

**Связь ценностных ориентаций и характеристик партнера при построении романтических отношений в виртуальном пространстве**

**Научный руководитель – Екимчик Ольга Александровна**

***Коршунова Дина Валерьевна***

*Студент (бакалавр)*

Костромской государственной университет, Кострома, Россия

*E-mail: deena.korshunova@yandex.ru*

В век высоких скоростей и большой загруженности люди часто экономят время на личном общении, в связи с чем возрастает количество виртуальных коммуникаций. Интернет-знакомства облегчают начало романтических отношений, предлагая пользователям доступ к профилям потенциальных романтических кандидатов, канал связи для установления контакта и алгоритм сопоставления романтической совместимости [Фонталова, Артамонова, Турганова, 2020]. Также необходимо отметить, что немаловажную роль при выборе партнера и построении романтических отношений как в реальном, так и в виртуальном мире играют ценности личности [Иллуз, 2020]. Наше внимание в исследовании привлекли именно ценностные ориентации и их связь с образом потенциального романтического партнера в контексте виртуального пространства. Психологические исследования в данной области ведутся сравнительно недавно, преимущественно в рамках зарубежной психологии, что обуславливает актуальность проблематики и ее слабую теоретическую разработанность для отечественной науки [Marjolijn, 2019].

Проблема: какова специфика ценностных ориентаций и образа потенциального партнера при построении романтических отношений в виртуальном пространстве.

Гипотеза: существует специфическая структура связей между ценностями и образом потенциального партнера у людей, использующих интернет-площадки как возможность для построения романтических отношений.

Методы: Ценностный опросник (Шварц, 1992г.); Методика «Диагностика межличностных отношений» (Лири, 1954г.).

Выборка: 73 человека, 51 жен. и 22 муж. в возрасте от 19 до 29 лет. Все являются студентами вуза, обладают навыками использования Интернет-технологий и приложений для знакомств. Из них люди, познакомившиеся с романтическим партнером с помощью различных интернет-площадок и приложений для знакомств (N1=26) и люди, познакомившиеся с романтическим партнером в реальной жизни (N2=47).

Сначала мы изучили выраженность ценностных ориентаций респондентов и рассмотрели оценку характеристик потенциального романтического партнера. Ярче всего в общей выборке выражены ценности: «Самостоятельность» ( $m=5,17$ ;  $sd=0,87$ ); «Гедонизм» ( $m=5,13$ ;  $sd=0,99$ ); «Доброта» ( $m=4,95$ ;  $sd=0,92$ ). В большей степени респонденты стремятся к самостоятельному действию, получению удовольствия и доброжелательности по отношению к людям. В оценке потенциального романтического партнера преобладают следующие личностные характеристики: «Альтруизм» ( $m=6,59$ ;  $sd=3,53$ ); «Авторитарность» ( $m=6,38$ ;  $sd=3,25$ ); «Дружелюбие» ( $m=6,19$ ;  $sd=3$ ). В романтическом партнере респонденты хотели бы видеть: доброту, заботу, бескорыстность, и, в то же время стремление к доминированию и настойчивость.

Далее проверили гипотезу о специфике связи ценностных ориентаций с образом потенциального романтического партнера. Общим для обеих групп стало наличие прямой связи между ценностью «Доброта» и агрессивностью партнера (N1:  $R=0,49$ ;  $p0,05$ ); (N2:  $R=0,45$   $p0,01$ ). А специфичность в структуре связей наблюдается по следующим показателям:

в группе N1 ценность «Достижения» обратно коррелирует с подчиняемостью партнера ( $R=-0,43$ ;  $p0,05$ ); Ценность «Власть» имеет обратную связь с подозрительностью партнера ( $R=-0,66$ ;  $p0,01$ ) и с его подчиняемостью ( $R=-0,41$ ;  $p0,05$ ); Ценность «Безопасность» имеет обратную связь с эгоистичностью партнера ( $R=-0,52$ ;  $p\leq0,01$ ). В группе N2 были обнаружены несколько иные связи: ценность «Универсализм» прямо коррелирует с агрессивностью партнера ( $R=0,430$   $p0,01$ ); ценность «Гедонизм» прямо коррелирует с дружелюбностью ( $R=0,324$   $p0,05$ ) и альтруизмом партнера ( $R=0,324$   $p0,05$ ); ценность «Достижения» прямо коррелирует с агрессивностью ( $R=0,303$   $p0,05$ ) и зависимостью ( $R=0,292$   $p0,05$ ) партнера; ценность «Безопасность» прямо коррелирует с агрессивностью партнера ( $R=0,378$   $p0,01$ ).

Таким образом, мы можем говорить о наличии специфической структуры связей между ценностями и образом потенциального партнера у людей, использующих интернет-площадки, как возможность для построения романтических отношений. Также можно предположить, что ценностные ориентации личности и стремление видеть в своем партнере определенные черты могут способствовать выбору контекста, в котором будут выстраиваться романтические отношения.

### Источники и литература

- 1) Иллуз Е. «Почему любовь ранит?» Социологическое объяснение. – Москва; Берлин: Директмедиа Паблишинг, 2020. – 400с.
- 2) Фонталова Н.С., Артамонова В.В., Турганова Г.Э.; Взаимосвязь Личностных особенностей и мотивации людей, прибегающих к интернет-знакомствам; Вопросы теории и практики журналистики/2020
- 3) Marjolijn L., Alexander P., Walther B. The Hyperpersonal/ Effect in Online Dating: Effects of Text-based CMC vs. Videoconferencing before Meeting Face – face. Media Psychology, 2019