

Специфика репрезентации пользователей в тиндере: мотивационный аспект

Научный руководитель – Соколова Кира Владимировна

Преображенская Вероника Викторовна

Студент (бакалавр)

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет коммуникаций, медиа и дизайна, Москва, Россия

E-mail: vvpребразhenskaya@edu.hse.ru

В современном мире процесс информатизации и компьютеризации затрагивает многие социальные практики, в том числе и поиск потенциальных друзей и партнеров. Появление различных социальных сетей и сайтов знакомств способствуют переводу формата офлайн-общения в режим онлайн. На начало 2020 года более 4,5 миллиарда людей пользуются интернетом, а аудитория социальных сетей превысила отметку в 3,8 миллиарда. Это свидетельствует о том, что около 60% населения планеты пользуются интернетом. Кроме того, многие из них ведут свою коммуникацию при помощи социальных сетей.

Согласно статистике Semrush, SaaS-платформе для управления видимостью сайтов и контент-маркетинга, в тройку лидеров входит Badoo, Tinder, Grindr - приложения для онлайн-знакомств, что подтверждает тот факт, что наибольшую популярность имеют приложения онлайн-знакомств, а не сайты, которые начали появляться уже в конце 1990х.

Таким образом с появлением интернета, приведшим к изменению во многих социальных сферах, знакомство через интернет перестало быть чем-то необычным. Кроме того, все чаще для знакомства людям нужен только телефон и интернет, о чем можно судить по приведенной выше статистке. Так, аудитория Tinder по всему миру насчитывает 50 млн. человек.

Тема онлайн знакомств становилась предметом интереса многих ученых, но они не пришли к общему мнению в отношении основной мотивации пользователей в использовании Tinder. Так Каролина Гаттер и Катлен Ходкинсон выделяют: поиск партнера для непродолжительных сексуальных отношений и поиск партнера для долгосрочных отношений, как основную мотивацию использования Tinder, в то время как в исследовании Жэнеле Вард большинство респондентов ответили, что использовали приложение Tinder для развлечения и повышения эго, за счет реакции потенциальных партнеров.

Каролина Гаттер и Катлен Ходкинсон выделяют следующие типы мотивации: поиск партнера для непродолжительных сексуальных отношений и поиск партнера для долгосрочных отношений, как основную мотивацию использования Tinder, в то время как согласно исследованию Жэнеле Вард, основной мотивацией использовали приложение Tinder является развлечения и повышения эго, за счет реакции потенциальных партнеров.

Таким образом, на данный момент отсутствует понимание того, что же является мотивацией использования Tinder, и как эта мотивация взаимосвязана со стратегиями самопрезентации в приложении.

Для того, чтобы определить, есть ли связь между мотивацией использования приложения и стратегией самопрезентации, будут проанализированы анкеты в Tinder, чтобы выделить определённые стратегии самопрезентации. На втором этапе исследования будет проведен опрос пользователей приложения.

Мы предполагаем, что:

1) Существует связь между мотивами использования Tinder и стратегией создания анкеты в Tinder.

2) В Tinder пользователи чаще выкладывают полуголые фотографии из-за мотивации к сексуальным отношениям

3) Пользователи с мотивацией повышения эго выкладывают профессиональные фотографии в своих анкетах

4) Пользователи, мотивированные на построение долгосрочных отношений, используют больше текста при создании анкеты, чем те, у кого развлечение является основной мотивацией к использованию Tinder

Источники и литература

- 1) Karoline Gatter & Kathleen Hodkinson On the differences between TinderTM versus online dating agencies: Questioning a myth. An exploratory study // Cogent Psychology. 2016
- 2) Janelle Ward What are you doing on Tinder? Impression management on a matchmaking mobile app // Information, Communication & Society. 2017..
- 3) web-canape:<https://www.web-canape.ru/business/internet-2020-globalnaya-statistika-i-trendy/>
- 4) semrush:<https://www.semrush.com/blog/online-dating-trends/>
- 5) vc.ru: <https://vc.ru/flood/40710-pravila-igry-na-rynke-onlayn-znakomstv>