

Секция «Социология социальных сетей и новых технологических трендов»

Фактор капитала в интернет-знакомствах (на примере Tinder)

Научный руководитель – Астахова Анастасия Сергеевна

Голиванова Ангелина Сергеевна

Студент (магистр)

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Институт общественных наук, Москва, Россия
E-mail: glvnvln@gmail.com

Последние 20 лет Интернет стал неотъемлемой частью жизни современного человека, за этот период времени произошли глобальные изменения в различных сферах человеческой деятельности: образовании, , политике, науке, искусстве и, конечно, общении - случился переход из реальной формы существования в виртуальную под воздействием информационных технологий. Виртуальное общение начинает замещать традиционное живое общение. Люди всё чаще стали прибегать к знакомствам через социальные сети или специализированные сайты и мобильные приложения (Tinder, Badoo, Mamba и т.д.).

Tinder - популярное, частично платное, мобильное приложение для интернет-знакомств. Было разработано в сентябре 2012 года в США. Главная задача данного приложения — упрощение процесса знакомства и общения между людьми, возможность найти новых друзей.

Знакомства, вне зависимости от конкретных целей, подразумевают поиск «своих» людей, с которыми есть совместные интересы и шансы на приятное времяпрепровождение. Интернет-знакомства становятся популярнее традиционных знакомств: вместе с этим меняются и методы поиска «своих», подходящих людей, занимающих близкую позицию в социальном пространстве. В любых интернет-знакомствах (через социальные сети или приложения для знакомств) есть две важные составляющие: с одной стороны - самопрезентация, с другой стороны - типы капитала, которыми обладает пользователь. Если роль самопрезентации в интернет-знакомствах уже стала объектом изучения социологов, то фактор влияния типов капитала на выбор «своих» людей в интернет-знакомствах изучен еще крайне мало.

Для изучения фактора капитала в интернет знакомствах на примере мобильного приложения Tinder, я основывалась на концепциях социального пространства, формы капитала, габитуса французского социолога Пьера Бурдьё. В данной работе мобильное приложение Tinder представляется как одной из «полей» социального пространства, в котором люди должны определять социальное положение друг друга и общность «вкусов», объем капиталов, которые могут иметь решающее значение при знакомстве и дальнейшем общении. В качестве экономического капитала рассматриваются материальные блага, которые соотносятся с доходом, а также занимаемая должность человека. Под культурными капиталом принимаются интересы и образование человека, социальный капитал — общие знакомые (если аккаунт пользователя зарегистрирован через социальную сеть Facebook, в разделе «общие знакомые» показывают общих друзей на Facebook). Символический капитал является специфической формой, поэтому определяется в зависимости от поля изучения, поэтому в Tinder рассматривается как внешняя привлекательность человека. Под габитусом в приложении понимается выбор человека в соответствии с его социальным положением. То есть, в зависимости от его положения, пользователь отдает предпочтение тем людям, которые, по его мнению, соответствуют его социальному положению.

В течение последних нескольких лет, число пользователей мобильного приложения Tinder постоянно возрастает. Наибольший интерес к приложению и активность пользователей

происходит во время международных спортивных событий (Олимпийские игры, Чемпионат мира по футболу).

Мобильное приложение Tinder позиционирует себя как приложение для романтических знакомств, но не исключает и других целей. В ходе исследования были выявлены наиболее популярные цели использования данного приложения, среди них: расширения круга знакомств, поиск серьезных и несерьезных отношений и т.д. Tinder становится площадкой для людей с различными целями и дает свободу выбора и общения между собой. Однако, в процессе изучения данного мобильного приложения, было выявлено, что на первый взгляд декларируемая демократичность и широта выбора в мобильном приложении Tinder на самом деле ограничена рядом факторов. Первый фактор ограничения - наличие скрытого рейтинга («Эло»). Функция данного рейтинга - приписывание каждому пользователю коэффициент желанности, который включает в себя несколько параметров (количество лайков, пар, количество времени проводимое в приложении и т.д.). Пользователь видит профили только тех людей, с которыми, наибольшая вероятность, у него случится пара. Второй фактор - двухступенчатая система выбора, то есть пользователи получают доступ общения только при взаимном выборе. Третий - наличие определенных критериев отбора (возрастной диапазон, территориальные границы). Таким образом, у мобильного приложения есть свои противоречия, так как, с одной стороны, у человека есть право выбора, но с другой, это право ограничивается разработчиками приложения.

В процессе выполнения работы были выдвинуты три гипотезы. Первая - вне зависимости от цели использования приложения Tinder, человек выбирает партнера соответствующего его социальному положению. Вторая - существует взаимосвязь между целью использования приложения Tinder и выбора приоритетного типа капитала. Третья - социальный капитал оказывает влияние на принятие решения о встрече благодаря сети общих знакомых.

В моей работе был использован метод интервьюирования. В качестве информаторов выступили молодые люди в возрасте от 20 до 28 лет, которые пользуются (пользовались) мобильным приложением Tinder для знакомств. Молодежь является наиболее активными участниками сферы интернет-знакомств, в частности, мобильных приложений для знакомств, включая Tinder.

В ходе обработки результатов интервью, первая гипотеза о том, что вне зависимости от цели использования приложения Tinder, человек выбирает партнера соответствующего его социальному положению была подтверждена. Анализируя результаты интервью, было выявлено, что первичный отбор пользователей обусловлен тремя критериями: возраст человека, внешняя привлекательность, описание. Соответственно в совокупности эти критерии влияют на выбор/не выбор пользователей. Конечный выбор партнера (переход из общения в Tinder в реальное) базируется на объеме капиталов обоих пользователей и их совпадении. Объем капиталов обусловлен социальным положением человека. Таким образом, люди выбирали тех партнеров, которые занимали близкую к ним социальную позицию.

Вторая гипотеза - существует взаимосвязь между целью использования приложения Tinder и выбора приоритетного типа капитала в ходе анализа результатов интервью была опровергнута. На основании полученных данных было выявлено, что никакой взаимосвязи между целями использования приложения и приоритетного типа капитала нет, так как все пользователи, вне зависимости от своей цели использования, выбирали партнера по тому набору капиталов, которым сами обладали.

Третья гипотеза - социальный капитал оказывает влияние на принятие решения о встрече благодаря сети общих знакомых была частично подтверждена. В процессе написания данной работы, отводилась высокая роль социальному капиталу, так как этот тип

капитала подразумевает наличие общих знакомых. Знакомство в Tinder в какой-то степени небезопасно, потому что неизвестно кто использует это приложение по ту сторону экрана, поэтому наличие общих знакомых, казалось бы, могли бы положительно влиять на решение о личной встрече, однако результаты интервью показали, что социальный капитал носит весьма противоречивый характер. Одни положительно относятся к наличию общих знакомых, другие либо вовсе не обращают внимание, либо это наоборот их отпугивает. Вместе с этим, анализ полученных результатов показал, что в «поле» Tinder социальный капитал рассматривается не только как отдельный тип капитала, но и, в некоторых случаях, выступает как цель использования данного приложения.

Таким образом, фактор капитала оказывает сильное влияние на выбор партнеров пользователями мобильного приложения для интернет-знакомств Tinder.

Источники и литература

- 1) 1. Бурдьё, П. Социология социального пространства / пер. с франц. – М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2007. – 288 с.
- 2) 2. Бурдьё, П. Формы капитала / пер. с франц. / Экономическая социология. – 2002. – N 5. – С. 64.