse of social networks.

Cuvinte-cheie: Facebook, comparare socială negativă, stimă de sine, satisfacție în cuplu, cuplu.

Keywords: Facebook, negative social comparison, self-esteem, couple satisfaction, couple.

* Universitatea „Alexandru Ioan Cuza”, Iași, Facultatea de Psihologie și Științe ale Educației, Departamentul de Psihologie, Strada Toma Cozma, nr. 3, 700554, Iași, România; E-mail: candel.octav@yahoo.com.

Rev. Psih., vol. 66, nr. 2, p. 139–154, București, aprilie – iunie 2020

1. INTRODUCERE

Facebook oferă oportunitatea milioanelor de oameni care utilizează această platformă să comunice și să interacționeze zilnic prin intermediul încărcării pozelor, distribuirii contribuțiilor și comentarea acestora. De asemenea, le oferă șansa să fie activi în diferite grupuri și să converseze cu alți utilizatori (Ozimek & Bierhoff, 2016). În ceea ce privește implicarea platformei în relațiile romantice, utilizatorii Facebook își creează propriile pagini care includ aspecte din viața lor amoroasă, precum imaginile de profil cu partenerul lor romantic sau statusul relației (de exemplu, într-o relație cu). Deși folosirea rețelelor sociale poate îmbunătăți anumite aspecte ale relațiilor romantice (Candel *et al.*, 2020; Papp, Danielewicz, & Cayemberg, 2012), aceasta poate conduce și la o scădere a satisfacției în cuplu, mai ales când rețelele de socializare sunt folosite mult sau pentru comportamente negative precum supravegherea partenerului (Elphinston & Noller, 2011, Rus, & Tiemensma, 2017). În cadrul acestui studiu, dorim să extindem nivelul de cunoștințe privind legătura dintre utilizarea Facebook-ului de către persoanele aflate într-o relație și gradul de satisfacție în cuplu al acestora. Astfel, propunem o serie de mecanisme mediatore ale legăturii dintre suprautilizarea Facebook și satisfacția în cuplu, mai exact, compararea socială negativă, stima de sine și stima de sine relațională derivată din relația de cuplu.

1.1. MECANISME EXPLICATIVE

Un prim mecanism prin care utilizarea Facebook-ului poate determina schimbări în nivelul satisfacției de cuplu este oferit de teoria comparării sociale (Festinger, 1954). Aceasta explică modul în care indivizii se compară cu alte persoane având scopul de a-și reduce nesiguranțele în situații specifice și pentru a învăța cum să se definească pe ei înșiși (Shin *et al.*, 2017). Altfel spus, aceștia își bazează percepția despre sine, cel puțin parțial, pe modul în care consideră că se descurcă în diferite contexte, în comparație cu alții.

Există două tipuri de comparații pe care cei care se află într-o relație le pot realiza. Aceștia pot compara satisfacția lor cu cea a partenerului, dând astfel curs comparării relaționale, sau pot realiza o comparație cu alte persoane aflate într-o relație, ceea ce indică o comparație de referință (Hatfield *et al.*, 1985). Compararea de referință poate fi făcută atât în favoarea, cât și în defavoarea persoanei. Un bun exemplu pentru prima situație este comparația socială descendentă. Acest concept, de a te angaja în comparații cu cei care o duc mai puțin bine, a fost prezentat de Hakmiller (1966), care a susținut ideea conform căreia comparația socială poate servi scopului susținerii sau reafirmării părerii individului despre sine. Prin contrastul cu ceilalți care au o situație mai neplăcută, indivizii pot crea un punct de referință mai scăzut în evaluarea propriei situații, astfel situația lor arată mai bine decât este în realitate (Klein, 1997). Pe de altă parte, oamenii pot considera și că alții o duc mult mai bine decât ei, lucru care poate conduce la dezvoltarea unor percepții de sine negative (Festinger, 1954). Acest fenomen poartă numele de comparație socială negativă.

Morry & Sucharyna (2016) au arătat cum Facebook-ul oferă diferite oportunități *online* care sporesc compararea socială a relațiilor peste nivelul a ceea ce se întâmplă în mediul *offline*. În acest mod, indivizii își pot compara descendent relațiile cu cele care par inferioare față de ale lor sau le pot compara ascendent cu relații care sunt mai presus. Așadar, în funcție de cum un individ realizează această comparare, se pot delimita implicații importante asupra sinelui și asupra relației amoroase respective.

Utilizarea rețelelor sociale, în special a Facebook-ului, poate conduce la o creștere a nivelului comparării sociale negative (de Vries & Kühne, 2015). Alte studii au arătat că odată cu o creștere a nivelului de utilizare a rețelei sociale, crește și compararea socială negativă (Lee, 2014), oamenii fiind mai dispuși să considere că persoanele pe care le urmăresc au vieți mai bune decât ale lor (Chou & Edge, 2012). Rosenberg și Egber (2011) arată că Facebook-ul influențează oamenii mult mai des să facă o comparare ascendentă a relațiilor, față de mediul *offline*, deoarece această platformă permite oamenilor să își prezinte propria persoană și relație într-un mod ideal prin accentuarea caracteristicilor dorite. De exemplu, după ce Mary a aflat că prietena sa Jane s-a logodit, ea poate să devină mai optimisă în privința relației sale („Dacă ei pot să facă acest pas, și noi putem!”) sau poate să îi indice că relația ei este inferioară relației prietenei ei („Dacă am fi fost la fel de fericiți ca ei, am fi fost deja logodiți”). Astfel de interpretări pot afecta calitatea și comportamentele din cadrul relațiilor, dar în mod surprinzător, aceste comparări sociale sunt făcute fără efort, fără intenție și sunt relativ automate (Morry, Sucharyna, & Petty, 2018).

În general, compararea socială a relației romantice a fost pusă în legătură cu un nivel mai scăzut al calității relației respective (Smith LeBeau & Buckingham, 2008; White *et al.*, 2006). În plus, aceasta poate conduce la descoperirea mai multor alternative relaționale (Smith LeBeau & Buckingham, 2008). În ceea ce privește relația dintre compararea socială din mediul *online* și calitatea relației de cuplu, rezultatele obținute de Morry și colaboratorii săi (2018) sugerează că un nivel mai ridicat al comparării sociale negative poate conduce la un nivel mai scăzut de satisfacție și angajament. Nu doar că unii indicatori ai relației de cuplu pot fi afectați de un astfel de tip de comparare socială, dar și calitatea vieții poate să scadă în urma unui proces de comparare socială negativă pe Facebook. Astfel, oamenii care au o tendință mai mare de a se compara pe Facebook tind să aibă o sănătate mintală mai deficitară, iar cei care realizează comparări negative pot avea mai multe simptome depresive (Faranda & Roberts, 2019; Nesi & Prinstein, 2015). Compararea socială negativă poate crește, așadar, în condițiile unei utilizări mai dese a Facebook-ului, iar această creștere poate determina o scădere a satisfacției în cuplu.

Un al doilea mecanism poate fi reprezentat de stima de sine. Stima de sine se referă la credința/percepția personală pe care un individ o are despre sine și cum crede că este apreciat în mediul social. O persoană cu stimă de sine ridicată este asertivă, plăcută și are respect față de sine, pe când o persoană cu stimă de sine scăzută este anxioasă, lipsită de încredere, autocritică și are probleme de socializare (Palermi *et al.*, 2017).

Blachnio, Przepiorka și Pantic (2016) au arătat că intensitatea utilizării Facebook-ului este corelată negativ cu satisfacția vieții și că stima de sine se asociază negativ și semnificativ cu dependența de Facebook. De asemenea, există o corelație pozitivă semnificativă între timpul îndelungat petrecut pe Facebook și stima de sine scăzută. Individul cu stimă de sine scăzută își construiește un profil cât mai apropiat de perfect, o identitate dezirabilă lui, pentru a masca faptul că el în viața reală nu se percepe deloc favorabil (Mehdizadeh, 2010). Forest și Wood (2012) au indicat faptul că cei cu stimă de sine scăzută văd Facebook-ul ca fiind un mediu sigur pentru a dezvălui conținuturi despre ei pe care în mod normal nu le-ar împărtăși.

Expunerea pe Facebook poate duce la scăderea stimei de sine deoarece indivizii pot deveni conștienți de lipsurile pe care le au când primesc un *feedback* negativ sau pot posta conținuturi despre ei care să fie „contaminate” pentru a face o impresie mai bună celorlalți utilizatori (Gonzales & Hancock, 2011). Gonzales și Hancock (2011) au arătat că selectivitatea informațiilor pe care un individ le prezintă în mediul *online* crește artificial stima de sine a individului deoarece el primește *feedback* de la ceilalți utilizatori doar pentru informațiile dezirabile despre sine pe care le alege pentru profilul său digital. În final, Valkenburg, Peter și Schouten (2006) au ajuns la concluzia că stima de sine a adolescenților a fost afectată de tonul *feedback*-ului pe care adolescenții l-au primit în profilurile lor: *feedback*-ul pozitiv a sporit stima de sine a adolescenților, iar *feedback*-ul negativ a scăzut stima de sine.

Modul în care persoanele utilizează rețelele de socializare conduce, așadar, la fluctuații ale stimei de sine, dar acest proces poate să fie și el unul mijlocit. Compararea socială cu persoane considerate mai bune tinde să creeze autoevaluări negative ale propriei persoane (vezi Collins, 1996 pentru un review). Chiar simpla expunere la o persoană cu caracteristici clar dezirabile pentru individ determină scăderi temporare ale stimei de sine ale acestuia (Morse & Gergen, 1970). Studii recente au arătat că un nivel ridicat al utilizării rețelor sociale mobile conduce la o creștere a comparării sociale negative, iar aceasta determină scăderi ale stimei de sine (Hanna *et al.*, 2017; Schmuck *et al.*, 2019; Wang *et al.*, 2017).

Stima de sine este un predictor puternic al satisfacției vieții în cadrul diverselor culturi (Diener & Diener, 2009). Chiar mai specific, aceasta afectează modul în care variază calitatea unei relații de cuplu (vezi Erol & Orth, 2017 pentru un review). Studii longitudinale arată că stima de sine a ambilor parteneri este importantă pentru nivelul de satisfacție în cuplu a acestora, atât în etapele preliminare ale relației, cât și ulterior, odată cu trecerea timpului (Erol & Orth, 2014). Aceste rezultate pot fi explicate prin faptul că persoanele cu stimă de sine scăzută consideră că partenerul are, de asemenea, o părere negativă despre ele, ceea ce le face să se distanțeze de acesta (Murray, Holmes, & Griffin, 2000). De asemenea, stima de sine ridicată ar putea conduce la o mai mare popularitate, ceea ce îl determină pe partener să fie mai mulțumit de relație (Srivastava & Beer, 2005).

Stima de sine nu trebuie însă privită obligatoriu ca fiind un concept global. Unii autori consideră că stima de sine poate să fie determinată de anumite rezultate într-un domeniu specific al vieții (Crocker & Wolfe, 2001). Stima de sine relațională derivată din relația de cuplu presupune că imaginea de sine a unui individ este

puternic legată de modul în care acesta se descurcă în relația respectivă (Knee *et al.*, 2008). Cu alte cuvinte, pentru cineva a cărui stimă de sine este puternic influențată de bunăstarea propriei relații, orice eveniment negativ din cadrul relației va determina scăderi ale valorii de sine. Așadar, stima de sine relațională derivată din relația de cuplu este un concept cu implicații negative la nivelul cuplului, fiind asociată cu un atașament de tip anxios, un nivel mai ridicat de emoții negative (atunci când relația trece prin momente mai dificile) sau probleme asociate consumului de alcool (Knee *et al.*, 2008; Rodriguez, Knee, & Neighbors, 2014). În concluzie, utilizarea Facebook-ului poate conduce la scăderi ale stimei de sine. Relația poate fi directă sau mediată de compararea socială negativă. În final, stima de sine și stima de sine relațională derivată din relația de cuplu pot conduce la schimbări ale nivelului satisfacției relaționale.

2. METODOLOGIE

2.1. OBIECTIVE ȘI IPOTEZE

Studiile realizate anterior arată că suprautilizarea rețelelor sociale poate avea efecte negative asupra satisfacției în cuplu (de exemplu, Rus & Tiemensma, 2017). Primul obiectiv al acestui studiu a fost acela de a confirma aceste rezultate. Următorul obiectiv presupune utilizarea comparării sociale negative, a stimei de sine și a stimei de sine relaționale derivate din relația de cuplu ca mecanisme care mediază relația dintre utilizarea Facebook-ului și satisfacția în cuplu. Așadar, ca o primă ipoteză, am propus să verificăm dacă un nivel mai ridicat al utilizării Facebook-ului este asociat cu o scădere a satisfacției în cuplu. Ca o a doua ipoteză, propunem că un grad mai ridicat de utilizare a Facebook-ului se asociază cu un nivel mai ridicat de comparare socială negativă, care se asociază cu o stimă de sine generală mai scăzută. În final, aceasta ar fi corelată cu un nivel mai scăzut de satisfacție în cuplu. Pentru a treia ipoteză ne-am propus verificarea unui model similar, înlocuind însă stima de sine cu stima de sine relațională derivată din relația de cuplu, dar păstrând sensul relațiilor.

2.2. PARTICIPANȚI

Lotul a fost alcătuit dintr-un număr de 152 de persoane (104 femei și 48 bărbați) aflate într-o relație de cuplu care ținea de mai mult de două luni. Aceștia au fost selectați în urma unei eșantionări de conveniență. Participanții au completat instrumentele de cercetare în timpul unor seminarii, primind puncte în plus pentru implicarea lor în cadrul acestui demers. Media de vârstă a femeilor a fost de 21.46 ani ($SD = 3.6$), în timp ce media de vârstă a bărbaților a fost de 22.41 ani ($SD = 2.32$). Femeile au avut o relație medie de 27.72 de luni (Minim = 2 luni, Maxim = 180 luni), iar bărbații o relație medie de 22.73 luni (Minim = 2 luni, Maxim = 75 luni). 15 participanți erau căsătoriți la momentul completării chestionarelor.

2.3. INSTRUMENTE

Intensitatea utilizării Facebook. Variabila a fost măsurată cu ajutorul scalei Multidimensional Facebook Intensity Scale (Orosz, Tóth-Király, & Bőthe, 2016). Scala măsoară modul în care persoanele utilizează rețeaua de socializare Facebook prin intermediul a patru fațete: persistența (legătura emoțională dintre Facebook și utilizator; 4 itemi), plictiseala (motivația de a folosi Facebook pentru a scăpa de plictiseală; 3 itemi), suprautilizare (utilizarea exagerată și adictivă a rețelei; 3 itemi) și exprimarea de sine (nevoia de a ne prezenta persoana, ideile și gândurile pe Facebook, 3 itemi). Itemii (ex.: *Deseori caut conexiuni la internet pentru a accesa Facebook-ul*) au fost cotați pe o scală de tip Likert cu 5 trepte, unde 1 înseamnă dezacord total și 5 înseamnă acord total. Coeficienții de consistență internă au fost acceptabili: pentru fațeta persistență Alpha Cronbach = 0.73, pentru fațeta plictiseală Alpha Cronbach = 0.84, pentru fațeta suprautilizare Alpha Cronbach = 0.73, pentru fațeta exprimarea de sine Alpha Cronbach = 0.73. Pentru întreg chestionarul, indicele Alpha Cronbach a fost de 0.89. Scorurile mari arată un nivel mai ridicat al utilizării Facebook-ului.

Compararea socială negativă pe Facebook. Variabila a fost măsurată folosind procedura propusă de către de Vries & Kühne, 2015. Aceasta cuprinde doi itemi, cu răspunsuri oferite pe o scală de tip Likert de la 1 (dezacord total) la 5 (acord total). Cei doi itemi utilizați sunt: *Când citesc notificări pe Facebook și văd pozele altor cupluri consider că: (1) Ei au o relație mai bună decât a mea; (2) Ceilalți o duc mai bine în relație decât mine*. Coeficientul Alpha Cronbach pentru această scală a fost de 0.93. Scorurile mari indică un nivel mai accentuat al comparării sociale negative pe Facebook.

Stima de sine. Pentru a măsura stima de sine, am utilizat Rosenberg's Self-Esteem Scale (Rosenberg, 1965). Aceasta conține 10 itemi (ex.: *Sunt capabil(ă) să fac lucrurile la fel de bine precum ceilalți oameni*) cotați pe o scală de tip Likert de la 1 (dezacord total) la 4 (acord total). Scorurile mai mari la acest instrument indică o stimă de sine mai bună pentru persoanele care l-au completat. Analiza consistenței interne indică un coeficient Alpha Cronbach de 0.87.

Stima de sine relațională derivată din relația de cuplu. Variabila a fost măsurată prin intermediul scalei Relationship-Contingent Self-Esteem (Knee et al., 2008). Aceasta măsoară modul în care stima de sine a respondenților depinde de statusul lor relațional și de modul în care decurge relația lor de cuplu. Instrumentul cuprinde 11 itemi (ex.: *O modalitate importantă de măsurare a propriei valori este gradul în care relația mea este reușită*) cotați pe o scală de tip Likert de la 1 (dezacord total) la 4 (acord total). Consistența internă a fost una foarte bună, coeficientul Alpha Cronbach fiind de 0.83.

Satisfacția în cuplu. Aceasta a fost măsurată prin intermediul Couple Satisfaction Index 4 (Funk & Rogge, 2007). Scala cuprinde 4 itemi (ex.: *Am o relație caldă și confortabilă cu partenerul meu/partenera mea*) și scorurile mai mari indică niveluri mai ridicate ale satisfacției în cuplu. Itemii sunt cotați pe o scală Likert de la 1 la 6.

În urma analizării consistenței interne, rezultatul nu a fost unul satisfăcător, așa că am decis eliminarea unui item (4). După aceasta, indicele Alpha Cronbach a crescut la 0.86.

Toate instrumentele au fost traduse din limba engleză în limba română de către unul dintre cercetători. Ulterior, acestea au fost traduse din nou în limba engleză de către un alt membru al echipei de cercetare. La final, toată echipa a discutat cele două traduceri și a ajuns la un acord.

2.4. ANALIZE STATISTICE

Versiunea 21 SPSS a fost utilizată pentru analiza preliminară a datelor. Analiza de mediere a fost realizată folosind macro-ul PROCES din SPSS (Hayes, 2013). Acesta a fost utilizat pentru a examina rolul mediator al comparării sociale negative, stimei de sine și stimei de sine relaționale derivate din relația de cuplu în relația dintre utilizarea Facebook și satisfacția în cuplu a participanților. Am utilizat un model de mediere consecutivă, compararea socială negativă fiind folosită ca prim mediator și stima de sine sau stima de sine relațională derivată din relația de cuplu ca un al doilea mediator. Am utilizat 5000 de probe de *bootstrap*, iar erorile au fost corectate la intervale de încredere de 95% (CI) pentru a calcula efectul indirect al variabilelor mediatore. Dacă CI al efectului indirect nu include zero, efectul indirect este semnificativ la $p = 0.05$ (Shrout & Bolger, 2002). Spre deosebire de abordarea cauzală a medierii (Baron și Kenny, 1986), această metodă nu necesită o relație semnificativă între IV și DV. În schimb, calculează efectul indirect care devine principalul indicator pentru mediere (Hayes, 2009).

3. REZULTATE

Statisticile descriptive pentru variabilele incluse în studiu sunt prezentate în Tabelul nr. 1.

Tabelul nr. 1

Medii și abateri standard ale variabilelor incluse în studiu

	Medie	Abatere standard
Vârstă	21.76	3.28
Durată relație	26.16	25.34
FB persistentă	9.26	3.27
FB plictisală	9.51	2.72
FB suprautilizare	8.07	2.58
FB exprimare de sine	6.15	2.47
FB Total	32.99	9.06
Comp. Soc. Neg.	3.93	1.95
Stima de sine	29.11	5.25
Stima de sine rel.	29.01	5.42
Sat. Rel.	15.00	2.98

Tabelul nr. 2 prezintă coeficienții de corelație dintre variabile. Observăm că scorul total al utilizării Facebook corelează pozitiv cu nivelul comparării sociale negative ($r = 0.36$, $p < 0.001$), persoanele care folosesc mai mult rețeaua de socializare comparându-se negativ semnificativ mai des cu ceilalți. Utilizarea Facebook corelează semnificativ și pozitiv cu stima de sine relațională derivată din relația de cuplu ($r = 0.17$, $p < 0.05$), dar negativ cu stima de sine generală ($r = -0.19$, $p < 0.05$). Nu apar corelații semnificative între utilizarea Facebook și satisfacția în cuplu ($r = 0.11$, $p = 0.15$). Stima de sine corelează pozitiv cu satisfacția în cuplu ($r = 0.26$, $p < 0.05$), dar stima de sine relațională derivată din relația de cuplu nu corelează cu satisfacția în cuplu ($r = 0.14$, $p = 0.08$). Compararea socială corelează negativ cu stima de sine ($r = -0.38$, $p < 0.001$) și cu satisfacția în cuplu ($r = -0.46$, $p < 0.001$), dar nu corelează cu stima de sine relațională derivată din relația de cuplu ($r = 0.12$, $p = 0.11$).

Tabelul nr. 2

Corelații între variabilele incluse în studiu

	1	2	3	4	5	6	7	8
1. FB persistență	-							
2. FB plictiseală	0.65**	-						
3. FB suprautilizare	0.66**	0.62**	-					
4. FB exprimare de sine	0.55**	0.40**	0.40**	-				
5. FB Total	0.89**	0.82**	0.82**	0.71**	-			
6. Comp. Soc. Neg.	0.40**	0.20*	0.35**	0.20**	0.36**	-		
7. Stima de sine	-0.14	-0.11	-0.22**	-0.13	-0.19*	-0.38**	-	
8. Stima de sine rel.	0.17*	0.16*	0.23**	0.01	0.17*	0.12	-0.19*	-
9. Sat. Cuplu	-0.10	0.03	-0.17*	-0.14	-0.11	-0.46**	0.26*	0.14

Notă: * $p < 0.05$, ** $p < 0.001$

Rezultatele analizei de dublă mediere apar în Figurile nr. 1 și nr. 2. În cele ce urmează, vom prezenta relațiile semnificative statistic și coeficienții nestandardizați aferenți. Ca un prim pas, am decis utilizarea comparării sociale negative și a stimei de sine ca mediatori ai relației dintre utilizarea Facebook (și factorii acesteia) și satisfacția în cuplu (Figura nr. 1). Observăm că utilizarea Facebook nu prezintă un efect total asupra satisfacției în cuplu ($b = -0.03$, $p = 0.45$). Aceasta se asociază semnificativ și pozitiv comparării sociale negative ($b = 0.08$, $p < 0.01$), dar nesemnificativ stimei de sine. Compararea socială negativă se asociază negativ cu stima de sine ($b = -0.96$, $p < 0.001$) și cu satisfacția în cuplu ($b = -0.67$, $p < 0.001$). Stima de sine nu se asociază cu satisfacția în cuplu. În urma introducerii mediatorilor, nu apare un efect direct al utilizării Facebook asupra satisfacției în cuplu, dar

analizarea efectelor indirecte indică unele rezultate semnificative. Astfel, apare un efect indirect semnificativ al utilizării Facebook asupra satisfacției în cuplu prin intermediul comparării sociale negative ($b_{IE} = -0.05$, CI 95 % [-0.08;-0.03]). Nu apar efecte indirecte semnificative prin intermediul stimei de sine sau în cazul utilizării ambilor mediatori.

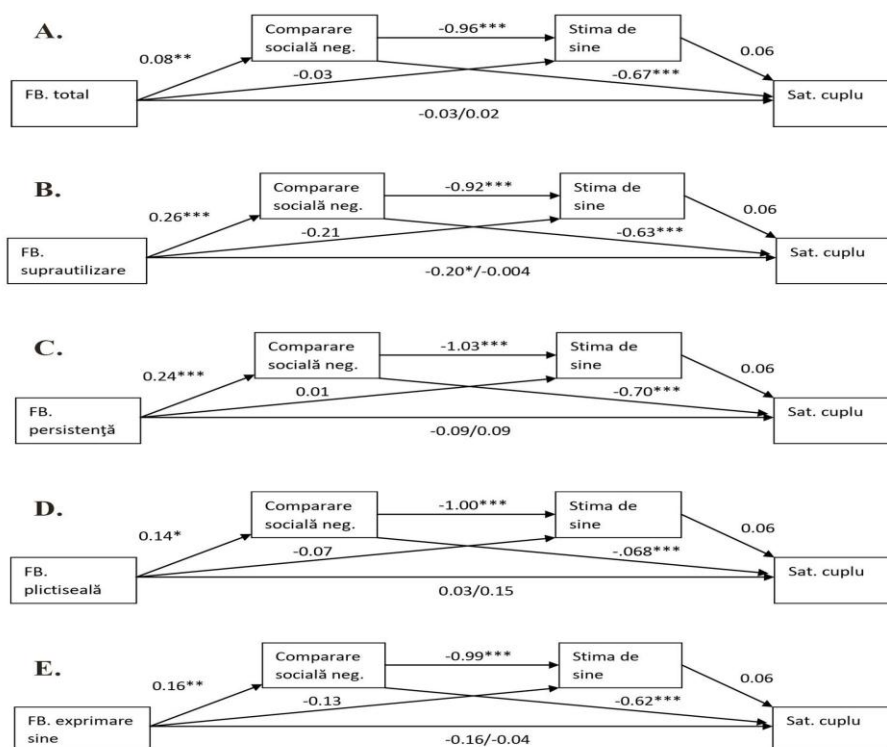


Figura nr. 1 – Relația dintre utilizarea Facebook (și factorii acesteia) și satisfacție, mediată de compararea socială negativă și stima de sine

Rezultatele similare se observă și în urma analizării factorilor utilizării Facebook. Fiecare dintre aceștia se asociază cu un nivel mai ridicat al comparării sociale negative (b suprautilizare = 0.26, $p < 0.001$; b plictiseală = 0.14, $p < 0.05$; b persistență = 0.24, $p < 0.001$; b exprimare de sine = 0.16, $p < 0.01$). Doar suprautilizarea Facebook are un efect total negativ asupra satisfacției în cuplu ($b = -0.20$, $p < 0.05$), dar acesta devine nesemnificativ după introducerea mediatorilor. Mai mult decât atât, efectul indirect al fiecărui factor al utilizării Facebook asupra satisfacției prin intermediul comparării sociale negative este semnificativ și negativ (b_{IE} suprautilizare = -0.17, CI 95 % [-0.27;-0.10]; b_{IE} plictiseală = -0.10, CI 95 % [-0.18;-0.02]; b_{IE} persistență = -0.17, CI 95 % [-0.28;-0.10]; b_{IE} exprimare de sine = -0.12, CI 95 % [-0.22;-0.03]).

Utilizarea stimei de sine relaționale derivate din relația de cuplu ca mediator conduce la obținerea unor rezultate diferite (Figura nr. 2). Aceasta are o relație semnificativă și pozitivă cu satisfacția în cuplu ($b = 0.10$, $p < 0.01$). Nu mai apare însă o relație semnificativă între compararea socială negativă și stima de sine relațională. Un singur factor al utilizării Facebook, suprautilizarea, se asociază pozitiv și semnificativ cu stima de sine relațională derivată din relația de cuplu ($b = 0.44$, $p < 0.05$). Aceasta prezintă un efect indirect semnificativ asupra satisfacției prin intermediul stimei de sine relaționale derivate din relația de cuplu (b_{IE} suprautilizare = 0.05, CI 95 % [0.004; 0.11]).

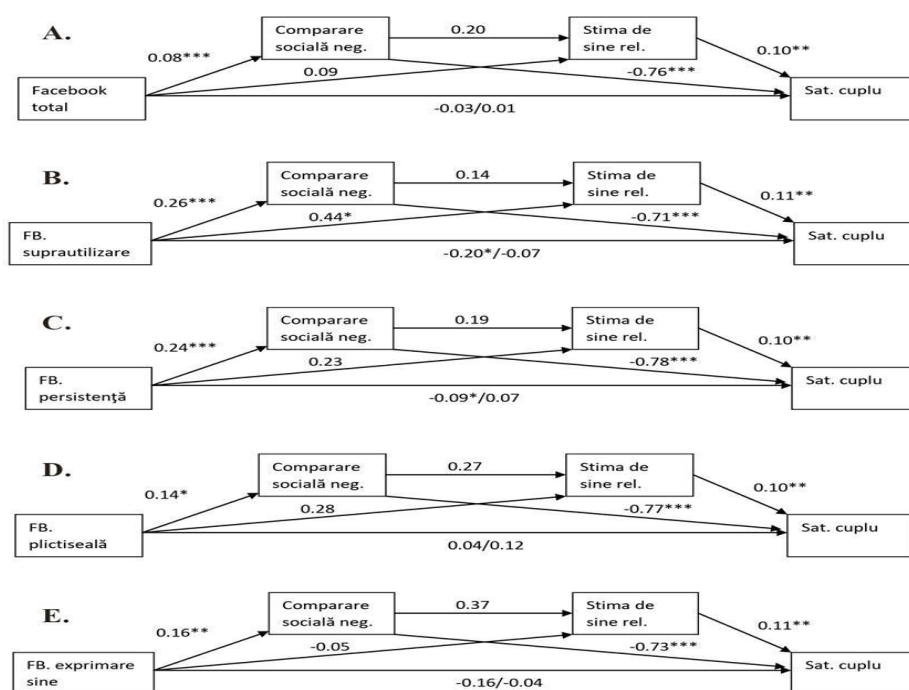


Figura nr. 2 – Relația dintre utilizarea Facebook (și factorii acesteia) și satisfacție, mediată de compararea socială negativă și stima de sine relațională

4. DISCUȚII

Studiul de față și-a propus să investigheze modul în care relația dintre utilizarea rețelei Facebook și satisfacția în cuplu a utilizatorilor este mediată de către compararea socială, stima de sine și stima de sine relațională derivată din relația de cuplu. Pentru aceasta am propus mai multe modele de dublă mediere, în care am utilizat și factorii utilizării Facebook propuse de către Orosz și colaboratorii în 2016 (*plictiseală*, *persistență*, *suprautilizare* și *exprimare de sine*).

Ca o primă ipoteză, am propus să verificăm dacă un nivel mai ridicat al utilizării Facebook-ului este asociat cu o scădere a satisfacției în cuplu. Rezultatele noastre susțin, în parte, rezultatele anterioare. Simpla utilizare a Facebook-ului nu prezice în mod direct schimbări ale satisfacției, dar poate genera schimbări negative prin intermediul unor alte variabile (Candel *et al.*, 2020; Elphinston & Noller, 2011). Dacă alți autori au arătat că gelozia sau supravegherea partenerului mediază relația (vezi Elphinston & Noller, 2011), studiul nostru a găsit că legătura este mediată și de către alte variabile. O a doua ipoteză propunea că un grad mai ridicat de utilizare a Facebook-ului se asociază cu un nivel mai ridicat de comparare socială negativă, care se asociază cu o stimă de sine generală mai scăzută. În final, aceasta ar fi corelată cu un nivel mai scăzut de satisfacție în cuplu. Altfel spus, utilizarea Facebook-ului conduce la o creștere a comparării sociale negative care, la rândul ei, scade satisfacția. Această legătură este valabilă indiferent dacă utilizatorii folosesc Facebook-ul din *plectiseală*, din pasiune (utilizatorul are o legătură emoțională puternică cu rețeaua de socializare, o verifică des, cu o *persistență* ridicată) sau pentru a se *autoprezenta*. Interesant este faptul că *suprautilizarea* rețelei sociale este singurul factor care determină și în mod direct o scădere a satisfacției în cuplu. Această dimensiune este asociată cu unele comportamente problematice (ex.: lipsa somnului) sau cu unele trăsături de personalitate (ex.: nevrotismul) și este posibil ca astfel de legături și mecanisme să explice asocierea negativă cu satisfacția în cuplu (Orosz *et al.*, 2016).

Rezultatul conform căruia compararea socială negativă mediază relația dintre utilizarea Facebook și satisfacția în cuplu susține cercetările anterioare care făceau referire la alte aspecte ale stării de bine (Schmuck *et al.*, 2019; Wang *et al.*, 2017). Deși mediul *online* și utilizarea acestuia nu provoacă neapărat efecte nocive asupra satisfacției (decât în cazul în care apare o utilizare exagerată a rețelelor sociale), acesta poate oferi utilizatorilor șansa de a intra în contact cu numeroși alți oameni. Cum Facebook-ul (dar și alte rețele sociale) oferă indivizilor șansa de a se prezenta într-un mod pozitiv nerealist (Kim & Lee, 2011; Mehdizadeh, 2010) și cum oamenii tind să se compare și cu cei care par a avea o relație mai bună (de Vries & Kühne, 2015), Facebook-ul poate induce, indirect, ideea că relația proprie este de o mai slabă calitate decât a celorlalți (indiferent dacă este sau nu). Acest lucru conduce, în final, la o evaluare negativă a propriei relații (Smith LeBeau & Buckingham, 2008).

Studii anterioare arată că stima de sine reprezintă, de asemenea, un important predictor al satisfacției în cuplu (Erol & Orth, 2014), dar, cu toate acestea, rezultatele noastre au infirmat această relație. Stima de sine nu s-a asociat nici utilizării Facebook-ului, dar s-a asociat negativ comparării sociale (oamenii cu un nivel mai ridicat de comparare socială negativă au o stimă de sine mai scăzută). Ultimul rezultat este conform studiilor anterioare (Wang *et al.*, 2017). Dată fiind și asocierea nesemnificativă dintre stima de sine și satisfacția în cuplu, modelul de dublă mediere nu a fost validat.

A treia ipoteză propune că stima de sine relațională derivată din relația de cuplu mediază asocierea dintre utilizarea Facebook-ului, compararea socială negativă și satisfacția în cuplu. Aceste așteptări au fost parțial confirmate. Am descoperit o asociere pozitivă între stima de sine relațională derivată din relația de cuplu și satisfacția în cuplu. Stima de sine reprezintă, în general, o trăsătură globală și stabilă în timp, dar cercetări recente arată că ea poate fi și contingentă la anumite rezultate din viața de zi cu zi (Crocker & Wolfe, 2001). Astfel, devine posibil ca ea să varieze în timp și de la situație la situație. Așadar, există posibilitatea ca participanții incluși în studiu să valorifice mai mult relația romantică, iar aceasta să devină un important instrument în determinarea nivelului lor de stimă de sine. Stima de sine relațională derivată din relația de cuplu a fost asociată anterior cu satisfacția în cuplu și angajamentul (Knee *et al.*, 2008), dar această relație poate fi doar una temporară. Deoarece persoanele din studiul nostru sunt tinere și cu relații de relativ scurtă durată (media fiind de 27 de luni), este posibil ca ele să nu fi întâlnit încă evenimente care să le tulbure relația și să le afecteze stima de sine relațională. În aceste momente, cei cu un nivel ridicat de stimă de sine relațională derivată din relația de cuplu ar putea înregistra scăderi ale satisfacției.

Pe de altă parte, stima de sine relațională derivată din relația de cuplu a fost asociată semnificativ și pozitiv cu suprautilizarea Facebook (cu celelalte dimensiuni nu au fost găsite legături semnificative). Astfel, oamenii care utilizează Facebook foarte mult au și scoruri mari la stima de sine relațională derivată din relația de cuplu, iar aceștia din urmă au scoruri mai mari la satisfacția în cuplu. Efectul indirect a fost și el unul semnificativ. Frecvența utilizării Facebook, tradusă și prin interacțiuni mai dese între parteneri, îi poate determina pe oameni să acorde o importanță mai mare relației. De aceea, stima lor de sine devine puternic influențată de modul în care aceasta funcționează. Totuși, rezultatele noastre provin dintr-un studiu transversal. Persoanele cu o stima de sine relațională mai ridicată sunt mai afectate de evenimentele negative din relație (Knee *et al.*, 2008), așa că este posibil ca, odată cu apariția acestora, relația dintre variabile să se schimbe.

4.1. LIMITE

Studiul de față prezintă anumite limite. În primul rând, lotul a fost unul de conveniență, format preponderent din studenți. Acest lucru ne face să nu putem extrapola rezultatele și la alte categorii de vârstă. Mai mult decât atât, în astfel de studii aleg să răspundă mai ales persoanele care au o satisfacție în cuplu cel puțin de nivel mediu. Cu alte cuvinte, se autoexclud cei care sunt nefericiți în relația lor, iar studierea unei asemenea populații ar putea conduce la rezultate diferite. Este important de notat și faptul ca studiul este transversal. Deși am utilizat o analiză de mediere, aceasta nu poate fi interpretată decât la nivel statistic. Pentru o interpretare mai precisă este nevoie de studii longitudinale, ale căror rezultate să stabilească în mod inechivoc relația dintre variabile. În plus, este posibil ca unele asocieri să devină semnificative în cadrul unui studiu longitudinal (precum cele dintre stima de sine și satisfacția în cuplu). În final, compararea socială negativă pe Facebook a fost măsurată printr-o scală care conține doar doi itemi.

4.2. IMPLICAȚII ȘI CONCLUZII

Deși acest studiu suferă din cauza limitelor mai sus amintite, implicațiile sale rămân unele importante. Ca un element de noutate, acesta este primul studiu (cel puțin din ceea ce cunoaștem) care a verificat asocierea existentă între utilizarea rețelelor sociale, comparare socială, stimă de sine și satisfacția în cuplu la nivelul populației din România. Mai mult decât atât, au fost explorate relațiile existente între utilizarea Facebook, compararea socială și stima de sine relațională derivată din relația de cuplu, ceea ce reprezintă, de asemenea, o noutate teoretică. Am arătat cum utilizarea rețelelor de socializare, dar mai ales a Facebook-ului poate afecta, în mod indirect, nivelul de satisfacție al persoanelor. Propunem ca mecanism explicativ compararea socială negativă care derivă din utilizarea rețelelor *online* și care poate conduce la scăderi ale satisfacției în cuplu. De asemenea, prin același mecanism, este posibil ca stima de sine a indivizilor să fie afectată de utilizarea rețelelor. Studiul a fost realizat pe o populație tânără, ceea ce este important, întrucât tinerii reprezintă principalii utilizatori ai rețelelor sociale. Cu alte cuvinte, aceștia pot fi cel mai ușor afectați de efectele nocive ale comparării sociale negative. Tocmai de aceea considerăm că studiul are o importantă utilitate practică. Tinerii trebuie să aibă parte de metode de educație și intervenție pentru a-i face să conștientizeze mai bine care sunt unele dintre pericolele utilizării exagerate ale rețelelor sociale. Pe baza rezultatelor obținute de noi, se pot dezvolta astfel de programe care să intervină înainte de a se înregistra scăderi semnificative la nivelul satisfacției în cuplu. Cum utilizarea rețelelor sociale poate conduce la un nivel mai ridicat de comparare socială negativă (și astfel la o satisfacție în cuplu mai scăzută), simpla dezabonare sau încetarea urmăririi (*unfollow*) persoanelor cu care individul tinde să se compare negativ ar putea avea efecte benefice (Weinstein, 2017). De asemenea, deși stima de sine relațională derivată din relația de cuplu corelează pozitiv cu satisfacția, aceasta este o variabilă care predispune persoanele la scăderi puternice al satisfacției în cazul unor evenimente relaționale negative.

Primit în redacție la: 24.03.2020

BIBLIOGRAFIE

1. BARON, R.M., & KENNY, D.A., *The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations*, Journal of Personality and Social Psychology, **51**, 1986, p. 1173–1182
2. BŁACHNIO, A., PRZEPIORKA, A., & PANTIC, I., *Association between Facebook addiction, self-esteem and life satisfaction: A cross-sectional study*, Computers in Human Behavior, **55**, 2016, p. 701–705.
3. CANDEL, O.S., CARCIUC, R.M., CRACAN, D., MÎNZAT, M., LUNGU, A.L., *Is the quantity of the frequency of communication? The communication on social networks sites moderates the association between attachment and relational satisfaction*, Psihologija, 2020.
4. CHOU, H.-T. G., & EDGE, N., *They are happier and having better lives than I am: The impact of using Facebook on perceptions of others' lives*, Cyberpsychology, Behavior and Social Networking, **15**, 2, 2012, p. 117–121.

5. COLLINS, R.L., *For better or worse: The impact of upward social comparison on self-evaluation*, Psychological Bulletin, **119**, 1, 1996, p. 51–69.
6. CROCKER, J., & WOLFE, C.T., *Contingencies of self-worth*, Psychological Review, **108**, 2001, p. 593–623.
7. ELPHINSTON, R.A., & NOLLER, P., *Time to face it! Facebook intrusion and the implications for romantic jealousy and relationship satisfaction*, Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, **14**, 11, 2011, p. 631–635.
8. EROL, R.Y., & ORTH, U., *Development of self-esteem and relationship satisfaction in couples: Two longitudinal studies*, Developmental Psychology, **50**, 9, 2014, p. 2291–2303.
9. EROL, R.Y., & ORTH, U., *Self-esteem and the quality of romantic relationships*, European Psychologist, **21**, 2017, p. 274–283.
10. FARANDA, M., & ROBERTS, L.D., *Social comparisons on Facebook and offline: The relationship to depressive symptoms*, Personality and Individual Differences, **141**, 2019, p. 13–17.
11. FESTINGER, L., *A theory of social comparison processes*, Human Relations, **7**, 2, 1954, p. 117–140.
12. FOREST, A.L., & WOOD, J.V., *When social networking is not working: Individuals with low self-esteem recognize but do not reap the benefits of self-disclosure on Facebook*, Psychological Science, **23**, 3, 2012, p. 295–302.
13. FUNK, J., & ROGGE, R., *Testing the ruler with item response theory: Increasing precision of measurement for relationship satisfaction with the Couples Satisfaction Index*, Journal of Family Psychology, **21**, 4, 2017, p. 572–583.
14. GONZALES, A.L., & HANCOCK, J.T., *Mirror, mirror on my Facebook wall: Effects of exposure to Facebook on self-esteem*, Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, **14**, 1–2, 2011, p. 79–83.
15. HAKMILLER, K.L., *Threat as a determinant of downward comparison*, Journal of Experimental Social Psychology, **1**, 1966, p. 32–39.
16. HANNA, E., WARD, L.M., SEABROOK, R.C., JERALD, M., REED, L., GIACCARDI, S., & LIPPMAN, J.R., *Contributions of social comparison and self-objectification in mediating associations between Facebook use and emergent adults' psychological well-being*, Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, **20**, 3, 2017, p. 172–179.
17. HAYES, A.F., *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: a regression-based approach*, Guilford Press, 2013.
18. HAYES, A.F., *Beyond Baron and Kenny: Statistical mediation analysis in the new millennium*, Communication monographs, **76**, 4, 2009, p. 408–420.
19. HATFIELD, E., TRAUPMANN, J., SPRECHER, S., UTNE, M., & HAY, J., *Equity and intimate relations: Recent research*, In Ickes, W. (Ed.), *Compatible and incompatible relationships*, Springer, New York, NY., 1985.
20. KIM, J., & LEE, J.E.R., *The Facebook paths to happiness: Effects of the number of Facebook friends and self-presentation on subjective well-being*, Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, **14**, 6, 2011, p. 359–364.
21. KLEIN, W.M., *Objective standards are not enough: affective, self-evaluative, and behavioral responses to social comparison information*, Journal of Personality and Social Psychology, **72**, 4, 1997, p. 763–774.
22. KNEE, C.R., CANEVELLO, A., BUSH, A.L., & COOK, A., *Relationship-contingent self-esteem and the ups and downs of romantic relationships*, Journal of Personality and Social Psychology, **95**, 3, 2008, p. 608–627.
23. LEE, S.Y., *How do people compare themselves with others on social network sites? The case of Facebook*, Computers in Human Behavior, **32**, 2014, p. 253–260.
24. MEHDIZADEH, S., *Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook*, Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, **13**, 4, 2010, p. 357–364.

25. MORSE, S., & GERGEN, K.J., *Social comparison, self-consistency, and the concept of self*, Journal of Personality and Social Psychology, **16**, 1, 1970, p. 148–156.
26. MORRY, M.M., & SUCHARYNA, T.A., *Relationship social comparison interpretations and dating relationship quality, behaviors, and mood*, Personal Relationships, **23**, 3, 2016, p. 554–576.
27. MORRY, M.M., SUCHARYNA, T.A., & PETTY, S.K., *Relationship social comparisons: Your facebook page affects my relationship and personal well-being*, Computers in Human Behavior, **83**, 2018, p. 140–167.
28. MURRAY, S.L., HOLMES, J.G., & GRIFFIN, D.W., *Self-esteem and the quest for felt security: How perceived regard regulates attachment processes*, Journal of Personality and Social Psychology, **78**, 2000, p. 478–498.
29. NESI, J., & PRINSTEIN, M. J., *Using social media for social comparison and feedback-seeking: Gender and popularity moderate associations with depressive symptoms*, Journal of Abnormal Child Psychology, **43**, 8, 2015, p. 1427–1438.
30. OROSZ, G., TÓTH-KIRÁLY, I., & BÖTHE, B., *Four facets of Facebook intensity—the development of the multidimensional Facebook intensity scale*, Personality and individual differences, **100**, 2016, p. 95–104.
31. OZIMEK, P., & BIERHOFF, H.W., *Facebook use depending on age: The influence of social comparisons*, Computers in Human Behavior, **61**, 2016, p. 271– 279.
32. PALERMITI, A.L., SERVIDIO, R., BARTOLO, M.G., & COSTABILE, A., *Cyberbullying and self-esteem: An Italian study*, Computers in Human Behavior, **69**, 2017, p. 136–141.
33. PAPP, L.M., DANIELEWICZ, J., & CAYEMBERG, C., *“Are we Facebook official?” Implications of dating partners' Facebook use and profiles for intimate relationship satisfaction*, Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, **15**, 2, 2012, p. 85–90.
34. RODRIGUEZ, L.M., KNEE, C.R., & NEIGHBORS, C., *Relationships can drive some to drink: Relationship-contingent self-esteem and drinking problems*, Journal of Social and Personal Relationships, **31**, 2, 2014, p. 270–290.
35. ROSENBERG, M., *Society and the adolescent self-image*, Princeton, NJ: Princeton University Press, 1965.
36. ROSENBERG, J., & EGBERT, N., *Online impression management: Personality traits and concerns for secondary goals as predictors of self-presentation tactics on Facebook*, Journal of Computer-Mediated Communication, **17**, 1, 2011, p. 1–18.
37. RUS, H.M., & TIEMENSMA, J., *“It's complicated”. A systematic review of associations between social network site use and romantic relationships*, Computers in Human Behavior, **75**, 2017, p. 684–703.
38. SCHMUCK, D., KARSAY, K., MATTHES, J., & STEVIC, A., *“Looking Up and Feeling Down”. The influence of mobile social networking site use on upward social comparison, self-esteem, and well-being of adult smartphone users*, Telematics and Informatics, **42**, 2019, p. 101240.
39. SHIN, Y., KIM, M., IM, C., & CHONG, S.C., *Selfie and self: The effect of selfies on self-esteem and social sensitivity*, Personality and Individual Differences, **111**, 2017, p. 139–145.
40. SHROUT, P.E., & BOLGER, N., *Mediation in experimental and nonexperimental studies: New procedures and recommendations*, Psychological Methods, **7**, 4, 2002, p. 422–445.
41. SMITH LE BEAU, L.S., & BUCKINGHAM, J.T., *Relationship social comparison tendencies, insecurity, and perceived relationship quality*, Journal of Social and Personal Relationships, **25**, 1, 2008, p. 71–86.
42. SRIVASTAVA, S., & BEER, J.S., *How self-evaluations relate to being liked by others: Integrating sociometer and attachment perspectives*, Journal of Personality and Social Psychology, **89**, 6, 2005, p. 966–977.
43. VALKENBURG, P.M., PETER, J., & SCHOUTEN, A.P., *Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem*, Cyberpsychology & Behavior, **9**, 5, 2005, p. 584–590.

-
44. DE VRIES, D.A., & KÜHNE, R., *Facebook and self-perception: Individual susceptibility to negative social comparison on Facebook*, *Personality and Individual Differences*, **86**, 2015, p. 217–221.
45. WANG, J.L., WANG, H.Z., GASKIN, J., & HAWK, S., *The mediating roles of upward social comparison and self-esteem and the moderating role of social comparison orientation in the association between social networking site usage and subjective well-being*, *Frontiers in Psychology*, **8**, 2017, p. 771.
46. WEINSTEIN, E., *Adolescents' differential responses to social media browsing: Exploring causes and consequences for intervention*, *Computers in Human Behavior*, **76**, 2017, p. 396–405.
47. WHITE, J.B., LANGER, E.J., YARIV, L., & WELCH, J.C., *Frequent social comparisons and destructive emotions and behaviors: The dark side of social comparisons*, *Journal of Adult Development*, **13**, 1, 2006, p. 36–44.

REZUMAT

Utilizarea rețelelor sociale, printre care și Facebook, este o practică comună în rândul tinerilor. Cu toate acestea, unele studii arată că există o asocier negativă între utilizarea Facebook și calitatea relațiilor romantice. Acest studiu a vizat: (1) să scoată în evidență faptul că nivelurile mai mari de utilizare a Facebook se asociază unor niveluri mai scăzute de satisfacție în cuplu; (2) să scoată în evidență faptul că nivelul comparației sociale negative, a stimei de sine și a stimei de sine relaționale derivate din relațiile de cuplu mediază asocierea între utilizarea Facebook și satisfacția în cuplu. La studiu au participat 152 persoane aflate într-o relație de cuplu. Acestea au completat scale care măsoară nivelul de utilizare a Facebook-ului (Orosz, Tóth-Király, & Bóthe, 2016), compararea socială negativă (de Vries & Kühne, 2015), stima de sine (Rosenberg, 1965), stima de sine relațională derivată din relația de cuplu (Knee *et al.*, 2008) și satisfacția în cuplu (Funk & Rogge, 2007). Analizele au arătat că un nivel mai mare de utilizare a Facebook este asociat pozitiv comparării sociale negative. La rândul ei, aceasta este asociată negativ cu satisfacția în cuplu. Stima de sine nu este asociată cu satisfacția în cuplu, dar stima de sine relațională derivată din relația de cuplu este. Deși modelele de dublă mediere nu au fost susținute de rezultate, acestea arată că există un efect indirect al utilizării Facebook (mai precis, al tuturor factorilor acesteia) asupra satisfacției în cuplu prin comparare socială negativă și că stima de sine relațională derivată din relația de cuplu mediază relația dintre suprautilizarea Facebook și satisfacție. Acest studiu este primul care testează relațiile menționate pe o populație românească, care pune în legătură stima de sine relațională derivată din relația de cuplu cu utilizarea Facebook și compararea socială negativă și poate reprezenta o bază de pornire pentru dezvoltarea unor metode de intervenție pentru a preîntâmpina scăderea satisfacției în cuplu datorată suprautilizării rețelelor sociale.