



Особенности поведения пользователей в социальных сетях как фактор формирования социальных представлений о брачном партнере

Дарья А. Шмидт^{а, @}

^а Индивидуальный предприниматель Шмидт Д. А., Россия, г. Москва

@ dariashmidt@mail.ru

Поступила в редакцию 21.05.2020. Принята к печати 30.07.2020.

Аннотация: На основании результатов опроса ставится проблема поиска связи между поведением пользователей в социальных сетях и просматриваемым ими контентом, посвященным романтическим взаимоотношениям, с одной стороны, и социальными представлениями о брачном партнере – с другой. Опрос проводился на выборке 525 человек по авторской анкете, состоящей из трех блоков: 1) авторский опросник социальных представлений о романтических отношениях и браке, разработанный на основании контент-анализа эссе молодых людей и публикаций в социальных сетях; 2) блок социально-демографических характеристик; 3) блок о пользовании социальными сетями и другими каналами коммуникации. Результаты исследования показывают наличие связи между поведением пользователей в социальных сетях и их социальными представлениями о романтическом партнере и брачно-семейных отношениях. Обнаружено, что пользователи, которые часто просматривают в социальных сетях публикации на тему взаимоотношения мужчин и женщин, демонстрируют меньшую ориентацию на брак и долгосрочные романтические взаимоотношения, в большей мере склонны рассматривать романтические взаимоотношения как увлекательное приключение, допуская при этом возможность на разных этапах иметь разных спутников жизни. Наличие подобных элементов в социальных представлениях может обуславливать более терпимое отношение к таким феноменам, как незарегистрированный брак, развод, серийная моногамия.

Ключевые слова: социальные представления, ядро социальных представлений, периферия социальных представлений, брак, романтические отношения

Для цитирования: Шмидт Д. А. Особенности поведения пользователей в социальных сетях как фактор формирования социальных представлений о брачном партнере // Вестник Кемеровского государственного университета. 2020. Т. 22. № 3. С. 778–788. DOI: <https://doi.org/10.21603/2078-8975-2020-22-3-778-788>

Введение

Актуальность исследования обусловлена негативными тенденциями современного общества: снижением значимости семейных ценностей, увеличением возраста вступления в брак и рождения первых детей, ростом числа разводов и снижением числа зарегистрированных браков. В современной отечественной и зарубежной науке теме семьи и брака уделяется достаточное внимание. Авторы описывают не только статическое состояние семейно-брачных отношений [1; 2], но и тенденции последних десятилетий. В частности, изучаются различные аспекты отношения к незарегистрированному браку (консенсуальному браку, или сожительству) [3; 4], изменение норм сексуального поведения [5; 6].

Одной из тенденций является трансформация брачных ролей, ослабление поляризации мужских и женских ролей, рост потребности в эгалитарных отношениях в семье¹ [7]. Общественный дискурс реагирует на эти изменения тем, что отказывается от конкретных наименований партнеров (муж, жена, невеста) в пользу неопределенных – партнеры, мужчина, девушка, человек [8; 9].

Теоретическим основанием исследования послужила теория социальных представлений С. Московичи [10; 11]. В целом социальные представления о романтических отношениях, браке и семье находятся под влиянием множества факторов: психологических особенностей личности; опыта отношений с противоположным полом и субъективной оценки данного опыта; особенностей воспитания и опыта брачно-романтических отношений родителей; экономических условий жизни (например, наличия жилья и устойчивого дохода); правовой и культурно-религиозной среды; физического здоровья и др.

Не последнюю роль в формировании социальных представлений о романтических отношениях, браке и семье играет информационно-коммуникативная среда, в которой происходит усвоение некоторыми социальными группами общих ценностей и паттернов поведения. Для молодых людей существенную роль в формировании взглядов на мир играют социальные сети, которые зачастую либо полностью вытесняют другие каналы коммуникации, либо выходят на первое место по степени значимости. Период становления молодых людей совпадает с периодом активной

¹ Васильева Л. Любовь и секс глазами разных поколений // Комсомольская правда. 15.07.2005. Режим доступа: <https://rugenations.su/2009/04/30/любовь-и-секс-глазами-разных-поколения/> (дата обращения: 04.02.2019).

информатизации и глобализации западного общества, что делает их зависимыми от технологий [12; 13]. Для молодых людей предпочтительными форматами коммуникации становятся короткие текстовые сообщения, передаваемые как через sms, так и с помощью интернет-мессенджеров [14].

Данные тенденции взаимодействия с информацией приводят к повышению роли социальных сетей и виртуального общения при одновременном снижении эмпатии, повышению субъективного чувства одиночества [15]. При том что среди отличительных черт молодых людей присутствует акцентуация социальной поддержки со стороны референтных групп [16], наблюдается размывание этих референтных групп и «замещение продолжительных и глубоких человеческих отношений нарциссическим одиночеством» [17, с. 131].

В том случае, если молодые люди целенаправленно не вырабатывают у себя коммуникативные навыки, информационные паттерны могут приводить к деградации способности взаимодействия за пределами сети Интернет. Таким образом, складывается парадоксальная, на первый взгляд, ситуация: в обилии коммуникационных возможностей, которые предоставляет Интернет, активные пользователи страдают именно от отсутствия качественной коммуникации, и их потребности в социальной поддержке и выстраивании гармоничных романтических взаимоотношений зачастую остаются неудовлетворенными, что не может не сказываться и на брачном поведении. «Обособление, изоляция, одиночество и разобщенность преследуют вас во всех сферах жизни... вы всегда встретите людей, уткнувшихся в свои мобильные телефоны, айпады, планшеты, компьютеры и ноутбуки в отчаянной попытке соединиться, пообщаться и быть услышанными. Но, оглянувшись вокруг, вы увидите, что все они игнорируют находящихся рядом людей, не устанавливая с ними контактов, стесняясь заговорить»² [18, р. 75].

Сайты и мобильные приложения для знакомств, казалось бы, должны существенно облегчать поиск партнера за счет сокращения времени на коммуникацию, расширения географии поиска, а также возможностей задать параметры искомого кандидата. Однако на практике они могут снижать вероятность не виртуальных свиданий, т. к. формируют у пользователей ощущение бесконечности выбора. Пользователи оказываются в ловушке перманентного поиска, пытаясь подобрать себе лучшего партнера [14], а на первое место в списке параметров выбора выходит внешняя привлекательность, что зачастую препятствует формированию психологически гармоничных пар³.

Несмотря на обилие работ по теме семьи, брака и романтических отношений, недостаточно освещенными остаются два аспекта. Первый аспект касается возрастных границ объекта исследования: большинство работ основано

на изучении студенческих выборок, однако современные демографические тенденции указывают на то, что проблема поиска партнера и создания семьи в последние десятилетия затрагивает все более старшие возрасты населения, что обуславливает необходимость изучения других поколений, в частности постстуденческой молодежи.

Второй аспект касается отсутствия анализа взаимосвязи между брачным поведением или романтическими отношениями, с одной стороны, и поведением в социальных сетях – с другой. Как уже было доказано ранее, социальные сети, которые обладают столь высокой значимостью для молодых людей, зачастую не связывают романтические отношения с семейными, отчасти пропагандируют серийную моногамию, романтизируют одиночество и практически не упоминают о такой функции семьи, как продолжение рода [9].

Программа настоящего исследования была направлена на решение задачи, поставленной на основании результатов предыдущих этапов – уточнение связи между социальными представлениями респондентов и контентом на тему романтических взаимоотношений, который они просматривают в социальных сетях. Цель – доказать наличие связей между поведением пользователей в социальных сетях и их социальными представлениями о брачном партнере. Гипотеза исследования состоит в том, что пользователи, которые часто просматривают в социальных сетях публикации на тему взаимоотношения мужчин и женщин, демонстрируют меньшую ориентацию на брак и долгосрочные романтические взаимоотношения.

Задачи исследования – проанализировать связи между социальными представлениями респондентов и 1) предпочтительными форматами коммуникации с брачным партнером; 2) частотой пользования социальными сетями; 3) содержанием публикаций на тему романтических отношений, которые респонденты просматривают в социальных сетях.

Методы и материалы

Объект исследования – респонденты в возрасте 18–74 лет на момент проведения исследования. Предмет – социальные представления респондентов о брачном партнере. Исследование было проведено методом опроса, сбор анкет осуществлялся с помощью методики «снежный ком». Число респондентов – 525 человек, среди них в возрастной группе 18–34 лет – 192 человека, 35–54 – 176 человек, 55–74 – 157 человек. Опрос проводился по авторской анкете, которая состоит из трех блоков: 1) авторский опросник социальных представлений о романтических отношениях и браке, состоящий из 45 утверждений; 2) блок социально-демографических характеристик; 3) блок о пользовании социальными сетями и другими каналами коммуникации.

Авторский опросник социальных представлений о романтических отношениях и браке был разработан на основании

² Перевод с англ. В. А. Силаевой.

³ Bleyer J. Love the one you're near // Psychology Today. 2014. Vol. 47. № 4. Режим доступа: <https://www.psychologytoday.com/us/articles/201407/dating-love-the-one-youre-near> (дата обращения: 04.02.2019).

предыдущих этапов исследования: 1) анализа содержания публикаций – текстовых и визуальных сообщений – в социальной сети ВКонтакте (100000 печатных знаков и 327 иллюстраций); 2) контент-анализа эссе молодых людей (36 респондентов в возрасте 23–30 лет, 40000 печатных знаков) [9].

Статистическая обработка результатов проводилась с использованием программ SPSS Statistics 22.0 и MS Excel. Были проанализированы частотные распределения, таблицы сопряженности, значимые различия по критериям У Манна-Уитни и Н Краскала-Уоллеса, осуществлен корреляционный анализ с использованием коэффициента Пирсона. Для выделения ядра и периферии социальных представлений использовался коэффициент Ж.-К. Абрика.

Оценочная шкала в авторском опроснике социальных представлений была составлена в соответствии с требованиями Ж.-К. Абрика о расчете коэффициента позитивных ответов – ТСП (*Taux categorique positif*) для выявления структуры социальных представлений. Для каждого высказывания опросника расчет ТСП (i) производился по следующей формуле:

$$TSP(i) = \frac{n(4) + n(5)}{N} \times 100,$$

где $n(4)$ – число ответов «значительная степень», $n(5)$ – число ответов «очень значительная степень», N – общее число ответов [19].

В ядро социального представления были включены утверждения, коэффициенты которых оказались выше среднего плюс среднеквадратичное отклонение. Согласно Ж.-К. Абрику, ядро социальных представлений представляет собой довольно стабильное образование, связанное с коллективной памятью группы, ее базовыми нормами и ценностями. Именно ядро определяет смысловую сущность социального представления.

Периферическая система социального представления является связующим звеном между ядром и конкретной социальной ситуацией, в которой действует социальное представление, соответственно, периферийные элементы нестабильны и сильно подвержены влиянию контекста. Периферия защищает стабильность ядра в тех случаях, когда наблюдаются расхождения между ситуацией и социальным представлением о ней; если же противоречий накапливается слишком много, именно в периферии запускаются трансформационные процессы, которые впоследствии могут затронуть и ядро [20]. Согласно динамическим теориям социальных представлений, на возможные направления для трансформации указывают элементы периферии, близкой к ядру [21–24]. В периферию, близкую к ядру в данном исследовании, были включены утверждения, коэффициенты которых оказались выше среднего, но ниже среднего плюс среднеквадратичное отклонение.

Результаты

Ядра социальных представлений трех возрастных групп оказались во многом схожи, что объясняется преемственностью брачных традиций в современном обществе. Элементы, которые присутствуют в ядрах всех трех возрастных групп, касаются общности планов на будущее, умения находить выход из трудных жизненных ситуаций, готовности нести ответственности за жизнь близких, признания важности юмора для выстраивания гармоничных отношений в семье.

В ядро социальных представлений о браке респондентов в возрасте 18–34 лет, помимо этого, входят элементы, которые не встречаются у других возрастных групп – отсутствие ограничений в сексе и решение споров исключительно мирным вербальным путем. Специфической чертой молодых респондентов является меньшая ценность зарегистрированного брака, и в предыдущих исследованиях мы показали, что молодые люди зачастую рассматривают романтические отношения в отрыве от семьи и брака – в качестве самостоятельной ценности, а не первого шага к созданию семьи [25]. Уникальным ядерным элементом для респондентов в возрасте 35–54 лет является желание иметь сексуально привлекательного партнера, а для респондентов в возрасте 55–74 лет – восприятие отношений как упорной работы, требующей определенного терпения, а также признание важности творческих отношений для гармонизации семейного климата. Периферия социальных представлений, близкая к ядру, у разных возрастных групп состоит из 16–18 элементов. Среди элементов периферии, близкой к ядру, 10 встречаются у всех трех возрастных групп.

Опрос подтверждает высокую значимость интернет-каналов коммуникации для молодых людей, в том числе в части взаимодействия с романтическим или брачным партнером. 90,6 % заходят в социальные сети ежедневно, а 49,7 % уделяют социальным сетям более двух часов в день. Для респондентов 18–34 лет выше значимость аудио-визуального контента и переписки с помощью электронной почты и мессенджеров. Правила делового общения, предпочитающие отдавать предпочтение текстовым сообщениям, которые адресат может просмотреть в удобное для него время, распространяются и на сферу личного: с помощью сообщений и электронной почты с партнером или потенциальным партнером⁴ молодые люди общаются не реже, чем с помощью голосовых звонков. У респондентов других возрастных групп популярность переписки с романтическим партнером уже не столь высока (табл. 1).

Приводимые ниже различия в социальных представлениях о брачном партнере в зависимости от моделей поведения в сети Интернет характерны для участников исследования любого возраста. Однако при интерпретации полученных данных необходимо помнить, что в группе 18–34 лет доля интернет-пользователей и пользователей социальных сетей наиболее высока (среди респондентов 18–34 лет только 1 %

⁴ Под потенциальным партнером в исследовании понимается человек, с которым респондент находится в процессе ухаживаний, начала романтических отношений.

DOI: 10.21603/2078-8975-2020-22-3-778-788

не пользуются социальными сетями, в то время как в группе 55–74 лет – 30 %), что позволяет говорить о высокой актуальности полученных выводов для молодежной группы.

В табл. 2 представлены несколько утверждений из опросника социальных представлений. Во втором столбце указан коэффициент позитивных ответов, на основе которого производится отнесение элемента к ядру или периферии. Во третьем и четвертом столбцах приводится сравнение ответов на данный вопрос двух групп респондентов: тех, кто всегда общается с партнером с помощью переписки, и тех, кто никогда не прибегает к данной форме коммуникации (в процентах от общего числа респондентов данных групп). В ядро социальных представлений входят утверждения с ТСП выше 81 балла. В периферию, близкую к ядру, – утверждения с ТСП от 63 до 80 баллов.

Респонденты, которые общаются с партнером или потенциальным партнером по переписке так же часто, как с помощью голосовых звонков, в большей степени ориентируются на сексуальную свободу, о чем

Табл. 1. Доля респондентов, которые часто общаются с супругом / партнером / потенциальным партнером с помощью различных средств коммуникации, %
Tab. 1. Respondents that frequently communicate with their spouse / partner / potential partner via various means of communication, %

Средства коммуникации	18–34 года	35–54 года	55–74 года	p
Личное общение	79,7	79,9	64,6	0,481
Голосовые звонки	63,0	58,3	57,8	0,206
Видеозвонки	16,1	11,6	6,4	0,000***
Переписка (по электронной почте, через мессенджеры, соцсети)	65,6	42,0	22,0	0,001***

Прим.: *** – $p < 0,001$; оценка по критерию Н Краскала-Уоллеса.

Табл. 2. Различия в степени согласия респондентов с отдельными утверждениями авторского опросника социальных представлений о брачном партнере в зависимости от предпочтительной формы коммуникации с партнером

Tab. 2. Differences in the degree of agreement with certain statements in the questionnaire of social representations about the marriage partner depending on the preferred form of communication with the partner

Утверждение из опросника социальных представлений	ТСП, количество баллов	Доля согласных с утверждением среди тех, кто общается с супругом / сексуальным партнером / потенциальным партнером с помощью переписки (по электронной почте, через мессенджеры, соцсети)		
		всегда, %	никогда, %	p
Крайне важно, чтобы твой партнер умел находить выход из трудных жизненных ситуаций	92	87	96	0,013*
У партнеров в сексе не должно быть никаких ограничений, никакого стеснения	79	86	76	0,035*
Не будьте с кем попало, ждите родную душу	72	66	79	0,018*
Энергия в семье должна распределяться правильно. Мужская энергия должна быть направлена на достижения, созидания, женская – на заботу, создание комфортной атмосферы	69	63	74	0,049*
Многие проблемы современных семей оттого, что женщины утратили истинную женственность, а мужчины – мужественность	57	46	68	0,001***
Почти каждая женщина хотела бы хранить верность. Трудность лишь в том, чтобы найти такого мужчину, для которого можно было бы хранить верность	48	43	57	0,008**
На разных жизненных этапах допустимо иметь разных спутников жизни	48	48	36	0,001***
Излишняя откровенность с партнером приносит только неприятности	46	34	55	0,001***
Семья нужна, прежде всего, для рождения и воспитания детей	35	22	46	0,001***
Сегодня определяющая роль в семье принадлежит женщинам	34	20	43	0,001***

Прим.: * – $p < 0,05$; ** – $p < 0,01$; *** – $p < 0,001$; оценка по критерию U Манна-Уитни.

свидетельствует более высокая степень согласия с утверждением «У партнеров в сексе не должно быть никаких ограничений, никакого стеснения» (входит в периферию социальных представлений, близкую к ядру), а также с утверждением «На разных жизненных этапах допустимо иметь разных спутников жизни» (входит в периферию).

Респонденты, которые не общаются с романтическим партнером по переписке, в большей степени продемонстрировали ориентацию на традиционные ценности, в частности деторождение – «Семья нужна, прежде всего, для рождения и воспитания детей» (периферия социальных представлений), а также верность и готовность отказываться от кратковременных увлечений в ожидании подходящего спутника жизни – «Не будьте с кем попало, ждите родную душу» (элемент периферии, близкой к ядру) и «Почти каждая женщина хотела бы хранить верность. Трудность лишь в том, чтобы найти такого мужчину, для которого можно было бы хранить верность» (элемент периферии).

Респонденты, придерживающиеся традиционных способов общения с романтическим партнером, в большей степени демонстрируют согласие с высказываниями о ролях мужчин и женщин в современном мире: «Энергия в семье должна распределяться правильно. Мужская энергия должна быть направлена на достижения, созидания, женская – на заботу, создание комфортной атмосферы» (элемент периферии, близкой к ядру), «Многие проблемы современных семей оттого, что женщины утратили истинную женственность, а мужчины – мужественность» и «Сегодня определяющая роль в семье принадлежит женщинам» (элементы периферии).

Интересно, что те респонденты, которые в меньшей степени используют переписку во взаимодействии с романтическим партнером, демонстрируют и меньшую открытость, готовность говорить о своих чувствах и потребностях.

Это выражается в гораздо большей степени согласия с утверждением «Излишняя открытость с партнером приносит только неприятности» (элемент периферии социальных представлений).

Что касается установок на создание семьи и деторождение, то здесь прослеживается связь не только с предпочтительными форматами коммуникации с партнером, но и с количеством времени, проводимым в соцсетях: среди респондентов, которые заходят в социальные сети не каждый день, степень согласия с утверждением «Семья нужна, прежде всего, для рождения и воспитания детей» составляет 52 %, а среди тех, кто проводит в соцсетях более двух часов в день, – почти в два раза ниже (28 %, значимые различия на уровне $p < 0,05$). Таким образом, завсегдатаи социальных сетей в меньшей степени ориентированы на продолжение рода.

Так как среди молодых людей доля интернет-пользователей выше, рассмотрим некоторые особенности социальных представлений в группе 18–34 лет в зависимости от предпочтительной формы коммуникации с партнером (табл. 3). Во втором столбце указан коэффициент позитивных ответов, на основе которого производится отнесение элемента к ядру или периферии. Во третьем и четвертом столбцах приводится сравнение ответов на данный вопрос двух групп респондентов: тех, кто всегда общается с партнером с помощью переписки, и тех, кто никогда не прибегает к данной форме коммуникации (в процентах от общего числа респондентов данных групп). В ядро социальных представлений респондентов 18–34 лет входят утверждения с ТСП выше 84 баллов. В периферию, близкую к ядру, – утверждения с ТСП от 63 до 83 баллов.

Молодые люди, которые обычно переписываются с романтическим или брачным партнером, гораздо чаще соглашались с высказыванием «У партнеров в сексе

Табл. 3. Различия в степени согласия респондентов в возрасте 18–34 лет с отдельными утверждениями авторского опросника социальных представлений о брачном партнере в зависимости от предпочтительной формы коммуникации с партнером
Tab. 3. Differences in the degree of agreement of respondents aged 18–34 with the questionnaire of social representations about the marriage partner depending on the preferred form of communication with the partner

Утверждение из опросника социальных представлений	ТСП, количество баллов	Доля согласных с утверждением среди тех, кто общается с супругом / сексуальным партнером / потенциальным партнером с помощью переписки (по электронной почте, через мессенджеры, соцсети)		
		всегда, %	никогда, %	$p < 0,05$
У партнеров в сексе не должно быть никаких ограничений, никакого стеснения	89	94	81	0,047
Хочется жить с сексуально привлекательным человеком	83	85	65	0,044
Энергия в семье должна распределяться правильно. Мужская энергия должна быть направлена на достижения, созидания, женская – на заботу, создание комфортной атмосферы	71	65	89	0,031
Сегодня определяющая роль в семье принадлежит женщинам	25	16	39	0,014

не должно быть никаких ограничений, никакого стеснения». Данный элемент входит в ядро социальных представлений данной возрастной группы и является отличительным для нее (в ядрах социальных представлений других возрастных групп данный элемент не встречается). Направленность влияния особенностей коммуникации на установку в отношении сексуальной сферы не очевидна, ее изучение можно отнести к перспективам развития данного исследования.

Еще одним утверждением, с которым гораздо чаще соглашаются молодые люди, отдающие предпочтение переписке с романтическим или брачным партнером, – «Хочется жить с сексуально привлекательным человеком». Несмотря на то, что данный элемент не входит в ядро социальных представлений, он является частью периферии, близкой к ядру (ТСР=83, при том что в ядро входят элементы с показателем ТСР от 84 баллов), и согласно динамическим теориям социальных представлений потенциально ядро социальных представлений о брачном партнере может обогатиться данным элементом.

Отличия между молодыми людьми, которые общаются или не общаются с романтическим партнером по переписке, наблюдаются и в отношении еще одного элемента периферии, близкой к ядру, – «Энергия в семье должна распределяться правильно. Мужская энергия должна быть направлена на достижения, созидания, женская – на заботу, создание комфортной атмосферы» (ТСР=71) – с высказыванием чаще соглашаются те, кто не общается с романтическим партнером по переписке. Аналогичная ситуация наблюдается и в отношении высказывания «Сегодня определяющая роль в семье принадлежит женщинам», которое входит в периферию социальных представлений.

Таким образом, те молодые люди, которые усваивают современные форматы коммуникации (в частности, общение с партнером по переписке), в большей степени поддерживают идеи сексуальной свободы, максимизации эротического удовольствия. Для них секс является не только важной частью жизни, но и естественной составляющей социального дискурса: они готовы открыто говорить о своих потребностях в данной сфере. Те же, кто придерживаются традиционных средств коммуникации, в большей степени склонны к консервативным убеждениям: они чаще задумываются о распределении ролей в современном обществе, могут сетовать на утрату традиционных мужских и женских качеств и моделей поведения.

Восприятие брака и романтического партнера связано и с частотой, с которой респонденты встречают в социальных сетях публикации по вопросам романтических взаимоотношений. В табл. 4 представлены несколько утверждений из опросника социальных представлений. Во втором столбце указан коэффициент позитивных ответов, на основе которого производится отнесение элемента к ядру или периферии. Во третьем и четвертом столбцах приводится сравнение ответов на данный вопрос двух групп респондентов: тех, кто часто встречается в социальных сетях

публикации на тему романтических взаимоотношений, и тех, кто никогда не встречает подобных публикаций (в процентах от общего числа респондентов данных групп). В ядро социальных представлений входят утверждения с ТСР выше 81 балла. В периферию, близкую к ядру, – утверждения с ТСР от 63 до 80 баллов.

Те, кто часто встречается статьи и короткие высказывания на тему романтических взаимоотношений, чаще соглашаются с высказываниями индивидуалистического или гедонистического характера: «Хочется жить с сексуально привлекательным человеком» (входит в ядро социальных представлений), «На разных жизненных этапах допустимо иметь разных спутников жизни», «Поиск взаимной любви похож на автогонки: мы мчимся за одними, за нами мчатся другие» и «По-настоящему зрелый человек может спокойно жить в одиночестве» (входят в периферию).

Напротив, те, кто не встречается публикаций на тему романтических взаимоотношений, в большей степени склонны соглашаться с высказываниями, постулирующими ценности семьи и верности: «Отдых для пары – отдых вместе, а не друг от друга» (входит в периферию, близкую к ядру) и «Почти каждая женщина хотела бы хранить верность. Трудность лишь в том, чтобы найти такого мужчину, для которого можно было бы хранить верность» (входит в периферию).

Различия между респондентами, которые часто встречаются в социальных сетях публикации по теме романтических взаимоотношений, и тех, кто не встречает подобных публикаций, выявляются и в ходе анализа методики незаконченных предложений. Описывая супружескую жизнь, около 45 % в обеих группах приводят позитивные определения, около 40 % – нейтральные, около 10 % – негативные. Однако ассоциативный ряд ответов в двух группах не идентичен, в частности, обращают на себя внимание различия в содержании позитивных определений. Многие из тех, кто часто встречается в социальных сетях публикации по вопросам взаимоотношений мужчин и женщин, имеют романтизированные и отчасти идеализированные представления о супружестве, что выражается в преобладании таких определений, как радость, счастье, идиллия, подарок. Здесь и далее курсивом приводятся ответы участников исследования на задание «Продолжите предложение. **Супружеская жизнь кажется мне...**»: важной частью счастливой жизни; гармоничной и счастливой; долго и счастливо; идеальным сочетанием свободы и романтического уюта; подарком свыше.

Кроме того, в ассоциативном ряду данной группы супружеская жизнь довольно часто представляется легким приключением, развлечением и даже порой решением проблем: легкой и приятной; интересным приключением, возможностью проверить, кто вы есть на самом деле; приятным путешествием; удивительным путешествием, в котором бывает и хорошее, и плохое, но возглавляет это путешествие любовь двоих; решением многих проблем; очень счастливой, и интересной и взаимовыгодной.

Табл. 4. Различия в степени согласия респондентов с отдельными утверждениями авторского опросника социальных представлений о брачном партнере среди тех, кто встречается и не встречается в соцсетях публикации по вопросам взаимоотношений мужчин и женщин

Tab. 4. Differences in the degree of agreement with the questionnaire of social representations about the marriage partner among those respondents who read and those who do not read publications about relations between men and women

Утверждение из опросника социальных представлений	ТСР, количество баллов	Доля согласных с утверждением среди тех, кто часто встречается / не встречается публикации по вопросам взаимоотношений мужчин и женщин в социальных сетях		
		часто встречается, %	не встречается, %	p
Хочется жить с сексуально привлекательным человеком	81	85	71	0,016*
Отдых для пары – отдых вместе, а не друг от друга	65	60	83	0,001**
На разных жизненных этапах допустимо иметь разных спутников жизни	48	50	33	0,002**
Почти каждая женщина хотела бы хранить верность. Трудно лишь в том, чтобы найти такого мужчину, для которого можно было бы хранить верность	48	41	61	0,007**
Поиск взаимной любви похож на автогонки: мы мчимся за одними, за нами мчатся другие	44	50	33	0,047*
По-настоящему зрелый человек может спокойно жить в одиночестве	40	43	29	0,043*

Прим.: * – $p < 0,05$; ** – $p < 0,01$; оценка по критерию U Манна-Уитни.

Те респонденты, которые не встречаются в социальных сетях публикации на тему взаимоотношений мужчин и женщин, склонны давать позитивные определения несколько иного характера. Для них супружеская жизнь представляется более сложным, многогранным феноменом, вызовом для развития, интересной задачей: *интересной и увлекательной; длинной и интересной дорогой в мир неизведанного; крепостью, которую нужно оберегать и защищать от невзгод; многогранной, интересной, где партнеры настроены больше «отдавать», а не «брать»;* *счастливой, если муж и жена уважают друг друга.*

Нейтральные определения супружеской жизни (40 %) схожи для группы тех, кто встречается в социальных сетях публикации по вопросам взаимоотношений мужчин и женщин, и тех, кто не встречается подобных публикаций. Ядро ассоциаций составляют определения «ответственность», «долгая дорога», «совместная работа, труд», «партнерство», «забота», «испытание»: *дорогой ... с ямами, а иногда цветущей поляной... в зависимости от времени года; длительным туристическим походом; длинной дорогой, на которой множество ям и ухабов, которые можно пройти только опираясь на надежного партнера, а иногда и пронося его на своей спине; большим трудом двух партнеров; большой ответственностью для людей, которые нашли друг друга; большой ежедневной работой; испытанием на прочность; сложной системой взаимоотношений, в которой один за всех и все за одного; повседневной заботой о семье.*

Негативные определения супружеской жизни (10 %) также схожи и выстраиваются вокруг ассоциаций «скука»,

«рутина», «тяжкая ноша», «трата времени»: *тоской зеленой; унылой; бесконечное наступание на горло своему «хочу»; немного однообразной; пустой тратой времени.*

Заключение

Результаты исследования показывают наличие связи между поведением пользователей в социальных сетях и их социальными представлениями о брачном партнере. Обнаружились связи между некоторыми элементами ядра и периферии социальных представлений (напомним, что значительная часть данных высказываний представляет собой расхожие фразы из публикаций в социальных сетях) и выбором мессенджеров в качестве предпочтительного формата коммуникации с брачным партнером, а также частотой пользования социальными сетями и частотой просмотра публикаций на тему романтических отношений.

Те респонденты, которые проводят больше времени в социальных сетях, общаются с партнером по переписке, часто встречаются публикации на тему взаимоотношений мужчин и женщин, в большей степени ориентированы на свободу самовыражения и наличие сексуально привлекательного партнера. Эти люди в большей мере склонны рассматривать романтические взаимоотношения как увлекательное приключение, допуская при этом возможность на разных этапах иметь разных спутников жизни. Наличие подобных элементов в социальных представлениях может обуславливать более терпимое отношение к таким феноменам, как незарегистрированный брак, развод, серийная моногамия.

Респонденты, которые часто встречают публикации на тему взаимоотношений мужчин и женщин, несколько чаще склонны воспринимать супружескую жизнь как легкий, приятный феномен, призванный решать проблемы и дарить радостные эмоции. Эти данные соотносятся с результатами, полученными нами ранее в ходе анализа визуальных сообщений в социальной сети ВКонтакте: 51 % изображений отличались позитивным эмоциональным фоном и репрезентировали взаимоотношения между мужчинами и женщинами вне контекста будущего брака как способ испытать радость, удовлетворенность, получить поддержку [26]. Таким образом, мы можем наблюдать, что контент, сгенерированный социальными сетями, усваивается активными интернет-пользователями и становится частью периферии их социальных представлений, близкой к ядру. В долгосрочной перспективе это может привести к изменению социальных представлений о брачном партнере, браке и романтических отношениях и к изменению брачного поведения.

Помимо этого, обнаруживается, что постоянные читатели публикаций на тему романтических отношений в большей степени склонны к индивидуалистическим ценностям, вплоть до полного отказа от отношений, которое они могут трактовать как духовную зрелость – «*По-настоящему зрелый человек может спокойно жить в одиночестве*», и здесь можно проследить связь с контентом социальных сетей. Как показывают наши предыдущие исследования, содержание публикаций в социальных сетях о романтических отношениях в большей степени носит индивидуалистический и гедонистический характер, транслируемые текстовые и визуальные сообщения зачастую отличаются инфантильным подходом к жизни, способствуют формированию у читателей противоречивых представлений о партнере, браке, романтических отношениях. Публикации не позиционируют романтические отношения как шаг к созданию семьи, а понятие *одиночество* довольно часто рассматривается в позитивном контексте [9; 26].

Пользователи, уделяющие большое значение публикациям в социальных сетях, особенно на околопсихологическую тематику, довольно хорошо усваивают модные постулаты наподобие «*ты всего достоин*» и «*нужно стремиться к тому, чтобы быть самодостаточной личностью*», отсюда боязнь оказаться слишком зависимым от отношений и, следовательно, слишком несовременным и уязвимым. В итоге респонденты, уделяющие повышенное внимание социальным сетям и общению посредством Интернета, чаще других допускают возможность одинокого проживания, без романтического партнера, а также в меньшей степени демонстрируют установки на создание семьи и деторождение, что может стать миной замедленного действия для института семьи в целом. В силу того, что

в группе 18–34 лет доля интернет-пользователей и пользователей социальных сетей наиболее высока, это позволяет говорить о высокой актуальности полученных выводов для работы с молодежью.

Напротив, те респонденты, которые мало времени проводят в социальных сетях, не встречают там публикаций на тему взаимоотношений мужчин и женщин и предпочитают традиционные виды общения с партнером, в большей степени продемонстрировали ориентацию на семейные ценности и традиционное распределение ролей в семье. Для данной группы более высокую значимость имеет идея верности, они чаще рассматривают партнера не только в контексте приятных эмоций, но и в контексте создания семьи и продолжения рода. Такие респонденты чаще воспринимают совместную жизнь как сложный, многогранный и интересный феномен, который принесет радость и счастье только при условии вложения определенных усилий (взаимное уважение, поддержка, совместный отдых пары). Данная группа респондентов чаще ратует за сохранение или возвращение истинных мужественности и женственности, полагая, что распространение эгалитарных отношений, смешение ролей мужчин и женщин являются причинами демографических проблем.

Таким образом, гипотеза исследования подтверждается: пользователи, которые часто просматривают в социальных сетях публикации на тему взаимоотношения мужчин и женщин, демонстрируют меньшую ориентацию на брак и долгосрочные романтические взаимоотношения. Соответственно, можно говорить о том, что особенности поведения пользователей в социальных сетях являются одним из факторов формирования социальных представлений о брачном партнере. Однако остается открытым вопрос о направлении связи между частотой использования социальных сетей и объемом получаемой информации на тему романтических взаимоотношений, с одной стороны, и социальными представлениями респондентов – с другой. Современные алгоритмы формирования ленты новостей в социальных сетях устроены таким образом, чтобы максимально соответствовать интересам пользователей, т. е. пользователю с более высокой частотой показываются публикации, аналогичные тем, которые он ранее отмечал как понравившиеся. И наоборот – сообщения по темам, которые пользователь игнорировал, через какое-то время перестают возникать в его поле зрения. Кроме того, развивающийся искусственный интеллект начинает учитывать и поисковые запросы пользователя за пределами социальных сетей, время, которое он проводит на тех или иных страницах, и ряд других параметров интернет-активности⁵.

В попытках интерпретации причинно-следственной связи мы оказываемся в герменевтическом круге. С одной стороны, пользователи социальных сетей отчасти сами выбирают публикации, которые им будут показываться

⁵ Kolowich L. How the News Feed Algorithms Work on Facebook, Twitter & Instagram. 2016. Режим доступа: <https://blog.hubspot.com/marketing/how-algorithm-works-facebook-twitter-instagram?fbclid=IwAR0nFw7CqwszdX9mIvJEnkrHs2qxi-MiumeuONRDI84urjQAaT9DPFsM1FQ> (дата обращения: 26.02.2020).

(подписываясь на определенные паблики, отмечая отдельные сообщения как понравившиеся, оставляя к ним комментарии), и можно предположить, что данный выбор основан на уже сложившихся социальных представлениях и установках пользователей. С другой стороны, постоянно просматривая контент определенной направленности (и не видя информацию противоположного толка), пользователь становится приверженцем определенной концепции, его смутные, неясные мысли могут перерождаться в твердые сознательные или подсознательные убеждения.

Литература

1. Астахова Ю. Г., Агасарян М. В. Социология семьи. Липецк: Липецкий гос. технический ун-т, 2012. 67 с.
2. Целуйко В. М. Психология современной семьи. М.: Владос, 2004. 286 с.
3. Вовк Е. А. Незарегистрированные отношения: разновидности брака или альтернатива ему? // Человек. Сообщество. Управление. 2005. № 2. С. 67–90.
4. Гурко Е. М. Представления студенческой молодежи о браке // Актуальные проблемы семей в России / под ред. Т. А. Гурко. М.: Ин-т социологии РАН, 2006. С. 200–210.
5. Молевич Е. Ф. Гендерные сдвиги в современных брачно-семейных отношениях: смена парадигмы // Женщина в российском обществе. 2002. № 2-3. С. 38–42.
6. Долбик-Воробей Т. А. Студенческая молодежь о проблемах брака и рождаемости // Социологические исследования. 2003. № 11. С. 78–83.
7. Погодина Е. К. Основы семейной жизни. Витебск: Изд-во УО «ВГУ им. П. М. Машерова», 2003. 94 с.
8. Verhaeghe P. Love in a time of loneliness: Three essays on drives and desires. N. Y.: Other Press, 1999. 212 p.
9. Емельянова Т. П., Шмидт Д. А. Представления о будущем партнере и браке, транслируемые в социальной сети "ВКонтакте" // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2017. Т. 2. № 2. С. 46–65.
10. Moscovici S. The phenomenon of social representations // Social representations / eds. M. Farr, S. Moscovici. Cambridge-Paris: CUP, 1984. P. 3–69.
11. Емельянова Т. П. Социальные представления: история, теория и эмпирические исследования. М.: ИП РАН, 2016. 475 с.
12. Strauss W., Howe N. The fourth turning: an American prophecy – what the cycles of history tell us about America's next rendezvous with destiny. N. Y.: Three Rivers Press, 1997. 400 p.
13. Howe N., Strauss W. Millennials rising: the next great generation. N. Y.: Vintage, 2000. 432 p.
14. Balbi A. Finding love in a hopeless place: dating patterns of American millennials. 2016. 79 p. Honors Theses – Providence Campus, 21. Available at: https://scholarsarchive.jwu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1023&context=student_scholarship (дата обращения: 23.07.2019).
15. Богачева Н. В., Сивак Е. В. Мифы о «поколении Z». М.: ВШЭ, 2019. 64 с.
16. Ожиганова Е. М. Теория поколений Н. Хоува и В. Штрауса. Возможности практического применения // Бизнес-образование в экономике знаний. 2015. № 1. С. 94–97.
17. Бауман З. Петрополия. М.: ВЦИОМ, 2019. 156 с.
18. Selimi T. J. #Loneliness: the virus of the modern age. Carlsbad, CA: BalboaPress, 2016. 236 p.
19. Abric J.-Cl. La notion de noyau central: bilans et perspectives actuelles // Actes de la Cinquième conférence Abric internationale sur les représentations sociales. Montréal, 2000. P. 87–88.
20. Flament C. Structure et dynamique des représentations sociales // Les représentations sociales / ed. D. Jodelet. Paris: PUF, 1989. P. 204–219.
21. Sartawi M. Exploring stability and change through social representations: towards an understanding of religious communities // The Cambridge Handbook of Social Representations / eds. G. Sammut, E. Andreouli, G. Gaskell, J. Valsiner. Cambridge, 2015. P. 341–357.
22. Galli I., Nigro G. The social representation of radioactivity among Italian children // Journal for the theory of social behavior. 1987. Vol. 26. № 3. P. 535–549. DOI: 10.1177/053901887026003004
23. Gervais M.-C. Social representations of nature: the case of the 'Braer' oil spill in Shetland. Ph. D. thesis. London School of Economics and Political Science, 1997. 336 p.
24. Biotechnology – the making of a global controversy / eds. M. W. Bauer, G. Gaskell. N. Y.: Cambridge University Press, 2002. 411 p.
25. Емельянова Т. П., Шмидт Д. А. Романтические отношения и брак в социальных представлениях поколений миллениалов и бэби-бумеров // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Психологические науки. 2019. № 1. С. 29–43. DOI: 10.18384/2310-7235-2019-1-29-43
26. Емельянова Т. П., Шмидт Д. А. Романтические отношения и готовность к браку, репрезентируемые интернет-сообществами (опыт анализа визуальных сообщений) // Социальная и экономическая психология. Ч. 2. Новые научные направления / отв. ред. Ю. В. Ковалева, Т. А. Нестик. М.: ИП РАН, 2018. С. 321–336.

Social Net Users' Behavior as a Forming Factor of Social Representations about Spouse

Daria A. Shmidt^{a, @}

^a self-employed entrepreneur D. A. Shmidt, Russia, Moscow

@ dariashmidt@mail.ru

Received 21.05.2020. Accepted 30.07.2020.

Abstract: The present research traced the connection between the behavior of social net users and 1) the content they view devoted to romantic relationships and 2) their social representations about their prospective spouse. The survey involved 525 respondents and an authentic questionnaire of three blocks. The first block of questions was based on a content analysis of young people's essays and social net entries. It featured social representations about romantic relationships and marriage. The second block was connected with socio-demographic characteristics. The third block analyzed the use of social networks and other communication channels. The study revealed a link between one's behavior in social networks and social representations about a romantic partner, married life, and family relations. Users that frequently viewed social media posts about relationships between men and women were not marriage-oriented and did not seek long-term romantic relationships. They viewed romantic relationships as an exciting adventure and they entertained a possibility of having different partners at different life stages. Such elements in social representations may lead to a more tolerant attitude to such phenomena as unregistered marriage, divorce, and serial monogamy.

Keywords: social representations, core of periphery components, periphery components, marriage, romantic relationships

For citation: Shmidt D. A. Social Net Users' Behavior as a Forming Factor of Social Representations about Spouse. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2020, 22(3): 778–788. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.21603/2078-8975-2020-22-3-778-788>

References

1. Astakhova Yu. G., Agasaryan M. V. *Sociology of the family*. Lipetsk: Lipetskii gos. tekhnicheskii un-t, 2012, 67. (In Russ.)
2. Tseluyko V. M. *Psychology of the modern family*. Moscow: Vldos, 2004, 286. (In Russ.)
3. Vovk E. A. Unregistered relationships: a variety of marriage or its alternative? *Chelovek. Soobshchestvo. Upravlenie*, 2005, (2): 67–90. (In Russ.)
4. Gurko E. M. Representations of student youth about marriage. *Current family problems in Russia*, ed. Gurko T. A. Moscow: In-t sotsiologii RAN, 2006, 200–210. (In Russ.)
5. Molevich E. F. Gender shifts in modern marriage and family relations: paradigm shift. *Woman in Russian Society*, 2002, (2-3): 38–42. (In Russ.)
6. Dolbik-Vorobey T. A. Student youth on issues of marriage and birth rates. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, 2003, (11): 78–83. (In Russ.)
7. Pogodina E. K. *Basics of family life*. Vitebsk: Izd-vo UO "VGU im. P. M. Masherova", 2003, 94. (In Russ.)
8. Verhaeghe P. *Love in a time of loneliness: Three essays on drives and desires*. N. Y.: Other Press, 1999, 212.
9. Emelyanova T. P., Shmidt D. A. Social representations about the future partner and marriage in the social network "Vkontakte". *Institut psikhologii Rossiiskoy akademii nauk. Sotsialnaya i ekonomicheskaya psikhologiya*, 2017, 2(2): 46–65. (In Russ.)
10. Moscovici S. The phenomenon of social representations. *Social representations*, eds. Farr M., Moscovici S. Cambridge-Paris: CUP, 1984, 3–69.
11. Emelyanova T. P. *Social representations: history, theory, and empirical research*. Moscow: IP RAN, 2016. 475. (In Russ.)
12. Strauss W., Howe N. *The fourth turning: an American prophecy – what the cycles of history tell us about America's next rendezvous with destiny*. N. Y.: Three Rivers Press, 1997, 400.
13. Howe N., Strauss W. *Millennials rising: the next great generation*. N. Y.: Vintage, 2000, 432.
14. Balbi A. Finding love in a hopeless place: dating patterns of American millennials. 2016, 79. *Honors Theses – Providence Campus*, 21. Available at: https://scholarsarchive.jwu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1023&context=student_scholarship (accessed 23.07.2019).
15. Bogacheva N. V., Sivak E. V. *Myths of generation Z*. Moscow: VShE, 2019, 64. (In Russ.)
16. Ozhiganova E. M. Strauss Howe generational theory. Opportunities of practical application. *Biznes-obrazovanie v ekonomike znanii*, 2015, (1): 94–97. (In Russ.)

17. Bauman Z. *Retrotopia*. Moscow: VTsIOM, 2019, 156. (In Russ.)
18. Selimi T. J. *#Loneliness: the virus of the modern age*. Carlsbad, CA: Balboa Press, 2016, 236.
19. Abric J.-Cl. La notion de noyau central: bilans et perspectives actuelles. *Actes de la Cinquième conférence Abric internationale sur les représentations sociales*. Montréal, 2000, 87–88.
20. Flament C. Structure et dynamique des représentations sociales. *Les représentations sociales*, ed. Jodelet D. Paris: PUF, 1989, 204–219.
21. Sartawi M. Exploring stability and change through social representations: towards an understanding of religious communities. *The Cambridge Handbook of Social Representations*, eds. Sammut G., Andreouli E., Gaskell G., Valsiner J. Cambridge, 2015, 341–357.
22. Galli I., Nigro G. The social representation of radioactivity among Italian children. *Journal for the theory of social behavior*, 1987, 26(3): 535–549. DOI: 10.1177/053901887026003004
23. Gervais M.-C. *Social representations of nature: the case of the 'Braer' oil spill in Shetland*. Ph. D. thesis. London School of Economics and Political Science, 1997, 336.
24. *Biotechnology – the making of a global controversy*, eds. Bauer M. W., Gaskell G. N. Y.: Cambridge University Press, 2002, 411.
25. Emelyanova T. P., Shmidt D. A. Romantic relations and marriage in social representations of Millennials and Baby-Boomers. *Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Psychology*, 2019, (1): 29–43. (In Russ.) DOI: 10.18384/2310-7235-2019-1-29-43
26. Emelyanova T. P., Shmidt D. A. Romantic relationships and readiness for marriage, represented by online communities (experience in analyzing visual messages). *Social and Economic Psychology. Pt. 2. New scientific approaches*, eds. Kovaleva Yu. V., Nestik T. A. Moscow: IP RAN, 2018, 321–336. (In Russ.)