

УДК 316.6

Антонова Н.А., Ерицян К.Ю., Марарица Л.В.

Санкт-Петербургский Государственный Университет,
Санкт-Петербург, Россия

Романтические знакомства в сети интернет: изучение феномена¹

Online Romantic Relationships: Examine the Phenomenon

Аннотация

В настоящей статье проанализированы и выделены тенденции современных зарубежных исследований феномена романтических знакомств в интернете: 1 - поиск положительных сторон интернет-коммуникации, описание ее инаковости, особенности, 2 – исследование феномена стигматизации онлайн-отношений, 3 – сдвиг фокуса исследований с предикторов вступления в «обедненные» онлайн-отношения к факторам успешности романтических онлайн-отношений. Представлены результаты эмпирического исследования (онлайн опроса) на российской выборке молодежи от 17 до 30 лет с опытом установления интернет-знакомств. Описаны особенности построения романтических отношений онлайн, рассмотрен феномен «сокрытия» опыта интернет-знакомств и его предикторы. При помощи регрессионного анализа смоделированы факторы удовлетворенности опытом интернет-знакомств, положительного, «терапевтического» их эффекта. В работе также проведен анализ гендерной специфики интернет-знакомств, учтен и рассмотрен такой фактор как склонность к интернет-зависимому поведению.

Ключевые слова: стигматизация и сокрытие интернет-знакомств, успешность и удовлетворенность онлайн-знакомствами, интернет-зависимое поведение, здоровое использование интернета

Abstract

The following tendencies of foreign research of romantic relationships in internet are analyzed in the article: 1 - searching of positive aspects of internet communication, description of their particularity, 2 - research of stigma associated with online dating, 3 - shifting the focus of the research from predictors of starting "depleted" online relationships to factors of successful romantic online relationships. The results of empiric research in form of online survey of Russian youth (17- 30 y.o.) with experience of online romantic relationships are given. The specificities of building romantic online relationships together with the phenomenon of "concealment" of the internet relationships experience and its predictors are described. The factors of satisfaction in the experience of internet relationships, their positive, "therapeutic" effect were modeled with the help of regression analysis. The analysis of gender specifics is given and factor of internet addiction is taken into account.

Keywords: concealment and stigma associated with online dating, success and satisfaction of online romantic relationships, internet addiction, healthy internet use

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ (проект № 12-36-01378 "Психологические аспекты проблемного поведения в сфере интернет-коммуникации студенческой молодежи")

Введение

Общение в виртуальной среде – одна из самых популярных тем в психологии, философии и социологии на протяжении последних 20 лет. За последние годы отмечается смещение фокуса, хотя и медленное, психологических исследований от интереса к изучению негативных исходов интернет-коммуникации, интернет-зависимости и патологического использования интернета к позитивным эффектам интернет-коммуникации (Ерицян и др., 2013; Whitty, 2008).

Анализ работ российских психологов показал, что дизайн эмпирических исследований практически не содержит задач и гипотез о положительных сторонах интернет-коммуникации. На уровне теоретических разработок российские авторы предполагают позитивные эффекты, связанные с формированием социального капитала личности, освобождения от давления социальных условностей, удобства формата общения (Марарица и др., 2013). Стигматизация онлайн-отношений (Lea, Spears, 1995), по всей видимости, распространилась и на ученых, занимающихся исследованием общением в интернете.

Онлайн-отношения: их потенциал, ресурсы и возможности

В обзорной статье М. Витти (2008) рассматривает позитивные и негативные эффекты построения дружеских и романтических отношений онлайн. Остановимся здесь лишь на позитивных эффектах, получивших эмпирическое подтверждение:

- эффект «социального растормаживания» («disinhibition») и «освобождения» («liberating»), когда анонимность приводит к открытости и честной самопрезентации, дает возможность обсуждать интимные и табуированные вопросы;
- эффект «безопасной среды», который открывает для застенчивых людей возможность чувствовать себя в безопасности, а для

настроенных на долговременные отношения - честнее, легче и быстрее развивать близкие отношения;

- «терапевтический» эффект построения отношений в интернете основывается на том, что виртуальное социальное пространство позволяет лучше понять себя посредством игры и социального экспериментирования;
- успешный опыт построения реальных отношений с онлайн-друзьями и романтическими партнерами нашел свое подтверждение в современных исследованиях (вплоть до того, что познакомившиеся онлайн партнеры быстрее регистрируют брак); факторы успешности этих отношений рассматриваются в ряде зарубежных работ, описанных нами ниже;
- пересмотр связи субъективного переживания одиночества и виртуального общения: общение в интернете, дружба и романтические отношения все реже рассматриваются как причина одиночества и, все чаще, - как ресурс для одиноких людей, дающий им возможность вести социальную жизнь;
- для подростков интернет-дружба часто является источником повышения самооценки и достижения психологического благополучия, особенно в случае затрудненных отношений с родителями.

При сравнении онлайн-отношений с реальными не стоит забывать и о том, что позитивной стороной может выступать их инаковость, возможно, онлайн отношения вообще не стоит сравнивать с реальными. При современном уровне технологий, онлайн-отношения все еще не могут быть столь же мультитекстными как реальные, что принципиально важно для развития близких и поддерживающих отношений (Mesch, Talmud, 2006). Но это не означает, что их стоит оценивать по шкале «лучше-хуже», важнее понять, что именно они дают вовлеченным в них людям.

Так, в качественном исследовании интернет-дружбы А.В. Щекотурова обнаружена важная и особая роль net-друзей для подростков: они, в частности помогают понять, как смотрит на ту или иную ситуацию представитель противоположного пола, что позволяет развивать способность понимать других (Щекотуров, 2013;). Р. Грив и ее коллеги (2013) смогли эмпирически доказать, что «дружеские отношения» в социальной сети «Facebook» по своему внутреннему психологическому содержанию коренным образом отличаются от того, что называется дружескими отношениями в реальности. Оказалось, что «Facebook» выступает важнейшим ресурсом развития и сохранения отношений, что эти связи важны для субъективного благополучия, что это особый вид «социального посредника» в формировании социального капитала личности (Grieve et al., 2013). Кроме того, друзья из социальной сети являются важнейшим ресурсом поддержания отношений с людьми, открывающими доступ к иным социальным группам и сообществам («bridging social capital») (Ellison et al., 2007).

Наконец, технологии онлайн-отношений становятся все более изощренными, преодолевая ограничения виртуального общения, его «искусственность», обедненность по сравнению с реальным. Представляется интересным тот факт, что современные сайты знакомств стремятся «повторять» те способы и важные особенности знакомств в реальности, которые превращают его в более «естественный» процесс, преодолевая «раздражающие» аспекты поиска партнера (такие как невозможность оперативно узнать о тех качествах, которые принципиально важны для выбора партнера). Так виртуальный сервис «Virtual Date» предлагает потенциальным романтическим партнерам возможность получить информацию о качествах друг друга (например, чувство юмора), оценить которые раньше можно было только на основе опыта общения, в виртуальной среде в ситуации общения аналогичной первому свиданию в

реальности (например, совместному походу в музей или на выставку). Оказалось, это приводит к тому, что партнеры чаще нравятся друг другу после встречи офлайн (Frost et al., 2008).

Феномен «стигматизации онлайн-знакомств» (stigma associated with online dating)

Практически с самого начала изучения онлайн-отношений – с середины 90-х годов прошлого века М. Ли и Р. Спearс обнаружили феномен негативного к ним отношения (стигматизации) со стороны людей, не вовлеченных в подобные действия, особенно для романтических отношений (Lea, Spears, 1995). С. Вилдермаф проводил исследования стигматизации 2001-2004 гг. (Wildermuth, 2004). Он предложил шкалу, измеряющую, насколько вовлеченный в романтические онлайн-отношения человек отдает себе отчет и переживает стигматизацию со стороны окружения («stigma consciousness scale»). Также респонденты в его исследовании вспоминали высказывания со стороны членов семьи и друзей по поводу романтических онлайн-отношений. Затем проводился контент-анализ этих высказываний для определения уровня неодобрения со стороны окружающих, его остроты и эксплицитности. Оказалось, что уровень неодобрения со стороны окружающих, его острота и эксплицитность коррелируют с тем, насколько респондент осознает и переживает стигматизацию, а мера осознания стигматизации связана с меньшей удовлетворенностью онлайн-отношениями.

К сожалению, в научных исследованиях романтических онлайн-отношений наблюдается дефицит эмпирических данных, поэтому нельзя однозначно утверждать, насколько данный феномен распространен в настоящее время. Некоторые авторы утверждают, что доступность интернета и сервисов знакомств привели к ослаблению стигматизации (Ellison et al., 2006). Возможно, что в виртуальном мире (как и в любой другой социальной

среде) отношение к интернет-знакомствам становится более дифференцированным: стигматизации подвергаются лишь определенные варианты поиска и формы романтических онлайн-отношений. Так, в диссертационном исследовании Ш. Копачевски (2010) крайне подробно анализируется феномен стигматизации при поиске партнера на сайте знакомств («Match.com»): контент-анализ высказываний респондентов позволил ей заключить, что вместо способа знакомства, стигматизируются те, кто прибегает к данному сервису. Ее исследование красноречиво очерчивает негативно окрашенный стереотип (начиная с внешних данных и заканчивая психическим здоровьем) как мужчин, так и женщин, которые пытаются найти партнера с помощью подобного сервиса (Koraszewski, 2010). В другом исследовании на американской выборке было показано, что малознакомые мужчины из социальной сети, приглашающие даму на свидание, воспринимаются женщинами как потенциально более опасные партнеры по сравнению с теми, с кем произошло короткое знакомство лицом-к-лицу, что рассматривается авторами как признак продолжающейся стигматизации онлайн знакомств (Cali, 2013).

Т. Андерсон (2005) показала, что чем больше человек проводит времени онлайн и увлечен интернетом («принадлежит» к интернет-сообществу), тем позитивнее он относится к знакомствам в виртуальной среде (в выборку исследования попали только те, кто никогда не прибегал к онлайн-знакомствам). Это, конечно же, может быть проинтерпретировано и как влияние социальной поддержки, новых норм онлайн-сообщества (Anderson, 2005). Как правило, феномен стигматизации наблюдается в тех сообществах, где рассматриваемая практика считается практикой меньшинства. Чтобы «плыть против течения» необходима определенная смелость. В репрезентативном европейском исследовании 2007 года было показано, что активнее всего к онлайн-знакомствам прибегают взрослые в возрасте от 30 до 50 лет, которые имеют низкую тревожность в области

романтических знакомств (Valkenburg, Peter, 2007). Сами авторы рассматривают этот результат как опровержение гипотезы о социальной компенсации («social compensation») и подтверждение гипотезы о том, что «богатые богатеют» («rich-get-richer hypothesis»). Однако, в свете данных о стигматизации и воспринимаемой опасности интернет-знакомств, можно проинтерпретировать этот результат иначе: преодолеть стигму и принять «риски» (пусть они существуют даже лишь в негативных представлениях окружающих) тревожным людям сложно, им комфортнее использовать традиционные пути знакомства. Подобные результаты были получены и на выборке американских студентов, которых опрашивали по поводу дружбы в социальной сети «Facebook» (Sheldon, 2008). Крайне интересен тот факт, что тревожность в межличностных отношениях ранее рассматривалась как раз как предиктор предпочтения интернет-знакомств реальным, зависимости от интернет-коммуникации, а в российских исследованиях подобный подход доминирует по настоящее время (Марарица и др., 2013).

От предикторов вступления в «обедненные» онлайн-отношения к факторам успешности романтических онлайн-отношений

Интерес к тому, что не так с теми, кто решается на онлайн-отношения или предпочитает общение онлайн, перестал доминировать в исследованиях. Ученые в Америке и Европе стали толерантно относиться к вовлеченным в онлайн-отношения людям. Интересно попытаться выявить те причины, по которым это произошло. На наш взгляд, этому способствовали работы футурологического плана, рост вовлеченности в романтические и дружеские онлайн-отношения и, соответственно, их медленное, но верное принятие на нормативном уровне и, наконец, обнаружение несостоятельности ряда психологических моделей «проблемности» онлайн-отношений.

- 1) Современные попытки обнаружить диспозиционные факторы предпочтения онлайн-знакомств знакомствам в реальности

практически ничего не обнаруживают: ни самооценка, ни факторы большой пятерки, ни тип привязанности не обнаруживают различий (особенно с контролем по времени использования интернета (см., например, Jackson et al., 2003; Schaefer, 2011). Дж. Блэкчарт и ее коллеги смогли обнаружить на студенческой выборке лишь связь знакомств в социальных сетях и на специализированных сайтах с чувствительностью к отвержению (Blackhart et al., 2014).

- 2) Уровень социальной компетентности не предсказывает обращение к онлайн-знакомствам ни в соответствии с гипотезой «социальной компенсации» (недостаток социальной компетентности не подталкивает к онлайн-отношениям), ни с гипотезой «богатые богатеют» (иными словами, нельзя сказать, что социально компетентные лучше осваивают эти новые возможности) (Poley, Luo, 2012).
- 3) Позитивное отношение и обращение к романтическим онлайн-отношениям связано с вовлеченностью и диапазоном задач, которые человек решает при помощи интернета (Anderson, 2005; Kang, Hoffman, 2011), то есть те, кто больше «живет» в интернете, готов и знакомиться в виртуальной среде.

Рассмотренные выше находки приводят нас к выводу о том, что ни социальная компетентность, ни ее недостаток не являются столь важными, а важна особая «цифровая компетентность» и привлекательность особых возможностей интернет-общения (Whitty, 2008) для предсказания обращения к онлайн знакомствам. Это согласуется с представлением о современном обществе, которое живет в эру «сетевого интеллекта» («networked intelligence»), когда умение компетентно использовать цифровые технологии для чего угодно стало критичным для достижения успеха во всех областях (Tapskott, 1997).

Среди зарубежных исследований все чаще появляются работы, в которых находят различия между теми, кто успешно или неуспешно использует возможности интернета для знакомства и построения отношений, вместо того, чтобы искать разницу между теми, кто обращается или не обращается к онлайн-отношениям в той или иной форме.

- Уже в 2002 году К. Бонебрейк обнаружила, что между теми студентами, кто использует и не использует интернет для завязывания знакомства, не обнаружено различий. Она показала, что в выборке тех, кто использует интернет для знакомства, есть различия в успешности поиска близких по духу партнеров, социальной компетентности и субъективно переживаемом одиночестве (Bonebrake, 2002).
- Готовность к честной самопрезентации в интернет-общении является важным предиктором успешности онлайн-отношений. Те, кто в интернете позиционировал себя искренне, чаще строили долгосрочные и близкие отношения, которые затем переходили в офлайн (McKenna et al., 2002).
- А. Бейкер исследовала благополучные пары, познакомившиеся онлайн, и обнаружила, что на успешность отношений влияет: 1 - как и где партнеры впервые встретились онлайн; 2 – обстоятельства и препятствия, которые пришлось преодолеть паре, чтобы построить отношения; 3 – длительность и интимность онлайн общения до встречи в реальности; 4 - способность партнеров урегулировать конфликты, разрешать проблемы в общении. Те респонденты, которые познакомились в интернете благодаря общим интересам, дольше общались до встречи в реальности, сохраняя дистанцию (не переходя границы интимности), преодолели барьеры к сближению, и успешно разрешили конфликты оставались вместе надолго (Baker, 2004).

Итак, актуальность настоящего исследования определяется тем, что исследований стигматизации и успешности романтических онлайн-отношений на российской выборке не проводилось. Фокус настоящей работы был сужен до изучения феномена установления и поддержания романтических контактов с помощью интернета, как наиболее ярко репрезентирующего интернет коммуникацию (computer-mediated communication), в том числе и в аспекте ее «проблемности / ресурсности».

Исследование было направлено на описание феномена романтических интернет-знакомств среди современной российской молодежи с особым акцентом на феномене «ресурсной» интернет-коммуникации. Ресурсная интернет-коммуникация понималась нами как расширяющая возможности личности, позволяющая преодолевать коммуникативные барьеры, лучше понимать себя и других, креативно используя потенциал виртуального общения. В качестве индикаторов ресурсной интернет-коммуникации мы использовали самооценку респондентами успешности их опыта интернет-знакомств и наличие «терапевтического» эффекта интернет-знакомств (положительные изменения в самооценке коммуникативных навыков, произошедших в результате этого опыта). Вторым фокусом нашей работы стал феномен сокрытия опыта интернет-знакомств. Задачами этого исследования стал, в частности, анализ того, как эти феномены связаны индивидуально-личностными особенностями, стратегиями установления и поддержания интернет-контактов и влиянием социального окружения, а также анализ гендерной специфики романтических интернет-знакомств.

Методика и процедура исследования

Сбор данных был осуществлен посредством онлайн опроса осенью 2014 года. Респонденты заполняли онлайн электронную форму опросника (размещенную на электронном ресурсе Google Docs) самостоятельно без помощи интервьюера. Исследование было полностью анонимным (никакие

идентифицирующие характеристики не собирались) и добровольным, и предварялось процедурой информированного согласия.

Выборка исследования была сформирована по принципу целевой, то есть в исследование включались респонденты, обладающие необходимым опытом установления и поддержания романтических и/или сексуальных отношений с представителями противоположного пола при помощи сети интернет. Таким образом, критериями включения в выборку исследования стал возраст от 17 до 30 лет и наличие опыта установления интернет-знакомств. Набор осуществлялся методом снежного кома через социальные сети, личные контакты и объявления на различных информационных ресурсах.

Количество полностью заполненных опросников составило 115 штук. Оценка качества заполнения опросника производилась, в том числе, с помощью специального теста – ближе к концу опросника в формулировке тестового задания респондентам было указано, какой именно ответ нужно выбрать. Анкеты респондентов, которые не справились с этим заданием (9 анкет, в т.ч. 4 мужчин и 5 женщин) были выбракованы. Итоговое количество принятых к обработке опросников составило 106 штук.

Опросник исследования включал в себя следующие *блоки*: характеристика опыта интернет-знакомств в сфере романтических отношений, мотивы установления знакомств посредством интернета, способы знакомств, опыта перевода онлайн-отношений в офлайн, последствия установления и поддержания романтических контактов с помощью интернет, степень раскрытия информации о факте интернет-знакомств, наличие успешных интернет-знакомств в ближайшем социальном окружении, социально-психологические характеристики.

Уровень самоуважения (самооценки) оценивался по шкале Розенберга (Rosenberg's Self – Esteem Scale, RSES). «Проблемность» интернет-коммуникации (интернет-зависимое поведение) оценивалось при помощи

Теста «Шкала интернет-зависимости Чена» (Спен, 2003) в адаптации К.А. Феклисова.

Также для проверки гипотезы о том, что характеристики использования молодыми людьми интернета для знакомств романтического характера будут связаны с общей способностью к построению отношений для достижения каких-либо целей, в исследование была включена шкала «способность к нетворкингу» опросника политических навыков (Political Skill Inventory, PSI) Дж. Ферриса и его коллег (2005) в адаптации Л.В. Марарицы (2014). Шкала содержит пять утверждений, которые оцениваются по шкале от 1 до 7. Итоговый показатель шкалы может варьироваться от 5 (наименьший уровень способности к нетворкингу) до 35 (наивысший уровень способности к нетворкингу).

Статистическая обработка данных производилась в программе SPSS 20.0 и заключалась в расчете процентных распределений и мер центральной тенденции. Наличие значимой гендерной специфики в целевых показателях оценивалось с помощью χ^2 Пирсона, t-критерия Стьюдента и U-критерия Манна-Уитни. Факторы ресурсной интернет-коммуникации выявлялись с помощью построения бинарной логистической регрессионной модели.

Результаты и их обсуждение

Описание выборки исследования

Итоговая выборка составила 106 представителей молодежи Санкт-Петербурга, из них 21 юноша и 85 девушек, в возрасте от 17 до 30 лет ($M=23$, $\sigma=3,6$). За редким исключением респонденты – представители учащейся (30,2%) или работающей (40,6%) молодежи, при этом существенная часть совмещают работу и учебу (23,6%). Каждый второй респондент имеет высшее образование (54,7%). Уровень дохода можно в целом охарактеризовать как средний: расходы, которые могут себе позволить

респонденты – это одежда, обувь (39,6%) или бытовая техника (30,2%), при этом уровень дохода юношей несколько выше, чем девушек ($p \leq 0,05$). Только каждый пятый респондент состоит в фактическом (11,3%) или зарегистрированном (6,6%) браке, большинство же характеризуют себя как холостых. Чаще всего респонденты проживают одни (28,3%) или с родителями (32,1%), при этом для юношей отдельное проживание более характерно ($p \leq 0,05$).

Для опрошенных юношей и девушек характерен средний уровень самоуважения ($M=30$, $\sigma=5,2$) и средний уровень способности к нетворкингу (25,5 из 35 возможных, $\sigma=6,1$). Согласно нормам шкалы Чена у каждого пятого опрошенного (18%) может быть диагностировано наличие сформированного интернет-зависимого поведения, а у каждого второго (56,6%) – склонность к его возникновению. Отсутствуют симптомы интернет-зависимого поведения лишь у каждого четвертого опрошенного.

Каких-либо значимых гендерных различий в указанных личностных особенностях знакомящихся в интернете молодых людей обнаружено не было.

Опыт интернет-знакомств в сфере романтических отношений

Число интернет-знакомств, установленных с целью романтических отношений, в обследованной подвыборке молодежи достаточно велико: в среднем в течение жизни молодые люди познакомились с 8 людьми ($SD=9,7$, медианное значение – 5). В среднем первый поиск партнера через интернет приходится на 18 лет ($SD=3,8$).

Характеризуя свой опыт интернет-знакомств, большинство как юношей, так и девушек (52% и 34% соответственно, p – н/зн.) отмечало, что в их жизни было лишь несколько случайных знакомств, которые возникали время от времени. У каждого четвертого (26,4%) представителя молодежи было в жизни 2-3 периода, когда они постоянно завязывали знакомства в

интернете, тогда как у каждого шестого (16%) – был 1 такой период в жизни. Наиболее частые периоды интернет знакомств в жизни (более трех) характерны для 10,4% молодежи, постоянно используют интернет для этой цели с момента первого знакомства 9,4% молодых людей.

Знакомясь в интернете, большинство юношей и девушек (75%), предпринимают параллельно попытки найти партнера для романтических отношений другим способом, не связанными с сервисами интернета.

Длительность отношений, завязавшихся в интернете, распределилась следующим образом: около трети таких отношений длятся от месяца до года и от года до трех лет соответственно, каждые четвертые – не более месяца. Следует отметить, что довольно продолжительные отношения (более трех лет) удается сохранить каждому пятому молодому человеку.

В течение последних 12 месяцев чуть менее половины (44%) молодых людей вступали в интимные отношения с теми, с кем познакомились в интернете.

Самые успешные романтические отношения, завязанные в интернете, заканчиваются дружбой преимущественно чаще для юношей по сравнению с девушками (62% и 29% соответственно, $p \leq 0,01$), и в равной степени (около 30%, $p - n/zn.$) короткими отношениями, о которых нет сожаления или серьезными отношениями. Следует отметить, что каждый пятый молодой человек не может назвать свой опыт интернет-знакомств удачным или успешным, 5% молодых людей затруднились с ответом, а 3% – указали другой исход. Тем не менее, 8% респондентов отметили, что отношения, завязанные в интернете, закончились официально зарегистрированным браком.

Мотивы установления знакомств посредством интернета

Юноши значимо чаще по сравнению с девушками использовали интернет-знакомства за последние 12 месяцев для поиска сексуального

партнера (62% и 20% соответственно, $p \leq 0,001$) и поиска романтического партнера (81% и 54% соответственно, $p \leq 0,05$). В равной степени часто как юноши, так и девушки знакомятся в интернете с целью расширить круг общения (64%), а также развлечься, получить удовольствие (54%). Чуть более трети молодых людей прибегают к интернет-знакомствам для приобретения полезных контактов, поиска единомышленников, поиска доказательств своей привлекательности и привлечения к себе внимания, а также поиска легкого общения без обязательств. Несколько реже интернет-знакомства используются молодыми людьми для отвлечения от тягостных переживаний (29%) и приобретения опыта общения с противоположным полом (25%).

И все-таки, среди основных мотивов интернет-знакомств за предшествующий опросу год, как среди юношей, так и среди девушек выступают: поиск романтического партнера (35%), расширение круга общения (15%), развлечение, получение удовольствия (11%).

Способы знакомств в интернете

В настоящее время среди сервисов интернет-коммуникации для установления новых романтических знакомств, в число предпочитаемых среди молодежи за последние 12 месяцев входят социальные сети (ВКонтакте, Facebook, Одноклассники и пр.) – ими пользуются 67% молодых людей. На втором месте по распространенности находятся специализированные сайты знакомств (47%). Значительно реже используются форумы и чаты – лишь 7% респондентов использовало их для знакомства в течение последнего года. Использование блогов и микро-блогов (например, «живой журнал» (жж), twitter), равно как и программ быстрого обмена сообщениями (мессенджеров) (например, mail.ru-агент, icq, skype) для знакомства в интернете – значительно более редкое явление. Хотя бы раз за последний год их использовал для знакомства с представителем

противоположного пола лишь каждый двадцатый молодой человек. Гендерных различий в использовании коммуникативных интернет-сервисов обнаружено не было.

В исследовании были получены гендерные различия по индикатору: «Кто обычно был инициатором знакомств через интернет?» ($p \leq 0,001$). Так, среди юношей, имеющих опыт установления интернет-знакомств, более половины иницируют их преимущественно сами (53%), тогда как девушки, имеющие такой опыт, инициаторами выступают лишь в 16,5% случаев. Затруднились ответить на данный вопрос 24% юношей и 19% девушек.

Опыт перевода онлайн-отношений в офлайн

Большинство опрошенных молодых людей (79%) уверены, что онлайн-отношения стоит переводить в реальное общение, причем 28% из них считают, что встречаться стоит сразу же после знакомства в интернете. Однако каждый пятый респондент скептически относится к переводу онлайн-отношений в офлайн, и в каждом пятом случае (21%) в течение последнего года знакомство онлайн в интернете в офлайн не переводилось, т.е. встреч в реальности не происходило. Как правило, онлайн-знакомство обычно переводятся в офлайн в достаточно короткий период времени – в 30% случаях в течение недели, а 32% случаях – в течение месяца. Для 18% юношей и девушек для перевода отношений в реальность требуется более одного месяца.

Для большинства молодых людей (41,5%), общение в реальности становится главным после перевода онлайн-отношений в офлайн, и только для незначительной части респондентов (7,5%) общение онлайн остается ведущим. Следует отметить, что девушки по сравнению с юношами чаще склонны полностью переводить отношения исключительно в офлайн после встреч в реальности (15% и 1% соответственно), хотя это различие не достигло уровня статистической значимости.

Последствия установления и поддержания романтических контактов с помощью интернет

В целом интернет-знакомства оцениваются большинством респондентов (61%) скорее позитивно, 10% – очень позитивно. Хотя для большинства молодых людей (38%) отношение к интернет-знакомствам по мере приобретения опыта виртуального общения в романтических целях не менялось, тем не менее, для 27% оно ухудшилось, и лишь для 17% улучшилось. Гендерных различий по данному индикатору обнаружено не было.

Оценивая свое отношение к интернет-знакомствам, большинство молодых людей (54%) считают, что интернет-знакомства помогают расширить круг общения, найти интересных людей, а 40% – что интернет-знакомства – это хороший инструмент поиска партнера для серьезных отношений, тогда как пустой тратой времени их считают 17% опрошенных. Лишь незначительная часть опрошенных юношей и девушек (12%) призналась, что интернет-знакомства принесли им только разочарования.

Девушкам значимо чаще по сравнению с юношами интернет-знакомства помогают поднять самооценку (46% и 14% соответственно, $p \leq 0,01$). Любопытно, что для юношей в большей степени характерно т.н. ресурсное использование интернет-коммуникации, а именно значимо чаще опыт интернет-знакомств юноши по сравнению с девушками используют для «обучения общению с другими людьми, установления контактов, лучшему пониманию себя и других» (71% и 39% соответственно, $p \leq 0,05$).

Кроме того, как для юношей, так и для девушек характерны следующие ресурсные эффекты опыта интернет-знакомств. Приобретение новых друзей отметили 44% молодых людей, лучшее понимание других людей в контексте романтических отношений – 39%, нахождение именно того человека (романтического партнера), которого искали – 31%, ощущение себя на высоте – 35%, улучшение психологического состояния – 26%.

Раскрытие информации об опыте интернет-знакомств

В исследовании мы пытались выяснить, как часто молодые люди делятся своим опытом знакомств в интернете. Оказалось, что 2/3 опрошенных делятся своим опытом с представителями своего ближайшего социального окружения, причем 1/3 делает это легко, а 1/3 – время от времени. Каждый четвертый молодой человек рассказывает о своем опыте знакомств в интернете крайне редко, а 9% даже стараются избегать разговоров на эту тему, скрывая свой опыт.

Среди наиболее часто упоминаемых причин, по которым молодые люди предпочитали не рассказывать о своем опыте знакомств в интернете, были:

- стыд – *«стыдно», «стереотип постыдности», «кажется стыдным знакомиться в интернете, боюсь, что подумают, будто я не способен завязать какие бы то ни было отношения в реальной жизни»,*
- негативная оценка собственного опыта – *«мало поводов для гордости», «нечем хвастаться», «...для меня никакой пользы из них вынесено не было»,*
- стереотипы восприятия – *«чаще люди думают, что отношения в интернете завязывают только для решения сексуальных потребностей, это не всегда так, не хочется попадать под этот шаблон», «чтобы избежать упреков и сплетен», «не рассказывать пожилому поколению, так как они считают это ужасным способом знакомства», «либо не поймут, либо посмеются»,*
- суеверия – *«чтобы не сглазить раньше времени (отношения)»,*
- отсутствие обсуждения данной темы в ближайшем окружении – *«меня не спрашивают».*

В исследовании была выявлена гендерная специфика относительно осведомленности о наличии интернет-знакомств в ближайшем социальном

окружении. Так, юноши значимо чаще по сравнению с девушками демонстрируют неосведомленность по данному вопросу (29% и 7% соответственно, $p \leq 0,01$). Так, в ближайшем окружении 24% юношей, имеющих опыт знакомств в интернете, практически никто не знакомится посредством интернета, на отсутствие такого опыта в ближайшем окружении указало 6% девушек ($p \leq 0,01$).

Результаты регрессионного анализа

Метод бинарной логистической регрессии был использован для оценки значимых предикторов ресурсного использования интернет-знакомств и сокрытия информации об опыте интернет-знакомств. Итоговые модели представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Итоговые модели логистической регрессии

Независимые переменные	Зависимые переменные		
	Удовлетворенность опытом интернет-знакомств	Терапевтический эффект интернет знакомств	Раскрытие информации об опыте интернет-знакомств
	Exp(B)	Exp(B)	Exp(B)
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
Пол мужской		6.447 **	.087**
Установка на перевод интернет-знакомств в реальное общение		.521*	
Позитивное или неопределенное отношение к интернет-знакомствам		8.988 **	6.493**
Уровень самооценки (шкала самоуважения Розенберга)	1,112*	1.139 *	
Чем закончились Ваши самые успешные романтические отношения, завязанные в интернете – официально зарегистрированным браком			19.008**

Продолжение таблицы 1

<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
Ответ «затрудняюсь ответить» на вопрос «Есть ли в вашем ближайшем окружении опыт установления романтических отношений посредством интернет (удачных и неудачных)?»			11.562**
Цель интернет-знакомства – найти романтического партнера			11.235***
Цель интернет-знакомства – развлечься, получить удовольствие	2.512*		0.312*
Цель интернет-знакомства – приобрести опыт общения с противоположным полом	.386		
Цель интернет-знакомства – приобрести полезные контакты		3.831**	
Знакомства другим образом (офлайн) в период, когда знакомились в интернете	.329*		
Удовлетворенность опытом романтических отношений, завязанных в реальности (офлайн)	2.985*		
Nagelkerke R Square	.250	.367	.506

Самооценка успешности опыта романтической онлайн-коммуникации оценивалась с помощью вопроса «Как бы Вы в целом оценили свой опыт романтических отношений, завязанных в реальности?». К категории успешности были отнесены варианты ответа «очень удачный» и «скорее удачный», к неуспешным – «скорее неудачный», «совсем неудачный» и «затрудняюсь ответить». Успешность онлайн-коммуникации в значительной степени зависит от ее целей: она значимо более вероятна в том случае, когда человек просто пытается получить удовольствие от общения, и значимо менее вероятна, когда человек осознанно стремится приобрести таким

образом опыт общения с противоположным полом. Можно предположить, что отсутствие реального опыта общения может быть помехой и в установлении интернет-коммуникации. Напротив, те, кто не испытывает сложностей в общении и может позволить себе не относиться к таким знакомствам слишком серьезно, бывает более успешен и в контактах через интернет. В пользу этой гипотезы также свидетельствует более высокий уровень самоуважения и удовлетворенности офлайн-контактами у лиц, успешных в интернет-коммуникации. Также несколько более удовлетворены опытом интернет-знакомств те, кто какой-то период знакомился только через интернет и не практиковал знакомства офлайн.

Наличие т.н. терапевтического эффекта интернет-знакомств измерялось с помощью индикатора «Опыт интернет-знакомств научил лучше общаться с другими людьми, устанавливать контакт, представлять себя и понимать других». Согласно данной модели использование интернет-знакомств чаще способствовало развитию определенных коммуникативных навыков в том случае, если к ним прибегали лица с более высокой самооценкой, юноши, не готовые переводить виртуальное общение в реальное, стремящиеся, в частности, завести в интернете полезные контакты, и в целом скорее позитивно относящиеся к знакомствам в интернете. Таким образом, можно предположить, что для определенной части пользователей порталов интернет-знакомств, которые не имеют негативных установок по отношению к такому способу установления контакта и при этом не предполагают выводить общение на уровень реальных встреч, такой опыт общения приводит к повышению самооценки своих коммуникативных качеств. Указанный эффект более характерен для юношей и для лиц с более высоким уровнем самооценки.

Следует, однако, отметить, что две вышеописанные модели обладают достаточно ограниченной прогностической способностью.

Соккрытие информации об опыте интернет-знакомств измерялось с помощью вопроса «Как Вы относитесь к тому, чтобы делиться своим опытом знакомств в интернете?». В категорию сокрытия были отнесены варианты ответа «стараетесь избегать разговоров об этом» и «крайне редко рассказываете», в категорию раскрытия – «рассказываете время от времени» и «легко говорите об этом».

Раскрытие информации об опыте интернет-знакомств несколько более характерно для девушек, что может быть в целом одним из проявлений иного по сравнению с мужчинами, характера коммуникации в личных отношениях с ближайшим социальным окружением. Также раскрытие данного опыта в значительной степени зависит от его успешности и от цели знакомства: раскрывать подобную информацию значительно более склонны лица, планировавшие найти через интернет романтического партнера и те, чьи знакомства в интернете привели к зарегистрированному браку. Такие люди в целом относились к подобному способу знакомств позитивно или нейтрально. Высокой прогностической способностью в данной модели обладает вопрос «Есть ли в вашем ближайшем окружении опыт установления романтических отношений посредством интернет?». Вне зависимости от того, был ли в ближайшем окружении положительный опыт подобных знакомств, отрицательный или не было вовсе, все, кто не затруднился с ответом, значимо чаще рассказывали друзьям, что знакомятся в интернете². Мы склонны интерпретировать этот фактор как наличие в принципе коммуникации на тему интернет-знакомств со своим ближайшим окружением. Полученные данные могут говорить в пользу связи феномена сокрытия интернет-знакомств с эффектом стигматизации, то есть при

² Варианты ответа на данный вопрос:

- 1) Практически никто не прибегает к интернет-знакомствам
- 2) Известно преимущественно о позитивном опыте знакомств
- 3) Известно преимущественно о негативном опыте знакомств
- 4) Трудно сказать, каких историй больше: хороших или плохих
- 5) Затрудняюсь ответить.

обсуждении в ближайшем окружении темы интернет-знакомств формируется представление о нормативности подобного вида знакомств, что, в свою очередь, облегчает коммуникацию на данную тему. Данное предположение требует проверки в дальнейших исследованиях.

Таким образом, будет или не будет человек скрывать наличие опыта интернет-знакомств в значительной степени определяется установками в отношении интернет-знакомств, успешностью полученного опыта и тем, являются ли в принципе интернет-знакомства возможной темой для разговоров с ближайшим социальным окружением.

Таким образом, можно сделать следующие *выводы*.

- 1) Наиболее предпочитаемыми среди молодежи для установления новых романтических знакомств сервисами интернет-коммуникации являются социальные сети (ВКонтакте, Facebook, Одноклассники и пр.).
- 2) Субъективная успешность романтической интернет-коммуникации, по-видимому, связана, в целом, с более развитыми коммуникативными навыками и успешностью построения отношений офлайн, и более высокой самооценкой. Также более удовлетворены опытом установления романтических отношений онлайн те, кто не имеет высоких ожиданий относительно данного способа знакомств, и в том числе просто планирует с их помощью хорошо провести время.
- 3) В исследовании было подтверждено наличие так называемого «терапевтического» эффекта построения отношений в интернете – для определенной части пользователей виртуальное социальное пространство позволяет лучше понять себя, а также других людей в контексте романтических отношений посредством социального экспериментирования. Такой эффект более характерен для юношей,

лиц с более высокой самооценкой, в целом скорее позитивно относящихся к знакомствам в интернете. Также он проявляется в ситуациях, когда коммуникатор не стремится переводить виртуальное общение в реальное, и одной из целей интернет-общения ставит завести полезные знакомства.

- 4) Наличие или отсутствие симптомов интернет-зависимого поведения не препятствует ни субъективной успешности романтической интернет-коммуникации, ни формированию «терапевтического» эффекта интернет-коммуникации.
- 5) На российской выборке молодежи также был выявлен феномен «сокрытия» интернет-знакомств от представителей ближайшего окружения. Сокрытие данного опыта связано, в первую очередь, с интернализированной стигматизацией подобного способа установления отношений (чувством стыда). Установка на поиск серьезных отношений через интернет-сервисы, успешность опыта интернет-знакомств и более позитивное отношение к данному способу установления контактов способствуют более легкому раскрытию опыта интернет-знакомств. Отсутствие коммуникации на тему интернет-знакомств в ближайшем социальном окружении, напротив, способствует сокрытию опыта знакомств в интернете.
- б) Знакомящихся в интернете молодых людей можно условно разделить на тех, кто собирается, и тех, кто не собирается в дальнейшем общаться в реальной жизни, то есть тех, для кого интернет-знакомства являются лишь более удобным средством поиска партнера и тех, для кого онлайн общение само по себе является целью. В случае если встреча в реальности все-таки происходит, офлайн общение в большинстве случаев становится главным.

7) Гендерная специфика интернет-знакомств среди российской молодежи выражена лишь в небольшой степени. Так, юноши значимо чаще по сравнению с девушками склонны использовать интернет-знакомства инструментально – для целенаправленного поиска сексуального ($p \leq 0,001$) и романтического ($p \leq 0,05$) партнера, а не просто общения в сети. В способах знакомств посредством интернета, а также опыте перевода онлайн отношений в офлайн гендерных различий обнаружено не было.

В заключение следует отметить, что поскольку свой опыт интернет-знакомств большинство молодых людей (60%) готовы были бы повторить, это может говорить в пользу становления интернет-коммуникации нормативным и успешным вариантом коммуникации в сфере романтических отношений.

Список использованных источников

1. Ерицян К.Ю., Антонова Н.А., Марудова Н.М. Проблемное использование Интернета в контексте Интернет-коммуникации // Вестник СПбГУ, Серия 16, 2013. Вып. 2. С. 15-22.
2. Марарица Л.В. Нетворкинг: определение феномена и методы измерения // Петербургский психологический журнал, 2014, №9. URL: <http://ojs.spbu.ru/index.php/psy/article/view/69/43> (дата обращения 29.12.2014).
3. Марарица Л.В., Антонова Н.А., Ерицян К.Ю. Общение в интернете: потенциальная угроза или ресурс для личности // Петербургский психологический журнал, 2013, №5. URL: <http://ojs.spbu.ru/index.php/psy/article/view/47/23> (дата обращения 20.11.2014).
4. Щекотуров А.В. Net-дружба в структуре конструирования виртуальной идентичности подростков // Вестник ННГУ им. Лобачевского. 2013. №3(1). С. 441-445.
5. Anderson T.L. Relationships among Internet Attitudes, Internet Use, Romantic Beliefs, and Perceptions of Online Romantic Relationships // CyberPsychology & Behavior, 2005, V. 8(6). P. 521-531.
6. Baker A. What Makes an Online Relationship Successful? Clues from Couples who Met in Cyberspace // CyberPsychology & Behavior, 2002 V. 5(4). P. 363-375.
7. Blackhart G.C., Fitzpatrick J., Williamson J. Dispositional factors predicting use of online dating sites and behaviors related to online dating // Computers in Human Behavior, 2014. V. 33. P. 113-118.
8. Bonebrake K. College Students' Internet Use, Relationship Formation, and Personality Correlates // CyberPsychology & Behavior, 2002. V. 5(6). P. 551-557.

9. Cali B.E., Coleman J.M., Campbell C. Stranger Danger? Women's Self-Protection Intent and the Continuing Stigma of Online Dating // *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 2013. V. 16(12). P. 853-857.
10. Ellison N., Heino R., Gibbs J. Managing Impressions Online: Self-Presentation Processes in the Online Dating Environment // *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2006 V. 11. P. 415-441.
11. Ellison N.B., Steinfield C., Lampe C. The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites // *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2007. V 12(4). P. 1143-1168.
12. Frost J.H., Chance Z., Norton M.I., Ariely D. People are Experience Goods: Improving Online Dating with Virtual Dates // *Journal of Interactive Marketing*, 2008, V. 22(1). URL: www.interscience.wiley.com (дата обращения 20.11.2014).
13. Grieve R., Indian M., Witteveen K., Tolan G.A., Marrington J. Face-to-face or Facebook: Can social connectedness be derived online? // *Computers in Human Behavior*, 2013. V. 29(3). P. 604-609.
14. Jackson L.A., von Eye A., Biocca F.A., Barbatsis G., Fitzgerald H.E., Zhao Y. Personality, cognitive style, demographic characteristics and Internet use - Findings from the HomeNetToo project // *Swiss Journal of Psychology*, 2003. V. 62(2), P. 79-90. URL: <http://dx.doi.org/10.1024//1421-0185.62.2.79> (дата обращения 20.11.2014).
15. Kang T. & Hoffman L.H. Why Would You Decide to Use an Online Dating Site? Factors That Lead to Online Dating // *Communication Research Reports*, 2011. V. 28(3). P. 205-213.
16. Kopaczewski Sh. ""Maybe we should assume that they're on Match.com with totally unrealistic expectations precisely because they can't function in the normal dating world": negotiating the stigma of online dating on

- Edatereview.com." / PhD (Doctor of Philosophy) thesis, University of Iowa, 2010. URL: <http://ir.uiowa.edu/etd/836> (дата обращения 20.11.2014).
17. Lea, M., Spears, R. Love at first byte? Building personal relationships over computer networks / In J. T. Wood & S. Duck (Eds.), *Under-studied relationships: Off the beaten track*. Thousand Oaks, CA: Sage. 1995. P. 197-233.
 18. McKenna K.Y.A., Green A.S., Gleason M.E.J Relationship Formation on the Internet: What's the Big Attraction? // *Journal of Social Issues*, 2002. V. 58(1), P. 9-31.
 19. Mesch G., Talmud I. The Quality of Online and Offline Relationships: The Role of Multiplexity and Duration of Social Relationships // *The Information Society: An International Journal*, 2006. V. 22(3) P. 137-148.
 20. Poley M.E.M., Luo S. Social compensation or rich-get-richer? The role of social competence in college students' use of the Internet to find a partner // *Computers in Human Behavior*, 2012. V. 28(2). P. 414-419.
 21. Schaefer K.M. Online Romantic Relationships Transitioning Offline: Impact of Intimacy and Relationship Uncertainty on Relational Characteristics / PhD (Doctor of Philosophy) thesis, The University of Texas at Austin, 2011. URL: <https://repositories.lib.utexas.edu/bitstream/handle/2152/ETD-UT-2011-08-3925/SCHAEFER-DISSERTATION.pdf?sequence=1> (дата обращения 20.11.2014).
 22. Sheldon P. The relationship between unwillingness-to-communicate and students' Facebook use. // *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications*, 2008. V. 20(2). P. 67-75. URL: <http://dx.doi.org/10.1027/1864-1105.20.2.67> (дата обращения 20.11.2014).
 23. Tapscott D. *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*, McGraw-Hill, 1997. 348 p.

24. Valkenburg P. M., Peter J. Who Visits Online Dating Sites? Exploring Some Characteristics of Online Daters // *CyberPsychology & Behavior*, 2007. V. 10(6). P. 849-852.
25. Whitty M.T. Liberating or debilitating? An examination of romantic relationships, sexual relationships and friendships on the Net // *Computers in Human Behavior*, 2008. V. 24. P. 1837-1850.
26. Wildermuth S.M. The Effects of Stigmatizing Discourse on the Quality of On-Line Relationships // *CyberPsychology & Behavior*, 2004. V. 7(1). P. 73-84.