

ОБЩАЯ ПСИХОЛОГИЯ, ПСИХОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ, ИСТОРИЯ ПСИХОЛОГИИ



УДК 159.99

Оригинальное эмпирическое исследование

<https://doi.org/10.23947/2658-7165-2024-7-3-34-49>



Исследование факторов выбора потенциального партнера женщинами в условиях интернет-знакомств

Анна Н. Андрияха 

Донской государственный технический университет, Российская Федерация, г. Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1

✉ Anna-andryukha@yandex.ru

Аннотация

Введение. Исследование направлено на изучение факторов выбора женщинами партнера в ситуации интернет-знакомств. В период цифровизации многие женщины стремятся расширить свои возможности поиска подходящего партнера за счет использования сервисов онлайн-знакомств. При этом многие женщины испытывают определенные опасения и не знают на что именно обращать внимание при знакомстве, чтобы оно привело к созданию романтических отношений. Впервые рассматривается вопрос о существовании взаимосвязи между факторами выбора партнера и последствиями интернет-знакомств, что обуславливает новизну исследования. Его результаты позволят обозначить наиболее успешные стратегии выбора потенциального партнера, которые приводят к установлению длительных отношений.

Цель. Установление наиболее распространенных среди женщин факторов выбора потенциального партнера в ситуации интернет-знакомств.

Материалы и методы. Для установления особенностей использования женщинами сервисов знакомств применялась переведенная версия анкеты-опросника Лизель Шараби. В качестве методов статистического анализа данных использован биномиальный критерий, точный тест Фишера, критерий сопряженности.

Результаты исследования. В качестве эмпирического объекта исследования выступили женщины в возрасте от 18 до 60 лет ($n = 61$). Установлено, что женщины достаточно избирательны в ситуации выбора потенциальных партнеров в сервисах знакомств. Большинство женщин испытывает опасения в отношении использования сервисов знакомств, которые связаны со страхом не встретить там подходящего партнера. При этом женщины остаются убеждены в эффективности сервисов знакомств и надеются вступить в брак благодаря их использованию. Основным фактором выбора партнера среди женщин является то, как он проявляет себя в переписке. При этом женщины, вступившие в брак в результате интернет-знакомства, учитывали также такой фактор, как внешний вид избранника.

Обсуждение результатов. Полученные данные подтверждаются результатами исследований других авторов. Так избирательность женщин в ситуации интернет-знакомств объясняется увеличением их уверенности в себе, а также желанием демонстрировать себя с «правильной» стороны. При этом опасения женщины представляются вполне обоснованными с тем учетом, что мужчины значительно чаще описывают в анкетах желаемые, а не реальные свои характеристики. Женщины чаще делают выбор на основе особенностей переписки, поскольку большинство важных для отбора критериев раскрывается именно в ходе коммуникации.

Ключевые слова: интернет-знакомства, романтический партнер, романтические отношения, выбор партнера, парадокс выбора

Для цитирования. Андрияха, А. Н. (2024). Исследование факторов выбора потенциального партнера женщинами в условиях интернет-знакомств. *Инновационная наука: психология, педагогика, дефектология*, 7(3), 34–49. <https://doi.org/10.23947/2658-7165-2024-7-3-34-49>

A Study of Factors in Women's Choice of a Potential Partner in the Context of Internet Dating

Anna N. Andryukha 

Don State Technical University, 1, Gagarin Sq., Rostov-on-Don, Russian Federation

✉ Anna-andryukha@yandex.ru

Abstract

Introduction. The study aims to investigate the factors of women's choice of partner in an online dating situation. In the period of digitalization, many women seek to expand their opportunities to find a suitable partner through the use of online dating services. At the same time, many women have certain concerns and do not know what exactly to pay attention to when dating so that it leads to the creation of a romantic relationship. This is the first time that the question of the existence of a relationship between the factors of partner selection and the consequences of online dating is considered, which determines the novelty of the study. Its results will help to identify the most successful strategies for choosing a potential partner that lead to the establishment of long-term relationships.

Objective. To identify the most common factors among women in selecting a potential partner in an Internet dating situation.

Materials and Methods. A translated version of Liesel Sharabi's questionnaire-questionnaire was used to establish the peculiarities of women's use of dating services. Binomial criterion, Fisher's exact test, and conjugacy test were used as methods of statistical data analysis.

Results. The empirical object of the study was women aged 18 to 60 ($n = 61$). It was found that women are quite selective in the situation of choosing potential partners in dating services. The majority of women feel apprehension regarding the use of dating services, which is associated with the fear of not meeting a suitable partner there. At the same time, women remain convinced of the effectiveness of dating services and hope to get married through their use. The main factor in choosing a partner among women is the way he or she shows himself or herself in correspondence. At the same time, women who got married as a result of online dating also took into account such a factor as the appearance of the chosen one.

Discussion. The obtained data are confirmed by the results of other authors' studies. Thus, women's selectivity in the situation of Internet dating is explained by the increase in their self-confidence, as well as by the desire to demonstrate themselves from the "right" side. At the same time, women's fears seem to be quite justified, taking into account that men are much more likely to describe their desired, rather than real, characteristics in questionnaires. Women more often make a choice based on the features of correspondence, since most of the criteria important for selection are revealed in the course of communication.

Keywords: online dating, romantic partner, romantic relationship, romantic relationship, partner choice, paradox of choice

For citation. Andryukha, A. N. (2024). A study of factors in women's choice of a potential partner in the context of internet dating. *Innovative science: psychology, pedagogy, defectology*, 7(3), 34–49. <https://doi.org/10.23947/2658-7165-2024-7-3-34-49>

Введение

Происходящая в современном мире цифровизация приводит к появлению значительных изменений почти во всех сферах жизни человека. Люди не только совершают покупки, работают, поддерживают связь в интернет-среде, но и начинают строить в ней отношения. Рост числа сайтов и мобильных приложений для знакомств привел к ряду фундаментальных изменений в способах формирования отношений. Теперь выбор романтического партнера осуществляется с помощью алгоритмов, самопрезентация – через выстраивание своего образа в интернет-профиле, а интерес к собеседнику выражается с помощью комментариев и лайков. Успех человека, как биологического вида, так и отдельных личностей, зависит от нашей способности взаимодействовать друг с другом: работать сообща, помогать и получать помощь в ответ, а также формировать социальные связи. Не менее важны механизмы, которые существуют для поддержания этих взаимодействий, одним из которых является механизм выбора партнера для отношений (Hammerstein & Noë, 2016). Kuznetsov (2023) приводит следующие статистические данные: согласно последнему отчету Global Digital 2023, на сегодняшний день в социальных сетях зарегистрировано 4,76 миллиарда пользователей, что составляет 59,4 % населения земного шара. Учитывая стремительный рост популярности сайтов знакомств и активное использование социальных сетей, можно сказать, что у почти у каждого человека есть большое количество альтернатив в выборе партнера.

Онлайн-коммуникация позволяет людям быстрее и легче познакомиться, однако она также может вносить определенные коррективы в процесс выбора партнера. Общение с потенциальными партнерами отличается в случае, когда знакомство происходит в интернет-среде, поскольку текстовые сообщения и отсутствие ничем

не опосредованной невербальной коммуникации могут способствовать формированию искаженного восприятия партнера, что в дальнейшем может сказаться на развитии отношений. Онлайн-среда часто способствует формированию стереотипов о потенциальном избраннике на основе внешнего вида, статуса или других характеристик пользователя сайта знакомств.

Большая часть работ в области исследования онлайн-знакомств была сосредоточена на изучении особенностей общения и самопрезентации. При этом вопрос влияния факторов выбора партнера в интернет-среде на дальнейшее развитие отношений остается малоизученным. У нас есть основания предполагать, что способ, которым партнеры узнают друг друга онлайн, может сыграть решающую роль в формировании и развитии отношений в реальной жизни. Изучение того, какие критерии используются при выборе партнера в онлайн-пространстве, поможет повысить шансы успешного знакомства. Прежде чем перейти к рассмотрению особенностей выбора партнера для романтических отношений в интернет-пространстве, ознакомимся с общими представлениями о факторах, влияющих на выбор.

Критерии выбора партнера для романтических отношений. В широком понимании выбор партнера – это принятие или отвержение потенциального партнера (Barclay, 2016). По данным Baumard, André & Sperber (2013) люди склонны выбирать субъективно лучшего партнера из возможных (как на данный момент, так и потенциально) альтернатив. Конечно, существует достаточно много вариантов ответа на вопрос «Что все же влияет на выбор определенного человека для создания отношений среди множества других?». Наиболее авторитетными теориями, описывающими механизм выбора партнера, являются теория комплементарных потребностей Р. Уинча, инструментальная теория Р. Сентера, теория «стимул – ценность – роль» Б. Мурстейна, «круговая теория любви» А. Рейса, теория «фильтров» А. Кергоффа и К. Дэвиса (Султанова и Барыбина, 2019). При этом большинство эмпирических исследований сводится к тому, что на выбор влияют определенные субъективно значимые критерии, которым потенциальный партнер может как соответствовать, так и нет. Так даже в упомянутых нами наиболее авторитетных теориях можно выделить критерии, относительно которых совершается выбор: внешний вид, роль, социальный статус, ценности, комплементарность потребностей (Балакирева, 2022). Особое значение критерии выбора партнера приобретают в добрый период отношений (Посысов, 2004). Исследования, в которых изучались предпочитаемые обоими полами характеристики, показали, что большинство людей хотят иметь физически привлекательных партнеров (Buss & Barnes, 1986), обладающих ценностями и убеждениями, сходными с их собственными (Byrne, 1971), и положительными личностными качествами (Kaplan & Anderson, 1973). Таким образом, по мнению исследователей большинство людей учитывают следующие критерии при выборе партнера:

1. Внешняя привлекательность/не привлекательность.
 2. Совпадение/не совпадение базовых ценностей, взглядов на мир.
 3. Субъективная положительность/отрицательность личностных качеств потенциального партнера.
- Baumard, André & Sperber (2013) выделяют четыре фактора-критерия, влияющих на выбор партнера:
- 1) степень щедрости и справедливости партнера;
 - 2) склонность потенциального партнера к сотрудничеству;
 - 3) моральный характер принимаемых партнером решений;
 - 4) намерения партнера.

Некоторые исследователи установили существенные различия в критериях, относительно которых принимается решение о выборе партнера у мужчин и женщин. Эволюционная теория половых различий основана на идее о том, что люди ищут партнеров с определенными характеристиками, необходимыми для решения адаптационных проблем, с которыми их предкам приходилось сталкиваться в процессе эволюции (Buss, 2007). Определенные способы поведения, которые увеличивали вероятность размножения, были сохранены. Так, поскольку репродуктивные затраты женщин (беременность и уход за ребенком и партнером) в перспективе развития отношений могут быть выше, чем у мужчин, можно ожидать, что женщины будут более осторожны и требовательны в отношении выбора партнера (Geary et al., 2004). Женщины обычно ценят физические качества в партнере, выбираемом на краткосрочный период, когда ожидаются низкие инвестиции в отношения и важны легко оцениваемые характеристики. Для долгосрочных отношений, помимо личностных характеристик, также приобретают значение черты, связанные с социальным статусом выбираемого партнера (Castro & Lopes, 2011). Исследования также показывают, что социально-экономические стандарты женщин в отношении партнеров определяются индивидуальными достижениями женщин, а также их классовым происхождением, т. е. в качестве критерия отбора партнера для женщин выступает соответствие (или же превосходство) социально-экономического статуса избранника в сравнении с её статусом (Townsend, 1989).

Согласно Pines (1999), люди выбирают в качестве партнеров других людей на основании критерия схожести или взаимодополняемости определенных характеристик. Так в качестве индивидуального критерия для выбора партнера можно рассматривать совпадение или несовпадение ценностных ориентаций, мотивов создания отношений личности и её потенциального избранника. Выбор партнера исходя из схожести ценностей и мотивов облегчает установление и поддержание отношений (Fletcher & Simpson, 2000). Bowen (1976) выдвигает гипотезу

о том, что основным критерием, по которому мы выделяем одного человека в качестве будущего партнера среди множества других, является схожесть степени дифференциации. Дифференциация – это взаимодействие и уравнивание индивидуализации и слияния, которые позволяют человеку функционировать как индивидуально, так и быть эмоционально связанным с другими (Knudson-Martin, 1994). Согласно Buss (1985), возраст, образование, раса, религия и этническое происхождение являются наиболее значимыми факторами, влияющими на отношения между партнерами. Взаимодополняемость определяется как завершение или уравнивание отношений или ситуации. Согласно Norwicki & Menheim (1991), притяжение усиливается не из-за различий в партнерах, а из-за взаимодополняющего характера некоторых их черт. Оказалось, что людей привлекают партнеры, с которыми они в общих чертах схожи по происхождению, ценностям, интересам, но которых они дополняют в других значимых и противоположных личностных аспектах (Wilson, 1989). Исследование Winch (1955) показало, что те переменные, которые обычно ассоциируются с теорией гомогамии (схожести) при выборе партнера, просто определяют «поле приемлемости», из которого каждый индивид затем выбирает партнера, который, вероятно, будет дополнять его на личностном уровне.

По мнению Kerckhoff & Davis (1962) в период выбора партнера действуют различные «фильтрующие факторы», т. е. критерии выбора партнера проявляются постепенно по мере развития отношений. Социальные атрибуты, как критерии, предположительно проявляются на ранней стадии, но ценности и потребности проявляются более отчетливо позже. В качестве первого фильтра или критерия авторы указывают возможность постоянных контактов с партнером или близость места жительства. Второй фильтр связан с возрастным критерием и критериями внешней привлекательности (Анцибор и Николоау, 2013). Следующие фильтры определяются схожестью или гомогамией людей в отношении социального статуса, ценностных ориентаций, мотивов создания отношений. Последний фильтр основан на выявлении взаимодополняющих потребностей (Анцибор и Николоау, 2013).

Таким образом, можно сказать, что теория фильтров является наиболее всеобъемлющей, поскольку учитывает сразу множество критериев, определяющих выбор партнера. По нашим представлениям иерархия таких критериев может отличаться от человека к человеку, хотя общие закономерности, конечно, могут сохраняться. Интересным является то, как люди определяют соответствие или не соответствие потенциального партнера определенным критериям. В случае традиционного знакомства, происходящего в очном формате, это вероятнее всего происходит в ходе непосредственного наблюдения за избранником в процессе коммуникации. Однако в случае интернет-знакомств нестандартный формат может вносить свои коррективы, проистекающие из особенностей взаимодействия в онлайн-режиме.

Отличительные черты интернет-знакомств. Процесс инициирования и развития отношений в онлайн-знакомствах может иметь долгосрочные перспективы для отношений. Платформы онлайн-знакомств утверждают, что они способствуют успеху в долгосрочных отношениях.

Шмидт (2023) описывает следующие неблагоприятные эффекты знакомств, происходящих в соответствующих сервисах. Активное использование сервисов онлайн-знакомств может привести к формированию поверхностного отношения к потенциальному партнеру, при котором большее значение придается внешним качествам. Это затрудняет настоящее взаимопонимание между партнерами. Кроме того, из-за избытка выбора возникает «парадокс выбора», что приводит к отсрочке настоящих свиданий в надежде найти более подходящую альтернативу. Суть этого явления в том, что большое количество альтернатив приводит к затруднению выбора и последующим сожалениям о своем выборе (Kuznetsov, 2023). В эксперименте D'Angelo & Toma (2017) доступ к большому количеству потенциальных партнеров в онлайн-сервисах заставлял людей чувствовать себя менее удовлетворенными своими решениями, что потенциально подрывало долгосрочные обязательства. Это объясняется следующими особенностями интернет-взаимодействия:

- анонимность и физическая непредставленность – эти особенности позволяют пользователям скрывать свою истинную личность и открывают возможность для конструирования альтернативных самопрезентаций. В результате виртуальное общение становится своеобразным пространством, где отсутствуют барьеры, характерные для общения в реальной жизни. Иногда люди представляют себя в интернете иными, чем они есть на самом деле – это так называемый идентификационный сдвиг. Это может касаться имени, возраста, пола, описания внешности и другой биографической информации. Причем формирование виртуальной личности начинается до начала общения. В различных системах интернет-коммуникации пользователи могут размещать информацию о себе, которая может быть как правдивой, так и заведомо ложной;
- отсутствие невербальной информации в сетевом общении влияет на процессы межличностного восприятия и может привести к стереотипизации и идентификации собеседника;
- нерегламентированность поведения в онлайн-коммуникации отражает свободу выбора в завязывании и разрыве контактов, что может привести к выражению альтернативных ролей и сценариев поведения. За счет этого возникает снижение психологического и социального риска в сетевом общении. Это может привести к аффективной раскрепощенности и меньшей ответственности за свои высказывания и поступки;

• альтернативные способы самовыражения: сетевая обстановка также создает возможность использования разнообразных способов коммуникации и самопрезентации. Использование смайликов и других средств выражения эмоций помогает компенсировать отсутствие невербальной обратной связи (Шабшин, 2005).

Однако не стоит полагать, что последствия интернет-знакомств исключительно отрицательные. Сасиорро с коллегами (2013) предположили, что люди, которые знакомятся со своим партнером онлайн более успешны в отношениях в долгосрочной перспективе, поскольку обладают более сильной мотивацией к вступлению в брак. Положительный эффект онлайн-знакомств для продолжительных отношений может также определяться характером информации, доступной при принятии решений о потенциальных партнерах (Rosenfeld, 2017). Могут быть и другие, еще не раскрытые объяснения успешности интернет-знакомств, такие как фильтрация, которую люди способны проводить, чтобы найти партнера, соответствующего их критериям идеальной пары. Такая предварительная фильтрация позволяет еще до начала общения выделить выборку потенциально подходящих партнеров по таким критериям, как пол, возраст, место жительства, интересы (Best & Delmege, 2012).

Еще одной отличительной чертой знакомств в интернете являются этапы развития отношений. В своем исследовании Sharabi & Caughlin (2017) выделяют следующие этапы развития отношений, начатых на сайте для знакомств:

1) тестирование рынка знакомств: большое количество претендентов позволило участникам накопить богатый опыт знакомств за короткий промежуток времени, прежде чем выбрать партнера. Опыт общения с другими людьми онлайн помог участникам исследования лучше понять, что они ищут в потенциальном партнере, и более целенаправленно подходить к людям, которых они выбрали для свидания;

2) начало отношений в сети: второй этап онлайн-знакомств охватывал процессы завязывания отношений с потенциальным партнером. На данном этапе осуществляется подбор наиболее приемлемых вариантов за счет действия алгоритмов приложения, сигналов привлечения и узнавания друг друга с помощью интернет-технологий. На первом этапе благодаря работе алгоритмов отбираются потенциальные партнеры. На следующем происходит более тщательный отбор претендентов на основании их сигналов привлечения внимания, к которым относятся фотографии и другая информация, представленная на сайте. Далее происходит вступление в онлайн-коммуникацию. Чтобы открыть каналы коммуникации, некоторые участники полагались на функции платформы, такие как «лайки», которые позволяли им сигнализировать о заинтересованности;

3) переход отношений в оффлайн пространство: третий этап онлайн-знакомств ознаменовался переходом отношений участников от онлайн-знакомств к личной встрече. Этот этап включал три подкатегории: ожидания от первого свидания, взаимодействие на первом свидании, прогнозы на будущее;

4) развитие отношений за пределами интернета: заключительный этап онлайн-знакомств касался развития отношений участников за пределами платформы. Этот этап включал в себя три стадии:

а) использование как онлайн, так и офлайн формата коммуникации;

б) развитие отношений за счет постепенного увеличения совместимости;

в) уход из сайтов знакомств – в какой-то момент развития отношений все участники должны были принять решение о выходе из онлайн-знакомств и закрытии своих аккаунтов.

Мы приходим к выводу, что на выбор одного человека из множества других влияет соответствие или несоответствие потенциального партнера субъективному множеству критериев. В случае знакомств на онлайн-платформах некоторые критерии учитываются сервисом еще на этапе регистрации пользователя, благодаря чему алгоритмы подбирают ему выборку потенциально подходящих партнеров. Однако вопрос о том, что в дальнейшем способствует выбору одного человека из выборки уже потенциально подходящих, остается открытым. В связи с этим **цель нашего исследования** мы видим в установлении наиболее распространенных среди женщин факторов выбора потенциального партнера в ситуации интернет-знакомств.

Материалы и методы

Женщинам, согласившимся принять участие в исследовании, предлагалось ответить на следующие вопросы анкеты опросника:

1. Имеете ли Вы опыт романтических знакомств на сайтах знакомств, в мобильных приложениях для знакомства?

2. На каких сайтах, платформах Вы были зарегистрированы?

3. С каким количеством потенциальных партнеров Вам удалось познакомиться?

4. Какие у Вас были цели знакомства?

5. Что было решающим при выборе, с каким именно мужчиной Вы встретитесь в жизни?

6. Что было впоследствии онлайн-знакомства?

7. Ваше отношение: можно ли на сайте знакомств найти партнера для брака?

8. Какие у Вас есть опасения в отношении знакомств с использованием сервисов?

Данная анкета является переведенной версией анкеты, используемой Sharabi (2024) в её исследовании долгосрочного эффекта интернет-знакомств. Сбор данных проводился с применением сервиса сбора данных Google Forms. Участие в исследовании было добровольным и анонимным.

В качестве методов статистической обработки данных нами применялся частотный анализ с применением биномиального критерия, точный критерий Фишера, коэффициент сопряженности. Для анализа данных была использована программа статистической обработки SPSS Statistica.

Результаты исследования

В исследовании приняли участие женщины, имеющие опыт создания романтических отношений в результате использования сервисов интернет-знакомств, в возрасте от 18 до 60 лет в количестве 61 человек (18–25 лет $n = 12$; 26–35 лет $n = 16$; 36–45 лет $n = 20$; 46–60 лет $n = 13$). Данная категория пользователей сервисов знакомств представляется нам наиболее заинтересованной в создании романтических, а впоследствии и брачных отношений. Также выбор данной категории обусловлен тем, что женщины в большей мере подвержены более серьезным в социальном плане последствиям ошибки в выборе партнера (Плешакова, 2024). Все женщины, поучаствовавшие в нашем исследовании, имели опыт интернет-знакомств. Причем больше половины женщин (37) познакомились лишь с 1–10 мужчинами, что видно на рисунке 1.

Рисунок 1

Количество потенциальных партнеров, с которыми удалось познакомиться респонденткам



Учитывая критическое значение биномиального критерия, которое при выборке при $n = 61$ соответствует $m_{\text{крит}} = 37$, можно сделать вывод, что для женщин характерно при первичном отборе выбирать до 10 потенциальных партнеров. Здесь стоит сделать акцент на том, что алгоритмы любого сервиса предоставляют пользователю гораздо больший выбор альтернатив. Следовательно, можно сделать вывод, что женщины уже на первом этапе фильтрации достаточно избирательны и осторожны, что также подтверждается опасениями, которые высказывали респонденты. Среди всех участников исследования только две высказали отсутствие опасений во время онлайн-знакомств, остальные же указывали от одного до четырех опасений. На рисунке 2 представлена частота встречаемости различных опасений. Так, можно заметить, что большинство девушек в качестве одного из своих страхов чаще всего указывает страх не встретить подходящего партнера, на втором месте по частоте находится страх быть обманутой, а на третьем – быть разочарованной. Реже всего девушки указывают такие опасения, как «быть непонятой», «потратить время впустую», «быть использованной».

Интересным также является наблюдение, что страхи быть обманутой и не встретить подходящего партнера чаще всего выступают как единственные опасения, в то время как страх быть разочарованной чаще идет в связке со страхом не встретить подходящего партнера (таблица 1).

Рисунок 2

Частота встречаемости различных опасений в отношении интернет-знакомств у женщин

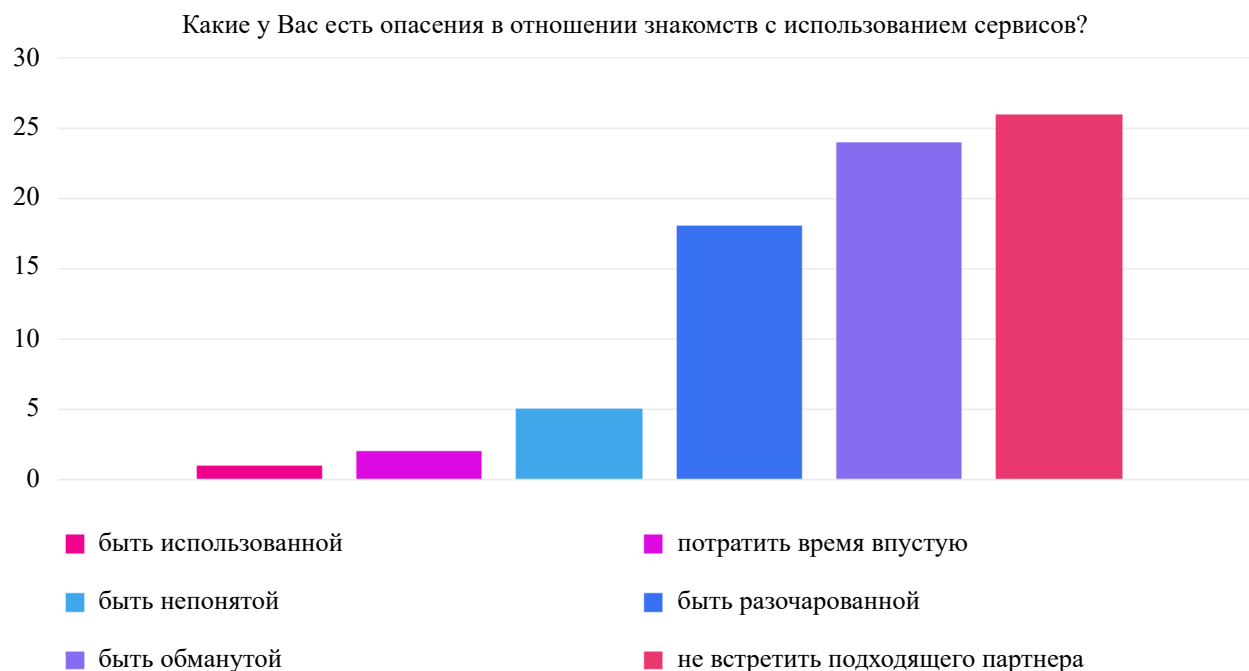


Таблица 1

Частота встречаемости различных ответов на вопрос о том, какие опасения есть в отношении интернет-знакомств

Опасения	Частота	Процент встречаемости
Быть использованной	1	2 %
Быть непонятой	3	5 %
Быть непонятой, не встретить подходящего партнёра	1	2 %
Быть обманутой	18	30 %
Быть обманутой, быть непонятой, быть разочарованной, не встретить подходящего партнёра	1	2 %
Быть обманутой, быть разочарованной	2	3 %
Быть обманутой, быть разочарованной, не встретить подходящего партнёра	1	2 %
Быть обманутой, не встретить подходящего партнёра	3	5 %
Быть разочарованной	7	11 %
Быть разочарованной, не встретить подходящего партнёра	8	13 %
Не встретить подходящего партнёра	12	20 %
Потратить время	2	3 %
Нет опасений	2	3 %

Помимо опасений респонденты отмечают также множество различных целей использования сервисов знакомств (таблица 2). Так, можно отметить, что наиболее часто встречаемыми целями использования сервисов знакомств являются вступление в брак или романтические отношения.

Таблица 2

Частота встречаемости различных ответов на вопрос о том, какие цели женщины преследуют, когда используют сервисы знакомств

Цели	Частота	Процент встречаемости
Вступление в брак	24	39 %
Вступление в брак, Дружеские отношения	2	3 %
Вступление в брак, Романтические встречи	4	7 %
Вступление в брак, Романтические встречи, Дружеские отношения	2	3 %
Вступление в брак, Романтические встречи, Сексуальные отношения	1	2 %
Дружеские отношения	2	3 %
Любопытство	1	2 %
Романтические встречи	16	26 %
Романтические встречи, Дружеские отношения	4	7 %
Романтические встречи, Сексуальные отношения	4	7 %
Романтические встречи, Сексуальные отношения, Дружеские отношения, беседа	1	2 %

В качестве последствий интернет-знакомств женщины выделяли просто переписку, одно свидание, несколько встреч, краткосрочные отношения, длительные отношения, брак. Здесь стоит уточнить, что в качестве главного последствия интернет-знакомства у каждой девушки отдельно мы рассматривали наиболее значимый результат, поскольку нам представляется логичным, что если женщина вступила в брачные отношения с партнером, выбранным на сайте знакомств, то до этого они проходили стадии и одного свидания, и длительных отношений. Частота встречаемости различных последствий интернет-знакомств среди респонденток представлена на рисунке 3.

Рисунок 3

Частота встречаемости последствий онлайн-знакомств

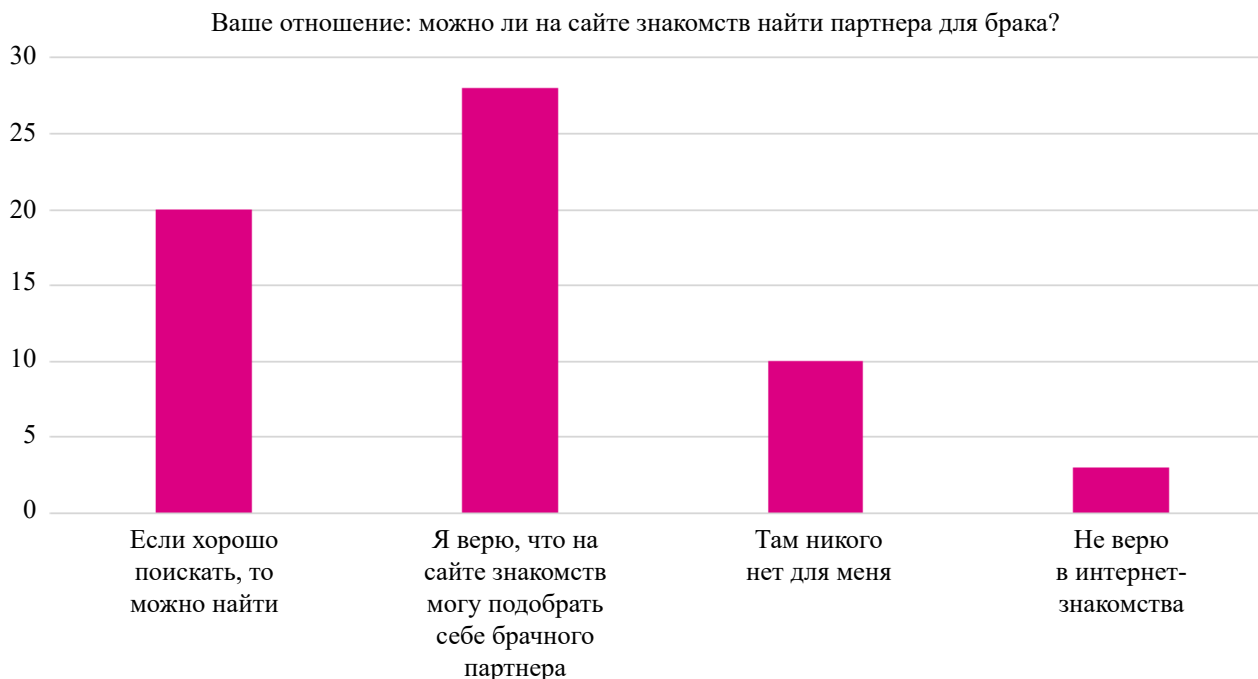


Установлено, что чаще всего интернет-знакомства приводят к нескольким встречам между женщиной и выбранным ею потенциальным партнером. В 23 % случаев женщины вступали в длительные отношения с выбранным на сайте знакомств партнером. Реже всего интернет-знакомства приводили к браку, однако также стоит учитывать, что уже начатые с выбранным партнером отношения в перспективе также могут закончиться созданием семьи.

Кроме того, мы просили женщин оценить возможность найти себе партнера на сайте-знакомств. Исходя из данных, представленных на рисунке 4, можно сделать вывод, что большинство женщин видят смысл в использовании сервисов знакомств, поскольку считают, что там можно встретить подходящего партнера.

Рисунок 4

Частота встречаемости положительного и отрицательного отношения к возможностям использования сервисов знакомств



В общей сложности 48 женщин в нашей выборке считает возможным найти партнера с помощью сайтов или приложений, что, учитывая критическое значение биномиального критерия $m_{\text{крит}} = 37$, говорит нам о том, что женщины положительно настроены в отношении использования сервисов знакомств.

Наиболее интересующими нас являлись ответы на вопрос о том, что поспособствовало выбору конкретного человека для встречи в реальной жизни. Исследование факторов, способствующих первой встрече в очном формате, является для нас важным. После данного события отношения начинают развиваться в более традиционном формате, согласно этапам развития отношений, начатых благодаря сервисам знакомств. То есть выбор потенциального партнера, с которым женщина пойдет на реальное свидание, является наиболее важным в случае интернет-знакомств.

Многие женщины указывали сразу несколько факторов, повлиявших на выбор того, какой именно потенциальный партнер пойдет с ними на свидание. Среди этих факторов были такие, как:

- фотографии;
- дополнительная информация из других ресурсов (соцсети, мессенджер и т. д.);
- информация на сайте о партнере;
- то, каким человек демонстрировал себя в ходе переписки.

Как уже было сказано, женщины указывают сразу несколько причин, повлиявших на принятое решение, однако наиболее часто среди всего множества звучало то, что на женщин повлияло то, каким потенциальный партнер оказывался в процессе коммуникации (рисунок 5).

Учитывая критическое значение биномиального критерия $m_{\text{крит}} = 37$ при $n = 61$, можно сказать, что основным фактором, влияющим на выбор определенного мужчины, является то, как он проявлял себя в ходе диалога. Наименьшее значение при этом для женщин имеет информация, которую можно найти о мужчине на сторонних ресурсах.

Далее нами была составлена таблица сопряженности (таблица 3), учитывающая факторы, определившие очную встречу, и опыт женщин после знакомства.

Рисунок 5

Частота встречаемости различных причин выбора конкретного мужчины для встречи

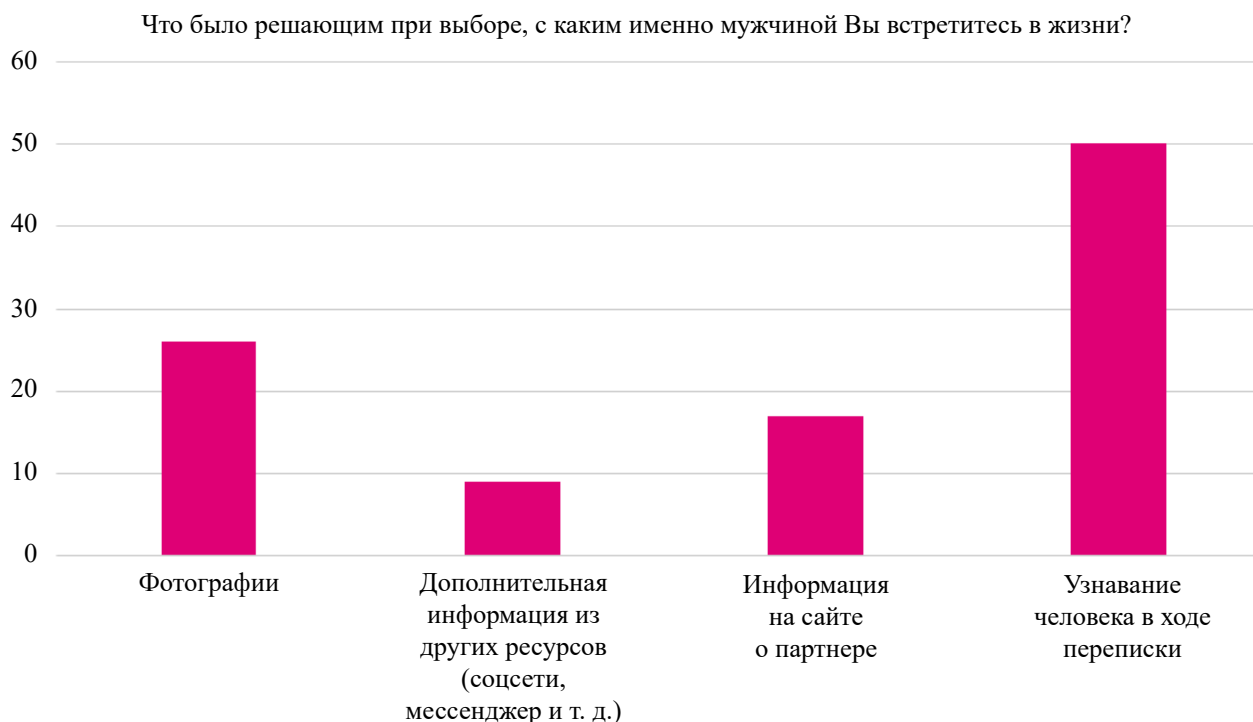


Таблица 3

Таблица сопряженности по факторам, влияющим на выбор, и последствиям интернет-знакомств

Факторы встречи	Брак	Длит. отнош.	Кратк. отнош.	Пара встреч	Свидание	Переписка	Итог
Доп. инф-ция	0	0	0	1	1	0	2
Инф-ция на сайте	0	0	1	0	1	0	2
Узнавание человека в ходе переписки	1	12*	2	7	5	4	31
Узнавание	0	0	0	0	0	1	1
Доп. инф-ция	0	0	0	2	0	0	2
Узнавание	0	0	0	1	1	3	5
Фотографии	0	0	0	0	1	0	1
Доп. инф-ция	5*	0	1	1	1	1	9
Фотографии	0	2	0	2	1	1	6
Узнавание	0	0	0	1	0	1	2
Инф-ция на сайте	0	0	0	1	0	1	2
Фотографии	0	0	0	1	0	1	2
Узнавание	0	0	0	1	0	1	2
Инф-ция на сайте	0	0	0	1	0	1	2
Доп. инф-ция	0	0	0	1	0	1	2
Доп. инф-ция	0	0	0	1	0	1	2
Итог	6	14	4	15	11	11	61

Для установления статистически значимой взаимосвязи между фактором выбора партнера и результатом интернет-знакомства нами использовался точный критерий Фишера, а также коэффициент сопряженности. Учи-

тывая уровень значимости $p = 0,016 < 0,05$, полученный в результате расчета точного критерия Фишера, можно сделать вывод о существовании связи между факторами выбора потенциального партнера и результатами интернет-знакомств. Также учитывая коэффициент сопряженности, который равен 0,72 при $p = 0,024$, нами установлено, что эта связь довольно тесная. Обратим также внимание на отмеченные в таблице сопряженности частоты. Можно заметить, что женщины, находящиеся в длительных отношениях в результате интернет-знакомств, чаще отбирали партнера исходя из того, каким партнер демонстрировал себя в ходе переписки. При этом женщины, вступившие в брак, при отборе потенциального партнера чаще учитывали не только то, какой партнер в общении, но и то, как он выглядит.

Обсуждение результатов

В ходе проведенного эмпирического исследования нами было установлено, что женщины, использующие сервисы знакомств, достаточно избирательны. Из всего многообразия мужчин, которых предлагают сервисы, женщины начинают знакомство с 1–10 мужчинами. Этот факт может объясняться тем, что, как установили Frohlick & Migliardi (2011), женщины склонны менять свою идентичность с помощью интернет-знакомств, поскольку так они становятся более уверенными в себе, разборчивыми и контролирующими свою романтическую жизнь. То есть, несмотря на выявленный нами в большей степени положительный настрой женщин в отношении возможностей использования сервисов знакомств, они предпочитают дополнительно фильтровать всех предложенных мужчин сами, не полагаясь исключительно на работу алгоритмов. Это может быть вызвано, по-нашему мнению, как минимум тремя причинами. Во-первых, во время просмотра анкет на сервисах знакомств женщинам не нужно вступать в непосредственный контакт с каждым мужчиной, соответственно, они не испытывают тех сложностей, которые возникли бы в случае, если бы отказывать пришлось в реальной жизни. Во-вторых, по данным Черняевой (2010), женщины ведут поиск партнера на сервисах знакомств более осторожно, поскольку не хотят создавать впечатление легкомысленной женщины. В-третьих, на столь небольшую выборку отобранных для начала общения мужчин могут влиять обозначенные нами опасения женщин.

Нами установлено, что женщины в основном боятся не встретить подходящего мужчину и быть обманутыми. Данные опасения вероятнее всего возникают из-за высокой степени анонимности пользователей сервисов для знакомств. Gibbs, Ellison & Heino (2006) утверждают, что многие люди сосредотачиваются на сознательном построении идентичности в анкетах в сервисах знакомств, где существуют «изолированные варианты самопрезентации» для управления впечатлением, что усложняет отделение правды от лжи в интернете. Авторы также утверждают, что пользователи часто создают профили, которые отражают свое идеальное, а не реальное Я, что приводит к формированию подозрительности и в отношении информации в анкетах других людей. По данным Поляковой (2020), около 80 % людей, использующих сервисы знакомств, считают, что другие пользователи пишут частично достоверную информацию о себе. Интерес представляет также тот факт, что мужчины, по данным автора, чаще врут в своих анкетах, нежели женщины, что делает опасения женщин более оправданными. Также выделяют препятствия, мешающие использованию сервисов знакомств, сходные тем, которые продемонстрировали наши респондентки в качестве опасений: убеждение в неестественности и постыдности такого способа поиска партнера; страх признать себя неспособным найти партнера другим, более «нормальным» способом; необходимость просматривать большое количество вариантов для выбора подходящего; различия между заявленными пользователями характеристиками и реальностью; опасения относительно личной безопасности и конфиденциальности данных (Шмидт, 2023).

Нами также исследовались факторы выбора одного потенциального партнера из множества других. Причем под выбором мы понимаем избрание того потенциального партнера, с которым женщина готова встретиться в реальной жизни. Мы исследовали именно этот акт выбора, поскольку обычно все начинается с первого свидания, назначение которого является одним из самых ранних признаков возможности завязывания более серьезных отношений (Joel et al., 2017). Для отношений, возникающих на сайтах знакомств, возможно, наиболее значимой вехой в развитии является то, что партнеры решают встретиться лицом к лицу в первый раз. Существующие исследования показывают, что первая встреча действительно является поворотным моментом в онлайн-знакомствах, способным изменить траекторию развития отношений (Ramirez et al., 2015). Нами установлено, что решающим фактором для большинства женщин, принимавших решение о встрече с потенциальным партнером, было то, как он проявлял себя в переписке. Интересно, что в похожем исследовании Sharabi (2024) наиболее значимым фактором принятия такого решения был внешний вид претендентов, оцениваемый по фотографии. Мы можем предположить, что это различие может быть обусловлено гендерным аспектом, поскольку в нашем исследовании принимали участие только женщины. Как было описано ранее, для мужчин внешний вид избранницы оказывается значим ввиду эволюционно заложенного механизма выбирать именно ту партнершу, которая, судя по внешнему виду, может родить здорового ребенка (Kenrick et al., 1993). Внешний вид мужчин не так важен для женщин, потому что мужская фертильность зависит от продолжительности жизни, она медленно снижается с возрастом и не проявляется через физические характеристики (Kenrick et al., 1993). Выбор женщин также указывает на предпочтение похожих партнеров, что тоже становится очевидным в ходе коммуникации. Это не сводит на

нет важность внешних характеристик мужчины, но поскольку сходство важно для поддержания долгосрочных отношений, женщины могут адаптировать свои предпочтения относительно внешнего вида мужчины для блага отношений (Buston & Emlen, 2003).

Решающая роль особенностей переписки с потенциальным партнером для женщин, принимавших участие в нашем исследовании, можно объяснить тем, что субъективно важные для женщин критерии отбора могут быть обозначены в анкете лишь частично. Изначально сервис подбирает потенциально подходящих женщинам партнеров за счет работающей системы фильтрации и алгоритмов. Однако Frost с коллегами (2008) утверждают, что возможность фильтрации в сервисах ограничена, поскольку предоставляется только по доступным для поиска признакам, таким как доход, возраст, место проживания, религиозные убеждения, в то время как на самом деле людям больше хотелось бы учитывать «эмпирические признаки», такие как юмор и взаимопонимание. То есть для женщин большую важность представляют те характеристики, которые можно оценить только в процессе общения. Так, например, в большинстве культур женщины считают честность, трудолюбие и образование более важными, чем мужчины. Женщины выбирают мужчин с хорошим чувством юмора в качестве постоянных партнеров. Это можно объяснить идеей о том, что юмор указывает на креативность и доброту мужчины (Miller, 2000). Все вышеуказанные особенности в большей степени раскрываются именно в процессе общения.

Walther & Parks (2002) утверждают, что центральное противоречие интернет-знакомств заключалось том, может ли компьютерно-опосредованная коммуникация когда-либо быть столь же эффективной в сравнении с общением лицом к лицу, учитывая, что важные сигналы, такие как невербальные характеристики, не учитываются. Walther & Parks (2002) предполагают, что в ходе онлайн общения, характеризующегося отказом от невербальных сигналов, коммуниканты ищут дополнительные информационные сигналы, которые доступны, например, через содержание и стиль сообщений, время ответов. Sharabi & Caughlin (2017) предполагают, что, учитывая возможную недостоверность информации, предоставляемой сервисами, коммуниканты используют информацию, получаемую в переписке, в качестве гарантии для определения достоверности идентификационных сигналов. Таким образом, то, как потенциальный партнер проявляет себя в ходе переписки, способствует отказу от опасений, что делает возможность назначения первого свидания более реальной.

Также нами установлено, что между факторами выбора и последствиями интернет-знакомств существует тесная связь. Это подтверждается данными Sharabi & Caughlin (2017), которые считают, что несмотря на возможную эффективность онлайн-знакомств, истинные стратегии выбора партнера на сайтах для этого могут иметь значение для будущего успеха отношений. Как нами было отмечено, важнейшим предикатом дальнейшего развития отношений является то, как прошло первое свидание. По мнению Sharabi & Caughlin (2017) успех первого свидания зависит от общения и раскрытия информации, произошедшего до перехода в очный режим. Также нами выявлено, что женщины, вступившие в брак в результате интернет-знакомства, отбирали своего партнера, исходя из его фотографий и того, как он проявлял себя в общении. Можно предположить, что данные факторы выбора были обусловлены большей мотивацией женщин создать семью. В результате этого у них появлялась необходимость оценивать внешние признаки здоровья потенциального партнера. Женщины обращают внимание на внешний вид только для оценки признаков здоровья потенциального партнера (Kenrick et al., 1993).

Заключение. Таким образом, проведенное нами исследование доказывает влияние факторов выбора партнера в ситуации интернет-знакомств на вероятность создания долгосрочных романтических отношений. Нами установлено, что женщины, использующие сервисы знакомств, в большинстве своем стремятся найти партнера для брака и романтических отношений. Также установлено, что большинство женщин боятся не найти подходящего партнера на сервисах знакомств, а также остаться обманутой. В результате нами выполнена цель исследования и установлено, что главным фактором, влияющим на выбор женщиной потенциального партнера в ситуации интернет-знакомств, является то, как проявлял себя мужчина в ходе общения.

Список литературы

- Анцибор, Л., и Николоау, А. (2013). Теоретические подходы к проблеме выбора брачного партнёра. *Studia Universitatis Moldaviae (Seria Științe ale Educației)*, 9(69), 154–161.
- Балакирева, М. А. (2022). Значимость критериев выбора брачного партнёра при создании брачных отношений. В *Психология личностного взаимодействия в современном обществе. Сборник материалов I Всероссийской научно-практической конференции с международным участием* (С. 79–85). Издательский дом «Среда».
- Плешакова, Е. В. (2024). Семейные ценности, придающие относительную универсальность субъективности «смыслового выбора» супруга женщиной на этапе создания семьи. *Мир науки. Педагогика и психология*, 12(2).
- Полякова, О. О. (2020). Особенности использования сайтов знакомств в брачно-семейном поведении населения. В *Социальные процессы современной России: материалы международной научно-практической конференции* (С. 600–603). Издательство НИСОЦ.
- Посысоев, Н. Н. (2004). *Основы психологии семьи и семейного консультирования: учебное пособие*. ВЛАДОС-Пресс.
- Султанова, И. В., и Барыбина, А. И. (2019). Психологические аспекты личностных факторов при выборе брачного партнёра у студенческой молодёжи. *Гуманитарно-педагогическое образование*, 5(4), 178–185.

- Черняева, К. О. (2010). Культурная идентификация в социальных сетях Интернета. *Вестник поволжской академии государственной службы*, 1(22), 209–214.
- Шабшин, И. И. (2005). О психологических особенностях общения в интернете. *Московский психотерапевтический журнал*, 1(44), 158–182.
- Шмидт, Д. А. (2023). Мотивация пользования сервисами онлайн-знакомств. В *Актуальные проблемы современной социальной психологии и ее отраслей. Сборник научных трудов* (С. 884–892). Институт психологии РАН.
- Barclay, P. (2016). Biological markets and the effects of partner choice on cooperation and friendship. *Current Opinion in Psychology*, 7, 33–38. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.07.012>
- Baumard, N., André, J. B., & Sperber, D. (2013). A mutualistic approach to morality: the evolution of fairness by partner choice. *Behavioral and Brain Sciences*, 36(1), 59–78. <https://doi.org/10.1017/s0140525x11002202>
- Best, K., & Delmege, S. (2012). The filtered encounter: online dating and the problem of filtering through excessive information. *Social Semiotics*, 22(3), 237–258. <https://doi.org/10.1080/10350330.2011.648405>
- Bowen, M. (1976). Theory and practice in psychotherapy. In P. J. Guerin (Ed.) *Family Therapy: Theory and Practice* (pp. 42–90). Gardiner Press.
- Buss, D. (1985). Human mate selection. *American Scientist*, 73(1), 47–51.
- Buss, D. (2007) The Evolution of Human Mating. *Acta Psychologica Sinica*, 39(3), 502–512.
- Buss, D. M., & Barnes, M. (1986). Preferences in human mate selection. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50(3), 559–570.
- Buston, P. M., & Emlen, S. T. (2003). Cognitive processes underlying human mate choice: The relationship between self-perception and mate preference in Western society. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 100(15), 8805–8810. <https://doi.org/10.1073/pnas.1533220100>
- Byrne, D. (1971). *The attraction paradigm*. Academic Press.
- Cacioppo, J. T., Cacioppo, S., Gonzaga, G. C., Ogburn, E. L., & VanderWeele, T. J. (2013). Marital satisfaction and break-ups differ across on-line and off-line meeting venues. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 110(25), 10135–10140. <https://doi.org/10.1073/pnas.1222447110>
- Castro, F. N., & Lopes, F. A. (2011). Romantic preferences in Brazilian undergraduate students: From the short term to the long term. *Journal of Sex Research*, 48(5), 479–485. <https://doi.org/10.1080/00224499.2010.506680>
- D'Angelo, J. D., & Toma, C. L. (2017). There are plenty of fish in the sea: The effects of choice overload and reversibility on online daters' satisfaction with selected partners. *Media Psychology*, 20(1), 1–27. <https://doi.org/10.1080/15213269.2015.1121827>
- Fletcher, G. J., & Simpson, J. A. (2000). Ideal standards in close relationships: Their structure and functions. *Current Directions in Psychological Science*, 9, 102–105. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.00070>
- Frohlick, S., & Migliardi, P. (2011). Heterosexual profiling: Online dating and 'becoming' heterosexualities for women aged 30 and older in the digital era. *Australian Feminist Studies*, 26(67), 73–88. <https://doi.org/10.1080/08164649.2010.546329>
- Frost, J., Chance, Z., Norton, M. I., & Ariely, D. (2008). People are experience goods: Improving online dating with virtual dates. *Journal of Interactive Marketing*, 22(1), 51–61. <https://doi.org/10.1002/dir.20106>
- Geary, D. C., Vigil, J., & Byrd-Craven, J. (2004). Evolution of human mate choice. *Journal of Sex Research*, 41(1), 27–42. <https://doi.org/10.1080/00224490409552211>
- Gibbs, J. L., Ellison, N. B., & Heino, R. D. (2006). Self-presentation in online personals: The role of anticipated future interaction, self-disclosure, and perceived success in Internet dating. *Communication Research*, 33(2), 152–177. <https://doi.org/10.1177/0093650205285368>
- Hammerstein, P., & Noë, R. (2016). Biological trade and markets. *Philosophical Transactions of the Royal Society B*, 371(1687), 20150101. <https://doi.org/10.1098/rstb.2015.0101>
- Joel, S., Eastwick, P. W., & Finkel, E. J. (2017). Is romantic desire predictable? Machine learning applied to initial romantic attraction. *Psychological Science*, 28(10), 1478–1489. <https://doi.org/10.1177/0956797617714580>
- Kaplan, M. F., & Anderson, N. H. (1973). Information integration theory and reinforcement theory as approaches to interpersonal attraction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 28(3), 301–312. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/h0035112>
- Kenrick, D. T., Groth, G. E., Trost, M. R., & Sadalla, E. K. (1993). Integrating evolutionary and social exchange perspectives on relationships: Effects of gender, self-appraisal, and involvement level on mate selection criteria. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64(6), 951–969. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.64.6.951>
- Kerckhoff, A. C., & Davis, K. E. (1962). Value consensus and need complementarity in mate selection. *American Sociological Review*, 27(3), 295–303. <https://doi.org/10.2307/2089791>
- Knudson-Martin, C. (1994). The female voice: Applications to Bowen's family systems theory. *Journal of Marital and Family Therapy*, 20(1), 35–46. <https://doi.org/10.1111/j.1752-0606.1994.tb01009.x>
- Kuznetsov, V. O. (2023). The problem of choosing a marital partner in social media development. In *Вызовы глобализации и развитие цифрового общества в условиях новой реальности* (Р. 103–109). Издательство АЛЕФ.
- Miller, G. (2000). *The mating mind: How sexual choice shaped the evolution of human nature*. Doubleday.

- Norwicki, S. Jr., & Menheim, S. (1991). Interpersonal complementarity and time of interaction in female relationships. *Journal of Research in Personality*, 25(3), 322–333. [https://doi.org/10.1016/0092-6566\(91\)90023-J](https://doi.org/10.1016/0092-6566(91)90023-J)
- Pines, A. M. (1999). *Falling in love. Why we choose the lovers we choose*. Routledge.
- Ramirez, A., Bryant, E. M., Fleuriet, C., & Cole, M. (2015). When online dating partners meet offline: The effect of modality switching on relational communication between online daters. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(1), 99–114. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12101>
- Rosenfeld, M. J. (2017). Marriage, choice, and couplehood in the age of the internet. *Sociological Science*, 4(20), 490–510. <http://dx.doi.org/10.15195/v4.a20>
- Sharabi, L. L. (2024). The enduring effect of internet dating: Meeting online and the road to marriage. *Communication Research*, 51(3), 259–284. <http://dx.doi.org/10.1177/00936502221127498>
- Sharabi, L. L., & Caughlin, J. P. (2017). What predicts first date success? A longitudinal study of modality switching in online dating. *Personal Relationships*, 24(2), 370–391. <http://dx.doi.org/10.1111/perc.12188>
- Townsend, J. M. (1989). Mate selection criteria. *Ethology and Sociobiology*, 10(4), 241–253. [http://dx.doi.org/10.1016/0162-3095\(89\)90002-2](http://dx.doi.org/10.1016/0162-3095(89)90002-2)
- Walther, J. B., & Parks, M. R. (2002). Cues filtered out, cues filtered in: Computer-mediated communication and relationships. In M. L. Knapp & J. A. Daly (eds.) *Handbook of interpersonal communication* (P. 529–563). Sage.
- Wilson, W. (1989). Brief resolution of the issue of similarity versus complementarity in mate selection using height preference as a model. *Psychological Reports*, 65(2), 387–393.
- Winch, R. F. (1955). The theory of complementary needs in mate selection: final results on the test of the general hypothesis. *American Sociological Review*, 20(5), 552–555.

References

- Antsibor, L., & Nicolau, A. (2013). Theoretical approaches to the problem of choosing a marriage partner. *Studia Universitatis Moldaviae (Seriă Științe ale Educației)*, 9(69), 154–161. (In Russ.)
- Barclay, P. (2016). Biological markets and the effects of partner choice on cooperation and friendship. *Current Opinion in Psychology*, 7, 33–38. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.07.012>
- Balakireva, M. A. (2022). Znachimost' kriteriev vybora brachnogo partniora pri sozdanii brachnykh otnoshenii. *Psychology of Personal Interaction in Modern Society. Psychology of personal interaction in modern society. Collection of materials of the I All-Russian scientific-practical conference with international participation* (P. 79–85). Publishing house "Sreda". (In Russ.)
- Baumard, N., André, J. B., & Sperber, D. (2013). A mutualistic approach to morality: the evolution of fairness by partner choice. *Behavioral and Brain Sciences*, 36(1), 59–78. <https://doi.org/10.1017/s0140525x11002202>
- Best, K., & Delmege, S. (2012). The filtered encounter: online dating and the problem of filtering through excessive information. *Social Semiotics*, 22(3), 237–258. <https://doi.org/10.1080/10350330.2011.648405>
- Bowen, M. (1976). Theory and practice in psychotherapy. In P. J. Guerin (Ed.) *Family Therapy: Theory and Practice* (pp. 42–90). Gardiner Press.
- Buss, D. (1985). Human mate selection. *American Scientist*, 73(1), 47–51.
- Buss, D. (2007) The Evolution of Human Mating. *Acta Psychologica Sinica*, 39(3), 502–512.
- Buss, D. M., & Barnes, M. (1986). Preferences in human mate selection. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50(3), 559–570.
- Buston, P. M., & Emlen, S. T. (2003). Cognitive processes underlying human mate choice: The relationship between self-perception and mate preference in Western society. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 100(15), 8805–8810. <https://doi.org/10.1073/pnas.1533220100>
- Byrne, D. (1971). *The attraction paradigm*. Academic Press.
- Chernyaeva, K. O. (2010). Cultural identification in social networks of the Internet. *Bulletin of the Volga Region Academy of Public Service*, 1(22), 209–214. (In Russ.)
- Cacioppo, J. T., Cacioppo, S., Gonzaga, G. C., Ogburn, E. L., & VanderWeele, T. J. (2013). Marital satisfaction and break-ups differ across on-line and off-line meeting venues. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 110(25), 10135–10140. <https://doi.org/10.1073/pnas.1222447110>
- Castro, F. N., & Lopes, F. A. (2011). Romantic preferences in Brazilian undergraduate students: From the short term to the long term. *Journal of Sex Research*, 48(5), 479–485. <https://doi.org/10.1080/00224499.2010.506680>
- D'Angelo, J. D., & Toma, C. L. (2017). There are plenty of fish in the sea: The effects of choice overload and reversibility on online daters' satisfaction with selected partners. *Media Psychology*, 20(1), 1–27. <https://doi.org/10.1080/15213269.2015.1121827>
- Fletcher, G. J., & Simpson, J. A. (2000). Ideal standards in close relationships: Their structure and functions. *Current Directions in Psychological Science*, 9, 102–105. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.00070>
- Frohlick, S., & Migliardi, P. (2011). Heterosexual profiling: Online dating and 'becoming' heterosexualities for women aged 30 and older in the digital era. *Australian Feminist Studies*, 26(67), 73–88. <https://doi.org/10.1080/08164649.2010.546329>

- Frost, J., Chance, Z., Norton, M. I., & Ariely, D. (2008). People are experience goods: Improving online dating with virtual dates. *Journal of Interactive Marketing*, 22(1), 51–61. <https://doi.org/10.1002/dir.20106>
- Geary, D. C., Vigil, J., & Byrd-Craven, J. (2004). Evolution of human mate choice. *Journal of Sex Research*, 41(1), 27–42. <https://doi.org/10.1080/00224490409552211>
- Gibbs, J. L., Ellison, N. B., & Heino, R. D. (2006). Self-presentation in online personals: The role of anticipated future interaction, self-disclosure, and perceived success in Internet dating. *Communication Research*, 33(2), 152–177. <https://doi.org/10.1177/0093650205285368>
- Hammerstein, P., & Noë, R. (2016). Biological trade and markets. *Philosophical Transactions of the Royal Society B*, 371(1687), 20150101. <https://doi.org/10.1098/rstb.2015.0101>
- Joel, S., Eastwick, P. W., & Finkel, E. J. (2017). Is romantic desire predictable? Machine learning applied to initial romantic attraction. *Psychological Science*, 28(10), 1478–1489. <https://doi.org/10.1177/0956797617714580>
- Kaplan, M. F., & Anderson, N. H. (1973). Information integration theory and reinforcement theory as approaches to interpersonal attraction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 28(3), 301–312. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/h0035112>
- Kenrick, D. T., Groth, G. E., Trost, M. R., & Sadalla, E. K. (1993). Integrating evolutionary and social exchange perspectives on relationships: Effects of gender, self-appraisal, and involvement level on mate selection criteria. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64(6), 951–969. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.64.6.951>
- Kerckhoff, A. C., & Davis, K. E. (1962). Value consensus and need complementarity in mate selection. *American Sociological Review*, 27(3), 295–303. <https://doi.org/10.2307/2089791>
- Knudson-Martin, C. (1994). The female voice: Applications to Bowen's family systems theory. *Journal of Marital and Family Therapy*, 20(1), 35–46. <https://doi.org/10.1111/j.1752-0606.1994.tb01009.x>
- Kuznetsov, V. O. (2023). The problem of choosing a marital partner in social media development. In *Challenges of globalization and development of digital society in the conditions of new reality* (P. 103–109). ALEF Publishing House.
- Miller, G. (2000). *The mating mind: How sexual choice shaped the evolution of human nature*. Doubleday.
- Norwicki, S. Jr., & Menheim, S. (1991). Interpersonal complementarity and time of interaction in female relationships. *Journal of Research in Personality*, 25(3), 322–333. [https://doi.org/10.1016/0092-6566\(91\)90023-J](https://doi.org/10.1016/0092-6566(91)90023-J)
- Pines, A. M. (1999). *Falling in love. Why we choose the lovers we choose*. Routledge.
- Pleshakova, E. V. (2024). Family values that give relative universality to the subjectivity of the subjectivity of a woman's "meaningful choice" of a spouse at the stage of family creation. *World of Science. Pedagogy and Psychology*, 12(2). (In Russ.)
- Polyakova, O. O. (2020). Features of the use of dating sites in the marriage and family behavior of the population. In *Social processes of modern Russia: materials of the international scientific-practical conference* (P. 600–603). NISOC Publishing House. (In Russ.)
- Posysoev, N. N. (2004). *Fundamentals of family psychology and family counseling: textbook*. VLADOS-Press. (In Russ.)
- Ramirez, A., Bryant, E. M., Fleuriet, C., & Cole, M. (2015). When online dating partners meet offline: The effect of modality switching on relational communication between online daters. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(1), 99–114. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12101>
- Rosenfeld, M. J. (2017). Marriage, choice, and couplehood in the age of the internet. *Sociological Science*, 4(20), 490–510. <http://dx.doi.org/10.15195/v4.a20>
- Sharabi, L. L. (2024). The enduring effect of internet dating: Meeting online and the road to marriage. *Communication Research*, 51(3), 259–284. <http://dx.doi.org/10.1177/00936502221127498>
- Sharabi, L. L., & Caughlin, J. P. (2017). What predicts first date success? A longitudinal study of modality switching in online dating. *Personal Relationships*, 24(2), 370–391. <http://dx.doi.org/10.1111/pere.12188>
- Sultanova, I. V., & Barybina, A. I. (2019). Psychological aspects of personality factors in the choice of marriage partner in student youth. *Humanitarian-pedagogical education*, 5(4), 178–185. (In Russ.)
- Shabshin, I. I. (2005). On psychological peculiarities of communication on the Internet. *Moscow Psychotherapy Journal*, 1(44), 158–182. (In Russ.)
- Schmidt, D. A. (2023). Motivation for using online dating services. In *Actual problems of modern social psychology and its branches. Collection of scientific papers* (P. 884–892). Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences. (In Russ.)
- Townsend, J. M. (1989). Mate selection criteria. *Ethology and Sociobiology*, 10(4), 241–253. [http://dx.doi.org/10.1016/0162-3095\(89\)90002-2](http://dx.doi.org/10.1016/0162-3095(89)90002-2)
- Walther, J. B., & Parks, M. R. (2002). Cues filtered out, cues filtered in: Computer-mediated communication and relationships. In M. L. Knapp & J. A. Daly (eds.) *Handbook of interpersonal communication* (P. 529–563). Sage.
- Wilson, W. (1989). Brief resolution of the issue of similarity versus complementarity in mate selection using height preference as a model. *Psychological Reports*, 65(2), 387–393.
- Winch, R. F. (1955). The theory of complementary needs in mate selection: final results on the test of the general hypothesis. *American Sociological Review*, 20(5), 552–555.

Об авторе:

Анна Николаевна Андрюха, аспирант, Донской государственный технический университет (Российская Федерация, 344003, г. Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1), [ORCID](#), Anna-andryukha@yandex.ru

Поступила в редакцию 12.04.2024

Поступила после рецензирования 07.06.2024

Принята к публикации 08.06.2024

Конфликт интересов

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.

About the Author:

Anna Nikolaevna Andryukha, postgraduate, Don State Technical University (1, Gagarin Sq., Rostov-on-Don, 344003, Russian Federation), [ORCID](#), Anna-andryukha@yandex.ru

Received 12.04.2024

Revised 07.06.2024

Accepted 08.06.2024

Conflict of interest

The author declares that there is no conflict of interest.

The author has read and approved the final manuscript.