

УДК 316.811.1:004.738.5

В. В. Матвеевко
ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК
СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ ПРАКТИКА ЗНАКОМСТВ

МАТВЕЕНКО Владислава Валерьевна — кандидат культурологи, ассистент кафедры социологии РХТУ им. Д.И.Менделеева. E-mail: mvladislava@inbox.ru.

Данная статья посвящена проблеме создания семьи в современном российском обществе. Автор статьи обращает внимание на включенность информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в современную систему формирования семьи и брака, опосредованность взаимодействия пар, трансформацию механизмов первичного контакта между потенциальными партнерами.

Проанализировав Интернет-порталы в сфере знакомств и сопоставив полученные данные с функциями семьи, автор статьи выделяет зоны «риска» семьи, изменения в функциях семьи, спровоцированные применением ИКТ, среди которых особо следует выделить синтез норм и ценностей, а также частичный отказ от передачи культурных паттернов в результате межкультурных контактов в Интернет-пространстве.

Ключевые слова: информационно-коммуникационные технологии, социокультурные практики знакомств, семья и ее функции, зоны «риска» семьи, Интернет-порталы знакомств и их функции, трансформации в представлениях и формах семьи, условиях ее существования.

Согласно древней мудрости создать хорошую пару – это, пожалуй, одно из самых трудных предприятий в человеческой жизни. С развитием информационно-коммуникационных технологий (далее ИКТ) поиск партнера не перестал быть значимым. Достаточно забить в поисковой системе слово «знакомства», чтобы убедиться в актуальности данной проблемы. Тысячи веб-страниц на разных языках «пестрят» статьями с рассказами о личной жизни, советами по поиску партнера, способами сохранить отношения, а также предложениями знакомств.

В рамках информационного подхода к исследованию социальных процессов в обществе ИКТ выступает средством для обеспечения первичного контакта между потенциальными партнерами. Социо-культурную окраску концепция информационного общества приобрела в трудах Э. Тоффлера и М. Кастельса, что выражается в появлении «сетевого общества» [1, с. 42-43]. По мнению Э. Тоффлера, «Третья волна несет с собой присущий ей новый строй жизни... основанный на новых нетрадиционных семьях, на новой структуре, которую можно было бы назвать “электронным коттеджем”» [4].

© Матвеевко В. В., 2011

В процессе формирования информационного общества, оказалось, что оно характеризуется новыми формами коммуникации. Они придают специфику взаимодействию между людьми. Произошла трансформация коммуникативного опыта человека. Исследователи фактически отождествляют процессы коммуникации и социальные структуры: яркими примерами могут служить концепции Н. Лумана, М. Кастельса, Ю. Хабермаса, У. Эко, в которых социум коммуникативен по своей сути [1, 2, 5, 6]. Он представлен в качестве мира общения, в котором новые информационные технологии становятся одним из важнейших инструментов ориентации человека в мировом пространстве и взаимодействия людей друг с другом.

А.В. Соколов выделяет такие присущие сети функции, как коммуникационно-пространственная, коммуникативно-временная, социализация и самореализация личности [3, с. 205].

Иначе говоря, Интернет наряду с глобальным обеспечением передачи мультимедийных сообщений и хранением информации, выступает средством социализации и самореализации как личности, так и группы. Благодаря интернет-порталам в современном мире осуществляется взаимодействие между мужчиной и женщиной как потенциальными партнерами, в том числе и брачными, происходит информационное обеспечение данными, влияющими на процессы создания семьи на всех этапах.

Для изучения социальной среды интернет-пространства как средства реализации потребностей людей в поиске партнера нами был выделен ряд критериев:

- количество анкет,
- условия регистрации на сайте,
- характер анкеты (направленность вопросов),
- полнота заполнения анкет,
- критерии поиска (наличие расширенного поиска),
- создание групп по интересам,
- наличие дополнительных функций сайта: интерактивных компонентов (форумов, голосования, конкурсов, ТОПов, тестов и т.д.) и дополнительных материалов (статей, видео и т.д.),
- наличие цензуры при заполнении анкет,
- оформление сайтов,
- география поиска,
- язык сайта,
- описание целей знакомств,
- гендерная ориентация.

Нами было проанализировано 42 сайта знакомств, зарегистрированных на российских доменах [7]. В результате выделены следующие особенности.

Все выбранные нами сайты с бесплатной регистрацией. На наш взгляд, это способствует большому количеству пользователей, которые имеют возможность регистрироваться, не опасаясь мошенничества со стороны владельцев сайта. Также бесплатная регистрация позволяет находить сайт, удовлетворяющий запросам пользователя.

На большинстве сайтов предоставляются услуги для знакомств гомосексуальных пар. Это, с одной стороны, способствует увеличению количества пользователей, их

равноправному положению, соблюдению прав и свобод, а с другой – порождает большую свободу в выборе партнера в большинстве случаев «на один раз», так называемый «эксперимент ради интереса».

На сайтах размещены тысячи и даже миллионы анкет, например, на сайте Dating.ru 20945519, Loveplanet.ru - 1724614, Mamba.ru - 7204374, 24open.ru - 1862614, All4love -7141331, Fotostrana.ru – 14547257. Самый большой показатель мы зарегистрировали на сайте Love.mail.ru – 12326655 пользователей. Данный критерий необходим, так как является показателем популярности сайтов знакомств, но при его использовании необходимо учитывать фактор наличия «фэйков» («лживых анкет»). Пользователь может быть зарегистрирован несколько раз на сайте. По количеству анкет на сайте можно судить о популярности сайта среди пользователей.

Интерес представляют тенденции на сайтах, связанные с географией охвата пользователей, а также язык сайтов. Предоставляется возможность поиска по городам. Около трети сайтов охватывают поиском территорию России, другая треть – огромное количество стран. География поиска на нескольких сайтах - Россия, Украина, США. Территориальный разброс помогает найти партнера из интересующего населенного пункта и государства. С одной стороны, пользователь сознательно сужает зону поиска, ограждаясь от потенциальных длительных поездок, и использует возможность встречаться в реальности, с другой – расширяется зона поиска для реализации определенных целей, например, путешествие в «город мечты» или стремление переехать в другой населенный пункт или государство.

Значительное большинство сайтов ориентировано на русскоговорящих пользователей. Несколько сайтов предоставляют возможность общаться пользователям на нескольких языках (до восьми). Данная тенденция нивелирует значимость предыдущего критерия. Большой территориальный охват большинством сайтов не связан с возможностью использовать возможности сайтов на иностранных языках.

Наличие расширенного поиска способствует более точному поиску партнера, соответствующего требованиям пользователя – ввод интересующих данных по выделенным на сайте критериям поиска - результат в виде идеального кандидата. Отмечена следующая закономерность – на сайтах с быстрым и обычным поиском, который в большинстве своем неудобен для пользователей, информации об анкетах участников либо нет, либо таких анкет мало по сравнению с другими сайтами.

Следующий критерий - полнота заполнения - напрямую связан с эффективностью использования расширенного поиска. Несмотря на желание пользователей выбрать идеального кандидата по выделенным критериям, существует тенденция к неполному заполнению анкет в большинстве случаев, отмечено нежелание пользователей «открываться» и откровенничать в интернет-пространстве.

По характеру вопросов в анкетах мы разделили их на несколько групп. Во-первых, это сайты, анкеты которых составляются на основе психологического теста (edarling.ru, loveplanet.ru, your-ideal.com, teamo.ru). По типу вопросов тесты данных сайтов обладают сходством, тест касается всех качеств личности, состоит из большого количества вопросов. После прохождения теста выдается результат, который является частью анкеты. При

указании критериев для выбора партнера учитываются результаты теста, партнеры выбираются по совместимости. При использовании данного типа анкет система сама оценивает - подходит или нет потенциальный партнер, отсеивает неподходящих партнеров. Вторую группу составляют сайты с так называемыми «нормальными вопросами», они носят в основном общий смысл. Информация, полученная из таких анкет, крайне обобщенная, существует сложность описания пользователя, не переходя к личному общению. Третью группу составляют сайты, опросники которых ориентированы на переход к личному общению в реальном мире, на свидание, планирование отпуска.

На половине исследуемых сайтах предоставляется возможность создавать группы по интересам, что сужает и облегчает поиск потенциальных партнеров, а также предоставляет возможность пользователю проявить себя в общении и в знании своего хобби. В таких виртуальных клубах пользователи имеют возможность не только реализовывать главную цель посещения сайтов знакомств - поиск партнера, - но и взаимодействовать с людьми, имеющими такие же увлечения и интересы, расширяя тем самым аудиторию сайта.

Такой же эффект оказывают сайты, размещающие на своих страницах дополнительные элементы (их большинство), к которым можно отнести конкурсы, тесты, голосования, наличие справочных материалов и статей, чатов, форумов, флеш-игр, подарков и т.д., что превращает сайты знакомств в подобие социальных сетей. Увеличивается время, проводимое на сайтах, при этом уменьшается их эффективность, т.е. такая многопофильность сайтов отвлекает от реализации основной цели - знакомства и общения с потенциальным партнером для создания пары. Сайт знакомств преобразуется в пространство, где можно интересно провести свободное время, узнать что-нибудь интересное.

Встает вопрос о наличии цензуры на сайтах. Около половины сайтов ориентировано на проверку выкладываемой информации на страницах. Но на многих сайтах присутствуют нецензурные выражения и фотографии «вольного» содержания.

В большинстве случаев оформление сайтов выполнено в светлых теплых тонах. Преимущественно используются розовый (относящийся нас к таким ценностям, как доброта, любовь, страстность, а также к стремлению к комфорту, успокоению, избавлению от навязчивых мыслей), голубой (отражающий стремление к безопасности, успокоению, надежности, снижению напряжения) и оранжевый (выражающий стремление к самореализации, без агрессии, его влияние возбуждающее, но теплое и мягкое). Такое оформление способствует расслаблению пользователей, погружению в спокойное радостное, романтическое, безопасное состояние. Данная тенденция стремится увести пользователя из мира константного в виртуальную реальность, на «территорию» отдыха и расслабления; с одной стороны, «кричит» о романтике отношений, которые можно создать при посредничестве сайта знакомств, а с другой – настраивает на отдых и приятное времяпрепровождение в виртуальном пространстве в разделах дополнительных функций.

Последний выделенный нами критерий – цели знакомств. Изучая сайты, мы наткнулись на классификацию целей знакомств в Интернете (к сожалению, автор данной классификации и статьи не был указан) [8]. Согласно этой классификации, выделяется 5 типов целей знакомств: «попутчик в поезде», «может, в следующей жизни, когда я стану

кошкой...», «чем больше узнаю людей...», «мы с тобой одной крови», «вижу цель, не замечаю препятствий». Мотивация знакомств в данной типологии варьируется от «выговориться встречному собеседнику о наболевшем» до замужества, улучшения условий жизни, деловых контактов. Так, вариант «попутчик в поезде» нацелен на оказание «скорой медицинской помощи он-лайн», при этом перспективы развития отношений абсолютно исключены, риск разочарования минимизирован. Вариант «может, в следующей жизни, когда я стану кошкой...» ориентирован на возможность пользователям перевоплотиться в другую личность, но при этом такие трансформации нацелены только на виртуальное общение, существует вероятность «застрять» в нафантазированном мире, в иллюзии. Третий вариант «чем больше узнаю людей...» решает в основном исследовательские цели познания мира другого человека, за рамки виртуального пространства сайта такое общение не нацелено выходить. Предпоследний вариант «мы с тобой одной крови» рассчитан на выбор партнера по общности интересов и желаниям. Как отмечает автор статьи, перспективы развития отношений при такой мотивации достаточно высоки, даже несмотря на расстояние. Последний вариант «вижу цель, не замечаю препятствий» нацелен на кардинальное изменение социальных позиций в обществе, например, выйти замуж, уехать за границу или сменить место жительства, найти любовника или деловых партнеров. Благодаря точно определенным целям и задачам использование данного типа мотивации пользователем подразумевает реализацию основных целей сайта – поиск партнера. Как можно заметить, только два выделенных типа мотивации имеют своей целью создание пары, остальные нацелены на общение в рамках интернет-порталов.

В результате анализа сайтов по выделенным нами критериям становится возможным выделить следующие тенденции развития сайтов знакомств как порталов в мир поиска партнера, отражающихся на представлениях о семье и выполнении ею определенных функций.

- Интернет предоставляет свободу выбора партнеру по различным критериям, включая не только сферу интересов и жизнедеятельности, но и половой признак.
- Интернет акцентирует внимание на ценности единичности общения в рамках эксперимента без последствий.
- Интернет дает ложное чувство защищенности пользователям, благодаря анонимности, бесплатной системе использования ресурсов.
- Интернет – средство создания сетей межкультурных связей, их сплетения в рамках создания браков и семей.
- Интернет – средство создания диссонанса между желанием получить достоверную информацию о потенциальном партнере и стремлением действовать частично в режиме анонимности.
- Интернет преобразует потребность людей в поиске партнера в социальное пространство развлечений, интересного проведения свободного времени.
- Интернет способствует появлению у людей ложного чувства успокоения, безопасности, надежности, пониженного уровня риска и напряжения.

Сопоставим данные, полученные в ходе исследования, и функции, которые должна выполнять семья.

Таблица 1 Соотношение функций семьи, сайтов знакомств и зон риска, которым подвергается семья в результате действия ИКТ как способа знакомств

Функции семьи	Функции, которые выполняют сайты знакомств,	Зоны «риска» семьи (изменения в функциях семьи, порожденные ИКТ как способа знакомства)
Репродуктивная		Непостоянство отношений, цель знакомств – получение нового опыта
Экзистенциальная	Ложное чувство защищенности	Иллюзия стабильности и безопасности
Экономическая		
Первичного социального контроля	Заочное установление правил взаимодействия, выбор партнера в соответствии с разделяемыми представлениями, выполнение и усвоение правил общения в рамках Интернета	Стремление найти идеального партнера на основе данных анкеты, стремление к упрощению отношений (получить от партнера все информацию еще до знакомства)
Рекреативная	Появление ложного чувства успокоения, безопасности, надежности, пониженного уровня риска, и напряжения	Уход в виртуальность отношений, возможность по желанию регламентировать общение с партнером и развлечения
Досуговая	Пространство развлечений, интересного проведения свободного времени	
Гедонистическая	Получение удовольствия от общения в безопасном режиме	
Социализация личности		В результате межкультурных браков смешение норм и ценностей, отказ от передачи некоторых культурных паттернов (пресечение их преемственности)
Социально-статусная		

Таким образом, можно сделать вывод о социальной значимости ИКТ как части повседневной практики, инструмента повседневного взаимодействия. Именно Интернет как техническое средство заменяет коммуникативные функции процесса создания семьи, обеспечивает трансляцию элементов создания и существования семьи, социума и межличностных отношений, является носителем и передатчиком моделей поведения, способов жизнедеятельности.

Социо-культурная среда в современном обществе изначально включает в себя ИКТ в качестве функционально необходимого элемента, поэтому условием достижения гармонии членов общества с ней становится их информационная деятельность. Тенденции массового посещения сайтов знакомств, с одной стороны, говорят о существовании проблемы поиска партнера для отношений, а с другой – об отсутствии половых, возрастных, географических границ, что приводит к трансформации представлений о семье, формах и условиях ее существования.

Данное исследование имеет характер описания проблемы и диагностики возможных изменений. Оно обращает внимание на включенность ИКТ в современную систему семьи и

брака. Изменения механизма образования семьи (этапов знакомства и первичного общения) могут привести к изменениям в семье. Результаты исследования подводят к необходимости изучения характера взаимоотношений в парах, созданных при посредничестве таких ИКТ как интернет-порталы.

Литература

- 1 Кастельс М. Информационная эпоха : экономика, общество и культура. М., 2000.
- 2 Луман Н. Общество как социальная система. М., 2004.
- 3 Соколов А. В. Социальные коммуникации. М., 2001.
- 4 Тоффлер Э. Третья волна // НадПроф образование : [веб-сайт]. URL: <http://www.nadprof.ru/library/books/Toffler/toffler.html>.
- 5 Хабермас Ю. Теория коммуникативного действия // Вестник МГУ. Сер. 7 : Философия. 1993. № 4.
- 6 Эко У. От Интернета к Гуттенбергу : текст и гипертекст // Интернет. 1999. № 6–7.
- 7 Dating.ru, loveplanet.ru, mamba.ru, 24open.ru, all4love, fotostrana.ru, mylove.ru, maybe.ru, nebo9.ru, ponravitsa.ru, love-fun.ru, teamo.ru, lovebona.ru, знакомstva.ru, justsay.ru, datigstyle.ru, lovecafe.ru, lovers.ru, flirt.ru, omen.ru, loveplace.ru, krutomer.ru, 18let.ru, inlove.ru, limpa.ru, your-ideal.com, edarling.ru, rambler-знакомства, damochka.ru, lovelaba.ru, знакомства@mail.ru, avioleta.ru, smski.ru, crazylove.ru, lovebridge.ru, dom3.ru, vmaxi.ru, interznak.ru, love.mail.ru, znskomstva-sitelove.ru, lovemay.ru, 24up.ru.
- 8 К чему приводят виртуальные знакомства // Univer.by : [веб-сайт]. URL: www.univer.by/node/411/k-chemu-privodjat-virtualnye-znakomstva.