

Виртуальные знакомства глазами молодежи г. Саратова

Алхазова Татьяна Германовна

студентка

Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского

E-mail: alhazenok@yandex.ru

Интернет прочно входит в нашу жизнь, он не обходит стороной ни одно событие. С каждым годом число пользователей Интернета стремительно растет. В нашей стране за последние четыре года оно увеличилось в три раза¹. Интернет располагает достаточно полными ресурсами для виртуальных знакомств, включая в себя как отдельные странички с объявлениями знакомств, так и целые сайты. Очень большое количество пользователей прибегают к виртуальным знакомствам. В основном это юноши и девушки, принадлежащие к возрастной группе от 16 до 30 лет, т.е. молодежь. Это обусловлено тем, что, во-первых, молодежь интериоризирует новые возможности гораздо быстрее, чем другие социальные группы, а во-вторых – именно в этом возрасте человеку свойственно искать свою вторую половину.

В 2005 году было проведено авторское социологическое исследование² с целью выявления отношения молодых пользователей Интернета г. Саратова к виртуальным знакомствам. В ходе исследования была выявлена частота посещения респондентами различных мест виртуальных знакомств, ее зависимость от гендерных характеристик; причины побуждающие респондентов пользоваться услугой виртуальных знакомств; эффективность подобного рода знакомств.

Проведенное исследование показало, что реальное общение остается приоритетным у молодежи, и его не сможет вытеснить виртуальное общение. Это связано, по-видимому, с тем, что в основном пользователи Интернета посещают сайты знакомств с целью приятного времяпрепровождения и не считают их эффективным способом знакомства. Виртуальное знакомство – это скорее модное явление современности, которое, как и любая модная тенденция, недолговечно и преходяще. На данный момент оно выполняет коммуникативную и развлекательную функцию, а также обеспечивает доходы создателям подобных сайтов. Виртуальные знакомства вносят элемент новизны и необычности во взаимоотношения молодых пользователей Интернета.

¹ www.compulenta.ru

² исследование проведено методом раздаточного анкетирования на основе методики «снежного кома». Выборочная совокупность составила 100 человек, 55% из которых мужчины и 45% - женщины.