

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
факультет соціології
кафедра методології та методів соціологічних досліджень

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«КОНСТРУЮВАННЯ ТИПІВ СІМЕЙНИХ ВІДНОСИН НА ОСНОВІ АНАЛІЗУ САМОПРЕЗЕНТАЦІЙ ІНДИВІДІВ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ»

Спеціальність: 054 «Соціологія»

Освітня програма «Соціологія»

Освітній рівень: магістр

Кваліфікація: магістр соціології

Виконавець:

Шлімович Марія Валентинівна,
студентка магістратури

Науковий керівник:

Юзва Людмила Леонідівна,
кандидат соціологічних наук, доцент

Магістерська робота допущена до захисту
рішенням кафедри *методології та методів соціологічних досліджень*

Протокол № _____ від «___» _____ 2020 р.

Зав. кафедри _____ Сидоров М.В.-С.
підпис

Київ 2020

Реєстрація

номер

дата

підпис лаборанта кафедри

**Рекомендовано
до захисту**

підпис наукового керівника

ініціали, прізвище наукового керівника

Результат захисту

оцінка

дата захисту

Голова ЕК

підпис

ініціали, прізвище

Члени ЕК

підпис

ініціали, прізвище

підпис

ініціали, прізвище

підпис

ініціали, прізвище

підпис

ініціали, прізвище

Секретар ЕК

підпис

ініціали, прізвище

КОНСТРУЮВАННЯ ТИПІВ СІМЕЙНИХ ВІДНОСИН НА ОСНОВІ АНАЛІЗУ САМОПРЕЗЕНТАЦІЙ ІНДИВІДІВ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ АНОТАЦІЯ

В межах дипломної роботи здійснено спробу конструювання типів сімейних відносин на основі аналізу самопрезентацій індивідів в соціальних мережах. Задля досягнення мети зроблено декілька кроків: на першому етапі проаналізовано теоретичне підґрунтя сучасного стану інституту сім'ї, визначено основні типи сімейних відносин. На другому етапі, окреслено методологію, проблематику та перспективи дослідження сім'ї в сучасній соціології: визначено основні парадигми вивчення сімейних відносин та описано сучасні дослідження сімейних відносин в Україні. На завершальному етапі здійснено безпосереднє емпіричне контент-аналітичне дослідження самопрезентацій користувачів соціальної мережі знайомств Badoo на предмет виявлення показників схильностей до утворення сімей певного типу. На основі визначених показників сконструйовано основні типи сімейних відносин, що транслюють індивіди в межах самопрезентації, описано їхні ключові особливості та окреслено відмінності між ними.

Ключові слова: сімейні відносини, самопрезентація, соціальна мережа, контент-аналіз, конструювання типів родин.

DESIGNING FAMILY RELATIONSHIP TYPES BASED ON THE ANALYSIS OF INDIVIDUALS' SELF-PRESENTATIONS IN SOCIAL NETWORKS

ABSTRACT

Within the thesis was tried to construct family relationship types on the basis of the analysis of individuals self-presentations in social networks. In order to achieve this goal, several steps have been taken: at the first stage the theoretical background of the family institution current state was analyzed, the main types of family relationships were identified. The second stage outlines the methodology, issues and perspectives of family research in contemporary sociology: the paradigm of family relations was defined and contemporary family relations studies in Ukraine were described. In the final stage, an empirical content-analytic study of the Badoo social network users' self-presentations was conducted to identify inclinations for family formation of a certain type. Based on certain indicators, the basic types of family relationships, that broadcast individuals within self-presentation, were constructed, also were described their key features and outlined the differences between them.

Key words: marital relations, self-presentation, social network, content analysis, family types construction.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. Сімейні взаємовідносини в сучасному суспільстві.....	13
1.1. Типологія основних форм сім'ї.....	14
1.2. Новітні форми сімейних відносин	19
1.3. Теоретичні підходи до вивчення сім'ї в соціології	21
Висновок до розділу 1	23
РОЗДІЛ 2. Проблематика та методологія дослідження сім'ї у сучасній соціології.....	24
2.1. Парадигми вивчення сімейних відносин у сучасній соціології.....	25
2.2. Сучасний стан сімейних відносин в Україні: дослідження та майбутні тенденції	28
2.3. Особливості застосування методу контент-аналізу до вивчення категорії «сім'я»	31
2.4. Від онлайн-знайомств до створення сім'ї: перспективи дослідження впливу віртуального світу на сучасні сімейні відносини	33
Висновок до розділу 2.....	36
РОЗДІЛ 3. Конструювання типів родин на основі контент-аналітичного дослідження самопрезентацій індивідів в соціальній мережі	37
3.1. Програма дослідження з виявлення типів родин, що транслуються індивідами в межах представлення себе в соціальній мережі.....	37
3.2. Аналіз результатів емпіричного контент-аналітичного дослідження... ..	47
Висновок до розділу 3.....	68
ВИСНОВКИ	71
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	75
ДОДАТКИ	83

ВСТУП

Актуальність роботи. Сьогодні аналіз соціальних мереж є одним з найбільш прогресивних та популярних напрямків в соціології та суміжних дисциплінах. Така увага викликана, по-перше, тим, що соціальні мережі – це новий об’єкт дослідження, що має інший набір аналітичних інструментів та описових моделей, ніж класичні методи дослідження (причому як кількісні, так і якісні). По-друге, усе більше індивідів сьогодні переміщують складові повсякденності до онлайн-простору: від банальних покупок в Інтернеті до пошуку партнера та створення сім’ї. Портрет користувача в Інтернеті є його своєрідною візитівкою (що може як збігатися, так і суттєво відрізнятись від реальності), формує імідж індивіда у віртуальному просторі, презентує його для інших користувачів. Окрім того, поведінка та представлення себе в глобальній мережі дає змогу вивчати не лише безпосередньо самопрезентацію індивіда (тобто інформацію, яку він сам про себе розповідає), а й аналізувати приховані смисли, здійснювати пошук глибинних мотивів тих чи інших дій актора, вивчати його цінності, упередження, життєвий стиль, особливості поведінки під час тих чи інших ситуацій. Саме тому, наукові розробки в даному напрямку привертають увагу все більшої кількості дослідників.

У всьому світі дослідники звертаються до тематики вивчення соціальних мереж та пов’язаних з ними аспектів. Цікаво, що досить багато робіт сучасних науковців зосереджено на вивченні самопрезентацій індивідів в соціальних мережах. Серед вітчизняних вчених, теоретичне підґрунтя з виокремлення основних стратегій і тактик самопрезентації сформувала Пікулева [Пікулева, 2013], котра у своїй роботі розглядає процес самопрезентації як один зі складників успішного професійного та соціального життя. Окрім того, в статті описано чим мотивуються індивіди при формуванні враження про себе та які компоненти поведінки формують власне самопрезентацію. Доробок авторки є базовим для розуміння терміну «самопрезентація особистості», при чому вона стала першою, хто сформував однозначне визначення, чого не зробили ні

вітчизняні, ні зарубіжні вчені до цього. Так, Пікулева визначає самопрезентацію як чітко спрямовану діяльність щодо регулювання та контролювання інформації задля формування бажаного образу в очах інших.

Переходячи конкретно до авторів, що розглядали контекст самопрезентації в соціальних мережах: вплив соціальних мереж на соціалізацію та формування системи ціннісних орієнтацій у школярів досліджувала Юр'єва [Юр'єва, 2012]. У своїй роботі дослідниця провела комплексне вивчення суперечності ціннісних орієнтацій в реальному та онлайн-світі. Дана стаття допомагає розібратися в особливостях вивчення цінностей у віртуальному світі (яким чином їх можна виміряти – наприклад за допомогою контент-аналізу статусів в соціальних мережах), і, так як моє власне дослідження планується схожого характеру, дана робота буде слугувати орієнтиром. Схожим питанням вивчення впливу віртуального простору на формування ціннісних орієнтирів молоді займався Вараксін [Вараксін, 2016]. Автор проводить аналіз впливу віртуального світу на формування ціннісних орієнтацій молоді. При цьому, під час дослідження виявляються також уявлення сучасних молодих людей про місце цінностей в житті в цілому, а також розкривається значення комунікаційних технологій у контексті деформації цінностей. Перевагою роботи є узагальнення досвіду негативного впливу онлайн-простору на становлення системи цінностей в індивідів молодого віку, а саме, висновок дослідника про те, що у свідомості сучасної молоді під впливом віртуального відбувається поступове витіснення суспільно значимих цінностей (наприклад моральних цінностей, а також реальної дружби, сім'ї) індивідуалістичними (прагненням власного успіху за будь-яку ціну, демонстративна незалежність, відмова бути «як всі»).

Питанням формування іміджу в соціальних мережах серед молоді займалася Черняк [Черняк, 2014], котра виокремлювала декілька основних каналів самопрезентації, які можна брати для аналізу: аватар, нікнейм, статус, фото- та відеоматеріали на сторінці, участь у спільнотах, соціально-демографічні елементи сторінки. Дослідниця здійснила спробу порівняння

іміджу індивідів в соціальній мережі Вконтакті з їхнім реальним сприйняттям. Основним недоліком роботи можна вважати занадто малу вибірку (43 респонденти та їхні сторінки в соціальній мережі), на основі якої авторка робить широкі узагальнення (наприклад про те, що у близько 80% людей віртуальний та реальний імідж відрізняються), при цьому відсутні помітки, що дані цифри стосуються виключно старших учнів школи, в якій проводилося дослідження. Однак, робота може слугувати досить вдалим прикладом детального аналізу онлайн-сторінки (авторка вивчає всі елементи в мережі).

Віртуальні мережі як новітній інструмент ідентифікації особистості вивчав Кургузов [Кургузов, 2017]. У своїй роботі він здійснив аналіз соціальних мереж та виокремив специфічні риси соціальних мереж як соціального простору та інструменту самоідентифікації індивідів. Головним висновком роботи є розуміння того, що віртуальні мережі сприяють динамічності ідентифікації, спрощують спілкування між індивідами, усувають бар'єри та цим самим роблять простішим та продуктивнішим процес взаємодії в мережі. Однак, Кургузов у своєму доробку дещо викривлено описує той факт, що соціальні мережі відіграють визначальну роль в самоідентифікації українців. З цим не можна однозначно погодитися, по-перше, через те, що даний висновок стосується скоріше більш молодій аудиторії, а, по-друге, залежить від рівня поширеності Інтернету (в невеликих містечках та селах цей рівень значно нижчий, ніж у великих містах). Окрім цього, в дослідженні не були враховані ніякі інші фактори.

Вивченням особливостей самопрезентації індивідів в соціальних мережах займався Абітов [Абітов, 2017], котрий на основі аналізу соціальної мережі Вконтакті здійснив спробу виокремити особливості самопрезентації індивідів. Зроблені автором висновки стосуються не абстрактних теоретичних узагальнень, а є конкретно емпіричними: чоловіки спрямовують самопрезентацію на кар'єру, досягнення в суспільстві, загалом на те, щоб представити себе у світлі якостей «справжнього чоловіка». Жіноча ж

самопрезентація має чітко виражену емоційну спрямованість і виражається, перш за все, у турботі про сім'ю, дітей, чоловіка. Окрім цього, цікавим висновок є те, що з віком жінки все менше потребують позитивних оцінок власної зовнішності, натомість прагнуть показати себе реалізованими матерями та дружинами. Дана робота є однозначно однією з найкращих практично спрямованих напрацювань з теми та дозволяє розібратися в особливостях проведення досліджень такого роду. Ще однією дослідницею, що працювала в схожому руслі, а саме вивчала особливості самопрезентації в мережі Facebook – є Циховська [Циховська, 2017], однак дана робота має більш психологічне спрямування. У дослідженні авторка розглядає людину як соціальну істоту, котра не може існувати поза суспільством (на прикладі соціальної мережі) та аналізує засоби, за допомогою яких людина презентує себе. Однозначними перевагами роботи є виявлення Циховською на основі постів індивіда його життєвих цінностей та пропозиція щодо поділу аудиторії, що має доступ до сторінки користувача.

Що стосується іноземних вчених, серед яких тематика вивчення соціальних мереж почала поширюватися значно раніше, ніж на пострадянському просторі, одними з перших теоретичною розробкою стратегій самопрезентації індивідів займалися Джонс та Пітман [Jones, Pittman, 1982]. Дослідники розуміли під терміном самопрезентації саме поведінкову реалізацію потягу до влади у стосунках з іншими (саме про аспект влади як основну мету самопрезентації не говорили до цього часу). Окрім того, вони стали першими, хто запропонував класифікацію стратегій і тактик самопрезентації: прагнення сподобатися, самопросування (самореклама), залякування, пояснення на власному прикладі, моління. Саме виокремлені авторами тактики в подальшому будуть покладені в основу вивчення самопрезентацій (зокрема Пікулевою, про яку було згадано вище).

Уже згодом, після появи соціальних онлайн-мереж, закордонні вчені зосередили свою увагу саме на них: вивчала національну ідентичність та її відображення в самопрезентації на основі порівняння профілів американських

та китайських дорослих користувачів дослідниця Мазур [Mazur, 2016]. Основним висновком роботи є свідчення про те, що американці схильні в своїх стрічках писати про «позитивні» речі, описувати себе, своїх друзів та родину в привабливому ключі (що в цілому релевантно американцям). Натомість китайці схильні не приховувати поганий настрій та сміливо описують проблеми, що стаються в їхньому житті. На основі даної роботи можна пересвідчитися, що профілі користувачів в соціальних мережах є вдалим полем для вивчення національної ідентичності, адже індивіди під час формування враження про себе схильні транслювати цінності, притаманні нації в цілому.

Представлення себе в мережі Facebook та вплив на цей процес вступу до коледжу аналізував Браун [Brown, 2016], котрий визначав самопрезентацію як центральний елемент розвитку індивідів молодого віку. У своєму дослідженні він вивчає зміни в представленні себе індивідами під час переходу до навчання у коледжі і робить висновок про те, що найбільш «скутою» є самопрезентація першокурсників, що не дивно, адже це період змін та переходу до нового етапу в житті, що провокує страх та замкненість. В цілому, робота є схожою на інші, однак новим для мене стало виокремленням автором періоду (від школи до коледжу), який ліг в основу дослідження та який не опинявся у фокусі уваги інших колег.

Соціальні медіа та онлайн-самопрезентація опинилися у фокусі уваги де Вріеса [De Vries, 2014]. Автор досліджує позитивні та негативні наслідки тотального поширення медіа в житті людей, зокрема, підлітків. Особливістю роботи є виокремлення автором конкретних негативних наслідків використання Інтернету та медіа-ресурсів: посиленна увага та невдоволення власних зовнішнім виглядом, бажання бути не собою, а схожим на когось, зниження самооцінки через невдалу самопрезентацію. Окрім цього, автор формує детальний перелік індикаторів дослідження представлення індивідами себе в мережі, використання якого допоможе сформуванню вдалий перелік

категорій та індикаторів в межах здійснення власного дослідницького проекту.

Отже, аналіз значної кількості напрацювань як вітчизняних, так і зарубіжних вчених дозволяє говорити про однозначну актуальність обраної тематики дослідження: віртуальне представлення індивідами себе хоч і розглядали широке коло науковців, однак транслювання особливостей сімейних відносин через самопрезентації та вплив соціальних мереж на родинні зв'язки в цілому до цього часу ще не потрапили у фокус уваги дослідників.

Наукова новизна роботи: полягає у використанні методу контент-аналізу для конструювання типів родин на основі типологізації самопрезентацій індивідів в соціальних мережах знайомств.

Проблема роботи: несистематизованість знань щодо типів сімейних відносин, котрі транслюються індивідами під час формування самопрезентацій в соціальних мережах.

Об'єкт роботи: самопрезентації ставлення індивідів до сімейних відносин у соціальній мережі;

Об'єкт репрезентації: особисті профілі користувачів мережі знайомств Badoo.

Предмет роботи: показники сімейних відносин, котрі транслюються під час самопрезентації індивідами в соціальних мережах.

Мета роботи: визначити основні типи сімейних відносин та описати їхні ключові особливості на основі застосування контент-аналізу.

В межах окресленої мети дипломної роботи, необхідно виконати такі **завдання:**

1. Здійснити теоретичну інтерпретацію поняття «сімейні відносини» та визначити основні типи родин, що існують в сучасному суспільстві.
2. Виокремити підходи та парадигми вивчення сім'ї в соціології, що існують сьогодні.
3. Описати проблематику та перспективи вивчення сімейних відносин.

4. Сформувати програму емпіричного соціологічного дослідження з вивчення самопрезентацій акторів у соціальних мережах та конструювання на їхній основі типів родинних відносин, що транслюють індивіди.
5. Здійснити контент-аналітичне дослідження профілів користувачів соціальної мережі знайомств Vadoo.com: виконати емпіричну ідентифікацію показників сімейних відносин, що транслюють індивіди в межах самопрезентації в соціальних мережах;
6. Сконструювати типи родин на основі самопрезентацій індивідів, визначити ключові особливості та відмінності між ними.

РОЗДІЛ 1. Сімейні взаємовідносини в сучасному суспільстві

Споконвічно сім'я складає окрему одиницю суспільних взаємовідносин, що привертає увагу багатьох дослідників: соціологів, антропологів, етнологів, психологів. Інститут сімейних зв'язків – осередок, що динамічно розвивається під впливом мінливого суспільно-історичного контексту. Кардинальна зміна змісту і форми родинних відносин особливо відчутна в епоху кардинальних трансформацій. Насамперед зараз, у сучасному світі, де ледь не щодня відбуваються зміни, як в реальному, так і віртуальному середовищі, вивчення формування нових та переродження вже існуючих типів родин викликає особливе зацікавлення. Так, для початку, варто прослідкувати які типи родин характерні для сучасного українського суспільства: утверджуються давно існуючі форми (патріархальна, розширена сім'я)? Чи на зміну приходять істотно нові типи сімейних взаємовідносин, вже давно поширені та затверджені навіть на законному рівні у розвинених країнах світу?

Сучасні дослідники вивчають суспільство з погляду кардинальних змін, що відображаються в появі нової структури цінностей: свобода вибору, вільні життєві стилі, свобода в прийнятті рішень з приводу досягнення тих чи інших цілей, різноманітність можливих стратегій успіху, і, зокрема, процес реалізації особистості в сім'ї. З точки зору американського соціолога, Масіоніса [Масіонис, 2004: с.512], інститут сім'ї нині піддається значним суспільно-історичним трансформаціям, що виявляється у можливості для індивідів обирати саме той тип сімейних взаємовідносин, який їм підходить найбільше за внутрішніми мотивами, а не той, який нав'язаний суспільством. В цілому, сучасний світ розвивається значно швидше, ніж інститут сім'ї. У зв'язку з цим, даний інститут постійно знаходиться в пошуку, зміні моделей функціонування.

Поставлений за мету аналіз соціальних трансформацій сучасного інституту сім'ї передбачає, насамперед, виявлення та класифікацію типів

сімей в українському суспільстві. Очевидно, що це досить складна та об'ємна задача, адже в умовах нинішньої реальності в Україні, коли відбувається швидке розповсюдження нових форм сімейно-родинних взаємозв'язків, нетипових для суспільства навіть минулого століття, класифікувати типи сімей намагається не один дослідник, що значно ускладнює формування єдиної структури.

1.1. Типологія основних форм сім'ї

Залежно від взаємозв'язків у родині, окремих аспектів батьківства, складу сім'ї (релігійного, етнічного, расового, гендерного), наявності дітей, місця проживання родини, особливостей розподілу ролей, в соціологічній науці існує велика кількість класифікацій типів родин, відображених у роботах як вітчизняних, так і зарубіжних теоретиків. Насамперед через те, що сучасне українське суспільство зазнає чималого впливу західноєвропейських тенденцій та глобалізаційних процесів, що вбачаються нашими сучасниками як «ореол», ідеальний тип, до якого варто долучатися, під час визначення основних форм сімейних взаємозв'язків в Україні, будуть враховуватися також і новітні типи, котрі тільки з'являються в країні, однак, які не можна ігнорувати через наростаючий вплив та розповсюдження. Тому, кардинально нові типи сімей будуть також включені до аналізу, окрім цього, буде здійснено спробу проінтерпретувати особливості наявності та включення цих типів у життя українців.

Першою варто розглянути досить відому типологію, котра була сформована науковцем Голодом [Голод, 2008], котра засновується на розумінні сім'ї як певної кількості індивідів, які мають між собою один з трьох типів відносин: особисті взаємовідносини, кровна спорідненість або ж батьківство. В рамках даної класифікації увагу зосереджено на відносинах батьки-діти, характері влади в сім'ї та розподілі ролей. Таким чином, дослідник виділяє три ключових типи сім'ї:

- 1) традиційна (патріархальна) сім'я: ґрунтується на кровних взаємозв'язках;
- 2) сучасна (дітоцентрична) родина: члени сім'ї першочергово мають на меті народження та виховання дітей;
- 3) постсучасна сім'я: в центрі уваги взаємодія між подружжям, їхні відносини між собою.

У сучасному українському суспільстві існують всі три форми сімейної взаємодії. При чому, третій тип (постсучасна сім'я, орієнтована на саме подружжя) характерний більшою мірою для великих міст. Через процес індивідуалізації простору великих міст прямі кровні зв'язки вже не є основним регулятором сімейних відносин. При чому, цим самим можна пояснити і більшу частку міжетнічних шлюбів саме в міському середовищі, адже в містах відсутня така ж згуртованість між представниками одного етносу, як, наприклад, в сільських місцевостях. Такі згуртовані етноси (при чому етноси утворюються не лише на основі етнічної приналежності, це можуть бути й, приміром, представники однієї професії) формують жорстку структуру, в рамках якої мають значення саме кровні взаємозв'язки, сімейні відносини та норми поведінки чітко регулюються. В результаті утворюються сім'ї з декількох поколінь, які складають лише з кровної рідні. При чому, приклади таких сімей і досі можна зустріти на теренах сучасної України (сім'ї ромів, кримських татар, українські сім'ї в сільських місцевостях).

Інша класифікація типів родин, що базується на владі певних членів сім'ї, сформована Голодом та Клециним [Голод, 1994], передбачає:

- 1) патріархальну сім'ю (владу повністю бере на себе чоловік, батько);
- 2) матріархальну сім'ю (материнська влада, мати – найвищий авторитет).

Однак, в сучасній Україні переважає егалітарний тип взаємозв'язків у родині, коли влада розподілена порівну між чоловіком та дружиною. Таке рівноправ'я дає можливість розподіляти обов'язки порівну, уникати багатьох конфліктів та латентного розвитку депресивних станів у приниженої сторони. Даний тип

сім'ї називають по-різному: сім'я колег або ж сім'я товаришів (компаньйонів) [Верещагіна, 2012]. Деякі дослідники (наприклад Дружинін [Дружинин, 1996]) критикують такий тип сім'ї та вважають егалітарність одним із сучасних чинників розлучень. Однак, з більш раціонального погляду, така думка видається абсурдною, адже кожен із членів рівноправної сім'ї має змогу висловлювати свої думки та невдоволеність тим чи іншим, не має необхідності беззаперечно підкорятися, таким чином вивільнюючи негативні емоції (що і можуть слугувати каталізатором розлучення). Також утворення егалітарних сімей можна пояснити ще й точки зору демократизації суспільства в цілому, відходу від тоталітарної влади, гуманізацію соціальних складових суспільства. Отже, рівноправна сім'я, в даному випадку, є лише відображенням процесів, що відбуваються у світі.

Ще однією досить відомою типологією сімей є розподіл на нуклеарну та розширену сім'ї. У випадку нуклеарної сім'ї, спільно проживають лише батьки та діти (за наявності). Американський соціолог Масіоніс [Масіоніс, 2004: с.633] називає таку сім'ю ще матримоніальною. Окрім того, в сучасному суспільстві формується ще один підвид нуклеарної родини – бінуклеарна сім'я, коли батьки розлучаються, однак в рамках сім'ї зберігаються відносини батьки-діти та мати-батько. В Україні такий тип сімейних відносин слабо поширений, адже переважна більшість сімей після розлучення припиняє безпосередньо сімейні взаємовідносини. І, нарешті, третій тип – розширена сім'я, яка, окрім безпосередньо батьків та дітей, включає ще й інших родичів. Продовжуючи аналізувати доробок соціолога Масіоніса, можна виділити типи родин залежно від місця їхнього проживання:

- 1) неолокальна родина (проживає окремо від батьків як чоловіка, так і дружини);
- 2) патрилокальна сім'я (проживає спільно з батьками чоловіка);
- 3) матрилокальна сім'я (проживає спільно з батьками дружини);

Очевидно, що в Україні місце проживання новоутвореної сім'ї залежить не стільки від їхнього бажання, скільки від матеріального стану подружжя (чи їхніх батьків) – адже постає питання купівлі окремого помешкання. У зв'язку з цим, як тільки подружжя отримує можливість придбати власне житло, більшість сімей стають неолокальними. З іншого боку, не можна говорити про таку саму тенденцію з сільській місцевості, адже там вибір місця проживання може бути пов'язаний не лише з матеріальними можливостями для придбання власного житла, а й з веденням спільного господарства. Окрему комірку аналізу становить розширена сім'я повторного типу (Тофлер – «спільні» сім'ї» [Toffler, 1984]), коли розлучені пари неодноразово намагаються створити родину. Даний тип також характеризується введенням до сім'ї дітей від попереднього шлюбу. В Україні на даний час це досить поширений тип сім'ї, що обумовлений серійною полігамією. Якраз на основі «повторення» шлюбних відносин прийнято вирізняти повні та неповні сім'ї. Зрозуміло, повною вважається родина, в якій наявні як батько, так і мати. Неповна ж сім'я складається з дітей та одного з батьків. При чому, сім'я лише з матір'ю називається материнською, а лише з батьком – батьківською.

На межі соціології та демографії, існує класифікація родин залежно від наявності дітей:

- 1) бездітна родина (деколи називають інфертильна) – поділяють на вимушено та добровільно бездітних;
- 2) малодітна родина (1-2 дитини);
- 3) багатодітна сім'я (трое та більше дітей).

На теренах сучасної України переважна більшість сімей є малодітними, що, в свою чергу, призводить до від'ємного демографічного приросту населення та спричиняє демографічну кризу. Цікавим моментом є виокремлення в сучасному світі такої сім'ї як студентська. При чому це може бути як неповна студентська сім'я (один із подружжя – студент), або ж повна студентська сім'я (обидва члени подружжя є студентами). Складність

існування такого типу сімей полягає у невизначеному соціальному становищі та необхідності займатися безпосереднім академічним навчанням. При цьому, члени подружжя повинні ще й працювати, аби утримувати сім'ю. Тому, все більше студентів схиляються до співмешкання без оформлення офіційної реєстрації шлюбу [Долбик- Воробей, 2003].

У сьогоденному українському суспільстві набуває поширення укладення шлюбних стосунків між особами з великою різницею у віці (особливо тенденція прослідковується серед жінок, котрі виходять заміж за значно старших чоловіків [Климова, 2002]). Такий шлюб носить назву нерівний. Разом з цим, прийнято виділяти ще один тип сімейних відносин – молода сім'я – де термін шлюбу не перевищує 8-10 років, вже наявні діти та вік подружжя складає до 30-35 років. Одна з обов'язкових умов – це повинен бути саме перший шлюб [Оврашко, 2011].

У зв'язку зі зростанням рівня залучення молодих жінок та матерів до побудови кар'єри, виділяють:

- 1) однокар'єрний шлюб (лише один із членів сім'ї будує кар'єру – переважно чоловік)
- 2) двокар'єрний шлюб (обидва члени подружжя займаються просуванням по кар'єрним сходинкам)

Не можна заперечити неухильного зростання кількості жінок, залучених до побудови кар'єри в сучасній Україні, порівняно з СРСР [Добреньков, Кравченко, 2001]. Сучасні жінки намагаються досягати таких самих висот, як і чоловіки, не поступаючись ні амбіційністю, ні старанністю. Такий стан характерний саме для егалітарної родини постсучасного типу (коли взаємовідносини між подружжям стають на першу сходинку, а саме їхній матеріальний та емоційний комфорт, самореалізація та інтереси).

1.2. Новітні форми сімейних відносин

Дослідницький інтерес викликають і новітні форми шлюбу, відкритість та прийнятність котрих формується під впливом західних тенденцій. Наприклад, гомосексуальний шлюб, офіційно дозволений в ряді країн, серед українців в даний час викликає неоднозначну реакцію, схильну до нерозуміння та несприйняття. Відсутність офіційного дозволу на реєстрацію таких шлюбів унеможливорює відслідковування статистики щодо кількості та поширеності гомосексуальних шлюбів. Однак, не можна заперечувати, що багато гомосексуальних пар успішно проживають разом як повноцінні сім'ї (ведуть бюджет та господарство, мають дітей). Велику кількість досліджень саме гомосексуальних пар проводив Кон [Кон, 2001], котрий відзначає вирішальну роль середовища, в якому проживає індивід до 14 років на його поведінку та сімейні установки в подальшому. Що стосується типів гомосексуальних пар, автор вказує на деякі особливості: так, частина пар хотіла б узаконити шлюб, мати дітей та повноцінну родину; інша частина гомосексуальних пар сприймає шлюбне життя як вияв боротьби за свої права. Деякі гомосексуалісти, навпаки, хочуть приховати свої стосунки від суспільства. При чому, труднощі, з якими стикаються представники одностатевих шлюбів, зазвичай практично такі самі, як і у гетеросексуальних пар.

У нинішній час така форма шлюбу як співмешкання вже не вважається новинкою. За даними ESS [The European Social Survey], в Україні близько 34% пар перебувають у незареєстрованому шлюбі. Однак, разом із класичним співмешканням (незареєстрованим шлюбом двох осіб) з'являється й абсолютно специфічні форми шлюбних відносин, наприклад, відкриті шлюби. Така форма сімейних відносин дає можливість партнерам вести автономне особисте життя (зраджувати). Одна з основних причин, через яку подружжя приймає рішення про відкритий шлюб – конфлікт власних інтересів, самореалізації та сімейних обов'язків. Окрім того, можуть бути присутні й більш емоційно-спрямовані фактори – бажання урізноманітнити подружнє життя, вирішити

проблему нерівності в шлюбі. Однак, найчастіше саме такий тип шлюбних відносин призводить до конфліктів та розірвання взаємозв'язків через накопичення образ та неможливістю домовитися з «вільною» людиною.

Одним із доволі розповсюджених у сучасному світі типів родин є гостьовий шлюб, котрий передбачає офіційну реєстрацію шлюбу, однак відокремлене проживання подружжя. Чоловік та дружина мають змогу займатися власними справами, кар'єрою чи навчанням, а у визначений час зустрічатися та виконувати подружні обов'язки. Найчастіше під час такого шлюбу обов'язки з виховання дітей покладаються на матір.

Хоча мова йде про новітні форми шлюбних відносин, наступний описаний тип родини має недвозначну схожість із первіснообщинними суспільними укладами. Груповий шлюб, або ж шведська родина – такий тип сімейних зв'язків, коли декілька чоловіків та жінок проживають разом, ведуть спільне господарство та мають сексуальні зв'язки. При чому, важливим атрибутом такого шлюбу є відсутність поділу на конкретні пари. Описуючи шведські сім'ї, Кон відмічає [Кон, 2001] деструктивний вплив такого типу шлюбів та психічне здоров'я партнерів та неможливість в подальшому сформувати сімейні відносини класичного типу.

Що стосується України, як гомосексуальні, так і відкриті, гостьові та групові шлюби є явищем, яке надають перевагу замовчувати, що, однак, не говорить про повну відсутність таких випадків на теренах нашої держави. Проблема дослідника полягає насамперед в тому, що через відсутність реєстрації таких шлюбів та офіційної статистики, говорити про масштаб взагалі будь-якої з новітніх форм шлюбу немає можливості.

1.3. Теоретичні підходи до вивчення сім'ї в соціології

Так як сім'я – це невелике об'єднання індивідів, засноване на укладенні шлюбу або кровних зв'язках, котрі пов'язані між собою веденням господарства, взаємною відповідальністю, відносинами чоловік-дружина, батьки-діти і так далі, існує декілька підходів до розгляду сім'ї як одиниці аналізу. Різні дослідники аналізують сім'ю як а) соціальний інститут та б) малу групу. Підходи до розгляду відрізняються залежно від понять, якими оперують науковці та конкретного бачення предмету дослідження.

На мою думку, сім'ю як окреме суспільне формування найкраще розглядати в контексті соціального інституту. Так, родина буде виступати як відносно стійка форма організації побуту та спільного господарства декількох осіб, чітко організована система взаємозв'язків між її членами, що регулюється соціальними нормами, прийнятими в певному суспільстві (в даному випадку – в Україні). Окрім цього, сім'я поєднує в собі як сукупність загальноприйнятих суспільних цінностей, що відображаються в її життєдіяльності, так і множинні взаємозв'язки статусів та ролей, котрі і виступають регуляторами сімейного життя.

Окрім цього, аналіз сім'ї як соціального інституту використовується в тих випадках, коли насправді складно визначити відповідність образу функціонування сім'ї реальним потребам сучасного суспільства, в якому вона існує. Модель, яка формується на основі вивчення сім'ї як соціального інституту, є надзвичайно важливою для прогнозування подальших змін у її структурі та особливостях функціонування.

Згідно з дослідником Хілом [Hill, цит. за Gorell Barnes, 1984], існує 5 підходів, з боку яких можна розглядати сім'ю:

- 1) інтеракціоністський підхід, що має на увазі вивчення сім'ї на основі взаємодії між її членами; відслідкування взаємозв'язку між різноманітними ролями та позиціями в сім'ї;
- 2) ситуативна модель, в рамках якої увага дослідника фокусується не на взаємозв'язках між членами родини, а на нормах та цінностях

шлюбних відносин, що виступають окремою ситуацією, за якою й визначають різноманітні типи родин.

- 3) Структурний підхід (або ж структурно-функціональний), коли сім'я аналізується в цілому, як цілісна структура – соціальна система. При цьому, сім'я складається з компонентів структури – індивідів, а фокус уваги зосереджується на статусах та ролях, які вони виконують.
- 4) Історичний підхід (або ж інституціонально-історичний), схожий за структурою до культурно-історичного аналізу, коли проводилися найбільш ранні дослідження сім'ї як соціального інституту.
- 5) Аналіз життєвого циклу існування родини – або ж девелопменталістський підхід.

Отже, як вже було зазначено, визначення моделі сім'ї як соціального інституту, дозволяє прогнозувати подальші зміни в шлюбно-сімейній структурі суспільства. Однак, даний аналіз є дещо специфічним, адже дослідник має розглядати ролі, що виконують члени сім'ї, формальні та неформальні норми та санкції регулювання поведінки в шлюбних відносинах, зразки цієї самої поведінки, а не саму сім'ю як таку (тобто повинен бути проведений глибинний аналіз, сім'я повинна розглядатися за всіма принципами існування соціального інституту). В такому руслі, поняття сім'ї розкривається якнайглибше, в широкому соціальному сенсі, а також прослідковуються взаємозв'язки з іншими соціальними інститутами (беруться до уваги зміни в суспільстві, розвиток та модернізація інших соціальних інститутів, а також суспільно-історичний контекст в цілому).

Висновок до розділу 1

Таким чином, аналіз сучасної шлюбно-сімейної структури в Україні передбачає охоплення багатьох підвидів сімейних зв'язків. Дана тематика є надзвичайно важливою для дослідження сьогодні, адже, як відомо, родина є одним з найважливіших носіїв культурно-історичних цінностей суспільства, передавачем соціальних норм, традицій, орієнтацій та правил поведінки в соціумі. Саме тому сімейна тематика сьогодні привертає увагу дуже багатьох дослідників-соціологів.

Детально проаналізувавши основні підходи та методики визначення типів сімей, що існують сьогодні, маємо теоретичне підґрунтя для подальшого емпіричного дослідження конструювання типів родин на основі аналізу соціальних мереж, а саме: за основу буде взято класифікацію типів родин Голода (патріархальна, сучасна, постсучасна), яка стане відправною точкою подальшого конструювання. Проте, перед тим як перейти до безпосереднього розгляду типів родин, що формуються серед сучасного покоління, оглянемо коротко тенденції, які вже вдалося виявити. Отже, в цілому, в сьогоденній Україні прослідковується тренд на поступовий відхід від традиційної патріархальної сім'ї (хоча на даний час даний тип родини все ще є найбільш поширеним). Окрім цього, родинні стосунки індивідуалізуються, перестають бути надбанням всього роду, котрий контролює участь молодого подружжя. Сьогодні ні держава, ні церква, ні спільнота вже не контролюють перебіг сімейних відносин. Сім'я вже не є обслуговуючим елементом держави та налічує велику кількість типів організації. Всі ці аспекти означають, що прогнозувати стан шлюбних відносин в Україні досить складно, адже потрібно враховувати декілька протиборчих факторів: вплив західних тенденцій на відкриті, гомосексуальні форми шлюбу стикається з традиціоналізмом. Скоріше за все, інститут сім'ї передбачає пошук певного механізму саморегуляції, який беззаперечно має ґрунтуватись на результатах наукових досліджень, в такий неоднозначний період трансформації суспільства.

РОЗДІЛ 2. Проблематика та методологія дослідження сім'ї у сучасній соціології

Актуальні тенденції сучасної трансформації сімейних відносин стають предметом вивчення все більшої кількості дослідників. Кризова демографічна ситуація в пострадянських країнах, зростання соціальної напруженості в Україні зокрема, масштабна девіантна поведінка і стрімке поширення новітніх форм сімей та відносин між статями формує особливу роль сім'ї як одного з важливих чинників стабільного розвитку суспільства та важеля стримування соціальних ризиків. Та й в цілому, в умовах стрімких соціокультурних змін ХХІ століття, значимо важливим є вивчення одного з базових інститутів суспільства – інституту сім'ї.

Аналізуючи різноманітні публікації, дослідниця Авдеева [Авдеева, 2010], визначає, що починаючи приблизно із середини минулого століття, можна говорити про кризовий стан існування сучасної сім'ї, котрий бере початок у більш ранній період в країнах Заходу та поступово торкається і пострадянських країн та незалежної України зокрема (дослідження актуалізуються вже після розпаду Радянського Союзу). Кризовий стан інституту в Україні полягає, в першу чергу, у поступовому спаданні здатності сімей до виконання базових функцій, як-то безпосереднє відтворення населення та виховання нащадків (вклад у існування наступного покоління). Разом з цим, спостерігається зменшення кількості укладених шлюбів, зростання частки розлучень, відкладання народження дітей на більш пізній вік, і, як наслідок, природній спад чисельності населення.

Особливо актуальними стали проблеми сім'ї після отримання Україною незалежності. По-перше, це призвело до очевидної переоцінки цінностей індивідами, що було обумовлено новою суспільною реальністю, котра призвела до применшення цінності шлюбних відносин. По-друге, вперше за довгий час дослідники отримали змогу без страху «цензури» публікувати справжні результати досліджень. Тому, значимою стає соціокультурна

спрямованість досліджень сім'ї через прагнення з'ясування причини трансформації інституту та пошуку шляхів регулювання цього процесу.

2.1. Парадигми вивчення сімейних відносин у сучасній соціології

Зміни, котрі відбуваються в структурі інституту сім'ї в Україні, вітчизняними соціологами трактуються з погляду двох основних позицій-парадигм: модернізаційної та кризової. Відповідно, в рамках першої парадигми зміни в сімейній структурі розглядають як процес модернізації під впливом демократичних західних тенденцій. З боку другої парадигми, ці ж самі зміни вважаються кризовими та переломними для інституту сім'ї, руйнують його традиційні установки.

Загострення напруги в суспільстві, кризовий демографічний стан, але, одночасно з цим, поширення новітніх форм взаємодії між поколіннями, свідчать про визначальну роль сімейних відносин у визначенні соціальних ризиків (як безпосередньо демографічного, так і соціалізаційного, етичного), а також актуалізують дослідження змін в сучасній сім'ї, як однієї з найважливіших складових існування суспільства. Почнемо з розгляду кризової парадигми: на думку прихильників цього напрямку, криза в структурі сімейних відносин виражається в поступовому зменшенні здатності сім'ї до виконання її базових функцій. Серед них: безпосереднє відтворення населення та виховання наступних поколінь. Прямими індикаторами кризового стану у даному випадку є спад чисельності населення, зменшення кількості шлюбів та зростання показника розлучень, поява нових форм сімейних відносин, що руйнують традиційні уклади (одностатеві шлюби, чайлд-фрі та ін.), народження дітей поза шлюбом. На пострадянському просторі з боку кризової парадигми сім'ю вивчають дослідники Антонов, Медков, Борисов, Синельников [Антонов, Медков, Борисов та ін. цит. за Лотова, 2015]. Окрім цього, кризову парадигму підтримують послідовники фамілізму (модель сім'ї, за якої цінності родини переважають над цінностями кожного індивіда зокрема): серед зарубіжних вчених це Бергер та Карлсон [Бергер, Карлсон цит.

за Слюсар, 2007]. Усі вони схиляються до розгляду змін у сімейній структурі як наслідку виродження та деформаційних процесів родинного образу життя, а також говорять про потенційну ймовірність повного зникнення сімейного життя як такого.

З іншого боку, трактуванням змін інституту сім'ї з точки зору модернізаційних процесів (ще такий підхід називають ліберально-прогресивним) займаються прихильники постмодерністської демографії: вчені Долговий, Кукс, Любимова, Харчев, Архангельський [Долговий, Кукс, Любимова та ін. цит. за Лотова, 2015]. Окрім них, даним питанням займаються і західні дослідники, серед яких творці теорії «другого демографічного переходу» – Лестіг та ван де Каа [Лестіг, ван де Каа, цит. за Слюсар, 2007]. Усі вони вважають, що трансформація сімейної структури відбувається внаслідок демографічного розвитку, що відбувається в процесі другого демографічного переходу.

Видається доцільним поділяти таку позицію, схиляючись до того, що структурні зміни та специфіку повороту в ціннісних орієнтаціях в суспільстві необхідно розглядати в контексті змін окремих складових в соціальних групах (наприклад, сім'ї). В першу чергу, сім'я виступає найважливішим інструментом соціалізації та забезпечує своїм членам постійну соціальну, економічну та фізичну безпеку. Окрім того, завдяки інституту сім'ї відбувається трансляція базових моральних, етнічних та культурних цінностей. Сім'я завжди розвивається разом з розвитком суспільства, не може залишатися осторонь, хоча і вважається одним із найбільш консервативних та стійких його елементів. Оскільки інститут сім'ї в принципі характеризує стан суспільства в цілому, тому вивчення змін у її структурі можна розглядати лише в контексті розгляду західної цивілізації також в цілому. Якщо розвиток західної цивілізації сприймати як прогрес, постіндустріальний етап розвитку суспільства, то трансформаційні процеси в сімейній структурі, виникнення нових типів шлюбних відносин, також вбачаються як новий, постіндустріальний етап розвитку (так і вважають прихильники

модернізаційної парадигми). З іншого боку, якщо трансформації в існуванні західної цивілізації розглядати як занепад, то й новітні явища в сімейній структурі також будуть сприйматися виключно негативним чином (прихильники кризової парадигми). Таким чином, структура сімейних відносин у суспільстві знаходиться в постійному русі та змінюється під впливом як внутрішніх процесів, так і зовнішніх чинників. У зв'язку з цим, усі соціальні виклики та проблеми, що існують в нинішньому світі, торкаються сімейного укладу, змушують змінюватися ціннісні орієнтації, котрі, в свою чергу, характеризуються постійним зростанням своєї складності, протиріч та різноманітності.

З одного боку, зміни в сучасному суспільстві в цілому та сім'ї зокрема, пов'язані зі зростанням свободи особистості, зростаючими можливостями вибору способів діяльності, зростання значимості освіти та самореалізації. Все це призводить до поширення ціннісних орієнтацій егоїстичного спрямування: підвищення власного рівня кваліфікації, досягнення певного матеріального та соціального статусу. З іншого боку, в сучасному світі повсякчасно існують проблеми різного рівня та якості життя, що призводить до посилення соціальної диференціації між індивідами. В такому випадку саме сім'я протистоїть напрузі в суспільстві та виступає для індивіда консолідуючим центром. Окрім цього, сімейні відносини залишаються сферою задоволення базових потреб у спілкуванні, підтримці, контакті, визнанні. Тому, однозначно у всі часи та за будь-яких змін у структурі, сім'я залишатиметься соціально та особистісно значимою. Саме на таких позиціях стоять прибічники модернізаційної парадигми сучасного розвитку сімейних відносин, котрі визнають зміни в структурі сім'ї під впливом сучасних демократичних процесів, однак не вважають їх такими, що руйнують базові сімейні установки.

2.2. Сучасний стан сімейних відносин в Україні: дослідження та майбутні тенденції

Схиляючись до сприйняття змін в сімейній структурі суспільства як постіндустріальну трансформацію, тобто слідуючи модернізаційній парадигмі, можемо застосувати її до дослідження сучасного стану інституту сім'ї в Україні. Дослідниця Слюсар [Слюсар, 2007] говорить про специфічність умов, які треба враховувати, при вивченні сучасного стану сімейних відносин в Україні, а саме той факт, що Україна – країна з перехідною економікою. По-перше, в нашій державі розвиток сімейних відносин відбувається під впливом проблем соціально-економічної трансформації та набуває кризового характеру, внаслідок чого зміни проходять не так плавно і безболісно як у більш розвинених країнах Європи. По-друге, внаслідок загостреності таких явищ як високий показник неповних сімей, розлучуваність, нестабільність сімейних взаємовідносин впливають на виникнення негативних соціальних проблем: сирітство, безпритульність, насилля в сім'ях, бідність, гостре соціальне розшарування населення.

Разом з цим, інститут сім'ї в Україні розвивається в умовах, коли демографічне відтворення населення порушено, панують складні соціально-економічні умови [Хомяк, 2013]. Новітні ринкові умови, разом з давніми українськими історичними традиціями та впливом економічної кризи дещо вироджують прояв західноєвропейських закономірностей в українському суспільстві та роблять процес трансформації сімейної структури особливим, самобутнім. По-перше, за радянських часів соціалізму та колективної власності, накопичування матеріальних благ було взагалі не притаманно населенню. Однак, панування приватної власності в сучасному суспільстві робить надзвичайно важливою саме функцію нагромадження і успадкування власності, до розумного застосування якої громадяни виявилися не готовими. По-друге, в період соціально-економічних криз значно посилюється саме захисна функція родини, котра допомагає впоратися зі стресами, а також є осередком економічної стабільності та взаємної довіри. Якщо ж сім'я не

виконує цих двох зазначених функцій, що є критично важливими для сучасного українського суспільства – найчастіше такий шлюб не існує довго.

В цілому, якщо характеризувати сучасні українські сім'ї, можна зазначити, що традиції родинного способу життя в нашій країні зберігаються. За даними Держстату 2019 року [Державна служба статистики України], понад 80% громадян проживають у сім'ях. При чому, сімейним проживанням вважається співмешкання з індивідами на основі батьківських, родинних або ж подружніх взаємозв'язків (тобто не на самоті). З іншого боку, з погляду дослідника Антонова [Антонов, 1998], котрий визначає сім'ю лише як таку, що заснована на поєднанні всіх трьох типів взаємозв'язків, то у складі повних сімей такого роду проживає трохи більше третини населення України – це так звані «складні» сім'ї, коли разом мешкають декілька поколінь родини, або ж сімейна пара з дітьми разом з батьками одного з подружжя; також до класифікації включаються сімейні пари з двома та більше дітьми. Однак, такі «класичні» сім'ї як явище поступово зникають в сучасному українському суспільстві, зменшується їхня питома вага. Це обумовлено, насамперед суттєвим зниженням рівня народжуваності, старінням населення, зростання кількості розлучень. Однак є і позитивні моменти, наприклад, зростання доходів населення через що подружні пари мають змогу проживати окремо від батьків та вже не входять до складу класичних багатопоколінних сімей.

Окрім цього, досить розповсюдженими в сучасній Україні є родини без «шлюбного ядра», тобто такі, що складаються лише з одного члена подружжя (батька або матері) з дітьми – до таких сімей належить кожна десята. Причиною цьому є вже багаторазово зазначений процес, притаманний сучасному стану розвитку сімейного інституту – розлучення. Рідше причиною може слугувати овдовіння. Однак, саме високий показник розлучень є свідчення проблем в сімейній структурі в Україні, складності трансформаційних процесів після здобуття незалежності, і одним із найбільш негативних явищ у сімейній сфері сучасного суспільства. Разом з цим, в період економічної кризи, саме неповним сім'ям найважче забезпечити стабільне

існування та розвиток дітей. Вони є найбільш вразливими соціальними групами, значна частка серед яких перебуває на межі бідності [Понеділок, 2019].

Отже, що стосується сімейної структури в сучасній Україні, можна говорити про те, що традиційний уклад сім'ї зберігається, продовжують здійснюватися базові функції родини з відтворення поколінь та виховання. Більшість родин все ж таки залишаються традиційними, в яких присутні батьки та діти, інколи й інші родичі. Однак, форми шлюбних відносин трансформуються, з'являються нові типи сімей. Разом з цим, прослідковується суттєвий вплив деструктивних соціально-економічних процесів у перехідному українському суспільстві, що впливають на зріст кризових явищ: неповних сімей, сирітства, нестабільних сімейних відносин. В сучасних умовах ці негативні прояви можна вважати такими, що не вкладаються в рамки поступової постіндустріальної трансформації, котра відбувається в західноєвропейських суспільствах та говорить про серйозні негаразди у механізмах функціонування родини.

Саме ліквідація цих недоліків видається можливою лише за умови формування комплексного підходу, спрямованої соціально-демографічної політики, котра б мала на меті зміцнення базових функцій інституту сім'ї [Кузьмук, 2015]. Серед основних кроків: формування в колективній свідомості цінностей, спрямованих на міцну родину, гармонійний шлюб, відповідальне ставлення до народження дітей та взагалі створення сім'ї, як атрибут одного із можливих шляхів досягнення щастя в житті; підвищення стабільності функціонування родини, створення соціально-економічного підґрунтя для молодого покоління, для заохочення до створення родини та народження дітей. Окрім цього, необхідно мінімізувати ризики розірвання шлюбу: насамперед через виховну роботу серед молоді щодо відповідального прийняття рішення вступити до шлюбу, а також навчання щодо вдалого комбінування роботи та сімейного життя (work-life balance).

2.3. Особливості застосування методу контент-аналізу до вивчення категорії «сім'я»

Розпочнемо з того, що мається на увазі під термінами «аналіз документів» та «контент-аналіз» конкретно в цій роботі. Так, документом ми називаємо предмет, створений людиною, що призначений для збереження та/або передачі інформації різного характеру: документами можуть бути не лише письмові джерела, а й аудіо- та відео-записи, іконографічні джерела та інші. Однак, не можна заперечувати, що саме письмові джерела є найбільш поширеним джерелом інформації та найчастіше беруться до аналізу в соціології та суміжних науках. Тому, в рамках поточного дослідження будуть використовуватися саме письмові документи. В принципі, контент-аналіз – є методом якісно-кількісного аналізу документів, що допомагає визначити та кількісно виміряти різноманітні тенденції, що присутні в цих документах. А особливістю саме контент-аналізу в соціології є вивчення документів у розрізі соціального контексту.

Власне, перед тим як перейти до безпосереднього застосування методу в рамках власного дослідження, варто розібратися як та коли вже використовувався даний метод по відношенню до вивчення сімейних відносин. В цілому, застосування методу контент-аналізу не є новим при вивченні такої категорії як «сім'я». Ще в 80-х роках минулого століття російський соціолог Мацковський [Мацковский, 1989] визначив, що до того часу в СРСР вже існувало близько 35 публікацій з використанням методу аналізу документів щодо вивчення сімейних відносин. Окрім цього, в 90-х роках ХХ століття контент-аналізом категорії «сім'я» займалися російські дослідники: Антонов, Лебедь, Новосьолова (аналізували використання категорії в фольклорі); Медкова, Короткова, Проневська (вивчали особливості сімейних відносин у рекламі та ЗМІ) [Соловьева, 2014]. Серед зарубіжних дослідників зверталися до контент-аналізу при вивченні сімейних відносин: Вал Гіліс та Едвардс [Gillies, 2016] розглядали питання застосування контент-аналізу під час аналізу вторинних джерел; Вітнер займалася теоретичним

питанням апробації кількісних стратегій (включно з контент-аналізом) до фамілістичних досліджень [Wittner цит. за Edgell, 2013]; досить цікаве питання піднімав Дункан, котрий в своїй роботі здійснив контент-аналітичне дослідження щодо представленості та відображення тематики батьківства в реаліті-шоу на телебаченні [Duncan, 2015].

В цілому, метод контент-аналізу з розвитком соціології стає все більше перспективним, адже переходить від просто виявлення певної кількості ознак в тексті до цілого комплексу дій щодо знаходження інсайтів та інтерпретації результатів звичайних формалізованих процедур. Однак, на думку, Проневської [Проневская, 2010], контент-аналіз у сприйнятті дослідників все ще залишається доволі формалізованою процедурою, що й відлякує більшість науковців. Хоча, з іншого боку, саме наявність певної формалізації та чітких процедур дозволяють наблизити дослідницькі висновки до певного рівня об'єктивності та відрізнити їх від «розповідно-описових» висновків суто якісних стратегій, котрі безпосередньо пов'язані з життєвим досвідом дослідника. Саме контент-аналіз допомагає максимально (звісно, не на 100 відсотків – що неможливо) відсторонитися від суто власних умовиводів та зосередити увагу науковця виключно на індикаторах та розумінні соціального контексту, але разом з цим, саме якісна стратегія допомагає сформувати базу для аналізу та сформувати висновки відповідно до соціального контексту.

Що стосується безпосередньо використання методу контент-аналізу в поточному дослідженні сімейних відносин, планується притримуватися наступної стратегії: від масової сукупності текстів буде виокремлено лише ті, що стосуються сімейної тематики. Потім, від усього «хаосу» текстів буде виокремлено ціннісні категорії, що дозволять визначити тип сімейних стосунків, до яких схиляються індивіди, і вже в рамках цих категорій планується сформувати аналітичні одиниці. Однак, варто зазначити, що дослідження є експлораторним, у якому пошуковим методом будуть формуватися власне категорії та індикатори (тобто, вони не будуть підготовані

заздалегідь та накладені на тексти), адже логіку дій індивідів в даному випадку передбачити надзвичайно складно.

У підсумку, варто зазначити, що методика контент-аналізу надає надзвичайно широкі можливості для дослідників (і це стосується не лише вивчення інституту сім'ї), однак межа між суто якісними чи суто кількісним напрямком у даному випадку дуже тонка. Тому, під час проведення дослідження планується притримувати змішаної якісно-кількісної стратегії контент-аналізу (якісна стратегія під час формування списку категорій та індикаторів та кількісна під час кодування, підрахунку та аналізу отриманих даних), що дозволить нівелювати «слабкі місця» кожного з напрямків.

2.4. Від онлайн-знайомств до створення сім'ї: перспективи дослідження впливу віртуального світу на сучасні сімейні відносини

Нікого вже не здивуєш фактом доступу в Інтернет та наявністю сторінок в соціальних мережах. Сьогодні інститут сім'ї змінюється не лише під впливом західноєвропейських трансформацій, а й завдяки тотальній віртуалізації повсякденності. Знайомства, спілкування, навіть зустрічі переходять в режим онлайн. В цілому, людина за своєю природою прагне бути раціональною, тому використання Інтернету для знайомств і є раціоналізацією часового ресурсу на пошук відповідної кандидатури для створення сім'ї. За даними соціологічного опитування компанії Research & Branding Group [Research&Branding Group, 2018], в Інтернеті знайомляться близько 6% громадян України. Дослідження проводилося серед населення у віці старше 18 років, вибірка склала 1800 респондентів. Серед них понад 70% коли-небудь говорять, що знайомства мали позитивний результат, а 30% - негативний. Окрім того, йдеться про те, що близько 45% контактів онлайн призводили до реальних зустрічей, а 8% – до повноцінних серйозних відносин. Що стосується конкретного місця для знайомств в Інтернеті: приблизно кожен четвертий вважає за краще знайомитися в соціальних мережах, а кожен десятий – з

допомогою сайтів знайомств. З іншого боку, в Україні, близько третини населення говорить про недоцільність знайомств онлайн (скоріше більш старша аудиторія – понад 35 років). Звісно, на даний час система онлайн-знайомств ще не повністю ввійшла в повсякденне життя, як приміром в США чи Європі, де рівень віртуальних знайомств серед населення досягає 30-35% [Anderson, 2020]. Та й в цілому, людство лише порівняно нещодавно познайомилося з всесвітньою павутиною, однак не можна заперечувати факту впливу віртуального світу на трансформацію інституту сім'ї та зростання його ефекту в подальшому. На мою думку, в час, коли постійно зростає рівень розлучень, укладання шлюбу та народження дітей відкладається на більш пізній час, зменшується кількість повних сімей та й, в принципі, шлюб починає розглядатися молодим поколінням як даремна трата часу та коштів. Останнє особливо гостро відчувається на етапі знайомства та першої віхи відносин (цукерково-букетний період), коли потрібно витратити значні ресурси (і не лише грошові, а й часові) на побачення, формування враження. І, так як у багатьох випадках, відносини такого роду можуть не перерости у щось більш серйозне, молодь дуже часто відмовляється їх починати, аргументуючи це нестачею часу, коштів, та й в цілому твердженням про те, що «нормальних зараз мало». Тут на допомогу приходять сайти знайомств та інші віртуальні сервіси, котрі, по-суті, замінюють початковий етап відносин, економлячи таким чином ресурси на цьому етапі. Дослідження онлайн-знайомств в США [Smith, 2013] показує досить цікаві результати: близько 45% серед тих, хто коли-небудь знайомився онлайн, називає основну мету пошуку пари у віртуальному середовищі – небажання знайомитися на вулиці чи в інших офлайн місцях через брак часу та неможливість дізнатися певну інформацію про особу до безпосереднього контакту з нею. Так, віртуальний простір дарує унікальну можливість дізнатися дещо про людину без спілкування з нею, подивитися фото з різних ракурсів, визначити, чим вона цікавиться і т. д. Окрім того, етап знайомства в онлайні допомагає зменшити психологічне навантаження від необхідності формувати враження про себе та дає

можливість спілкуватися розслаблено. Також, дослідники говорять про суттєву перевагу соціальних мереж знайомств – можливість практично одразу зрозуміти мету реєстрації індивіда на сайті: чи то для серйозних стосунків, чи просто знайти друга та поспілкуватися [Finkel, 2012]. Таким чином, відкидаються варіанти партнерів, котрі не співпадають за поглядами та метою і, знову ж таки, економиться значна кількість часу на спілкування «не з тією людиною».

Отже, віртуальний простір поступово починає «вклинюватися» та змінювати повсякдення в цілому та інститут сім'ї зокрема. Цей процес відбувається шляхом перерозподілу пріоритетів та часу, виділеного на знайомство та кроку до створення сім'ї. Однак, на жаль, в Україні відсутні масштабні дослідження цього питання, тому актуально вивчати його саме зараз.

Висновок до розділу 2

Отже, проаналізувавши сучасний стан розвитку інституту сім'ї в Україні, можна сказати, що сьогодні відбувається процес його трансформації під впливом різноманітних чинників: глобалізації, актуалізації західноєвропейських цінностей, тотальної віртуалізації повсякдення, знецінення класичних засад сімейних відносин. Можна стверджувати, що процес трансформації суттєвий, якщо не сказати глобальний. Однак, на мою думку, цей процес не є кризовим, а скоріше є відповіддю на сучасні виклики та нинішній процес розвитку суспільства. Ніщо не стоїть на місці, повсякчас всі процеси піддаються змінам та трансформаціям. Сьогодні змінюються як ролі, функції та статуси кожного окремого члена сім'ї, так і сама роль інституту сім'ї в житті кожного індивіда. Однак, поряд із негативними тенденціями, що характеризують сучасний стан розвитку сім'ї (зростання кількості розлучень; дітей, народжених поза шлюбом; поява гостьових, громадянських шлюбів, шлюбів «вихідного дня» і т. д.), можна виділити і цілком позитивні моменти, як-от: сучасний шлюб розглядається як рівноправний союз двох громадян, котрий акумулює в собі напрацювання та здобутки обох партнерів, а сім'я створюється для спільного розвитку, нарощування потенціалу, взаємної підтримки та допомоги. Сьогодні все рідшими стають випадки нерівноправних шлюбів «з примусу», де один з членів подружжя (переважно чоловік) є доміантним партнером, а також такі, які укладаються не з волі партнерів, а з побажання їхніх старших родичів.

В цілому, не можна заперечувати той факт, що інститут сім'ї сьогодні зазнає змін. Позиції вчених з цього приводу кардинально відрізняються: одні наполягають на кризовому стані сімейних відносин і їхньому ймовірному зникненню як таких; інші – говорять про «вічність» такого інституту як сім'я, який не може бути знищеним, а про актуальні зміни говорять як про процес адаптації до умов сьогоденного часу.

РОЗДІЛ 3. Конструювання типів родин на основі контент-аналітичного дослідження самопрезентацій індивідів в соціальній мережі

3.1. Програма дослідження з виявлення типів родин, що трансляються індивідами в межах представлення себе в соціальній мережі

МЕТОДОЛОГІЧНИЙ РОЗДІЛ

Обґрунтування проблемної ситуації: соціальні мережі в XXI столітті слугують джерелом нескінчених можливостей для індивідів, від купівлі необхідних товарів до знаходження пари для створення сім'ї. Люди знаходять в мережі друзів, діляться своїм життям, коментують пости, цікавляться новинами і так далі. Неодмінною перевагою, але, разом з тим, і недоліком соціальних мереж є можливість вільно проявляти себе, формувати власний імідж. Така можливість однозначно перетворює соціальні мережі у простір для гри, де відсутня безпосередня тілесна присутність гравця, можна приховати його вік, стать, фінансовий стан, соціальний статус, завдяки чому будь-який індивід може відчувати себе рівноцінним гравцем такої гри. Проблема полягає в тому, що в соціальних мережах легко замаскувати справжню інформацію, видати себе за іншу людину, або ж певним чином обмежити достовірну інформацію про себе. Однак, навіть маскуванню інформації не може повністю викривити глибинні переконання, що відображають справжнє Я індивіда, його внутрішню натуру, цінності, якими він керується. Саме тому для дослідження було обрано вивчення самопрезентацій індивідів в соціальних мережах, а саме пошук прихованих смислів у текстах, за допомогою яких користувачі описують себе, адже вільний опис важче підробити, у власному тексті складно замаскувати себе справжнього. Отже, для аналізу було обрано самопрезентації індивідів в соціальній мережі знайомств.

Інший аспект дослідження – конструювання типів родин на основі аналізу самопрезентації користувачів. Сьогодні, на думку соціологів, демографів та психологів, інститут сім'ї в Україні перебуває в кризовому стані [Потапчук, 2018], котрий знаходить вираження у якісних (трансформація сімейних цінностей, послаблення функцій сім'ї, внутрішньосімейні проблеми, що призводять до розпаду та розчарування в інституті сім'ї, поява та поширення новітніх форм відносин) та кількісних індикаторах (зменшення народжуваності, зростання показника розлучень, збільшення кількості девіантних родин, зростання середнього віку вступу до шлюбу та народження дітей). Очевидно, що таке підґрунтя слугує поштовхом для науковців до вивчення сімейної проблематики. В свою чергу, рішення пов'язати дослідження сімейних відносин з соціальними мережами обґрунтовується поширеністю Інтернету в житті індивідів¹, високим рівнем залучення користувачів до соціальних мереж та аспектом «більшої щирості» в віртуальному просторі (порівняно зі стандартними методами проведення досліджень). Окрім цього, для аналізу обрано саме соціальну мережу знайомств Badoo [Badoo.com], мета реєстрації користувачів якої – пошук партнера (для створення сім'ї, для дружби чи інших цілей), саме тому, користувачі цієї мережі схильні транслювати власні погляди на сімейні відносини (а не просто розповідати про себе). Представлення користувачами себе у просторі обраної мережі тим чи іншим чином містить інформацію про схильність індивіда до створення сім'ї певного типу. Разом з цим, на сайті представлені користувачі різного віку, гендеру, котрі проживають в різних містах України, тому вивчення їхніх самопрезентацій на предмет транслювання різних типів сімейних відносин буде багатостороннім. На основі такого аналізу в кінцевому результаті буде здійснено конструювання

¹ Станом на 2018 рік, 58% українців користуються Інтернетом, серед яких 29% є користувачами соціальних мереж. Дослідження «Global digital report 2018» проведене міжнародною агенцією «We are social». Режим доступу до ресурсу: <https://digitalreport.wearesocial.com>

основних типів родин, схильність до утворення яких притаманна українцям сьогодні.

Проблема дослідження: недостатність знань щодо транслювання різних типів сімейних відносин та визначальних індикаторів таких відносин в межах самопрезентації користувачів в соціальних мережах.

Об'єкт дослідження: емпіричний – сторінки користувачів соціальної мережі знайомств Badoo;
теоретичний – самопрезентація користувачів соціальної мережі знайомств Badoo.

Предмет дослідження: інструменти конструювання різних типів сімейних відносин в межах формування індивідами враження про себе: цінності, переконання, особисті ідеали, інтереси, стратегії і тактики самопрезентації.

Мета дослідження: сконструювати типи родин на основі самопрезентацій індивідів, визначити ключові особливості та відмінності між ними.

Виходячи із загальної мети, передбачається вирішити такі **завдання дослідження:**

- визначити інструменти, що використовуються індивідами для самопрезентації;
- пошуковим шляхом виокремити індикатори різних типів сімейних відносин (на основі самопрезентацій користувачів);
- підрахувати частоту використання різних інструментів самопрезентації та частоту індикаторів типів сімейних відносин;
- сконструювати основні типи родин, котрі транслюються індивідами в межах самопрезентації в соціальній мережі;
- описати ключові особливості сконструйованих типів родин, визначити відмінності між ними;

- з'ясувати популярність різних типів сімейних відносин серед користувачів;
- виокремити основні чинники, що впливають на тип сімейних відносин, до якого схиляються індивіди.

Попередній системний аналіз об'єкта:



Теоретична інтерпретація понять:

Сімейні відносини – це відносини, засновані на кровних, родинних або ж подружніх взаємозв'язках, тобто на багатосторонніх стосунках між батьками та дітьми, чоловіком та дружиною, братами/сестрами чи іншими родичами,

котрі мають спільне домогосподарство та проживають на спільній території [Лукашевич, 2013].

Самопрезентація – це процес конструювання індивідом власного образу, що має на меті формування в оточуючих певного враження про нього [Колодяжна, 2015: с. 10].

Соціальна мережа – інтернет-співтовариство користувачів, об'єднаних за будь-якою ознакою на базі одного сайту [Данько, 2012].

Сайт знайомств – інтернет-сервіс, різновид тематичної соціальної мережі, є посередником із віртуального спілкування з іншими користувачами. Мета спілкування на сайтах знайомств може варіюватися від віртуального спілкування, дружби до серйозних відносин та інтимних стосунків. Особливістю віртуальних сайтів знайомств можливість обрати партнера за різноманітними критеріями та відсутність територіальної прив'язаності [Белянин, 2017].

Профіль (сторінка) користувача – публічна або напівпублічна анкета особи, що містить персональні дані конкретного користувача [Лапенюк, 2016].

Badoo – соціальна мережа, що складається із сайту та мобільного додатку, які спрямовані на створення простору, в якому люди могли б знайомитися, спілкуватися, зустрічатися, ділитися фотографіями та інформацією [What Is Badoo.Com?].

Контент-аналіз – якісно-кількісний метод вивчення документів (письмових, аудіо-, відео-, іконографічних та ін.), що полягає у розробці системи категорій, квантифікаційній обробці джерел та інтерпретації отриманих результатів [Костенко, 2003].

Типологія родин – це система класифікації сімейних відносин на основі родинних, соціальних, моральних, правових, міжособистісних та інших відносин між чоловіком та дружиною, батьками, дітьми та іншими родичами [Дворецька, 2001].

Операціоналізація понять:

<i>Операційні поняття</i>	<i>Індикатор на сайті знайомств Badoo</i>
Сторінка користувача	-мета реєстрації в мережі
	-інформація про користувача (вік, стать, місто)
	-закриті поля мережі (відносини, орієнтація, проживання, бажання мати дітей, ставлення до алкоголю та паління)
Індикатори сімейних відносин (на основі самохарактеристики користувача у графі «про себе»)	-орієнтація на створення родини певного типу (патріархальна/матріархальна, орієнтована на подружжя / орієнтована на дітонародження, новітні форми сімей: гомосексуальні, відкриті, гостьові, за домовленістю)
	-параметри вибору партнера
	-ставлення до народження дітей
	-зобов'язання (бажання брати на себе відповідальність, робити певні кроки до утворення сім'ї)
	-розподіл внутрішньосімейних обов'язків
	-сімейні цінності (вірність, чесність, відкритість, взаємодопомога і т. д.)

Гіпотези:

1. Відкрито користувачі демонструють схильність до утворення класичного типу родини (патріархальної) через її загальну прийнятність, і, відповідно найменше відкрито демонструють бажання утворити новітні родини: гомосексуальну, полігамну, вільні відносини і т. д. через неприйняття суспільством (відповідно характерні таким типам родин риси приховуються і не подаються відкрито).

2. Найбільш поширеним є патріархальний тип сімейних відносин (до якого найчастіше прагнуть індивіди).
3. Схильність до формування традиційних родин зростає з віком користувача.
4. Жінки охочіше за чоловіків відкрито говорять про бажання створити нетрадиційний шлюб (гомосексуальний).
5. Територія проживання впливає на схильність до утворення родин певного типу: мешканці Заходу України більшою мірою готові до формування родин новітнього типу, аніж мешканці Сходу.
6. Усі типи сімейних відносин пов'язані між собою (не існує чистих «ідеальних» типів, практично всі так чи інакше формують групи).

Методологічні рекомендації щодо специфіки дослідження: чому доцільно вивчати схильності індивідів до формування певного типу шлюбних відносин саме через віртуальні соціальні мережі? По-перше, соціальна мережа – це угруповання користувачів в межах одного веб-сайту, тобто така мережа є аналогом реальної (за винятком територіальної віддаленості). Тобто, користувачі, як і в реальному житті, на базі соціальної мережі прагнуть сформувати враження на інших і використовують для цього різні засоби. По-друге – для аналізу обрано соціальну мережу знайомств Badoo, мета реєстрації на якій – пошук партнера (для різних цілей – серед яких знаходження пари та створення сім'ї), тобто індивіди реєструються в мережі спеціально для формування певного типу сімейних відносин (не маються на увазі виключно класичні типи родин). Отже, даний ресурс є джерелом, що однозначно містить інформацію щодо бажаного типу стосунків, а тому підходить для реалізації такого дослідження.

МЕТОДИЧНИЙ РОЗДІЛ

Підходи до конструювання вибірки: одиниця дослідження – сторінка користувача соціальної мережі знайомств Badoo. Генеральну сукупність складають сторінки користувачів з України – близько 500 000 профілів. Кількість профілів, відібраних для аналізу – 3 000 (по 1 500 сторінок чоловіків та жінок). Відбір було здійснено випадковим чином (рандомно обиралися профілі, які пропонувала система – незалежно ні від віку, ні від локації користувача чи інших полів профілю).

До остаточної вибіркової сукупності потрапили лише ті профілі, котрі підпадали під перелік умов:

- користувач знаходиться на території України (визначення відбувалося автоматично на основі геолокації);
- користувач надав повноцінний опис у графі «Про себе» - не менше 100 знаків, без врахування символів та емоджі.

Після відбору за вказаними параметрами, до вибіркової сукупності потрапили 980 користувачів (530 сторінок жінок та 450 – чоловіків).

Метод збору соціологічної інформації: у межах даного дослідження основним джерелом соціологічної інформації є письмові документи, а саме електронні сторінки користувачів в соціальних мережах. Саме профілі користувачів як джерело інформації було обрано через необхідність конструювання типів родин, що транслюються індивідами під час самопрезентації, шляхом виявлення та підрахунку специфічних повторюваних ознак (індикаторів). Найочевидніший спосіб аналізувати самопрезентації – опрацювати їх в тому вигляді, який надав користувач (тому альтернативні методи, наприклад, опитування є нерелевантними в даному випадку). Тому було обрано метод, який дозволяє проаналізувати контекст досліджуваних документів та перевести визначені індикатори в числові показники (утворити масив для подальшої статистичної обробки).

Відповідно до методики проведення контент-аналізу, необхідно виділити категорії та індикатори аналізу (слова, словосполучення, речення чи частини документу, які можуть бути відокремлені як елемент, що відображає зміст відповідної категорії).

Одиницею аналізу є сторінка користувача, а саме формальні «закриті» поля профілю (з наданим переліком відповідей) та відкрите поле «про себе», що містить інформацію, записану користувачем власноруч.

Інструментарій дослідження: в якості інструменту контент-аналітичного дослідження виступає кодифікатор, який було сформовано пошуковим шляхом на основі аналізу поля «про себе» (див. додаток А). Інструкція кодувальнику міститься в додатку А.

Методичні рекомендації для проведення польового етапу дослідження: для успішної реалізації першого етапу дослідження (формування кодифікатора та кодування профілів), важливо дотримуватися правил виокремлення індикаторів та інструкції щодо процесу кодування (див. додаток А).

Робочий план дослідження: орієнтовний термін проведення контент-аналітичного дослідження: 3 місяці, включно з етапом безпосереднього збору профілів користувачів, етапом кодування, написанням звіту та висновків.

План проведення дослідження:

I. Затвердження програми та інструментарію дослідження.

1. Обговорення програми і принципів формування інструментарію дослідження (формується під час безпосереднього кодування пошуковим шляхом).
2. Розрахунки та затвердження схеми формування вибірки.
3. Розробка інструкцій для збору первинної інформації.

II. Етап польового дослідження.

1. Проведення збору первинної інформації – формування масиву користувачів.

2. Виокремлення індикаторів та формування кодифікатору пошуковим шляхом.
3. Кодування профілів користувачів
 - III. Підготовка первинної інформації до аналізу – коригування масиву користувачів.
 1. Перевірка масиву на правильність кодування.
 2. Формування масиву в форматах .xls та .sav.
 3. Обробка масиву в пакеті SPSS.
 - IV. Аналіз результатів дослідження.
 1. Аналіз результатів дослідження (аналіз одно- та двовимірних таблиць, здійснення регресійного та факторного аналізу).
 2. Формування звіту, написання висновків.
 3. Обговорення та затвердження аналітичного звіту.
 4. Формування презентації результатів дослідження.

3.2. Аналіз результатів емпіричного контент-аналітичного дослідження

Протягом дослідження, кінцевою метою якого стало конструювання типів родин на основі вивчення самопрезентацій індивідів, було проаналізовано 980 профілів користувачів соціальної мережі знайомств Badoo (530 сторінок жінок та 450 – чоловіків). Вибіркову сукупність було відібрано випадковим чином, за умови реалізації відповідних умов (знаходження профілю на території України та наявність опису індивідом себе не менше за 100 знаків). Теоретичною основою аналізу стала класифікація типів родин дослідника Голода (котрий виокремлював патріархальну, матріархальну та постсучасну сім'ї), а також власні доповнення до класифікації, виокремлені пошуковим шляхом під час опрацювання первинних даних та аналізу матеріалів з теми.

Для початку було сформовано хмари слів² на основі текстів самопрезентації індивідів, головна мета яких – аналіз ключових слів та пошук базових категорій, якими оперують користувачі та за допомогою яких транслюють схильності до утворення певних типів родин (див. рис. 3.1.).

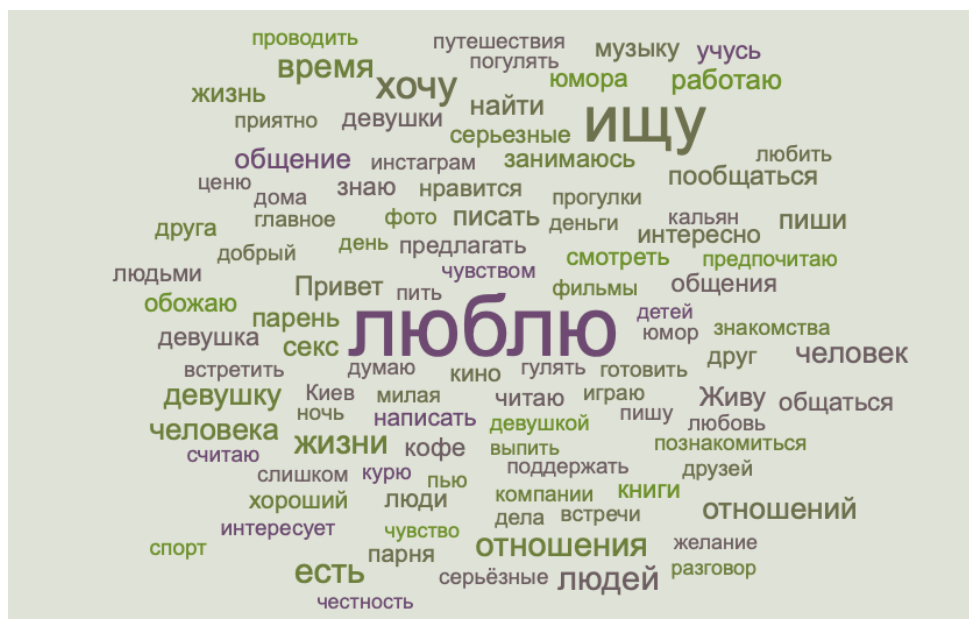


Рис. 3.1. Хмара слів, що зустрічаються найчастіше під час самопрезентації: в цілому

² Хмари слів сформовано за допомогою інструменту WordItOut. Доступ до ресурсу: <https://worditout.com>

В цілому, категорії, котрими користуються індивіди для самопрезентації, відповідають власне соціальній мережі знайомств, основна мета якої – пошук пари для різних цілей. Так, до топ-слів входять: люблю (дівчат, дітей, фільми, прогулянки і т. д.), шукаю (хлопця/дівчину), хочу, серйозні відносини, спілкування, прогулянки, надаю перевагу, проводити час, цікавить (відносини, секс і т. д.). Бачимо, що користувачі схильні одразу напряду, без зайвих приховувань, говорити про мету свого перебування в мережі (однак, як буде зрозуміло дещо пізніше, не приховують скоріше загальноприйнятні форми відносин – класичний шлюб та народження дітей). Окрім цього, індивіди розповідають про свої вподобання та окреслюють, кого саме вони шукають.

Якщо розглядати використання слів окремо, залежно від статі, жінки (див. рис. 3.2.) знаходяться в пошуку партнера, підтримки, спілкування, гарного проведення часу, при цьому люблять проводити час разом, дивитися фільми, читати книжки. Окрім цього, для жіночої частини аудиторії притаманне використання прикметників, котрі вказують на позитивні якості особистості: мила, добра, скромна, товариська, весела, хороша, незвичайна. Чоловіки (див. рис. 3.3.), в свою чергу, схильні до пошуку реальних зустрічей, відносин та сексу (не хочуть витратити зайвий час на спілкування в мережі). При цьому, для чоловіків притаманне використання дієслів: можу, хочу, працюю, цікавлюся, захоплююсь, пишу і так далі, що свідчить про певні наміри користувачів робити певні кроки для пошуку пари (в той час як жінки схильні «розповідати» про свої позитивні якості, аби привертати увагу чоловіків). В цілому, спільним для обох аудиторій є пошук партнера (чоловік шукає жінку, жінка – чоловіка). Важливо зазначити, що до хмар слів не потрапили жодні категорії, які б стосувалися нетрадиційних відносин (гомосексуальної сім'ї, вільних стосунків і т. д.), тому можемо припустити, що таких користувачів або дуже мало, або ж даний тип відносин приховується.



Рис. 3.2. Хмара слів, що зустрічаються найчастіше під час самопрезентації (лише жінки)

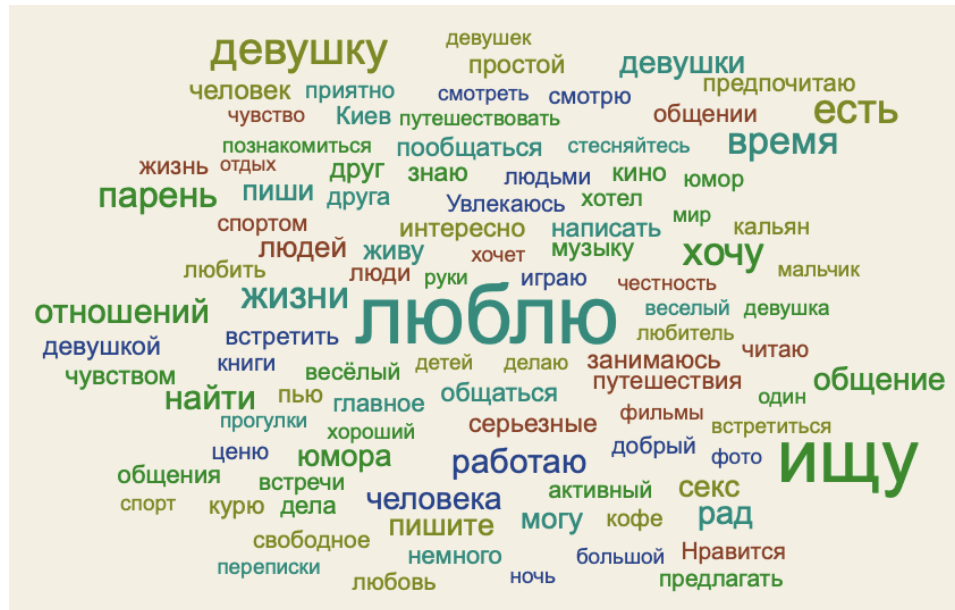


Рис. 3.3. Хмара слів, що зустрічаються найчастіше під час самопрезентації (лише чоловіки)

Переходячи до аналізу отриманих результатів, варто розпочати з опису соціально-демографічних характеристик вибіркової сукупності користувачів соціальної мережі знайомств Badoo. Отже, аудиторію користувачів складають 54% жінок та 46% чоловіків (див. рис. 3.4.).

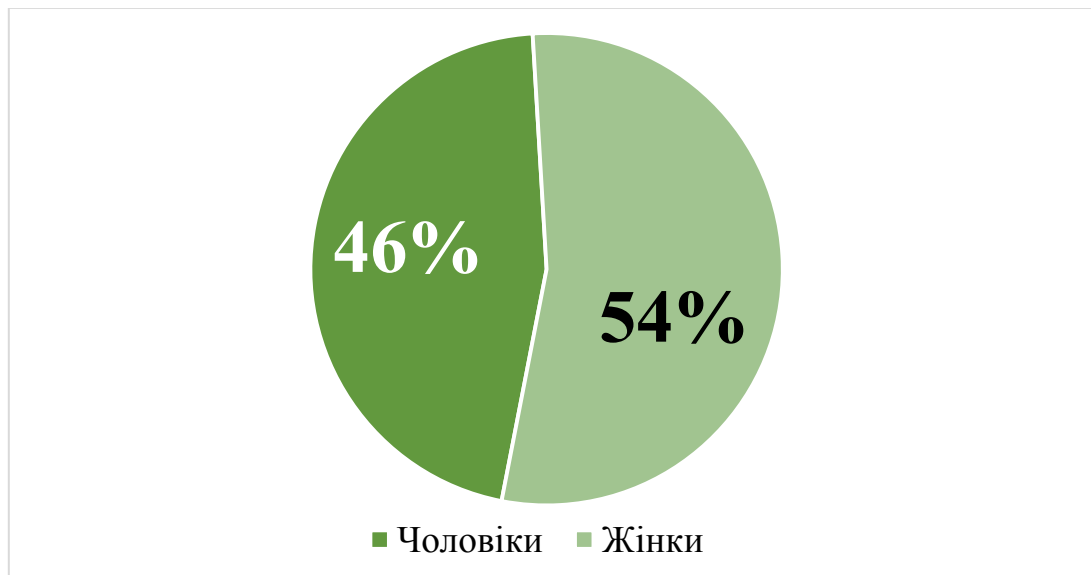


Рис. 3.4. Статевий розподіл (у %)

Щодо вікового розподілу, трохи більше половини аудиторії (53%) складають наймолодші користувачі віком 18-21 рік, ще 21% - від 22 до 25 років, 19% - 26-30 років, і лише 7% становлять особи віком понад 30 років (див. рис. 3.5.). Такий зсув в сторону більш юної аудиторії зумовлений особливостями соціальної мережі, котра спрямована на молодь. Окрім того, саме індивіди у віці 18-21 рік є найбільш відкритими до пошуку нових відносин та знаходження пари. Ще однією причиною є недовіра аудиторії старшого віку до пошуку пари саме таким чином – через Інтернет, тому їхня представленість на сайті порівняно менша.

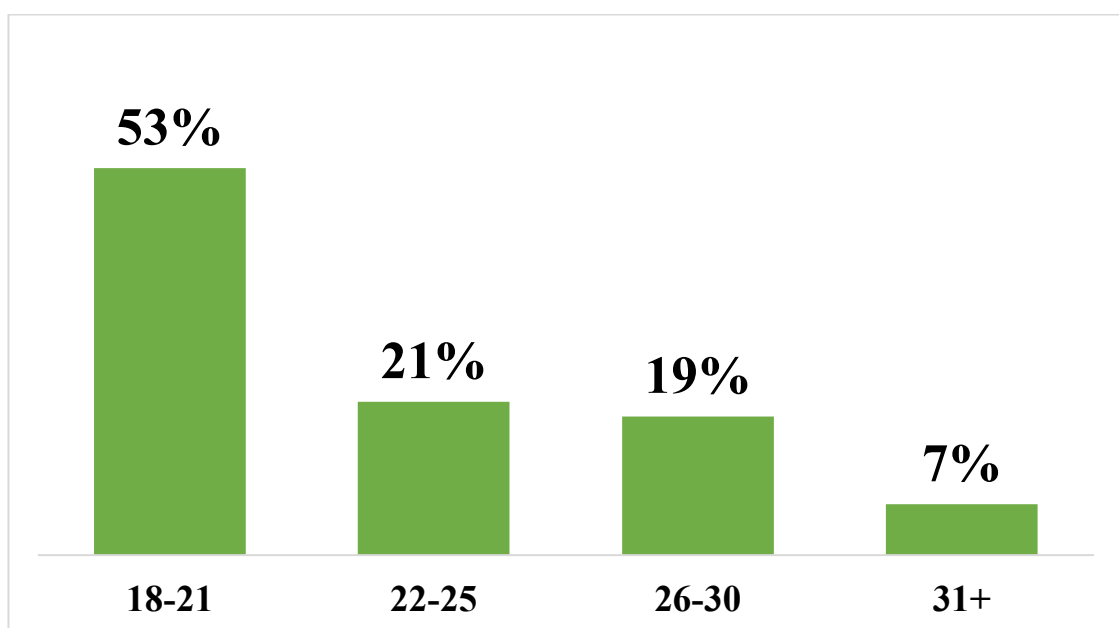


Рис. 3.5. Віковий розподіл (у %)

Представленість користувачів серед міст України розподілилася наступним чином: 34% власників сторінок локалізовані в столиці – Києві, 21% – в Одесі, ще 18% – у Львові, 16% – у Дніпрі та 11% – у Харкові (див. рис. 3.6.). Для аналізу цілеспрямовано не відбиралися лише означені міста, однак веб-сайт сам пропонував випадковим чином профілі, які вивантажувалися підряд, тому можна припустити обмеженість роботи соціальної мережі саме у найбільших містах України (хоча розробники пишуть про можливість реєстрації з будь-якої точки планети).

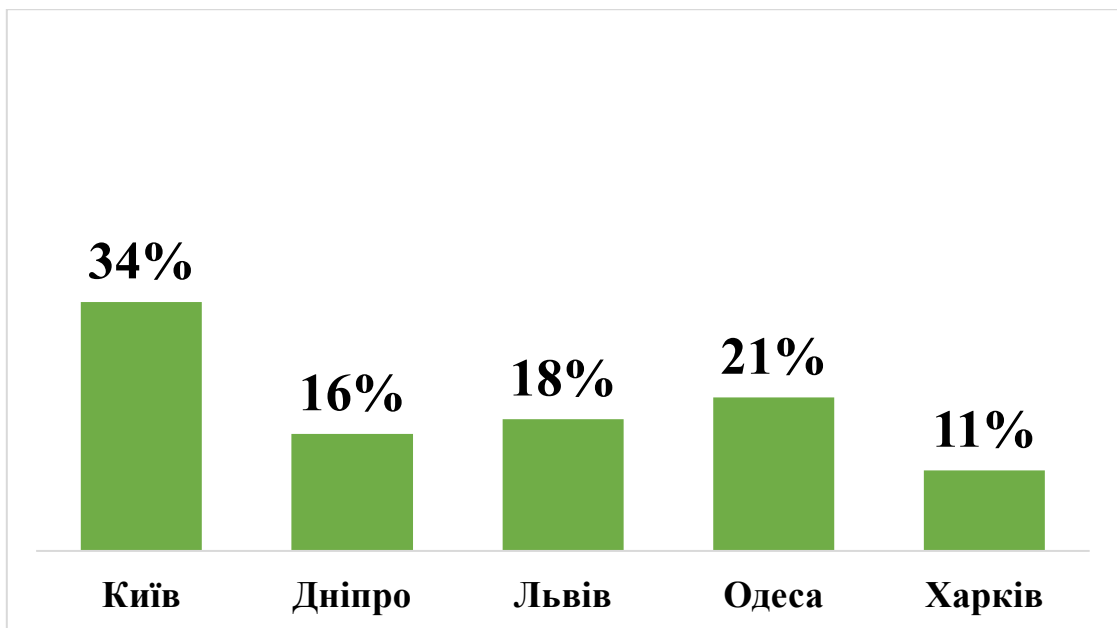


Рис. 3.6. Географія локалізації профілю (у %)

Мета реєстрації в соціальній мережі є досить очевидною – 78% користувачів хочуть піти на побачення (при чому, побачення з жінкою прагнуть 37%, з чоловіком – 29%, з ким-небудь без уточнення конкретної статі – ще 12%). Окрім цього, близько 20% індивідів хотіли б просто знайти партнера для спілкування і лише 2% прагнуть знайти друзів (див. рис. 3.7.).

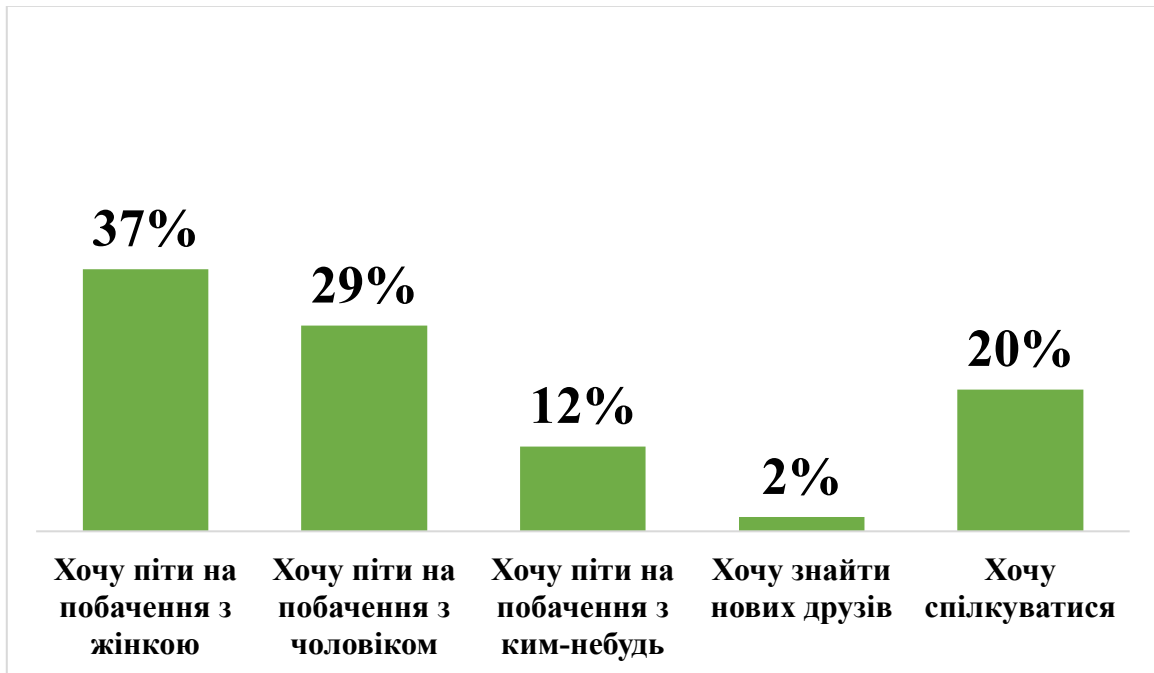


Рис. 3.7. Мета реєстрації в мережі (у %)

Що стосується відносин, у яких перебувають індивіди на даний момент – лише 2% користувачів на момент реєстрації вказали, що мають партнера (переважно ті, хто хоче знайти нових друзів або просто поспілкуватися), ще 3% зазначають, що у них все складно (не можуть визначитися). Всі інші – 95% користувачів – не перебувають у відносинах (див. рис. 3.8.).

Розподіл аудиторії за орієнтацією (декларований показник, котрий відмічають індивіди з переліку варіантів) становить: 81% – орієнтовані на гетеро- відносини (хочуть мати відносини чоловік-жінка), кожен десятий (10%) – готові до експериментів у відносинах, ще 8% – зазначили, що можуть мати стосунки як з чоловіками, так і з жінками нарівні і лише 1% користувачів говорять про свою гомо- орієнтацію (лесбійка/гей) (див. рис. 3.9.).

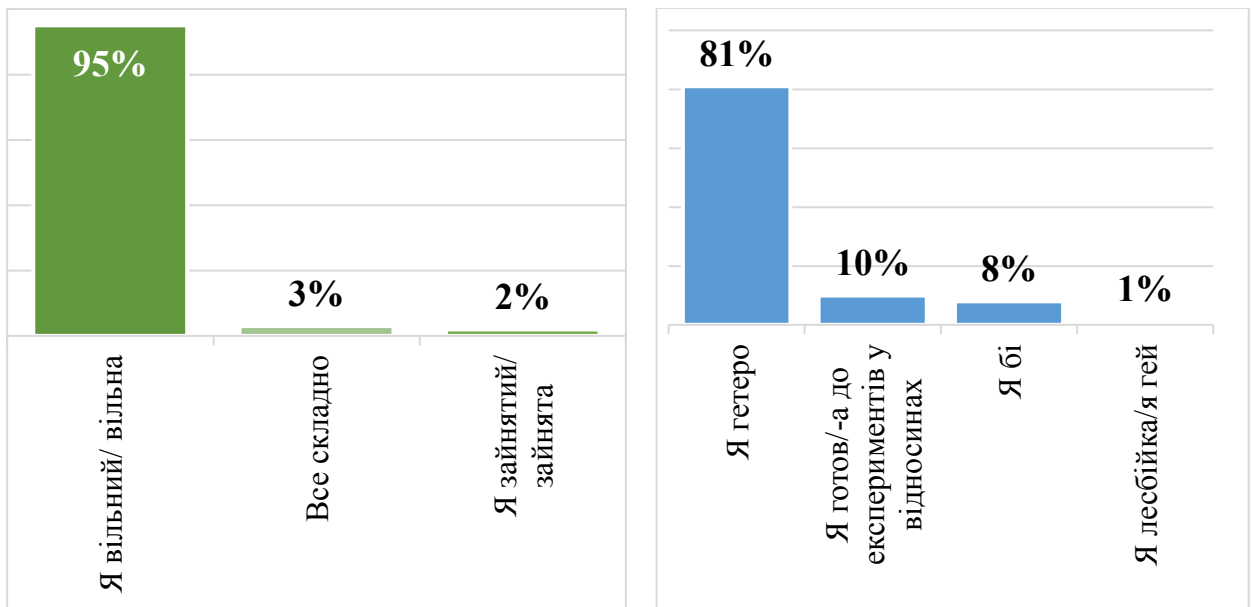


Рис. 3.8, 3.9. Мета реєстрації в мережі та орієнтація користувачів (у %)

Цікавим показником для розгляду є місце проживання користувача: трохи більше половини (53%) проживають самостійно (без уточнення де саме, у власному помешканні чи орендованому), ще четверть – мешкають разом з батьками (переважно індивіди віком до 21 року), 12% – ділять помешкання з сусідами, а 9% – проживають в гуртожитку (див. рис. 3.10.).

Щодо декларованого бажання мати дітей, майже всі користувачі (92%) соціальної мережі зазначають, що хотіли б мати дітей в майбутньому, 3% вже мають дітей. Важливо зазначити, що 4% користувачів категорично проти проведення роду та народження дітей взагалі (див. рис. 3.11.). При чому, схильність відмовлятися від народження дітей в майбутньому на рівні тренду притаманно жінкам молодого віку (18-21 рік) (див. табл. 3.12.), хоча статистично значимих відмінностей від інших груп користувачів не спостерігається (через невелику вибірку), однак така тенденція прослідковується. Найбільш імовірно існує вплив західноєвропейських трендів на відмову від народження дітей – «чайлдфрі» та зосередження уваги жінки на кар'єрному розвитку. Однак, не можна виключати факт ймовірної зміни відношення до народження дітей такої групи жінок у більш старшому віці та після створення сім'ї.

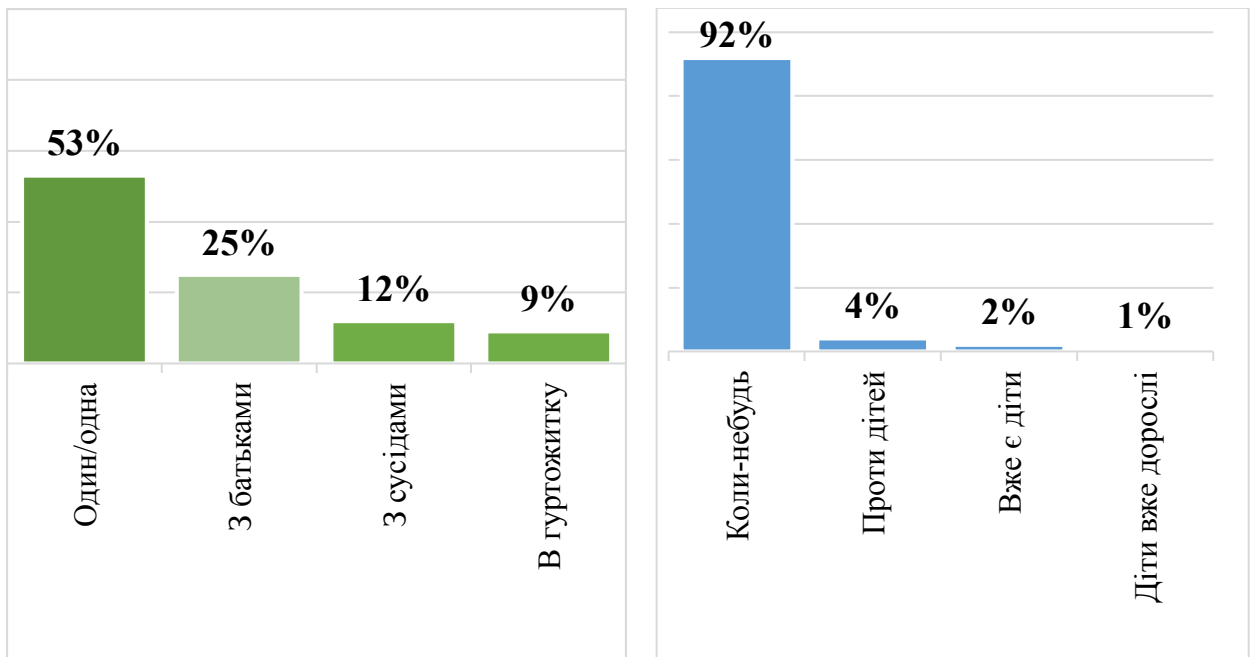


Рис. 3.10, 3.11. Місце проживання та бажання мати дітей (у %)

	Вік				Стать	
	18-21	22-25	26-30	31+	Чоловіки	Жінки
	a	b	c	d	a	b
Коли-небудь	90%	97% ad	97% ad	86%	95% b	90%
Проти дітей	6%	3%	3%	2%	3%	6%
Вже є діти	2%	-	1%	6% c	1%	2%
Діти вже дорослі	-	-	-	6%	1%	2%
Вибірка	519	206	186	69	450	530

Табл. 3.12. Бажання мати дітей: відмінності³ за статтю та віком (у %)

Отже, в результаті аналізу користувачів соціальної мережі знайомств Badoo, можна виокремити такі основні характеристики аудиторії: 54% становлять жінки, 46% – чоловіки. Половина вибіркової сукупності (53%) припадає на осіб молодого віку (18-21 рік). Третина аудиторії (34%) проживає в місті Київ, трохи більше половини (53%) – мешкають самостійно. Основна мета реєстрації в соціальній мережі для 78% аудиторії – бажання знайти пару та піти на побачення. Серед усіх користувачів, 95% – не перебувають у відносинах, а 81% – прагнуть знайти партнера протилежної статі. Практично всі власники сторінок (92%) хотіли б мати дітей в майбутньому.

³ **abcd** – статистично значимі відмінності між групами користувачів (на рівні 95%)

Наступним етапом дослідження стало виокремлення індикаторів та конструювання типів родин на основі аналізу самопрезентацій індивідів в соціальних мережах. Пошуковим шляхом було виокремлено 81 індикатор сімейних стосунків, схильність до яких транслюють індивіди під час представлення себе. На основі даних індикаторів було сконструйовано 4 основних типи сімей: традиційна сім'я (патріархальна – владу повністю бере на себе чоловік, батько); матріархальна (материнська влада, мати – найвищий авторитет); постсучасна сім'я (в центрі уваги взаємодія між подружжям, їхні відносини між собою); новітні форми шлюбних відносин (гомосексуальний, відкритий, гостьовий шлюби і т. д.). Окрім цього, виокремлено додатково 4 форми поглядів на сімейні стосунки, котрі не передбачають на даному етапі безпосереднього створення родини: серйозні стосунки (стереотипізоване поняття, маркер, що свідчить про «серйозні» наміри – стосунки між двома людьми з певними зобов'язаннями), пре-стадія відносин (прогулянки, проведення часу вдвох, побачення і т. д.), феміністичний погляд на стосунки (відмова від створення жінками будь-якого типу родин, негативне ставлення до чоловіків), та інші цілі користувачів (що не стосуються створення сім'ї: бажання знайти нових друзів/нові знайомств або бажання просто поспілкуватися).

Таким чином, маємо наступний розподіл типів сімейних стосунків, які транслюються індивідами в межах самопрезентації (див. рис. 3.13.): схильність до створення традиційної сім'ї транслюють майже половина користувачів (48%), прагнуть до серйозних стосунків (відносини з певними зобов'язаннями) – 23%, хотіли б утворити нетрадиційний союз, новітні форми сім'ї – 21% власників профілів, кожен десятий (10%) вважає за краще формувати союз, орієнтований на подружжя (постсучасна сім'я), орієнтуються на матріархальні сім'ї – 7% користувачів. Окремо виділяється група жінок, що мають феміністичні погляди на родину – 4% користувачів. Знаходяться на пре-стадії відносин – 4%, а просто хочуть поспілкуватися або ж знайти друзів – 12% власників профілів на Badoo.



Рис. 3.13. Схильність до утворення різних типів родин (у %)

Зупинимося детальніше на кожному сконструйованому типі сімейних відносин (окрім пре-стадії відносин та інших цілей користувачів – бажання знайти друзів та поспілкуватися, адже дані категорії не є певними типами безпосередньо родин та входять до класифікацій). Категорії сформовано на основі типології Голода за ключовими показниками (котрі виділяє дослідник), а вже безпосередньо показники відповідають конкретним маркерам у тексті самопрезентації (словесні маркери, які вказують на показники певного типу родини, було сформовано класичним пошуковим шляхом в межах контент-аналізу – маркер відповідає конкретному показнику).

1) Традиційна (патріархальна) сім'я передбачає схильність до відносин, де лідером є чоловік. Для такого типу родини пошуковим шляхом вдалося виокремити 26 індикаторів (найбільше з-поміж усіх типів), адже такий сімейний уклад загальноприйнятий в українському суспільстві, тому індивіди не схильні його приховувати, навіть більше – прагнуть якомога більше акцентувати на ньому увагу. Таким чином, користувачі, котрі хочуть утворити патріархальну сім'ю, в першу чергу, демонструють бажання створити сім'ю (класичну – чоловік, дружина та діти) та народити дітей найближчим часом,

жінка очікує першого кроку від чоловіка та прагне бути під його опікою (як матеріальною, так і моральною – чоловік повинен вирішувати всі проблеми). Разом з цим, присутня відраза до несерйозних (виключно сексуальних, за гроші) стосунків, оголення різних частин тіла та виставлення їх напоказ, тобто це індивіди доволі консервативні. Окрім цього, як чоловіки, так і жінки акцентують увагу на наявності в них «соціально бажаних та схвалюваних якостей»: у чоловіків це: *«молодий, перспективний, вмiє заробляти гроші, поважати жінку, тримає обіцянки, не зраджує, не розкидає шкарпетки»*, у жінок – *«вмiє готувати, не говорить багато, не «виносить мозок»»* та шукають відповідних «адекватних» партнерів - чоловіків, таких *«аби були без надмірних понтів, показної грубості, наголосу на кількості сексуальних партнери, мали хорошиi достаток, власну квартиру та авто»* та жінок, які б *«були гарні, розумні та щоб вмiли варити борщ; без "дивацтв" типу фемінізму, відмови від дітей, надмірних понтів»*. Також такі користувачі схильні обирати партнера якнайшвидше, в доволі молодому віці, адже відчують себе неповноцінними без другої половини, коли «вдома ніхто не чекає».

2) Концепт «серйозні стосунки» – це своєрідний маркер стереотипізованих відносин між чоловіком та жінкою на дошлюбному етапі, котрий передбачає вірність один одному, певні регулярні дії по відношенню до партнера (зустрічі, дзвінки, висловлення слів прив’язаності).

3) Новітні форми сімейних відносин включають в себе пошук ЛГБТ-партнера (жінка шукає жінку, чоловік – чоловіка) для створення сім’ї (хоч в Україні створення таких родин не є легалізованим, однак невелика частка користувачів готові жити в такому шлюбі без офіційної реєстрації); або ж пошук партнера для вільних відносин (включно з гостьовими шлюбами, шлюбами «вихідного дня»); полігамні стосунки із декількома партнерами. Також до даної категорії включено користувачів, що хочуть знайти «спонсора» для стосунків за гроші та осіб, котрі хотіли б стати такого роду «спонсорами» (навіть вказавши конкретну суму, яку вони готові сплачувати

щотижня за обов'язки «дружини»). Зазвичай користувачі, що потрапили до даної категорії вказують конкретні параметри партнера, якого б хотіли знайти (включно зі зростом, вагою, об'ємами, зовнішнім виглядом). Важливо зазначити, що для родин новітнього типу було виокремлено лише 15 індикаторів, тому можемо припустити, що індивіди приховують схильність до утворення союзів такого типу, а особливо своє ставлення до продовження роду в таких умовах.

4) Постсучасна сім'я – орієнтована на подружжя – це партнерський союз двох індивідів «сучасного» типу, котрі не заперечують важливості створення родини, однак не роблять з цього культ та головну мету в житті. Найважливішими вважають стосунки між подружжями та гармонійний розвиток кожного з них. В родинях такого типу не передбачається жертвування кар'єрним та особистісним розвитком задля народження дітей та піклування про родину. Як чоловіки, так і жінки даної аудиторії хотіли б мати за партнера повноцінну особистість із власними цілями в житті, достатньо освічених, самодостатніх, не обмежених різними стереотипами. Стосунки такого роду не передбачають «ідеальних» учасників, партнери приймають один одного такими як є, з різноманітними недоліками та різним попереднім досвідом. Однак, такі стосунки не передбачають відкритості (зміни партнера), тобто вони є традиційними за базовими поняттями вірності та сучасними за самим ставленням до шлюбу та партнерства.

5) Матріархальна родина (материнська влада, мати – найвищий авторитет) – передбачає визнання влади жінки у відносинах. Чоловіки, схильні до такого типу сімейних стосунків, самі очікують від жінок першого кроку, хочуть, щоб майбутня дружина його добивалася та зазвичай шукають своєрідну «жінку-матусю» (котра буде любити, оберігати, годувати та турбуватися). Самі жінки, що прагнуть до відносин такого типу, точно знають, чого хочуть від життя та якого партнера шукають (мають для цього власні параметри). Разом з цим, жінки прагнуть бути головними в родині, керувати чоловіками. Для даної категорії в загальному підсумку було виокремлено 9 індикаторів.

б) Феміністичний погляд на сім'ю не передбачає утворення родини та не входить до класичних переліків та класифікацій типів родин. Дана категорія була сформовано окремо, шляхом виокремлення групи жінок, котрі висловлюють закритість до стосунків з чоловіками (однак і не наголошують на бажанні створити пару з жінкою – можливо даний аспект приховується), небажання виходити заміж та народжувати дітей. Також увага в самопрезентації акцентується на тому, що жінка сама здатна заробити на все необхідне та впоратися без чоловіка. При цьому, представниці висловлюють розчарування в чоловіках в принципі та говорять про них у негативному підтексті: *«вони лише для того, щоб народжувати дітей; хочуть лише сексу; всі чоловіки – сволоти»*. В цілому, для даної категорії було виокремлено 7 індикаторів (все ж таки частка жінок такого типу невелика).

Отже, гіпотезу про те, що індивіди відкрито користувачі демонструють схильність до утворення «звичних» типів родин підтверджено. Найбільшою мірою демонструють схильність до патріархальної сім'ї, через її загальну прийнятність, і, відповідно найменше відкрито демонструють бажання утворити «некласичні» родини: гомосексуальну, полігамну, вільні відносини і т. д. через неприйняття суспільством (відповідно характерні таким типам родин риси приховуються і не подаються відкрито). Разом з цим, підтверджено і другу гіпотезу про те, що найбільш поширеним є патріархальний тип сімейних відносин (до якого найчастіше прагнуть індивіди).

Варто зазначити, що в багатьох випадках, індивіди схильні транслювати більше, ніж один тип сімейних відносин (в середньому два-три). Зазвичай, погляди на утворення сімей перетинаються (див. табл. 3.14.): патріархальна сім'я (влада чоловіка) поєднується із прагненням до укладання шлюбу перебувати в «серйозних» стосунках («зустрічатися», ходити на побачення, проводити час разом, бути «парою»). Разом з цим, патріархальна сім'я нерідко поєднується з елементами постсучасної, коли індивіди укладають офіційний шлюб, чоловік вважається головним в родині, однак права жінки не

обмежуються, вона будує кар'єру, досягає власних цілей та узгоджено вирішує з чоловіком, коли та в якому віці народити дітей.

Бачимо, що бажання створити сім'ї новітнього типу певних чином перетинається із феміністичними поглядами на родину. Як було зазначено вище, жінки, котрі заперечують стосунки з чоловіками, не говорять прямо про бажання утворити пару з жінкою. Однак, перехресний аналіз показує схильність жінок даної аудиторії саме до нетрадиційних відносин.

	Традиційна сім'я	Новітні форми шлюбних відносин	Серйозні стосунки	Постсучасна сім'я	Інша мета в мережі	Матріархальна родина	Феміністичний погляд на сім'ю	Пре-стадія створення сім'ї
	a	b	c	d	e	f	g	h
Традиційна сім'я		13%	50% bdefgh	35% beg	16%	22%	13%	26% b
Новітні форми шлюбних відносин	6%		3%	5%	7%	3%	24% acdef	-
Серйозні стосунки	24% befh	3%		16% be	3%	13% be	-	7%
Постсучасна сім'я	7% be	2%	7% be		1%	7% e	-	5%
Інша мета в мережі	4%	4%	2%	1%		6%	5%	26% abcdfg
Матріархальна родина	3%	1%	4% b	5% b	3%		3%	2%
Феміністичний погляд на сім'ю	1%	4% a	-	-	2%	1%		-
Пре-стадія створення сім'ї	2%	-	1%	2%	9% acdf	1%	-	
<i>Вибірка</i>	<i>469</i>	<i>209</i>	<i>226</i>	<i>99</i>	<i>121</i>	<i>72</i>	<i>38</i>	<i>43</i>

Табл. 3.14. Крос-перетин схильностей до утворення родин певного типу (у %)

Наступним кроком варто розглянути відмінності схильностей до утворення родин певного типу серед різних груп користувачів. Так, якщо говорити про відмінності за статтю (див. рис. 3.15.), як чоловіки, так і жінки практично однаково розглядають для себе серйозні стосунки та створення традиційної родини (де голова – чоловік). При цьому, новітні форми шлюбних

відносин та постсучасні сім'ї також хотіли б утворити представники обох статей практично рівною мірою. Цікаво, що схильність до утворення матріархальних сімей демонструють більше саме чоловіки. Отже, гіпотеза про те, що жінки охочіше за чоловіків відкрито говорять про бажання створити нетрадиційний шлюб (гомосексуальний) спростовано.



Рис. 3.15. Схильність до утворення родин певного типу: відмінності за статтю (у %)

Бажання створити родини певного типу передбачувано залежить від віку користувачів (див. рис. 3.16.). Так, схильність до серйозних стосунків та класичного патріархального сімейного укладу зростає прямопропорційно віку індивідів. Якщо говорити про новітні форми стосунків (гомосексуальні родини, вільні відносини, гостьові шлюби, шлюби за розрахунком), а також феміністичний погляд на сім'ю (відмова жінок від укладання шлюбу та народження дітей), прослідковується поступовий спад частки кардинально налаштованих індивідів зі зростанням віку. З іншого боку, прагнення утворити рівноправний шлюб, де кожен з подружжя є партнером, прослідковується серед аудиторії старше 26 років. В свою чергу, хочуть бачити головою родини жінку користувачі молодого (22-25) та більш старшого віку (старше 31 року). Бажання бути головною в родині серед жінок старшого віку може бути викликане невдалим попереднім шлюбом (після якого жінка хоче бути лідером та досягати висот, вирватися від чоловікового пригнічення). Отже,

третю гіпотезу про те, що схильність до формування традиційних родин зростає з віком користувача, підтверджено.



Рис. 3.16. Схильність до утворення родин певного типу: відмінності за віком (у %)

Цікаво розглянути розподіл схильностей до утворення родин певного типу за містами України (див. рис. 3.17.). Так, користувачі в Києві та Львові найменше, порівняно з іншими містами, орієнтовані на утворення класичної патріархальної родини. При цьому, у столиці кожен четвертий, а у Львові кожен п'ятий – орієнтується на постсучасну сім'ю. Окрім того, п'ята частина користувачів з Києва (найбільший показник серед усіх міст) – очікують відносин новітнього формату. Як виявилось, Центр, Схід та Південь України є більш консервативними: близько половини користувачів прагнуть створити традиційні родини, де головує чоловік, а жінка виховує дітей. Разом з цим, вдвічі менше осіб, ніж у столиці, хотіли б мати рівноправний (постсучасний) шлюб. Отже, гіпотеза про те, що територія проживання впливає на схильність до утворення родин певного типу підтверджена: мешканці Заходу та столиці України більшою мірою готові до формування родин новітнього типу.

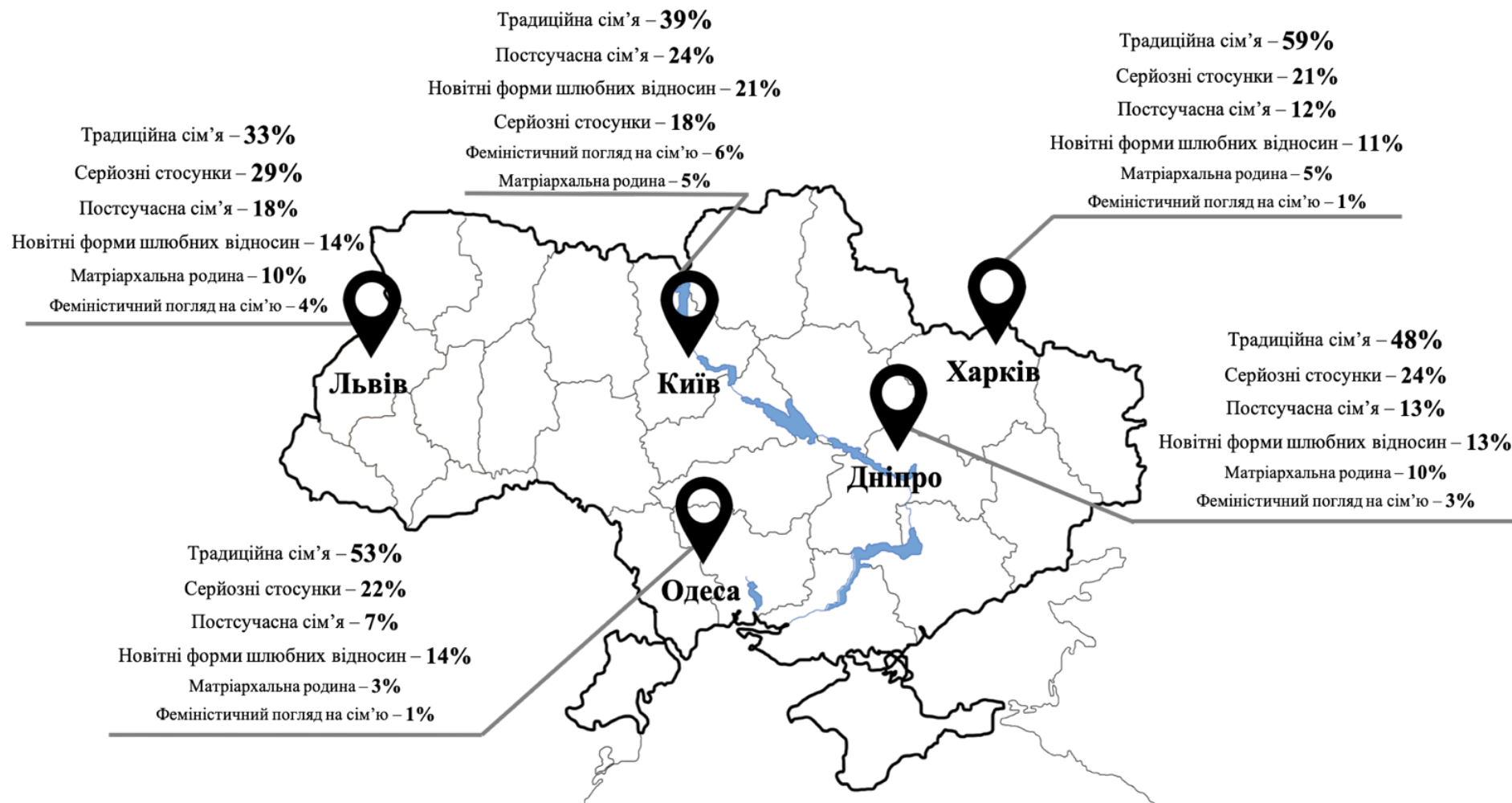


Рис. 3.17. Схильність до утворення родин певного типу: відмінності за містами (у %)

Окрім цього, прослідковуються відмінності у типах бажаних сімейних стосунків залежно від показників різних полів мережі (див. додаток Б). Користувачі, що прагнуть сформувати традиційну родину, котрій передують серйозні стосунки, найчастіше на сайті знайомств хочуть знайти партнера протилежної статі та піти на побачення. Практично всі представники аудиторії не перебувають у жодних стосунках, мають гетеросексуальну орієнтацію, половина – проживають наодинці, ще трохи менше третини – з батьками. Майже всі користувачі, що прагнуть створити родину класичного типу, хотіли б мати дітей. Варто звернути увагу, що саме серед представників даної аудиторії, суттєво більше користувачів, котрі категорично проти шкідливих звичок (паління та вживання алкоголю).

Якщо говорити про нетрадиційний шлюб, близько третини користувачів даної аудиторії, висловлюють бажання знайти партнера своєї статі. При цьому, понад половина хотіли б просто спілкуватися (під спілкуванням користувачі розуміють переважно вільні стосунки, на чому акцентують в самопрезентації). Переважна більшість аудиторії не перебуває в стосунках, однак присутні також користувачі, що вже мають пару (та шукають експериментів у відносинах) або говорять про те, що у них все складно. Лише половина власників профілів – гетеросексуальної орієнтації, ще приблизно кожен п'ятий – бісексуал, гомосексуал або ж готовий до експериментів у відносинах.

Представники аудиторії, спрямованої на формування постсучасної сім'ї (подружжя – партнери) переважно хотіли б сформувати гетеросексуальні відносини, однак зустрічаються й ті, хто прагне стосунків з представниками своєї статі. Цікавою особливістю аудиторії є те, що лише трохи менше половини користувачів проживають наодинці, а ще близько третини – мешкають з батьками. Найімовірніше, має місце сучасний тренд на пізнє відокремлення від батьківської родини. За даними аналітики Мінфіну та OLX у 2019 році [Підсумки ринку нерухомості, 2019], третина українців з'їжджає від батьків лише після 23 років. Серед основних причин переїзду (окрім навчання, задля якого змінюють місце проживання суттєво раніше, в

середньому близько 18 років) – шлюб або бажання жити з партнером/партнеркою.

Користувачі, що вважають прийнятною для себе матриархальну модель родини, за основними параметрами є схожими на представників класичного типу сім'ї (хочуть мати гетеросексуальні стосунки, з представниками протилежної статі). Однак цікавою є порівняно висока частка індивідів, що проживають з батьками (кожен третій).

Окремий інтерес складає аудиторія жінок, що мають феміністичні погляди на створення сім'ї. Переважна більшість шукає у соціальній мережі знайомств просто спілкування та не перебуває на даний момент у стосунках. При цьому, найбільше серед усіх аудиторій, представниць, що мають бісексуальну орієнтацію, готові до експериментів у стосунках або є лесбійками (тобто, стосунки з чоловіками все ж таки не заперечуються повністю). Окрім того, жінки даної групи порівняно більше за інших, акцентують увагу на тому, що вони є завзятими курцями та доволі часто випивають. Варто звернути увагу, що більше половини аудиторії мешкають з батьками або в гуртожитку (жінки молодого віку). Таким чином, не можна виключати ймовірність зміни поглядів на інший (більш класичний) тип сімейних відносин у майбутньому, адже прослідковується схильність молодих дівчат до перебільшення негативних якостей чоловіків та вплив на їхні погляди сучасних трендів на «самодостатніх жінок, які все зможуть без всіляких там чоловіків».

На фінальному етапі було виконано кластерний аналіз усієї сукупності профілів користувачів задля виокремлення кількості кластерів за схильністю до формування родини певного типу (аби сформуванню розуміння того, які типи сімейних відносин є взаємодоповнюючими та формують кластери). На першому кроці проведено ієрархічний кластерний аналіз задля розуміння оптимальної кількості кластерів. Як виявилось, оптимальним буде формування трьох кластерів. На другому кроці, побудовано кластерну модель методом K-means з автоматичним визначенням центрів. Кількість профілів у

кластерах склала відповідно 417 у першому, 270 у другому та 293 у третьому. Аналізуючи кінцеві центри кластерів (див. додаток В), перший кластер можна проінтерпретувати як «Серйозні стосунки з подальшим створенням постсучасної родини», другий – «Новітні стосунки», а третій – «Традиційна родина зі схильністю до матріархату».

Отримані кластери можна проаналізувати на всіма параметрами профілів соціальної мережі (таблиці з відмінностями між кластерами за всіма показниками містяться в додатку Г). Отже, серед представників першого кластеру «Серйозні стосунки з подальшим створенням постсучасної родини» присутні більшою мірою жінки порівняно молодого віку (середній вік 22,4 роки). Основна мета реєстрації в соціальній мережі знайомств – бажання піти на побачення з чоловіком. При цьому, одружитися та народити дітей хочуть дещо пізніше (не одразу, а коли-небудь у майбутньому). Таким чином, можна інтерпретувати головну мету користувачів даної аудиторії як створення пари та серйозних стосунків («зустрічання»). Однак, важливо зазначити, що в майбутньому такі індивіди передбачають формування саме постсучасної сім'ї (де подружжя – партнери).

Другий кластер «Новітні стосунки» наповнюють користувачі, котрі орієнтуються на новітні форми сімейних відносин (гомосексуальні, відкриті стосунки, гостьовий шлюб, шлюб за розрахунком). Дану аудиторію складають як чоловіки, так і жінки (приблизно порівну) наймолодшого віку (частка групи 18-21 рік найбільша серед утворених кластерів). Близько половини користувачів прагнуть просто поспілкуватися в мережі. Однак, як уже було сказано вище, мета – спілкування – може містити приховані бажання, котрі індивіди схильні розкривати лише під час особистого спілкування (про що опосередковано можна дізнатися під час аналізу самопрезентацій).

Третій кластер «Традиційна родина зі схильністю до матріархату» складається з користувачів старшого віку (середній вік майже 25 років), при чому в даній аудиторії суттєво більше чоловіків, порівняно з іншими. В цілому, аудиторія відрізняється прагнення до формування класичної

патріархальної родини, однак, цікавою є схильність до матріархального ладу (жінка не приймає ключові рішення в родині, однак повинна піклуватися про чоловіка, вирішувати проблемні ситуації, «жаліти» чоловіка і т. д.). Таким чином, кластерний аналіз дозволив виокремити групи користувачів за спільними аспектами схильностей до утворення родин певного типу, котрі не були очевидними при аналізі безпосередньо самопрезентацій та різноманітних розподілів. Усі типи сімейних відносин пов'язані між собою (не існує чистих «ідеальних» типів, практично всі так чи інакше формують групи).

Висновок до розділу 3

Отже, для проведення контент-аналізу самопрезентацій профілів користувачів соціальної мережі знайомств було виконано декілька кроків. На першому етапі сформовано програму дослідження, котра містить основні елементи, на яких базується аналіз (мета, предмет, об'єкт, завдання та гіпотези дослідження, виокремлено актуальність вивчення саме такої тематики). Окрім цього, методичний розділ програми містить інформацію щодо генеральної сукупності та вибірки дослідження, кодифікатор (котрий було сформовано пошуковим шляхом), а також надано методичні рекомендації щодо проведення дослідження. Теоретичною основою аналізу стала класифікація типів родин дослідника Голода (котрий виокремлювали патріархальну, матріархальну та постсучасну сім'ї), а також власні доповнення до класифікації, виокремлені пошуковим шляхом під час опрацювання первинних даних та аналізу матеріалів з теми.

На другому кроці було здійснено емпіричний контент-аналіз профілів користувачів соціальної мережі знайомств Badoo. Для опрацювання було вивантажено близько 10 тисяч профілів, однак відібрано для безпосереднього аналізу 980 сторінок (530 сторінок жінок та 450 – чоловіків), адже профілі повинні були відповідати заданим параметрам (бути локалізованими в Україні та містити опис індивідом себе не менше за 100 знаків). Щодо результатів аналізу, пошуковим шляхом було виокремлено 8 категорій сімейних відносин, серед яких 2 не стосуються безпосередньо створення сім'ї (а відповідають скоріше за пре-стадію формування родини: спілкування, знайомство, прогулянки), тому даних 2 категорії не брали участі в детальному аналізі. Серед інших 6 категорій виокремлено такі, що свідчать про схильність індивідів до створення: 1) традиційної патріархальної родини (найбільша частка серед усіх типів); 2) «серйозних стосунків» (своєрідний маркер стереотипізованих відносин між чоловіком та жінкою на дошлюбному етапі); 3) новітніх форм сімейних стосунків (гомосексуальна родина, вільні

відносини, полігамні стосунки і т. д.); 4) постсучасної сім'ї (орієнтованої на подружжя); 5) матріархальної родини (визнання материнської влади); 6) феміністичний погляд на сім'ю (не передбачає утворення родини та не входить до класичних класифікацій типів родин; аудиторія жінок, котрі висловлюють закритість до стосунків з чоловіками). При цьому, найбільше показників (27) було виявлено саме для класичної патріархальної родини, найменше – для новітніх сімейних відносин (15) та матріархальної родини (9). Отже, підтверджено гіпотезу про те, що відкрито користувачі демонструють схильність до утворення класичної родини: патріархальної через загальну прийнятність, і, відповідно найменше відкрито демонструють бажання утворити новітні родини: гомосексуальну, полігамну, вільні відносини і т. д. через неприйняття суспільством (відповідно характерні таким типам родин риси приховуються і не подаються відкрито). Разом з цим, підтверджено і другу гіпотезу, про те, що найбільш поширеним є патріархальний тип сімейних відносин (до якого найчастіше прагнуть індивіди).

Серед основних результатів аналізу виокремлених схильностей індивідів до утворення різних типів родин: індивіди схильні транслювати більше, ніж один тип сімейних відносин (в середньому два-три). Крос-аналіз сконструйованих типів родин та кластерний аналіз дозволяють підтвердити гіпотезу про те, що типи сімейних відносин пов'язані між собою (не існує чистих «ідеальних» типів, практично всі так чи інакше формують групи). Якщо говорити про відмінності за статтю та віком, як чоловіки, так і жінки практично однаково розглядають для себе формування традиційної родини (де голова – чоловік), при чому схильність до відносин такого типу зростає прямопропорційно віку користувачів. З іншого боку, якщо говорити про новітні відносини, схильність до них практично не відрізняється серед чоловіків та жінок, тому гіпотезу про схильність більшою мірою жінок до нетрадиційних сімейних стосунків спростовано.

Разом з цим, прослідковується поступовий спад частки кардинально налаштованих на «незвичні» новітні стосунки індивідів зі зростанням віку, а

прагнення утворити рівноправний шлюб, де кожен з подружжя є партнером, прослідковується якраз-таки серед аудиторії старше 26 років. Що стосується схильності до утворення матріархальних сімей, її демонструють більше саме чоловіки різного віку (бажання бути під опікою жінки). При цьому, як виявилось, Центр, Схід та Південь України є більш консервативними: близько половини користувачів прагнуть створити традиційні родини, де головує чоловік, а жінка виховує дітей. З іншого боку, користувачі в Києві та Львові більшою мірою орієнтуються на постсучасну сім'ю та відносини нового формату. Таким чином, підтверджено гіпотези про те, що схильність до формування традиційних родин зростає з віком користувача та змінюється залежно від території проживання.

В цілому, отримані результати є новим напрямком серед наукових робіт (саме щодо аналізу самопрезентацій в соціальних мережах на предмет виявлення схильностей до утворення сімейних стосунків певного типу). В подальших дослідженнях, варто звернути увагу на відмінності у схильності індивідів до створення родин з плином часу, прослідкувати відмінності між різними соціальними мережами.

ВИСНОВКИ

В межах проведеного комплексного теоретично-емпіричного дослідження в рамках випускної кваліфікаційної роботи було здійснено спробу конструювання типів сімейних відносин на основі аналізу самопрезентацій індивідів в соціальних мережах. Задля досягнення мети, в першу чергу, здійснено теоретичну інтерпретацію поняття «сімейні відносини» (це відносини, засновані на кровних, родинних або ж подружніх взаємозв'язках, тобто на багатосторонніх стосунках між батьками та дітьми, чоловіком та дружиною, братами/сестрами чи іншими родичами, котрі мають спільне домогосподарство та проживають на спільній території); визначено основні типології сімейної структури та розглянуто тенденції, що прослідковуються сьогодні в українському інституті сім'ї. Проаналізовані типології базуються на різноманітних критеріях: типі відносин між членами сім'ї (традиційна, сучасна, постсучасна сім'ї); владі в родині (патріархальна, матріархальна); особливостях проживання (нуклеарна, розширена, а також неолокальна, патрилокальна та матрилокальна); залежно від кількості дітей (бездітна, малодітна, багатодітна); залежно від побудови кар'єри (однокар'єрна, двокар'єрна). Окрім цього, виокремлено новітні форми сімейних відносин: гомосексуальний шлюб, співмешкання, гостьовий шлюб, шведська родина. В цілому, в сьогоденній Україні прослідковується тренд на поступовий відхід від традиційної патріархальної сім'ї (хоча на даний час даний тип родини все ще є найбільш поширеним). Окрім цього, родинні стосунки індивідуалізуються, перестають бути надбанням всього роду, котрий контролює участь молодого подружжя. Сьогодні ні держава, ні церква, ні спільнота вже не контролюють перебіг сімейних відносин. Все вищезазначені аспекти означають, що вивчати та прогнозувати стан сімейних відносин в Україні досить складно, адже на них чинять вплив протидіючі фактори, де вплив західноєвропейських тенденцій стикається з традиціоналізмом.

Окрім цього, визначено основі парадигми вивчення сімейних відносин (модернізаційна та кризова) та описано сучасні дослідження сімейних відносин в Україні. В цілому, не можна заперечувати той факт, що інститут сім'ї сьогодні зазнає змін. Позиції вчених з цього приводу кардинально відрізняються: одні (Антонов, Медков, Борисов, Синельников) наполягають на кризовому стані сімейних відносин і їхньому ймовірному зникненню як таких; інші (Долговий, Кукс, Любимова, Харчев, Архангельський) – говорять про «вічність» такого інституту як сім'я, який не може бути знищеним, а про актуальні зміни говорять як про процес адаптації до умов сьогоденного часу. В рамках безпосереднього дослідження було вирішено притримуватися саме модернізаційної парадигми. Також окреслені особливості застосування методу контент-аналізу до вивчення категорії сім'я та розглянуто дослідження, вже проведені в цьому напрямку. Окрім цього, визначені перспективи дослідження впливу віртуального світу на сучасні сімейні відносини: віртуальний простір поступово починає «вклинюватися» та змінювати повсякдення в цілому та інститут сім'ї зокрема. Цей процес відбувається шляхом перерозподілу пріоритетів та часу, виділеного на знайомство та кроку до створення сім'ї. Однак, на жаль, в Україні відсутні масштабні дослідження цього питання (саме вивчення впливу соціальних мереж на подальше утворення родини), тому актуально вивчати його саме зараз.

Насамкінець, здійснено емпіричне контент-аналітичне дослідження, котре полягало в ідентифікації показників сімейних відносин, що транслують індивіди в межах самопрезентації в соціальних мережах та конструюванню на основі цих показників типів сімейних відносин, визначення ключових їхніх особливостей та відмінностей між ними. На першому етапі сформовано програму емпіричного соціологічного дослідження з вивчення самопрезентацій акторів у соціальних мережах (окреслено методологію, інструмент, гіпотези, вибіркочу сукупність). Теоретичним підґрунтям дослідження стала типологія родин відомого дослідника в царині соціології

сім'ї – Сергія Голода, котрий виокремлює патріархальну, матріархальну, сучасну, постсучасну родини, а також окреслює основні показники, що притаманні кожному конкретному типу. На другому етапі здійснено безпосередньо дослідження, протягом якого проаналізовано 980 профілів користувачів соціальної мережі Vadoo.com на предмет виявлення схильностей до утворення різних типів сімейних відносин. В результаті аналізу виокремлено такі основні характеристики аудиторії: 54% становлять жінки, 46% – чоловіки. Половина вибіркової сукупності (53%) – особи молодого віку (18-21 рік). Третина аудиторії (34%) проживає в місті Київ, трохи більше половини (53%) – мешкають самотійно. Основна мета реєстрації в соціальній мережі для 78% аудиторії – бажання знайти пару та піти на побачення. Серед усіх користувачів, 95% – не перебувають у відносинах, а 81% – прагнуть знайти партнера протилежної статі. Практично всі власники сторінок (92%) хотіли б мати дітей в майбутньому. На основі виявлення схильностей до сімейних відносин серед користувачів, було сконструйовано типологію родин: категорії сформовано на основі типології Голода за ключовими показниками (котрі виділяє дослідник), а вже безпосередньо показники відповідають конкретним маркерам у тексті самопрезентації (словесні маркери, які вказують на показники певного типу родини, було сформовано класичним пошуковим шляхом в межах контент-аналізу – маркер відповідає конкретному показнику). Серед сконструйованих категорій: традиційна патріархальна родина (найбільша частка серед усіх типів); «серйозні стосунки» (маркер стереотипізованих відносин між чоловіком та жінкою на дошлюбному етапі); новітні форми сімейних стосунків (гомосексуальна родина, вільні відносини, полігамні стосунки і т. д.); постсучасна сім'я (орієнтована на подружжя); матріархальна родина (визнання материнської влади); феміністичний погляд на сім'ю (не входить до класичних класифікацій типів родин; аудиторія жінок, котрі висловлюють закритість до стосунків з чоловіками). Окрім цього, сформовано ще дві категорії, які не стосуються безпосередньо створення сім'ї (а відповідають скоріше за пре-стадію формування родини: спілкування,

знайомство, прогулянки). В рамках кожної категорії описано її особливості, визначено характерні риси, прослідковано залежність між схильністю до утворення родини певного типу та соціально-демографічними характеристиками і закритими полями в мережі. У підсумку, за допомогою статистичних методів, пакетів програм Microsoft Office та SPSS було сформульовано такі висновки: рівною мірою представники обох статей розглядають для себе формування традиційної родини (де голова – чоловік), при чому схильність до відносин такого типу зростає прямопропорційно віку користувачів. Що стосується новітніх форм сімейних відносин та постсучасних сімей, такі типи родин хотіли б утворити аналогічно представники обох статей практично рівною мірою, проте, зі зростанням віку, спадає частка орієнтованих на новітні стосунки користувачів, а прагнення утворити рівноправний шлюб, навпаки, зростає у старшій аудиторії. Цікавий висновком стало те, що схильність до утворення матріархальних сімей демонструють саме чоловіки різного віку. При цьому, як виявилось, користувачі в Києві та Львові більшою мірою орієнтуються на постсучасну сім'ю та відносини нового формату, а Центр, Схід та Південь України є більш консервативними: близько половини користувачів прагнуть створити традиційні родини, де головує чоловік, а жінка виховує дітей.

Висновки та результати проведеного комплексного теоретично-емпіричного дослідження можуть бути застосовані в майбутньому в декількох напрямках: для розробки стратегій підтримки інституту сім'ї державою; при глибинному вивченні схильностей індивідів до створення сімей (при чому не лише у віртуальному просторі, а й в реальному житті) – досить цікавою темою для подальшого вивчення може стати порівняння даних схильностей із реальним формуванням родини індивідами, що може бути виконано протягом тривалого лонгітюдного дослідження однієї групи осіб. При чому, цікаво було б прослідкувати чи підтверджується бажання до створення певного типу родини із реальним типом її формування (чи все ж таки, коли справа доходить до узаконення, індивіди схиляються до традиційного шлюбу).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абитов И. Р. ОСОБЕННОСТИ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ [Электронный ресурс] / И. Р. Абитов, И. И. Бабаева. – 2017. – Режим доступа до ресурсу: https://dspace.kpfu.ru/xmlui/bitstream/handle/net/104399/Statya_Abitova_i_Babaevoj.pdf?sequence=-1
2. Авдеева Е. В. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ СОВРЕМЕННОЙ СЕМЬИ [Электронный ресурс] / Елена Викторовна Авдеева. – 2010. – Режим доступа до ресурсу: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodologicheskie-problemy-issledovaniya-sovremennoy-semi>.
3. Антонов А. И. Микросоциология семьи (методология исследования структур и процессов) / Анатолий Иванович Антонов. – Москва: Институт "Открытое общество". Издательский дом "Nota Bene", 1998. – 360 с.
4. Белянин В. П. Психология знакомства в Интернете и в жизни: Инструкция к применению / В. П. Белянин. – Москва: Ридеро, 2017. – 362 с.
5. Вараксин А. В. ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТИРОВ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ [Электронный ресурс] / Александр Владимирович Вараксин. – 2016. – Режим доступа до ресурсу: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-sotsialnyh-setey-na-formirovanie-tsennostnyh-orientirov-sovremennoy-molodezhi>.
6. Верещагина А. В. Типологическая характеристика семьи в современном обществе [Электронный ресурс] / А. В. Верещагина. – 2012. – Режим доступа до ресурсу: <https://cyberleninka.ru/article/n/tipologicheskaya-harakteristika-semi-v-sovremennom-rossijskom-obschestve/viewer>.
7. Голод С. И. Состояние и перспективы развития семьи. Теоретико-типологический анализ / С. И. Голод, А. А. Клецин. – Санкт-Петербург, 1994.
8. Голод С. И. СОЦИОЛОГО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ЭВОЛЮЦИИ СЕМЬИ [Электронный ресурс] / Сергей

- Исаевич Голод. – 2008. – Режим доступа до ресурсу: <http://ecsocman.hse.ru/data/888/626/1219/golod.pdf>.
9. Данько Ю. А. СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ФОРМА СУЧАСНОЇ КОМУНІКАЦІЇ: ПЛЮСИ І МІНУСИ [Електронний ресурс] / Ю. А. Данько. – 2012. – Режим доступа до ресурсу: <http://journals.hnpu.edu.ua/ojs/polisoc/article/view/2399/2670>.
10. Дворецька Г. В. Соціологія / Галина Власівна Дворецька. – Київ: Київський національний економічний ун-т, 2001. – 340 с.
11. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
12. Дружинин Н. В. Психологические типы семьи в европейской культуре / Н. В. Дружинин. – Москва, 1996.
13. Добренев В. И. Социология / В. И. Добренев, А. И. Кравченко. – Москва: ИНФРА-М, 2001. – 624 с. – (Высшее образование: Бакалавриат).
14. Долбик-Воробей Т. А. Социально-экономические аспекты развития студенческой семьи : дис. канд. эк. наук : 08.00.05 / Долбик-Воробей Татьяна Александровна, 2003. – 146 с.
15. Дорошкевич А. С. СТРАТЕГІЇ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ У ПОВСЯКДЕННОСТІ [Електронний ресурс] / А. С. Дорошкевич. – 2013. – Режим доступа до ресурсу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&Z21ID=&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Vnyua_2013_5_29.pdf.
16. Знакомства реальные и виртуальные [Електронний ресурс] // Research&Branding Group. – 2018. – Режим доступа до ресурсу: <http://rb.com.ua/blog/znakomstva-realnye-i-virtualnye/>.
17. Климова С. В. Анализ отношений юных женщин с мужчинами среднего возраста [Електронний ресурс] / Светлана Владимировна Климова //

Социологические исследования. – 2002. – Режим доступа до ресурсу:
<http://ecsocman.hse.ru/socis/msg/16870505.html>.

18. Колодяжна А. В. Самопрезентація як створення зовнішнього іміджу [Електронний ресурс] / А. В. Колодяжна. – 2015. – Режим доступа до ресурсу:
<http://er.knutd.com.ua/bitstream/123456789/1017/1/%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%8F.pdf>.

19. Кон И. С. Любовь небесного цвета / И. С. Кон., 2001. – 384 с.

20. Костенко Н. Досвід контент-аналізу. Моделі та практики. / Н. Костенко, В. Иванов // § 2. Історія розвитку методу контент-аналізу / Н. Костенко, В. Иванов. – Київ: Центр вільної преси, 2003.

21. Кузьмук О. М. КРИЗОВА СІМ'Я ЯК ПРИКЛАД СОЦІАЛЬНО ВРАЗЛИВОЇ КАТЕГОРІЇ НАСЕЛЕННЯ: СОЦІОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ФЕНОМЕНУ / О. М. Кузьмук. // Нова парадигма. – 2015. – №126. – С. 208–217.

22. Кургузов А. О. СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПРОЦЕСУ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ САМОІДЕНТИФІКАЦІЇ ОСОБИ [Електронний ресурс] / А. О. Кургузов. – 2017. – Режим доступа до ресурсу:
<http://vestnikzgia.com.ua/article/view/110908>.

23. Лапенюк М. В. ИДЕНТИФИКАЦИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ В РАЗЛИЧНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ ПО СРЕДСТВАМ АНАЛИЗА СОЦИАЛЬНЫХ СВЯЗЕЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ И АТРИБУТОВ ПРОФИЛЯ [Електронний ресурс] / Марина Владимировна Лапенюк. – 2016. – Режим доступа до ресурсу:
<https://cyberleninka.ru/article/n/identifikatsiya-polzovatelya-v-razlichnyh-sotsialnyh-setyah-po-sredstvam-analiza-sotsialnyh-svyazey-polzovatelya-i-atributov-profilya>.

24. Лотова И. П. СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ИЗУЧЕНИЮ СЕМЕЙНЫХ ЦЕННОСТЕЙ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ [Електронний ресурс] / Ирина Петровна Лотова. – 2015. – Режим доступа до

ресурсу: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistemnyy-podhod-k-izucheniyu-semeynyh-tsennostey-v-sovremennom-rossiyskom-obschestve>.

25. Лукашевич М. П. Соціологія сім'ї / Микола Павлович Лукашевич. – Київ: Знання, 2013. – 223 с.

26. Ляшенко Р. О. ФЕНОМЕН САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ В КОНТЕКСТІ САМОАКТУАЛІЗАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ [Електронний ресурс] / Ростислав Олександрович Ляшенко. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://ped-ejournal.cdu.edu.ua/article/view/1467>.

27. Масионис Д. Социология / Джон Масионис. – Москва: Питер, 2004. – 752 с.

28. Мацковский М. С. Социология семьи: проблемы теории, методологии и методики / Михаил Семенович Мацковский. – Москва: Наука, 1989. – 116 с.

29. Оврашко О. С. Проблеми розвитку молоді сім'ї в Україні [Електронний ресурс] / О. С. Оврашко, С. П. Римар // Наукові записки КНТУ. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/4862/1/№11_1_2011-229-232.pdf.

30. Пикулева О. А. КЛАССИФИКАЦИИ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ ЛИЧНОСТИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ И ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ [Електронний ресурс] / Оксана Анатольевна Пикулева // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <https://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsii-samoprezentatsii-lichnosti-teoreticheskie-osnovaniya-i-problemnye-aspekty>.

31. Пикулева О. А. САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ ЛИЧНОСТИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СЕТИ ИНТЕРНЕТ [Електронний ресурс] / Оксана Анатольевна Пикулева // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <https://cyberleninka.ru/article/n/samoprezentatsiya-lichnosti-polzovateley-seti-internet>.

32. Понеділок А. І. Українська сім'я: проблеми і можливі шляхи їх розв'язання / А. І. Понеділок // Духовна культура України перед викликами часу : тези доп. учасників II Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Харків, 16 квіт. 2019 р.). – Харків, 2019. – С. 87–90.
33. Потапчук Т. До розгляду сутності феномену "сім'я" / Тетяна Потапчук. // Вища школа : науково-практичне видання. – 2018. – №9. – С. 68–75.
34. Проневская И. В. ФАМИЛИСТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: КОЛИЧЕСТВЕННЫЙ И КАЧЕСТВЕННЫЙ ПОДХОДЫ [Електронний ресурс] / И. В. Проневская // ВЕСТН. МОСК. УН-ТА. СЕР. 18. СОЦИОЛОГИЯ И ПОЛИТОЛОГИЯ. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.socio.msu.ru/vestnik/archive/text/2010/4/11.pdf>.
35. Слюсар Л. І. СІМ'Я В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ: ІНСТИТУЦІЙНА КРИЗА ЧИ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНА ТРАНСФОРМАЦІЯ? [Електронний ресурс] / Л. І. Слюсар // ДЕМОГРАФІЧНІ ПРОЦЕСИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ. – 2007. – Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/11686/03-Slusar.pdf?sequence=1>.
36. Соловьева Л. А. КОНТЕНТ-АНАЛИЗ КАТЕГОРИИ "СЕМЬЯ" В СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ / Л. А. Соловьева. // ДОСТИЖЕНИЯ ВУЗОВСКОЙ НАУКИ. – 2014. – №9. – С. 93–98.
37. Сушко В. А. ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ СЕТЕВОГО АНАЛИЗА [Електронний ресурс] / Валентина Афанасьевна Сушко. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: http://jourssa.ru/sites/all/files/volumes/2018_1/Sushko_2018_1.pdf.
38. Хомяк М. Я. АНАЛИЗ СУЧАСНИХ ПРОБЛЕМ СІМ'Ї ТА НАРОДЖУВАНOSTІ В УКРАЇНІ / М. Я. Хомяк. // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. – 2013. – №58. – С. 161–169.
39. Циховська Е. Д. Самопрезентація у соціальних мережах: акаунт у Facebook як інструмент створення іміджу [Електронний ресурс] / Е. Д. Циховська // Вісник Дніпропетровського університету. Вип. 17 Серія

- «Соціальні комунікації». – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/31696/1/118-242-1-SM.pdf>.
40. Цінові гойдалки: підсумки ринку нерухомості 2019 [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://new.minfin.com.ua/ua/olx-itogi-rynka-nedvijimosti-2019>.
41. Черняк Е. Д. САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ ЛИЧНОСТИ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ [Електронний ресурс] / Е. Д. Черняк, Л. И. Станиславчик. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <https://nauchforum.ru/studconf/gum/xiii/3764>.
42. Юрьева Е. А. Влияние социальных сетей на социализацию и систему ценностных ориентаций старших школьников [Електронний ресурс] / Елена Александровна Юрьева. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-sotsialnyh-setey-na-sotsializatsiyu-i-sistemu-tsennostnyh-orientatsiy-starshih-shkolnikov/viewer>.
43. Anderson M. The Virtues and Downsides of Online Dating [Електронний ресурс] / М. Anderson, E. Vogels, E. Turner // Internet & Technology. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.pewresearch.org/internet/2020/02/06/the-virtues-and-downsides-of-online-dating/>.
44. Badoo.com [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://badoo.com/uk/>.
45. Brown B. B. Online Self-Presentation on Facebook and Self Development During the College Transition [Електронний ресурс] / Bradford B. Brown. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://website.education.wisc.edu/prsg/wp-content/uploads/2017/09/Yang-Brown-2016-Online-self-presentation.pdf>.
46. D.A. de Vries. Social media and online self-presentation: Effects on how we see ourselves and our bodies [Електронний ресурс] / D.A. de Vries // Amsterdam School of Communication Research (ASCoR). – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <https://hdl.handle.net/11245/1.418282>.
47. Duncan B. From Real World to Real Families: A Content Analysis on Parent Representation in Reality Television [Електронний ресурс] / Britt Duncan. – 2015.

- Режим доступу до ресурсу:
https://wescholar.wesleyan.edu/etd_hon_theses/1414/.
48. Edgell P. Religion and Family in a Changing Society / Penny Edgell. – Princeton: Princeton University Press, 2013. – 232 с.
49. Gillies V. Brave New Brains: Sociology, Family and the Politics of Knowledge [Электронний ресурс] / V. Gillies, R. Edwards, N. Horsley // The Sociological Review. – 2016. – Режим доступу до ресурсу:
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/1467-954X.12374>.
50. Gillies V. Secondary Analysis in Exploring Family and Social Change: Addressing the Issue of Context [Электронний ресурс] / V. Gillies, R. Edwards. – 2005. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/500/1076>.
51. Gorell Barnes G. Working With Families / Gill Gorell Barnes. – UK: Macmillan Education, 1984. – 144 с.
52. Jones E. E. Toward a general theory of strategic self-presentation [Электронний ресурс] / E. E. Jones, T. S. Pittman. – 1982. – Режим доступу до ресурсу:
https://www.researchgate.net/publication/248124372_Toward_a_general_theory_of_strategic_self-presentation.
53. Mazur E. Identity and self-presentation on social networking web sites: A comparison of online profiles of Chinese and American emerging adults. [Электронний ресурс] / E. Mazur, Y. Li. – 2016. – Режим доступу до ресурсу:
<http://psycnet.apa.org/record/2014-33477-001>.
54. Online Dating: A Critical Analysis From the Perspective of Psychological Science [Электронний ресурс] / [E. Finkel, P. Eastwick, B. Karney та ін.]. – 2012. – Режим доступу до ресурсу:
https://www3.nd.edu/~ghaeffel/OnlineDating_Aron.pdf.
55. Smith A. Online Dating & Relationships [Электронний ресурс] / A. Smith, M. Duggan // Internet & Technology. – 2013. – Режим доступу до ресурсу:
<https://www.pewresearch.org/internet/2013/10/21/online-dating-relationships/>.

56. The European Social Survey [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://www.europeansocialsurvey.org>.
57. Toffler A. Future Shock / Alvin Toffler., 1984. – 576 с.
58. Turkle S. Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet / S. Turkle. – New York: Simon & Schuster, 1995. – 352 p.
59. What Is Badoo.Com? [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <http://www.alexa.com/siteinfo/badoo.com>.
60. Wittner J. Qualitative methods in family research [Электронный ресурс] / Judith Wittner // Qualitative Sociology. – 1994. – Режим доступа до ресурсу: <https://link.springer.com/article/10.1007/BF02422262>.
61. WordItOut [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://worditout.com>.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А. Кодифікатор контент-аналізу

КОДУВАННЯ ЗАКРИТИХ ПОЛІВ МЕРЕЖІ (З НАЯВНИМИ ВАРІАНТАМИ ВІДПОВІДІ)		
КАТЕГОРІЯ	ІНДИКАТОР	КОД
Відносини	Я зайнятий/зайнята	1
	Я вільний/вільна	2
	Все складно	3
Орієнтація	Я гетеро	1
	Я бі	2
	Я лесбійка/я гей	3
	Я готовий/-а до експериментів у відносинах	4
Проживання (з ким?)	Один/одна	1
	З батьками	2
	В гуртожитку	3
	З сусідами	4
	З другою половинкою	5
Бажання мати дітей	Коли-небудь	1
	Вже є діти	2
	Діти вже дорослі	3
	Проти дітей/ніколи не хочуть мати	4
Ставлення до паління	Категорично проти паління	1
	Не палю	2
	Палю за компанію	3
	Палю час від часу	4
	Завзятий курець	5
Ставлення до алкоголю	Категорично проти алкоголю	1
	Не п'ю	2

	Випиваю в компанії	3
	Вживаю багато алкоголю	4
Мета реєстрації в мережі	Хочу піти на побачення з жінкою	1
	Хочу піти на побачення з чоловіком	2
	Хочу піти на побачення з ким-небудь	3
	Хочу знайти нових друзів	4
	Хочу спілкуватися	5
КОДУВАННЯ САМОПРЕЗЕНТАЦІЙ (ВІДКРИТЕ ПОЛЕ) - ТРАНСЛЮВАННЯ ТИПІВ РОДИН		
КАТЕГОРІЯ	ІНДИКАТОР	КОД
Серйозні стосунки	Бажання мати серйозні стосунки	100
Інша мета в мережі	Бажання знайти друзів/нові знайомства	1000
	Бажання просто поспілкуватися	1001
Пре-стадія створення сім'ї (знайомство, прогулянки)	Бажання погуляти (сходити в кіно, на прогулянку, випити кави)	1
	Бажання випити алкоголь	2
	Бажання проводити час удвох	3
	Бажання піти на побачення	5
Традиційна сім'я (патріархальна - владу повністю бере на себе чоловік, батько)	Визнання влади чоловіка (жінка висловлює готовність підкорятися чоловіку)	200
	Пошук "класичної" жінки (гарної, розумної та щоб вмiла варити борщ)	201
	Очікування першого кроку від чоловіка	202
	Зневажливе ставлення до жіночої думки	203
	Відраза до показної сексуальності (голі груди, стегна, статеві органи)	204
	Бажання мати вдома "надійний тил" (коли хочеться повертатися додому)	205
	Бажання створити сім'ю (вийти заміж/одружитися, народити дітей)	206
	Бажання мати за чоловіка/дружину лише представника своєї національності	207
	Сім'я в житті на першому місці	208
	Бажання забезпечувати жінку, оберігати, піклуватися	209
	Бажання жінки, щоб чоловік її добивався	210
	Острах перед батьками жінки/чоловіка, бажання їм сподобатися	211
	Відраза до несерйозних/виключно сексуальних стосунків	212
	Пошук "класичного" чоловіка (багатого, сильного, розумного, з гумором)	213

	Прагнення жінки показати свої "соціально бажані" якості (вміє готувати, не говорить багато, не "виносить мозок")	214
	Прагнення чоловіка показати свої "соціально бажані" якості (молодий, перспективний, вміє заробляти гроші, поважати жінку, тримає обіцянки, не зраджує, не розкидає шкарпетки)	215
	Небажання бути спонсором без серйозних відносин та взаємності	216
	Надають перевагу реальним зустрічам, а не віртуальному спілкуванню	217
	Чоловік позиціонує себе як сильний, різкий, нахабний, говорить про те, що він буде головним у відносинах	218
	Наголос чоловіка на матеріальному достатку (квартира, машина), наявності роботи, здатності забезпечити сім'ю	219
	Пошук людини, яка б стала доповненням, "другою половиною", відчуття неповноцінності без партнера	221
	Жінка прагне бути під опікою чоловіка (матеріальною та психологічною = чоловік вирішує всі проблеми)	222
	Пошук незайманої жінки	223
	Врода - ключовий параметр вибору партнера	224
	Пошук "адекватної" жінки без "дивацтв" типу фемінізму, відмови від дітей, надмірних понтів і т. д.	225
	Пошук "адекватного" чоловіка без надмірних понтів, показної грубості, наголосу на кількості сексуальних партнерш і т. д.	226
Матріархальна родина (материнська влада, мати – найвищий авторитет)	Визнання влади жінки (чоловік висловлює готовність підкорятися жінці)	300
	Очікування першого кроку від жінки	301
	Небажання платити за жінку та заробляти на двох	302
	Показна недоступність чоловіка (він хоче, щоб його добивалися)	303
	Жінка сама акцентує на тому, що робить перший крок	304
	Жінка точно знає, чого хоче від життя та шукає чоловіка, який підходить під її параметри	305
	Бажання чоловіка, щоб жінка його добивалася	306
	Пошук жінки-"матусі", яка буде любити, оберігати, годувати	307
	Прагнення жінки бути головною в родині, керувати чоловіком	308
Постсучасна сім'я (в центрі уваги взаємодія між подружжям, їхні відносини між собою)	Пошук людини, що має активну життєву позицію, любить досягати мети, знає чого хоче в житті	400
	Відкрита розповідь про власні недоліки	401
	Впевненість в тому, що гроші мають приносити як чоловік, так і жінка	402
	Відраза до стереотипного мислення	403
	Прийняття людини такою, якою вона є/небажання здаватися ідеальними	404
	Прагнення дізнатися внутрішній світ один одного	405
	Цінність справжніх почуттів, а не "показухи"	406
	Бажання мати стосунки, де партнери насолоджуються один одним	407

	Відмова від народження дітей занадто рано, відкладання народження на більш пізній термін	408
	Думка про стосунки як про партнерство (і без стосунків людина є повноцінною, а відносини допоможуть розкритися обом краще)	409
	Бажання знайти освіченого, самодостатнього, впевненого в собі партнера	410
	Не поспішають з шлюбом, адже вважають це серйозним кроком	411
	Пошук людини зі схожими інтересами, щоб дивитися "в одному напрямку"	412
	Не звертають увагу на попередні стосунки чи події в житті партнера (колишні сексуальні стосунки, кількість партнерів і т. д.)	413
	Пошук відкритої людини, легкої в спілкуванні, без стереотипів та "загонів"	414
	Шлюб - не сидіння вдома і приготування борщу, а продовження активного життя, коли жінка нарівні з чоловіком досягає того, чого хоче	415
Новітні форми шлюбних відносин (гомосексуальний, відкритий, гостьовий шлюби і т. д.)	Розчарування в коханні та сімейних відносинах	500
	Небажання мати серйозні стосунки	501
	Очікування стосунків без зобов'язань	502
	Пошук людини, з якою можна просто добре провести час (випити)	503
	Життя "сьогоднішнім днем" без планів на майбутнє, бажання отримати насолоду тут і зараз	505
	Пошук партнера для сексуальних стосунків	506
	Пошук ЛГБТ-партнера	507
	Пошук "татуся" для матеріального забезпечення	508
	Бажання бути "татусем", пошук жінки на утримання (сексуальні стосунки за регулярну матеріальну винагороду)	509
	Пошук людини як товару на сайті (з конкретними параметрами, зріст такий-то, вага така-то)/позиціонування себе як товару (опис параметрів)	510
	Визнання полігамності, нерозуміння прив'язаності лише до одного партнера	513
	Пошук коханки/коханця	514
	Пошук експериментальних стосунків (декілька партнерів, гостьовий шлюб, стосунки лише на вихідні чи певний період)	515
	Пошук сексуальних стосунків для підтримки здоров'я	516
Бажання мати стосунки за розрахунком (не за покликом серця, а вигідні для партнерів)	518	
Феміністичний погляд на сім'ю	Відраза/ненависть до компліментів	700
	Зневажливі вирази щодо чоловіків (вони лише для того, щоб народжувати дітей; хочуть лише сексу; всі чоловіки - сволоти і т. д.)	701
	Наголос на небажанні вийти заміж та народити дітей	702
	Жінка позиціонує себе як стервозна дама, котрій чоловіки не по зубам	703

	Вираження розчарування в чоловіках	704
	Наголос на тому, що жінка сама в змозі заробити собі на все необхідне	705
	Відраза до намагань залицятися з використанням дорогих подарунків	706
	Закритість до стосунків з чоловіками	707

Інструкція кодувальнику:

- 1) відмітьте порядковий номер аналізованого профілю у шапці кодувальної матриці;
- 2) для кожного профілю користувача оберіть категорії, які найбільшою мірою відповідають представленим категоріям у кодифікаторі (це можуть бути слова, фрази, цілі речення);
- 3) для обраної категорії визначте одиницю аналізу, яка, на Вашу думку, репрезентує аналізований текст;
- 4) відмітьте позначкою з відповідним номером у клітинці на перетині рядка із номером аналізованого профілю та стовпчика, що стосується характеристик сімейних відносин певного типу;
- 5) якщо зустрічається кілька характеристик різних характеристик, відмітьте всі варіанти, які підходять;
- 6) відмітьте всі категорії аналізу, які Ви розпізнали у аналізованому тексті (за принципом пунктів 4 та 5);
- 7) обрані Вами індикатори мають чітко та логічно відповідати аналізованому тексту.

ДОДАТОК Б. Відмінності між типами сімейних відносин залежно від показників сторінки

		Традиційна сім'я	Новітні форми шлюбних відносин	Серйозні стосунки	Постсучасна сім'я	Матріархальна родина	Феміністичний погляд на сім'ю
		a	b	c	d	e	f
Мега ресстрації в мережі	Хочу піти на побачення з жінкою	29%	22%	37% ab	33% b	39% b	-
	Хочу піти на побачення з чоловіком	20% e	16%	28% abdef	16%	10%	9%
	Хочу піти на побачення з ким-небудь	-	2%	-	3%	-	-
	Хочу спілкуватися	49%	59% a	33%	47%	51%	91% abcde
Відносини	Я зайнятий/зайнята	1%	3% a	-	3% a	-	-
	Я вільний/вільна	98% b	91%	96%	96%	100% b	97%
	Все складно	2%	6% a	4% a	1%	-	3%
Орієнтація	Я гетеро	86% bf	56%	83% bf	81% bf	89% bf	44%
	Я бі	5%	19% ace	5%	10%	4%	23% ace
	Я лесбійка/я гей	-	11%	-	-	-	10%
	Я готовий/-а до експериментів у відносинах	9%	16% a	13%	10%	8%	23% a
Проживання	Один/одна	52% f	66% adf	58%	47%	41%	25%
	З батьками	28% b	10%	24% b	32% b	34% b	38% b
	В гуртожитку	8%	6%	8%	12%	3%	19% e
	З сусідами	12%	8%	10%	9%	13%	19%

	З другою половинкою	-	12%	-	-	-	-
Бажання мати дітей	Коли-небудь	94%	89%	89%	91%	98%	92%
	Вже є діти	1%	1%	4%	3%	2%	-
	Діти вже дорослі	1%	2%	2%	1%	-	4%
	Проти дітей/ніколи не хочуть мати	-	8%	6%	5%	-	4%
Ставлення до паління	Категорично проти паління	13% b	6%	12%	12%	16% b	3%
	Не палю	55%	51%	55%	68% abef	45%	37%
	Палю за компанію	7%	17% ade	6%	6%	6%	10%
	Палю час від часу	19% d	21% d	22% d	9%	27% d	27% d
	Завзятий курець	6%	5%	5%	6%	6%	23% abde
Ставлення до алкоголю	Категорично проти алкоголю	4%	2%	4%	2%	4%	3%
	Не п'ю	28% b	17%	28% b	30% b	21%	19%
	Випиваю в компанії	67%	72%	67%	68%	75%	71%
	Вживаю багато алкоголю	1%	9% a	2%	-	-	6% a
Вибірка		469	209	226	99	72	38

ДОДАТОК В. Кінцеві центри кластерів

Кінцеві центри кластерів			
	1	2	3
Традиційна сім'я	1,79	0,31	4,25
Новітні форми шлюбних відносин	0,09	4,98	0,00
Серйозні стосунки	2,55	0,37	1,00
Постсучасна сім'я	4,79	0,10	0,51
Матріархальна родина	0,32	0,24	1,98
Феміністичний погляд на сім'ю	0,00	2,25	0,07

ДОДАТОК Г. Відмінності між кластерами залежно від показників сторінки

		Серйозні стосунки з подальшим створенням постсучасної родини	Новітні стосунки	Традиційна родина зі схильністю до матриархату
		a	b	c
Стать	Чоловіки	39%	43%	53% ab
	Жінки	61% c	57% c	47%
Вік	18-21	49% c	64% ac	22%
	22-25	30%	20%	48% ab
	26-30	14%	12% a	21% a
	31+	6%	4%	10% b
Середній вік		22,4	19,2	24,7 ab
Мета реєстрації в мережі	Хочу піти на побачення з жінкою	27%	23%	29% b
	Хочу піти на побачення з чоловіком	25% c	19%	15%
	Хочу піти на побачення з ким-небудь	2%	1%	1%
	Хочу спілкуватися	46%	57% a	53%
Відносини	Я зайнятий/зайнята	2% c	2%	1%
	Я вільний/вільна	93%	93%	98% ab
	Все складно	4%	5% c	2%
Орієнтація	Я гетеро	81% b	67%	89% ab
	Я бі	6%	17% ac	3%
	Я лесбійка/я гей	1%	15% a	-
	Я готовий/-а до експериментів у відносинах	12%	15% c	8%

Проживання	Один/одна	42%	60% a	55% a
	З батьками	38% bc	16%	23%
	В гуртожитку	9%	11%	9%
	З сусідами	12%	12%	13%
	З другою половинкою	-	2%	-
Бажання мати дітей	Коли-небудь	90% b	81%	95% ab
	Вже є діти	2%	1%	2%
	Діти вже дорослі	-	2%	2%
	Проти дітей/ніколи не хочуть мати	7% c	17% ac	2%
Ставлення до паління	Категорично проти паління	12% b	6%	12% b
	Не палю	56%	53%	51%
	Палю за компанію	5%	13% ac	8%
	Палю час від часу	23%	20%	22%
	Завзятий курець	4%	7%	7%
Ставлення до алкоголю	Категорично проти алкоголю	3%	2%	4%
	Не п'ю	26% b	17%	25% b
	Випиваю в компанії	69%	73%	68%
	Вживаю багато алкоголю	2%	8% ac	3%
Вибірка		417	270	293