

Секция «Современные социальные трансформации: факторы, условия, результаты»

## Практики онлайн-знакомств в России: социологический анализ

Научный руководитель – Добринская Дарья Егоровна

*Домарева Евгения Андреевна*

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра современной социологии, Москва, Россия

*E-mail: Tresh77777@yandex.ru*

Стремительное распространение Интернета и постоянно происходящие новации в сфере информационно-коммуникационных технологий меняют современный мир, предоставляя новые возможности для распространения и хранения информации и реализации новых социальных практик [1]. Одной из таких возможностей является практика онлайн-знакомств. По результатам последних исследований «Статиста» (Statista) в российском сегменте онлайн-знакомств ожидается, что к 2024 г. число пользователей достигнет 8,8 млн чел. [2].

В настоящее время Интернет становится лидирующим каналом знакомств в мире. Так, анализ гетеро- и гомосексуальных пар в США с 1940-х по 2010 г. показывает, что раньше самыми популярными способами знакомств были коммуникации в семье и школе. Со временем эти практики теряют свои позиции. При этом количество знакомств через друзей росло до середины 1990-х гг. В это же время начинает расти популярность онлайн-знакомств в связи с распространением Интернета. К 2010 г. Интернет заменил людей (семью, родственников, знакомых) и т.н. «третьи места» (церковь, университет, работу), стал одним из главных посредников между двумя потенциально романтическими партнерами, снизив влияние традиционных сообществ (семья, родственники, знакомые) и «третьих мест» (церковь, университет, работа) [3].

Социологическое исследование, проведенное в феврале 2020 г. Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ), показывает, что в России онлайн-знакомства не замещают другие каналы знакомств в таких масштабах, как в США. Так, практически каждый второй россиянин считает, что вторую половину лучше искать в кругу общих друзей (48%). Также познакомиться со своим будущим партнером можно на работе или на учебе (30%), в клубе по интересам или на секции (15%), а самые смелые считают, что завести знакомство со своей второй половиной можно на улице (15%). И только 12% опрошенных отметили, что лучше знакомиться, искать вторую половину в Интернете [4].

Согласно мнению экспертов наибольшим спросом среди пользователей в России обладают такие онлайн-платформы как «Мамба» (Mamba, 21 миллион зарегистрированных пользователей), «ЛавПланет» (LovePlanet, 19 миллионов) и «Бадю» (Badoo, примерно 20 миллионов) [5].

В России наблюдается общемировая тенденция сохранения серьезного цифрового разрыва между поколениями: наиболее активными пользователями являются возрастные группы до 34 лет [6]. Данная тенденция отражается и в пользовательских практиках в сегменте онлайн-знакомств. Так, в 2019 г. 66,7% пользователей сервисов онлайн-знакомств в России составили лица в возрасте 25-34 года [2].

Российская практика онлайн-знакомств также характеризуется такими общемировыми тенденциями в данной сфере, как глобализация и коммерциализация. Проявлением первой будет служить интернациональный состав пользователей сервисов для онлайн-знакомств, а также возможное нивелирование территориальных ограничений в процессе

знакомств. Относительно второй тенденции следует отметить, что выручка в сегменте онлайн-знакомств в России в 2020 г. составила 34 миллионов долларов США. В глобальном сравнении - большая часть доходов генерируется в Соединенных Штатах (973 миллионов долларов США в 2020 г.) [2].

За последние годы выросло количество социологических исследований онлайн-знакомств. Так, в частности, отечественными учеными выделяются особенности самопрезентации пользователей в онлайн-платформе для знакомств «Тиндер» (Tinder). Пользователи-мужчины, как правило, предоставляют больше информации в целях создания полного образа авантюрных людей, делясь своими хобби с помощью использования соответствующих фотографий профиля и др. Женщины-пользователи в меньшей степени делятся своей личной информацией, но в своем описании используют большее количество графических выражений эмоциональных установок. Некоторые черты выражены среди разных возрастных групп: зрелые пользователи склонны быть более прямыми в своих профилях, выявляя аспекты прямого поиска и ожидания по отношению к предполагаемому партнеру. Молодые люди, напротив, используют более общие описания [7].

В попытке выделения особенностей российских пользовательских практик в сегменте онлайн-знакомств следует отметить, что последние обусловлены как системой норм, традиций, ценностей, сложившихся в российском обществе, так и соответствующим уровнем цифровизации.

#### Источники и литература

- 1) Добринская Д.Е., Мартыненко Т.С. Перспективы российского информационного общества: уровни цифрового разрыва // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2019. №1. С. 108;
- 2) Online dating – Russia // Statista. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.statista.com/outlook/372/149/online-dating/russia> (дата обращения: 11.02.2020 г.);
- 3) Как россияне строят крепкие отношения // ВЦИОМ. [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=10160> (дата обращения: 15.02.2020 г.);
- 4) Свайпный грех: Как интернет-знакомства меняют нашу личную жизнь. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.the-village.ru/village/city/ustory/223157-dating> (дата обращения: 13.02.2020 г.);
- 5) Онлайн-знакомства обогнали по популярности поиск партнера через друзей. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kp.ru/online/news/3583660/> (дата обращения: 24.01.2020 г.);
- 6) Исследование GfK: Проникновение Интернета в России. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/issledovanie-gfk-proniknovenie-interneta-v-rossii-1/> (дата обращения: 15.01.2020 г.);
- 7) Solovyeva O., Logunova O. Self-Presentation Strategies Among Tinder Users: Gender Differences in Russia // Digital transformation and global society third international conference, DTGS 2018, St. Petersburg, Russia, 2018. P. 474-482.