

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Московский гуманитарный университет»
Кафедра общей, социальной психологии и истории психологии

На правах рукописи

Шмидт Дарья Александровна

**СОЦИАЛЬНЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ МИЛЛЕНИАЛОВ О БРАЧНОМ
ПАРТНЕРЕ И РОМАНТИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЯХ: ПОКОЛЕНЧЕСКИЙ
ПОДХОД**

5.3.5 Социальная психология, политическая и экономическая психология
(психологические науки)

ДИССЕРТАЦИЯ
на соискание ученой степени
кандидата психологических наук

Научный руководитель:
доктор психологических наук, профессор
ЕМЕЛЬЯНОВА ТАТЬЯНА ПЕТРОВНА

Москва

2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
Глава 1. Теоретические предпосылки исследования социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях	17
1.1. Семья, брак и романтические отношения как предмет исследования социальной психологии	17
1.2. Возможности применения теории поколений для изучения социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях	36
1.3. Теория социальных представлений как методологическая основа изучения социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях...	47
Выводы по результатам теоретического анализа	63
Глава 2. Методические основы и методическое обеспечение эмпирического исследования социальных представлений миллениалов о брачном партнере и романтических отношениях в сравнении с представителями других поколений..	65
2.1. Обоснование и дизайн эмпирического исследования	65
2.2. Методическое обеспечение исследования.....	70
2.3. Процедура обработки результатов эмпирического исследования.....	76
Глава 3. Эмпирическое исследование социальных представлений миллениалов о брачном партнере и романтических отношениях в сравнении с представителями других поколений	78
3.1. Результаты анализа публикаций в социальных сетях, посвященных романтическим отношениям	78
3.2. Результаты анализа визуальной информации в социальных сетях, посвященной романтическим отношениям	86
3.3. Результаты анализа эссе миллениалов о брачном партнере и романтических отношениях	91
3.4. Результаты опроса трех поколений о брачном партнере и романтических отношениях	99

3.4.1. Ядро и периферия социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях	100
3.4.2. Социальные представления о брачном партнере и романтических отношениях в репрезентации миллениалов и поколения X	105
3.4.3. Социальные представления о брачном партнере и романтических отношениях в репрезентации миллениалов и бэби-бумеров.....	106
3.4.4. Связь содержания социальных представлений миллениалов о брачном партнере и романтических отношениях с социально-демографическими характеристиками.....	108
3.4.5. Отношение миллениалов к зарегистрированному браку в сравнении с поколением X и бэби-бумерами	109
3.4.6. Анализ ролевых ожиданий и притязаний в браке	119
3.4.7. Роль социальных сетей в выстраивании миллениалами романтических отношений.....	123
3.5. Обсуждение результатов эмпирического исследования.....	127
Выводы по результатам эмпирического исследования.....	140
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	142
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	145
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	179
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Таблицы по результатам контент-анализа публикаций в социальных сетях	179
ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Таблицы по результатам контент-анализа эссе	185
ПРИЛОЖЕНИЕ В. Анкета опроса	191
ПРИЛОЖЕНИЕ Г. Характеристики выборки опроса	199
ПРИЛОЖЕНИЕ Д. Таблицы по результатам опроса трех поколений о брачном партнере и романтических отношениях	201

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. Данное исследования направлено на решение фундаментальных проблем социальной психологии: изучение психологических характеристик больших социальных групп, межпоколенческих различий, тенденций трансформации романтических и семейно-брачных отношений, в том числе, изменения ролевых моделей семьи, а также особенностей добрачного поведения и социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях разных поколений.

Проблематика исследования социальных представлений разных поколений о брачном партнере и романтических отношениях характеризуется сочетанием высокой теоретической и практической значимости. В современных условиях трансформации российского общества семья и брак оказываются в числе многовариативных, динамично меняющихся сфер, что требует научно обоснованных подходов к осмыслению, моделированию и управлению ценностно-смысловыми основаниями добрачного поведения и взаимодействия с романтическим и брачным партнером.

В настоящее время брак и семья по-прежнему имеют большое значение для всех поколений, в том числе молодежи, что подтверждается результатами многочисленных исследований ценностных ориентаций студенчества. При этом наблюдается ряд тенденций, препятствующих формированию брачных союзов: поисковая активность молодых людей зачастую отсрочена во времени, что приводит и к откладыванию рождения детей; получает распространение установка на максимальное удовлетворение личных потребностей, романтизируется одиночество и отказ от отношений. Представляется значимым исследовать и сравнить социальные представления миллениалов, поколения X и бэби-бумеров, выявить в них смысловые составляющие, препятствующие формированию крепких семейных союзов.

Изучение социальных представлений разных поколений о брачном партнере и романтических отношениях носит междисциплинарный характер. Проблемы семьи и брака, романтических отношений и брачного поведения в современной

отечественной и зарубежной науке являются достаточно проработанными. Изучаются не только статическое состояние семейно-брачных отношений, но и тенденции последних десятилетий (Е.Ф. Молевич, Н.В. Дружинин, Т.В. Лисовский, Е.В. Вовк, В.П. Позняков, Ю.М. Панфилова), в том числе, изменение гендерных стереотипов, рост потребности в эгалитарных отношениях в семье (В.М. Целуйко, Ю.Г. Астахова, М.В. Агасарян, О.В. Гавриченко и др.); изменение норм сексуального поведения, рост популярности консенсуального брака (И.С. Кон, Т.А. Гурко, Т. Bereszk, В.П. Левкович, О.Г. Исупова).

Одна из социально-психологических тенденций, иллюстрирующих трансформацию семейно-брачных отношений, – увеличение значимости индивидуалистических ценностей, установок на свободу и жизнь в одиночестве (З. Бауман). По мнению ряда исследователей, на формирование установки на одиночество оказывает влияния продукция массовой культуры, в том числе, виртуальной реальности (М. Castells, W. Davies, Н.В. Корытникова, Г.У. Солдатова, А.Е. Войскунский, А.Ю. Нагорнова, Н.В. Власова, В.И. Назаров, Е.А. Белова). «Перенос» части жизни в виртуальное пространство, являясь своего рода компенсацией коммуникативных неудач и отчасти позволяя справиться с чувством одиночества, становится фактором, затрудняющим межличностное взаимодействие в семье (М.В. Сапоровская).

В ситуации транзитивности, т.е. неопределенности, изменчивости и множественности современного мира, возрастает роль информационного интернет-пространства, которое задает образцы поведения для большой группы людей (Т.Д. Марцинковская), создавая новую культуру социализации (Р.М. Айсина, А.А. Нестерова). С частичным разрушением привычных коммуникативных схем и социальных ориентиров (В.В. Радаев), замещением их социальными сетями и приложениями для знакомств происходит разрушение традиционных форм добрачного поведения: многие молодые люди не приобретают навыки ухаживания за противоположным полом, чем значительно уменьшают шансы на создание здоровых романтических, а затем и брачных отношений (A. Balbi, S.W. Gangestad, A.C. Little, M.A. Hance).

Несмотря на обилие работ в данной сфере, два аспекта остаются практически незатронутыми. Первый – это изучение взаимосвязи между брачным поведением или романтическими отношениями с одной стороны и восприятием контента социальных сетей с другой, при том, что возникновение и активное развитие социальных медиа происходило именно в период активного взросления миллениалов. Второй аспект касается возрастных границ: объектом исследования большинства работ становятся студенты, между тем как увеличение возраста вступления в брак обуславливает необходимость более пристального изучения старшей группы молодежи, а также межпоколенческих различий.

Теория поколений позволяет провести сравнительный анализ содержания социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях разных когорт, так как межпоколенческие различия могут быть обусловлены не только возрастом и стадией жизненного цикла, но и культурно-историческим контекстом, в котором происходил процесс социализации, формировались установки и ценностные ориентации (W. Strauss, N. Howe, Е.М. Шамис, Е.Н. Никонов, Л.Ю. Пушина, Е.Б. Петрушихина, W.K. Campbell, В.И. Пищик, В.В. Радаев).

Методологические возможности теории социальных представлений С. Московиси (S. Moscovici) позволяют проанализировать структуру социальных представлений (J-C. Abric), а также их динамику (М.-С. Gervais, М. W. Bauer, G. Gaskell, С. Flament, I. Markova, М. Sartawi), выделив наиболее стабильные элементы ядра и периферию, в большей степени поддающуюся изменениям.

Цель исследования состоит в изучении социальных представлений миллениалов о брачном партнере и романтических отношениях в сравнении с социальными представлениями бэби-бумеров и поколения X.

Объект исследования – представители миллениалов, поколения X и бэби-бумеров.

Предмет исследования – социальные представления о брачном партнере и романтических отношениях миллениалов, поколения X и бэби-бумеров.

Для достижения поставленной цели были сформулированы следующие **задачи:**

- проанализировать современное состояние и основные социально-психологические подходы к изучению социальных представлений, романтических и брачных отношений, поколенческих различий, сформировать теоретико-методологическую базу исследования;
- определить ядро и периферию социальных представлений трех поколений о брачном партнере и романтических отношениях;
- выявить общее и различное в социальных представлениях трех поколений;
- проанализировать связи между социальными представлениями о брачном партнере и романтических отношениях и контентом социальных сетей на эту тему;
- определить представления трех поколений о желаемом распределении ролей между мужем и женой при реализации семейных функций.

Общая гипотеза исследования: социальные представления миллениалов о брачном партнере и романтических отношениях отличаются от социальных представлений бэби-бумеров и поколения X более высокой выраженностью индивидуалистических ценностей и смысловыми пересечениями с контентом социальных сетей.

Частные гипотезы исследования:

1. В содержании социальных представлений миллениалов о брачном партнере и романтических отношениях обнаруживаются элементы, широко транслируемые популярными сообществами в социальных сетях.
2. Социальные представления миллениалов отличаются противоречивым содержанием и высокой значимостью элементов, обусловленных индивидуалистическими ценностями.

Методологическую основу исследования составили:

- принцип системности, реализуемый в системном подходе (Б.Ф. Ломов), который позволяет рассмотреть социальные представления о брачном партнере и романтических отношениях как систему, обладающую структурной организацией с выделением ядра и периферии;

– принцип детерминизма (С.Л. Рубинштейн, Б.Ф. Ломов, А.Н. Леонтьев и др.), используемый в исследовании для раскрытия социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях как имеющих причинно-следственную обусловленность такими внешними факторами как социально-демографические характеристики, условия социализации, информационный контекст социальных сетей;

– принцип социально-исторической обусловленности психики (Б.Г. Ананьев, Л.С. Выготский, А.Г. Асмолов), который позволяет проанализировать динамику социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях в условиях изменения социально-экономического и культурного контекста.

Теоретическую основу работы составили:

– исследования проблематики семьи, брака и романтических отношений, позволяющие проанализировать современное состояние и основные подходы к изучению представлений о романтических отношениях и брачном партнере (Дж. Мердок, Э. Гидденс, З. Фрейд, Э. Фромм, Е.П. Ильин, Г.И. Захарова, А.Г. Харчев, Т.Л. Крюкова, М.В. Сапоровская, Е.В. Куфтяк), а также представления о фактическом и желаемом распределении ролей между мужем и женой при реализации семейных функций (В.Н. Дружинин, Ю.Г. Астахова, М.В. Агасарян; Е.К. Погодина);

– исследования изменений в семейном и брачном поведении (Т.А. Гурко, Е.А. Вовк, В.М. Целуйко, О.М. Здравомыслова, М.Ю. Арутюнян, Е.Ф. Молевич, Т. Парсонс), в том числе, динамики незарегистрированного брака (А.М. Корогодина, Д.Ю. Руднева, Е.А. Вовк, Т.А. Гурко, Е.Ф. Молевич, В.П. Позняков, Ю.М. Панфилова), позволяющие выявить тенденции трансформации романтических и семейно-брачных отношений;

– теория поколений (К. Маннгейм, Н. Хоув и В. Штраус, Г. Шуман и Ж. Скотт, Е.М. Шамис и Е.Н. Никонов), позволяющая провести не только возрастные, но и культурные сопоставления между отдельными группами респондентов;

– исследования социальных представлений (С. Московиси, Ж.-К. Абрик, В. Дуаз, Д. Жодле, А.И. Донцов, Т.П. Емельянова, Дж. Холтон, Г. Саммут), а также психосоциальный подход к изучению коллективного субъекта (А.Л. Журавлев), позволяющие проанализировать общие и различные элементы социальных представлений трех поколений.

Методы исследования. Для решения поставленных задач были использованы несколько групп методов:

– общенаучные методы: анализ, синтез, обобщение теоретических источников по проблеме исследования, интерпретация и систематизация результатов исследования;

– исследовательские методы: метод контент-анализа, экспертный анализ, эссе, методика незаконченных предложений, опрос.

Обработка данных проводилась с использованием методов описательной статистики, корреляционного и факторного видов анализа. Статистическая обработка результатов проводилась с использованием программ SPSS Statistics 22.0 и MS Excel. Были проанализированы частотные распределения, таблицы сопряженности, значимые различия по критериям Манна-Уитни и Краскала-Уоллеса, проведен корреляционный анализ с использованием коэффициента Спирмена. Для выделения ядра и периферии социальных представлений использовался коэффициент Ж.-К. Абрика.

Выборка и основные этапы исследования. Процедура социально-психологического исследования включала в себя четыре взаимосвязанных этапа, проведенные в период 2015-2024 гг.: 1) поисковый, 2) основной, 3) математическая обработка и анализ данных, 4) написание текста диссертации.

Эмпирическое исследование включало в себя:

– контент-анализ статей из интернет-версий журналов «Cosmopolitan» и «Maxim» на тему взаимоотношений с противоположным полом;

– контент-анализ публикаций из четырех групп «ВКонтакте», посвященных любви и романтическим отношениям;

- экспертный анализ фотографий, рисунков и графических изображений из каждой группы «ВКонтакте», отобранной для второго этапа исследования;
- лексический контент-анализ эссе на тему «Характеристики партнера в счастливой паре»; выборка – 36 респондентов, в возрасте от 23 до 30 лет, из них 14 мужчин и 22 женщины; все респонденты являлись подписчиками групп «ВКонтакте», контент которых анализировался в ходе второго этапа;
- опрос; респонденты рекрутировались методом «снежного кома»; выборка составила – 525 человек, из них представителей миллениалов 192 человека ($M = 25,16$, $SD = 3,83$), поколения X – 176 человек ($M = 45,06$, $SD = 4,19$), бэби-бумеров – 157 человек ($M = 63,87$, $SD = 4,12$).

Научная новизна исследования. Впервые проведено сравнительное исследование социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях трех поколений: миллениалов, поколения X и бэби-бумеров. Эксплицирована двухуровневая система социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях, состоящая из инвариантных элементов – ядра, и специфических элементов – периферии.

Эмпирически доказана устойчивость ядра социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях к воздействию культурно-исторических факторов, что указывает на межпоколенческую трансмиссию ценностей. К инвариантным элементам ядра относятся ответственность за жизнь близких, общность планов на будущее, ожидание от партнера помощи в трудных жизненных ситуациях, а также признание за чувством юмора гармонизирующей функции в семье.

Знания о социально-психологических характеристиках поколения Y дополнены данными о специфических особенностях пользователей социальных сетей и о восприятии миллениалами контента по теме романтических отношений. В работе впервые проанализирована возможная связь между социальными представлениями миллениалов и просматриваемым ими контентом социальных сетей на тему романтических отношений и брака; зафиксирована возможная связь между социальными представлениями миллениалов о брачном партнере и

романтических отношениях с одной стороны и высказываниями из популярных сообществ в социальных сетях с другой, что указывает на наличие поколенческой динамики социальных представлений, которая наблюдается преимущественно на уровне периферии. Специфическими элементами социальных представлений миллениалов на уровне ядра являются ориентация на отсутствия ограничений в сексе, а также важности вербального решения споров, а на уровне периферии, близкой к ядру – ностальгия по «истинным» мужественности и женственности, широко транслируемая в социальных сетях.

Социальные представления впервые рассмотрены как внутренне противоречивый феномен, в содержании социальных представлений миллениалов о брачном партнере и романтических отношениях выявлены противоречия, которые могут препятствовать эффективному добрачному поведению.

Для изучения социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях был применен комплекс количественных и качественных методов, обеспечивший методологическую триангуляцию, были сопоставлены результаты, полученные с помощью количественных и качественных методов.

Теоретическая значимость исследования. В работе обобщены и систематизированы основные положения исследований, проведенных в России и за рубежом, в сфере семьи, брака и романтических отношений, выделены основные тенденции трансформации романтических и семейно-брачных отношений, в том числе, изменение ролевых моделей семьи, изменение стереотипов в отношении мужскости и женственности, изменение отношения к консенсуальному браку и деторождению.

Феномен социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях рассмотрен как многоуровневое явление: с помощью сравнения социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях трех поколений выявлено, что структура социальных представлений включает в себя ядро, состоящее из инвариантных элементов, и периферию, включающую специфические элементы.

Обоснован и осуществлен подход к феномену социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях как динамичному явлению: косвенная динамика социальных представлений выявлена путем сопоставления ядерных элементов социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях у разных поколений. Обнаружено, что ядро социальных представлений является довольно устойчивым и лишь отчасти связано с культурно-историческими факторами, изменения происходят в периферии под воздействием культурного контекста.

Социальные представления о брачном партнере и романтических отношениях рассмотрены как внутренне противоречивый феномен: в социальных представлениях миллениалов присутствуют противоречия в отношении к конфликтам, одиночеству, в вопросах единения или сепарации с партнером. Также выявлены противоречия в отношении к браку, зарегистрированным отношениям и серийной моногамии.

Практическая значимость исследования состоит в том, что понимание социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях как многоуровневого и динамичного явления, связанного с культурным контекстом, позволяет грамотно выстраивать коммуникационную работу с представителями трех поколений по формированию семейных ценностей. Основные результаты диссертационного исследования могут найти применение в психосоциальной и психолого-педагогической работе.

Полученные данные могут быть положены в основу методологических и методических подходов в разработке программ формирования и повышения компетентности специалистов, занимающихся созданием социальной рекламы и просветительского контента.

Результаты анализа теоретико-методологической базы и эмпирические данные исследования могут быть использованы в практике психологической помощи для индивидуальной работы с людьми, имеющими проблемы с поиском партнера или выстраиванием гармоничных отношений с партнером, а также в консультировании пар.

Результаты диссертационного исследования также могут быть использованы в преподавании курсов по социальной психологии, психологии семьи и социологии.

Положения, выносимые на защиту:

1. Структура социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях миллениалов, поколения X и бэби-бумеров состоит из инвариантных и специфических элементов. Наличие инвариантных элементов указывает на межпоколенческую трансмиссию ценностей, а специфические элементы являются отражением социокультурного контекста, в котором формировалось поколение, в том числе, контента социальных сетей. Тем самым эксплицирована двухуровневая система социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях.

2. Инвариантные элементы социальных представлений о брачном партнере и романтических отношений миллениалов, поколения X и бэби-бумеров, включающие ответственность за жизнь близких, общность планов на будущее, умение находить выход в трудных жизненных ситуациях, всестороннее взаимное развитие партнеров, а также признание за чувством юмора гармонизирующей функции в семье, указывают на высокую значимость для всех трех поколений ценностей взаимодействия, взаимопомощи, жизненной стойкости.

3. Социальные представления о брачном партнере и романтических отношений миллениалов испытывают на себе влияние социокультурного контекста: специфическими элементами для социальных представлений миллениалов на уровне ядра являются ориентация на отсутствия ограничений в сексе, а также важность вербального решения споров, а на уровне периферии, близкой к ядру – ностальгия по «истинным» мужественности и женственности, широко транслируемая в социальных сетях. Динамика социальных представлений происходит, в первую очередь, через изменение элементов периферии, близкой к ядру.

4. Особенностью социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях миллениалов является внутренняя противоречивость,

которая выражается в восприятии конфликтов, в вопросе единения или сепарации с партнером, в отношении к одиночеству, в готовности вступать в брак и выполнять различные семейные функции. Присутствует также недостаток ролевой адекватности мужчин-миллениалов: рассогласование, в первую очередь наблюдается по шкалам «Эмоционально-психотерапевтическая», «Внешняя привлекательность» и «Социальная активность». Подобные противоречия могут стать предпосылкой для формирования как внутриличностных конфликтов у представителей поколения Y, так и межличностных конфликтов между супругами и романтическими партнерами.

Апробация результатов исследования. Диссертационное исследование обсуждено и рекомендовано к защите на кафедре общей, социальной психологии и истории психологии Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский гуманитарный университет» (Москва, 2025). Основные положения, результаты и выводы диссертационного исследования изложены в докладах на методологических семинарах Костромского государственного университета (Кострома, 2022 г.).

Отдельные аспекты исследования и выводы обсуждались на научных и научно-практических конференциях: Международная конференция молодых ученых «Психология – наука будущего: междисциплинарный подход» (Москва, 2015 г. и 2017 г.); Третья международная научно-практическая конференция «Актуальные проблемы исследования массового сознания» (Пенза, 2017 г.); Международная научная конференция «Ананьевские чтения – 2017. Преемственность в психологической науке: В.М. Бехтерев, Б.Г. Ананьев, Б.Ф. Ломов» (Санкт-Петербург, 2017 г.); Международная научно-практическая конференция «Перспективы психологической науки и практики» (Москва, 2017 г.); VII Международная конференция молодых ученых «Психология – наука будущего» (Москва, 2017 г.); Всероссийская научно-практическая конференция «Психология развития в образовательной, организационной и клинической практике: опыт научно-практической деятельности и перспективы развития» (Сургут 2017 г.); XIII всероссийская научно-практическая конференция с

международным участием «Современные проблемы социальной психологии и социальной работы» (Санкт-Петербург, 2018 г.); Всероссийская научная конференция XI социологические чтения памяти В.Б. Голофаства «Семья в современном мире» (Санкт-Петербург, 2019 г.); XVI Всероссийская Парыгинская научно-практическая конференция с международным участием (Санкт-Петербург, 2021 г.), Международная юбилейная научная конференция, посвященная 50-летию лаборатории социальной и экономической психологии ИП РАН и 75-летию академика РАН А.Л. Журавлева (Москва, 2023 г.).

Сделанные в ходе работы выводы послужили основой для практического исследования типологии пользователей сайта знакомств.

Достоверность и надежность полученных результатов обеспечиваются: теоретической обоснованностью проблемы; обоснованностью и непротиворечивостью теоретических положений; использованием методик, адекватных задачам исследования; использованием апробированных методов; сочетанием количественного и качественного анализа эмпирического материала; объемом выборки, достаточным для выявления статистически значимых закономерностей; применением адекватных статистических процедур обработки, а также соответствием полученных результатов задачам исследования.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности. Диссертационное исследование соответствует п. 2 «Изучение закономерностей общения и деятельности людей, обусловленных социальным, политическим и экономическим контекстами их взаимодействия в реальной и цифровой среде. Психология межкультурных коммуникаций; онлайн-коммуникаций. Психология принятия решений. Психология риска. Совместная деятельность»; п. 3. «Изучение психологических характеристик социальных групп, семьи, организаций, поколений, сообществ, движений; социально-психологический анализ жизненных ситуаций»; п. 12 «Изучение социального влияния. Регуляторы социального поведения: нормы и социальные роли, социальные установки, социальные представления, ценности. Социальное влияние в виртуальной среде и социальных сетях»; а также п. 33 «Психология семьи, образовательных, медицинских,

политических, воинских, спортивных, творческих и иных специальных коллективов и групп (включая изучение социально-психологических механизмов формирования сект, террористических организаций и иных деструктивных явлений). Социодинамические процессы в семье, организациях, благотворительных, профессиональных, игровых, территориальных, культурных и иных сообществах» паспорта специальностей ВАК 5.3.5. «Социальная психология, политическая и экономическая психология».

Структура и содержание исследования

Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы (403 наименования, из которых 110 на иностранном языке) и приложений. Объем основного текста диссертации составляет 178 страниц с учетом используемой литературы. Работа иллюстрирована 13 таблицами и 10 рисунками. Объем приложений – 40 страниц, в них приведены бланки с методиками, характеристики выборки, таблицы по результатам опроса трех поколений с указанием значимых различий, а также таблицы по результатам контент-анализа эссе, не вошедшие в основной текст работы.

Глава 1. Теоретические предпосылки исследования социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях

1.1. Семья, брак и романтические отношения как предмет исследования социальной психологии

Проблемы семьи и брака всегда пользуются устойчивым интересом психологов и социологов, так как семья является фундаментальной социальной общностью. Изучением семейной и брачной проблематики занимаются ученые из различных разделов психологии: социальной, педагогической, возрастной, клинической (Т.В. Андреева, В.Т. Лисовский, Т.Л. Крюкова, М.В. Сапоровская, Е.В. Куфтяк, И.Н. Богданова и Я.В. Артамонова), а также социологи.

В психологических дисциплинах можно встретить немало походов к изучению семьи и брака. В 1949 г. антрополог Дж. Мердок, проанализировав 250 семей из различных слоев общества, дал следующее определение **семьи**: «социальная группа, характеризующаяся совместным проживанием, экономической кооперацией, совместным участием в биологическом и социальном воспроизводстве. Она включает в себя взрослых индивидов обоих полов (как минимум двое из которых состоят в социально одобряемых сексуальных отношениях) и детей (собственных и/или приемных)» (Мердок, 2003, с. 18). Данное определение достаточно широко, так как под него подпадают и пары, не состоящими в зарегистрированном браке, а в некоторых странах также гомосексуальные семьи и коммуны, ведущие общее хозяйство и совместно воспитывающие детей.

Аналогично широкое определение дает и социолог Э. Гидденс, который определяет семью как группу родственников, разделяющих обязательства по воспитанию детей (Гидденс, 2005, с. 155). Таким образом, по Э. Гидденсу главным критерием отнесения социальной группы к семье является забота, а такие параметры как кровное родство, наличие брака, сексуальных связей, детей, а также

пол, возраст и количество партнеров не играют определяющей роли, что отвечает современным тенденциям развития семьи, о которых будет сказано ниже.

Г.И. Захарова, рассматривая семью как особую социальную группу, также делает акцент на взаимопомощи (как экономической, так и психологической) участников данной группы, на высокой степени отождествления каждого члена с группой, а также на способе инкорпорации новых участников (не прием извне, а рождение детей) (Захарова, 2009).

Среди определений семьи чаще всего встречается формулировка А.Г. Харчева, который охарактеризовал семью как «исторически конкретную систему взаимоотношений между супругами, между родителями и детьми, как малой группы, члены которой связаны брачными или родственными отношениями, общностью быта и взаимной моральной ответственностью, и социальная необходимость в которой обусловлена потребностью общества в физическом и духовном воспроизводстве населения» (Харчев, 1979). Популярность приведенного выше определения среди психологов вполне объяснима: в нем выделяются важнейшие черты феномена – общность бытия, взаимная ответственность и взаимопомощь, а также социально-правовые характеристики.

Значительно место в теоретических исследованиях отводится **типологии семей**. В литературе можно встретить разнообразные классификации, которые отображают многообразие структур в зависимости от характера родства, супружества, родительства. Типологизация семьи производится по нескольким критериям, среди которых можно выделить объективные и субъективные. По объективным критериям разделение производится по составу семьи (чаще всего выделяют нуклеарную и расширенную семью, кроме того, неполную семью и семью повторного брака), семейному стажу и социальному составу, а также по количеству детей (Астахова, Агасарян, 2012). Как будет указано ниже, в последние годы наблюдаются тенденции увеличения числа инфертильных семей, что связывается с изменением в социальных установках молодежи.

Следующие классификации семей по Ю.Г. Астахову и М.В. Агасарян можно отнести к субъективным: 1) По типу главенства / власти: эгалитарные и

авторитарные семьи. Среди последних авторы выделяют патриархальные семьи, где значительная часть общих дел в семье контролируется мужчинами и матриархальные, где доминирующая роль отводится женщине. Подобное деление является одним из самых распространенных в литературе, однако его интерпретация варьируется. Большинство исследователей просто констатируют наличие трех типов семьи, не давая им оценочных характеристик. В.Н. Дружинин, напротив, считает, что эгалитарные отношения, получившие распространение в индустриальную эпоху, являются следствием кризиса семьи как социального института, а также маскируют «распад структуры семьи и латентный конфликт» (Дружинин, 1995, с. 32). Свои выводы Н.В. Дружинин подтверждает статистикой роста уровня разводов в мире, в первую очередь, в США как яркого примера постиндустриальных стран. 2) По качеству отношений и условиям жизни: благополучные, устойчивые, нестабильные и дезорганизованные семьи. 3) По семейному быту / укладу / определяющей функции: семья – психологическая «отдушина»; семья детоцентрического типа; типа спортивной команды, и т.д. В рамках данного критерия есть потенциал для увеличения количества типов семьи с изменением социально-экономических условий и социокультурного окружения (Астахова, Агасарян, 2012).

Ролевая структура семьи характеризуется распределением обязанностей, выполняемых каждым членом семьи. Ролевая структура может быть основана на кооперации или распределении функций, таким образом, понятие ролевой структуры является развитием понятия функций семьи. Е.К. Погодина выделяет следующие роли в современной семье: 1) ответственный за материальное обеспечение семьи; 2) хозяин / хозяйка; 3) ответственный по уходу за ребенком; 4) воспитатель; 5) сексуальный партнер; 6) организатор досуга; 7) ответственный за поддержание родственных связей; 8) психотерапевт (Погодина, 2003). В отношении ролей 5-8 не наблюдается стереотипов по полу, они с успехом могут выполняться как мужчинами, так и женщинами. Значение же роли психотерапевта в последнее время возрастает, что связывается с увеличением запроса на психологический комфорт в семье. В эмпирическом исследовании будет изучаться

отношение респондентов из трех поколений к феномену семьи, в частности предпочтительные варианты распределения ролей в семье.

Ю.Г.Астахова и М.В. Агасарян выделяют три вида семейного поведения: брачное, сексуальное и репродуктивное. В рамках данного исследования в фокусе внимания находится первый тип, целью которого является поиск/выбор брачного партнера (Астахова, Агасарян, 2012, с. 34).

С понятием «семья» тесно связано понятие «**брака**» (К.Г. Юнг, Л.А. Лисовский, А.Г. Харчев, Т.С. Шевцова и К.Е. Огай, ЕА Вовк, Т.А. Гурко и др.), зачастую их используют как синонимы, но это далеко не одно и то же. А. Г. Харчев определяет брак «как исторически меняющуюся социальную форму отношений между женщиной и мужчиной, посредством которой общество упорядочивает и санкционирует их половую жизнь и устанавливает их супружеские и родительские права и обязанности» (Харчев, 1979, с. 66). К. Юнг рассматривает понятие брака как сложную систему, находящуюся в зависимости от целого ряда объективных и субъективных факторов (Юнг, 1997). Интересно, что семейный кодекс Российской Федерации дает только косвенное определение брака как союза мужчины и женщины: «Регулирование семейных отношений осуществляется в соответствии с принципами добровольности брачного союза мужчины и женщины, равенства прав супругов в семье...»¹.

Синонимом понятия «брак» является «супружество» (conjugalit), которое С.И. Голод определяет как «личностное взаимодействие мужа и жены, регулируемое моральными принципами и поддерживаемое имманентными ему ценностями» (Голод, 2008, с. 43).

В литературе выделяются следующие **формы брака**: моногамные и полигамные (последние разделяются на полигинию и полиандрию). Е.Ф. Молевич, анализируя статистику браков и разводов, выделяет еще одну форму брака – «серийную моногамию». Наблюдая тенденцию к увеличению числа не только

¹ Семейный кодекс Российской Федерации от 29.12.1995 № 223-ФЗ (ред. от 04.02.2021, с изм. от 02.07.2021). Ст. 1. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8982/ (дата обращения: 28.01.2022)

разводов, но и повторных браков (в том числе, незарегистрированных), автор пришел к выводу о зарождении нового социального феномена (Молевич, 2002, с. 40).

Браки подразделяют на официально зарегистрированные и незарегистрированные (в бытовой терминологии – «гражданские»). На изучение второй формы направлено все больше работ психологов (подробно о тенденции роста числа незарегистрированных браков будет сказано позднее). Синонимами «незарегистрированного брака» (Ю.Г. Астахова и М.В. Агасарян, В.М. Целуйко, В.П. Позняков и Ю.М. Панфилова и др.) выступают «консенсуальный брак» (А.М. Корогодина, Д.Ю. Руднева и др.), а также «сожительство» (Е.А. Вовк, Т.А. Гурко, Е.Ф. Молевич, Т.А. Долбик-Воробей и др.). Последний термин используется все реже.

В данной работе будет использоваться термин «консенсуальный брак», под которым подразумевается «брачный союз, основанный на обычном праве, заключенный без юридического или религиозного оформления, опирающийся на межличностные отношения, взаимное согласие, доверие и ответственность» (Руднева, 2010, с. 87).

Е.А. Вовк, анализируя данные репрезентативного национального опроса и трех дискуссионных фокус-групп, проведенных в 2004 году, выделяет в ответах респондентов два крайних смысловых образа брака: 1) частный договор между двумя людьми, символическая общность, опирающаяся на общие представления, ожидания, переживания, проблемы, чувство взаимности; 2) договор между человеком и государством, общность, основанная на взаимных обязанностях и материальной ответственности (Вовк, 2005, с. 82).

Консенсуальный брак (Е.А. Вовк использует термин «сожительство»), в восприятии респондентов, отличается от зарегистрированного степенью личной автономии, а не объемом обязательств или степенью ответственности. Респонденты, отдававшие предпочтение незарегистрированному браку, в качестве ключевого фактора, определяющего их поведение, выделяли именно нежелание

ограничения своей автономии даже в обмен на ограничение автономии партнера (Вовк, 2005, с. 88).

Анализ работ ряда исследователей (Т.В. Андреевой, А.Г. Харчева, Л.Б. Шнейдер) дает основание говорить о том, что супружеские отношения являются ядром современных брачно-семейных отношений. Именно от процессов, происходящих в супружеской диаде (в российской традиции изучаются в основном моногамные гетеросексуальные браки) во многом зависит функционирование семьи в целом. Соответственно, в центре внимания исследователей находятся психологические взаимоотношения между супругами.

Теме семьи и брака посвящены многочисленные эмпирические исследования. Психологи анализируют демографические показатели и репродуктивные установки (Короленко, Калачикова, 2022), изучают образ семьи, качество жизни и удовлетворенность браком (Regnerus, 2020; Разов и др., 2020; Щит, Красилов, 2022), выявляют причины трансформационных изменений в сознании россиян. Важнейшим фактором, последствия которого для института семьи и брака будут иметь отсроченный характер, является СВО и частичная военная мобилизация (Богданова, Артамонова, 2022), однако изучение этого фактора выходит за рамки данной работы.

Вполне оправданно особое внимание уделяется молодежи как социальной группе, в большей степени подверженной изменениям (Чернова, 2012), в т.ч. изучаются брачные траектории молодежи и роль социального окружения в формировании союза (Алексеева, 2022), удовлетворенность браком в молодых семьях (Ясюкевич, Смирнова, 2022), отношение молодых людей к деторождению и сознательному отказу от него (Маленова, 2022).

В рамках исследования социальных представлений миллениалов о брачном партнере и романтических отношениях в фокусе внимания находится не статическая ситуация, а **трансформации семейного и брачного поведения**. Многие авторы отмечают тенденции изменения традиционной системы полоролевой или гендерной социализации, что проявляется в ослаблении поляризации мужских и женских гендерных ролей. Это, в свою очередь, вызывает

изменения в установках современной молодежи и в их социальных представлениях о брачном партнере и романтических отношениях.

Первая тенденция заключается в постепенном **изменении стереотипов маскулинности и фемининности**. К традиционному представлению о том, что женщине следует быть ласковой, застенчивой, заботливой и хозяйственной добавляются условно «мужские» черты: предприимчивость, независимость, умение добиваться успеха на профессиональном поприще. Стереотип маскулинности также оказался подверженным изменениям: физическая и духовная сила («сильный характер», «мужчины не плачут») постепенно уходят на второй план, уступая место той же предприимчивости, умению достигать успеха и высокого материального положения. При этом обнаружено, что респонденты со средней или низкой степенью приверженности традиционным гендерным нормам демонстрируют более высокую удовлетворенность браком (Леонова, Семенова, 2020), психологическая гибкость в целом способствует росту удовлетворенности близкими отношениями (Twiselton et al., 2020), а убеждение в том, что в романтических отношениях не должно быть разногласий, наоборот, препятствует ей (Zagefka, Bahul, 2021).

Не последнюю роль в изменении стереотипов играют средства массовой информации и интернет-ресурсы, чья основная цель – максимальный охват аудитории и получение максимальной финансовой выгоды. Многие авторы отмечают негативные тенденции влияния интернет-контента на самовосприятие пользователей и их благополучие (Янг, 2000; Корытникова, 2010; Escobar-Viera et al., 2018; Utz, Breuer, 2017, Занковский, Латынов, 2021), в частности, отчуждение пользователей от реальности и «уход» в виртуальную среду (Назаров, Белова, 2020). Контент составляется таким образом, чтобы вызывать максимум эмоций у читателей/зрителей, что гораздо эффективнее достигается за счет описания негативных ситуаций и гипертрофированных характеров. Некритичное восприятие данного контента может приводить к возникновению завышенных ожиданий в отношении партнера, межролевым конфликтам.

«Здоровому использованию интернета» («healthy internet use») отечественными и зарубежными исследователями уделяется меньше внимания: проводятся различия между позитивным и негативный типом киберсоциализации (Айсина, Нестерова, 2019), показано, что «здоровое» и «проблемное использование интернета» связано с рядом личностных и социальных характеристик (Нестерова, Левин, 2020), а предпочтение образовательному контенту указывает на высокую роль для пользователей смыслообразующих мотивов и их готовность к саморазвитию (Куликов и др., 2022).

Изменение гендерных стереотипов тесно связано с распространением эгалитарных отношений в семье (Жанибек, Жумакан, 2024). Несмотря на то, что в сознании россиян архетипическая модель семьи с традиционной иерархией пока является преобладающей, размывание гендерных ролей постепенно приводит к тому, что ожидания в отношении мужа и жены перестают укладываться в стереотипные «добытчик» и «хранительница очага», происходит универсализации социальных ролей мужчин и женщин (Гурко, 2021).

В.М. Целуйко полагает, что кризис семьи во многом обусловлен социально-экономическими факторами, в частности, снижением роли мужчины как главного источника ресурсов (Целуйко, 2004). Исследователи проводят связь между экономическим благосостоянием общества и ролевым взаимодействием в семье, полагая, что в случае резкого ухудшения материального положения семьи включается защитный механизм в виде возвращения к традиционной функции семьи (Здравомыслова, Арутюнян, 1998). Для того, чтобы проверить данное утверждение, в анкету эмпирического исследования включены вопросы в отношении текущего и прогнозного материального положения респондентов.

Вторая тенденция связана с **увеличением популярности консенсуального брака и добрачного сожительства** (Левкович, 2010), что исследователи объясняют тем фактом, что «сожительство», имевшее ранее негативную моральную окраску в социуме, в настоящее время становится социально приемлемым (Исупова, 2015), происходит «нормализация» как феномена незарегистрированного брака, так и феномена внебрачных детей (Реан, Коновалов,

2024). Помимо этого, увеличивается средний возраст вступления в первый брак: молодые люди зачастую предпочитают не спешить с регистрацией отношений, а прожить вместе «пробный период». Опросы показывают, что супруги в консенсуальном браке сталкиваются с теми же задачами, что и в официальном браке, однако при этом они чувствуют себя менее стабильно и в меньшей степени уверены в своих способностях справиться с трудной ситуацией (Астахова, Агасарян, 2012).

Третья тенденция связана с **изменением моральных установок** и норм сексуального поведения. Как и в ситуации со стереотипами, не последнюю роль здесь играют СМИ, которые переносят акцент с задачи поиска партнера на всю жизнь на максимизацию чувственного опыта и удовольствий. В стремлении удержать внимание аудитории СМИ, в том числе, интернет-ресурсы, формируют образ успешных, свободных, мобильных молодых людей, которые никогда не останавливаются, в том числе, в смене сексуальных партнеров, а обширный сексуальный опыт преподносится как положительная характеристика человека (Bereczk et al., 2004).

Все большее распространение получает **установка на свободу и жизнь в одиночестве**, также усиливаемая продуктами массовой культуры (Бауман, 2019). Параллельно не исчезает и потребность чувствовать связь со значимыми другими, что в итоге выражается в желании «жить вместе, но порознь» (Bauman, 2003). В настоящее время на формирование идентичности человека существенное влияние оказывает интернет-контент индивидуалистической направленности (Castells, 2002; Davies, 2003; Коротникова, 2010; Нагорнова и др., 2021; Власова, 2022; Герасимова, 2022), в результате молодые люди все чаще воспринимают брак как нечто, сковывающее свободу, и не желают «тратить молодость» на рутину семейных отношений (Вагер, Войтко, 2022). И если поначалу брак и рождение детей откладываются на неопределенное время, то с течением времени одинокий образ жизни для части молодежи воспринимается как единственно возможный.

Другой части, в конце концов, наскучивает постоянная смена партнеров и впечатлений и они демонстрируют готовность к созданию семьи, однако

коммуникативные навыки, необходимые для выстраивания долгосрочных романтических или брачных отношений, уже оказываются утраченными, а межличностное взаимодействие затруднено (Назаров, Белова, 2020).

Исследователи отмечают, что по мере повышения уровня образования желание вступать в брак уменьшается, соответственно, растет доля холостых и незамужних людей. Тенденция особенно проявляется среди женщин (Астахова, Агасарян, 2012). Кроме того, отмечается рост числа ассиметричных по возрасту браков, в которых разница в возрасте между мужем и женой превышает 15 лет (Шевцова, Огай, 2020).

Следствием вышеперечисленных тенденций является **сокращение рождаемости**, по словам Е.Ф. Молевича, все больше женщин в России и за рубежом считают, что не каждая женщина должна становиться матерью. Вслед за А. Тоффлером, автор делает вывод о том, что на смену малодетной семье индустриального общества приходит бездетная семья постиндустриального (Молевич, 2002, с. 39).

Социальная психологов, социологов и демографов также интересует феномен внебрачной рождаемости. Изучение актов о рождениях за 2002 год показало, что 39% детей этого года были рождены вне брака, а 25% – в первые девять месяцев брака. В 2012 г. эти показатели составили 21% и 23% соответственно (Тольц, 2020). По мнению Т.А. Гурко, данный феномен имеет региональную и возрастную специфику: более высокие показатели внебрачной рождаемости наблюдаются у жителей Крайнего Севера, у матерей из младших возрастных групп (которые зачастую не планировали рождение ребенка), а также у зрелых одиноких женщин (последние идут на этот шаг осознанно для обретения цели и смысла жизни) (Гурко, 2001).

Довольно слабо на сегодняшний день изучен вклад рождаемости в повторных союзах в итоговую рождаемость. Есть мнение, что он непрерывно увеличивается, начиная с середины XX в., и в настоящее время повторные брачно-партнерские союзы (в том числе, незарегистрированные) играют значимую роль в реализации репродуктивных установок россиян (Захаров и др., 2016).

Анализируя указанные выше тенденции, Т. Парсонс приходит к выводу о том, что с переходом к постиндустриальному обществу семья утратила практически все функции кроме социализации детей (Цит по: Дружинин, 1995, с. 31). В.Н. Дружинин с данной точкой зрения согласен лишь отчасти, полагая, что «социализация детей всегда, во все времена и у всех народов, была единственной специфической функцией семьи, а прочие функции были дополнительными и менялись на протяжении веков» (Дружинин, 1995, с. 32).

Многие исследования семьи и брака проводятся с идеологической позиции христианской культуры (в частности, В.Н. Дружинин, работы которого упоминались выше). Л.Г. Лысюк, анализируя запросы молодежи по телефону доверия, делает вывод о том, что многие из них проводят знак равенства между понятиями «любовь» и «секс», что, по мнению автора, противоречит традиционному русскому представлению о любви как возможности отдавать свои силы другому без остатка (Лысюк, 2004, с. 68). В нашем эмпирическом исследовании с помощью методики ролевых ожиданий и притязаний в семье будет изучено место сексуальной сферы среди других сфер семейной жизни с точки зрения представителей трех поколений.

Подводя итог анализу тенденций в брачно-семейных отношениях, хочется отметить, что многие авторы описывают их либо в нейтральном, либо в негативном ключе. На общем фоне выделяется Е.Ф. Молевич, который позитивно охарактеризовал происходящие процессы: «...институты брака и семьи в ходе этих перемен не деградируют, не умирают, наоборот, они демонстрируют удивительную пластичность, адаптивность и стойкость, позволяющую им сохранять свою общественную значимость и в условиях взаимодействия столь кардинально изменившихся полов» (Молевич, 2002, с. 41).

Т. А. Гурко, опираясь на утверждение о «различии между эволюционными и трансформационными изменениями института брака как альтернативы рассуждениям о деинституциализации» (Cherlin, 2020, с. 66), разделяет трансформационные тенденции на две больших категории: девиации, как свидетельство трансформации института брака, и вариации – как свидетельство его

эволюции. К девиациям автор относит разводы, сексуальные отношения до брака, внебрачную рождаемость и новые практики распределения супружеских и родительских ролей в семье. К вариациям – «семьи, основанные на повторных браках (сводные), бездетность в браке... возможность усыновления детей однополыми парами, сожительства до брака или вместо брака без детей, внебрачные рождения (ребенок регистрируется только матерью), сожительства биологических родителей, т.е. хрупкие семьи» (Т. Гурко, 2021, с. 61).

Ярким показателем трансформации семейно-брачных отношений являются терминологические изменения: в последние десятилетия в публикациях, посвященных семье и браку, зарубежные авторы чаще упоминают не брак (marriage), а близкие отношения (intimate relationships), не супругов (spouses), а партнеров (partners) или пар (couples) (Вовк, 2005). Термин «близость» (intimacy) в большей степени характеризует романтические отношения, хотя встречается также в исследованиях дружеских и детско-родительских отношений (Куликов, Пастушик, 2009).

В данном исследовании использовался термин **«брачный партнер»** (для ухода от созвучности с термином «деловой партнер»). Использование данного термина предполагает, что основным критерием выделения мужчины и женщины в качестве пары является не только наличие сексуальных отношений, но и общность переживаний, высокая степень значимости друг для друга.

В литературе выделяют несколько типов брачно-семейного партнерства: 1) партнерство без совместного проживания, выделяемое по критерию самоопределения отношений как значимых; 2) сожительство как совместное проживание партнеров без регистрации отношений; 3) брак с совместным проживанием; 4) брак без совместного проживания (Годвин-брак, гостевой брак, регулярно-раздельный брак) (Жизненные миры современной российской семьи, 2015, с. 60).

В качестве разновидностей гостевого брака выделяются LAT (Living Apart Together) отношения, когда супруги живут порознь в силу некоторых жизненных обстоятельств, и LTA (Living Together Apart) отношения, когда супруги

продолжают жить вместе, несмотря на завершение близких отношений. Второе чаще имеет место в семьях с низким уровнем дохода (Martin et al., 2011).

В исследованиях на тему брачного партнерства выделяется несколько направлений: особенности процесса поиска партнера и риски виртуальных знакомств (Миронова и др., 2021); факторы выбора партнера у разных возрастных групп (Ефимова, 2020; Ледовская, 2021); готовность к переходу от незарегистрированного брака к семейно-брачным отношениям (Панфилова, 2020; Позняков, Панфилова, 2022); особенности решения конфликтов и способы преодоления трудностей (Медведева, Ипполитова, 2019), а также представления об идеальном брачном партнере, установки и стереотипы в отношении будущего брака (Бережная, Лукьяненко, 2016; Доронина, 2018; Шараева, 2019; Леонгардт, 2019; Синьковская, 2019; Sari, Fiskin, 2021) и их связь с личностными характеристиками респондентов (Каргина и др., 2021; Ростовцева и др., 2022). Показано, что брачный выбор основывается на субъективных предпочтениях и нормах (Тарасевич, 2016), а личностные особенности оказывают влияние на удовлетворенность браком (Юнель и др., 2020).

Отдельно изучается такой феномен как **наличие противоречий в установках и представлениях молодежи о браке и партнере**. Т.А. Гурко на выборке в 500 респондентов проанализировала предпочтения в отношении возраста вступления в первый брак, мотивы регистрации брака и начала семейной жизни, а также установки в отношении будущих супружеских отношений. В последних были выявлены противоречия. Обнаружилось, что несмотря на установку венчаться в церкви, широко распространенную среди респондентов, такие ценности как «единобрачие», «необходимость мириться со слабостями супруга, пока смерть не разлучит» оказались важны лишь для небольшой части опрошенных (Гурко, 2006).

Т.А. Гурко обнаружила и другие противоречия. Так, многие девушки стремятся рано вступить в брак, получая при этом материальную помощь от мужа и родителей, но одновременно, они стремятся и к независимости. Многие юноши стремятся взять в жены девушку моложе себя, финансово зависимую от будущего

супруга, однако при этом они готовы принимать финансовую помощь от родителей жены (Гурко, 2006). Еще одно противоречие связано с тем, что в сознании студентов уживаются установки на среднедетность или многодетность с принятием концепции серийной моногамии. По всей видимости, в силу отсутствия жизненного опыта студенты просто не задумываются о будущем своих детей.

Т.П. Емельянова также выявляет противоречия в социальных представлениях о браке юношей и девушек студенческого возраста. Несмотря на то, что брак имеет положительные коннотации у студентов, в жизненных планах он откладывается на неопределенное время. Помимо этого, факторный анализ социальных представлений о браке показывает, что в ядро социальных представлений как юношей, так и девушек входит понятие внутренней свободы, что автор объясняет социально-экономическими причинами. В настоящее время большинство студенческой молодежи проживают с родителями и в значительной степени зависят от них, поэтому создание собственной семьи воспринимается как освобождение (Емельянова, 2014).

Т.А. Долбик-Воробей на основании опроса студентов и вторичного анализа опубликованных опросов также приходит к выводу о том, что экономическая несамостоятельность молодежи приводит к возникновению противоречия в установках по отношению к браку, касающееся поддержания семейных контактов с родителями: с одной стороны, респонденты признают, что студенческой семье невозможно прожить без материальной поддержки родителей, с другой – стремятся минимизировать вмешательство родителей в семейные отношения (Долбик-Воробей, 2003).

Среди зарубежных работ, посвященных браку, хочется отметить исследование группы аналитиков Pew Research Center, посвященное сравнению некоторых установок и социальных представлений четырех поколений: миллениалов, поколения X, бэби-бумеров и «молчаливого поколения». В работе приводятся данные опроса 2622 человек, которые отвечали на вопросы об установках в отношении брака и воспитания детей, предпочтениях в отношении брачного партнера, в также ролевых ожиданиях в браке (Taylor et al., 2011).

Вопросы указанного исследования частично пересекаются с данной работой, поэтому в главе 3 приводится сопоставление некоторых результатов.

Говоря о семье и браке, нельзя не упомянуть о **любви и романтических отношениях**. Обнаруживаются противоречия между высокой значимостью феномена любви для общества, в том числе, российского, и недостаточной теоретической разработанностью данной темы (Екимчик, 2009). Значительная часть литературы о любви и романтических отношениях написана в научно-популярном жанре или жанре беллетристики. Автор одной из монографий о любви Е.П. Ильин указывает на то, что данный феномен в большей степени изучается не психологами, а психотерапевтами, сексологами, психофизиологами, а также философами (Ильин, 2017).

В эпоху античности представления о любви разрабатывались философами и имели мало отличий от мифологии. В Средневековье изучением любви занимались суфийские философы и литераторы Арабского Востока и Персии (О. Хайям, Алишер), в эпоху Возрождения начинает развиваться течение неоплатонизма (М. Фичино, Ф. Каттани, Д. Бруно). В середине XIX феноменом любви заинтересовались русские ученые: И.М. Сеченов выделил три фазы любви, а И.И. Мечников определил любовь как психологическую надстройку над биологическим половым влечением. В науке также прослеживается связь между любовью и сексуальностью (Панкратова, 2021). В теории сублимации З. Фрейда «любовь низводится к первобытной сексуальности, являющейся одним из основных стимулов развития человека» (Цит. по: Ильин, 2017, с. 9). В дальнейшем Э. Фромм в своих работах уходит от биологического описанию любви к культурно-социальному.

Определение любви пытались найти многие авторы (Щербатых, 2010; Кыштымова, Макаревич, 2020). Сексологическая энциклопедия делает акцент на духовном аспекте и самоотдаче феномена любви: «нравственно-эстетическое чувство, выражающееся в бескорыстном и самозабвенном стремлении к своему объекту. Специфическим содержанием этого чувства являются самоотдача, самоотверженность и возникающее на этой основе духовное

взаимопроникновение» (Сексологическая энциклопедия, 2019). Наиболее известное определение любви дал Э. Фромм – «активная заинтересованность в жизни и развитии того, что мы любим» (Фромм, 2024, с. 36).

Романтические отношения рассматриваются как составная часть любви, а также как один из «субъективных типов близких межличностных отношений» (Сапоровская и др., 2021, с. 147), «ключевой характеристикой которых является сила и характер взаимосвязей в диаде» (Eastwick et al., 2019, p.5). Романтические отношения определяются как «относительно устойчивые диадные отношения, предполагающие взаимодействие партнеров до тех пор, пока отношения не будут прерваны или не перейдут в другой вид близких отношений, например, супружеские» (Ширко, 2018, с. 37).

В числе признаков романтических отношений называются наличие выраженной сексуальной составляющей, сексуального влечения, а также идеализацию партнера (Юнг, 1997; Бочавер, 2012). Супружеские отношения отличаются от романтических наличием совместной деятельности, общностью семейного пространства, ответственностью и поддержкой, более реалистичным восприятием партнера (Сапоровская и др., 2021).

Одним из видов романтических отношений являются отношения любовников, в которых присутствует аффективная составляющая и сексуальное влечение, но отсутствует (по крайней мере, у одного из партнеров) установка на совместное будущее. Так как темой данного исследования является брачный партнер и романтические отношения, либо ведущие к браку, либо заменяющие официальный брак, отношения любовников подробно рассматриваться не будут.

В последнее время отмечается рост интереса к теме брачного и романтического партнерства, объем научных публикаций на разных языках, отвечающих условиям поиска «(романтические или партнерские или брачные) отношения» за период с 2011 по 2020 г. составил 1 557 703 единиц. Для сравнения в период с 2001 по 2010 г. объем публикаций был вдвое меньшим (781 047 единиц), а в 1991 – 2000 годах составлял всего 271 727 единиц (Sharkey, Feather, Goedeke, 2021, p. 866).

Можно выделить несколько направлений **изучения романтических отношений**: первое фокусируется на изучении личностных особенностей партнеров (Поддубный, Позняков, 2023; Щукина, 2023), связи романтических отношений с взаимоотношениями в родительской семье и стилями сепарации от родителей (Самохвалова, Тихомирова, 2022а); теорий и моделей романтической страсти (Carswell, Impett, 2021); внешней привлекательности и других факторах выбора партнера (Лабунская, Гура, 2022; Гура, 2022; Алтунина, 2024; Самолдин и др., 2024); динамики романтических отношений, «приливов и отливов» в отношениях (Finke et al., 2017); взаимосвязи романтических отношений с другими сферами жизни, например, карьерой (Когель, Рикель, 2015); особенностей трансформации романтических отношений в брачные (Фурманов, 2019; Гагауз, 2021).

Второе фокусируется на удовлетворенности отношениями (Опекина, Екимчик, 2022; Волк и др., 2024; Ракитская, Бараева, 2024; Сергеева, 2024), дистанции и близости, проблемных моментах и когнитивных искажениях (Румянцева, 2019; Гаврилова, Климочкина 2024) в партнерских и романтических отношениях, например, деструктивной привязанности и изменах, в т.ч. виртуальных (Whitty, 2005; Екимчик и др., 2013; Таблолина, 2018; Непомелуева, Рикель, 2021, Голубев и др., 2021; Рыбакова, 2022; Хилл, 2022; Нестерова, Щукина, 2024; Умярова, Шаталина, 2024); разлуке и одиночестве (Опекина, Сапоровская, 2022; Самохвалова, Тихомирова, 2022b; Каменская, Сапоровская, 2022); а также изучает связи между характером романтических отношений и психологическим благополучием, локусом контроля, копинг-стратегиями (Ильченко, Ситников, 2018; Ильченко, Тепсикоева, 2020; Крюкова и др., 2020; Екимчик, Опекина, 2022; Белоглазов, Шомникова, 2023; Ополовникова, Крюкова, 2024).

Постепенно выделяется и третье направление исследований, посвященное романтическим отношениям, выходящим за пределы общепринятых норм общества, например, полиаморным отношениям (Войтышева, 2022), романтическим отношениям у представителей разных сексуальных ориентаций (Davis, 2017; Попович, Кочетков, 2022).

Представления об идеальном романтическом или брачном партнере относительно мало изучены, эмпирические исследования по данной тематике в России проводились на малых выборках, респондентами чаще всего выступали студенты или старшеклассники (Шелехов и др., 2015; Алмазова и др., 2015; Бережная, Лукьяненко, 2016; Азарова и др., 2016; Стефурак, 2016; Обухова, Сыроваткина, 2017; Бушкова-Шиклина, Шеина, 2024; Сунцова, Пиминова, 2024), что обуславливает актуальность данного исследования.

Пандемия коронавируса также оказала влияние на семейные и романтические отношения: отмечался рост нагрузки на женщин по уходу за членами семьи, которые стали много времени проводить дома (Kim, Zulueta, 2020; Lebow, 2020), ухудшение отношений с партнером (Gordon, Mitchell, 2020; Ивченкова, 2020; Крюкова и др., 2020), возрастание значимости онлайн-отношений (Тихомирова, Шибакова, 2022), однако рассмотрение данных тенденций выходит за рамки тематики исследования.

В рамках исследования особый интерес представляют работы, посвященные **влиянию цифровизации на романтические отношения** (Gangestad, Simpson, 2000; Little et al, 2011; Blackhart et al., 2014, Hance et al., 2018; Нестерук, 2023), в частности, феномену виртуальных знакомств, отношениям на расстоянии (Koike, Loughnan, 2021; Деменчук, 2019, Матанцева, 2020; Пупкова, Чердакова, 2018), мотивам и процессу выбору партнера (Кормилицин и др., 2012; Мельников, Косарева, 2017; Тырнова, Миронова, 2017; Девочко, 2021; Иканина, 2023; Андрюха, 2024), влиянию искусственного интеллекта на романтические и сексуальные отношения (Быльева, 2022; Лем, 2024; Оловянишников, Шевченко, 2024). К факторам выбора брачного партнера помимо социальных представлений и установок относят личный опыт и опыт родительской семьи, а также образы, транслируемые средствами массовой культуры, в том числе, посредством социальных сетей (Чугунова, 2018).

В ряде исследований анализируются различия в мотивации мужчин и женщин при пользовании сервисами знакомств (Schmitt et al, 2021; Sumter et al., 2016). Исследователи из университета Невады на основе анализа 1508 профилей

пользователей на популярном сайте знакомств, обнаружили, что мужчины в десять раз чаще ищут случайного секса, в то время как женщины – серьезных отношений (Jankowiak et al, 2017).

А. Балби, изучая модели знакомств миллениалов США, рассматривает, как изменялись паттерны знакомств, начиная с XIX в., анализирует причины увеличения возраста вступления в брак и делает акцент на роли новых технологий в выборе партнера и организации свиданий. А. Балби отмечает негативную тенденцию, связанную с мобильными приложениями для знакомства: чем больше времени до момента реальной встречи занимает виртуальное общение, тем больше вероятность разочарования при встрече (Balbi, 2016). Вследствие опасения возможного разочарования многие миллениалы в качестве первого свидания предпочитают короткую встречу «за выпивкой», нежели длинный ужин или поход в кино, так как первый вариант предполагает меньший расход времени и денег.

Теме приложений для знакомств посвящено исследование Л. Стэмплер, которая отмечает неутешительную тенденцию: широкие возможности для знакомства, предлагаемые специализированными мобильными приложениями (наподобие Tinder), на практике не только не способствуют поиску партнера, но и зачастую приводят к снижению числа свиданий, так как у пользователей формируется ощущение безграничности выбора и отсутствия необходимости принимать решение немедленно. Таким образом, подобные приложения зачастую делают поиск партнера перманентным состоянием миллениалов (Stampler, 2014).

Дж. Блейер отмечает, что возможности для знакомств, предлагаемые интернет-сайтами и мобильными приложениями, приводят к тому, что на первое место в выборе партнера выходит внешняя привлекательность, а не внутренние качества, в результате чего многие миллениалы упускают потенциального брачного партнера, который мог бы подойти им по ряду психологических характеристик. Кроме того, легкость выбора на «виртуальном рынке» среди обезличенных людей формирует потребительское отношение к потенциальному партнеру и не способствует достижению сосредоточенности, необходимой для создания реальной, тесной, интимной связи между индивидами (Bleyer, 2014 p. 7).

Ряд отечественных и зарубежных исследований помещает в фокус внимания проблемы онлайн-знакомств, в частности, этические проблемы использования искусственного интеллекта в виртуальных сервисах (Панкратова, 2019; Урусова, Хусьяинов, 2018), психологические особенности безопасного поведения при виртуальном общении (Шершнева, 2019, Bonilla-Zorita et al., 2021).

С появлением интернет-технологий возникло понятие фаббинга в романтических или близких отношениях (Крюкова, Екимчик, 2019; Thseen, Sefa, 2019; Крылова, 2019; Южанин, 2022; Володина, Олькова, 2022; Рагозинская, 2024). Фаббинг представляет собой намеренное игнорирование собеседника путем отвлечения на мобильный телефон и потери зрительного контакта (Rothwell, 2016; Рагозинская, 2021). Показано, что «стремление к быстрым, поверхностным и разнообразным контактам увеличивает вероятность появления фаббинга в отношении партнера по общению» (Нестерова, Феклисова, 2024, С.82), при этом сам фаббинг оказывает влияние на степень удовлетворенности отношениями (Максименко и др., 2021). Еще одним негативным явлением, непосредственно связанным с удаленными форматами коммуникации, является «гостинг» – прекращение коммуникации в одностороннем порядке и без объяснения мотивов (Варавка, Яничева, 2023; Коноза, 2023).

В данном исследовании будет вестись речь о социальных представлениях о брачном партнере и романтических отношениях как о системе взглядов, убеждений, установок в отношении брачного партнера и романтических отношений, имеющей ядро и периферию, сформированной под влиянием макро- и микросреды и регулирующей социальное поведение.

1.2. Возможности применения теории поколений для изучения социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях

В социальной психологии уделяется большое внимание возрастным особенностям поведения и восприятия: механизмы формирования взглядов на мир,

а также способы приспособления к различным ситуациям во многом зависят от того, к какой возрастной когорте принадлежит индивид или группа. В условиях активной трансформации семейно-брачных отношений и высокого уровня неопределенности изучение возрастного аспекта также претерпевает изменения, так как изменяются временные границы поколений. Многие индивидуальные и групповые социально-психологические процессы можно понять только в ракурсе анализа особенностей поколенческих когорт, что обуславливает необходимость изучения поколенческой стратификации. Под поколением понимается одна из «форм неструктурированной большой группы, объединяющей людей с общими социальными представлениями, ценностными ориентациями и отношением к миру» (Марцинковская, Полева, 2017, с. 28).

Многие ученые считают смену поколений движущей силой исторического развития (О. Конт, Ж. Дромель, Дж. Милль, Г. Феррари, О. Лоренц), реже встречается альтернативная точка зрения, что смена поколений является следствием исторических процессов (В. Дильтей). К одному поколению относят людей, возраст которых находится в определенном временном интервале, по разным оценкам он составляет 20-25 лет. Сложности в определении четких межпоколенческих границ вызваны противоречивостью биологических и социальных критериев, которые представляют собой подвижные конструкты (срок физического созревания, средний возраст начала трудовой деятельности, вступления в брак и рождения детей, единство образа мыслей и ценностей).

В социальной психологии термин «поколение» может быть использован в разных смыслах: 1) реальное поколение (когорты) – совокупность населения определенного возраста; 2) генеалогическое (генерация) – потомки общего предка; 3) хронологическое – период времени жизни / активной деятельности; 4) условное/гипотетическое – общность современников, чья жизнь ассоциирована с важными историческими событиями или культурными эпохами (Философский энциклопедический словарь, 1993).

В данной работе поколения рассматриваются в неклассическом смысле, не как демографические когорты, а как «сложные саморегулирующиеся системы,

формирование которых направляется преимущественно социальными факторами» (Тычинина, Рикель, 2024, с.151). Идея о преемственности поколений была высказана еще итальянским философом Д. Вико, который изучал роль религии, языка, права в процессе смены социальных сообществ, анализировал влияние данных факторов на возникновение неравенства и зарождение государства. Д. Вико считал, что «ход истории цикличен, все нации развиваются по циклам, состоящим из трех эпох – детства, юности и зрелости» (Новая философская энциклопедия, 2019). Именно Д. Вико заложил принципы, которые впоследствии легли в основу теории поколений, в частности: развитие общества происходит по собственным, внутренним законам, в основе которых лежит процесс смены поколений; каждое из поколений связано с предыдущим единством законов разума. Преемственность законов разума, а также постепенное увеличение рационального знания представляется Д. Вико важными элементами для понимания последовательности исторических процессов (Зайцева, 2015).

Дальнейшее развитие теория получила в работах социолога и философа К. Маннгейма, который на социально-историческом материале изучал феномен поколенческого единства (Mannheim, 1952). Ученый не предоставил точного определения понятию «поколения», делая акцент на том, что данное понятие нужно трактовать с социальной, а не биологической точки зрения. Вслед за Д. Вико К. Маннгейм выделял изменения (в том числе, в наборе знаний и жизненном укладе) в качестве движущей силы формирования и смены поколений. Так, например, по мнению ученого, в крестьянской среде, где изменения происходят медленно, смены поколений практически не наблюдалось, а собственно поколения в своем истинном значении формируются только там, где имеет место изменение социально-исторического сознания (Мангейм, 2000).

С современной теорией поколений идеи К. Маннгейма сближают концепция «жизненного цикла» («life course»), а также описание процесса формирования поколений. Однако, в отличие от современных исследователей, полагающих, что основа для усвоения представителями поколения одинаковых ценностей закладывается в детстве, до 12-летнего возраста, К. Маннгейм считает, что

поколение оформляется в возрасте 17–25 лет, то есть с поздней юности до ранней взрослости, когда человек приобретает личный взгляд на общественно-политические явления. К. Маннгейм разводит автобиографическую и историческую память, делая акцент на том, что лучше всего запоминаются события, произошедшие именно во время жизни человека, эту идею впоследствии развивали ученые конца XX в. (Маннгейм, 2000).

Родоначальниками классической теории поколений в 1991 г. считаются экономист и демограф Н. Хоув и историк В. Штраус, которые независимо друг от друга начали изучение «конфликта поколений», который не был связан с возрастными противоречиями. Ученые проанализировали историю США (особенно внимательно – XX в.) и обнаружили периоды («социальные поколения»), в которых люди обладают схожими жизненными ценностями. Помимо работ К. Маннгейма, Н. Хоув и В. Штраус в своих изысканиях опирались также на труды Х. Ортега-и-Гассет, Дж. С. Милля, Э. Литтре, О. Конта и Ф. Мантре. При анализе циклов и превращений использовались работы по изучению цикличности в самых различных сферах: военно-исторической (А. Тойнби и К. Райт), политологии, геополитике и международных отношениях (У.Р. Томпсон и Дж. Модельски, В.Д. Бернхам, А. Шлезингер-отец и сын, Ф. Клигбергер), экономике (Н. Кондратьев), изучались даже долгосрочные колебания в криминологии и токсикомании.

Согласно Н. Хоуву и В. Штраусу, одним поколением могут считаться люди, которые родились в один двадцатилетний период и обладают общими критериями: 1) переживание одних и тех же исторических событий примерно в одном возрасте; 2) схожие убеждения, модели поведения; 3) чувство причастности к своему поколению (Strauss, Howe, 1997).

История, по Н. Хоуву и В. Штраусу, состоит из циклов продолжительностью примерно 80-90 лет, которые, в свою очередь, можно разбить на четыре периода с характерными для каждого ценностями и устоями, принятыми в обществе. Кроме того, авторы выдвигают идею о существовании двух глобальных фаз: кризиса и подъема. Первая способствует сплочиванию общества перед лицом опасности, что

приводит к формированию стремления к порядку и самопожертвованию. А вторая способствует развитию индивидуалистических ценностей, в эту фазу государственное устройство и в целом институциональный порядок подвергаются нападкам со стороны новых духовных и общественных ценностей.

Затем данная модель трансформировалась в четырехчастную с фазами «подъем», «пробуждение», «спад» и «кризис», причем каждую из фаз авторы сравнили с сезонами (весна, лето, осень и зима соответственно). С 1435 по конец XXI века Н. Хоув и В. Штраус выявили в англо-американской истории 26 превращений в 7 циклах. В последовательности циклов Кризисов и Пробуждений ученые выделили четыре архетипа: Пророк, Странник, Герой и Художник. В последнем историческом цикле этим архетипам соответствуют поколения «бэби-бумеры» (1943/1945-1960/1962), поколение X (1961/1963-1981/1983), поколение Y (или «миллениумы», «миллениалы», 1982/1984-2000/2004) и поколение Z (с 2001/2005 по 2012/2016). Поколения являются нечеткими социальными конструкциями, их границы определяются приблизительно, и в разных источниках могут различаться (Левада 2002; Campbell et al., 2017).

Классическая теория поколений делает акцент не на возрасте, а на том, в какой именно фазе находятся поколения: осваивают или пробуют ценности, живут ими, управляют при помощи ценностей, создают ценности или же сохраняют их. Теория поколений имеет преимущества по сравнению с обычным социологическим подходом, описывающим различия в поведении и социальных представлениях респондентов разных возрастных групп, так как в качестве фактора влияния выделяет не возрастную когорту (по отношению к которой практически невозможно доказать, что прошлый жизненный опыт оказал какое-либо влияние на поведение и установки), а понятие «поколение», которое представляется как совокупность людей, связанных общими воспоминаниями о важных исторических событиях, которые не могли не отразиться на формировании их мнений о мире и о том, как именно следует себя вести в тех или иных ситуациях. Такими событиями могут быть войны, технические и культурные революции, экономические спады и подъемы и т.д. В таком понимании теория поколений позволяет задать рамку для

изучения социальных представлений, так как данный феномен тесно связан с опытом и условиями взросления индивидов.

Эмпирические исследования в рамках теории поколений проводили Г. Шуман и Ж. Скотт из США, которые в 1985 году на выборке 1410 человек в возрасте старше 18 лет изучали воспоминания о «национальных и мировых событиях и изменениях», имевших место в последние 50 лет накануне исследования (Шуман, Скотт, 1992). Авторы приходят к тем же выводам, что и Н. Хоув и В. Штраус: а) воспоминания о важных политических и социальных событиях структурированы по возрасту, б) важные воспоминания, оказывающие формирующее воздействие для конкретного поколения, датируются именно периодом юности и ранней взрослости (Шуман, Скотт, 1992). Г. Шуман и Ж. Скотт обнаружили только два события – освоение космоса и изобретение компьютера – которые не имели связи с возрастом. Авторы выдвигают предположение, что данный феномен вызван неполитическим характером данных событий.

По результатам исследования Г. Шуман и Ж. Скотт делают еще один важный теоретический вывод о том, что следует различать два значения термина «коллективные представления». 1) В узком смысле – это персонифицированные коллективные воспоминания (то есть пропущенные через личный опыт индивида); 2) в широком смысле – это коллективное восприятие, значимое для формирования будущего поведения представителей поколения (Шуман, Скотт, 1992). Именно вторая интерпретация коллективных представлений сближает их с социальными представлениями С. Московиси. При этом, говоря о будущем поведении, авторы подчеркивают, что коллективные воспоминания не детерминируют модели поведения, так как разные представители одного поколения извлекают разные уроки из одних и тех же событий.

Изначально теория поколений разрабатывалась для изучения социальных процессов в англо-американской истории, затем ее объяснительный потенциал был экстраполирован на ЮАР, страны «азиатских тигров» (Южная Корея, Сингапур, Гонконг и Тайвань) и Европу, а только затем применен в России. В России адаптацией теории поколений к отечественным культурно-историческим реалиям

заялись Е.М. Шамис и Е.Н. Никонов, запустив с 2003 года системные исследования в рамках проекта «RuGenerations»².

В отличие от стран Европы и Америки, где теория поколений изучается в рамках исторических дисциплин, в России интерес к ней проявляется в первую очередь, в сферах маркетинга и управления. Акцент делается не на теоретических обоснованиях, а на практическом значении теории, что повышает ее привлекательность для специалистов по рекламе, персоналу, связям с общественностью. Процессы глобализации создают благоприятную основу для унификации теории поколений: по словам координатора проекта «RuGenerations» Е.М. Шамис, «впервые за многие десятилетия поколение Y в мире и России почти не отличаются друг от друга... Ценности поколений во всех странах схожи. Дело в том, что есть ключевые события и явления в мире (появление Интернета, распространение мобильной связи), общие для разных стран. Смена поколений проходит практически в одном режиме по всему миру» (Соколова, 2010).

Большинство работ в рамках теории сконцентрировано на изучении сферы профессиональных интересов отдельных поколений (Del Campo et al., 2010; Bencsik, Horváth-Csikós, Juhász, 2015; Lyons et al., 2015; Гурова, 2016; Прохорова, Савичева, 2022), потребительских привычек и практик разных поколений (Underwood, 2007; Асташова, 2014), взаимодействия поколений с интернет-средой и изменений, вызванных информационной революцией (Нечаев, Дурнева, 2016; Солдатова и др., 2017; Солдатова, Войскунский, 2021; Руснакова, Иващенко, 2024).

Также не лишены внимания личностные особенности представителей разных поколений (Дьяченко, 2013; Шалаева, Самыкина, 2015; Полянок и др., 2016; Базылев, 2024), их жизненные ценности (Пищик, 2011; Пушина, 2011; Афанасьева, Гаглыева, 2024), а также коллективная память (Дробышева, 2018). Выделяется широкий пласт работ, посвященных конфликтам и преемственности между поколениями (Grenier, 2007; Сапоровская, 2012; Лебедева, 2016; Пищик, 2017).

² <https://rugenations.su>

Поколения активно изучаются и в социологических науках (Горшков, 2010; Исаева, 2011; Власова, 2013; Радаев, 2018; Радаев, 2019), более того, существуют и другие периодизации поколений. Так, например, социолог Ю. Левада выделял шесть поколений в российской истории XX века:

1) поколение «революционного перелома»: люди, родившиеся в конце XIX в. Основная активность приходится на 1905 – 1930 гг.

2) поколение «сталинской мобилизационной системы» (1930 – 1941 гг.): родившиеся около 1910 г.

3) поколение военного и послевоенного периода (1941 – 1953 гг.): родившиеся в 1920 – 1928 гг.

4) поколение «оттепели» (1953 – 1964 гг.): родившиеся в 1929 – 1943 гг.

5) поколение «застоя» (1964 – 1985 гг.): родившиеся в 1944 – 1968 гг.

6) поколение «перестройки и реформ» (1985 – 1999 гг.): родившиеся примерно с 1969 г. (Левада, 2001).

Сам автор указывает на то, что «предложенная схема заведомо ограничена и условна. Временные рамки поколенческих групп можно определять иначе, например, принимая во внимание “переломные” группы» (Левада, 2001, с. 8). По его мнению, данная классификация являет собой взгляд на общество сверху, со стороны элит, кроме того, она охватывает преимущественно жителей крупных городов, в сельской же местности факторы, формирующие поколения, могли отличаться. Помимо этого, хочется отметить, что Ю. Левада не распространил свою классификацию на конец XX – начало XXI века, соответственно, поколения Y (миллениалы), Z (зумеры) и A (альфа, родившиеся с 2011/2013 гг. по наше время) им уже не рассматривались.

Теория поколений используется для изучения больших социальных групп, в чем заключается ее близость с теорией социальных представлений. Данный фактор является одной из причин выбора данной теории для изучения представлений молодых людей о брачном партнере и романтических отношениях. Также в части качественных методик предмет исследования теории поколений пересекается с предметом исследования теории социальных представлений: и в том, и в другом

случае исследователей интересует коллективное восприятие отдельных явлений (Петрушихина и др., 2016; Эскиндаров и др., 2021) или ценностные ориентации различных поколений (Рикель, Доренская, 2017).

Исследования в рамках теории поколений фокусируются, как правило, на особенностях одного из поколений, которые наиболее ярко проявляются в сравнении с другими поколениями (Loomis, 2000; Tulgan, 2009; Мирошкина, 2014; Smith, Nichols, 2015; Викентьева и др., 2022; Терентьева, 2024), и данная работа – не исключение. Так как в рамках данного исследования нас интересует, в первую очередь, поколение миллениалов, перечислим их социально-психологические характеристики, выделенных на основании предыдущих исследований (Радаев, 2018; Радаев, 2019, Твендж, 2018; Рикель, Доренская, 2017, Вьюгина, 2017; Демидов, 2023; Касперович-Рынкевич, 2023):

- высокая выраженность ценностей индивидуализма, космополитизма, разнообразия, познания и удовольствия;
- низкий уровень религиозности;
- ориентация на гражданские неполитические проекты (защита экологии, животных, волонтерство, урбанистика);
- стремление к здоровому образу жизни (снижение потребления алкоголя и табака, повышенный интерес к физической активности);
- более высокий, по сравнению с предыдущими поколениями, уровень образования (разница особенно заметна у женщин);
- сложность в самоопределении, откладывание событий, связанных с взрослением: вступление в брак, рождение детей, выход на рынок труда, нежелание строить долговременные планы;
- более высокая профессиональная мобильность, ориентация на быстрый успех и рыночные ниши с низкими издержками входа;
- стремление к комфорту в одежде, минимализму в интерьере;
- более высокий уровень удовлетворения собственной жизнью по сравнению со старшими поколениями;

- высокий уровень технологической культуры, перманентное использование средств связи во всех сферах жизни (работа, досуг, потребление и т.д.);
- зависимость от социальных сетей и виртуального взаимодействия, стремление быть всегда в сети и показывать свою жизнь в социальных сетях с более выигрышной стороны;
- многозадачность, высокая скорость фильтрации и потребления информации, тяготение к дробности информации;
- предпочтение интерактивного взаимодействия традиционным СМИ;
- индивидуализм, который проявляется, в том числе, в стремлении персонифицировать информационное пространство, в смещении акцента на блогосферу: для иллюстрации, «80% миллениалов являются подписчиками более чем пяти блогеров» (Зверева, Хворова, 2020, с. 135).

Применение теории поколений имеет и ряд ограничений. В частности, она рассматривает лишь один из видов ценностей – поколенческие, оставляя за кадром ценности гендерные, религиозные, профессиональные, и т.д. Кроме того, поколения рассматриваются как большие группы, а такие факторы как социально-экономические особенности взросления конкретного индивида в расчет не принимаются. В рамках данного исследования была предпринята попытка преодолеть это ограничение путем введения в анкету опроса социально-демографического блока вопросов (наличие братьев и сестер, состояли ли родители в зарегистрированном браке, и т. д.), так как основы социального взаимодействия закладываются ещё в детстве через восприятие моделей родительского поведения.

Второе ограничение связано с тем, что теория поколений описывает не все население, а большинство (в англоязычной традиции – средний класс, в русскоязычной – жителей городов с населением более 50 000 человек, а также население с высшим образованием). В силу этого неправомерно, например, ставить знак равенства между понятиями «молодежь» и «миллениалы», скорее нужно говорить о том, что к миллениалам относятся представители среднего класса, преимущественно родившиеся в диапазоне 1984 – 2000 гг. Именно такие молодые люди и выступили респондентами в исследовании.

Третье ограничение связано с исключением из рассмотрения наполовину закрытых сообществ: россиян, выросших в военных и академгородках или посещавших школы при посольстве. В процессе становления личности эти люди испытали на себе действие иных факторов, нежели подавляющее большинство прочих граждан, поэтому их ценности и установки будут выбиваться из общей массы. Аналогичное ограничение действует и в отношении людей, выросших в республиках с сильными национальными традициями. В эмпирическом исследовании респонденты из закрытых сообществ и национальных республик в выборку не попали.

При рассмотрении материала сквозь призму теории поколений нужно учитывать, что смена поколений не происходит одномоментно, и различия наблюдаются по всему континууму, так как их накопление происходит постепенно (Campbell et al., 2017). Поэтому людей, родившихся в переходный период (плюс-минус 3-4 года от приграничной даты), называют «Эхо-поколением» или «Приграничным поколением», так как они обладают ценностями двух поколений (Шамис, Никонов, 2016). Кроме того, выделяются и более узкие группы внутри поколений, например, ранние и поздние миллениалы (Рикель, Дорохов, 2023).

В настоящее время наблюдается межуровневый разрыв, который обусловлен высоким интересом к изучению поколенческих групп на уровне прикладных исследований и отсутствием серьезных теоретико-методологических концепций, которые позволили бы выявлять особенности функционирования этих групп. При рассмотрении конкретных прикладных исследований в данной области обнаруживается отсутствие четкого методологического понимания, каким образом разграничиваются поколенческие группы, что размывает границы объекта исследования. В силу этого важную проблему теоретического характера представляет собой проработка понятий «поколение» и «поколенческая группа». Перспективным также представляется анализ отдельных аспектов поведения и восприятия у более узких групп, в том числе, ранних и поздних миллениалов.

1.3. Теория социальных представлений как методологическая основа изучения социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях

Теория социальных представлений – одна из теорий, нацеленных на выявление тенденций функционирования структур обыденного сознания в обществе. Создание теории социальных представлений в 60-х годах XX в. стало своего рода ответом на процесс индивидуализации, наметившийся в социальной психологии в период после Второй мировой войны и выражавшийся в распространении идей американской экспериментальной социальной психологии (Емельянова, 2016).

Интенсивное изучение социальных представлений было начато французской социологической школой под руководством С. Московиси, который, в свою очередь, опирался на теорию индивидуальных и коллективных представлений Э. Дюркгейма (Дюркгейм, 1995). Социальные представления в интерпретации С. Московиси, отличаются от коллективных представлений Э. Дюркгейма, социальные представления – это категория, характеризующаяся динамичностью. Акцент делается на том, что социальные представления формируются в современном обществе, которое отличается, во-первых, высокой степенью социальной мобильности, во-вторых, гетерогенностью позиций, в-третьих, распространением научных знаний и, наконец, в-четвертых, появлением и развитием новых форм коммуникации (Moscovici, 1984).

С. Московиси относит социальные представления к числу форм обыденного познания действительности, которое принято называть познанием здравого смысла (как противоположность научному познанию или научному мышлению). С точки зрения С. Московиси, социальные представления – это способ интерпретации реальности, своего рода способ социального познания, который предполагает когнитивную активность как индивидов, так и групп. Социальные представления – не простой слепок с реальности, это продукт ее активной реконструкции, так как процесс создания социальных представлений представляет собой активную

социально-психологическую работу индивидов и групп. Таким образом, субъекты и группы субъектов занимают активную позицию и как бы заново воссоздают окружающую реальность.

Важно подчеркнуть, что социальные представления являются макросоциальной категорией, так как предметом исследования становятся не мнения, реакции и оценки отдельных индивидов, а их суждения как представителей определенных социальных групп. От обыденных представлений социальные представления отличаются коллективным, социальным характером, это знание, разделяемое индивидом с другими людьми (Jodelet, 1989), хотя в некоторых работах термины «обыденные представления» и «социальные представления» используются как синонимы (Конева, Солондаев, 2014). При этом социальные представления существенно отличаются и от стереотипов, которые чаще всего рассматриваются как избирательные и неточные образы реальности, ведущие к упрощению картины мира и способствующие возникновению предрассудков (Lippman, 1998).

Наиболее известными зарубежными учеными, разрабатывающими теорию социальных представлений, также стали Ж.-К. Абрик, В. Дуаз, К. Херзлиш, Д. Жодле, Ж. Кодол и М. Плон. Среди отечественных ученых, занимающихся изучением социальных представлений, можно назвать А.И. Донцова, Т.П. Емельянову, И.Б. Бовину и др. Основные методологические подходы к изучению социальных представлений можно разделить на три группы. К первой относится Женевская школа В. Дуаза (Doise, 2001), который делал акцент на изучении влияния социальной структуры общества на формирование социальных представлений. Вторая группа связана с Парижской школой Д. Жодле, она изучает регулятивную роль социальных представлений в процессе социального взаимодействия (Jodelet, 2016). Третья группа связана с именем Ж.-К. Абрика и школой Экс-ан-Прованса, в ней акцент делается на структуре социальных представлений и их динамике (Abric, 2001).

Ученые, работающие в рамках **структурного подхода**, выделяют ядро и периферию социальных представлений. Ядро представляет собой стабильное

образование, константу, связанную с коллективной памятью, историей группы, ее базовыми ценностями и нормами, а также наиболее распространенными моделями поведения. Именно ядро социального представления определяет его структуру и придает ему смысловое наполнение. Эмпирическое исследование, выполненное в рамках структурного подхода, предполагает выявление ядра и периферии представлений, что достигается путем реализации трех этапов: 1) выявление содержания представлений; 2) анализ структуры представлений; 3) проверка центральности элементов ядра представления. Таким образом, имеет место многоуровневая качественно-количественная стратегия исследования (Бовина, 2011).

Периферия или периферическая система является связующим звеном между ядром и конкретной социальной ситуацией, в которой вырабатывается и действует конкретное социальное представление. Именно периферия, которая характеризуется изменчивостью, неустойчивостью, конкретизирует значение ядра. Помимо Ж.-К. Абрика, в рамках структурного подхода работали П. Вержес, Е. Дрозда-Сенковска, Т.П. Емельянова, Е. Пащенко-де Превиль и ряд других ученых.

Прозрачность операционализации понятия социального представления в подходе Ж.-К. Абрика оказалась привлекательной, и к настоящему времени в рамках данного подхода выполнено большое число эмпирических работ, посвященных изучению конкретных социальных представлений отдельных аспектов социальной реальности. В рамках эмпирического исследования мы также будем использовать данный подход для изучения структуры социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях.

Изначально С. Московиси сформулировал четыре основных принципа в изучении социальных представлений: 1) получать материал из общественного дискурса; 2) рассматривать социальные представления как способы воссоздания реальности; 3) обращать особое внимание на переходные периоды, так как характер социальных представлений активно проявляется в кризисы, которые способствуют изменениям в социальной структуре и образе социальных групп; 4) людей,

вырабатывающих социальные представления, следует рассматривать как «ученых-любителей» (Moscovici, 1984).

У. Флик, не отвергая перечисленных принципов, указывал на необходимость их уточнения в эмпирических исследованиях, что обусловлено расширением форм и способов осуществления дискуссий в современном обществе, в том числе, с помощью интернет-коммуникации: чаты, форумы, блоги, социальные сети (Бовина, 2011). Из-за расширения форм дискурса индивиды оказываются вовлеченными в обсуждение значительного количества разнообразных тем.

Ж.-К. Абрик сформулировал еще один принцип изучения социальных представлений: многомерность, обусловленная необходимостью изучения феномена во всей его сложности. Только информация, полученная разными методами, может дать комплексную картину, так как социальные представления – это сложный феномен, представляющий собой целую систему знаний, идей, аттитюдов и т. д. (Abric, 2001).

За время существования теории социальных представлений методы, методики и техники их изучения претерпели значительные изменения, на эволюцию концепции оказали влияние достижения экспериментальной, а также когнитивной психологии. Обзор эмпирических исследований позволяет говорить о широком применении исследователями разнообразных приемов и методов в рамках качественных, количественных, а также смешанных стратегий исследования.

Представители трех школ, изучающих социальные представления, используют стандартные для данной научной сферы социально-психологические и социологические методы: опрос, анализ документов, эксперимент, проективные методы, и т.д., дополняя их новыми техниками и приемами. Важную роль при изучении социальных представлений играют ассоциативные методики, так как они обогащают понимание за счет символического материала.

Развитие теории социальных представлений в начале 1990-х гг. было связано с введением нового понятия – *тематы*. Темата – первоидея, «источник идей», порождающая новые социальные представления, которые в дальнейшем

становятся аксиомами, это та часть знаний, которая не подвергается сомнениям и воспринимается как очевидная. Темата является частью культуры и обладает генеративной силой при формировании социальных представлений, «в установлении соответствия между “новой” информацией и уже существующей» (Moscovici, 2001).

Понятие тематы начал разрабатывать Дж. Холтон (Holton, 1978) в рамках изучения истории развития науки. По мнению Дж. Холтона, именно небольшое количество темат, представляющих собой стабильные когнитивные образования – антиномии, и задают направление научной мысли. Среди таких темат ученый выделял диады и триады наподобие «простота – сложность», «анализ – синтез», «постоянность – эволюция – катастрофическое изменение». Дж. Холтон связывает развитие науки с поиском консенсуса между тематами.

Тематы, поддерживаемые коллективной памятью и языком, могут быть связаны между собой и при этом вместе участвовать в формировании социальных представлений. Так, на примере исследования представлений о демократии в Восточной Европе было доказано, что тематы «демократия» и «рыночная экономика» способствовали формированию в зарождающемся социальном представлении о гражданстве ядерных понятий «право» и «ответственность» (Markova, 2003).

В настоящее время теория социальных представлений получает дальнейшее развитие как в России, так и за рубежом. Г. Саммут, изучая процесс формирования культурной идентичности, оттолкнулся от теории социальных представлений и задался вопросом, каким образом индивид, взаимодействуя в социальных группах, воспринимает императивы данных групп, почему выбирает одни и отвергает другие, каким образом впитывает социальные знания. Г. Саммут делает попытку примирить понятие «точки зрения» С. Аша с теорией социальных представлений и предлагает вложенную модель социального поведения, которая включает в себя обращение к социальной динамике. Концепция Г. Саммута позволяет проанализировать поведение индивидов в ситуации культурного столкновения и

понять, каким образом одни концепции воспринимаются как легитимные, достойные внимания, а другие даже не рассматриваются (Sammut, 2015).

Г. Саммут применял данную концепцию для анализа проблем социальной солидарности, адаптации и конфликтов в мультикультурных обществах (Sammut, 2011). По Г. Саммуту, процесс формирования идентичности представляет собой навязывание (либо предложение) индивиду определенной позиции в социально-культурной иерархии. Индивид, защищая свой относительно свободный выбор, полагается на представления группы о тех или иных аспектах социальной жизни.

В современной науке можно выделить ряд исследований, направленных на поиск точек соприкосновений между теорией социальных представлений и другими теориями. В контексте изучаемой темы вызывает интерес **дискурсивный подход** (R.Harré, A. Hepburn, S Wiggins, P. Nikander, Дж. Поттер и Д. Эдвардс, Л. Филлипс и М.В. Йоргенсен, Т.Ф. Плеханова). По мнению Дж. Поттера и Д. Эдвардса между теорией социальных представлений (ТСП) и дискурсивным подходом (ДП) наблюдаются разногласия в трактовке таких феноменов как «действие», «представление», «коммуникация», «познание», «конструирование» «эпистемология» и «метод» (Potter, Edwards, 2019).

Одно из основных различий между ТСП и ДП состоит в том, как они характеризуют действие и какое значение ему придают. В ДП действие осмысливается с точки зрения огромного количества практических, технических и межличностных задач, которые люди решают во время взаимоотношений, работы и иных проявлений культуры. Действие (практика, работа) занимает центральное место в жизни людей, и поэтому имеет ключевое значение для понимания их жизни. ТСП же не предоставляет детальной проработки понятия действие, что, по мнению Дж. Поттера и Д. Эдвардса приводит к белым пятнам в методологии и ставит серьезные ограничения на пути осмысления центрального понятия социальных представлений.

Представление является важным понятием как в ТСП, так и в ДП, однако в данных теориях оно имеет почти противоположное значение. В ТСП представления считаются, в первую очередь, когнитивным явлением, которые

позволяют людям ориентироваться в мире, определять границы социальных групп и осуществлять внутригрупповую коммуникацию. В ДП представления – это дискурсивные объекты, производимые в разговорах и текстах. Дискурсивный анализ концентрируется не на смыслообразующей роли представлений (хотя это, в принципе, не исключено), а на том, как представления становятся нерушимыми фактами, а также на их использовании, ориентации на них, действиях. Представления рассматриваются как объекты, созданные и функционирующие именно для действий.

В ТСП одной из главных функций социальных представлений является стимулирование внутригруппового общения. В ДП метафора общения отвергается как недостаточная для решения сложных задач действия и взаимодействия. Последователи ТСП поддерживают идею выделения центральных элементов. В ТСП представления, в основном, рассматриваются как когнитивные структуры придающие смысл информации, преимущественно о незнакомых социальных объектах. ДП делает акцент на описании, каким образом выполняется та или иная деятельность. Познание, таким образом, из объяснительного ресурса становится темой изучения (Potter, Edwards, 2019).

Сейчас уже стало общепринятым характеризовать и ТСП, и ДП как конструкционистские теории. Социальные представления рассматриваются не просто как конструкты, которые позволяют людям трактовать их социальные миры, они создают фактуру и придают ценность этим мирам. ТСП и ДП сильно различаются в характере и масштабах данного конструирования. В то время как в ТСП это, в первую очередь, перцептивно-когнитивный процесс (с участием механизмов закрепления и объективации), в ДП конструирование осуществляется в разговорах и текстах.

ТСП была разработана как теория познания, ДП разработал не теорию знания как такового, а рефлексивный подход к знаниям. Вопросами разграничения согласованных и материализованных совокупностей занимается преимущественно социология научного знания (например, Latour, 1987; Cetina, 1998).

Одним из перспективных, но недостаточно разработанных направлений теории социальных представлений является **изучение стабильности и изменчивости** социальных феноменов, а не просто выявления социальных представлений о феномене в конкретный момент времени. Данное направление связано с именами С. Московиси, Д. Жодле, К. Фламана, М.-С. Жерве, М.У. Бауэр и Г. Гаскел, И. Марковой, М. Брэдбэри, Б. Ллойдом и Дж. Дювином, И. Галли и Дж. Нигро, Дж. Филоджен, а также М. Сартави.

Основанием для подобной концептуализации является понимание двойственной природы социальных представлений: с одной стороны, социальные представления выполняют предписывающую функцию, выступая в качестве набора правил, руководства для повседневной жизни, с другой стороны, они предоставляют необходимые средства для пересмотра тех убеждений и поведения, которые могут стать проблематичными для индивидов в процессе социального взаимодействия. Таким образом, наличие как предписывающей, так и преобразующей функции социальных представлений делает саму теорию социальных представлений гибкой, применимой для комплексного и многостороннего изучения социальных явлений.

Исследования, в которых изучались процессы интеграции новых знаний в уже существующие системы знаний различных социальных групп, проводили С. Московиси (Moscovici, 2008), М.-С. Жерве (Gervais, 1997), а также М.У. Бауэр и Г. Гаскелл (Bauer, Gaskell, 2002). Если рассматривать теорию социальных представлений как теорию здравого смысла, то ее польза заключается в способности выявлять смыслообразующие механизмы различных групп и социальные процессы, способствующие получению и усвоению нового знания. Фокусом исследования становятся групповые формы коммуникации, а также представленность этих новых знаний в коммуникативных практиках как внутри групп, так и в межгрупповом взаимодействии. И именно данный фокус помогает исследователю прийти к пониманию групповой идентичности.

С. Лахлоу предлагал для изучения динамики социальных представлений, использовать инсталляционную теорию (Installation theory). Социальные

представления, которые трактуются как набор индивидуальных представлений, эволюционирует вместе со своим объектом, и, следовательно, поддаются двойному отбору: на материальном и символическом уровне, что является причиной их эффективности в качестве процесса коллективного разума (Lahlou, 2015).

Исследования динамики социальных представлений тесно связаны с изучением их структуры. Д. Жодле делает акцент на активном характере социальных представлений, которые имеют творческий характер, так как создают символический образ той реальности, с которой взаимодействуют. По мнению теоретика концепции, социальные представления имеют огромный ассимилирующий потенциал (Jodelet, 2016). К. Фламан, изучая структурно-динамические связи социальных представлений, указывает на такое их свойство как когерентность, которая обеспечивается центральным ядром (Flament, 1989). По мнению К. Фламана, периферические элементы социальных представлений выполняют три основные функции: 1) расшифровывают ситуацию, выступая индикатором ее «нормальности», 2) обладают меньшей степенью абстрактности, нежели элементы центрального ядра, 3) в «ненормальной» ситуации, когда наблюдаются противоречия между отдельными аспектами ситуации и социальных представлений о ней, периферическая зона становится «буферной», защищая стабильность ядра. В том случае, если новая практика будет продолжать противоречить представлению, именно в периферии запускаются трансформационные процессы. И в том случае, если противоречий накапливается много, трансформации подвергается и само ядро (Flament, 1989).

И. Маркова развивает теорию социальных представлений, основанную на диалогичности, способности человеческого разума воспринимать и взаимодействовать с социальной реальностью. Автор утверждает, что диалогичность является неременным условием человеческого разума, а в центре всех социальных явлений находится изменение. Таким образом, существует диалектическая связь между новыми знаниями и существующей системой знаний, в которых возникают эти процессы (Markova, 2003).

Данная трактовка социальных представлений основана на убеждении, что в силу некоторых особенностей восприятия и базового культурного уровня социальные представления не в полной мере разделяются всеми членами социальной группы. Так, например, один индивид может понимать значения одних слов и не понимать – других, а разные индивиды могут вкладывать в одни и те же слова различные значения (Moscovici, 1994). Как только в разработку знаний об объекте включается как минимум два индивида, начинается процесс построения социальных представлений.

Основой для динамических процессов в социальных представлениях является как раз их гетерогенная природа, основанная на множестве знаний, распределенных в обществе. И. Маркова пишет, что изменение невозможно без присутствия чего-то нового, необычного, нарушающего жизненные устои (Markova, 2003). Социальные представления, таким образом, в противоположность коллективным представлениям Э. Дюркгейма, возможны только при наличии альтернативных способов мышления и действия. Трансформационные аспекты социального знания (споры, обсуждения, в том числе, в интернет-пространстве) играют важную роль в повседневной жизни. Каждое сознательно встречаемое и отражаемое представление есть микроуровень переосмысления смысла всей социальной системы.

Можно выделить ряд работ, направленных на изучение взаимодействия между устоявшейся системой знаний и повседневным опытом (Bradbury, 1999, Jodelet, 2016, Lloyd, Duvveen, 1990). Чаще всего данные исследования концентрировались на изучении конкретных групп или сообществ, в которых наблюдался определенный феномен. Интересным примером созидательной динамики социальных представлений является исследование И. Галли и Дж. Нигро, которые изучали формирование социальных представлений о радиоактивности спустя две недели после Чернобыльской аварии. Объектом исследования выступили 132 ребенка из Неаполя от 9 до 12 лет. После рисуночных тестов и интервью ученые выявили типичные элементы процессов объективации и закрепления в отношении изучаемого феномена. Данное исследование

знаменательно тем, что авторы показали, что для формирования социальных представлений не всегда нужно много времени: в определенных медиа-условиях данный процесс может быть стремительным (Galli, Nigro, 1987).

Дж. Филоджен на примере трансформации деноминаций чернокожих жителей США (от «черных» к «афроамериканцам») показывает, как введение новых обозначений в язык трансформирует социальную реальность. Ученый указывает на то, что не только изменение социальной реальности провоцирует изменение в социальных представлениях, но и на обратный процесс, когда новая деноминация становится частью социальной жизни и трансформирует поведение и коммуникацию за счет механизма формализации. Для того, чтобы данная трансформация состоялась, необходимым условием является глубокое проникновение нового термина в повседневную жизнь. Дж. Филоджен выделяет три ключевых процесса в возникновении и формировании социальной репрезентации афроамериканцев. Первый – это якорь, который знакомит с новым объектом, связывая его с уже существующими в сознании категориями. Второй – объективация, которая обеспечивает кристаллизацию объекта. Теперь люди могут говорить об объекте, и через общение объект приобретает смысл. И, наконец, третий процесс – это натурализация, которая завершает превращение объекта в социальную реальность (Philogène, 1994).

М. Сартави на примере изучения британских религиозных общин в Лондоне подробно рассматривает различные способы применения и понимания теории социальных представлений. Целью ученого является концептуализация теории социальных представлений как конструкта, который призван поддерживать стабильность и преемственность идентичности, норм и практик конкретной социальной группы, а также обеспечивать основу для формирования знаний, благодаря которым социальные группы могут адаптироваться к изменениям и справляться с ними (Sartawi, 2015).

М. Сартави отмечает, что текучесть и податливость идентичности являются результатом множественных социальных связей, которые приводят к различным позициям в отношении социальных представлений и являются определяющими

чертами современного "я". К примеру, временами постоянная конфронтация с элементами социального знания, которые в моменты противоречий воспринимаются как должное, становится настолько тревожной, что мусульмане стремятся отвоевать себе особое место и воссоздавать свои культурные миры в пределах дома, чтобы избежать этих напряжений и конфликтов. Трансформационные возможности социальных представлений во многом обуславливают их адаптивную функцию: по данным исследования М. Сартави, именно социальные представления позволяют сообществам воссоздавать культуры и нормы и чувствовать себя в безопасности в рамках знакомого в незнакомой среде.

Наблюдая за религиозными общинами, М. Сартави выделяет как краткосрочные трансформации, так и долгосрочные, имеющие место на протяжении нескольких поколений. Ученый приходит к выводу, что трансформация социальных представлений становится необходимой и возможной в моменты «разрывов», социальных противоречий, когда значения, вкладываемые в социальные репрезентации, перестают быть эффективными, и индивидам приходится воссоздать их так, чтобы продолжать бессознательно взаимодействовать с повседневным миром. Индивидам приходится трансформировать проблемные, противоречивые объекты в привычные действенные объективации, закрепленные в групповых формах социокультурного знания, что дает им чувство принадлежности к стабильной, исторически непрерывной групповой идентичности. Со временем формируется новый источник идентификации, который объединяет элементы нескольких систем знаний и укореняет сообщества в определенном географическом местоположении, сплавляя их истории с историями других сообществ в том же местном контексте (Sartawi, 2015).

Понимание двойственной функций социальных представлений, по мнению М. Сартави, не только открывает новые горизонты для изучения, но и может внести путаницу в научные работы, например, при интерпретации результатов, поэтому при изучении социальных феноменов, подверженных изменениям, ученый предлагает уделять должное внимание адаптивной функции социальных

представлений, которая обеспечивает стабильность социальных групп, помогая справиться с социальными изменениями.

Двойная функция социальных представлений имеет решающее значение в изучении социального знания, сообществ и повседневного здравого смысла в отношении не только религии, но и других сфер, в которых возможны изменения (в том числе, в содержании представлений о брачном партнере и романтических отношениях). Динамические аспекты социального знания, наряду с институционализированными и неоспоримыми, взаимосвязаны. Динамический подход фокусируется на повседневной жизни, рассматривая, как различные аспекты изучаемого объекта проявляются в повседневной практике и каким образом это влияет на социально-психологические процессы в обществе. Таким образом, динамические аспекты социальных представлений являются перспективным и недостаточно изученным направлением теории, что обуславливает интерес к нему в рамках данного исследования.

Эмпирические исследования социальных представлений принято разделять на три группы, где в качестве основания для классификации используется объект исследования: 1) социальные представления как обыденное знание о научных идеях, популяризованных в обществе; 2) о «культурно сконструированных» объектах, которые имеют длительную историю существования; 3) о социальных явлениях, имеющие непродолжительную историю существования. Социальные представления молодых людей о брачном партнере и романтических отношениях относятся ко второму типу объектов.

Существует и другая классификация эмпирических работ, основой для которой служит величина социальной группы, в которой формируются и действуют те или иные социальные представления. К первой категории в рамках данной классификации можно отнести исследования, касающиеся проблематики малых групп. Анализ в данных исследованиях осуществляется на индивидуальном или межличностном уровне, а предметом исследования является когнитивное освоение ситуации индивидами посредством построения системы социальных

представлений. Основным методом эмпирических исследований социальных представлений малых групп является лабораторный эксперимент.

Ко второй группе можно отнести исследования межгрупповых отношений, которые также чаще всего проводятся в лабораторных условиях и сконцентрированы на межгрупповом взаимодействии, социальных ролях и положении индивида в социальной системе. Третья группа изучает проблематику больших социальных групп, в частности, связи между социальными представлениями и социальными позициями индивидов. Основной акцент в данных исследованиях делается на раскрытии содержания социальных представлений различных профессиональных, демографических, половозрастных групп. Иногда предметом анализа выступают не только содержание представлений, но и процесс их формирования или присущие им динамические тенденции. Эмпирические работы, отнесенные в третью группу, находятся на стыке социологии и психологии. Рассмотрение проблематики больших социальных групп с точки зрения теории социальных представлений позволяет изучить особенности данных групп, выявить общее и различное. Для изучения социальных представлений больших групп применяются как качественные, так и количественные методики (Flick et al, 2015).

Наиболее разработанными в рамках теории социальных представлений являются историко-политические и правовые представления (Doise, 2001; Andreouli, 2015; Staerkle, 2015; Castro, 2015; Емельянова, 2019; Силаков, 2021); о религиозных и расовых различиях (Augoustinos et al, 2015, Sartawi, 2015); социальные представления, связанные с моралью и нравственностью, человеческими качествами (Гостев, 2018 Ваопова, 2020; Толочек, 2024); о различных заболеваниях (Eicher and A. Bangerter, 2015; Абрамов и др., 2016; Мещерякова, 2019; Емельянова, Израелян, 2021); представления о социальных ролях и профессиях, успехе, богатстве и бедности (Хашченко, Шибанова, 2005; Бовина, 2011; Арендачук, 2024). Отдельным направлением является изучение социальных изменений и новых феноменов, показано, что в условиях социальной нестабильности, вызванной трансформацией общества, социальные представления

выполняют функцию стабилизации эмоционального состояния членов группы, разделяющей данные социальные представления (Lauri, 2015; Fasanelli et al., 2020; Brondi et al., 2021; Емельянова, Викентьева, 2024).

Близкими к исследуемой проблематике являются эмпирические работы, в которых изучаются представления о гендерных ролях мужчин и женщин (Клёцина, Чикалова, 2013; Зуев, 2017; Рощенко, Глебец, 2019; Белова и др., 2019; Жань Итун, 2022, Мельникова, Савенков, 2022; Никитина, 2024), супружеских отношениях и счастье (Звонова, Хисамутдинова, 2024; Позднякова, 2024); о материнстве и отцовстве (Никифорова, 2023), отношении к изменам и насилию в интимно-личностных отношениях (Якиманская, 2021; Сабитова, 2024), а также особенности трансформации гендерных представлений под влиянием интернет-контента (Еремеева, Довжик, 2020).

Эмпирические исследования внесли немалый вклад в развитие самой теории социальных представлений. Так, к примеру, удалось доказать, что в структуре социальных представлений периферия является более гибкой и может меняться при изменении установок, а отдельные элементы ядра могут в большей или меньшей степени проявляться в зависимости от контекста (Емельянова, 2006).

Между тем, в теории остаются и некоторые методологические сложности, например, точность методов группировки, используемых для сокращения объема вербальных ассоциаций или контроль центральности, связанный с разграничением ядерных и периферических элементов системы (Monaco et al., 2017). Ученые, разрабатывающие теорию социальных представлений, выступают против контроля центральности исключительно через показатели частотности элементов. Так, Ж.-К. Абрик предлагает осуществлять контроль центральности с помощью вычисления общей и частной валентности, а также с помощью специальных индексов, таких как индекс позитивных оценок (Емельянова, 2006).

Несмотря на популярность структурного подхода, среди теоретиков встречаются и критическое отношение к нему. Так, В. Дуаз полагает, что такой подход создает иллюзию автономности социальных представлений, их существования вне социального контекста. В. Вагнер, в свою очередь, отмечает,

что «структурный подход сближает теорию социальных представлений с социально-когнитивной традицией, а не развивает заложенный в ней конструкционистский дух» (Еремеева, 2015).

При всем обилии эмпирических работ, выполненных в рамках теории социальных представлений, пока сделано относительно немного эмпирических исследований больших групп, к которым относят и поколения, по сравнению другими разделами социальной психологии, что обуславливает актуальность данного исследования.

Выводы по результатам теоретического анализа

1. Анализ литературы показал, что существует множество определений любви и романтических отношений, семьи и брака. Разные авторы акцентируют внимание на таких аспектах романтических отношений как наличие эротического влечения, совместного времяпрепровождения и взаимной поддержки. В числе признаков семьи или брачно-партнерских отношений выделяют совместную экономическую и хозяйственно-бытовую деятельность, а также воспитание детей (что некоторые авторы относят к необязательным функциям семьи). Эмпирическое исследование позволит проверить, насколько данные компоненты брачно-романтических отношений важны для представителей разных поколенческих групп.

2. В настоящее время семья, как и многие другие сферы, переживает период трансформации: исследователи отмечают изменение стереотипов маскулинности и фемининности; изменение моральных установок и норм сексуального поведения; распространение установок на свободу и жизнь в одиночестве; увеличение популярности консенсуального брака и добрачного сожительства; сокращение рождаемости и распространение внебрачной рождаемости, а также распространение эгалитарных отношений в семье.

В научной литературе ведется дискуссия относительно последней тенденции: одни авторы считают распространение эгалитарных отношений одной из составляющих естественного развития института семьи и брака, другие – признаком латентного конфликта, упадка семьи. В эмпирическом исследовании будет изучаться отношение к данной тенденции респондентов из трех поколений, в частности количественный этап исследования позволит прояснить предпочтительные варианты распределения ролей в семье.

3. Не последнюю роль в изменении стереотипов в отношении семьи и брака играют средства массовой информации и интернет-ресурсы, контент которых составляется таким образом, чтобы вызывать максимум эмоций у читателей / зрителей. Некритичное восприятие данного контента может приводить к возникновению завышенных ожиданий в отношении партнера, конфликтам в паре.

Кроме того, различные авторы обнаруживают противоречия в установках и представлениях молодежи о браке и партнере, поэтому одной из задач эмпирического этапа исследования будет поиск связей между контентом социальных сетей на тему взаимоотношений мужчин и женщин и социальными представлениями о брачном партнере и романтических отношениях.

4. Преимущество теории поколений по сравнению с обычным подходом, описывающим различия в социальных представлениях респондентов разных возрастных групп, состоит в том, что в качестве фактора влияния выделяется не возрастная когорта, а понятие «поколение», которое представляется как совокупность людей, связанных общими воспоминаниями о важных исторических событиях, которые не могли не отразиться на формировании их мнений о мире и отдельных феноменах. В таком понимании теория поколений позволяет задать рамку для изучения социальных представлений, так как данный феномен тесно связан с опытом и условиями взросления индивидов.

5. Одним из перспективных, но недостаточно разработанных направлений теории социальных представлений является изучение стабильности и изменчивости социальных феноменов. Структурный подход в теории социальных представлений, отличающийся прозрачностью операционализации понятия социального представления, позволяет проанализировать динамику социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях через выделение ядра социальных представлений, а также периферии, которая в большей степени подвержена изменениям под влиянием культурного контекста.

Глава 2. Методические основы и методическое обеспечение эмпирического исследования социальных представлений миллениалов о брачном партнере и романтических отношениях в сравнении с представителями других поколений

2.1. Обоснование и дизайн эмпирического исследования

Изучение социальных представлений как сложного явления часто требует методологической триангуляции, комбинирования количественных и качественных методов исследования (Flick et al, 2015). В соответствии с целью и задачами исследования, **на первом, поисковом этапе** был проведен контент-анализ статей из интернет-версий журналов «Cosmopolitan» и «Maxim». Выбор изданий осуществлялся на основании следующих критериев: большой тираж, объем аудитории³ и география распространения. В ходе поискового этапа было выбрано для анализа 10 статей, по 5 статей из числа последних публикаций в «Cosmopolitan» и «Maxim», содержащие советы: а) по знакомству с противоположным полом / флирту, б) по налаживанию взаимоотношений с уже имеющимся партнером.

На основании первого этапа исследования было выявлено несколько групп ценностей, которые транслируются подобными публикациями в интернет-изданиях. Основная группа ценностей – «индивидуалистические», дополнительные – «ценности гармонии», «союзнические» и «проектный подход». Обнаружилось, что на мужскую и женскую аудиторию данные группы ценностей транслируются с разной частотой. Попадание индивидуалистических ценностей в

³ По данным компании TNS за период сентябрь 2014 – февраль 2015 гг. журналы «Cosmopolitan» и «Maxim» занимали первые места среди женских и мужских изданий соответственно с размером аудитории – 4 598,0 тыс. чел. и 1 696,9 тыс. чел соответственно (или 7,6% и 2,8% от населения России) / <https://clck.ru/3CwxSq> (дата обращения 09.04.2017)

число ключевых обусловило дальнейший интерес к данному вопросу в рамках последующих этапов исследования.

На втором поисковом этапе исследования было решено обратиться к социальным сетям, так как среди всех интернет-источников они пользуются наибольшей популярностью у молодежной аудитории. Исследование также проводилось методом контент-анализа. Объектом исследования выступило содержание публикаций в группах популярной среди молодежи социальной сети «ВКонтакте», которая в большей степени ориентирована на молодежную аудиторию и неформальное общение (Социальные сети в России, 2015-2016).

Критерии для выбора групп: 1) контент по теме исследования; 2) значительное число подписчиков (от 600 тыс. чел. до 2,5 млн. чел); 3) подписчики – преимущественно юноши и девушки, не состоящими в браке.

Для анализа было отобрано четыре группы, две из которых публиковали короткие высказывания, мемы («Отношения и любовь»⁴, «ЛЮБОВЬ»⁵), а также две группы, в которых размещались статьи и заметки по вопросам психологии, в том числе, взаимоотношениям мужчин и женщин («Практическая психология»⁶, «Психология о жизни»⁷).

Подписчики, не состоящие в браке, занимали значительную долю читателей данных групп, наиболее существенна доля таких людей в группе «Практическая психология» (см. табл. 1)⁸.

⁴ <https://vk.com/vk.relations>

⁵ <https://vk.com/lovestime?from=top>

⁶ <https://vk.com/vk.psychics?from=top>

⁷ https://vk.com/successful_thoughts?from=top

⁸ Информация о социально-демографических характеристиках участников групп генерируется автоматически на основании сведений, указываемых пользователями аккаунтов. Таким образом, есть вероятность высокой погрешности, так как в части аккаунтов владельцами изначально дается неверная информация о себе. Тем не менее, в данном исследовании эта погрешность не влияет на валидность результатов, так как возраст и семейный статус участников приводятся в целях иллюстрации портрета читателей данных групп.

Таблица 1. Социально-демографические характеристики читательской аудитории изучаемых групп «ВКонтакте»

Название группы (число подписчиков, чел.)	Возраст, в %						Семейный статус, в %	
	до 17 лет	18-23 года	24-29 лет	30-35 лет	36-40 лет	41 год и старше	женаты или помолвлены	неженаты
Отношения и любовь (724 580)	4,9	24,7	37,6	19,6	6,1	7,0	42,6	57,4
ЛЮБОВЬ (2 537 426)	10,1	32,4	32,6	14,9	4,3	5,7	45,6	54,4
Практическая психология (628 029)	25,0	41,6	17,4	6,5	2,2	7,2	26,6	73,4
Психология о жизни (2 615 880)	7,3	32,3	33,0	15,0	4,7	7,7	44,7	55,3

Объем анализируемого контента в рамках данного этапа – 100 000 печатных знаков и 287 иллюстраций. Изображения также подвергались кодировке и анализировались в общем массиве.

Результаты второго этапа подтвердили предыдущие выводы о том, что интернет-источники формируют у молодежи ориентацию на индивидуалистические ценности, на что указывала значительная доля лексем в данной категории. Была выявлена существенная доля изображений одиноких людей, а также позитивный контекст в трактовке одиночества, что послужило основанием для изучения данного вопроса в ходе последующих этапов исследования. Невысокая доля упоминаний таких категорий как «*ответственность*», «*работа над отношениями*» позволила сделать предположение о формировании у молодежи инфантильного подхода к жизни.

По итогам второго этапа были выявлены тенденции к подтверждению второй гипотезы: в изученных публикациях были обнаружены противоречивые установки, которые могут создавать препятствия для выстраивания эффективных отношений с партнером и создания крепкой семьи. Для дальнейшей проверки гипотезы было принято решение взглянуть на проблему исследования с другой стороны и сконцентрироваться на изучении непосредственно социальных представлений юношей и девушек.

На третьем этапе исследования был проведен лексический контент-анализ эссе. Авторы эссе – молодые люди в возрасте от 23 до 30 лет. Верхний возрастной предел обусловлен общепринятой на момент исследования в России возрастной периодизацией, согласно которой к молодежи относили людей от 14 до 30 лет.⁹ Нижний возрастной предел (23 года) обусловлен тем, что в рамках исследования в фокусе внимания находится не студенческая аудитория (которой посвящено много отечественных и зарубежных работ), а люди, уже закончившие профессиональное обучение (по крайней мере, основную его часть) и, в восприятии общественного мнения, готовые к созданию собственной семьи.

В написании эссе приняли участие 14 мужчин и 22 женщины (всего 36 человек). Из них 19 человек состояли в брачных отношениях (14 – в зарегистрированном и 5 – в консенсуальном браке), 8 человек – в партнерских отношениях («встречались»), а 9 не имели романтических отношений на момент проведения исследования.

Респонденты рекрутировались методом «снежного кома»: все они являлись подписчиками четырех групп, выбранных для второго этапа исследования. Приглашения к участию в исследовании рассылались через социальную сеть «ВКонтакте». Данная методика рекрутинга позволила соблюсти методологическую связь с предыдущим этапом. Объем анализируемого контента составил 40 000 печатных знаков.

По результатам данного этапа был сформирован набор утверждений, которые могут входить в ядро и периферию социальных представлений миллениалов о брачном партнере и романтических отношениях. На основе данного перечня, дополненного по результатам второго этапа, было решено разрабатывать авторский опросник социальных представлений. В авторский опросник также было решено включить категорию «верности», которой респонденты уделили крайне мало внимания. Было сделано предположение, что при написании эссе в свободной

⁹ Постановление Верховного Совета РФ «Об основных направлениях государственной молодежной политики в российской федерации» от 3 июня 1993 г. N 5090-1 / <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=2138#0> (дата обращения 09.04.2017)

форме респонденты могли обойти данную категорию вниманием как нечто, само собой разумеющееся.

В ходе интерпретации результатов эссе возникла необходимость в более подробном изучении трансформационных тенденций в российском обществе в сфере семьи и брака, что нашло отражение в первой главе. Также обнаружилось, что индивидуалистические ценности, на которые делается акцент в социальных сетях и популярных СМИ, не в полной мере принимаются молодежью, о чем свидетельствует сочетание плюралистических и индивидуалистических установок в эссе респондентов. Было принято решение проверить данный факт в ходе опроса.

Как показали предыдущие исследования, для миллениалов особую важность представляют визуальные материалы, транслируемые СМИ и интернет-источниками (Ожиганова, 2015). Поэтому, прежде чем приступить к проведению опроса, было решено более подробно изучить, каким образом тема брака и романтических отношений в социальных сетях репрезентируется визуальными изображениями.

В ходе четвертого этапа был проведен экспертный анализ фотографий, рисунков и графических изображений, опубликованных в тех же сообществах, которые анализировались на втором этапе («Отношения и любовь», «ЛЮБОВЬ», «Практическая психология» и «Психология о жизни»). Объем контента составил 40 изображений, по 10 в каждой из групп.

В результате анализа изображений было обнаружено отсутствие ориентации на создание семьи и рождение детей, а также акцент на теме одиночества, имевший место и на прошлых этапах исследования. Таким образом, символические сообщения, транслируемые с помощью визуального материала, в целом не отличались от текстовых сообщений в социальных сетях.

После четвертого этапа были уточнены задачи и гипотезы исследования, проведено более углубленное теоретическое изучение вопроса межпоколенческих различий, выбраны необходимые методы исследования и обработки данных. В частности, был разработан авторский опросник по изучению социальных представлений.

Заключительный, пятый этап исследования проводился с помощью опроса. К опросу приглашались участники глубинных интервью и фокус-групп, проводимых автором и его коллегами из других городов на основном месте работы. Параллельно осуществлялся поиск респондентов через объявления в социальных сетях. Использование разных источников для поиска респондентов позволило исключить влияние факторов среды и единого информационного поля: в исследовании приняли участие респонденты из разных городов, разного социального статуса, с разным материальным положением. После получения согласия респондента опрос проводился при личной встрече или с помощью видеозвонков в Skype или WhatsApp.

Выборка составила – 525 человек (см. табл. 2), из них представителей миллениалов 192 человека ($M = 25,16$, $SD = 3,83$), поколения X – 176 человек ($M = 45,06$, $SD = 4,19$), бэби-бумеров – 157 человек ($M = 63,87$, $SD = 4,12$). Доля респондентов, представляющих «пограничные поколения» – незначительна (см. Приложение Г).

Таблица 2. Половозрастные характеристики выборки опроса

	Поколение			Всего
	Y	X	бэби-бумеры	
Мужчины	56	50	34	120
Женщины	136	126	123	405
Всего	192	176	157	525

По результатам анализа данных опроса были сформированы основные выводы диссертации.

2.2. Методическое обеспечение исследования

В ходе первых четырех этапов исследования применялись качественно-количественные методы (Страус, Корбин, 2001; Crossley, 2007; Flick, 2009) с акцентом на методы, используемые при изучении интернет-материалов (Dicks, 2005; Lewis, 2008).

1. Контент-анализ. Использовался для изучения публикаций в интернет-версиях изданий «Cosmopolitan» и «Maxim», материалов в четырех сообществах «ВКонтакте», а также эссе, написанных респондентами. Контент-анализ относят к «классическому методу психолингвистического анализа речи» (Денисенко, Чеботарева, 2008, с. 111). Метод основан на системе категоризации смысловых единиц, подсчете частоты встречаемости слов, которые относятся к той или иной категории (Байбородова, Чернявская, 2014).

В данном исследовании в ходе контент-анализа выделялись смысловые единицы, характеризующие социальные представления о взаимоотношениях мужчин и женщин. За единицу счета принимались слова или фразы (Saldaña, 2013). Смысловые единицы объединялись в категории на основе выделенных признаков, затем анализировалась частота, с которой в общем массиве данных встречаются как категории, так и отдельные лексические единицы.

Контент-анализ публикаций в сети интернет является составной частью нетнографии, которую Р. Козинец трактует как интеграцию признанных и инновационных этнографических техник, адаптированных к натуралистичному изучению виртуальных сообществ и их отображения в исследовании (Kozinetz, 2010). Нетнография позволяет изучать социо-культурные и психологические феномены, стереотипы массового сознания, особенности самопрезентации в сети интернет (Троцук, 2006; Hine, 2008; Beneito-Montagut, 2011; Абрамов, 2012; Полухина, 2014; Рождественская, 2014).

В ходе третьего этапа по согласованию с научным руководителем было сформулировано следующее задание для эссе: *«Опишите, пожалуйста, партнера в счастливой паре. Каковы его (ее) характеристики, поведение? (Речь идет о сексуальных партнерах, которые живут вместе – в официальном или же незарегистрированном браке). Напишите, пожалуйста, два-три абзаца, пишите все, что думаете и чувствуете, здесь нет правильных и неправильных ответов»*. Нарботки, полученных по итогам первых трех этапов, легли в основу авторской методики по выявлению социальных представлений.

2. Метод экспертного анализа изображений в социальной сети «ВКонтакте» – авторский вариант нетнографического исследования, который использовался в ходе четвертого этапа исследования. Метод включает в себя сочетание анализа изображений с контент-анализом подписей к ним. В целях сохранения преемственности для анализа были выбраны те же сообщества, что и для второго этапа («Отношения и любовь», «ЛЮБОВЬ», «Практическая психология» и «Психология о жизни»), визуальный контент которых был подвергнут экспертному анализу изображений.

Используемая в ходе исследования методика включала в себя оценку визуальных средств передачи информации по пяти параметрам: 1) содержание: тема изображения, наличие сюжета; 2) характеристики: эмоциональный фон, активность/пассивность, количество цветов, яркость; 3) символическое наполнение, наличие универсальных образов-символов; 4) контекст: соотносится ли рисунок с прилагаемым текстом; 5) вероятная мотивация коммуникатора (Емельянова, Шмидт, 2018).

Экспертами выступили 1 доктор психологических наук и 5 кандидатов наук (3 – психологических, в том числе 2 практикующих психолога, 2 – социологических, в том числе специалисты по СМИ и социологии культуры). Ответы экспертов заносились в специальный бланк, которые затем обрабатывались в обобщенном виде с помощью программы Microsoft Excel. В использованном виде данная методика имеет сходства с интен-анализом, теоретико-экспериментальный подходом к изучению интенций, позволяющий выявить стоящие за речью интенции коммуникантов и их влияние на организацию дискурса (Ушакова и др., 2000).

При разработке схемы для анализа были использованы наработки российских и зарубежных психологов, изучающих изображения, чаще всего, созданные респондентами специально для исследования (Захарова, 2008; Boddy, 2010), набор анализируемых критериев, как правило, варьируется исходя из задач исследования и специфики объекта. Реже объектом исследования выступают изображения, размещенные в средствах массовой информации (Moliner, 2016).

3. Авторская методика для изучения социальных представлений.

Использовалась в ходе пятого этапа исследования. Была разработана на основе выводов, полученных в ходе предыдущих этапов исследования в соответствии с методологическими рекомендациями отечественных и зарубежных авторов (Farr, 1993; Wagner, 1999; Parales Quenza, 2005; Емельянова, 2006).

Методика содержит 45 утверждений и затрагивает темы жизненных приоритетов, индивидуальности, ответственности, верности, главенства в семье, изменений гендерных ролей. Оценочная шкала составлялась с учетом требований структурного подхода в теории социальных представлений (Abric, 2000), что позволило проанализировать ядро и периферию социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях.

Тема романтических и брачных отношений является сенситивной, что обуславливает риск появления социально одобряемых ответов. Кроме того, в длинных анкетах возрастает риск необдуманных ответов, выбранных респондентом «наобум». Для того, чтобы снизить указанные риски, в опросник были включены несколько утверждений, касающихся одного и того же аспекта отношений. Впоследствии проводилась верификация ответов путем сравнения данных по отдельным высказываниям.

В опросник был включен ряд высказываний, встречающихся в публикациях в социальных сетях с сохранением лексики и стилистики. Это позволило выявить различия в восприятии данных утверждений теми респондентами, кто проводит в социальных сетях разное количество времени.

Была проведена проверка опросника на внутреннюю согласованность, коэффициент альфа Кронбаха составил $\alpha = 0,852$. Задачи проверки критериальной валидности в ходе исследования не ставилось. В процессе разработки методика прошла экспертную оценку одного доктора психологических наук, трех кандидатов психологических наук и трех практикующих психологов. Опросник приводится в Приложении В (см. вопрос 1 в анкете опроса).

По результатам факторного анализа, проведенного в SPSS Statistics 22.0 по предварительно стандартизированным переменным, выделяется 13 факторов:

- 1) Важность «истинных» мужественности и женственности.
- 2) Общность планов партнеров, готовность отказываться от своих интересов и важность юмора в семье.
- 3) Верность и ответственность.
- 4) Взаимное развитие и поддержка.
- 5) Важность совместного времяпрепровождения.
- 6) Ориентация на моногамию и воспитание детей.
- 7) Констатация факта утраты традиционных гендерных ролей.
- 8) Ориентация на чувственную сторону отношений.
- 9) Важность вербальной коммуникации и открытости.
- 10) Зрелость и независимость обоих партнеров.
- 11) Важность сексуальной сферы.
- 12) Мнение об эмоциональной взаимозависимости партнеров.
- 13) Восприятие отношений как нестабильного феномена.

Модель позволяет описать 56,8% суммарной дисперсии со значимостью $p < 0,00$ и мерой адекватности выборки Кайзера-Майера-Олкина 0,838.

4. Опросник «Ролевые ожидания и притязания в браке» (РОП) А.Н. Волковой (Волкова, 2007), направленный на изучение семейных ценностей у супругов. Методика состоит из 36 утверждений, объединенных в 7 шкал: внешняя привлекательность, сексуальные отношения, хозяйственно-бытовые функции, родительские функции, профессиональная реализация, морально-эмоциональная поддержка, личностная общность супругов (см. Приложении В, вопрос 2 в анкете опроса). Опросник позволяет проанализировать значимость отдельных сфер семейной жизни по шкале семейных ценностей (ШСЦ), а также представления об идеальном распределении ролей в данных сферах (шкала ролевых ожиданий и притязаний, ШРОП). В данной работе был использован модифицированный вариант методики: мужские и женские варианты утверждений были объединены для представления респондентам любого пола.

5. Методика незаконченных предложений, являющаяся одной из проективных методик (Branthwaite, 2001; Фоломеева, 2003; Качественные методы

исследования, 2016). Методика широко применяется как в экспериментально-психологической практике, так и при изучении социальных представлений (Нестерова, 2024); наиболее известна модификация, разработанная Дж. М. Саксом и С. Леви, состоящая из 60 предложений (Сборник психологических тестов, 2006). Методика основана на том, что испытуемый в ходе ответа на неопределенные, неоднозначно сформулированные стимулы, дает информацию о личном опыте и переживаниях, то есть проецирует ответы на себя.

По результатам предыдущих этапов исследования было сформулировано пять незаконченных предложений, направленных на изучение респондентами понятий «семья», «отношения между мужчиной и женщиной», «супружеская жизнь» (см. Приложении В, вопрос 3 в анкете опроса).

Собранные с помощью этой методики данные анализировались методом лексического контент-анализа. Затем проводился анализ эмоциональной окрашенности высказываний в отношении трех незаконченных предложений (остальные два по определению предполагали позитивные ответы). Высказывания респондентов кодировались по следующей системе: 1 – позитивная коннотация, 2 – негативная коннотация, 3 – смешанная коннотация или сложно определить, 4 – нет ответа. Затем проводился подсчет количественных показателей и выявление значимых различий между мнениями представителей разных поколений с помощью критериев Манна-Уитни и Краскала-Уоллеса.

6. Опросник отношения к зарегистрированному браку (вопрос 4 в анкете опроса, см. Приложение В). Включение данного вопроса позволило выявить рациональный уровень восприятия респондентами зарегистрированного брака и других форм романтических отношений.

7. Блок социально-демографических характеристик (вопросы 5-16 в анкете опроса, см. Приложение В). Включение данных вопросов имело целью выявление связей между социальными представлениями о партнере и рядом факторов: пол и возраст; материальное положение; жилищные условия; уровень и характер профессиональной занятости; предыдущий опыт брачных отношений; паттерны поведения, усвоенные в родительской семье.

В рамках данного исследования не ставилась задача проследить связь между социальными представлениями и исчерпывающим списком факторов, поэтому в анкету были включены те, которые были признаны основными по результатам анализа теоретической литературы. Задачи изучения таких факторов как правовая среда и законодательство в отношении семьи; культурно-религиозная среда и традиции брачно-романтических отношений в обществе в целом и в отдельных социальных группах; физическое здоровье; а также субъективное восприятие предыдущего опыта романтических отношений не ставилось.

8. Блок о пользовании социальными сетями и другими каналами коммуникации (вопросы 17-23 в анкете опроса, см. Приложение В). Цель включения данного блока – выявить различия между восприятием отдельных утверждений из опросника о социальных представлениях респондентов с разным опытом пользования социальными сетями. Кроме того, было принято решение проследить взаимосвязь между предпочтительными форматами коммуникации миллениалов и их восприятием брака и партнера.

2.3. Процедура обработки результатов эмпирического исследования

Статистическая обработка результатов, полученных в ходе опроса, проводилась с использованием программ SPSS Statistics 22.0 и MS Excel. Были проанализированы частотные распределения, таблицы сопряженности, значимые различия по критериям Манна-Уитни (при попарном сравнении поколений) и Краскала-Уоллеса (при сравнении трех поколений), а также осуществлен факторный анализ методом главных компонент и корреляционный анализ с использованием коэффициента Спирмена.

Для выделения ядра и периферии социальных представлений применялся коэффициент Ж.-К. Абрика, который предложил использовать коэффициент позитивных ответов – TCP (Taux catégorique positif) для выявления структуры социальных представлений. Расчет коэффициента для каждого высказывания TCP

(i) производился по следующей формуле (Abric, 2000):

$$TCP(i) = \frac{n(4)+n(5)}{N} * 100 \quad (1)$$

где $n(4)$ - число ответов «значительная степень», $n(5)$ – число ответов «очень значительная степень», N - общее число ответов.

В ядро социального представления включались утверждения, коэффициенты позитивных ответов которых превышали среднее на величину среднеквадратичного отклонения и выше, а в периферию, близкую к ядру – утверждения, коэффициенты позитивных ответов которых находились в диапазоне от среднего до нижней границы ядра.

Глава 3. Эмпирическое исследование социальных представлений миллениалов о брачном партнере и романтических отношениях в сравнении с представителями других поколений

3.1. Результаты анализа публикаций в социальных сетях, посвященных романтическим отношениям

В параграфе представлены результаты поискового этапа исследования, проведенного методом лексического контент-анализа публикаций в группах популярной среди молодежи социальной сети «ВКонтакте» («Отношения и любовь», «ЛЮБОВЬ», «Практическая психология», «Психология о жизни», описание методики представлено в параграфе 2.2). Объем анализируемого контента составил 100 000 печатных знаков и 287 иллюстраций.

В ходе контент-анализа все лексемы по теме взаимоотношений партнеров или потенциальных партнеров были закодированы и объединены в несколько категорий (см. Приложение А). Наиболее часто упоминались лексемы из категории *«наименование субъектов взаимоотношений»* (26,7%), *«название чувств и ощущений»* (21%), а также *«виды действий в паре или по отношению к партнеру»* (20,3%). Данное распределение позволяет сделать вывод о том, что молодые люди придают большее значение именно чувственной стороне отношений. При этом действия партнера в паре отходят на второй план, несмотря на то что во многих публикациях делается акцент именно на приоритетности поступков, а не мыслей (Емельянова, Шмидт, 2017).

Изучаемые публикации формируют у читателей размытый образ субъекта романтических отношений – только 5% лексем посвящено качествам акторов данных взаимоотношений. Процессу отношений и их наименованию также отводится не слишком много внимания – 10% лексем в количественном

выражении, из чего сделан вывод о том, что модераторы данных групп транслируют преимущественно индивидуалистические ценности.

Ценностным ориентациям также уделяется не слишком много внимания: доля лексем в данной категории всего 6,6%. То же самое можно сказать и о единицах анализа, которые условно отнесены к группе *«место человека во Вселенной»*. Их доля составляет 7,7%, и они вносят вклад в описание контекста взаимоотношений между мужчиной и женщиной. Категория *«наименование частей тела»* (3,4%) также относится к контекстообразующей – входящие в нее единицы анализа имеют символическое значение при описании процесса взаимоотношений, что в большей степени проявляется в иллюстрациях.

Первые строчки рейтинга категории *«Наименование субъектов взаимоотношений»* занимают лексем, описывающие субъектов взаимоотношений в общем ключе, без конкретизации их брачных или семейных ролей (*«девушка»*, *«мужчина»*, *«тот»*, *«человек»*). В общей сложности 73,1% лексем не указывают на наличие долгосрочных романтических отношений, что еще раз подтверждает вывод о транслировании индивидуалистических ценностей в изучаемых сообществах:

«Сейчас в моей жизни есть один человек, ради звонка которого я проснусь в три часа ночи»

«С правильным мужчиной все будет очень просто, все будет получаться само собой, без истерик и выноса мозга. Отношения должны приносить комфорт»

Только 16,3% лексем посвящено наименованию партнерских отношений в паре, но без упоминания брака. В тех группах «ВКонтакте», которые нацелены на публикацию материалов психологической направленности с акцентом на практические рекомендации, преобладает определение *«партнер»*. Такие определения как *«пара»*, *«двое»* (10,7% единиц анализа) чаще всего выражаются с помощью картинок, а не текста. 11,0% лексем указывают на наличие семейных ролей, а также на наличие в семье детей (*«мать»*, *«отец»*, *«супруги»*):

«Супружество — это отношения между двумя людьми, один из которых всегда прав, а другой — муж!»

Первую строку рейтинга категории «качества субъектов взаимоотношений» занимает запрос на силу и «истинность» партнера («истинная женственность», «исконная мужественность»): данной теме посвящено много публикаций в выбранных для изучения группах. Ниже приведены примеры высказываний, найти в публикациях по данному этапу исследования (Емельянова, Шмидт, 2017):

«Интересно, а в моду вернутся мужики, похожие на мужиков?»

«...твой мужчина, будет самым лучшим,

пусть немного груб, но так умен.

ты ему готовить будешь ужин,

и не замечать других имен.»

«Настоящая женщина все может сделать сама, но настоящий мужчина никогда этого не допустит!»

«Споры – это желание протестовать. Возмущаться против мира. Воевать. А война – это типично мужской стиль жизни. Советую, когда у вас возникнет в очередной раз желание поспорить, сразу сказать себе: “Стоп! Я сейчас кто? Женщина или мужик в юбке?”»

«Я предлагаю женщине развить свою женственность, как единственно верное средство привлечения к себе денег в избытке»

При описании качеств субъектов взаимоотношений авторы публикаций концентрируются на позитивных чертах характера, внешние признаки упоминаются реже, исключение составляет «красота» – 12,9% лексем. 17,7% лексем говорят о важности совместимости с партнером («родной», «подходящий»), что может свидетельствовать о наличии установки на выстраивание эффективных взаимоотношений именно с подходящим партнером.

Чувства и эмоции в общем массиве единиц анализа занимают значительное место (21,0% или второе место в рейтинге категорий). Больше половины упоминаемых чувств (62,7%) носят позитивную окраску, 20,0% приводятся в нейтральной коннотации (либо без опознавательных знаков), и только 17,3%

имеют негативную окраску. Такое распределение позволяет предположить, что молодые люди либо в целом относятся к отношениям оптимистично, либо стараются игнорировать возникающий негатив. Второе может свидетельствовать об инфантильной жизненной позиции, неготовности встретиться лицом к лицу с серьезными проблемами. Если рассматривать позитивные чувства и эмоции, то наиболее часто упоминаемым оказывается «любовь» (56,2%, см. рис. 1), гораздо реже встречается «счастье» (12,6%).



Рис. 1. Примеры изображений с лексемой «любовь».

« – Ты разбираешься в людях ?

– А, чё тут разбираться? Кто меня любит, тот и хороший...)))»

Лидером среди негативных чувств и эмоций оказалось «одиночество» (28,3%), однако однозначно приписывать всем упоминаниям об одиночестве негативную коннотацию нельзя: встречается также нейтральная и позитивная коннотации (которые в совокупности упоминаются с той же частотой, что и негативная). Публикации в выбранных сообществах повествуют читателям о том, что одиночество может быть полезным, так как упорядочивает образ жизни и приводит мысли в порядок. Кроме того, авторы публикаций зачастую делают акцент на том, что одинокий человек является уникальным, именно поэтому ему сложно найти себе пару. Таким образом, в подобной трактовке одиночества появляется акцент на индивидуалистических ценностях.

Если рассматривать разные форматы донесения материала, то «одиночество» чаще репрезентируется изображениями, а не текстом (см. рис. 2), причем в подписи к изображению одинокого человека (или птицы над туманным океаном, пустынной дороги и т.д.) чаще всего говорится о важности чувств

партнера, что указывает на наличие противоречий между визуальной и текстовой информацией.

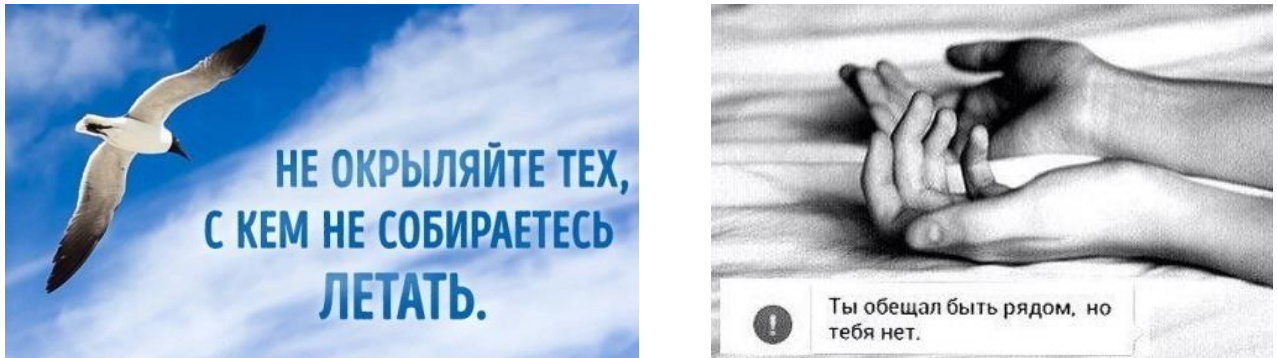


Рис. 2. Примеры изображений одиночества.

«Кто-нибудь поймёт тебя однажды. А пока, увы, не суждено. Шёпот сплетен слышит каждый. Крик души – почти никто»

В категории «наименование отношений» лексемы также характеризуются высокой степенью неопределенности: 82,2% из них не указывают на характер романтических отношений («отношения», «быть вместе», «встречаться»). Браку посвящено всего 11,5% единиц анализа, причем примерно половина приходится на изображения, а не текст (чаще всего на рисунке изображена девушка в свадебном платье). Таким образом, здесь снова можно наблюдать противоречие между графическими и текстовыми посланиями.

Абсолютное большинство единиц анализа (81,7%) из категории «виды действий в паре или по отношению к партнеру» (20,3% в общем массиве) позитивны или нейтральны, в данной категории не всегда возможно определить эмоциональную окраску. Низкая доля негативно окрашенных лексем («разногласия», «обиды», «ложь», «измена», и т. д.) может указывать на завышенные ожидания в отношении романтических отношений или на неосознанное вытеснение негативных моментов.

«Никогда не угадаешь, кто достоин доверия. Самые близкие, порой, — предают. Самые чужие — неожиданно помогают»

«Сначала люди пытаются сделать друг друга как можно счастливее, потом стараются сделать друг другу как можно больнее»

Среди позитивно-нейтральных единиц анализа чаще упоминаются признаки близости – «объятия», «поцелуи», «секс / интимные ласки» – все они чаще всего транслируются графическими изображениями, а не текстом. Преимущественно в текстовом формате транслируется такая единица анализа как «беседа / разговор / общение» (см. рис. 3).



Рис. 3. Примеры изображений о важности вербальной коммуникации в паре.

«Объятия — лучшее лекарство»

«Будь с тем, кто всегда хочет знать, как прошел твой день»

«Невероятно приятно, когда человек спрашивает, как спалось, что снилось, как дошел до дома, не замерзли ли руки. Сразу появляется ощущение того, что о тебе заботятся и за тебя переживают»

При рассмотрении исключительно текстовых сообщений без иллюстраций доля нейтрально-позитивных единиц анализа снижается до 79,0%, а негативных увеличивается до 21,0%. Первое место здесь занимает категория «беседа / разговор / общение», второе – «мысли», а третье – «поступки».

Двойные послы, расхождения между тестовой и визуальной информацией (которые представляют сознательный и бессознательный пласты информации) могут вводить молодых читателей в заблуждение, формируя у них неустойчивые и противоречивые представления о брачном партнере и романтических отношениях.

Среди поступков и действий, которые непосредственно описывают процесс взаимоотношений, около половины единиц анализа имеют негативную коннотацию. Остальные можно охарактеризовать позитивно или нейтрально, но часто граница между положительной и нейтральной коннотацией также размыта.

Среди негативных лексем больше половины составляют *«терпеть»* (дискомфорт в отношениях), *«расстаться»*, *«потерять»*, *«сломать / испортить»* (отношения).

Среди нейтральных и позитивных выделяются лексемы, которые зачастую косвенно указывают на одиночество: *«отпускать»* (партнера), *«ждать»*, *«бороться»*, *«возвращать»* (партнера). Также встречаются лексемы созидательного характера: *«рост / развитие»*, *«работать над отношениями»*.

«Научитесь отпускать. Родное всегда найдет дорогу обратно»

«Самое важное в отношениях - стремление обеих сторон их сохранить вопреки всем преградам»

В категории «ценности» (6,6% в общем массиве) первое место разделяют понятия *«доверие»* и *«взаимопонимание»* (10,2% и 10,8% соответственно), 8,4%–9,0% занимают понятия *«идеальность»*, *«верность»* и *«прощение»*, что указывает на потребность в духовной близости в паре. Обращает на себя внимание, что запрос на принятие партнером встречается несколько чаще, чем готовность самому принимать партнера (6,0% против 2,4%), что может свидетельствовать о формировании у молодых людей акцентуации на себе. Финансы и материальное благосостояние занимают в рейтинге 6,6%, *«благодарность»*, *«уважение»*, *«свобода»* и *«ответственность»* – от 4,2% до 5,4%, а *«уникальность»* – 3,6%.

Неотъемлемой частью публикаций, посвященных взаимоотношениям в паре, является категория *«место человека по Вселенной»* (7,7% в общем массиве), которая позволяет описать контекст романтического взаимодействия. Чаще всего таким контекстом выступают изображения природы и животных. На первое место в данной категории выходит понятие *«жизнь»* (50,0%), причем, судя по контексту, авторы публикаций советуют прожить ее как можно более *«полно»*. Абсолютный показатель встречаемости лексемы *«жизнь»* превосходит лексемы *«отношения»* и *«близость»*, что может свидетельствовать о приоритете личного жизненного пути перед взаимодействием в паре.

«Если эти мгновения любви кто-то с нами разделяет, это невероятно, это не само собой – жизнь не само собой разумеющееся. Только живя как во сне, мы

можем воспринимать её как само собой разумеющееся, как будто нам все дано навечно»

«Люди врываются в нашу жизнь, словно ветер, разнося и разметая прежде разложенные по полочкам дни, даты, минуты и моменты. Порой этот ветер, ворвавшись, остается навсегда, иногда просто стихая, иногда вздымая душу к вершинам. А иногда – это просто сквозняк: вскружил, потревожил и исчез навсегда»

«Вся твоя жизнь состоит из 5–6 стоящих людей, одного из которых ты, если звезды сойдутся, полюбишь, потому что, если не сойдутся, возможно, не получится уже никогда»

«По понедельникам я начинаю новую жизнь. По пятницам - вспоминаю старую»

«Ах ты жизнь моя, непонятная! То ты горькая, зараза, то приятная!»

«Делай то, что хочешь. Делай то, что считаешь правильным. Тебя все равно будут осуждать до конца жизни»

В категории «место человека по Вселенной» 16,5% приходится на понятие «мир», а 12,4% – «время». На «прошлое» и «настоящее» приходится только 2,1% и 1,0% соответственно, при том, что «будущему» уделяется целых 5,7%. Среди прочих понятий в данной категории можно выделить «судьбу» и «вечность / навсегда» (4,6% и 5,2%).

В категории «наименования частей тела» 3,4% в общем массиве около половины единиц анализа (55,2%) приходится на «руки», поэтому их можно назвать символами взаимоотношений мужчин и женщин. Руки в основном изображаются на иллюстрациях (держачие чашки с кофе / чаем, соединенные руки двух людей, иногда – сцепленные пальцы) и не транслируются текстом. «Глаза» и «сердце» встречаются реже (18,4% и 16,1% соответственно) и транслируются, в основном, текстом, а не графикой. «Губы» (за исключением поцелуев, которые кодировались отдельно) занимают 4,6% от общего объема единиц анализа в категории, а «тело» – 5,7%.

«Родные руки, которые никогда тебя не выпустят, не уронят, даже если перевернется весь мир. Это руки мужа»

«Взять за руку человека вроде обычный жест, но почему-то именно он заставляет всё внутри перевернуться»

«Чудесно, когда тебе есть кому заваривать вторую кружку чая...»

По результатам первого этапа исследования были сделаны предположения о том, что контент изучаемых групп «ВКонтакте» не способствует формированию у читателей ответственного подхода к романтическим отношениям, а, напротив, создает благоприятную почву для укрепления индивидуалистических ценностей и несколько инфантильного подхода к взаимодействию с реальным и потенциальным партнером, что в долгосрочной перспективе может препятствовать выстраиванию гармоничных отношений с противоположным полом или приводить к откладыванию брака. В частности, читатели подобных публикаций при возникновении сложностей в отношениях могут отказываться от них и искать другого партнера, который в большей степени соответствует идеализированным представлениям о счастливой паре.

Кроме того, в представлениях о партнере и браке, транслируемых социальными сетями, обнаружились противоречия, что также может мешать выстраиванию эффективной коммуникации в паре. Противоречия в отношении к одиночеству заключаются в репрезентации разных (порой конфликтующих) понятий с помощью текстовых и визуальных средств коммуникации, что может приводить к тому, что молодые люди также могут транслировать брачному и романтическому партнеру разнонаправленные сигналы, свидетельствующие и о желании сближения, и о стремлении сохранить дистанцию.

3.2. Результаты анализа визуальной информации в социальных сетях, посвященной романтическим отношениям

Результаты предыдущего этапа, в частности, наличие противоречий между содержанием и эмоциональным наполнением текстовой и графической информации, указали на необходимость анализа изображений в группах

«ВКонтакте». В целях сохранения преемственности для анализа были выбраны те же сообщества, что и для предыдущего этапа («Отношения и любовь», «ЛЮБОВЬ», «Практическая психология» и «Психология о жизни»), визуальный контент которых был подвергнут экспертному анализу изображений. Используемый подход представляет собой авторский вариант нетнографического исследования, в котором анализ изображений по авторской схеме дополняется контент-анализом подписей к изображениям (описание методики представлено в параграфе 2.2).

Обнаружилось, что в 44% случаев на изображении представлена пара людей, что вполне соответствует тематике изучаемых сообществ «ВКонтакте». В 19% героем изображения становится одинокий человек, при том, что подпись свидетельствует о наличии у него романтического партнера. На изображения природы и различных предметов приходится по 14% единиц анализа.

Что касается сюжета, то в более половины случаев (61%) присутствует неявно выраженный сюжет, то есть читателю предлагается додумать ситуацию без обращения к подписи, в 33% случаев сюжета нет или его определить сложно. Подписи могут соотноситься с изображениями или нет (см. рис. 4 и 5), что может приводить к формированию у читателей противоречивых представлений о браке и романтических отношениях.

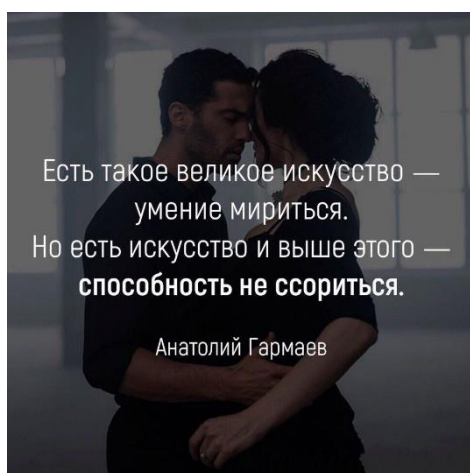


Рис. 4. Примеры изображений, где текст соотносится с подписью.

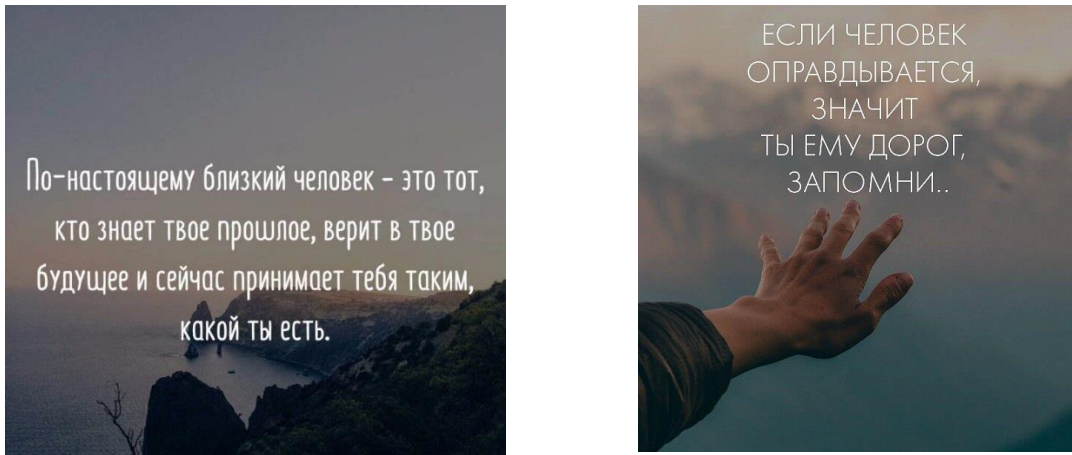


Рис. 5. Примеры изображений, где текст прямо не соотносится с подписью.

В 51% случаев эмоциональный фон графических изображений оказался позитивным, в 25% – нейтральным, в 13% – негативным, и в 12% – неопределённым. Что касается параметра яркости, то только 21% единиц анализа эксперты назвали яркими, 24% – бледными, а 36% – средними. К 19% изображений, например, к черно-белым иллюстрациям, данная характеристика неприменима.

Значительная часть иллюстраций не отличается красочностью (см. рис. 6): предпочтение отдается черно-белым изображениям, а также картинкам в приглушенных тонах и затемненным изображениям. С технической точки зрения затемнение изображения может быть вызвано необходимостью сделать надпись на картинке более читаемой, однако это может приводить к смещению восприятия аудиторией таких понятий как любовь и романтические отношения в негативную сторону.

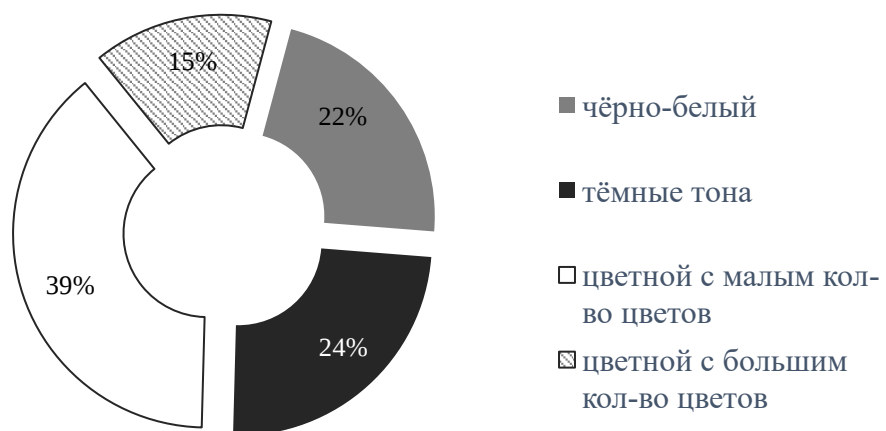


Рис. 6. Количество цветов на изображениях, в процентах

По параметру символики в изучаемых изображениях на первое место в рейтинге с большим отрывом выходят руки (43%), другие символы: губы, природа (горы, океан, огонь), средства связи (телефон) предметы быта (чашки) изображены в 4-14% случаев (см. рис. 7).

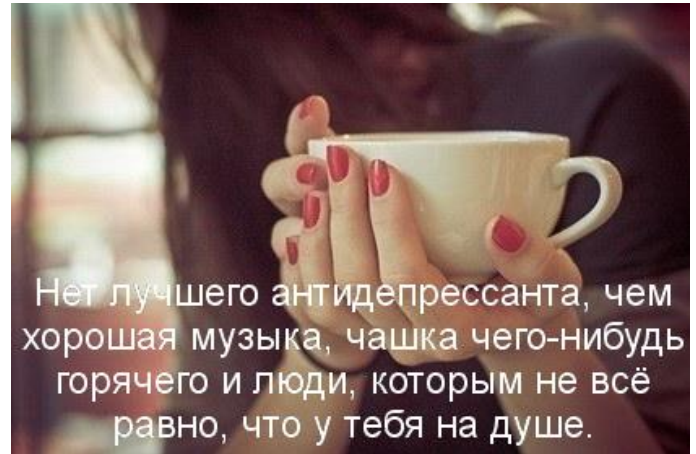


Рис. 7. Примеры изображений с символами «руки» и «чашки».

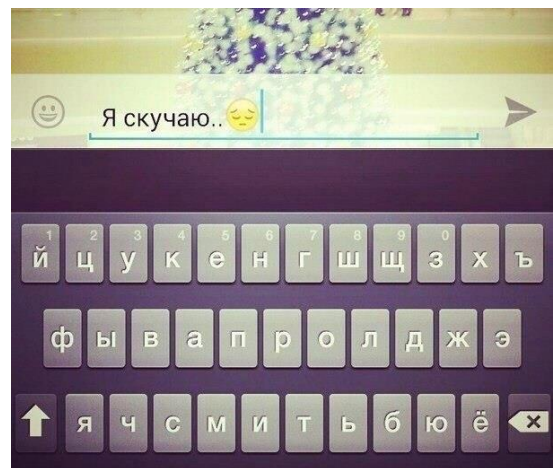
Изображения природы зачастую сопровождаются подписями негативного характера, повествующими о разрыве отношений, перенесенной душевной драме. По всей вероятности, коммуникаторы с помощью спокойных изображений либо стремятся сгладить отрицательные эмоции от текста, либо хотят продемонстрировать фатальное отношение к взаимоотношениям.

При изучении символического наполнения анализировались как изображения, так и подписи к рисункам. По этому параметру публикации соответствуют тематике групп, при этом акцент делается не на долгосрочные отношения (на брак и возможное рождение детей указывают 8% изображений), а на процесс романтических отношений, в частности, на духовную и физическую близость, общность интересов, гармонию и удовольствие от взаимоотношений (по 22-28% каждая). Категория преодоления невзгод занимает гораздо меньше – всего 18%, что подтверждает результаты предыдущего этапа о смещенной репрезентации романтических отношений, которые представляются читателям самоценностью, а не шагом для создания крепкой, благополучной, здоровой семьи.

Посыл, исходящий от коммуникатора, является одним из наиболее важных параметров анализа. Мотивация может иметь смешанный характер, поэтому одной

и той же публикации эксперты могли присвоить несколько кодов и сумма долей превышает 100%. Наиболее частая предполагаемая мотивация автора – «*психологические размышления*», реплики, что проявляется в более чем половине случаев (53%). В четверти единиц анализа (25%) мотивацией является «*всплеск лирического настроения*», в пятой части (22%) – «*крик души*». Таким образом, около половины публикаций выражают эмоциональный взрыв. Часто встречающееся намерение – «*поучать*» (29%), распространены также «*общефилософские рассуждения*» (26%). «*Юмор*» встречается значительно реже (2%).

Результаты данного этапа свидетельствуют о том, что значительная часть визуальных сообщений представляет собой всплеск эмоций, что может способствовать возникновению аналогичных эмоций у читателей. Кроме того, авторы сообщений, по-видимому, стремятся поделиться своими психологическими и общефилософскими размышлениями на тему смысла жизни и места романтических отношений в ней. Еще одной распространенной мотивацией является поучение читателей (см. рис. 8).



Не пиши тем, кому ты не нужен...

Рис. 8. Примеры поучающих изображений

Как и в ходе предыдущего этапа, обнаружена высокая доля изображений одиноких людей (19%), однако на данном этапе позитивной коннотации понятия «*одиночество*» выявлено не было. Дополнительная задача по изучению данного расхождения была заложена для дальнейшего изучения в рамках опроса.

В целом можно говорить о том, что анализ графического способа представления взаимоотношений между мужчиной и женщиной выявляет позиционирование романтических отношений как самоценности, а не шага к созданию семьи и рождению детей. Возможно, подобная ориентация контента социальных сетей является отражением установок молодых читателей на откладывания брака и деторождения.

Адресатами изучаемых публикаций, в первую очередь, являются молодые люди в возрасте потенциальной готовности к браку (23-29 лет), поэтому можно предположить, что они должны быть нацелены на развитие у себя способностей к взаимопониманию, конструктивному решению конфликтов, сопереживанию, заботе о близком человеке, самоотверженности, получению удовольствия от общения с противоположным полом. Тем не менее, ни в графических изображениях, ни в подписях к ним, столь важные параметры готовности к созданию семьи не обнаруживаются.

3.3. Результаты анализа эссе миллениалов о брачном партнере и романтических отношениях

В ходе данного этапа респондентам 23-30 лет предлагалось выполнить следующее задание в свободной форме. *«Опишите, пожалуйста, партнера в счастливой паре. Каковы его (ее) характеристики, поведение? (Речь идет о сексуальных партнерах, которые живут вместе – в официальном или же незарегистрированном браке). Напишите, пожалуйста, два-три абзаца, пишите все, что думаете и чувствуете, здесь нет правильных и неправильных ответов».*

Все требования к партнеру были закодированы и объединены в несколько категорий. Можно выделить две большие группы таких категорий. Первая группа – черты партнера в счастливой паре, описываемые с помощью прилагательных и отражающие, каким *должен быть* брачный / романтический партнер. Данная группа была условно названа «*характеристики*». На этапе разработки инструментария предполагалось, что практически все элементы массива будут описаны с помощью прилагательных, однако по факту гораздо больше элементов

оказались представлены глаголами, которые были вынесены во вторую группу – черты партнера в счастливой паре, описываемые с помощью глаголов и отражающие, что *(не)должен делать* брачный / романтический партнер. Данная группа была условно названа «*действия*».

Указанное разделение довольно условно, так как многие элементы-прилагательные могут быть трансформированы в глаголы и наоборот. Тем не менее, было решено сохранить данное разделение, так как выбор формы выражения представлений о партнере имеет существенное значение для понимания предмета исследования.

Среди пяти самых частотных категорий (см. рис. 9), встречающихся в эссе, только одна представляет собой группу «*характеристики*», остальные четыре – «*действия*». Процент той или иной категории зависит от количества элементов в категории (ее наполненности), а также частоты упоминания каждого из элементов.

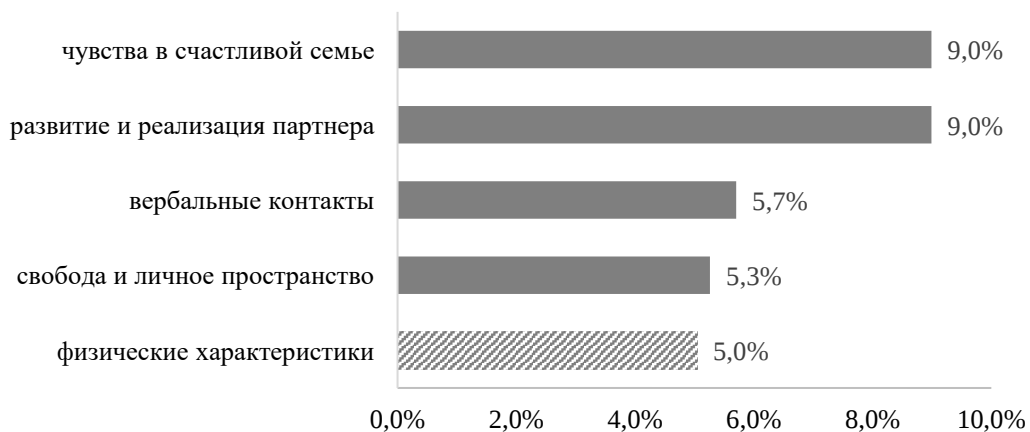


Рис. 9. Рейтинг категорий, в процентах (представлены категории, набравшие более 5%).

На первом месте рейтинга находятся сразу две категории из группы «*действия*». Это «*развитие и реализация партнера*» и «*чувства в счастливой паре*». Категория «*чувства в счастливой паре*» выходит на первое место не случайно – в общественном дискурсе данной стороне отношений всегда уделяется повышенное внимание. Категория включает в себя одиннадцать элементов, наиболее распространенными из которых являются: «*чувствовать себя*

комфортно рядом с партнером», «проявлять взаимное уважение, уважать выбор друг друга», «доверять партнеру», «любить и быть любимым».

«Во-первых, главное – это доверие друг другу. Причём доверие полное, плюс к этому, не должно быть полностью привязанности друг к другу. Нужно быть везде как и вместе, так и давать каждому из них личное пространство личные встречи со своими друзьями» (мужчина, 22 года, без пары)

При рассмотрении социально демографических различий обнаруживается, что элементы данной категории чаще встречаются в эссе мужчин (см. табл. Б1 Приложений), а также респондентов, состоящих в браке (официальном либо незарегистрированном, табл. Б2 Приложений). Указанные различия носят не статистический, а, скорее, иллюстративный характер, так как в рамках данного этапа не ставилась задача по выявлению статистических различий.

Вторая категория, которая также находится на первом месте рейтинга, тоже принадлежит к группе «действия» – «развитие и реализация партнера». Данная категория включает в себя шесть элементов, среди них наиболее часто встречаются: «оказывать поддержку развития партнера», «обучать, помогать», «вдохновлять партнера на поступки, мотивировать», а также «саморазвиваться, работать над собой».

Высокая представленность данной категории может быть вызвана внутренним запросом на развитие, который демонстрируют молодые люди. С другой стороны, подобный выбор может быть данью моде – в общественном дискурсе тема развития и личностного роста является распространенной. Элементы из категории «развитие и реализация партнера» гораздо чаще встречаются у респондентов, состоящих в браке.

«Человек в счастливых отношениях... это должен быть психологически зрелый человек, осознающий свои потребности и принимающий право другого человека на личные потребности и личное пространство. Это развивающаяся личность, поддерживающая при необходимости развитие своего партнера» (женщина, 30 лет, в браке)

Третье место рейтинга занимает категория «*вербальные контакты*», которая также относится к группе «*действия*». Именно наличие вербальных контактов многие авторы эссе называли индикатором счастливой пары. В данной категории чаще всего представлены элементы «*советоваться, обсуждать*» и «*иметь общие темы и интересы*». Эту категорию чаще выбирали женщины (что подтверждает стереотип о разговорчивости женщин), а также респонденты, состоящие в браке.

«Так же у партнёров в счастливой паре, как правило, есть планы и мечты, они планируют своё будущее, открыто обсуждают между собой планы и готовы помогать друг другу в их реализации» (женщина, 26 лет, в браке)

На четвертое место рейтинга вышла категория «*свобода и личное пространство*», которая была также отнесена к группе «*действия*». Элементы из данной категории чаще всего отмечали мужчины, а также респонденты, не имеющие сексуального партнера, что дает основание предполагать наличие возможной связи между индивидуалистическими ценностями и готовностью жить в одиночестве, не имея постоянного партнера. В ходе следующего этапа исследования была проведена проверка данной гипотезы.

Среди отдельных элементов категории «*свобода и личное пространство*» наиболее частотными оказались: «*иметь личное пространство, личное время и увлечения*», «*предоставлять партнеру свободу, не накладывать запреты на общение с друзьями, поездки*», а также «*признавать наличие другой точки зрения, не навязывать свою*». Элемент «*иметь личное пространство, личное время и увлечения*» фигурировал в эссе молодых людей часто – именно он вышел на первое место в рейтинге отдельных категорий (см. табл. БЗ Приложений). По всей видимости, наличие личного пространства имеет крайне важное значение для современной молодежи.

«Помимо совместной жизни и общих дел также важна личная свобода человека. Всё-таки иногда можно (и, наверное, даже нужно - тут уж вопрос к психологам) позволить себе побыть в одиночестве - конечно же, это вовсе не означает, что чувства остыли или что пришло время расставаться - просто человек сам по себе уникален и неповторим, самодостаточен, поэтому иногда

стоит погружаться в свои собственные идеи или мысли» (мужчина, 28 лет, состоит в романтических отношениях)

И, наконец, на пятом месте рейтинга находится категория «*физические характеристики*» – единственная категория из группы «*характеристики*», а не «*действия*», попавшая в пятерку наиболее частотных. Элементы из данной категории гораздо чаще выбирались респондентами, не имеющими пары (см. табл. Б4 Приложений), что, возможно, свидетельствует о наличии у одиноких миллениалов завышенных ожиданий в отношении будущего партнера, что препятствует созданию или поддержанию романтических отношений. Для представителей разного пола значимость физических характеристик отличается незначительно (см. табл. Б3 Приложений).

Наиболее частотными элементами из группы «*физические характеристики*» являются: «*активный физически, занимающийся спортом*», «*имеющий красивое тело, внешне привлекательный, обаятельный, харизматичный*», «*имеющий сексуальное тело, сексапильный*», а также «*без вредных привычек*».

«Мужчина должен быть спортивный. Даже, если ли это не профессиональный спорт, или если он не тренер, то тренироваться 100% должен, хотя бы ради красивого тела. С толстыми дел не имею. Даже если человек хороший. Плюс очень укрепляет отношения наличие общих тем, это как раз, к спорту. Тут, можно и посоветоваться, и поспорить, и вместе тренироваться. Что так же сближает и мотивирует» (женщина, 28 лет, в разводе, состоит в романтических отношениях)

Таким образом, результаты данного этапа позволяют предположить наличие связи между брачным статусом респондента и содержанием его социальных представлений в отношении романтического и брачного партнера (см. табл. Б2, Б4. Приложений). Одинокие люди склонны акцентировать внимание на понятиях свободы и личного пространства, независимости партнеров, зрелости. Они чаще воспринимают отношения в качестве «задачи», требующей определенных усилий, а также размышляют о целесообразности разделения ролей в семье. Для респондентов без пары большее значение имеют физические характеристики

партнера (внешняя привлекательности и сексуальность, спортивное тело) и его активная жизненная позиция; они более требовательны к организации досуга в паре.

В противоположность одиноким людям, респонденты, состоящие в браке, чаще делают акцент на организации быта в семье, гармонизации отношений в сексуальной сфере, а также конструктивном решении возникающих конфликтов. Респонденты, имеющие постоянного романтического партнера, чаще упоминали в своих эссе такие категории как понимание и поддержка партнерами друг друга и помощь в развитии. Для них большее значение имеют вербальные контакты, а от партнера в счастливой паре они чаще ожидают высоких интеллектуальных и человеческих качеств (проявление внимания и заботы).

В рамках данного исследования интерес представляют не только объединенные категории, но и отдельные элементы. Ниже будут рассмотрены наиболее частотные из них. Помимо элемента *«свобода и личное пространство»*, о котором уже говорилось выше, в рейтинге элементов также присутствуют моральная поддержка, совместное времяпрепровождение, готовность к компромиссам (см. табл. Б5 Приложений).

При рассмотрении отдельных элементов обнаруживается, что некоторые элементы из группы *«характеристики»* упоминались гораздо чаще, чем элементы из группы *«действие»* (с объединенными категориями ситуация прямо противоположная). В таблице Б6 представлены отдельные элементы из группы *«характеристики»*, набравшие более 1% в общем массиве элементов. Таким образом, кроме внешней привлекательности, о которой уже упоминалось выше, от партнера в счастливой паре ожидают способности обеспечить семью, финансовой независимости, отсутствия раздражительности, чуткости и тактичности.

Кроме перечисления характеристик и действий, ожидаемых от *«идеального»* партнера, участники исследования в своих эссе высказывали и общие мысли относительно условий развития счастливых отношений. Чаще всего респонденты упоминали *«отсутствие общих шаблонов и правил, идеала»* (32%), что вполне

вписывается в современный индивидуалистический дискурс о важности выбора уникального жизненного пути и следования ему.

«Во-первых, начнем с того, что определение счастья для каждого разное. Соответственно и понятие счастливой пары у всех разное» (женищина, 28 лет, состоит в романтических отношениях)

«Что же касается характеристик и поведения отдельных субъектов отношений, то они, конечно же, строго индивидуальны. В счастливом союзе ожидания субъектов отношений, как правило, оправдываются» (мужчина, 29 лет, в разводе)

Обращают на себя внимание не только наиболее частотные категории, но и категория, которой респонденты уделили крайне мало внимания. Речь идет о «верности»: к ней можно отнести только элементы «доверять партнеру» (1,97%), и «честный» (0,66%), при этом напрямую о верности партнеру, отсутствии измен не упомянул ни один из респондентов, можно предположить, что это качество воспринимается как нечто, само собой разумеющееся.

Результаты данного этапа исследования позволяют сделать несколько промежуточных выводов. Во-первых, доминирующими в содержании социальных представлений миллениалов о брачном или романтическом партнере оказались элементы из группы «действия» (а не «характеристики», как предполагалось), что свидетельствует о том, что от «идеального» партнера респонденты ожидают соответствия не столько по неизменным или медленно изменяемым признакам (таким как внешность, уровень образования или черты характера), сколько по поведению и отношению к своей половинке, выполнению тех или иных ролей в паре.

«Она [жена] знает меня лучше меня самого и иногда помогает разобраться в причинах моих успехов или неудач. Много делает для меня, заботится обо мне. Решает те вопросы, которые важны, но которые я обычно откладываю на потом (например, выбирает подарки для родных и друзей), кстати держит в голове все даты рождения и важные события. И вообще в паре есть возможность заниматься именно теми вопросами, которые у тебя получаются, а остальные

отдать на откуп второй половине, она же уверена в том, что ты решаешь её "нерешаемые вопросы"» (мужчина, 28 лет, в браке)

Во-вторых, проведенное исследование позволяет предположить, что в ядро социальных представлений о брачном или романтическом партнере могут входить такие понятия как *«чувства в счастливой паре»*, *«развитие и реализация партнера»*, *«вербальные контакты»*, *«свобода и личное пространство»*, а также *«физические характеристики»*. Для проверки данной гипотезы в авторский опросник социальных представлений были включены соответствующие утверждения.

В содержании эссе обнаружилось сочетание индивидуалистических установок с установками на общение, гармоничное взаимодействие. Кроме того, наблюдается ярко выраженный запрос на психологический комфорт в паре. Участники исследования воспринимают брачного или романтического партнера как базис для комфортной жизни и развития, что также указывает на некий «инструментальный» подход к взаимоотношениям, о котором упоминалось выше.

В-третьих, результаты исследования позволяют предположить наличие различий в восприятии брака и романтических отношений мужчинами и женщинами, а также людьми с разным брачным статусом. Мужчины чаще, чем женщины, нацелены на поиск «удобной» партнерши, способной одновременно создать комфорт в семье и не ограничивающей при этом его свободу. Женщины, в свою очередь, занимают более пассивную позицию и останавливают выбор на ресурсном партнере, который сможет обеспечить приемлемый уровень жизни, одновременно проявляя заботу и внимание.

Респонденты, не имеющие постоянного романтического партнера, чаще концентрировались на свободе и личном пространстве, зрелости и независимости партнеров в паре. Для одиноких людей отношения становятся жизненной задачей, требующей определенных усилий, и они готовы подходить к ней с позиции «менеджмента отношений» (например, договариваться о разделении ролей в семье, устанавливать форматы проведения досуга, приемлемые для обоих партнеров).

3.4. Результаты опроса трех поколений о брачном партнере и романтических отношениях

В данном разделе представлены результаты заключительного этапа исследования – опроса респондентов. Сбор данных проводился с помощью методики «снежный ком». Для того, чтобы иметь возможность проводить сравнения социальных представлений миллениалов о брачном партнере и романтических отношениях с социальными представлениями других поколений, в выборку были включены представители поколения X и бэби-бумеров (отцов и дедов миллениалов). Подвыборка миллениалов (18-34 года на момент опроса) составила 192 человека, представителей поколения X (35-55 лет на момент опроса) – 176 человек и бэби-бумеров (56-75 лет на момент опроса) – 157 человек. Общая выборка, таким образом, составила 525 человек. Квоты по полу, брачному статусу и месту жительства не задавались. Подробное описание выборки представлено в параграфе 2.1 и Приложении Г.

Так как поколения могут быть неоднородными по образованию, типу занятости и другим социально-демографическим характеристикам, которые могут быть связаны с содержанием их социальных представлений, в анкету были включены вопросы, направленные на выявление социально-демографических характеристик и экономических условий жизни респондентов, а также особенностей воспитания и опыта, полученных в родительской семье.

При ответе на вопрос о брачном статусе респонденты могли выбрать больше одного варианта ответа. Это было сделано, чтобы в дальнейшем, при необходимости, можно было определить наличие значимых различий у респондентов с разным брачным опытом (см. табл. 3).

Таблица 3. Брачный статус респондентов опроса¹⁰

	Поколение			Всего
	Y	X	бэби-бумеры	
Официально женат / замужем	85	106	88	279
В гражданском браке / живем вместе	28	17	15	60
Встречаюсь	35	9	10	54
Холост / не замужем / не имею постоянного партнера	41	10	1	52
Разведен / разведена	12	32	24	68
Вдовец / вдова	0	8	24	32

Анкета опроса приводится в Приложении В, таблицы – в Приложении Д.

3.4.1. Ядро и периферия социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях

Результаты опроса позволили выявить ядра социальных представлений респондентов разных поколений. Согласно методике Ж.-К. Абрика, в ядро социального представления включались утверждения, коэффициенты позитивных ответов (ТСР) которых были выше среднего плюс среднеквадратичное отклонение (формула расчета ТСР приведена в параграфе 2.3). На рисунке 10 и в таблице 4 представлены элементы, которые входят в структуру социальных представлений трех поколений.

¹⁰ Предусматривалась возможность нескольких вариантов ответа, поэтому суммарные показатели по столбцам превышают размеры подвыборок.



Рис. 10. Сопоставление ядер социальных представлений разных поколений.

Обозначения: а – «Настоящая семья имеет общие мечты и планы на будущее», «Чувство юмора делает отношения с партнером гармоничными», «В крепкой семье партнер не боится брать на себя ответственность за жизнь близких», «Крайне важно, чтобы твой партнер умел находить выход из трудных жизненных ситуаций», «Основная задача партнеров – помогать друг другу развиваться во всех отношениях»;

б – «Это не врожденное чувство быть верным, это решение», «Нужно стремиться найти такого партнёра, с которым можно было бы прожить жизнь»;

с, d – Отсутствуют общие элементы ядра;

е – «Все проблемы возникают, когда люди почему-то не могут сесть и спокойно поговорить о наболевшем», «У партнеров в сексе не должно быть никаких ограничений, никакого стеснения»;

f – «Хочется жить с сексуально привлекательным человеком»;

g – «Отношения – это упорный труд», «Творческие занятия делают семью крепче и гармоничнее»

Таблица 4. Структура социальных представлений трех поколений

Утверждения авторского опросника социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях	Коэффициент позитивных ответов (ТСР)		
	Поколение Y	Поколение X	Бэби-Бумеры
1. Настоящая семья имеет общие мечты и планы на будущее	90	90	92
2. Отношения – это упорный труд	78	77	84
3. С любимым человеком ты можешь полностью расслабиться и быть самим собой	83	82	71
4. Чувство юмора делает отношения с партнером гармоничными	91	89	92
5. Совместная жизнь предполагает отказ от части своих интересов, и это нормально	36	60	69
6. Самая большая ошибка в отношениях — это думать, что если человек тебя любит, то он никуда не денется	75	74	75
7. Если я люблю человека, то принимаю его таким, какой он есть	70	77	77
8. Женское поведение – результат мужского отношения	47	42	44
9. Мужчина должен зарабатывать деньги, чтобы семья чувствовала себя комфортно	72	75	70
10. Рядом с мужчиной женщина должна позволить себе быть слабой	65	57	53
11. Энергия в семье должна распределяться правильно. Мужская энергия должна быть направлена на достижения, созидания, женская – на заботу, создание комфортной атмосферы	71	68	67
12. Нужно стремиться найти такого партнера, с которым можно было бы прожить жизнь	89	88	78
13. Не всегда просит прощения тот, кто виноват. Просит прощения тот, кто дорожит отношениями	66	71	71
14. Все проблемы возникают, когда люди почему-то не могут сесть и спокойно поговорить о наболевшем	89	79	78
15. Основная задача партнеров – помогать друг другу развиваться во всех отношениях	89	82	82
16. Творческие занятия делают семью крепче и гармоничнее	78	76	84
17. Партнер – независимый человек со своими потребностями и личным пространством	80	82	71
18. Отдых для пары – отдых вместе, а не друг от друга	66	63	65

Примечание. Жирным шрифтом выделены элементы, которые входят в ядро социальных представлений конкретного поколения, курсивом – в периферию, близкую к ядру.

Таблица 4 (продолжение). Структура социальных представлений трех поколений

Утверждения авторского опросника социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях	Коэффициент позитивных ответов (ТСР)		
	Поколение Y	Поколение X	Бэби-Бумеры
19. Самый лучший секс с тем, с кем хорошо и без секса	76	76	71
20. У партнеров в сексе не должно быть никаких ограничений, никакого стеснения	89	73	75
21. Хочется жить с сексуально привлекательным человеком	83	82	76
22. Не будьте с кем попало, ждите родную душу	69	70	78
23. В крепкой семье партнер не боится брать на себя ответственность за жизнь близких	91	94	89
24. Крайне важно, чтобы твой партнер умел находить выход из трудных жизненных ситуаций	90	89	86
25. Это не врожденное чувство быть верным, это решение	86	85	81
26. Нет верности, значит, нет любви	73	61	64

Примечание. Жирным шрифтом выделены элементы, которые входят в ядро социальных представлений конкретного поколения, курсивом – в периферию, близкую к ядру.

В ядро социальных представлений всех поколений входят элементы, указанные в таблице под номерами 1, 4, 15, 23 и 24. Таким образом, основу для формирования социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях составляют идеи ответственности, жизненной стойкости и гармоничной общности с партнером. В ядре также присутствует ориентация на будущее и позитивное настоящее (юмор).

Уникальными для миллениалов являются элементы ядра №14 и №20 об отсутствии ограничений в сексе и необходимости обсуждать проблемы совместно с партнером. Уникальным для представителей поколения X является элемент ядра №21 о ориентации на жизнь с сексуально привлекательным человеком. Уникальными для бэби-бумеров являются элементы ядра №2 и №16 о необходимости прикладывать значительные усилия для поддержания отношений с противоположным полом, а также о важности творческих занятий для гармонизации отношений в семье. Миллениалов и представителей поколения X

сближает идея поиска единственного подходящего партнера на всю жизнь и верности как сознательного выбора.

Таким образом, гипотеза о том, что социальные представления миллениалов о брачном партнере и романтических отношениях отличаются от социальных представлений бэби-бумеров и представителей поколения X, подтвердилась. Отличия наблюдаются, прежде всего, на уровне периферии, что свидетельствует о глубинной связи изучаемого феномена с медленно меняющимися ценностями, которые передаются в более или менее неизменном виде в ходе межпоколенной коммуникации.

У миллениалов ярко выражена установка на традиционные гендерные роли и на главенство мужчины в паре, что выражается в более высоком проценте согласия с высказываниями периферии социальных представлений, указанными в таблице под №8, №10, а также утверждением о допустимости главенства женщины в семье.

Как уже упоминалось выше, миллениалы делают акцент на приоритете взаимопомощи и взаимного развития, чаще представителей других поколений выражая согласие с утверждением *«Основная задача партнеров – помогать друг другу развиваться во всех отношениях»*.

Чаще других миллениалы выступают за отсутствие стеснений в сексуальной сфере и наравне с поколением X выражают желание иметь в качестве партнера сексуально привлекательного человека (однако для миллениалов последний пункт является периферическим элементом социальных представлений). Для миллениалов значимой является идея верности: они на 10-13%% чаще представителей других поколений соглашались с утверждением о том, что верность является важным показателем любви (различия значимы на уровне $p < 0,05$).

Между тем, содержание **социальных представлений миллениалов не лишено противоречий**. Одно из них характеризует отношение к конфликтам: представители поколения Y чаще других считают конфликты между партнерами признаком наличия сильных чувств ($p < 0,001$), а также полагают, что серьезные

разногласия возникают из-за невозможности или нежелания проговорить их с партнером ($p < 0,05$)

Второе противоречие кроется в отношении к серийной моногамии. С одной стороны, миллениалы чаще представителей других поколений демонстрируют запрос на поиск единственного партнера на всю жизнь ($p < 0,05$), но при этом они также поддерживают и утверждение *«На разных жизненных этапах допустимо иметь разных спутников жизни»* ($p < 0,1$).

Третье противоречие состоит в отношении к независимости партнеров. С одной стороны, миллениалы чаще представителей других поколений соглашались с мнением о том, что партнер имеет независимые желания и потребности, а также о том, что откровенность в отношениях не должна быть избыточной ($p < 0,05$). С другой стороны, представители поколения Y чаще, чем респонденты других поколений считают, что у партнеров не должно быть друг от друга секретов ($p < 0,001$). Таким образом, декларативный запрос на независимость сочетается со стремлением к единению с партнером.

3.4.2. Социальные представления о брачном партнере и романтических отношениях в репрезентации миллениалов и поколения X

Содержание социальных представлений миллениалов выпукло проявляется в сравнении с другими поколениями, это позволяет высветить уникальные черты, характерные исключительно для миллениалов. Остановимся на сравнении представлений миллениалов и поколения X. Как уже упоминалось выше, помимо четырех элементов ядра, свойственных всем поколениям, общими для поколений X и Y являются ядерные элементы №12 и №25 (см. табл. 4). Таким образом, рассматриваемые поколения сближают идеи верности, ответственности, нацеленности на долгосрочные партнерские отношения.

В сравнении с поколением X отличными для миллениалов являются элементы ядра №14 ($p < 0,001$) и №20 ($p < 0,05$), таким образом, в отличие от поколения X, миллениалы нацелены на конструктивное решение конфликтов, а также на отсутствие ограничений в сексуальной жизни. Специфичным ядерным элементом

социальных представлений поколения X оказалось лишь утверждение №21 *«Хочется жить с сексуально привлекательным человеком»*.

Отечественные исследования показывают, что все меньшее число молодых людей соглашаются жертвовать личными интересами ради брака и семьи, а женщины не только нацелены на эгалитарные отношения, но и играют главенствующую роль в семье. Кроме того, женщины все чаще становятся инициаторами не только начала отношений, но и их разрыва (Соколова, 2010). В проведенном нами исследовании миллениалы реже, чем представители поколения X выражали готовность отказываться от личных интересов в пользу взаимоотношений с партнером ($p < 0,001$).

При этом устойчивой тенденции к главенству женщин в семье не наблюдается. По результатам исследования, не миллениалы, а представители поколения X чаще указывали на ведущую роль женщины в семье ($p < 0,05$). По всей вероятности, неготовность к отказу от традиционного распределения семейных ролей связана с растущим запросом на возвращение «истинных» мужественности и женственности, о котором говорилось в первом разделе данной главы. Таким образом, публикации контента на эту тему в социальных сетях вызваны интересом к ней со стороны целевой аудитории.

Как уже указывалось ранее, в ядро социальных представлений обоих поколений входит идея верности, причем для миллениалов она имеет большее значение. По сравнению с представителями поколения X, миллениалы также больше ориентированы на чувственную сторону отношений. Еще одно отличие миллениалов от поколения X состоит в готовности максимально сузить рамки личного пространства при взаимодействии с партнером, что показано в публикациях по данному этапу исследования (Емельянова, Шмидт, 2019а).

3.4.3. Социальные представления о брачном партнере и романтических отношениях в репрезентации миллениалов и бэби-бумеров

Интересные результаты дает сравнение социальных представлений поколения Y с представлениями их «бабушек и дедушек». По данным Е.Н. Никонова и Е.М. Шамис, миллениалы продолжили и углубили тенденцию

раскрепощения, наметившуюся у бэби-бумеров: представители поколения Y ценят свободу выбора, а также проявляют заботу о своем здоровье и внешности. Женщины-миллениалы открыто говорят не только о желаниях и ожиданиях от отношений, но и о своем главенстве в семье (среди представителей поколения X данная ситуация носила скрытый характер) (цит. по: Васильева, 2009).

В отношении главенства в семье полученные результаты не подтверждают указанную тенденцию. В опросе трех поколений именно бэби-бумеры, а не миллениалы чаще соглашались с утверждениями из периферии социальных представлений обоих поколений:

- *Главой семьи может быть и женщина, все зависит от личностных особенностей пары* (ТСР=62 баллов против 55 у поколения Y, $p<0,01$);
- *Сегодня определяющая роль в семье принадлежит женщинам* (ТСР=47 баллов против 25, $p<0,001$).

Осознание бэби-бумерами ситуации, когда главой семьи становятся женщины, еще не указывает на то, что представители данного поколения одобряют эту тенденцию. Скорее, имеет место более трезвый взгляд на окружающую реальность, который приводит к констатации сложившейся ситуации: *«Первоначальный смысл семьи и брака исчезает, мужчины и женщины перестают выполнять привычные роли»*.

В отличие от миллениалов, которые выступают за возвращение «истинных» мужественности и женственности как самооценности, бэби-бумеры полагают, что традиционное распределение ролей в семье нужно, прежде всего, для продолжения рода, выполнения мужчиной и женщиной отцовской и материнской ролей (*«Семья нужна, прежде всего, для рождения и воспитания детей»*).

Миллениалы, в свою очередь, «истинные» мужественность и женственность воспринимают, скорее, как неотъемлемые составляющие психологического комфорта в семье. Представители поколения Y чаще соглашались с высказыванием *«Рядом с мужчиной женщина должна позволить себе быть слабой»* (ТСР=65 баллов против 53 среди бэби-бумеров, $p<0,05$), у данного поколения этот элемент входит в периферию, близкую к ядру.

В отличие от бэби-бумеров, миллениалы продемонстрировали бóльшую готовность полностью открываться партнеру, о чем свидетельствует низкая степень согласия с утверждением *«Излишняя откровенность с партнером приносит только неприятности»* (ТСР=27 баллов против 63 среди бэби-бумеров, $p<0,001$). Еще одно противоречие в содержании социальных представлений состоит в том, что одновременно миллениалы указали на высокую значимость независимости партнеров, чаще бэби-бумеров соглашаясь с высказыванием *«Партнер – независимый человек со своими потребностями и личным пространством»* (ТСР=80 баллов против 71, $p<0,05$). Также для миллениалов оказалось менее важным наличие общих интересов с партнером: *«Главное в браке – чтобы у мужа и жены было много общих интересов»* (ТСР=75 баллов против 85 среди бэби-бумеров, $p<0,005$).

Бэби-бумеры также, как и миллениалы, отводят чувствам важную роль в жизни (*«Не будьте с кем попало, ждите родную душу»*), при этом они готовы смириться с преходящим характером чувственного опыта – *«Самая большая ценность в жизни – чувства, неважно, сколько они продлятся»*.

3.4.4. Связь содержания социальных представлений миллениалов о брачном партнере и романтических отношениях с социально-демографическими характеристиками

В ядре социальных представлений мужчин и женщин поколения Y не зафиксировано значимых различий, что указывает на то, что ядро СП является конструктом, общим для представителей обоего пола. Социально-демографические различия в содержании социальных представлений зафиксированы на уровне периферии. Например, идея верности более значима для женщин ($p<0,05$) (Емельянова, Шмидт, 2019а).

Миллениалы разного пола неодинаково относятся к таким понятиям как продолжительность отношений в паре, по-разному оценивая их значимость. Женщины больше мужчин нацелены на выстраивание долгосрочных отношений, что выражается в более высокой степени согласия с утверждениями о готовности ждать «родного», «подходящего» человека, а также прикладывать усилия к

сохранению имеющихся взаимоотношений. В противовес женщинам, мужчины из поколения Y чаще выражали нацеленность на серийную моногамию (различия на уровне $p < 0,05$). С утверждениями о необходимости возвращения «истинных» гендерных ролей (например, *«женственность – это капитал женщины в любом возрасте»*) чаще всего соглашались женщины-миллениалы (см. табл. 5).

Таблица 5. Репрезентация миллениалами ролей мужчины и женщины в паре (значение коэффициентов TSP)

	Мужчины	Женщины
Сегодня определяющая роль в семье принадлежит женщинам**	11	28
Многие проблемы современных семей оттого, что женщины утратили истинную женственность, а мужчины – мужественность***	28	64
Настоящая женщина все может сделать сама, но настоящий мужчина никогда этого не допустит***	36	67
Рядом с мужчиной женщина должна позволить себе быть слабой***	39	71
Задача женщины – избавить мужчину от мелких забот, таких как выбор подарков родственникам**	19	37
Женское поведение – результат мужского отношения**	28	51

Примечание. Уровень значимости различий: ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$; оценка по критерию U Манна-Уитни.

3.4.5. Отношение миллениалов к зарегистрированному браку в сравнении с поколением X и бэби-бумерами

Для определения восприятия респондентами разных форм брака был составлен опросник отношения к зарегистрированному браку (набор из четырех утверждений, сопровождаемых инструкцией *«Выберете формулировку, которая в большей степени Вам близка»*). Отношение респондентов вычислялось как частотное распределение выборов, выраженное в процентах (см. табл. 6). Значения, указанные жирным шрифтом, означают, что представители данного поколения выбирали этот ответ чаще, чем в среднем по массиву.

Таблица 6. Отношение к зарегистрированному браку представителей разных поколений, в процентах

Выберите формулировку, которая в большей степени вам близка	Поколение			Всего
	Y	X	бэби-бумеры	
Официально зарегистрированный брак – наиболее правильная форма совместного проживания пары	41,7%	49,4%	49,0%	46,5%
Штамп в паспорте не важен, главное, чтобы партнеры жили вместе или проводили вместе большую часть времени	16,7%	15,3%	21,0%	17,5%
Не важно, сколько времени пара проводит вместе и есть ли штамп в паспорте, главное, что они считают себя семьей	29,2%	26,1%	24,2%	26,7%
Для счастья человеку не обязательно жить / большую часть времени проводить с партнером. Можно прожить гармоничную жизнь в одиночестве	12,5%	9,1%	5,7%	9,3%
Всего	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Примечание. Уровень значимости различий: $p < 0,05$, оценка по критерию Н Краскала-Уоллеса.

Среди миллениалов 29,2% респондентов считают, что ключевым показателем наличия брака (семьи) не является ни наличие штампа в паспорте, ни количество времени, проводимого вместе. У представителей поколения Y больше, чем у других поколений выражена установка на жизнь в одиночестве (12,5%). В целом неоднозначность восприятия респондентами брачного статуса вполне соответствует противоречивым сигналам об одиночестве в социальных сетях.

Отношение к браку значительно различается у **мужчин и женщин** из поколения Y (см. табл. 7). Женщины почти в 10 раз чаще выбирали в качестве предпочтительной формы взаимоотношений с партнером официальный брак, в то время как для мужчин представляют ценность более свободные формы отношений.

Таблица 7. Отношение к зарегистрированному браку миллениалов разного пола, в процентах от респондентов поколения Y

Выберете формулировку, которая в большей степени вам близка	Пол		Всего
	мужской	женский	
Официально зарегистрированный брак – наиболее правильная форма совместного проживания пары	5,6%	50,0%	41,7%
Штамп в паспорте не важен, главное, чтобы партнеры жили вместе или проводили вместе большую часть времени	33,3%	12,8%	16,7%
Не важно, сколько времени пара проводит вместе и есть ли штамп в паспорте, главное, что они считают себя семьей	44,4%	25,6%	29,2%
Для счастья человеку не обязательно жить / большую часть времени проводить с партнером. Можно прожить гармоничную жизнь в одиночестве	16,7%	11,5%	12,5%
Всего	100,0%	100,0%	100,0%

Примечание. Уровень значимости различий: $p < 0,001$, оценка по критерию U Манна-Уитни.

В качестве иллюстрации можно привести распределение ответов на данный вопрос мужчин и женщин из поколения бэби-бумеров: здесь также можно наблюдать, что женские предпочтения склоняются в сторону зарегистрированного брака, однако разница с мужчинами уже не столь значительна (см. табл. 8). Таким образом, данные исследования подтверждают тенденцию отказа представителей более молодых поколений от зарегистрированного брака.

Таблица 8. Отношение к зарегистрированному браку бэби-бумеров разного пола, в процентах от респондентов данного поколения

Выберете формулировку, которая в большей степени вам близка	Пол		Всего
	мужской	женский	
Официально зарегистрированный брак – наиболее правильная форма совместного проживания пары	35,3%	52,8%	49,0%
Штамп в паспорте не важен, главное, чтобы партнеры жили вместе или проводили вместе большую часть времени	35,3%	17,1%	21,0%
Не важно, сколько времени пара проводит вместе и есть ли штамп в паспорте, главное, что они считают себя семьей	20,6%	25,2%	24,2%
Для счастья человеку не обязательно жить / большую часть времени проводить с партнером. Можно прожить гармоничную жизнь в одиночестве	8,8%	4,9%	5,7%
Всего	100,0%	100,0%	100,0%

Примечание. Уровень значимости различий: $p < 0,05$, оценка по критерию U Манна-Уитни.

Методика незаконченных предложений позволяет дополнить интерпретацию полученных данных. Так, **миллениалы**, которые отдают предпочтение зарегистрированной форме брака, а также миллениалы, которые считают, что показателем семьи является не штамп в паспорте, а время, проводимое вместе с партнером, при продолжении фразы **«Семья даёт возможность...»**, часто акцентируют внимание на том, что брак и семья – условие полноценной жизни и ресурс для движения вперед и личностного роста:

«... быть полноценно счастливым человеком»;

«... почувствовать себя нужным, быть полноценным человеком»;

«... положиться на кого-то, пока ты двигаешься вперед».

Для этой подгруппы поколения Y семья – это также место, где можно расслабиться и почувствовать себя в безопасности:

«... иметь место, где ты в безопасности, можешь отдохнуть»;

«... забыть о рутине и погрузиться в мир ласок и страсти».

Кроме того, для миллениалов, поддерживающих официальный или консенсуальный брак, важно чувствовать себя нужными, желанными, любимыми, что респонденты считают ключевым условием удовлетворения от жизни:

«... быть кому-то нужным»;

«... быть счастливой, любимой, делать что-то для своей семьи»;

«... найти полное удовлетворение от жизни».

Изредка в ответах миллениалов встречается упоминание и о важности семьи для воспитания детей:

«... жить вместе, любить и воспитывать детей»;

«... родить ребёнка официально»;

«... вырасти самому как личности и вырастить нового человека».

Те миллениалы, которые считают, что брачные партнеры не обязательно должны много времени проводить вместе, а также те, кто поддерживают идею гармоничной жизни в одиночестве, при продолжении фразы «Семья даёт возможность...» акцентируют внимание на ресурсе психологической поддержки, по мнению респондентов, семья позволяет человеку развить свои лучшие духовные качества:

«... жить не только ради себя, тем самым позволяет человеку проявлять высшие чувства и эволюционировать правильней»;

«... найти себя в этом мире»;

«... быть более уверенной в себе»;

«... вырасти над собой, проработать все внутренние вопросы, не выходя из дома»;

«... иметь поддержку и мотивацию к дальнейшему развитию в любой области».

Также представители поколения Y, толерантно относящиеся к жизни в одиночестве, характеризуют семью как источник радости и комфорта, реже – как защиту от одиночества:

«... поддержки в трудные времена, и возможностью делится радостью»;

«... быть как в детстве только взрослым»;

«... весело путешествовать и уверенно действовать по жизни»;

«... не быть одиноким».

В подгруппе миллениалов, поддерживающих жизнь в одиночестве, встречалось и негативное восприятие семьи как траты времени и сил, но подобные ответы составляют меньшинство:

«... ничего не дает»;

«... прожить жизнь в стагнации»;

«... потерять лучшие годы жизни».

Представители поколения X, поддерживающие официальный или консенсуальный брак, при продолжении фразы *«Семья даёт возможность...»*, в отличие от миллениалов, чаще демонстрируют рациональный уровень восприятия и дают более детализированные ответы, например, о желании прожить дольше или о тех психологических качествах, которые развиваются при проживании в семье:

«... быть уверенным в семье и прожить дольше»;

«... иметь родственную душу рядом. Не выходя из дома, найти человека, с которым ты можешь пойти в театр, в лес, и поговорить»;

«... учиться жить в коллективе, быть терпимым к инакости другого, проявлять интерес к потребностям другого, учить тому, что никто не идеален, "дедушка не слушает рэп, но я его люблю", избавляет от высокомерия»;

«... многое понять, научиться прощать и любить»;

«... реализовать себя в качестве любящей женщины, и чувство защищенности».

Хотя ответы о чувствах и эмоциях, а также общие фразы о самореализации у представителей поколения X тоже встречаются довольно часто:

«... быть счастливым и дарить счастье»;

«... реализовать себя во всех сферах жизни»;

«... осмысленно жить дальше».

Представители поколения X делают акцент и на важности семьи для продолжения рода:

«... реализовать самому, вырастить детей, дать будущее им и своему роду».

В ответах представителей поколения X, которые считают, что партнеры не обязательно должны проводить время вместе или же поддерживают идею счастья в одиночестве, появляются сомнения в целесообразности семейной жизни:

«... как ни странно - семья отбирает возможности, хотя кому как...:»;

«не чувствовать себя одиноким или наоборот чувствовать глубоко одиноким в семье))»;

«... а бывает и не даёт...»;

«... ощутить крепкий тыл, если он, конечно, есть».

Хотя значительная часть ответов данной подгруппы все же описывает эмоциональные или рациональные преимущества семейной жизни:

«... сэкономить деньги на еде, жилье, путешествиях»;

«... заниматься тем, что ты любишь в спокойной и комфортной обстановке, делиться с другим, вместе идти по жизни»;

«... получать удовольствие от каждого дня»;

«... быть собой и получать поддержку, энергию»;

«... быть уверенным в завтрашнем дне»;

«... через союз с другим человеком сделать жизнь более осмысленной и счастливой»;

«... чувствовать тыл, защищённость».

Ответы **бэби-бумеров** в целом похожи на ответы младших поколений, однако у респондентов данного поколения, поддерживающих брак, акцент смещается на желание избежать одиночества. **«Семья даёт возможность...»:**

«... быть! И не остаться ОДИНОКИМ!»;

«... реализовать себя в жизни, быть понятным и не чувствовать себя одиноким»;

«... создавать свой новый мир, быть уверенным в себе и защищенным»;

«... ощутить сильную поддержку в трудную минуту»;

«... реализовать, надеяться на поддержку в сложной жизненной ситуации и быть кому-то нужным».

Бэби-бумеры также, как и предыдущие поколения, упоминают про важность реализации гендерных ролей, в частности, деторождения:

«... научиться вмещать другую "цивилизацию" – мужскую»;

«... иметь рядом любимых, родных людей. Не быть одиноким, продолжить свой род».

Между тем, в ответах бэби-бумеров также иногда встречаются сомнения в целесообразности семейной жизни, чаще всего в той немногочисленной подгруппе, которая поддерживает идею о возможности гармоничной жизни в одиночестве:

«... время от времени добиваться тактических успехов»;

«... экономической жизни»;

«... пережить трудные времена»;

«... как говорила Фаина Раневская: “Семья заменяет ВСЕ. Поэтому, прежде, чем ее завести, стоит подумать, что тебе важнее: Все или семья”)))».

Опыт родительской семьи связан с отношением к зарегистрированному браку: представители поколения Y, которые хотя бы часть детства воспитывались двумя родителями, в большей степени склоняются к зарегистрированному браку как нормальной форме взаимоотношений мужчин и женщин.

А. Балби приводит объяснение влияния опыта родительской семьи на добрачное поведение миллениалов: многие представители поколения Y откладывают вступление в брак, чтобы избежать развода, так как часто становились свидетелями разводов своих родителей, причем, мальчики чаще страдают от последствий развода родителей, чем девочки (Balbi, 2016).

По данным аналитиков Pew Research Center, опыт родительской семьи в большей степени оказывает влияние на установки представителей поколения X, нежели миллениалов (Taylor et al., 2011). При изучении значимости различных ценностей П. Тейлор и соавторы показали, что ценности успешного брака и родительства имеют наибольшие значения у тех представителей поколения X, чьи родители состояли в браке (см. табл. 9).

Таблица 9. Отношение к отдельным высказываниям, в процентах от респондентов, данные Pew Research Center¹¹

Выберите понятия, которые Вы можете назвать одними из самых важных в жизни	Поколение Y, родители в браке		Поколение X, родители в браке	
	состояли	не состояли	состояли	не состояли
Иметь успешный брак	32%	27%	42%	23%
Быть хорошим родителем	51%	52%	54%	42%

Данная разница, возможно, связана с тем, что среди миллениалов доля тех, чьи родители состояли в браке во время взросления ребенка, оказалась меньше, чем у предыдущих поколений (63% против 76% у поколения X и 83% у бэби-бумеров).

Наличие братьев и сестер также связано с отношением респондентов к зарегистрированному браку: те, кто воспитывался с двумя братьями или сестрами, чаще склонялись к зарегистрированной форме брака, а те, кто воспитывался с одним братом / сестрой – к свободной форме отношений.

Неоднозначные данные получены о связи отношения к браку со статусом и материальным положением респондентов. С одной стороны, к официальной регистрации брака больше склоняются домохозяйки, безработные, а также работающие менее 20 часов в неделю. По всей видимости, для данных людей официальный брак выступает гарантией жизненной стабильности.

С другой стороны, можно отметить позицию тех, кто, по всей видимости, воспринимает себя как источник дохода в семье: официальную регистрацию брака в качестве желаемой формы взаимодействия пары чаще выбирали те представители поколения Y, которые имеют жилье или планируют в ближайшие 5 лет приобрести его. Эти данные указывают на то, что наличие материальной базы является для миллениалов важным условием для заключения брака и создания семьи (см. табл. Д9-Д11 Приложений).

¹¹ Для миллениалов (18-29 года на момент опроса) n=536, для поколения X (30-45 лет) n=729, для бэби-бумеров (46-64 лет) n=1 146.

Личный опыт семейной жизни также связан с текущими предпочтениями респондентов (см. табл. 10).

Таблица 10. Отношение к зарегистрированному браку миллениалов разного семейного статуса, в процентах от респондентов поколения Y

Выберете формулировку, которая в большей степени вам близка	Семейное положение					Всего
	Официально женат / замужем	В гражданском браке / живем вместе	Встречаюсь	Холост / не замужем / не имею постоянного партнера	Разведен / разведена	
Официально зарегистрированный брак – наиболее правильная форма совместного проживания пары	55,3%	28,6%	31,4%	34,1%	16,7%	41,7%
Штамп в паспорте не важен, главное, чтобы партнеры жили вместе или проводили вместе большую часть времени	11,8%	32,1%	25,7%	14,6%	8,3%	16,7%
Не важно, сколько времени пара проводит вместе и есть ли штамп в паспорте, главное, что они считают себя семьей	23,5%	39,3%	34,3%	24,4%	50,0%	29,2%
Для счастья человеку не обязательно жить / большую часть времени проводить с партнером. Можно прожить гармоничную жизнь в одиночестве	9,4%	0,0%	8,6%	26,8%	25,0%	12,5%
Всего	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Примечание. Уровень значимости различий: $p < 0,05$, оценка по критерию Н Краскала-Уоллеса.

Те, кто уже состоит в официальном браке, чаще выбирают данную форму жизни пары в качестве оптимальной (55,3%), те же, кто состоит в незарегистрированном браке, останавливают выбор на более свободных формах семьи.

Мнение тех, кто в настоящее время не проживает со своим романтическим партнером, разделились между официальным браком и свободными отношениями. Миллениалы, не имеющие постоянного романтического партнера, в 34,1% случаев поддерживают зарегистрированный брак, при этом 26,8% респондентов поколения Y допускают возможность жизни в одиночестве.

3.4.6. Анализ ролевых ожиданий и притязаний в браке

Анализ ответов на опросник ролевых ожиданий и притязаний в браке А.Н. Волковой позволил выявить ролевые ожидания и притязания представителей поколений Y в сравнении с представителями поколения X и бэби-бумерами. Под ролевыми ожиданиями подразумевается запрос на выполнение партнером какой-либо семейной функции, а под ролевыми притязаниями – личная готовность выполнять данную функцию (Волкова, 2007).

Как видно из таблицы 11, значимость практически всех шкал семейных ценностей наиболее высока для бэби-бумеров.

Таблица 11. Интегральные оценки по опроснику А.Н. Волковой (в баллах)

		Шкалы семейных ценностей						
		Интимно-сексуальная	Личностная идентификация с супругом/ой	Хозяйственно-бытовая	Родительско-воспитательная	Социальная активность	Эмоционально-психотерапевтическая	Внешняя привлекательность
Поколение Y	мужчины	4,22	5,81	5,09	4,92	5,99	6,22	5,46
	женщины	4,38	6,38	6,01	5,98	6,99	6,94	6,35
	среднее	4,30	6,10	5,55	5,45	6,49	6,58	5,91
Поколение X	мужчины	4,74	6,48	5,77	6,64	6,39	6,38	5,69
	женщины	4,00	6,52	5,85	6,05	6,63	6,85	6,11
	среднее	4,37	6,50	5,81	6,35	6,51	6,62	5,90
Бэби-бумеры	мужчины	5,09	6,88	5,96	6,21	6,99	6,31	5,86
	женщины	4,15	6,59	6,18	6,99	6,59	6,79	6,01
	среднее	4,62	6,74	6,07	6,6	6,79	6,55	5,93

Примечания. Низкие оценки по шкалам – 0-3 балла; средние – 4-6 балла; высокие – 7-9 баллов.

Исключение составляет «эмоционально-психотерапевтическая шкала» (ее значимость выше для представителей поколения X), а также шкала «внешняя привлекательность» – ее значимость для представителей разных поколений

практически идентична. Все оценки находятся в среднем диапазоне, что позволяет сделать вывод об умеренной степени важности данных сфер для участников исследования.

Обращают на себя внимание различия в восприятии разных семейных сфер мужчинами и женщинами разных поколений. Так, значимость *«Интимно-сексуальной»* сферы выше среди женщин-миллениалов и мужчин более старших поколений. Шкала *«Личностная идентификация с супругом»* указывает на важность совместного времяпрепровождения с супругом, а также на наличие запроса на общность потребностей и ценностных ориентаций. Более значимой данная сфера является для женщин-миллениалов. В целом в группе миллениалов женщины придают большее значение всем выделенным шкалам, чего не наблюдается у респондентов других поколений, как показано в публикациях по данному этапу исследования (Емельянова, Шмидт, 2019b).

По *«Хозяйственно-бытовой»* шкале рассогласованности семейных ценностей между мужчинами и женщинами не наблюдается, напротив, анализ выявил взаимодополняющие установки представителей разных полов: у мужчин более очевидно выражен запрос на выполнении супругами различных домашних обязанностей, что соотносится с готовностью женщин брать на себя эти обязанности. Женщины же, в свою очередь, менее требовательны к мужчинам по части бытовых задач.

По шкале *«Родительско-воспитательная»* разность средних оценок значимости между миллениалами и бэби-бумерами оказалась существенной (1,15 балла, см. табл. 12).

Таблица 12. Готовность разных поколений к выполнению родительских функций (средние оценки по 3-балльной шкале)

Утверждения опросника РОП	В целом		Y		X		бэби-бумеры	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
Для меня главное в супруге, чтобы он(а) был(а) хорошим отцом / хорошей матерью моим детям.	1,83	0,95	1,69	0,97	1,80	0,93	2,04	0,92
Я люблю детей и с удовольствием занимаюсь с ними.	2,02	0,90	1,90	0,95	1,97	0,81	2,24	0,91
Мужчина / женщина, который(ая) тяготится отцовством / материнством, неполноценный(ая) мужчина / женщина.	1,79	1,06	1,48	1,09	1,82	1,00	2,15	0,97
Я не боюсь трудностей, связанных с рождением и воспитанием ребенка.	1,91	1,01	1,66	1,10	1,94	0,94	2,19	0,91

Примечание. Уровень значимости различий: $p < 0,001$; оценка по критерию Н Краскала-Уоллеса.

В отношении последних двух утверждений зафиксированы значимые различия и между поколениями Y и X. В данном исследовании больший интерес к сфере воспитания детей демонстрируют женщины всех поколений, которые готовы выполнять родительские функции и ожидают от своих партнеров проявления родительских качеств.

Шкала «Социальная активность» характеризует значимость профессиональной деятельности и в целом общественной жизни в брачно-семейных отношениях. Интерес к данной сфере с возрастом увеличивается. Межпоколенческие различия в оценках данной шкалы проявляются в отношении готовности становиться профессионалом, искать свое место в жизни и добиваться успеха, а также в важности оценки профессиональных достижений супруга обществом. Среди миллениалов и представителей поколения X интерес к шкале «Социальная активность» в большей степени проявляют женщины, а среди бэби-бумеров – мужчины. Женщины из поколения Y демонстрируют большую готовность к профессиональной реализации, при этом от своих партнеров они не ожидают высокой социальной активности.

«Эмоционально-психотерапевтическая» шкала показывает восприятие брака и семьи как комфортной среды, способствующей эмоциональной разрядке, а

также значимость моральной поддержки партнерами друг друга. По данной шкале респонденты всех поколений продемонстрировали высокие ожидания в отношении партнеров, в то время как личная готовность оказывать эмоциональную поддержку оказалась ниже. Миллениалы чаще демонстрировали готовность оказывать поддержку партнеру, нежели представители поколения X ($p < 0,05$).

Шкала «*Внешняя привлекательность*» отражает установку на значимость внешнего облика партнера, его соответствие современным стандартам красоты и моды. Значимые различия между поколениями на уровне $p < 0,05$ зафиксированы отношении готовности одеваться в соответствии с собственными вкусами и потребностями, а также в утверждении, что внешний вид оказывает влияние на настроение и самочувствие. Интересно, что практически у всех подгрупп респондентов (за исключением женщин-миллениалов) готовность следить за своим внешним видом оказалась ниже запроса на этот параметр со стороны противоположного пола, в большей степени такая рассогласованность наблюдается у мужчин.

Е.Н. Никонов и Е.М. Шамис указывают на то, что значительное влияние на формирование романтических отношений бэби-бумеров оказало появление контрацептивов, которые сделали женщин более независимыми. Они стали более придирчиво выбирать себе партнеров, сами планировать создание семьи, что усилило влияние женщин в семейных вопросах. Семья для бэби-бумеров воспринималась как возможность для развития, достижения поставленных целей, а муж и жена должны были вызывать гордость одновременным умением зарабатывать, добиваться признания коллег, хорошо выглядеть, иметь хобби, и т.д. (цит. по: Васильева, 2009).

Данные количественного исследования частично подтверждают этот тезис. Так, например, бэби-бумеры чаще миллениалов выражали согласие с высказываниями «*Для меня очень важно, как оценивают на работе деловые и профессиональные качества моего(ей) супруга(и)*» (82,2% против 71,4%, различия значимы на уровне $p < 0,05$) и «*Я очень ценю представителей противоположного пола, умеющих красиво одеваться*» (73,2% против 69,8%, $p < 0,05$).

Методика А.Н. Волковой позволяет оценить ролевую адекватность партнеров¹². В поколении Y обращает на себя внимание недостаток ролевой адекватности мужчин: их готовность выполнять семейные функции во всех сферах оказывается ниже ожиданий женщин (-7,54 балла). В первую очередь, такое рассогласование наблюдается по шкалам «Эмоционально-психотерапевтическая» (-2,03 балла), «Внешняя привлекательность» (-1,91 балла) и «Социальная активность» (-1,55 балла). Женщины из поколения Y, наоборот, превосходят ожидания своих партнеров, в том числе по шкалам: «Родительско-воспитательная» (1,14 балла) и «Социальная активность» (1,40 балла). В поколениях X и бэби-бумеров как мужчины, так и женщины не в полной мере удовлетворяют ожиданиям друг друга.

3.4.7. Роль социальных сетей в выстраивании миллениалами романтических отношений

На период становления поколения Y приходится ускоренная информатизация общества, в силу этого, по мнению некоторых авторов, миллениалы крайне зависимы от технологий (Howe, Strauss, 2002) и социальных сетей (Хан, 2023). Исследование подтверждает высокую значимость для миллениалов сети интернет в целом и социальных сетей в частности: представители поколения Y общаются с партнером/потенциальным партнером с помощью электронной переписки так же часто, как, например, с помощью голосовых звонков (65,5% опрошенных миллениалов общаются с партнером по переписке «всегда» или «часто», по сравнению с 42,0% у поколения X и 22,0% у бэби-бумеров, значимые различия на уровне $p < 0,001$, см. табл. Д4 Приложений). Для представителей более старших поколений переписка уже не является предпочтительным форматом коммуникации.

Кроме текстовых сообщений представителям поколения Y привычно передавать информацию в виде графики, аудио и видео, что обуславливает интерес данного поколения к социальной сети «ВКонтакте». Проведенное исследование

¹² Например, ролевая адекватность жены будет равняться разности оценок ролевых притязаний жены и ролевых ожиданий мужа, и наоборот.

доказало высокую значимость социальных сетей для миллениалов: доля тех, кто не пользуется соцсетями, крайне незначительна, всего 1,0%; для сравнения среди бэби-бумеров доля таковых составила 30,6% (см. табл. Д5 Приложений). Можно предположить, что, если бы сбор данных производился по репрезентативной выборке, а не методом «снежного кома», доля бэби-бумеров, не пользующихся социальными сетями, была бы выше.

Каждый второй представитель поколения Y (49,7%) проводит в социальных сетях более двух часов в день, для сравнения среди бэби-бумеров, принявших участие в исследовании, доля часто пользующихся социальными сетями составляет 35,8% (значимые различия на уровне $p < 0,001$, см. табл. Д6 Приложений). Доля тех, кто заходит в социальные сети не каждый день, среди миллениалов составила 9,4%.

Также представители поколения Y чаще других используют соцсети в качестве мессенджеров. Около половины миллениалов (48,2%) встречают в социальных сетях публикации по вопросам взаимоотношений мужчин и женщин, среди других поколений доля таких людей гораздо меньше (см. табл. 13). Пандемия Covid-19 привела к возрастанию роли виртуальных форматов взаимодействия, в том числе с романтическим партнером (Тихомирова, Шибакова, 2022; Бородина, Тихонова, 2022), что имело ряд серьезных последствий, однако рассмотрение влияние пандемии на информационное поведение выходит за рамки темы исследования.

Таблица 13. Степень знакомства представителей разных поколений с публикациями на тему романтических отношений, в процентах от тех, кто пользуется социальными сетями (ответы на вопрос «Встречаете ли вы в социальных сетях публикации по вопросам взаимоотношений мужчин и женщин?» средние оценки по 3-балльной шкале)

В целом		Y		X		бэби-бумеры	
M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
2,23	0,68	2,37	0,68	2,20	0,69	2,02	0,63

Примечание. Уровень значимости различий: $p < 0,005$, оценка по критерию Н Краскала-Уоллеса.

В ходе анализа обнаружилась связь между содержанием социальных представлений миллениалов о взаимоотношениях между мужчинами и женщинами с одной стороны и их привычками в отношении социальных сетей, с другой. Так, миллениалы, которые предпочитают общаться с романтическим и брачным партнером с помощью переписки, в большей степени ориентированы на поиск сексуально привлекательного партнера и свободу самовыражения в интимной жизни (*«Хочется жить с сексуально привлекательным человеком»* и *«У партнеров в сексе не должно быть никаких ограничений, никакого стеснения»*, значимые различия на уровне $p < 0,05$).

Те же представители поколения Y, которые предпочитают личное общение с партнером, в большей степени склоняются к традиционному распределению ролей в паре (*«Энергия в семье должна распределяться правильно. Мужская энергия должна быть направлена на достижения, созидания, женская – на заботу, создание комфортной атмосферы»*, $p < 0,05$) (Шмидт, 2020).

Те миллениалы, кто посвящают соцсетям более двух часов в день, чаще чем другие представители поколения Y:

- а) демонстрируют ориентацию на чувства и эмоции без привязки к их продолжительности, готовы к серийной моногамии;
- б) ожидают, что партнер сможет находить выход из сложных ситуаций;
- в) не соглашались с утверждением, что основная функция семьи состоит в рождении и воспитании детей;
- г) не соглашались с утверждениями о главенствующей роли мужчин в вопросе материального обеспечения семьи, признают, что главой семьи может быть и женщина;
- д) в совместной жизни демонстрируют неготовность отказываться от части своих интересов.

Таким образом, частная гипотеза о том, что в содержании социальных представлений миллениалов о брачном партнере и романтических отношениях представлены элементы, широко транслируемые популярными сообществами в социальных сетях, подтвердилась. Перечисленные выше пункты дают основание

предполагать наличие связи между временем, которое миллениалы проводят в соцсетях и их установками на индивидуалистические ценности и эгалитарные отношения в паре. Также респонденты, проводящие в соцсетях больше двух часов в день, чаще поддерживают идею о том, что женщина должна быть слабой рядом с мужчиной, что, возможно, является следствием усвоения дискурса об истинной мужественности и истинной женственности: те миллениалы, которые часто встречают публикации на тему романтических взаимоотношений в соцсетях, чаще других соглашались с цитатами из групп «ВКонтакте», которые изучались на предыдущих этапах исследования:

- *«Женское поведение – результат мужского отношения»;*
- *«Настоящая женщина все может сделать сама, но настоящий мужчина никогда этого не допустит»;*
- *«Многие проблемы современных семей оттого, что женщины утратили истинную женственность, а мужчины – мужественность»;*
- *«Почти каждая женщина хотела бы хранить верность. Трудность лишь в том, чтобы найти такого мужчину, для которого можно было бы хранить верность».*

Таким образом, можно предполагать, что миллениалы, проводящие значительное время в соцсетях, воспринимают контент на тему романтических взаимоотношений, однако далеко не все утверждения становятся интегральной частью социальных представлений о партнере и браке. Большинство из изучаемых утверждений вошли не в ядро, а в периферию социальных представлений миллениалов, проводящих в соцсетях более двух часов в день. Ядро социальных представлений данной подгруппы оказалось идентичным ядру социальных представлений миллениалов в целом, что свидетельствует об устойчивом характере данного конструкта.

3.5. Обсуждение результатов эмпирического исследования

Результаты опроса трех поколений частично подтверждают гипотезу о том, что ядро социальных представлений миллениалов о брачном партнере и романтических отношениях отличается от ядра социальных представлений бэби-бумеров и представителей поколения X. Изучаемый феномен оказался более устойчивым, нежели ожидалось, что подтверждается данными отечественных исследователей: несмотря на активную информатизацию общества, представители разных поколений указывают среди главных мужских жизненных задач профессиональный рост, а среди женских – создание семьи и деторождение (Солдатова, 2017). Кросскультурное исследование на выборке в более чем 12 тыс. человек в 49 странах также показывает, что в 98% стран семейное счастье имеет для респондентов более высокую ценность, нежели личное (Krys et al., 2023).

Проведенное исследование доказало высокую **значимость социальных сетей для миллениалов**, что вписывается в глобальную тенденцию интернетизации, формирования специфических норм виртуального поведения и ценностей виртуальной культуры (Микляева и др., 2022). По данным американского исследовательского центра Pew Research Center, к 2013 году уже 10% американцев успели воспользоваться приложениями для знакомств, из них около четверти вступили в брак или долгосрочные отношения благодаря подобным сервисам (Vogels, 2020).

А. Балби, в работе, посвященной моделям знакомств миллениалов США, отмечает, что те, кто пользуются онлайн-сервисами для знакомств, гораздо чаще переписываются с партнером с помощью текстовых сообщений, нежели используют голосовые звонки. Автор объясняет это общей тенденцией формирования новых норм вежливости, звонок может побеспокоить собеседника, в то время как ответ в мессенджере обычно производится в удобное для собеседника время (Balbi, 2016).

Отечественные исследователи, работающие в рамках теории поколений, отмечают, что из-за отсутствия необходимости запоминать большие объемы информации миллениалы в целом утрачивают к ним интерес и предпочтительными

форматами коммуникации становятся короткие текстовые сообщения, передаваемые через интернет или sms. В силу этого представители поколения Y не развивают способности к пространному выражения мыслей и могут испытывать сложности при взаимодействии с людьми за пределами виртуального пространства. При этом коммуникация как таковая для представителей поколения Y представляет огромную важность, так как они нуждаются в постоянной социальной поддержке со стороны референтных групп (Ожиганова, 2015).

Таким образом, наблюдается парадоксальная ситуация: с одной стороны, интернет предоставляет миллениалам практически неограниченные возможности для коммуникации, к которой они стремятся, а с другой стороны, приводит к утрате навыков общения, и потребности в социальной поддержке остаются неудовлетворенными. Данные тенденции обуславливают рост интереса к сайтам и приложениям для знакомства (Sumter et al., 2016), особенно среди индивидов, чувствительных к отказу (Hance et al., 2018).

Отечественные исследования также показывают, что излишняя ориентация на виртуальное общение, в частности с помощью сервисов для знакомств, усиливает разобщенность, что является следствием иллюзии легкости процесса общения. Возможность построения серьезных отношений при этом сохраняется, только если пользователи в состоянии преодолеть сложности, возникающие при переходе от нестабильной виртуальной привязанности к отношениям в материальном мире (Ачина и др., 2020).

Есть данные, что молодые люди воспринимают онлайн-отношения как «удобный» и «безопасный» формат, который позволяет одновременно и ощущать принадлежность к значимому другому, и сохранять личную автономию. При этом женщины, состоящие в онлайн-отношениях, демонстрируют более высокий уровень тревоги и избегания близости (Тихомирова, Шибакова, 2022). Основным условием формирования долгосрочных романтических отношений и брака является готовность уменьшать естественное состояние тревоги, возникающее на начальном этапе отношений, работой по сближению с партнером, а не поиском нового партнера на сайте знакомств (Shorey, 2019).

Указанные негативные эффекты виртуальных знакомств могут приводить к отказу от возможностей, предоставляемых социальными сетями и специализированными сервисами для знакомства, и к переориентации на поиск партнера внутри групп принадлежности, что зафиксировано у представительниц поколения Z (Мельникова, Тычинина, 2022).

В содержании социальных представлений миллениалов о брачном партнере и романтических отношениях **присутствуют элементы, широко транслируемые популярными сообществами в социальных сетях**, по-видимому, в этом проявляется адаптивная функция социальных представлений, о которой говорил М. Сартави (Sartawi, 2015). В частности, опрос показывает выраженную установку миллениалов на традиционные гендерные роли и на главенство мужчины в паре, что подтверждается и данными некоторых отечественных исследований: в брачном партнере девушек привлекает мускулиность, сильная личность и привлекательность, а юношей – феминность и зависимость (Каргина и др., 2021).

Т.А. Гурко также обнаруживает гендерные различия в поддержке идеи о главенстве мужчины в семье: «Примерно в два раза больше мужей, нежели жен, придерживались патриархатной нормы о главенстве мужа в семье: «Муж должен нести ответственность за семью, быть ее главой, а жена – быть покорной мужу». Такое расхождение ролевых ожиданий провоцирует потенциальный базовый конфликт» (Гурко, 2021, с. 60).

Анализ визуального контента социальных сетей, посвященного романтическим отношениям и браку, выявляет **противоречия в представлении романтических отношений и брака**. В данном случае речь идет не о привычном для пользователей противоречии между текстом и изображением как части жанра так называемых «демотиваторов» и «аткрыток» (Конева, Процевская, 2020). Обнаружены тенденции к репрезентации романтики и положительно окрашенных переживаний, при этом романтические отношения совершенно не презентуются как шаг к созданию семьи. Можно предположить, что неподготовленность к ответственным отношениям может впоследствии привести к проблемам в семейной жизни, и в свете этого культивирование в социальных сетях

гедонистических и, возможно, эгоцентрических установок не способствует развитию психологической зрелости молодых людей. В.В. Радаев пишет о том, что позднее вступление миллениалов в брак является частью более общей тенденции откладывания взросления, например, миллениалы не торопятся выходить на рынок труда (Радаев, 2018).

Результаты анализа эссе респондентов показывают, что в содержании социальных представлений о брачном или романтическом партнере преобладают элементы из группы «действия», а не «характеристики». Данный подход, с одной стороны, расширяет круг потенциальных партнеров из-за отсутствия жестких требований к их характеристикам, а с другой стороны, усложняет процесс взаимодействия, так как на практике люди не всегда готовы на протяжении долгого времени корректировать свое поведение в соответствии с ожиданиями партнера.

Доминирование элементов из группы «действие» также может быть связано с жизненным этапом большинства участников исследования – началом совместного проживания. Именно на данном этапе требуется выработка моделей поведения партнеров, удовлетворяющих обе стороны, взаимное приспособление друг к другу, согласование систем ценностей (Крюкова и др., 2005). Результаты сравнительного исследования представителей поколений X, Y и Z показывают, что в нарративе миллениалов о романтических отношениях «присутствуют идеи борьбы, работы, усилий и достижений в отношениях, иллюстрируемые сюжетами «Тернии» у девушек (изображение – дорога в лесу) и «Восхождение» у мужчин (изображение – дорога в горах)» (Тычинина, Мельникова, 2022).

Акцент на действиях, а не характеристиках может быть связан с социальными трансформациями в российском обществе. По мере роста социальной мобильности, расширения возможностей для перемещения между стратами общества снижается значимость исходных физиологических и социально-экономических параметров человека. С появлением широкого спектра возможностей для самореализации такие характеристики как пол, внешность, уровень образования, статус и материальное положение родительской семьи отходят на второй план, уступая место коммуникативным навыкам, а также

способности к самопрезентации и поиску социально-экономической ниши. Другими словами, если в традиционном обществе, заключая брак, человек одновременно приобретал статус и материальное положение, позволяющие ему занять строго установленное место в социуме, то сейчас в лице партнера он получает, скорее, *«инструмент»* для достижения целей. Можно предположить, что такой инструментальный подход несет в себе угрозу увеличения числа внутрисемейных конфликтов как результата завышенных требований к брачному или романтическому партнеру.

В отечественных исследованиях выделяются и другие противоречия в восприятии романтических отношений и брачного партнера: изучение нарратива романтических отношений у игроков текстовых ролевых игр показывает, что любовные переживания связываются с такими негативными проявлениями как боль, смерть, зависимость. Кроме того, выявляется тенденция к смешению качеств мужских и женских персонажей (Девочко, 2021). Сравнительные образы будущей семьи у русских и осетинских юношей и девушек выявляют различия в оценках образов родительской и будущей супружеской семьи: второй представляется значимо более позитивным (Алмазова и др., 2015).

С.А. Юнель, И.Б.Балюкова и А.С. Сушко показывают, что «представления современных студентов о будущем партнере по браку противоречивы и неоднородны, и именно индивидуально-личностные особенности студентов определяют выбор брачного партнера, определяя качество взаимопонимания и оценку степени удовлетворенности браком» (Юнель и др., 2020, с. 69).

Результаты анализа публикаций в социальных сетях, посвященных романтическим отношениям и браку, позволяют говорить об **ориентации контента на индивидуалистические ценности**, что подтверждается выводами отечественных исследований: для респондентов 1984-2003 годов рождения на первое место выходят материальные ценности, а также ценности «удовольствия, уверенности в себе, достижения, любви, социального положения и самодетерминации, поиска себя» (Рикель, Доренская 2017, с. 217). Для молодежи (в сравнении с подростками и пенсионерами) в большей степени важны ценности

гедонизма и самореализации (Пищик, Сиврикова, 2014), и в целом ценность гедонизма с 2009 по 2018 гг. для всех поколений возросла (Postnikova et al., 2021).

Ю.В. Дубовских и В.А. Чикер, изучая представителей поколений Y, X и бэби-бумеров, приходят к выводу о трансформации семейных ценностей от коллективистских к индивидуалистическим (Дубовских, Чикер, 2022). Получены данные, что «в сфере обмена нематериальными ресурсами (психологическими отношениями) партнеры предпочитают роль «потребителя», т.е. намерены получать больше, чем отдавать» (Поддубный, Позняков, 2022, с. 280). Т.П. Емельянова также указывает на нарастающее стремление молодых людей к индивидуализму и одиночеству, наблюдаемое наряду с развитием эгалитарных отношений в семье (Емельянова, 2014).

Результаты анализа эссе миллениалов о брачном партнере и романтических отношениях показывают, что респонденты без постоянного партнера чаще концентрировались на свободе и личном пространстве, зрелости и независимости партнеров, а также чаще демонстрировали потребность в «менеджменте отношений». Данный результат ставит вопрос о возможном наличии связи между брачными установками и брачно-романтическим статусом индивидов. С одной стороны, можно предположить, что установка на сохранение личной свободы препятствует выстраиванию взаимоотношений с противоположным полом. С другой стороны, существует вероятность, что демонстрация приоритета личной свободы является своего рода защитной реакцией, за которой одинокие люди прячут свою неспособность обзавестись постоянным партнером.

Проведенное исследование показало, что около трети миллениалов считают, что время, проводимое парой вместе, не должно являться ключевым показателем наличия брака или семьи, также представители поколения Y чаще демонстрируют установку на жизнь в одиночестве. Полученные данные вполне соотносятся с результатами отечественных и зарубежных авторов. По данным исследования стратегий брачного поведения трех поколений горожан в г. Перми, для респондентов 18-24 лет официальный брак не является единственной формой отношений мужчин и женщин (Гордеева, Зырянова, 2017). По данным ВЦИОМ, в

2021 г. для 11% респондентов было предпочтительнее жить одному, не вступая в брак (в 2017 г. данный показатель составлял 5%)¹³.

По данным П. Тейлора и соавторов с утверждением *«Брак устаревает»* согласны 44% миллениалов и 43% представителей поколения X (против 35% бэби-бумеров). С утверждением *«Растущее разнообразие в семейных отношениях – это хорошо»* согласны 46% миллениалов (против 37% представителей поколения X и 28% бэби-бумеров). Миллениалы демонстрируют убеждение, что для достижения ряда жизненных целей брачный статус не имеет значения: от 51% до 67% респондентов из данного поколения считают, что и одинокий человек, и состоящий в браке в равной степени могут добиться успехов в карьере, обеспечить себе финансовую безопасность, получить желаемый социальный статус, иметь полноценную сексуальную жизнь и обрести счастье (Taylor et al., 2011, p. 3).

Результаты анализа ролевых ожиданий и притязаний в семье отчасти пересекаются с результатами отечественных и зарубежных исследований. Среди миллениалов *«Интимно-сексуальная»* сфера имеет более высокое значение для женщин, а среди остальных двух поколений – для мужчин. При этом по данным аналитиков Pew Research Center, в американском обществе наблюдается противоположная ситуация: мужчины-миллениалы гораздо чаще отмечали качество *«хороший сексуальный партнер»* в числе наиболее важных для супруга (57% против 42% среди женщин) (Taylor et al., 2011, p. 10). По данным исследования представлений о брачном партнере у девушек А.М. Бережной и Е.С. Лукьяненко, для респонденток наиболее значимыми являются внешняя привлекательность партнера, а также выполнение им хозяйственно-бытовой и социальной функций. При этом относительно небольшая роль отводится интимно-сексуальной роли (Бережная, Лукьяненко, 2016).

По *«Хозяйственно-бытовой»* шкале установки представителей разного пола хорошо дополняют друг друга, рассогласованности семейных ценностей не наблюдается, что подтверждается и данными П. Тейлора и соавторов: среди

¹³ <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/brak-sovmestnaja-zhizn-brachnyi-voznrast-v-poiskakh-optimalnoi-modeli>

миллениалов США как мужчины, так и женщины примерно с равной частотой в числе «*наиболее важных*» для супруга отмечали такое качество как «*Хорошо справляется с домашними делами*» (23% и 22% соответственно) (Taylor et al., 2011, p. 10).

По «*Родительско-воспитательной*» шкале была выявлена существенная разница между средними оценками значимости у миллениалов и бэби-бумеров. По данным аналитиков Pew Research Center, среди миллениалов наблюдается рост интереса к родительско-воспитательной функции: доля тех, кто включил достижение «*Быть хорошим родителем*» в число «*важнейших вещей в жизни*», увеличилась на 10% (с 42% в 1997 г. до 52% в 2010 г.). При этом, доля полагающих, что «*Иметь успешный брак*» можно отнести к числу наиболее важных достижений, снизилась с 35% до 30%. Авторы исследования предполагают, что родительство для миллениалов становится важнее брака, однако, такие выводы представляются поспешными: несмотря на декларируемое признание важности родительства, число родителей среди опрошенных с 1997 по 2010 гг. снизилось с 41% до 36%, а число состоящих в браке – с 29% до 22% (Taylor et al., 2011, p. 2).

По результатам опроса трех поколений, больший интерес к сфере воспитания детей демонстрируют женщины, которые не только сами готовы выполнять родительские функции, но и ожидают от партнеров проявления родительских качеств. Исследование коллег из Волгоградского государственного университета показывает, что идеальный образ жены «заключает в себе те же качества личности, присущие идеальному образу матери, а также такое качество, как верность» (Озерина и др., 2020, с. 9). По данным аналитиков Pew Research Center, и мужчины, и женщины-миллениалы примерно с равной частотой относили такое качество как «*Быть хорошим родителем*» к числу наиболее важных для супруга (93% и 91% соответственно) (Taylor et al., 2011, p. 10).

По данным опроса трех поколений, среди миллениалов и представителей поколения X интерес к шкале «*Социальная активность*» в большей степени проявляют женщины, а среди бэби-бумеров – мужчины. Женщины-миллениалы демонстрируют высокую готовность к профессиональной реализации, не

предъявляя столь же высоких ожиданий в отношении партнеров. Т.А. Гурко, анализируя трансформационные тенденции в семейных отношениях, также обнаруживает поколенческие изменения в отношении более активного участия молодых мужчин в принятии семейных решений, касающихся сбережений, инвестиций, крупных покупок и способов проведения досуга (Гурко, 2021).

Как уже отмечалось в теоретической части работы, наблюдается тенденция роста запроса на психологический комфорт в семье (Погодина, 2003). Респонденты трех поколений продемонстрировали высокий запрос на выполнение партнером функции эмоциональной и моральной поддержки, причем миллениалы чаще демонстрировали готовность оказывать такую поддержки партнеру. Полученные данные соотносятся с данными аналитиков Pew Research Center: миллениалы обоего пола в равной степени отнесли такое качество как *«Заботливый и сострадательный»* к числу наиболее важных для брачного партнера (88% и 89% соответственно) (Taylor et al., 2011, p. 10).

По данным Т.В. Ледовской, личная идентификация с супругом увеличивается с возрастом, эмоционально-терапевтическая функция важна для респондентов в возрасте 18-25 лет, а социальная – для респондентов в возрасте 40-59 лет, что также соотносится с результатами данного исследования (Ледовская, 2021).

Анализ опроса трех поколений выявляет недостаток ролевой адекватности мужчин-миллениалов: рассогласование, в первую очередь наблюдается по шкалам *«Эмоционально-психотерапевтическая»*, *«Внешняя привлекательность»* и *«Социальная активность»*. В поколениях X и бэби-бумеров как мужчины, так и женщины не в полной мере удовлетворяют ожиданиям друг друга. Результаты исследования студенческой молодежи с помощью методики *«Ассоциативный ромб»* показывают, что потенциальные «точки напряжения» в супружеских отношениях могут концентрироваться, прежде всего, вокруг мужских супружеских ролей, связанных с эмоциональной поддержкой и распределением границ ответственности супругов (Добряков и др., 2020).

Е.П. Ильин выделяет три типа сочетания идеального образа и реальности: а) идеальный образ предшествует процессу поиска партнера, который производится в соответствии с этим образом; б) свойства партнера определяют содержание идеального образа; в) партнер идеализируется вне зависимости от своих качеств (Ильин, 2017). А.В. Ляпунова утверждает, что несоответствие партнера идеальному образу может играть деструктивную роль и приводить к неудовлетворенности брачными и романтическими отношениями. С другой стороны, идеализация может стать и стимулом для развития партнеров, в том случае, если они стремятся соответствовать идеальным представлениям друг друга (Ляпунова, 2009). Е.Г. Ясюкевич и Ю.С. Смирнова, сравнивая молодые и зрелые супружеские пары, показывают, что в молодых семьях «чем в большей степени супруги ориентированы на достижение согласия в случаях расхождения норм поведения, тем выше удовлетворенность браком, и наоборот» (Ясюкевич, Смирнова, 2022, с. 542).

Отличительной чертой брачно-романтических отношений для представителей поколения X является то, что они не стремятся раствориться в партнере и чаще всего нацелены на взаимный учет интересов обеих сторон и равенство во всех жизненных сферах, в том числе, финансовой (Гришай, Зенин, 2018). В семьях поколения X может присутствовать три формы бюджета: мужа, жены и семейный, что для представителей данного поколения является нормальной практикой. П. Тейлор и его коллеги из Pew Research Center фиксируют тенденцию распространения эгалитарных отношений и среди миллениалов: доля тех, кто полагает, что роли в семье должны распределяться традиционным образом (муж-добытчик и жена-хранительница семейного очага), среди миллениалов составляет всего 22% против 29% среди представителей поколения X и 31% среди бэби-бумеров. При этом доля тех, кто выступает за равное разделение обязанностей по зарабатыванию денег, ведению домашнего хозяйства и воспитанию детей, среди миллениалов составляет 72% против 63% среди представителей поколения X и 59% среди бэби-бумеров (Taylor et al., 2011, p.9).

Анализируя ролевые ожидания и притязания респондентов, важно понимать, что ролевая структура семьи непостоянна, и по мере того, как семья проходит различные этапы (например, рождение детей, переезд), возможны изменения ролевого поведения партнеров, а также сдвиги по другим параметрам ролевого позиционирования: ролевой компетентности, степени идентификации партнера с выполняемой ролью, уровню конфликтности роли (Крюкова и др., 2005). По наблюдению Г.Н. Томгоровой, наиболее четкое понимание семейных ролей обнаруживается у тех респондентов, чьи матери состояли в браке, то есть ребенок в процессе воспитания наблюдал за ролевым поведением и матери, и отца (Томгорова, 2020).

Отечественные и зарубежные исследования показывают, что **в целом положительное отношение молодых людей к браку и деторождению сочетается с откладыванием этих событий** (Sari, Fiskin, 2021) даже с учетом реализации государственной политики по поддержке рождаемости (Волкова, Кудяева, 2019). По данным А.Ю. Маленовой, в иерархии ценностей девушек и юношей в возрасте 17-25 лет «родительская самореализация» занимает 19-е место из 20, уступая место «счастливой семейной жизни», свободе, уверенности в себе, жизненной мудрости и интересной работе, при этом только для 4,3% опрошенных идеальная модель семьи – это пара без детей (Маленова, 2022, с. 262-263).

Причины подобного несоответствия могут состоять в самовосприятии себя как материально не готовых к семейной жизни. Исследование матримониального поведения молодежи Кишинева показывает, что при наличии выраженных установок на зарегистрированный брак, имеет место тенденция откладывания его «до лучших времен» и замена добрачным совместным проживанием с партнером иногда на протяжении многих лет (Гагауз, 2021). Нужно подчеркнуть, что речь идет именно о субъективном восприятии своего финансового статуса, а не о таких объективных характеристиках как уровень дохода или наличие собственного жилья. Доказано, что высокий уровень неравенства и психоэмоциональное напряжение, возникающее при низкой оценке своих социальных перспектив негативно связаны с уровнем рождаемости (Шевяков, Кирута, 2009), поэтому такие

феномены как оценка себя как менее успешного по сравнению с окружающими, а также тревога по поводу собственного будущего (Нестик, Журавлев, 2018) могут снижать готовность вступать в брак.

В нашем эмпирическом исследовании обнаружена связь между материальным положением респондентов и их отношением к браку, что соотносится с данными специалистов из Pew Research Center. Возможность партнера материально поддерживать семью является важным условием брака, причем отмечается рост ожиданий в отношении женщин: 40% миллениалов полагают, что женщина готова к браку, только если способна материально поддержать семью против 30-35% среди представителей поколения X и бэби-бумеров (Taylor et al., 2011, p. 13). Исследователи также указывают на высокую значимость устойчивого материального положения для создания семьи (Ильиных, 2024), в частности, для женщин это является одним из существенных факторов выбора партнера по результатам нескольких волн исследования, проводимых с середины 1980-х по 2015 г. (Басс, 2017).

Можно предполагать, что кратковременная экономическая неопределенность в России приведет к росту доли людей, откладывающих вступление в брак и рождение детей «до лучших времен». При долговременной неопределенности в экономике, скорее, всего, тенденция сокращения числа браков и рождений замедлится, однако построение демографического прогноза выходит за рамки данного исследования.

Существенное сходство социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях трех поколений свидетельствует об устойчивости феномена, что позволяет сделать предположение о **межпоколенческой трансмиссии ценностей, касающихся брака и романтических отношений**. Такие общие ядерные элементы социальных представлений трех поколений как ответственность за жизнь близких, совместное развитие партнеров и преодоление препятствий указывают на высокую значимость для россиян семейных ценностей. Для сравнения, аналогичные процессы трансмиссии политических ориентаций

являются основой взаимопонимания между представителями разных поколений (Емельянова, Тарасов, 2023).

В социальных представлениях миллениалов о брачном партнере и романтических отношениях находят отражение процессы трансформации социокультурного контекста, что выражается в появлении новых элементов социальных представлений. Межпоколенческие различия в социальных представлениях о брачном партнере и романтических отношениях детерминированы такими внешними факторами как социально-демографические характеристики и условия социализации, в том числе, цифровой. Будучи вовлеченными в процесс формирования виртуальной культуры и специфических норм поведения сети интернет, миллениалы активно участвуют в процессе виртуальной самопрезентации и социальной коммуникации, где отчасти происходит усвоение и принятие некоторых социальных представлений об идеальном брачном и романтическом партнере. Результаты внедрения социума в индивидуальную психику прослеживаются, прежде всего, на уровне периферии социальных представлений, в меньшей степени – на уровне ядерных элементов.

Противоречия в социальных представлениях миллениалов о брачном партнере и романтических отношениях могут стать предпосылкой для формирования как внутриличностных конфликтов у представителей поколения Y, так и межличностных конфликтов в парах. Источники этих противоречий (отношение к одиночеству, конфликтам, единению с партнером и семейным ролям) имеют социокультурную обусловленность, что необходимо учитывать в индивидуальной и парной психологической работе.

Выводы по результатам эмпирического исследования

1. В содержании социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях разных поколений больше сходств, нежели различий, что дает основания утверждать, что социальные представления о брачном партнере и романтических отношениях являются довольно устойчивыми и лишь отчасти связаны с культурно-историческими факторами.

2. Неизменными на протяжении трех поколений являются представления об ответственности за жизнь близких, совместном преодолении жизненных препятствий, общности планов на будущее, обоюдном развитии партнеров, а также гармонизирующей функции юмора в семье.

3. Трансформация брачно-романтических отношений и изменения культурной среды выражаются в появлении в представлениях миллениалов новых ядерных элементов об отсутствии стеснения в сексуальной жизни и важности вербального общения в конфликтах. У представителей других поколений эти элементы входят в зону, близкую к ядру.

4. В периферии, близкой к ядру, у миллениалов присутствует ориентация на идеи, транслируемые сообществами «ВКонтакте» о верности и возвращении «истинных» мужественности и женственности, что указывает на связь социальных представлений с культурным контекстом.

5. В содержании социальных представлений миллениалов о брачном партнере и романтических отношениях имеются противоречия в отношении к конфликтам, зарегистрированным отношениям и серийной моногамии, одиночеству и степени единения с партнером. Противоречия в отношении к одиночеству заключаются в транслировании в социальных сетях противоположных установок с помощью текстовых и визуальных средств коммуникации, что может приводить к тому, что молодые люди также транслируют брачному и романтическому партнеру разнонаправленные сигналы, свидетельствующие одновременно о желании и сближения, и сохранения дистанции. Анализ графического способа представления взаимоотношений в паре выявляет тенденции к репрезентации романтики и положительно окрашенных

переживаний, но не намерений по созданию семьи, что может указывать на откладывание планов по вступлению в брак на неопределенный срок.

6. В отношении желаемого распределении ролей между мужем и женой при реализации семейных функций у миллениалов отмечается недостаток ролевой адекватности мужчин: их готовность выполнять семейные функции во всех сферах оказывается ниже ожиданий женщин. Женщины из поколения Y, наоборот, превосходят ожидания своих партнеров. Указанные противоречия могут становиться причиной неэффективного добрачного поведения и семейных конфликтов, их нужно учитывать при индивидуальном и парном психологическом консультировании.

7. Содержание ядра социальных представлений миллениалов о брачном партнере и романтических отношениях указывает на стремление к совместному развитию и взаимной поддержке, что позволяет говорить о том, что индивидуалистические ценности в этих представлениях не являются смыслообразующими. При этом данные качественных этапов исследования указывают на высокую значимость феномена одиночества, самореализации без партнера, свободы и личного пространства в отношениях.

8. С отношением миллениалов к зарегистрированному браку тесно связаны такие факторы как пол, возраст, род занятий, состав родительской семьи, а также наличие братьев и сестер. Важное значение при заключении брака имеет материальный фактор: официальную регистрацию брака значимо чаще поддерживают миллениалы с устойчивым материальным положением, имеющие возможность в ближайшие пять лет приобрести недвижимость.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Тема взаимоотношений с романтическим и брачным партнером является одной из центральных для личности, так как во многом определяет ее отношения с обществом, большими и малыми социальными группами. Через взаимоотношения с романтическим и брачным партнером реализуются основные жизненные ценности индивида и выстраиваются практики жизнедеятельности. Именно поэтому в эпоху транзитивности очень важен анализ трансформаций в современном российском обществе в сфере семьи, брачного партнерства и романтических отношений: здесь закладываются основы понимания как позитивных особенностей современного этапа развития общества, так и основных зон риска, потенциальных негативных тенденций социального развития. Исследование социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях позволяет глубже понять трансформационные тенденции, которые наблюдаются в сфере семьи и брака.

Изменение гендерных стереотипов, норм сексуального поведения, практик поиска романтического и брачного партнера, отношения к зарегистрированному браку и распределению ролей в семье находят отражение в социальных представлениях индивидов, так как процесс конструирования социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях тесно связан с опытом и условиями взросления. Взгляд на социальные представления через призму теории поколений позволяет провести сравнительный анализ представлений трех поколений, выделить инвариантные и специфические элементы и сделать выводы о протекающих в них динамических процессах. Проведенное исследование доказывает применимость теории поколений как основы для периодизации при изучении социальных представлений миллениалов о брачном партнере и романтических отношениях, а также расширяет знания о социально-психологических характеристиках миллениалов.

Структурный подход в теории социальных представлений дает возможность проанализировать динамику социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях через выделение ядра социальных представлений, а

также периферии, которая в большей степени подвержена изменениям под влиянием культурного контекста. Инвариантные элементы социальных представлений, включающие ответственность за жизнь близких, общность планов на будущее, умение находить выход в трудных жизненных ситуациях, всестороннее взаимное развитие партнеров, а также признание за чувством юмора гармонизирующей функции в семье, указывают на межпоколенческую трансмиссию ценностей, касающихся брака и романтических отношений, доказывая высокую значимость для россиян семейных ценностей.

При этом процессы трансформации социокультурного контекста находят отражение в появлении новых элементов социальных представлений, в первую очередь, на уровне периферии. Тот факт, что при высокой значимости для всех поколений ценностей взаимной поддержки и развития партнеров, взаимного преодоления препятствий, имеет место неутешительная статистика высокой разводимости и откладывания момента вступления в брак и деторождения, может иметь несколько объяснений: неудовлетворительная оценка своего финансового положения, тревога по поводу будущего даже при наличии позитивных социальных представлений о браке снижают готовность к официальной регистрации отношений и рождению детей. Помимо этого, недостаток ролевой адекватности супругов и противоречия в социальных представлениях могут препятствовать формированию гармоничных отношений в паре, а иллюзия широты выбора романтических партнеров, создаваемая приложениями для знакомства, может приводить к отказу от попыток работать над отношениями с имеющимся партнером.

Проведенное исследование открывает перспективы для дальнейшего изучения социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях, в частности, анализ представлений поколения Z, которое существенно отличается даже от миллениалов по коммуникационным паттернам, в частности их жизнь уже в значительной степени зависит от интернет-каналов коммуникации. Перспективным представляется также изучение отношения представителей разных поколений к мобильным приложениям для знакомств и выявление

закономерностей в формировании добрачного и брачного поведения у тех, кто отдает предпочтение данному формату знакомства.

Результаты, полученные в диссертационном исследовании, могут быть использованы в психологической практике как для работы с людьми, имеющими проблемы с поиском партнера, так и в консультировании пар по гармоничному распределению семейных ролей и нахождению баланса между ролевыми ожиданиями и притязаниями партнеров. Также полученные результаты могут найти применение в процессе создания социальной рекламы и просветительского контента.

Таким образом, данное исследование направлено на изучение межпоколенческих различий, способствует пониманию процесса конструирования и трансформации социальных представлений о брачном партнере и романтических отношениях и открывает ряд возможностей для дальнейшего изучения данного феномена.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абрамов Р. Методологические и содержательные аспекты социальных исследований блогов: аналитический обзор // Социология: 4 М. – 2012. – № 35. – С. 90-118.
2. Абрамов В.А., Ряполова Т.Л., Абрамов А.В. Стереотипные представления и мифы о больных с психическими расстройствами // Журнал психиатрии и медицинской психологии. – 2016. – № 2 (36). – С. 4-11.
3. Азарова Е.А., Жулина Г.Н., Зинченко Е.В. Особенности представлений о семье девушек-студенток с разным типом гендерной идентичности // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2016. – № 2 (132). – С. 210–215.
4. Айсина Р.М., Нестерова А.А. Киберсоциализация молодежи в информационно-коммуникационном пространстве современного мира: эффекты и риски // Социальная психология и общество. – 2019. – Т. 10. – № 4. – С. 42-57 DOI: 10.17759/sps.2019100404.
5. Алексеева П.А. Брачные траектории молодых россиян: роль сетей // Экономическая социология. – 2022. – Т. 23. – № 5. – С. 78-108.
6. Алмазова О.В., Дзукаева В.П., Садовникова Т.Ю. Использование метода семантического дифференциала в исследовании представлений юношей и девушек о семье // Знание. Понимание. Умение. – 2015. – № 2. – С. 277–290.
7. Алтунина И.Р. Мотивы вступления в брак у молодых людей, проживающих в разных по численности населения городах России // Личность: ресурсы и потенциал. – 2024. – №3 (23) – С. 18-30.
8. Ананьев Б.Г. О проблемах современного человекознания. СПб.: Питер, 2001. – 272 с.
9. Андреева Т.В. Психология семьи: учеб. пос. – СПб.: Питер, 2014. – 623 с.
10. Андрюха А. Н. Исследование факторов выбора потенциального партнера женщинами в условиях интернет-знакомств // Инновационная наука: психология, педагогика, дефектология. – 2024. – №7(3). С. 34-49. DOI:10.23947/2658-7165-2024-7-3-34-49.
11. Арендачук И.В., Бочарова Е.Е., Фирсова Т.Г. Структурно-содержательные характеристики социальных представлений студенческой молодежи об успехе // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Акмеология образования. Психология развития. – 2024. – Т.13. – №4 (52). – С. 369–377. DOI:10.18500/2304-9790-2024-13-4-369-377.
12. Асмолов А.Г. Психология личности: Принципы общепсихологического анализа. – М.: Смысл, 2001. – 416 с.

13. Астахова Ю.Г., Агасарян М.В. Социология семьи. Учебное пособие. – Липецк, 2012. – 67 с.
14. Асташова Ю.В. Теория поколений в маркетинге // Вестник Южно-Уральского Государственного Университета. – 2014. – № 1. – Том 8. – С. 108-114.
15. Афанасьева Ю.А., Гаглыева А.Б. Сравнительный анализ ценностных ориентаций у представителей разных поколений // Russian Journal of Education and Psychology. – 2024. – Т. 15. – №1-2. С. 378-384. DOI:10.12731/2658-4034-2024-15-1-2-378-384.
16. Ачина А.В., Коленова А.С., Шарова Е.П. Использование цифровых приложений для знакомств у людей с различными стилями привязанности // Инновационная наука: психология, педагогика, дефектология. – 2020. –Т. 3. –№ 2. –С. 6-21.
17. Базылев Я.С. Особенности когнитивных процессов поколений: X, Y, Z, Alpha // Общество: социология, психология, педагогика. – 2024. – № 10. – С. 64–69. DOI:10.24158/spp.2024.10.8.
18. Байбородова Л.В., Чернявская А.П. Методология и методы научного исследования: учебное пособие. – Ярославль: РИО ЯГПУ, 2014. – 283 с.
19. Барр В. Социальный конструкционизм и психология // Постнеклассическая психология. – 2004. – № 1. – С. 29–44.
20. Басс Д. Эволюция сексуального влечения: Стратегии поиска партнеров. М. – 2017. – 510 с.
21. Бауман З. Ретротопия. – М.: ВЦИОМ, 2019. – 160 с.
22. Белова О.Е., Гуриева С.Д., Казанцева Т.В., Марарица Л.В. Гендерное неравенство в структуре социальных установок и социальных представлений о мужчинах и женщинах // Ананьевские чтения – 2019: Психология обществу, государству, политике. СПб.: Скифия-принт, 2019. – С. 54-55.
23. Белоглазов И.Д., Шомникова И.В. Типы копинг-стратегий в романтических отношениях при разных жизненных стратегиях у молодежи // Социальная психология: вопросы теории и практики. Материалы VIII Международной научно-практической конференции памяти М.Ю. Кондратьева «Социальная психология: вопросы теории и практики» (11–12 мая 2023 г.). – М.: ФГБОУ ВО МГППУ, 2023. – С. 114-117.
24. Бережная А.М., Лукьяненко Е.С. Особенности представлений о брачном партнере у современных девушек // Российский психологический журнал. – 2016. – Т. 13. – С. 29–39.
25. Бовина И.Б. Стратегии исследования социальных представлений // Социологический журнал. – 2011. – № 3. – С. 5-23.

26. Богданова И.Н., Артамонова Я.В. Молодая семья как «ускользающий» социальный феномен в современных российских условиях // *Caucasian Science Bridge*. – 2022. – №5(3). – С. 74–82. DOI:10.18522/2658-5820.2022.3.7.
27. Бородина А.В., Тихонова А.С. Особенности цифровизации практик межличностных и семейных отношений молодых россиян и ряд ее социальных последствий // *Вестн. Удм. ун-та. Социология. Политология. Международные отношения*. – 2022. – Т. 6(2). – С. 179–187. <https://doi.org/10.35634/2587-9030-2022-6-2-179-187>.
28. Бочавер К.А. Романтические отношения в юношеском возрасте (представления о преодолении трудностей): автореф. ... дис. канд. психол. наук. – М., 2012. – 26 с.
29. Бушкова-Шиклина Э.В., Шеина С.О. Представление студентов о романтических отношениях // *Общество. Наука. Инновации (НПК-2024)*. Сборник материалов XXIV Всероссийской (национальной) научно-практической конференции, Киров, 2024. – С. 751-754.
30. Быльева Д.С. Трансформация любви в цифровую эпоху // *Трансмиссия культурного опыта и социальных практик в эпоху транзитивности*. Сборник материалов Международной научно-практической конференции. Науч. ред. О.В. Кожевникова, В.Ю. Хотинец. Ижевск, 2022. – С. 13-14.
31. Ваапова Э.Р. Особенности социального представления о нравственности современной молодежи // *Форум молодых ученых*. – 2020. – № 6 (46). – С. 121-124.
32. Ваапова Э.Р. Теоретический обзор по проблеме социального представления о нравственности у современной молодежи // *Colloquium-journal*. – 2019. – № 15-6 (39). – С. 7-8.
33. Вагер Е.А., Войтко О.К. Отношение студентов-психологов первого курса к идеологии чайлдфри // *История, современность и перспективы развития психологии в системе Российской Академии наук: Материалы Международной юбилейной научной конференции, посвященной 50-летию создания Института психологии РАН, 16–18 ноября 2022 г.* М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2022. – С. 420-421.
34. Варавка М.М., Яничева Т.Г. Социально-психологические особенности людей, включенных в процесс гостинга в романтических отношениях // *Петербургский психологический журнал*. – СПб. – 2023. – №44. – С. 79-108.
35. Васильева Л. Любовь и секс глазами разных поколений // [Электронный ресурс]. URL: <https://rugenerations.su/2009/04/30/любовь-и-секс-глазами-разных-поколений/> (дата обращения 06.09.2024)
36. Викентьева Е.Н., Гагарина М.А., Емельянова Т.П. Факторы восприятия будущего представителями поколения «X». // *Институт психологии Российской академии*

- наук. Организационная психология и психология труда. – 2022. – Т. 7. – №1. – С. 73-95. DOI: 10.38098/iprap.opwp_2022_22_1_004.
37. Власова Н.В. Взаимосвязь субъективного ощущения одиночества и склонности к интернет-зависимости в подростковом возрасте // Общение в эпоху конвергенции технологий: сб. науч. трудов / отв. ред. Карпова Н.Л., Петрова Е.А., Зотова О.В. М.:ФГБНУ «ПИ РАО», 2022. – С. 306-309.
 38. Власова О.И. Социологический анализ поколений: научное наследие и современное состояние // Вопросы Управления. – 2013. – Т.3. – №5. – С. 82-89.
 39. Вовк Е.А. Незарегистрированные отношения: разновидности брака или альтернатива ему? // Человек. Сообщество. Управление. – 2005. – №2. – С. 67-90.
 40. Войскунский А.Е. Психология и Интернет. – М.: Акрополь, 2010. – 439 с.
 41. Войтышева В.И. Связь переживания одиночества и избегания близости у молодых людей, состоящих в отношениях моногамного и полиаморного типа // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». – 2022. – № 2. – С. 94–105. DOI: 10.28995/2073- 6398-2022-2-94-105.
 42. Волк М.И., Кудинов С.С., Степанова А.А., Хайтанова Огулай. Ощущение счастья у молодых людей, состоящих и не состоящих в романтических отношениях // Человеческий капитал. – 2024. – №7(187). – С. 160-173.
 43. Волкова А.Н. Методические приемы диагностики супружеских затруднений // Вопросы психологии. – 1985. – № 5. – С. 110–116.
 44. Волкова А.С., Кудяева М.М. О поддержке материнства и детства в семейной политике России // Экономика труда. – 2019. – Том 6. – № 4. – С. 1491-1504. DOI: 10.18334/et.6.4.41215
 45. Володина К.А., Олькова Д.Е. Партнерский фаббинг в молодежной среде // Информационное общество. – 2022. – №5. – С. 2-7. DOI:10.52605/16059921_2022_05_02.
 46. Выготский Л.С. Мышление и речь. – М.: Лабиринт, 2016. – 368 с.
 47. Вьюгина Д.М. От аудитории к медиапотребителю: трансформация концепции аудитории в медиаисследованиях // Вопросы теории и практики журналистики. – 2017. – Т. 6. – № 1. – С. 119–127.
 48. Гаврилова М.И., Климочкина А.Ю. Баланс дистанции и близости в романтических отношениях: экзистенциально-аналитический взгляд // Материалы восьмой всероссийской научно-практической конференции по экзистенциальной психологии. Москва, 13–15 июня 2024 года. – С. 79-81.

49. Гавриченко О.В., Зотова И.Г., Шабельников В.К. Отношение к браку у замужних и разведенных женщин // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». – 2020. – № 4. – С. 53–69. DOI:10.28995/2073-6398-2020-4-53-69
50. Гагауз О.Е. Молодежь Кишинева на пути от романтических отношений к браку // Социологические исследования. – 2021. – № 3. – С. 103-110.
51. Герасимова С.С. Изучение взаимосвязи эмоционального режима и самопрезентации на онлайн-платформах // Вопросы студенческой науки. – 2022. – №2(66). – С. 47-58.
52. Гидденс Э. Социология. – М., 2005. – 632 с.
53. Голод С.И. Социолого-демографический анализ состояния и эволюции семьи // Социологические исследования. – 2008. – №1. – С. 40-49.
54. Голубев В.В., Осетрова А.А., Уманская И.А. Семантика микроизмен у мужчин и женщин, состоящих и не состоящих в отношениях // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. – 2021. – Т. 27. – № 4. – С. 173–177. <https://doi.org/10.34216/2073-1426-2021-27-4-173-177>.
55. Гордеева С.С., Зырянова А.Н. Стратегии брачного поведения трех поколений горожан (на примере г. Пермь) // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. – 2017. – № 6. – С. 284-294. DOI: 10.14515/monitoring.2017.6.14.
56. Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Молодежь России: социологический портрет. – М.: ЦСПиМ, 2010. – 592 с.
57. Гостев А.А. О связи духовно-нравственных и социально-политических представлений в современном российском менталитете // Психология человека как субъекта познания, общения и деятельности. Отв. ред. В.В. Знаков, А.Л. Журавлев. – Москва, 2018. – С. 663-670.
58. Гришай В.Н., Зенин К.А. К вопросу о воспроизводстве социальных тенденций в контексте теории поколений // Вестник АГУ. – 2018. – №2 (219). – С. 88-93.
59. Гура О.Р. Влияние тревожности на субъективную значимость внешнего облика в романтических отношениях // История, современность и перспективы развития психологии в системе Российской Академии наук: Материалы Международной юбилейной научной конференции, посвященной 50-летию со- здания Института психологии РАН, 16–18 ноября 2022 г. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2022. – С. 217-219.
60. Гурко Е.М. Представления студенческой молодежи о браке // Актуальные проблемы семей в России / Под ред. Т.А. Гурко. – М.: Институт социологии РАН, 2006. – С. 200-210.

61. Гурко Т.А. Эволюция и трансформация института брака: анализ эмпирических индикаторов // Социологические исследования. – 2021. – № 5. – С. 58-69.
62. Гурова И.М., Евдокимова С.Ш. Теория поколений как инструмент анализа, формирования и развития трудового потенциала // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). – 2016. – №3 (27). – С. 150–159.
63. Девочко А.О. Нарратив романтических отношений у игроков в текстовые RPG // 77-я научная конференция студентов и аспирантов Белорусского государственного университета. материалы конференции в 3 ч. – Минск, 2021. – С. 772-775.
64. Деменчук А.В. Мобильные приложения для знакомств: трансформация интимности // Социальная реальность виртуального пространства. материалы I Международной научно-практической конференции. Иркутский государственный университет; Под общей редакцией О. А. Полюшкевич, Г. В. Дружинина. – 2019. – С. 157-160.
65. Демидов А.В. Ролевые установки миллениалов в современных российских реалиях // Российское общество сегодня: ценности, институты, процессы: материалы Всероссийской научной конференции XVII Ковалевские чтения (16-18 ноября 2023 года) / Отв. редакторы: Н.Г. Скворцов, Ю.В. Асочаков; Санкт-Петербургский государственный университет. – 2023. – С. 1442-1445.
66. Денисенко В.Н., Чеботарева Е.Ю. Современные психолингвистические методы анализа речевой коммуникации: Учеб. пособие. – М., 2008. – 258 с.
67. Добряков И.В., Горьковая И.А., Микляева А.В. Изучение представлений о функциях семьи и о супружеских отношениях с помощью методики «Ассоциативный ромб» (на примере студенческой молодежи) // Сибирский психологический журнал. – 2020. – № 76. – С. 78–90. DOI: 10.17223/17267080/76/5.
68. Долбик-Воробей Т.А. Студенческая молодежь о проблемах брака и рождаемости. – М.: Изд-во ИСПИ РАН, 2003. – С. 78–83.
69. Донцов А.И., Емельянова Т.П. Концепция социальных представлений в современной французской психологии. – М.: Издательство МГУ, 1987. – 127 с.
70. Доронина А.А. Образ потенциального брачного партнера в представлениях девушек // Проблемы современной психологической теории и практики. Сборник научных статей. Ответственные редакторы Ж.М. Елисеева, Р.В. Осин. М. – 2018. – С. 23-27.
71. Дробышева Т.В. Ценностный фактор коллективной памяти россиян как ресурса образа будущего (на примере представителей поколения «Х») // Вестник университета российской академии образования. – 2018. – №4. – С. 25-34.
72. Дружинин В.Н. Психологические типы семьи. – М.: 1995. – 89 с.

73. Дубовских Ю.В., Чикер В.А. Представления о ценностях супружества, родительства и родства у людей, относящихся к различным поколениям // Социальная психология: вопросы теории и практики. Материалы VII Международной научно-практической конференции памяти М.Ю. Кондратьева «Социальная психология: вопросы теории и практики» (12–13 мая 2022 г.). – М.: ФГБОУ ВО МГППУ, 2022. – С. 123-126.
74. Дьяченко И.П. Особенности психологического развития поколения «Игрек» // V Международная студенческая научная конференция Студенческий научный форум – 2013. URL: <https://scienceforum.ru/2013/article/2013007182> (дата обращения 06.09.2024).
75. Дюркгейм Э. Социология. Ее предмет, метод, предназначение / Пер. с фр., сост., послесл. и примеч. А.Б. Гофмана. – М. Канон, 1995. – 352 с.
76. Екимчик О.А. Психологические аспекты любви у взрослых // Вестник Костромского государственного университета. Сер.: Педагогика. Психология. Социокинетика. – 2009. – Т. 15. – № 2. – С. 176–180.
77. Екимчик О.А., Григорова Т.П., Смирнова Н.С. Динамические аспекты близких (романтических) отношений и совладающее поведение партнеров // Вестник Костромского государственного университета. Сер.: Педагогика. Психология. Социальная работа. Ювенология. Социокинетика. – 2013. – Т. 19. – № 3. – С. 144–150.
78. Екимчик О.А., Опекина Т.П. Романтическая привязанность как предиктор диадического копинга в паре // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2022. – Т. 19. – № 2. – С. 223–240.
79. Емельянова Т.П. Будущий брак в социальных представлениях юношей и девушек студенческого возраста [Электронный ресурс] // Информационный гуманитарный портал «Знание. Понимание. Умение». 2014. № 3 (май— июнь). URL: http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2014/3/Emelianova_Marriage-Students/ (дата обращения: 06.09.2024).
80. Емельянова Т.П. Коллективная память о событиях отечественной истории: социально-психологический подход. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2019. – 299 с.
81. Емельянова Т.П. Конструирование социальных представлений в условиях трансформации российского общества. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН». – 2006. – 400 с.
82. Емельянова Т.П. Социальные представления: История, теория и эмпирические исследования. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН». – 2016. – 476 с.

83. Емельянова Т.П., Викентьева Е.Н. Грани социального представления предпенсионеров о предстоящей жизни на пенсии // Вопросы психологии. – 2024. – Том 70. – №1. – С. 3-12.
84. Емельянова Т.П., Израелян Т.В. Феномен когнитивной полифазии в социальных представлениях о душевнобольных // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. – 2021. – Т.18. – №2. – С. 346–362.
85. Емельянова Т.П., Тарасов, С.В. Эффекты межпоколенческой трансмиссии политических ориентаций // Новые психологические исследования. – 2023 – № 1. – С. 75–92. DOI: 10.51217/npsyresearch_2023_03_01_04
86. Емельянова Т. П., Шмидт Д. А. Партнерские отношения в браке: репрезентации двух поколений // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». – 2019а. – №4. – С. 63–79. DOI: 10.28995/2073-6398-2019-4-63-79
87. Емельянова Т. П., Шмидт Д. А. Романтические отношения и брак в социальных представлениях поколений миллениалов и бэби-бумеров // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Психологические науки. – 2019b. – № 1. – С. 29–43. DOI: 10.18384/2310-7235-2019-1-29-43
88. Емельянова Т. П., Шмидт Д. А. Романтические отношения и готовность к браку, репрезентируемые интернет-сообществами (опыт анализа визуальных сообщений) // Социальная и экономическая психология. Часть 2: Новые научные направления / Отв. ред. Ю. В. Ковалева, Т. А. Нестик. – М., 2018. – С. 321-336.
89. Емельянова Т.П., Шмидт Д.А. Представления о будущем партнере и браке, транслируемые в социальной сети «ВКонтакте» // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. – 2017. – Т. 2. – № 2. – С. 46-65. [Электронный ресурс]. URL: <http://soc-econom-psychology.ru/engine/documents/document346.pdf> – 0,5 (дата обращения: 06.09.2024)
90. Еремеева А.И., Довжик Г.В. Трансформация структуры социальных представлений незамужних женщин об одиноком материнстве посредством цифровых технологий // Цифровая социология. – 2020. – Т.3. – № 3. – С. 29–34.
91. Еремеева А.И. Социальные представления современных женщин об одиноком материнстве. Диссертация... канд. психол. наук. – М., 2015. – 189 с.
92. Ефимова Я.С. Определение критериев и факторов выбора брачного партнера. Педагогика и психология современного образования: теория и практика: материалы науч.-практ. конф. «Чтения Ушинского» [5–6 марта 2020 г.] / под науч. ред. И. Ю. Тархановой. Ч. 2. – Ярославль: РИО ЯГПУ, 2020. – С. 59–65.
93. Жанибек А.К., Жумакан Н.М. брак и гендерные роли: отношение современного молодого поколения к традиционным нормам в контексте равенства //

Международный научный журнал «ВЕСТНИК НАУКИ». – 2024 – №11 (80). Т.4. – С. 914-927.

94. Жань Итун. Гендерные стереотипы современного общества в экономике России и Китая // Общество: социология, психология, педагогика. – 2022. – №12. – С. 102–106. <https://doi.org/10.24158/spp.2022.12.16>.
95. Жизненные миры современной российской семьи: монография / З.Х. Саралиева, В.А. Блонин, Н.Ю. Егорова [и др.]. – Н. Новгород: Изд-во ННГУ, 2015. – 264 с.
96. Зайцева Н.А. Теория поколений: мы разные или одинаковые? // Российские регионы: взгляд в будущее. – 2015. – №2(3). – С. 220-236.
97. Занковский А.Н., Латынов В.В. Модель психологического воздействия в социальных сетях // Институт психологии Российской академии наук. Организационная психология и психология труда. – 2021. – Т. 6. – №1. – С. 4–38. DOI: 10.38098/iprap.opwr.2021.18.1.001
98. Захаров С., Чурилова Е., Агаджанян В. Рождаемость в повторных союзах в России: позволяет ли вступление в новый супружеский союз достичь идеала двухдетной семьи? // ДЕМОГРАФИЧЕСКОЕ ОБОЗРЕНИЕ. – 2016. – Т. 3. – №1. С. 35-51.
99. Захарова Г.И. Психология семейных отношений. Учебное пособие. – Челябинск, 2009. – 63 с.
100. Захарова Н.Ю. Визуальная социология: фотография как объект социологического анализа // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2008. – Том XI. – №1. – С. 147-161.
101. Зверева Е.А., Хворова В.А. Поколения Y и Z: особенности медиапотребления // Вестник НГУ. Серия: История, филология. – 2020. – Т. 19. – № 6: Журналистика. – С. 131–140. DOI 10.25205/1818-7919-2020-19-6-131-140.
102. Звонова Е. В., Хисамутдинова А. М. Семья в социальных представлениях о счастье у женщин татарстана // Герценовские чтения: психологические исследования в образовании. – 2024. – №7. – С. 682-688.
103. Зуев К.Б. Социальные представления о жизнеспособной семье у мужчин и женщин с различным семейным опытом // Сборник тезисов в рамках торжественных мероприятий, посвященных 145-летию МПГУ. Под редакцией Л.В. Дудовой, М.А. Кривенькой. М. – 2017. – С. 127-128.
104. Ивченкова М.А. К вопросу о влиянии режима самоизоляции в условиях пандемии на обострение супружеских конфликтов // Теория и практика общественного развития. 2020. – №12 (154). – С. 38-41.

105. Иканина В.С. Детерминанты выбора партнера для романтических отношений у женщин // Психология и педагогика в Крыму: пути развития. – Симферополь. – 2023. – №5. – С. 110-116.
106. Ильин Е.П. Психология любви. – СПб, 2017. – 336 с.
107. Ильин Е.П. Психология общения и межличностных отношений. – СПб., Питер, 2009. – 930 с.
108. Ильиных С.А. Семья в представлениях молодого поколения: социологический срез // Международный научно-исследовательский журнал. – 2024. – № 9 (147). DOI:10.60797/IRJ.2024.147.80.
109. Ильченко В.В., Ситников В.Л. Романтические отношения и психологическое благополучие юношей и девушек. Семья и дети в современном мире. Т. 4. Коллективная монография. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2018. – С. 282-287.
110. Исаева М.А. Поколения кризиса и подъема в теории В. Штрауса и Н. Хоува // Знание. Понимание. Умение. – 2011. – №3. – С. 290-295.
111. Исупова О.Г. Российские консенсуальные союзы начала XXI века (по данным международного сравнительного исследования) // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2015. – № 2 (125). – С. 153-164.
112. Каменская А.С., Сапоровская М.В. Психология разлуки: актуальность проблемы исследования // Психология стресса и совладающего поведения: устойчивость и изменчивость отношений, личности, группы в эпоху неопределенности: Материалы VI Международной научной конференции. Кострома, 2022. – С. 330-334.
113. Каргина Н.В., Полянский А.И., Быковская Л.И. Связь представлений юношей и девушек о личностных качествах желаемого брачного партнера и интеллекта // Мир науки. Педагогика и психология. – 2021. – Т.9. – № 2.
114. Касперович-Рынкевич О.Н. Характеристики медиапотребления миллениалов и зумеров Беларуси // Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. – 2023. №1. – С. 44–49. <https://doi.org/10.33581/2788-6638-2023-1-44-49>.
115. Качественные методы исследования: учебно-методическое пособие / Н. В. Ключева; Яросл. гос. ун-т им. П. Г. Демидова. – Ярославль: ЯрГУ, 2016. – 116 с.
116. Клёцина И.С., Чикалова, Е.А. Взаимосвязь норм маскулинности и социальных представлений о содержании поведения в рамках отцовской роли // Вестник Ленинградского государственного университета имени А.С. Пушкина. Серия Психология. – 2013. – №2. – Т.5. – С. 24-36.

117. Когель Д.Д., Рикель А.М. Представления о взаимосвязи успешности карьеры и романтических отношений // Национальный психологический журнал. – 2015. – № 1 (17). – С. 111-118.
118. Конева Е.В., Процевская В.Н. Восприятие интернет-контента в зависимости от возраста // Новое слово в науке: стратегии развития. Сборник материалов XIV Международной научно-практической конференции. ФГБОУ ВО «Чувашский государственный университет им. И.Н. Ульянова»; Кыргызский экономический университет им. М. Рыскулбекова. – Чебоксары. – 2020. – С. 68-70.
119. Конева Е.В., Солондаев В.К. Характеристики обыденных представлений о взаимодействии врач – родители – ребенок и чувствительность к внешним факторам // Медицинская психология в России: электрон. науч. журн. – 2014. – N 4(27) [Электронный ресурс]. – URL: <http://mprj.ru> (дата обращения: 06.09.2024).
120. Коноза А.С. Гостинг как проблема современных гендерных отношений // Теоретические и прикладные исследования в области социально-гуманитарных наук. Материалы XXXI Всероссийской научно-практической конференции. – Ростов-на-Дону. – 2023. – С. 145-146
121. Кормилицин А.В., Рудин И.В., Кочурина Н.А. Выбор долговременного партнера: концепции биологического и психологического // Вестник ТГПУ. – 2012. – 6 (121). – С 112 – 120.
122. Корогодина А.М. Консенсуальный союз как альтернатива традиционному браку // Образование, наука и молодежь – 2017 Материалы научно-практических конференций [Электронный ресурс]. – Керченский государственный морской технологический университет. – 2017. – С. 22-26.
123. Короленко А.В., Калачикова О.Н. Репродуктивные установки молодых семей: факторы и условия реализации (по материалам углубленных интервью) // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2022 – №15(2). – С. 172-189. DOI:10.15838/esc.2022.2.80.11.
124. Корытникова Н.В. Интернет-зависимость и депривация в результате виртуальных взаимодействий // Социологические исследования. – 2010. – N6 (314). – С. 70-79.
125. Крылова А.Д. Фаббинг в близких гетеросексуальных отношениях // Психология - наука будущего. Материалы VIII Международной конференции молодых ученых. Ответственные редакторы: Е.А. Сергиенко, Н.Е. Харламенкова. – 2019. – С. 210-214.
126. Крюкова Т.Л., Екимчик О.А. Фаббинг как угроза благополучию близких отношений // Консультативная психология и психотерапия. – 2019. – Т. 27. – №3. – С. 61–76.

127. Крюкова Т.Л., Екимчик О.А., Опекина Т.П. Психология совладания с трудностями в близких (межличностных) отношениях. – Кострома, 2020. – 340 с.
128. Крюкова Т.Л., Сапоровская М.В., Куфтяк Е.В. Психология семьи: жизненные трудности и совладание с ними. Учебное пособие. Серия «Современный учебник». – СПб.: «Речь», 2005. – 240 с.
129. Куликов Л.В., Леоненко Н.О., Пульцина К.И. Вовлеченность подростков в сетевую коммуникацию: эмпирическое исследование // Человеческий капитал как фактор социальной безопасности: сборник материалов международной научно-практической конференции. – Екатеринбург, 2022. – С. 127-132.
130. Куликов Л.В., Пастушик М.М. Обзор зарубежных исследований по проблеме эмоциональной близости // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12. Психология. Социология. Педагогика. – 2009. – Вып. 4. – С. 161-167.
131. Кыштымова И.М., Макаревич В.В. Любовь в системе социально значимых ценностей студенческой молодежи // Известия Иркутского государственного университета. Серия: Психология. – 2020. – № 31. – С. 66-80.
132. Лабунская В.А., Гура О.Р. Ценностные ориентации как предикторы значимости привлекательного внешнего облика в дружеских и романтических отношениях // Российский психологический журнал. – 2022. – Т. 19. – № 3. – С. 219–231. DOI: 10.21702/rpj.2022.3.14.
133. Лебедева Л.Г. Преемственность поколений как аспект интеграции и дезинтеграции в социальном пространстве современного российского общества // Общественные науки. – 2016. – Т.1. – №37. – С. 122-129.
134. Левада Ю.А. Поколения XX века: возможности исследования // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – М., 2001. – №5 (55). – С. 7-14.
135. Левада Ю.А. Заметки о «проблеме поколений» // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2002. – № 2 (58). – С. 9–11.
136. Левкович В.П. Особенности добрачного периода жизни супругов как одна из причин стабилизации и дестабилизации молодой семьи // Знание. Понимание. Умение. – 2010. – № 1. – С. 82–85.
137. Ледовская Т.В. Факторы выбора брачного партнера на разных возрастных этапах // Вестник Вятского государственного университета. – 2021. – № 3 (141). – С. 131-138.
138. Лем А.С. Репродуктивные намерения студенческой молодежи в условиях цифровизации и развития искусственного интеллекта // Традиционная семья как основа национальной безопасности России. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Иваново, 2024. – С. 222-230.

139. Леонгардт А.В. Особенности представлений девушек об идеальном брачном партнере // Наука и молодежь: проблемы, поиски, решения. Труды Всероссийской научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. – 2019. – С. 143-146.
140. Леонова О.А., Семенова Л.Э. Удовлетворенность браком и степень приверженности гендерным нормам женщин и мужчин // Проблемы современного педагогического образования. – 2020. – №68-2. – С. 441-444.
141. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. – М.: Политиздат, 1975. – 304 с.
142. Лисовский В.Т. Молодежь: любовь, брак, семья. – СПб.: Изд-во Наука, 2004. – 268 с.
143. Ломов Б.Ф. Системность в психологии. – М., 2011. – 424 с.
144. Лысюк Л.Г. Христианская модель семьи как основа семейного консультирования // Московский психотерапевтический журнал. – 2004. – №4. – С. 65-76.
145. Ляпунова А.В. Исследование ролевых ожиданий в браке у студентов-психологов // Мониторинг. – 2009. – № 6 (94). – С. 220–227.
146. Максименко А.А., Дейнека О.С., Духанина Л.Н., Сапоровская М.В. Фаббинг: особенности аддиктивного поведения молодежи // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2021. – № 4 (164). – С. 345-362.
147. Маленова А.Ю. Гендерные особенности родительских установок и отношения молодежи к сознательно бездетному браку // Социальная психология: вопросы теории и практики. Материалы VII Международной научно-практической конференции памяти М.Ю. Кондратьева «Социальная психология: вопросы теории и практики» (12–13 мая 2022 г.). – М.: ФГБОУ ВО МГППУ, 2022. – С. 261-263.
148. Мангейм К. Очерки социологии знания: Проблема поколений – состязательность – экономические амбиции. – М.: ИНИОН, 2000. – 164 с.
149. Марцинковская Т.Д., Полева Н.С. Поколения эпохи транзитивности: ценности, идентичность, общение // ФГБНУ «Психологический институт Российской академии образования». – 2017. – №1(89). – С. 24-37.
150. Марцинковская Т.Д. Информационное пространство транзитивного общества: проблемы и перспективы развития // Консультативная психология и психотерапия. – 2019. – Т. 27. – № 3. – С. 77–96. DOI: 10.17759/cpp.2019270306
151. Матанцева Д.А. Стереотипы и нарушение социальных ритуалов общения на сайтах знакомств (BADOO) // Социологический нарратив 2020. Общество в эпоху турбулентности: поиски, угрозы и перспективы. Сборник статей по материалам XIX Всероссийской научной конференции студентов и аспирантов. Под общей редакцией Р.И. Анисимова. – 2020. – С. 214-223.

152. Медведева А.А., Ипполитова Е.А. Представления о перспективах в семейной сфере женщин, переживших измену брачного партнера // В сборнике: Психология - наука будущего. Материалы VIII Международной конференции молодых ученых. Ответственные редакторы: Е.А. Сергиенко, Н.Е. Харламенкова. – 2019. – С. 262-265.
153. Мельников Е.Г., Косарева Е.П. Гендерные различия в выборе партнера в рамках мероприятия формата «speed-dating»: опыт эмпирического исследования // Управление социально-экономическими системами: теория, методология, практика. Сборник статей II Международной научно-практической конференции. – 2017. – С. 207-210.
154. Мельникова О.Т., Кутковая Е.С. Дискурсивный подход к исследованию идентичности // Вестник Московского университета. – 2014. – №1. – С. 59-71.
155. Мельникова О.Т., Савенков Д.Д. Проективные методы в исследовании социальных представлений (на примере изучения социальных представлений о мужчинах) // Вопросы психологии. – 2022. – Т. 68. – №5. – С. 54-64.
156. Мельникова О.Т., Тычинина М.И. Модели романтических отношений и нарративная идентичность представительниц поколений X, Y, Z // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». – 2022. – № 2. – С. 47–69. DOI: 10.28995/2073-6398-2022-2-47-69
157. Мердок Дж.П. Социальная структура. – М., 2003. – 608 с.
158. Мещерякова М.Ю. Социальные представления о психически больных и психиатрии в контексте проблемы стигматизации // 73-я Итоговая научная конференция студентов Ростовского государственного медицинского университета. Сборник материалов. – 2019. – С. 183-184.
159. Микляева А.В., Проект Ю.Л., Хороших В.В. Трансформация социокультурных ценностей и традиций в информационную эпоху как предпосылка изменения гражданской и политической активности российского студенчества // Психология человека в образовании. – 2022. – Т. 4, №1. – С. 76-90. DOI: 10.33910/2686-9527-2022-4-1-76-90.
160. Миронова О.И., Руонала Л.А., Миронов Е.С. Цифровизация социальных контактов – риски для женщин, использующих приложения и сайты знакомств для поиска брачного партнера [Электронный ресурс] // Психология и право. – 2021. – Том 11. – №4. – С. 42–63. DOI:10.17759/psylaw.2021110404
161. Мирошкина М.Р. X, Y, Z. Теория поколений. Новая система координат. // Вопросы воспитания. – 2014. – №2. – С. 50-57.
162. Молевич Е. Ф. Гендерные сдвиги в современных брачно-семейных отношениях: смена парадигмы // Женщина в российском обществе. – 2002. – №2-3. – С. 38-42.

163. Нагорнова А.Ю., Буслаева Е.Л., Власова Н.В., Сухих И.С., Божкова Г.Н., Киворкова А.Ю., Соловьев А.Г., Голубева Е.Ю., Петраш Е.А., Сидорова Т.В., Пшеничнова И.В., Терюшкова Ю.Ю. Феномен одиночества в современном мире: коллективная монография. Ульяновск, 2020. – 137 с.
164. Назаров В.И., Белова Е.А. Психологические предпосылки развития интернет-зависимости в период юности // Развитие человека в современном мире. – 2020. – №2. – С. 80-85.
165. Непомелуева М.И., Рикель А.М. Представления молодого поколения россиян об измене в романтических отношениях // Психологический журнал. – 2021. – Т. 42. – № 1. – С. 56-65.
166. Нестерова А.А., Левин Л.М. Зарубежные и отечественные исследования интернет-зависимости и включенности в социальные сети у молодежи // Человеческий капитал. – 2020. – № 1(133). – С. 92-99.
167. Нестерова А.А., Феклисова А.А. Фаббинг: стремление к поверхностным контактам с другими и избегание глубинных контактов с собой // Социальная психология и общество. – 2024. – Т. 15. – № 2. – С. 82-99. DOI:10.17759/sps.2024150206.
168. Нестерова А. А., Щукина О. Г. Особенности проявления романтической ревности и построения отношений у мужчин и женщин // Вестник Государственного университета просвещения. Серия: Психологические науки. – 2024. – №1. – Том 8. – С. 87-104.
169. Нестерова Е.М. Метод неоконченных предложений в исследовании обыденных представлений о социальной креативности // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: познание. – 2024. – №2. – С. 35-41.
170. Нестерук О.О. Медиатизация романтики: использование мобильных приложений для знакомств // Журналистика и медиакоммуникации в цифровой среде – 2023. Сборник научных статей II Международной студенческой научно-практической конференции. – Москва. – 2023. – С. 138-141.
171. Нестик Т.А., Журавлев А.Л. Психология глобальных рисков. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2018 – 402 с.
172. Нечаев В.Д., Дурнева Е.Е. «Цифровое поколение»: психолого-педагогическое исследование проблемы // Педагогика. – 2016. – №1. – С. 36-45.
173. Никитина А.А. Гендерные особенности представлений студентов о распределении ролей в семье // Педагогический вестник. – 2024. – №33. С. 23-27.
174. Никифорова А.В. Структура социальных представлений о материнстве у женщин, определяющих себя как чайлдфри, и женщин, принявших решение иметь детей // Проблемы социальной психологии и социальной работы: XVIII Всероссийская

Парыгинская научно-практическая конференция с международным участием, 14 апреля 2023 г. – СПб: СПбГУП, 2023. – С. 108-110.

175. Новая философская энциклопедия [Электронный ресурс]. URL: <https://iphlib.ru/greenstone3/library/collection/newphilenc/document/HASH0147b7dcf887b53fe851af47?p.s=TextQuery> (дата обращения 06.09.2024)
176. Обухова Ю.В., Сыроваткина А.Ю. Представление об идеальном партнере романтических отношений у студентов непсихологических направлений подготовки // Личность в культуре и образовании: психологическое сопровождение, развитие, социализация: материалы Всероссийской научно-практической конференции. – 2017. – № 5. – С. 164-168.
177. Ожиганова Е.М. Теория поколений Н. Хоува и В. Штрауса. Возможности практического применения // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2015. – №1. – С. 94-97.
178. Озерина А.А, Пирогова О.Д., Тимофеев Н.Е. Особенности представлений о партнере, супруге и родителе у юношей и девушек // Artium Magister. – 2020. – Т20. – №1. – С. 5-10.
179. Оловянишников О.С., Шевченко Л.В. Влияние сервисов знакомств на трансформацию романтических отношений молодёжи // Сборник избранных статей научной сессии ТУСУР. Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2024. – №1-3. – С. 302-304.
180. Опекина Т.П., Сапоровская М.В. Особенности эмоциональных состояний взрослых в ситуации длительного отсутствия романтических отношений // Вестник Омского университета. Серия «Психология». – 2022. – № 4. – С. 55–61. DOI:10.24147/2410-6364.2022.4.55-61.
181. Опекина Т.П., Екимчик О.А. Привязанность как предиктор удовлетворенности близкими отношениями у партнеров // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. – 2022. –Т. 7. – № 4(28). С. 101-121.
182. Ополовникова А.С., Крюкова Т.Л. Конфликты и способы совладания с ними на начальных этапах развития близких (романтических) отношений // Социальная психология: вопросы теории и практики. Материалы IX Международной научно-практической конференции памяти М.Ю. Кондратьева. – Москва, 2024. – С. 486-488.
183. Осипова И. Репродуктивные установки россиян и отношение к государственным мерам поддержки рождаемости // Демографическое обозрение. – 2020. – ТОМ 7. – №2. – С. 97-120.

184. Официальный сайт фонда «Общественное мнение». Бюллетень Интернет в России. Вып. 43. Осень 2013 г. Интернет в России: динамика проникновения. Осень 2013. URL: <http://fom.ru/SMIi-internet/11288> (дата обращения 06.09.2024)
185. Панкратова Л.С. Социологическое наследие С.И. Голода: концепция сексуальности // Теория и практика общественного развития. – 2021. – №1(155). – С. 38-41.
186. Панкратова Л.С. Этические проблемы и политика регулирования внедрения технологий искусственного интеллекта в сервисы онлайн-знакомств // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2019. – Т. 8. – №4(29). – С. 47-50.
187. Панфилова Ю.М. Ориентация во взаимодействии с партнером в незарегистрированном браке и готовность к переходу к семейно-брачным отношениям // Человеческий фактор: Социальный психолог. – 2022. – № 1 (43). – С. 254-260.
188. Петрушихина Е.Б., Солодникова И.В., Солодников В.В., Седова О.Л., Загорюлько А.В., Дорожевец А.Н., Смирнова Т.Ю. Поколенческий подход в гуманитарных науках // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». – 2016. – № 4 (6). – С. 139–150.
189. Пищик В.И. Особенности Взаимодействия Поколений В «Текущей Современности» // Комплексные исследования человека: психология. – Томск, 2017. – С. 176-179.
190. Пищик В.И. Поколения: социально-психологический анализ ментальности // Социальная психология и общество. – 2011. – №2. – С. 80-88.
191. Пищик В.И., Сиврикова Н.В. Динамика смысловых составляющих ментальности поколений // Российский психологический журнал. – 2014. – Т. 11. – №3. – С.73-82.
192. Плеханова Т.Ф. Дискурс-анализ текста. – Минск: ТетраСистемс, 2011. – 369 с.
193. Погодина Е.К. Основы семейной жизни. Учебное пособие. – Витебск, 2003. – 94 с.
194. Поддубный С.Е., Позняков В.П. Личностные особенности мужчин и женщин, партнеров в парах с разным статусом близких отношений // Методология современной психологии. – 2023. – №18. – С. 335-342.
195. Поддубный С.Е., Позняков В.П. Намерения и ожидания партнеров в парах с разным статусом близких эмоциональных отношений // Человеческий фактор: социальный психолог. – 2022. – №2(44). – С. 273-281.
196. Позднякова А.В. Социально-психологическое представление молодёжи о супружеских отношениях в современном мире // Проблемы современного образования. – 2024. – №3. – С. 28-42.

197. Позняков В.П., Панфилова Ю. М. Личностные факторы ориентации во взаимодействии с партнером в незарегистрированном браке // История, современность и перспективы развития психологии в системе Российской Академии наук: Материалы Международной юбилейной научной конференции, посвященной 50-летию создания Института психологии РАН, 16–18 ноября 2022 г. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2022. – С. 372-374.
198. Позняков В.П., Панфилова Ю.М. Личностные черты как фактор направленности во взаимодействии с партнером в незарегистрированном браке // Психология человека как субъекта познания, общения и деятельности. Отв. Ред. В.В. Знаков, А.Л. Журавлев. – Москва, 2018. – С. 815-822.
199. Полухина Е. Онлайн-наблюдение как метод сбора данных // «ИНТЕРАкция. ИНТЕРвью. ИНТЕРпретация». – 2014. – №7. – С. 95-106.
200. Полянок О.В., Шнайдер Н.В., Сафронова И.Г. Особенности личности студентов поколения Y // Проблемы современного педагогического образования. – 2016. – Т.51. – №3. – С. 351-357.
201. Попович Ю.А., Кочетков Н.В. Специфика романтических отношений представителей разных сексуальных ориентаций // Социальная психология: вопросы теории и практики. Материалы VII Международной научно-практической конференции памяти М.Ю. Кондратьева «Социальная психология: вопросы теории и практики» (12–13 мая 2022 г.). – М.: ФГБОУ ВО МГППУ, 2022. – С. 365-367.
202. Прохорова М.В., Савичева А.В. Профессиональные предпочтения поколений Y и Z // История, современность и перспективы развития психологии в системе Российской Академии наук: Материалы Международной юбилейной научной конференции, посвященной 50 летию создания Института психологии РАН, 16–18 ноября 2022 г. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2022. – С. 759 – 761.
203. Пупкова Ю.В., Чердакова Е.С. Онлайн-знакомства как социокультурный феномен // Научные труды КубГТУ. – 2018. – № 8. – С. 152-162.
204. Пушина Л.Ю. Поколение как социокультурная общность // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия Социальные науки. – 2011. – № 3 (23). – С. 28–34.
205. Рагозинская В.Г. Половозрастные аспекты фаббинга // Известия высших учебных заведений. Уральский регион. – 2024. – №2. – С. 47-63.
206. Рагозинская В.Г. Проблема фаббинга в психологии: обзор научной литературы // Известия высших учебных заведений. Уральский регион. – 2021. – № 2. – С. 67-95.
207. Радаев В.В. Миллениалы на фоне предшествующих поколений: эмпирический анализ // Социологические исследования. – 2018. – № 3. – С. 15–33.

208. Радаев В.В. Миллениалы: Как меняется российское общество. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики. – 2019. – 224 с.
209. Разов П.В., Преснякова-Осипова И.В., Юшкова С.А. Молодая семья в современном российском социуме: образ и качество жизни. М., 2020. – 210 с.
210. Ракитская О.Н., Бараева Е.А. Значении образа супругов в удовлетворенности браком и сохранении семейных отношений // Проблемы современного педагогического образования. Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, 2024. – №84-2. – С. 467-470.
211. Реан А.А., Коновалов И.А. Семья и брак в сознании молодёжи // Вестник РФФИ. Гуманитарные и общественные науки. – 2024. – №4. – С.69-77.
212. Ребенок В. В. Обзор влияния установок и элементов типажа на выбор романтического и брачного партнера // Инновационная наука: психология, педагогика, дефектология. – 2022. – Т. 5. – №1. – С. 53–65. <https://doi.org/10.23947/2658-7165-2022-5-1-53-65>.
213. Рикель А.М., Доренская С.В. Социально-психологическая модель ценностей различных поколений современного российского общества // Российский психологический журнал. – 2017. – Т.14. – № 4. – С. 205–225.
214. Рикель А.М., Дорохов Е.А. Поколение как предмет социальной психологии: исследовать нельзя отказаться? // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. – 2023. – Т. 46. – № 3. – С. 143-165. <https://doi.org/10.11621/LPJ-23-31>
215. Рождественская Е. АВАТАР: визуализация идентичности в сети // «ИНТЕРакция. ИНТЕРвью. ИНТЕРпретация». – 2014. – №7. – С. 124-127.
216. Ростовцева М.В., Артюхова Т.Ю., Суворова Н.В., Авдеева Т.Г., Федорова Е.П. Исследование связи между личными установками, уровнем самоактуализации и удовлетворенностью браком в семейных парах // Психолог. – 2022. – №3. –С. 47-59.
217. Рощенко Т.А., Глебец И.В. Представление современной молодежи об образе мужчины и женщины в социальных сетях // Проблемы теории и практики современной психологии. Материалы XVIII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Иркутск, 25-26 апреля 2019. – Иркутск, Изд-во ИГУ, 2019. – С. 159-162.
218. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. – СПб: Издательство «Питер», 2000. – 712 с.
219. Руднева Д.Ю. Консенсуальный брак в контексте социальной трансформации института современной российской семьи // Всероссийский журнал научных публикаций Социологические науки. – 2010. – Ноябрь. – С. 87-89.

220. Румянцева Д.А. Когнитивные искажения в партнерских гетеросексуальных отношениях: постановка проблемы // Ступени роста – 2019: тезисы 71-й межрегионал. науч.-практ. конф. молодых ученых. – Кострома, 2019. – С. 353–354.
221. Руснакова Е.В., Иващенко И.Д. Влияние интернета на современное поколение: виды зависимостей // Мир педагогики и психологии. – 2024. – №3(92). – С. 195-201.
222. Рыбакова Л.С. Феномен измен в романтических отношениях // Сборник материалов республиканской научно-практической конференции студентов и молодых ученых, посвященной 95-летию со дня рождения профессора Маслакова Дмитрия Андреевича. Гродно. – 2022. – С. 613-614.
223. Сабитова И.С. Социальные представления студенческой молодежи о психологических причинах возникновения насилия в интимно-личностных отношениях // Вестник Калужского университета. Серия «Психологические науки. Педагогические науки». – 2024. – Т.7. – №2(23). – С.53-60. DOI:10.54072/26586568_2024_7_2_53.
224. Самолдин А.И., Косолапова И.В., Дорохов Е.В. Зависимость выбора партнера для отношений от различных факторов // Молодежный инновационный вестник. – 2024. – Том 13. – №2. – С. 111-116.
225. Самохвалова А.Г., Тихомирова Е.В. Связь близости в романтических отношениях и сепарации от родителей в юношеском возрасте // История, современность и перспективы развития психологии в системе Российской Академии наук: Материалы Международной юбилейной научной конференции, посвященной 50-летию создания Института психологии РАН, 16–18 ноября 2022 г. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2022а. – С. 467-469.
226. Самохвалова А.Г., Тихомирова Е.В. Совладание с разрывом романтических отношений у юношей и девушек // Психология стресса и совладающего поведения: устойчивость и изменчивость отношений, личности, группы в эпоху неопределенности: Материалы VI Международной научной конференции. Кострома, 2022б. – С. 319-325.
227. Сапоровская М.В. Межпоколенный копинг в семье: социально-психологические механизмы и групповые эффекты // Психологические исследования. – 2016. – Т.9. – № 49. – С. 3. URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения 06.09.2024).
228. Сапоровская М.В. Психология межпоколенных отношений в современной российской семье. – Кострома, 2012. – 430 с.
229. Сапоровская М.В., Екимчик О.А., Опекина Т.П. Близкие отношения: теоретический обзор исследований и концептуализация модели // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология.

- Социокинетика. – 2021. – Т.27. – №4. – С.144–154. ISSN2073-1426. <https://doi.org/10.34216/2073-1426-2021-27-4-144-154>
230. Сборник психологических тестов. Часть III: Пособие / Сост. Е.Е.Миронова. – Мн.: Женский институт ЭНВИЛА, 2006. – 120 с.
231. Сексологическая энциклопедия [Электронный ресурс]. URL: https://gufo.me/dict/sexology_encyclopedia/Любовь (дата обращения 06.09.2024)
232. Сергеева Е.А. Стили привязанности и удовлетворённость добрачными и супружескими отношениями // Петровские образовательные чтения. Духовно-нравственные ценности в современном российском обществе. Сборник научных трудов XII Международной научно-практической конференции. – Магнитогорск, 2024. – С. 253-257.
233. Силаков А.С. Социальные представления школьников об истории России // Образ Родины: содержание, формирование, актуализация. Материалы V Международной научной конференции. – Москва, 2021. – С. 377-382.
234. Синьковская И.Г. Представления молодежи о семейном счастье, идеальном брачном партнере // Актуальные психолого-педагогические, философские, экономические и юридические проблемы современного российского общества. Коллективная монография. – Ульяновск, 2019. – С. 429-448.
235. Соколова Н. Поколение игрек [Электронный ресурс] // Профиль, 20.09.2010. URL: <https://profile.ru/arkhiv/item/58878-pokolenie-igrek-58878> / (дата обращения: 06.09.2024).
236. Солдатова Г.У., Войскунский А.Е. Социально-когнитивная концепция цифровой социализации: новая экосистема и социальная эволюция психики // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2021. –Т.18. – №3. – С. 431-450.
237. Солдатова Г.У., Рассказова Е.И. Итоги цифровой трансформации: от онлайн-реальности к смешанной реальности // Культурно-историческая психология. – 2020. –Т.16. – №4. – С. 87-97. DOI: <https://doi.org/10.17759/chp.2020160409>
238. Солдатова Г.У., Рассказова Е.И., Нестик Т.А. Цифровое поколение России: компетентность и безопасность. – М.: Смысл, 2017. – 375 с.
239. Солдатова Е.Л. Семейные ценности как основа межпоколенной коммуникации // Семья и современный социум, серия: семья и дети в современном мире / Под ред. В.Л. Ситникова, С.А. Бурковой, Э.Б. Дунаевской. – СПб.: «Социальногуманитарное знание», 2017. – С. 104-109.
240. Социальные сети в России. Зима 2015–2016 [Электронный ресурс] URL: https://br-analytics.ru/sample_report/social_network_russia_winter_2015_2016.pdf (дата обращения: 06.09.2024)

241. Стефурак К.Н. Влияние опыта романтических отношений на представления старшеклассников о реальном и идеальном романтическом партнере // Ломоносов–2016: мат-лы междунар. научной конф. студентов, аспирантов и молодых ученых. Секция «Психология». – М.: МГУ, 2016. – С. 1–2.
242. Сунцова Я.С., Пиминова А.Д. Представления о будущих семейных отношениях лиц юношеского возраста в связи с отношениями в родительской семье // Актуальные тенденции социальных коммуникаций: история и современность. Сборник научных статей. Ижевск, 2024. – С. 241-254.
243. Таблолина А.В. Исследование представлений о супружеской измене среди брачных партнеров: кросс-культурный анализ // Общество: социология, психология, педагогика. – 2018. – №2. – С. 83-86.
244. Тарасевич Т.В. Мотивы выбора брачного партнера // Психология: традиции и инновации: материалы II Междунар. науч. конф. (г. Самара, март 2016 г.). – Самара: ООО "Издательство АСГАРД", 2016. – С. 36.
245. Твендж Дж. М. Поколение селфи: кто такие миллениалы и как найти с ними общий язык / Пер. с англ. Е. Деревянко. – М.: Эксмо. – 2018. – 336 с.
246. Тепсикоева В.А., Ильченко В.В. Романтические отношения и добрые половые установки у юношей и девушек // Психология XXI века: методология психологической науки и практики. Сборник тезисов участников международной научной конференции молодых ученых. Под научной редакцией А.В. Шаболтас. – 2020. – С. 222-223.
247. Терентьева В. И. Семейное счастье, материнство в рефлексии поколений Y, Z, X; осознанная идентичность поколений к семье, отечеству // Вестник Восточно-Сибирской открытой академии. – 2024. – №53.
248. Тихомирова Е.В., Шibaкова В.В. К вопросу о близости в реальных и онлайн-отношениях с романтическим партнером // Психология стресса и совладающего поведения: устойчивость и изменчивость отношений, личности, группы в эпоху неопределенности: Материалы VI Международной научной конференции. Кострома, 2022. – С. 343-349.
249. Толочек Е.В. Современность и представления о человеке (в представлениях преподавателей и студентов о качествах мужчин и женщин) // Психология в пространстве образования и личностного развития: перспективные практики научного исследования и сотрудничества. Материалы II-й Всероссийской научно-практической конференции. Калуга, 2024. – С. 355-359.
250. Тольц М. О влиянии брачного статуса на рождаемость // Демоскоп. – 2020. № 871–872. URL: <http://www.demoscope.ru/weekly/2020/0871/nauka03.php> (дата обращения: 06.09.2024).

251. Томгорова Г.Н. Представления о семейных ролях в межпоколенных отношениях в полных и неполных семьях // Общество: социология, психология, педагогика. – 2020. – №11 (39). – С. 82-87.
252. Троцук И.В. Теория и практика нарративного анализа в социологии. – М.: Уникум-центр, 2006. – 207 с.
253. Тырнова Н.А., Миронова Ю.Г. Интернет-знакомства как форма брачного выбора современной молодежи: социологический анализ // Социология. – 2017. – №4. – С. 32-35.
254. Тычинина М.И., Мельникова О.Т. Межличностные дискурсы и нарративы поколений X, Y и Z // // Социальная психология: вопросы теории и практики. Материалы VII Международной научно-практической конференции памяти М.Ю. Кондратьева «Социальная психология: вопросы теории и практики» (12–13 мая 2022 г.). – М.: ФГБОУ ВО МГППУ, 2022. – С. 483-485.
255. Тычинина М.И., Рикель А.М. Методологический анализ понятия «поколение» в социальной психологии: классические, неклассические и постнеклассические теории поколений // Теоретическая и экспериментальная психология. – 2024. – 17(4). – С. 146–164. DOI:10.11621/TEP-24-37.
256. Умярова Е. Ю., Шаталина М. А. Структурная организация личностной идентичности партнеров по романтическим отношениям, переживших измену // Актуальные вопросы развития личности профессионала: идентичность в контексте межкультурной коммуникации. Сборник материалов Международного психологического форума. – Самара, 2024. – С. 174-177.
257. Урусова Е.А., Хусяинов Т.М. Неслучайные встречи: как технологизируются знакомства и отношения в условиях общества постмодерна // Logos et Praxis. – 2018. – Т. 17. – №4. – С. 31-40.
258. Филлипс Л., Йоргенсен М.В. Дискурс-анализ: теория и метод. – Харьков: Гуманитарный центр, 2008. – 352 с.
259. Философский энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/3018/ПОКОЛЕНИЕ (дата обращения 06.09.2024)
260. Фоломеева Т.В. Использование проективных методик для повышения эффективности фокус-групп // Социология: 4М. – 2003. – N 17. – С. 83-108.
261. Фромм Э. Искусство любить. – М.: АСТ, 2024. – 224 с.
262. Фурманов И.А. Любовные аттитюды в романтических и супружеских отношениях // Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология. – 2019. – № 3. – С. 74-81.

263. Хан Ш.Д. Запутавшиеся в паутине: пагубное влияние социальных сетей на современную молодежь // Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT). – 2023. – №4(5). С. 192-232.
[https://doi.org/10.34680/EISCRT-2023-4\(5\)-192-232](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2023-4(5)-192-232)
264. Харчев А.Г. Брак и семья в СССР. – М.: Мысль, 1979. – 367 с.
265. Хашченко В.А., Шибанова Е.С. Представления о богатстве и бедности в различных социально-экономических условиях жизни: региональный аспект / Проблемы экономической психологии. Том 2 / Отв. ред. А.Л. Журавлев, А.Б. Купрейченко. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. – С. 476-512.
266. Хилл Ю.В. Цифровая измена: новый вид верности или повод для ревности? // Психология и психотерапия семьи. – 2022. – №3. – С. 68-71.
267. Целуйко В.М. Психология современной семьи: Кн. для педагогов и родителей. – М., 2004. – 134 с.
268. Чернова Ж.В. Специфика гендерных отношений молодых взрослых // Социологические исследования. – 2012. – №7. – С. 118-127.
269. Чугунова А.В. Структурно-содержательные особенности представлений о брачном партнере в позднем юношеском возрасте // Научно-практический электронный журнал Аллея Науки, 2018. – № 6 (22). – С. 127–132.
270. Шалаева А.А., Самыкина Н.Ю. Психологические характеристики представителей поколения Z // Психологические исследования. – 2015. – №11. – С. 84-98.
271. Шамис Е.М. В каких условиях растёт поколение Милениум и Z и что станет их ценностями. [Электронный ресурс] URL: <http://rugenations.ru/2009/05/21/в-каких-условиях-растет-поколение-мил/> (дата обращения 06.09.2024)
272. Шамис Е.М. Никонов Е. Н. Rugenerations — российская школа теории поколений. Миллениумы (Y) [Электронный ресурс] // URL: <https://rugenations.ru/category/миллениумы-у-85-03/> (дата обращения: 06.09.2024).
273. Шамис Е.М. Никонов Е. Н. Rugenerations — российская школа теории поколений. Беби-бумеры [Электронный ресурс] // URL: <https://rugenations.ru/category/беби-бумеры-44-63/> (дата обращения: 06.09.2024).
274. Шамис Е.М. Никонов Е. Н. Теория поколений. Необыкновенный икс. – М.: 2016. – 140 с.
275. Шамис Е.М. Никонов Е. Н. Теория поколений. Стратегия Беби-Бумеров. – М.: 2018. – 264 с.

276. Шараева Т.И. Брачные стратегии и стереотипы в выборе брачного партнера у современных калмыков как в культурно-сложном обществе // *Magna Adsurgit: Historia Studiorum*. – 2019. – №1. – С. 207-218.
277. Шевцова Т.С., Огай К.Е. Ролевые ожидания и мотивы супругов в ассиметричных по возрасту браках // *Проблемы современного педагогического образования*. – 2020. – №66-3. – С. 392-396.
278. Шелехов И.Л., Гребенникова Е.В., Берестнева О.Г., Иванкина Л.И., Жаркова О.С. Гендерные различия в образе идеального брачного партнера у современной студенческой молодежи // *Вестник ИЖГТУ им. М.Т. Калашникова*. – 2015. – № 1 (65). – С. 151–154.
279. Шершнева Т.В. Психологические особенности безопасного поведения при виртуальном общении // *Вестник Прикамского социального института*. – 2019. – № 2 (83). – С. 80–85.
280. Ширко С.М. Склонность к любовной аддикции в романтических отношениях у девушек и юношей // *София*. – 2018. – № 1. – С. 35–39.
281. Шмидт Д.А. Особенности поведения пользователей в социальных сетях как фактор формирования социальных представлений о брачном партнере // *Вестник Кемеровского государственного университета*. – 2020. – Т. 22. – № 3. – С. 778–788. DOI:10.21603/2078-8975-2020-22-3-778-788
282. Шнейдер Л.Б. Психология семейных отношений. Курс лекций. – М.: Апрель-Пресс, Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2000. – 512 с.
283. Шуман Г., Скотт Ж. Коллективная память поколений // *Социологические исследования*. – М., 1992. – № 2. С. – 47-60.
284. Шевяков А.Ю., Кирута А.Я. Неравенство, экономический рост и демография: неисследованные взаимосвязи. – М.: М-Студио, 2009. – 192 с.
285. Щербатых Ю.В. Психология любви и секса. Популярная энциклопедия. – М.: АСТ, 2010. – 30 с.
286. Щит Е.А, Красилов Т.А. Удовлетворенность браком и тип привязанности у женщин в разных видах брака // *Социальная психология: вопросы теории и практики. Материалы VII Международной научно-практической конференции памяти М.Ю. Кондратьева «Социальная психология: вопросы теории и практики» (12–13 мая 2022 г.)*. – М.: ФГБОУ ВО МГППУ, 2022. – С. 526-529.
287. Щукина О.Г. Социально-психологические особенности романтических отношений современной молодежи // *Человеческий капитал*. – 2023. – №5(173). – С. 241-253.

288. Эскиндаров М.А., Ручкина Г.Ф., Беседкина Н.И., Гагарина М.А. и др. Трансформация образовательного процесса в условиях смены поколений. – М.: Проспект, 2021. – 496 с.
289. Южанин М.А. Фаббинг как социально–коммуникативный феномен современности // Путеводитель предпринимателя. – 2022. – Т. 15. – №3. – С. 80-87. DOI:10.24182/2073-9885-2022-15-3-80-87.
290. Юнг К.Г. Брак как психологическое взаимоотношение. Санкт-Петербург-Москва. – 1997. – 354 с.
291. Юнель С.А., Балюкова И.Б., Сушко А.С. Личностные особенности студентов, детерминирующие выбор брачного партнера // Мир науки. Педагогика и психология. – 2020. –Т.8. –№2. – С. 69.
292. Якиманская И.С. Социальные представления об измене у мужчин и женщин, состоящих и не состоящих в браке // Психолог. – 2021. – № 1. – С. 47-59. DOI: 10.25136/2409-8701.2021.1.34994
293. Ясюкевич Е.Г, Смирнова Ю.С. Взаимосвязь удовлетворенности браком и конфликтности супружеских отношений в молодых и зрелых семьях // Социальная психология: вопросы теории и практики. Материалы VII Международной научно-практической конференции памяти М.Ю. Кондратьева «Социальная психология: вопросы теории и практики» (12–13 мая 2022 г.). – М.: ФГБОУ ВО МГППУ, 2022. – С. 541-543.
294. Abric J.-Cl. La notion de noyau central: bilans et perspectives actuelles // Actes de la Cinquième conférence internationale sur les représentations sociales. – Montréal. 2000. – P. 87-88.
295. Abric J-C. A structural approach to social representations // Representations of the social: Bridging theoretical traditions / Ed. by K. Deaux, G. Philogène. – Oxford: Blackwell Publishers, 2001. – P. 42–47.
296. Andreouli E., Chryssochoou X. Social representations of national identity in culturally diverse societies // The Cambridge Handbook of Social Representations / Ed. by G. Sammut, E. Andreouli, G. Gaskell, J. Valsiner. – Cambridge: CAP, 2015. – P. 309-322.
297. Augoustinos M., Hanson-Easey S., Due C. The essentialized refugee: representations of racialized “Others” // The Cambridge Handbook of Social Representations / Ed. by G. Sammut, E. Andreouli, G. Gaskell, J. Valsiner. – Cambridge: CAP, 2015. – P. 323-340.
298. Balbi A. Finding Love in a Hopeless Place: Dating Patterns of American Millennials. Honors Theses – Providence Campus. 21. 2016. 79 P. [Internet] URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/f24c/c522eb0f791d36bdaa139a9cec9650159005.pdf> (дата обращения 13.09.2024)

299. Bauer M. W. and Gaskell, G. *Biotechnology – the making of a global controversy*. – Cambridge University Press, 2002. – 430 p.
300. Bauman Z. *Liquid love: on the frailty of human bonds*. Cambridge: Polity Press, 2003. – 162 p.
301. Bencsik A., Horváth-Csikós G., Juhász T. Y and Z generations at workplaces // *Journal of Competitiveness*. – 2016. – Vol. 8. – No. 3. – P. 90-106.
302. Beneito-Montagut R. *Ethnography goes online: towards a user-centred methodology to research interpersonal communication on the internet* // *Qualitative Research*. – 2011. – № 11. – P. 716–735.
303. Bereczkei T., Gyuris P., Weisfeld G. E. Sexual imprinting in human mate choice // *Proc. Biol. Sci.* – 2004. – Vol. 271. – P. 1129–1134.
304. Blackhart G.C., Fitzpatrick J., Williamson J. Dispositional factors predicting use of online dating sites and behaviors related to online dating // *Computers in Human Behavior*. – 2014. – №33. – P. 113–118.
305. Bleyer J. Love the One You're Near. *Psychology Today*. – 2014. – 47(4). – 36 P.
306. Boddy C.A. Projective technique to help understand the non-rational aspects of withdrawal and undergraduate attrition // *The Journal of the Education Research Group of Adelaide*. – Vol. 1. – №3. – February 2010. – P. 11-20.
307. Bonilla-Zorita G., Griffiths M.D., Kuss D.J. Online Dating and Problematic Use: A Systematic Review. *International Journal of Mental Health and Addiction*. – 2021. – №19(2). – P. 2245–2278.
308. Bradbury M. A. I. *Representations of death: a social psychological perspective*. London and New York: Routledge. – 1999. – 227 p.
309. Branthwaite A., Cooler P. A new role for projective techniques // *Worldwide Qualitative Research Conference and Exhibition 2001*. – Budapest, 2001. – P. 237-261.
310. Brondi S., Neresini F., Sciandra A. The social representation of nanotechnologies and its relationships with those of science and technology: Making familiar the unfamiliar between enthusiasm and caution // *Journal of Risk Research*. – 2021. – №25. – P.113-137.
311. Campbell S.M., Twenge J.M. Campbell W.K. Fuzzy But Useful Constructs: Making Sense of the Differences Between Generations [Internet] // *Work, Aging and Retirement*. – 2017. – № 3 (2). – P. 130–139. URL: <https://doi.org/10.1093/workar/wax001> (дата обращения 13.09.2024).
312. Carswell K.L., Impett E.A. What fuels passion? An integrative review of competing theories of romantic passion. *Social and Personality Psychology Compass*. – 2021. – V. 15(8). – P. 12629.

313. Castells M. Communities, Networks, and the Transformation of Sociability // *The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, Business and Society*. – Oxford: Oxford University Press, 2002. – P. 125–126.
314. Castro P. Social representations of sustainability: researching time, institution, conflict and communication // *The Cambridge Handbook of Social Representations* / Ed. by G. Sammut, E. Andreouli, G. Gaskell, J. Valsiner. – Cambridge: CAP, 2015. – P. 295-308.
315. Cherlin A.J. Degrees of Change: An Assessment of the Deinstitutionalization of Marriage Thesis // *Journal of Marriage and Family*. – 2020. – Vol. 82. –No. 1. – P. 62–80. DOI: 10.1111/jomf.12605
316. Crossley M. Narrative analysis // Lyons E., Coyle A. L. (Eds.) *Analyzing qualitative data in psychology*. – London: Sage, 2007. – P. 131-144.
317. Davies W. *You Don't Know Me... But Social Capital and Social Software*. – L.: The Work Foundation, 2003. – 68 p.
318. Davis M. Intimate partner support: A comparison of gay, lesbian, and heterosexual relationships // *Journal of the international association for relationship research*. –2017. – V. 24. – № 2.
319. Del Campo R.G., Haggerty L.A., Haney M.J., Knippel L.A. *Managing the multi-generational workforce: From the GI generation to the millennials*. – Burlington: Gower Publishing, 2010. – 120 p.
320. Dicks B., Mason B., Coffey A., Atkinson P. *Qualitative Research and Hypermedia. Ethnography for the Digital Age*. – L.: Sage, 2005. – 200 p.
321. Doise W. Human rights studied as normative social representations // *Representations of the social: Bridging theoretical traditions* / Ed. by K. Deaux, G. Philogène. Oxford: Blackwell Publishers, 2001. P. 96–112.
322. Duveen G. Representations, identities, resistance // *Representations of the social: Bridging theoretical traditions* / Ed. by K. Deaux, G. Philogène. – Oxford: Blackwell Publishers. 2001. – P. 257–270.
323. Duveen G., Lloyd B. Introduction // *Social representations and the development of knowledge* / Ed. by G. Duveen, B. Lloyd. – Cambridge: Cambridge University Press, 1990. – P. 3–20.
324. Eastwick P.W., Finkel E.J., Simpson J.A. Relationship Trajectories: A Meta-Theoretical Framework and Theoretical Applications. *Psychological Inquiry*. – 2019. V. 30(1). – P. 1–28.
325. Eicher V., Bangerter A. Social representations of infectious diseases // *The Cambridge Handbook of Social Representations* / Ed. by G. Sammut, E. Andreouli, G. Gaskell, J. Valsiner. – Cambridge: CAP, 2015. – P. 385-396.

326. Escobar-Viera C.G., Shensa A., Bowman N.D., Sidani J. E., Knight J., James A. E., Primack B.A. Passive and Active Social Media Use and Depressive Symptoms Among United States Adults // *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. – 2018. – Vol. 21(7). – P. 437–443.
327. Farr R.M. Theory and method in the study of social representations // *Empirical approaches to social representations* / Ed. by G.M. Breakwell, D.V. Canter. – Oxford: Oxrod University Press, 1993. – P. 15–38.
328. Fasanelli R, Galli I, Rivero R, Piscitelli A. Social Representations of Insects as Food: An Explorative-Comparative Study among Millennials and X-Generation Consumers // *Insects*. – 2020. – Sep 24. – 11(10). P. 656. DOI: 10.3390/insects11100656.
329. Finke E.J, Simpson J.A, Eastwick P.W. The Psychology of Close Relationships: Fourteen Core Principles. *Annual Review of Psychology*. – 2017. – V. 68. – P. 383–411.
330. Flament C. Structure et dynamique des représentations sociales // *Les représentations sociales* / Ed. by D. Jodelet. – P.: PUF, 1989. – P. 204-219.
331. Flick U. An introduction to qualitative research. – London: Sage, 2009. – 506 p.
332. Flick U., Foster J.L., Caillaud, S. Researching social representations // *The Cambridge Handbook of Social Representations* / Ed. by G. Sammut, E. Andreouli, G. Gaskell, J. Valsiner. – Cambridge: CAP, 2015. – P. 64-80.
333. Galli I, Nigro G. The social representation of radioactivity among Italian children // *Journal for the theory of social behavior*. – Oxford, 1987. – Vol. 23. – P. 535-549.
334. Gangestad S. W., Simpson J. A. The evolution of human mating: trade-offs and strategic pluralism // *Behav. Brain Sci.* – 2000. – Vol. 23. – P. 573–644.
335. Gergen K. Narrative, Moral Identity and Historical Consciousness: a Social Constructionist Account, [Электронный ресурс], 1998. URL: http://www.swarthmore.edu/sites/default/files/assets/documents/kenneth-gergen/Narrative_Moral_Identity_and_Historical_Consciousness.pdf (дата обращения 13.09.2024)
336. Gervais M.-C. Social representations of nature: the case of the 'Braer' oil spill in Shetland. Ph.D. thesis, London School of Economics and Political Science. – 1997. – 336 p.
337. Gordon K. C., Mitchell E. A. Infidelity in the Time of COVID-19 // *Family Process*. 2020. – №59(3). – P. 956-966. DOI: 10.1111/famp.12576 [Электронный ресурс].URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7361516/> (дата обращения: 13.09.2024).
338. Grenier A.M. Crossing age and generational boundaries: Exploring intergenerational research encounters // *Journal of Social Issues*. – 2007. – Vol. 63. – No. 4. P. 713-727.

339. Hance Margaret A., Blackhart Ginette & Dew Megan. Free to be me: The relationship between the true self, rejection sensitivity, and use of online dating sites, *The Journal of Social Psychology*. – 2018, – 158:4, – 421-429, DOI: 10.1080/00224545.2017.1389684
340. Harré R., *Discursive Psychology and the Boundaries of Sense // Organization Studies*. Sage Publications. – 2004. – Vol. 25. – №8. – P. 1435 -1453.
341. Hepburn A., Wiggins, S. *Discursive research in practice. New approaches to psychology and interaction*. – Cambridge: Cambridge University Press, 2007. – 322 p.
342. Hine C. *Virtual ethnography: modes, varieties, affordances // The SAGE Handbook of Online Research Methods*. – L.: Sage, 2008. – P. 257–270.
343. Howe N., Strauss W. *Millennials Rising: The Next Great Generation*, – New York: Vintage Books, 2000. – 432 p.
344. Jankowiak W., Barlet, J., Hill S., Soika J., Escasa M. *Teasing with Sex, Hunting for a Relationship: What a Popular Adult Dating / Sex Site Can Tell Us About 21St Century USA Female Sexual Behaviour*. University of Nevada, Las Vegas. – 2017.
345. Jodelet D. *Madness and social representations: living with the mad in one French community*. Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf. – 1989. – 310 p.
346. Jodelet D. *On structuring and outlining processes in the study of social representations*. *Pap. Soc. Represent.* – 2016. – 25:2.1 P. 2-11.
347. Kim A.J., Zulueta J.O. *Japanese Families and COVID-19: “Self-Restraint”, Confined Living Spaces, and Enhanced Interactions // Journal of Comparative Family Studies*. – 2020. – Vol. 51. – No. 3–4. – P. 360–368. DOI: 10.3138/jcfs.51.3-4.011
348. Koike M., Loughnan S. *Virtual relationships: Anthropomorphism in the digital age*. *Soc. Personal Psychol Compass*. – 2021. – V. 15. – P. 12603.
349. Kozinetz V. R. *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. – L.: Sage, 2010. – 211 p.
350. Kryś K. et al. *Family First: Evidence of Consistency and Variation in the Value of Family Versus Personal Happiness Across 49 Different Cultures // Journal of Cross-Cultural Psychology*. – 2023. – Vol. 54(3). P. 323–339. DOI: 10.1177/00220221221134711
351. Lahlou S. *Social Representations and Social Construction: the Evolutionary Perspective of Installation Theory // The Cambridge Handbook of Social Representations / Ed. by G. Sammut, E. Andreouli, G. Gaskell, J. Valsiner*. – Cambridge: CAP, 2015. – P. 193-209.
352. Lauri M.A. *Social change, social marketing and social representations // The Cambridge Handbook of Social Representations / Ed. by G. Sammut, E. Andreouli, G. Gaskell, J. Valsiner*. – Cambridge: CAP, 2015. – P. 397-410.
353. Lebow J.L. *Family in the Age of COVID-19 // Family Process*. – 2020. – Vol. 59. – No. 2. – P. 309–312. DOI: 10.1111/famp.12543.

354. Lewis K. et al. Tastes, Ties, and Time: A New Social Network Dataset Using Facebook.com // Social networks. – 2008. – Vol. 30. – № 4. – С. 330–342.
355. Lippman W. Public opinion. With a new introduction by Michael Curtis. Transaction Publishers, New Brunswick and London. – 1998. – 427 p.
356. Little A. C., Jones B. C., DeBruine L. M., Caldwell C. C. Social learning and human mate preferences: a potential mechanism for generating and maintaining between-population diversity in attraction // Philosophical Transactions of the Royal Society B. – 2011. – Vol. 366. – P. 366–375.
357. Lloyd B., and Duveen G. A semiotic analysis of the development of social representations of gender // Social representations and the development of knowledge / Ed. by G. Duveen, B. Lloyd. – Cambridge: Cambridge University Press, 1990. – P. 27-46.
358. Loomis J.E. Generation X // RoughNotes. – 2000. – Vol. 143. – No. 9. – P. 52-54.
359. Lyons S., Urick M., Kuron L., Schweitzer L. Generational differences in the workplace: There is complexity beyond the stereotypes // Industrial and Organizational Psychology. – 2015. – Vol. 8. – No. 3. – P. 346-356.
360. Mannheim K. The Problem of Generations // In: Essays on the Sociology of Knowledge. – London: Routledge and Kegan Paul, 1952. – P. 276-320.
361. Markova I. Dialogicality and social representations. – Cambridge: Cambridge University Press, 2003. – 224 p.
362. Martin C., Cherlin A., Cross-Barnet C. Living Together Apart in France and the United States // Population. – 2011. – Vol. 66. – No. 3–4. – P. 561–581. DOI: 10.1353/pop.2011.0025.
363. Moliner P. Psychologie sociale de l'image. – Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble, 2016. – 166 p.
364. Moliner P., Abric J-Cl. Central core theory // The Cambridge Handbook of Social Representations / Ed. by G. Sammut, E. Andreouli, G. Gaskell, J. Valsiner. – Cambridge: CAP, 2015. – P. 83-95.
365. Monaco G.L., Piermattéo A., Rateau P., Tavani J.L. Methods for Studying the Structure of Social Representations: A Critical Review and Agenda for Future Research // Journal for The Theory of Social Behaviour. – 2017. – №47. – P. 306-331.
366. Moscovici S. Psychoanalysis: its image and its public. Edited by G. Duveen, trans. D. Macey. – Cambridge: Polity Press, 2008. – 384 p.
367. Moscovici S. Social representations and pragmatic communication // Social Science Information. – 1994. – №33 (2). – P. 163–177.
368. Moscovici S. The phenomenon of social representations // Social representations / M. Farr & S. Moscovici. (Eds.). – Cambridge-Paris: CUP, 1984. – P. 3-69.

369. Moscovici S. Why a theory of social representations? // Representations of the social: bridging theoretical traditions / Ed. by K. Deaux, G. Philogène. – Oxford: Blackwell Publishers, 2001. – P. 18–61.
370. Nikander P. Constructionism and discourse analysis // Holstein J.A., James A., Gubrium J.F. (Eds.) Handbook of constructionist research. – New York: The Guilford Press, 2008. – P. 413–428.
371. Parales Quenza C.J. On the structural approach to social representations // Theory and Psychology. – 2005. – Vol. 15. – No. 1. – P. 77–100.
372. Philogène G. “African American” as a new social representation // Journal for the theory of social behaviour. – 1994. – V. 24. – № 2. – P. 89–109.
373. Philogène G. A theory of methods // Representations of the social: Bridging theoretical traditions / Ed. by K. Deaux, G. Philogène. – Oxford: Blackwell Publishers, 2001. – P. 39–41.
374. Postnikova M.I., Miklyaeva A.V., Sivrikova N.V., Pishchik V.I. Dynamics of Generation Values and Environmental Ethics in the Information Space: Case of a Metropolis and Regional Centre // E3S Web of Conferences: Ural Environmental Science Forum on Sustainable Development of Industrial Region (UESF 2021), Chelyabinsk, February 17–19, 2021 / Ministry of Ecology of Chelyabinsk Region, Chelyabinsk State University. – Les Ulis, 2021. – V. 258. – Article 07038. [Электронный ресурс]. URL: https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/pdf/2021/34/e3sconf_uesf2021_07038.pdf. (дата обращения 13.09.2024) DOI: 10.1051/e3sconf/202125807038.
375. Potter J., Edwards D. Social Representations and Discursive Psychology: From Cognition to Action [Электронный ресурс]. URL: <https://dspace.lboro.ac.uk/dspace-jspui/bitstream/2134/15074/3/Potter%20Edwards%20-%20Social%20Representations%20%26%20Discursive%20Psychology%20-%20From%20cognition%20to%20action.pdf> (дата обращения 13.09.2024)
376. Regnerus M. The future of Christian Marriage. Oxford: Oxford University Press, 2020. – 280 p.
377. Rothwell J.D. In the Company of Others: An Introduction to Communication. – New York: Oxford University Press, 2016. – 560 p.
378. Saldaña J. The Coding Manual for Qualitative Researchers. – MPG Books Group, Bodmin, Cornwall. – 2013. – 329 p.
379. Sammut G. Attitudes, social representations and points of view. The Cambridge Handbook of Social Representations. Ed. by G. Sammut, E. Andreouli, G. Gaskell, J. Valsiner. – Cambridge, 2015. – P 96–112.

380. Sammut G. Civic solidarity: The negotiation of identity in modern societies // Papers on social representations. – L., 2011. – Vol. 20, N 1. – P. 4.1-4.24.
381. Sari E., Fiskin G. Evaluation of the relationship between youth attitudes towards marriage and motivation for childbearing // Children and Youth Services Review. – 2021. – Vol. 121. DOI: 10.1016/j.childyouth.2020.105856.
382. Sartawi M. Exploring stability and change through social representations: towards an understanding of religious communities. The Cambridge Handbook of Social Representations. Ed. by G. Sammut, E. Andreouli, G. Gaskell, J. Valsiner. – Cambridge, 2015. – P. 341-357.
383. Schmitt D., Shackelford T., Buss D. Are men really more “oriented” toward short term mating than women? // Psychology, Evolution and Gender. – 2021. – №3(3). – P. 211-239.
384. Sharkey J. A., Feather, J. S., & Goedeke, S. The current state of relationship science: A cross-disciplines review of key themes, theories, researchers and journals // Journal of Social and Personal Relationships. – 2021. – No39(4). – P.864–885. <https://doi.org/10.1177/02654075211047638>
385. Shorey H. Online dating impacts attachment avoidance and anxiety // Psychology Today. – 2019. – 06-12 URL: [https:// www.psychologytoday.com/us/blog/the-freedom-change/201912/online-datingimpacts-attachment-avoidance-and-anxiety](https://www.psychologytoday.com/us/blog/the-freedom-change/201912/online-datingimpacts-attachment-avoidance-and-anxiety) (дата обращения 13.09.2024)
386. Smith T.J., Nichols T. Understanding the millennial generation // The Journal of Business Diversity. – 2015. – Vol. 15. – No. 1. – P. 39-47.
387. Staerke C. Social order and political legitimacy // The Cambridge Handbook of Social Representations / Ed. by G. Sammut, E. Andreouli, G. Gaskell, J. Valsiner. – Cambridge: CAP, 2015. – P. 280-294.
388. Stamper L. The New Dating Game. – Time, 2014. – 183(6), – P. 40.
389. Strauss W., Howe N. Generations: A History of America’s Future, 1584–2069. – New York: William Morrow, 1991. – 538 p.
390. Strauss W., Howe N. The Fourth Turning: An American Prophecy – What The Cycles of History Tell Us About America’s Next Rendezvous with Destiny. – N.Y., 1997. – 357 P.
391. Sumter S., Vandenbosch L. Dating gone mobile: Demographic and personality-based correlates of using smartphone-based dating applications among emerging adults // New Media & Society. – 2019. – №21(3). – P. 655-673.
392. Sumter S., Vandenbosch L., & Ligtenberg L. Love me Tinder: Untangling emerging adults’ motivations for using the dating application Tinder. Telematics and Informatics. 2016, 34 (1), P. 67-78. doi:10.1016/j.tele.2016.04.009

393. Taylor P., Passel J.S., Wang W., Velasco G. For Millennials, Parenthood Trumps Marriage. – Washington, D.C.: Pew Research Center, 2011. – 13 p.
394. The Cambridge Handbook of Social Representations. Ed. by G. Sammut, E. Andreouli, G. Gaskell, J. Valsiner. – Cambridge, 2015. – 481 P.
395. Thseen N., Sefa B. Phubbing: a phenomenon that is mending social relationships // Сибирский психологический журнал. – 2019. – № 74. – С. 101-109.
396. Tulgan B. Not everyone gets a trophy: how to manage generation Y. – San Francisco: Jossey-Bass, 2009. – 192 p.
397. Twiselton K., Stanton S.C.E., Gillanders D., Bottomley E. Exploring the links between psychological flexibility, individual well-being, and relationship quality. – Pers Relationship, 2020. – V. 27. – P. 880–906.
398. Underwood C. The generational imperative: Understanding generational differences in the workplace, marketplace, and living room. – Charleston: BookSurge Publishing, 2007. – 290 p.
399. Utz S., Breuer J. The Relationship Between Use of Social Network Sites, Online Social Support, and Well-Being // Journal of Media Psychology. – 2017. – Vol. 29(3). – P. 115–125.
400. Vogels E. A. 10 facts about Americans and online dating Электронный ресурс <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/02/06/10-facts-about-americans-and-online-dating/> (дата обращения 13.09.2024)
401. Wagner W., Duveen G., Farr R., et al. Theory and method of social representations // Asian Journal of Social Psychology. – 1999. – No. 2. – P. 95–125.
402. Whitty M. T. The Realness of Cybercheating Men's and Women's Representations of Unfaithful Internet Relationships // Social Science Computer Review, 2005. – №23 (1). – P. 57 – 67. DOI: 10.1177/0894439304271536. [Электронный ресурс]. URL: https://www.researchgate.net/publication/258189954_The_Realness_of_Cybercheating_Men's_and_Women's_Representations_of_Unfaithful_Internet_Relationships (дата обращения 13.09.2024).
403. Zagefka H., Bahul K. Beliefs That Contribute to Dissatisfaction in Romantic Relationships // The Family Journal. – 2021. – V. 29(2). – P. 153–160.

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ А. Таблицы по результатам контент-анализа публикаций в социальных сетях

Таблица А1. Частота упоминания отдельных лексем, в группах социальной сети «ВКонтакте» «Отношения и любовь», «ЛЮБОВЬ», «Практическая психология» и «Психология о жизни», в абсолютных значениях и процентах (объем анализируемого контента 100 000 печатных знаков и 287 иллюстраций).

	число упоминаний	% от общего числа упоминаний	% от числа упоминаний в категории
названия субъектов взаимоотношений	677	26,7	100,0
парень, мужчина	185	7,3	27,4
девушка, женщина	160	6,3	23,7
человек, люди	113	4,5	16,7
пара, двое, друг друга	72	2,8	10,7
партнер	38	1,5	5,6
дочь, сын, дети	24	0,9	3,6
мать, отец, родители	21	0,8	3,1
кто-то, тот	21	0,8	3,0
семья	14	0,6	2,1
муж, жена, супруги	13	0,5	1,9
любимый, любимый человек	12	0,5	1,8
нелюбимый	4	0,2	0,6
названия чувств и ощущений	531	21,0	100,0
чувства, ощущения, эмоции	63	2,5	11,9
одиночество (в позитивной или нейтральной коннотации)	23	0,9	4,3
оценивать, обесценивать, недооценивать	10	0,4	1,9
безразличие	10	0,4	1,9
любовь, любить	187	7,4	35,2
счастье, счастливый	42	1,7	7,9
интерес	18	0,7	3,4
страсть, сходить с ума	13	0,5	2,4
ценить, дорожить	13	0,5	2,4
влюбленность	10	0,4	1,9
тепло	10	0,4	1,9
нежность	9	0,4	1,7
значимость, дорог	9	0,4	1,7
взаимность	8	0,3	1,5
спокойствие	8	0,3	1,5
искренность	6	0,2	1,1
одиночество (в негативной коннотации)	26	1,0	4,9

	число упоминаний	% от общего числа упоминаний	% от числа упоминаний в категории
боль	11	0,4	2,1
плакать, слезы	8	0,3	1,5
страх	8	0,3	1,5
ревность	8	0,3	1,5
скучать, тосковать	7	0,3	1,3
ненависть	7	0,3	1,3
несчастный	6	0,2	1,1
раздражение	6	0,2	1,1
разочарование	5	0,2	0,9
виды действий в паре или по отношению к партнеру	513	20,3	100,0
мысли, думать	29	1,1	5,7
слова	23	0,9	4,5
беседа, разговор, общение	21	0,8	4,1
поступки, дела	20	0,8	3,9
мечта	12	0,5	2,3
звонок, звонить	11	0,4	2,1
отпускать	10	0,4	1,9
терпеть	7	0,3	1,4
бороться, борьба	6	0,2	1,2
ожидания, ждать	5	0,2	1,0
возвращать	5	0,2	1,0
объятья	77	3,0	15,0
секс, интимные ласки	49	1,9	9,6
поцелуи	45	1,8	8,8
рост, развитие	15	0,6	2,9
забота	14	0,6	2,7
ласка неинтимная	11	0,4	2,1
спасать, помогать	11	0,4	2,1
подарки, дарить что-то и себя	9	0,4	1,8
вместе пить чай/кофе	8	0,3	1,6
связь на расстоянии, онлайн, переписка	7	0,3	1,4
правда	7	0,3	1,4
удовлетворять	6	0,2	1,2
знать, что другой делает, быть в курсе дел и переживаний	4	0,2	0,8
прогулки	3	0,1	0,6
работа над отношениями, труд	3	0,1	0,6
исправить	1	0,0	0,2
развод, расставание, уход, бросить	25	1,0	4,9
ссоры, разногласия, истерики	14	0,6	2,7
обиды, упреки	10	0,4	1,9
ложь, лицемерие	9	0,4	1,8
сломать, испортить	8	0,3	1,6

	число упоминаний	% от общего числа упоминаний	% от числа упоминаний в категории
потери, терять	7	0,3	1,4
измена, изменять	6	0,2	1,2
ошибка	6	0,2	1,2
предательство	4	0,2	0,8
расчет, выгода в отношениях	3	0,1	0,6
унижать	2	0,1	0,4
место человека во Вселенной	194	7,7	100,0
жизнь, жить	97	3,8	50,0
мир	32	1,3	16,5
время	24	0,9	12,4
будущее	11	0,4	5,7
навсегда, вечность	10	0,4	5,2
судьба	9	0,4	4,6
этап	5	0,2	2,6
прошлое	4	0,2	2,1
настоящее	2	0,1	1,0
ценности	167	6,6	100,0
душа	18	0,7	10,8
доверие	17	0,7	10,2
идеальность	15	0,6	9,0
верность	14	0,6	8,4
прощение, компромисс, примирение, снисходительность	14	0,6	8,4
деньги, обеспеченный мужчина	11	0,4	6,6
понимание и принятие тебя другим	10	0,4	6,0
взаимопонимание, понимание своих ролей	10	0,4	6,0
уважение	9	0,4	5,4
благодарность	9	0,4	5,4
свобода	8	0,3	4,8
совместимость с партнером, общие интересы, взаимопонимание	8	0,3	4,8
честность	7	0,3	4,2
ответственность	7	0,3	4,2
уникальность	6	0,2	3,6
понимание и принятие другого	4	0,2	2,4
наименования отношений	157	6,2	100,0
отношения	67	2,6	42,7
близость, рядом, быть вместе	62	2,4	39,5
брак, женитьба, ЗАГС	18	0,7	11,5
встречаться, встреча	6	0,2	3,8
дружба	4	0,2	2,5

	число упоминаний	% от общего числа упоминаний	% от числа упоминаний в категории
качества субъектов	124	4,9	100,0
настоящий, настоящие	20	0,8	16,1
сильный	18	0,7	14,5
красивый	16	0,6	12,9
нужный, подходящий	14	0,6	11,3
слабый	10	0,4	8,1
умный	9	0,4	7,3
родной	8	0,3	6,5
нацеленный на многих партнеров	8	0,3	6,5
характер	6	0,2	4,8
личность	5	0,2	4,0
доступный	4	0,2	3,2
привычки вредные, недостатки	4	0,2	3,2
привычки полезные	2	0,1	1,6
наименование частей тела	87	3,4	100,0
руки	48	1,9	55,2
глаза	16	0,6	18,4
сердце	14	0,6	16,1
тело	5	0,2	5,7
губы	4	0,2	4,6
окружающая среда и предметы	82	3,2	100,0
животные	28	1,1	34,1
природа	23	0,9	28,0
дорога, путь	9	0,4	11,0
проблемы, преграды	6	0,2	7,3
зонт	4	0,2	4,9
город	4	0,2	4,9
кольцо	3	0,1	3,7
шампанское	3	0,1	3,7
обстоятельства	2	0,1	2,4
Итого	2532	100,0	100,0

Таблица А2. Распределение отдельных характеристик фотографий, рисунков и графических изображений по результатам экспертного анализа визуальных материалов в группах социальной сети «ВКонтакте» «Отношения и любовь», «ЛЮБОВЬ», «Практическая психология» и «Психология о жизни», в процентах (объем анализируемого контента 40 иллюстраций).

Характеристики	доля в массиве, в %
<i>Тема рисунка</i>	
1. пара	44,1
2. одинокий человек	19,1
3. природа	14,0
4. предметы	13,7
5. прочее	9,0
<i>Наличие сюжета, можно ли додумать историю без прочтения описания</i>	
1. есть история, сюжет	61,3
2. нет истории, сюжета	32,9
3. сложно определить	5,8
<i>Эмоциональный фон</i>	
1. позитивный	50,8
2. негативный	12,9
3. нейтральный	24,6
4. сложно определить	11,7
<i>Активность / пассивность (есть ли на рисунке движение)</i>	
1. активность, есть движение	47,9
2. пассивность, нет движения	45,0
3. сложно определить / не применимо	7,1
<i>Количество цветов</i>	
1. черно-белый	22,1
2. темные тона	24,2
3. цветной с малым кол-во цветов	38,8
4. цветной с большим кол-во цветов	15,0
<i>Яркость</i>	
1. яркий	21,3
2. бледный	23,8
3. средний	36,3
4. не применимо (например, к ч/б изображениям)	18,8
<i>Символическое наполнение</i>	
1. совместное времяпрепровождение	15,3
2. единство, близость интересов	14,9
3. сексуальная близость, объятия, поцелуи	13,7
4. борьба с трудностями, преодоление невзгод	10,0
5. удовольствие от жизни	13,5
6. одиночество	8,8
7. семья, дети	4,7

Характеристики	доля в массиве, в %
8. гармония	12,1
9. сложно определить	7,0
<i>Наличие универсальных образов-символов</i>	
1. руки	30,1
2. чашки, фужеры	7,6
3. кольца	2,0
4. дождь, снег, зонт	5,6
5. губы	9,6
6. дорога	5,6
7. океан	5,8
8. огонь	2,9
9. дом	10,5
10. мессенджер, телефон	2,9
11. нет символов	8,5
12. горы	8,8
<i>Соотносится ли с написанным</i>	
1. да	43,3
2. нет	28,8
3. частично	26,3
4. сложно определить	1,7
<i>Вероятная мотивация</i>	
1. крик души	13,6
2. поучение	17,9
3. юмор	1,3
4. всплеск лирического настроения	15,4
5. философские размышления	15,9
6. психологические размышления, замечания	32,6
7. сложно определить	3,3

ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Таблицы по результатам контент-анализа эссе

Таблица Б1. Частота упоминания категорий из группы «действия» у респондентов разного пола, в процентах.

№ п/п	Название категории	% упоминаний		
		всего	мужчины	женщины
1	чувства в счастливой семье	9,0	13,8	6,8
2	развитие и реализация партнера	9,0	8,3	9,3
3	вербальные контакты	5,7	2,8	7,1
4	свобода и личное пространство	5,3	6,2	4,8
5	роли в паре, сила-слабость и ответственность	4,4	5,5	3,9
6	понимание и поддержка	4,2	6,9	2,9
7	организация быта	3,9	5,5	3,2
8	отношение к компромиссу	3,7	5,5	2,9
9	организация досуга	3,5	4,1	3,2
10	допустимость конфликтов	2,9	2,8	2,9
11	внимание	2,6	2,1	2,9
12	единство жизненных ценностей и установок	2,6	2,8	2,6
13	забота	2,4	2,1	2,6
14	сексуальная сфера	2,2	1,4	2,6
15	потребности	2,2	1,4	2,6
16	работа над отношениями	2,0	0,0	2,9
17	социальное окружение	2,0	2,8	1,6

Таблица Б2. Частота упоминания категорий из группы «действия» у респондентов разного семейного статуса, в процентах.

№ п/п	Название категории	% упоминаний		
		всего	в браке	без пары
1	чувства в счастливой семье	9,0	9,1	7,2
2	развитие и реализация партнера	9,0	11,6	5,6
3	вербальные контакты	5,7	6,0	2,4
4	свобода и личное пространство	5,3	3,0	10,4
5	роли в паре, сила-слабость и ответственность	4,4	2,6	4,8
6	понимание и поддержка	4,2	4,7	0,8
7	организация быта	3,9	4,3	2,4
8	отношение к компромиссу	3,7	3,9	4,8
10	допустимость конфликтов	2,9	3,9	0,0
11	внимание	2,6	3,4	1,6
12	единство жизненных ценностей и установок	2,6	2,6	3,2
13	забота	2,4	1,7	2,4
14	сексуальная сфера	2,2	3,0	1,6
15	потребности	2,2	4,3	0,0
16	работа над отношениями	2,0	1,7	3,2
17	социальное окружение	2,0	3,0	0,0

Таблица Б3. Частота упоминания категорий из группы «характеристики» у респондентов разного пола, в процентах.

№ п/п	Название категории	% упоминаний		
		всего	мужчины	женщины
1	физические характеристики	5,0	5,5	4,8
2	позитивный взгляд на мир	3,9	4,1	3,9
3	альтруизм, проявления любви	3,5	1,4	4,5
4	финансовые и профессиональные характеристики	3,1	0,7	4,2
5	хобби и увлечения	2,9	2,1	3,2
6	активная жизненная позиция	2,6	2,8	2,6
7	интеллектуальные качества	2,4	1,4	2,9
8	зрелость и независимость	1,8	0,7	2,3
9	лидерские качества	1,8	1,4	1,9
10	открытость, честность, надежность	1,8	2,8	1,3
11	социальные характеристики	0,9	0,7	1,0
12	умеренно негативные характеристики	0,4	0,7	0,3

Таблица Б4. Частота упоминания категорий из группы «характеристики» у респондентов разного семейного статуса, в процентах.

№ п/п	Название категории	% упоминаний		
		всего	в браке	без пары
1	физические характеристики	5,0	3,0	8,8
2	позитивный взгляд на мир	3,9	3,9	4,8
3	альтруизм, проявления любви	3,5	4,7	3,2
4	финансовые и профессиональные характеристики	3,1	3,4	4,0
5	хобби и увлечения	2,9	3,0	4,8
6	активная жизненная позиция	2,6	1,7	4,0
7	интеллектуальные качества	2,4	3,4	0,8
8	зрелость и независимость	1,8	1,3	4,0
9	лидерские качества	1,8	0,0	4,0
10	открытость, честность, надежность	1,8	0,4	3,2
11	социальные характеристики	0,9	0,9	1,6
12	умеренно негативные характеристики	0,4	0,0	0,8

Таблица Б5. Рейтинг отдельных элементов из группы «действия», в процентах (представлены элементы, набравшие более 1%)

№ п/п	Название элемента	% упоминаний
1	иметь личное пространство, личное время и увлечения	2,85
2	проводить время вместе	2,63
3	оказывать моральную поддержку	2,41
4	быть готовым к компромиссу	2,19
5	вдохновлять партнера на поступки, мотивировать	1,97
6	оказывать поддержку развития партнера	1,97
7	саморазвиваться, работать над собой	1,97
8	доверять партнеру	1,97
9	заботиться, оберегать	1,75
10	иметь общие темы и интересы	1,75
11	советоваться, обсуждать	1,75
12	понимать (роль "близкий человек")	1,75
13	обучать, помогать	1,75
14	любить и быть любимым	1,54
15	чувствовать себя комфортно рядом с партнером	1,54
16	проявлять взаимное уважение, уважать выбор друг друга	1,54
17	разделять жизненные ценности партнера	1,32
18	спешить с работы домой	1,10
19	предоставлять партнеру свободу	1,10
20	придерживаться традиционного разделения ролей	1,10

Таблица Б6. Рейтинг отдельных элементов из группы «характеристики», в процентах (представлены элементы, набравшие более 1%)

№ п/п	Название элемента	% упоминаний
1	имеющий красивое тело, внешне привлекательный, обаятельный, харизматичный	1,32
2	хорошо зарабатывающий / успешный / финансово независимый / способный обеспечить семью	1,32
3	спокойный, умиротворенный, уравновешенный, нераздражительный, сдержанный	1,32
4	чуткий, внимательный, реагирующий на изменения поведения и догадывающийся об их причинах	1,32
5	творческий, нескучный	1,10
6	с чувством юмора, веселый, умеющий позитивно относиться к жизни	1,10

ПРИЛОЖЕНИЕ В. Анкета опроса

Здравствуйте!

Институт психологии РАН и Московский гуманитарный университет проводят исследование, посвященное изучению социальных представлений людей о браке и совместной жизни. Спасибо, что согласились помочь нам и принять в нем участие. Нас интересует именно Ваше мнение. Исследование проводится анонимно, все полученные данные будут представлены в обобщенном виде.

1. ОЦЕНИТЕ, НАСКОЛЬКО ВЫ СОГЛАСНЫ СО СЛЕДУЮЩИМИ УТВЕРЖДЕНИЯМИ. Используйте 5-балльную шкалу: 1 – «полностью не согласен» 2 - «скорее не согласен» 3 – «не уверен» 4 – «скорее согласен» 5 – «абсолютно согласен» (один ответ в каждой строке)

Суждения	1. полностью не согласен	2. скорее не согласен	3. не уверен	4. скорее согласен	5. абсолютно согласен
1. Настоящая семья имеет общие мечты и планы на будущее	1	2	3	4	5
2. Отношения – это упорный труд	1	2	3	4	5
3. С любимым человеком ты можешь полностью расслабиться и быть самим собой	1	2	3	4	5
4. Чувство юмора делает отношения с партнером гармоничными	1	2	3	4	5
5. Совместная жизнь предполагает отказ от части своих интересов, и это нормально	1	2	3	4	5
6. Самая большая ошибка в отношениях — это думать, что если человек тебя любит, то он никуда не денется	1	2	3	4	5
7. Если я люблю человека, то принимаю его таким, какой он есть	1	2	3	4	5
8. Женское поведение – результат мужского отношения	1	2	3	4	5
9. Мужчина должен зарабатывать деньги, чтобы семья чувствовала себя комфортно	1	2	3	4	5
10. Настоящая женщина все может сделать сама, но настоящий мужчина никогда этого не допустит	1	2	3	4	5
11. Рядом с мужчиной женщина должна позволить себе быть слабой	1	2	3	4	5
12. Задача женщины – избавить мужчину от мелких забот, таких как выбор подарков родственникам	1	2	3	4	5
13. Оба партнера должны быть зрелыми и независимыми в материальном плане	1	2	3	4	5
14. Главой семьи может быть и женщина, все зависит от личностных особенностей пары	1	2	3	4	5
15. Первоначальный смысл семьи и брака исчезает, мужчины и женщины перестают выполнять привычные роли	1	2	3	4	5
16. Многие проблемы современных семей оттого, что женщины утратили истинную женственность, а мужчины – мужественность	1	2	3	4	5
17. Энергия в семье должна распределяться правильно. Мужская энергия должна быть направлена на достижения, созидания, женская – на заботу, создание комфортной атмосферы	1	2	3	4	5
18. Сегодня определяющая роль в семье принадлежит женщинам	1	2	3	4	5
19. Семья нужна, прежде всего, для рождения и воспитания детей	1	2	3	4	5
20. По-настоящему зрелый человек может спокойно жить в одиночестве	1	2	3	4	5

Суждения	1. полностью не согласен	2. скорее не согласен	3. не уверен	4. скорее согласен	5. абсолютно согласен
21. Нужно стремиться найти такого партнера, с которым можно было бы прожить жизнь	1	2	3	4	5
22. На разных жизненных этапах допустимо иметь разных спутников жизни	1	2	3	4	5
23. Пусть будут истерики и скандалы. Главное, чтобы чувства были настоящими	1	2	3	4	5
24. Не всегда просит прощения тот, кто виноват. Просит прощения тот, кто дорожит отношениями	1	2	3	4	5
25. Все проблемы возникают, когда люди почему-то не могут сесть и спокойно поговорить о наблевшем	1	2	3	4	5
26. Основное предназначение любимого человека – вдохновлять	1	2	3	4	5
27. Основная задача партнеров – помогать друг другу развиваться во всех отношениях	1	2	3	4	5
28. Творческие занятия делают семью крепче и гармоничнее	1	2	3	4	5
29. Партнер – независимый человек со своими потребностями и личным пространством	1	2	3	4	5
30. У партнеров не должно быть секретов друг от друга	1	2	3	4	5
31. Излишняя откровенность с партнером приносит только неприятности	1	2	3	4	5
32. В течение дня с любимым человеком нужно постоянно общаться (звонить, писать сообщения)	1	2	3	4	5
33. Отдых для пары – отдых вместе, а не друг от друга	1	2	3	4	5
34. Самый лучший секс с тем, с кем хорошо и без секса	1	2	3	4	5
35. У партнеров в сексе не должно быть никаких ограничений, никакого стеснения	1	2	3	4	5
36. Хочется жить с сексуально привлекательным человеком	1	2	3	4	5
37. Встречайтесь так, чтобы в будущем пожениться. Жизнь слишком коротка, чтобы тратить ее на бессмысленные отношения	1	2	3	4	5
38. Поиск взаимной любви похож на автогонки: мы мчимся за одними, за нами мчатся другие	1	2	3	4	5
39. Самая большая ценность в жизни – чувства, неважно, сколько они продлятся	1	2	3	4	5
40. Не будьте с кем попало, ждите родную душу	1	2	3	4	5
41. В крепкой семье партнер не боится брать на себя ответственность за жизнь близких	1	2	3	4	5
42. Крайне важно, чтобы твой партнер умел находить выход из трудных жизненных ситуаций	1	2	3	4	5
43. Это не врожденное чувство быть верным, это решение	1	2	3	4	5
44. Нет верности, значит, нет любви	1	2	3	4	5
45. Почти каждая женщина хотела бы хранить верность. Трудность лишь в том, чтобы найти такого мужчину, для которого можно было бы хранить верность.	1	2	3	4	5

2. ПЕРЕД ВАМИ РЯД УТВЕРЖДЕНИЙ. ВНИМАТЕЛЬНО ПРОЧИТАЙТЕ И ОЦЕНИТЕ СТЕПЕНЬ СВОЕГО СОГЛАСИЯ ИЛИ НЕСОГЛАСИЯ С НИМИ. ПОДБИРАЯ ВАРИАНТ ОТВЕТА, ПОСТАРАЙТЕСЬ КАК МОЖНО ТОЧНЕЕ ПЕРЕДАТЬ ВАШЕ ЛИЧНОЕ МНЕНИЕ, А НЕ ТО, ЧТО ПРИНЯТО СРЕДИ ВАШИХ БЛИЗКИХ И ДРУЗЕЙ (один ответ в каждой строке)

Суждения	1. Полностью согласен	2. В общем, это верно	3. Это не совсем так	4. Это неверно
1. Настроение и самочувствие человека зависит от удовлетворения его сексуальных потребностей.	1	2	3	4
2. Счастье в браке зависит от сексуальной гармонии супругов.	1	2	3	4
3. Сексуальные отношения – главное в отношениях мужа и жены.	1	2	3	4
4. Главное в браке – чтобы у мужа и жены было много общих интересов.	1	2	3	4
5. Супруг(а) – это друг, который разделяет мои интересы, мнения, увлечения.	1	2	3	4
6. Супруг(а) – это, прежде всего друг, с которым можно поговорить о своих делах.	1	2	3	4
7. Для мужчин: Я хочу, чтобы моя жена была хорошей хозяйкой, чтобы в семье были накормлены и ухожены. Для женщин: Я ожидаю, что муж будет выполнять мужскую работу по дому, обеспечит бытовой комфорт.	1	2	3	4
8. Супруги должны заниматься домашним хозяйством вместе, делить обязанности поровну.	1	2	3	4
9. Человек может гордиться собой, если он хорошо следит за домом.	1	2	3	4
10. Я хотел бы, чтобы супруг(а) любил(а) детей.	1	2	3	4
11. Мужчина / женщина, который(ая) тяготится отцовством / материнством, неполноценный(ая) мужчина / женщина.	1	2	3	4
12. Для меня главное в супруге, чтобы он(а) был(а) хорошим отцом / хорошей матерью моим детям.	1	2	3	4
13. Мне нравятся деловые и энергичные люди.	1	2	3	4
14. Я очень ценю людей, всерьез увлеченных своим делом.	1	2	3	4
15. Для меня очень важно, как оценивают на работе деловые и профессиональные качества моего(ей) супруга(и).	1	2	3	4
16. Супруг(а) должен(а), прежде всего, создавать и поддерживать теплую, доверительную атмосферу.	1	2	3	4
17. Для меня главное – чтобы супруг(а) хорошо понимал(а) меня и принимал(а) таким, каков я есть.	1	2	3	4
18. Супруг(а) – это прежде всего друг, который внимателен и заботлив к моим переживаниям, настроению, состоянию.	1	2	3	4
19. Мне нравится, когда супруг(а) красиво и модно одет(а).	1	2	3	4
20. Я очень ценю представителей противоположного пола, умеющих красиво одеваться.	1	2	3	4
21. Супруг(а) должен(а) выглядеть так, чтобы на него (нее) было приятно смотреть.	1	2	3	4
22. Я всегда знаю, что надо купить для нашего дома.	1	2	3	4
23. Я люблю заниматься домашними делами.	1	2	3	4
24. Для мужчин: Я могу сделать ремонт и отделку квартиры, починку бытовой техники. Для женщин: Я могу приготовить вкусное блюдо, вывести пятно, создать дома уют.	1	2	3	4
25. Дети любят играть со мной, охотно общаются, идут на руки.	1	2	3	4
26. Я люблю детей и с удовольствием занимаюсь с ними.	1	2	3	4
27. Я не боюсь трудностей, связанных с рождением и воспитанием ребенка.	1	2	3	4
28. Я стремлюсь добиться своего места в жизни.	1	2	3	4

Суждения	1. Полностью согласен	2. В общем, это верно	3. Это не совсем так	4. Это неверно
29. Я хочу стать хорошим специалистом своего дела.	1	2	3	4
30. Я горжусь, когда мне поручают трудную и ответственную работу.	1	2	3	4
31. Близкие и друзья часто обращаются ко мне за советом, помощью и поддержкой.	1	2	3	4
32. Окружающие часто доверяют мне свои беды.	1	2	3	4
33. Я всегда искренне и с чувством сострадания утешаю и опекаю нуждающихся в этом людей.	1	2	3	4
34. Мое настроение во многом зависит от того, как я выгляжу.	1	2	3	4
35. Я стараюсь носить ту одежду, которая мне идет.	1	2	3	4
36. Я придаю большое значение своему внешнему виду.	1	2	3	4

3. ПРОДОЛЖИТЕ НИЖЕПЕРЕЧИСЛЕННЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Супружеская жизнь кажется мне _____

«Состоять в отношениях с кем-то» означает _____

Важнее всего в отношениях между мужчиной и женщиной _____

Большинство известных мне пар _____

Семья дает возможность _____

4. ВЫБЕРЕТЕ ФОРМУЛИРОВКУ, КОТОРАЯ В БОЛЬШЕЙ СТЕПЕНИ ВАМ БЛИЗКА (один ответ)

1. Официально зарегистрированный брак – наиболее правильная форма совместного проживания пары.
2. Штамп в паспорте не важен, главное, чтобы партнеры жили вместе или проводили вместе большую часть времени.
3. Не важно, сколько времени пара проводит вместе и есть ли штамп в паспорте, главное, что они считают себя семьей.
4. Для счастья человеку не обязательно жить / большую часть времени проводить с партнером. Можно прожить гармоничную жизнь в одиночестве.

5. УКАЖИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, ВАШ ПОЛ (один ответ)

1. Мужской
2. Женский

6. УКАЖИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, ВАШ ВОЗРАСТ ____ ЛЕТ И УКАЖИТЕ ОДИН ОТВЕТ НИЖЕ

1. Менее 18 лет
2. 18-34 года
3. 35-55 лет
4. 56-75 лет
5. 76 и старше

7. УКАЖИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, СЕМЕЙНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ (возможно несколько ответов)

1. Официально женат / замужем
2. В гражданском браке / живем вместе
3. Встречаюсь
4. Холост / не замужем / не имею постоянного партнера
5. Разведен / разведена
6. Вдовец / вдова

8. ЕСТЬ ЛИ У ВАС ДЕТИ? (один ответ)

1. Да, (укажите количество) _____ детей
2. Нет

9. СКОЛЬКО У ВАС БРАТЬЕВ И СЕСТЕР (РОДНЫХ И СВОДНЫХ, КОТОРЫЕ В ДЕТСТВЕ ЖИЛИ ВМЕСТЕ С ВАМИ)? ____ человек**10. ДО ДОСТИЖЕНИЯ 18 ЛЕТ ВЫ ЖИЛИ... (возможно несколько ответов)**

1. С родными родителями, которые состояли в зарегистрированном браке
2. С родными родителями, которые не были в зарегистрированном браке
3. С одним родным родителем и одним приемным
4. С одним родителем, второй умер
5. С одним родителем, второй из-за развода жил отдельно
6. С приемными родителями
7. С бабушкой / дедушкой / другими родственниками
8. Один
9. Другое (что именно) _____

11. КАКОВО ВАШЕ ОСНОВНОЕ ЗАНЯТИЕ В НАСТОЯЩИЙ МОМЕНТ? (возможно два ответа)

1. Рабочий
2. Служащий без высшего образования (секретарь, офисный работник, продавец)
3. Специалист с высшим образованием
4. Военнослужащий в армии, органах внутренних дел, включая милицию и ФСБ
5. Бизнесмен, предприниматель
6. Безработный, в поисках работы
7. Учащийся, студент
8. Пенсионер
9. Занят (а) домашним хозяйством, нахожусь в отпуске по уходу за ребенком
10. Другое (что именно?) _____

12. Для работающих: Сколько примерно часов в неделю вы работаете? (один ответ)

1. До 20 часов
2. 21-40 часов
3. 41-60 часов
4. Более 60 часов

13. Где вы живете? (один ответ)

1. В собственном жилье
2. В съемном жилье (сам оплачиваю проживание или его часть)
3. В служебном жилье
4. У родственников (не плачу за проживание)
5. Другое (что и именно?) _____

14. Можете ли вы в ближайшие 5 лет приобрести квартиру (в том числе с помощью ипотеки)? (один ответ)

1. Да, это вполне реально
2. Возможно, но мне будет очень трудно это сделать
3. Нет, это практически невозможно

15. Оцените уровень вашего материального благосостояния по 7-балльной шкале (один ответ)

очень низкий 1 2 3 4 5 6 7 очень высокий

16. Как вы считаете, в ближайшие 5 лет ваше материальное благосостояние: (один ответ)

1. Определенно улучшится
2. Скорее улучшится
3. Не изменится
4. Скорее ухудшится
5. Определенно ухудшится
6. Затрудняюсь ответить

17. Какими социальными сетями вы пользуетесь хотя бы иногда? (возможно несколько ответов)

1. ВКонтакте
2. Фейсбук
3. Одноклассники
4. Инстаграм
5. Твиттер
6. Живой Журнал
7. Мой мир
8. Не пользуюсь социальными сетями
9. Другое

18. Для тех, кто пользуется социальными сетями. ЧТО ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННОГО ВЫ ХОТЯ БЫ ИНОГДА ДЕЛАЕТЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ? (возможно несколько ответов)

1. Читаю ленту новостей
2. Делаю публикации (фото, текст, видео)
3. Делаю перепосты публикаций других людей
4. Пишу и читаю личные сообщения
5. Слушаю музыку, смотрю видео, картинки, читаю тексты развлекательного характера
6. Слушаю музыку, смотрю видео, картинки, читаю тексты познавательного характера

19. Для тех, кто пользуется социальными сетями. СКОЛЬКО ВРЕМЕНИ ВЫ ОБЫЧНО ПРОВОДИТЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ?

1. Больше 2 часов в день
2. 1-2 часа в день
3. До 1 часу в день
4. Захожу в социальные сети не каждый день

20. Для тех, кто пользуется социальными сетями. ВСТРЕЧАЕТЕ ЛИ ВЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ ПУБЛИКАЦИИ ПО ВОПРОСАМ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ МУЖЧИН И ЖЕНЩИН? (один ответ)

1. Встречаю часто
2. Встречаю изредка
3. Не встречаю

21. КАК ЧАСТО ВЫ ОБЩАЕТЕСЬ С РОДНЫМИ С ПОМОЩЬЮ СЛЕДУЮЩИХ СРЕДСТВ КОММУНИКАЦИИ (один ответ в каждой строке)

	Никогда	Время от времени	Часто	Всегда
Личное общение	1	2	3	4
Голосовые звонки	1	2	3	4
Видеозвонки	1	2	3	4
Переписка (по электронной почте, через мессенджеры, соцсети)	1	2	3	4

22. КАК ЧАСТО ВЫ ОБЩАЕТЕСЬ С ДРУЗЬЯМИ С ПОМОЩЬЮ СЛЕДУЮЩИХ СРЕДСТВ КОММУНИКАЦИИ (один ответ в каждой строке)

	Никогда	Время от времени	Часто	Всегда
Личное общение	1	2	3	4
Голосовые звонки	1	2	3	4
Видеозвонки	1	2	3	4
Переписка (по электронной почте, через мессенджеры, соцсети)	1	2	3	4

23. КАК ЧАСТО ВЫ ОБЩАЕТЕСЬ С СУПРУГОМ / СЕКСУАЛЬНЫМ ПАРТНЕРОМ / ПОТЕНЦИАЛЬНЫМ ПАРТНЕРОМ С ПОМОЩЬЮ СЛЕДУЮЩИХ СРЕДСТВ КОММУНИКАЦИИ (один ответ в каждой строке)

	Никогда	Время от времени	Часто	Всегда
Личное общение	1	2	3	4
Голосовые звонки	1	2	3	4
Видеозвонки	1	2	3	4
Переписка (по электронной почте, через мессенджеры, соцсети)	1	2	3	4

ПРИЛОЖЕНИЕ Г. Характеристики выборки опроса

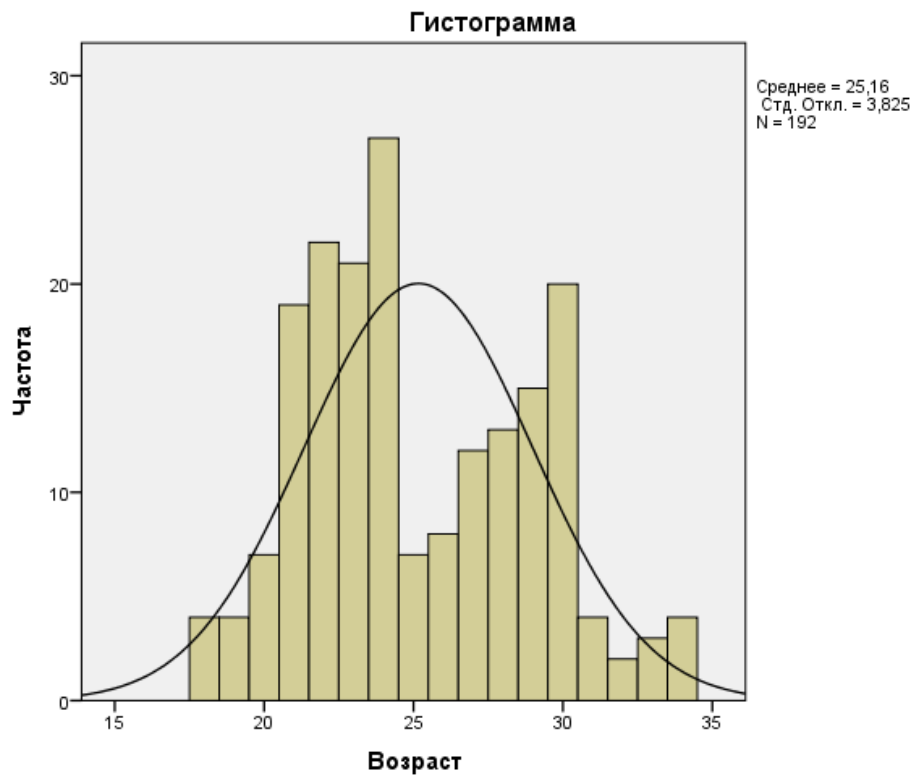


Рис. Г1. Распределение респондентов из поколения Y по возрасту

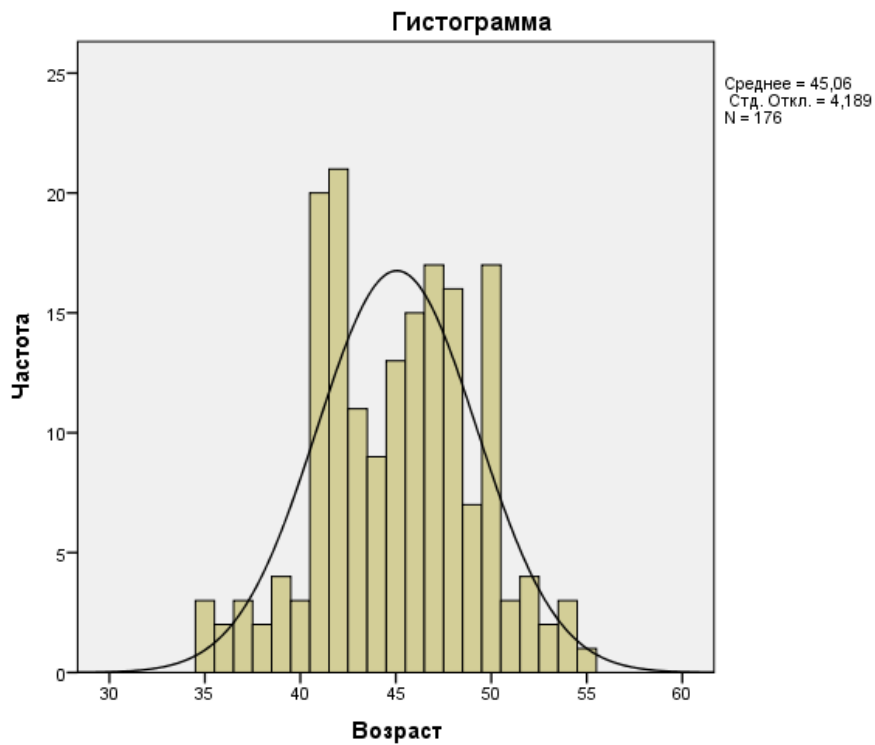


Рис. Г2. Распределение респондентов из поколения X по возрасту

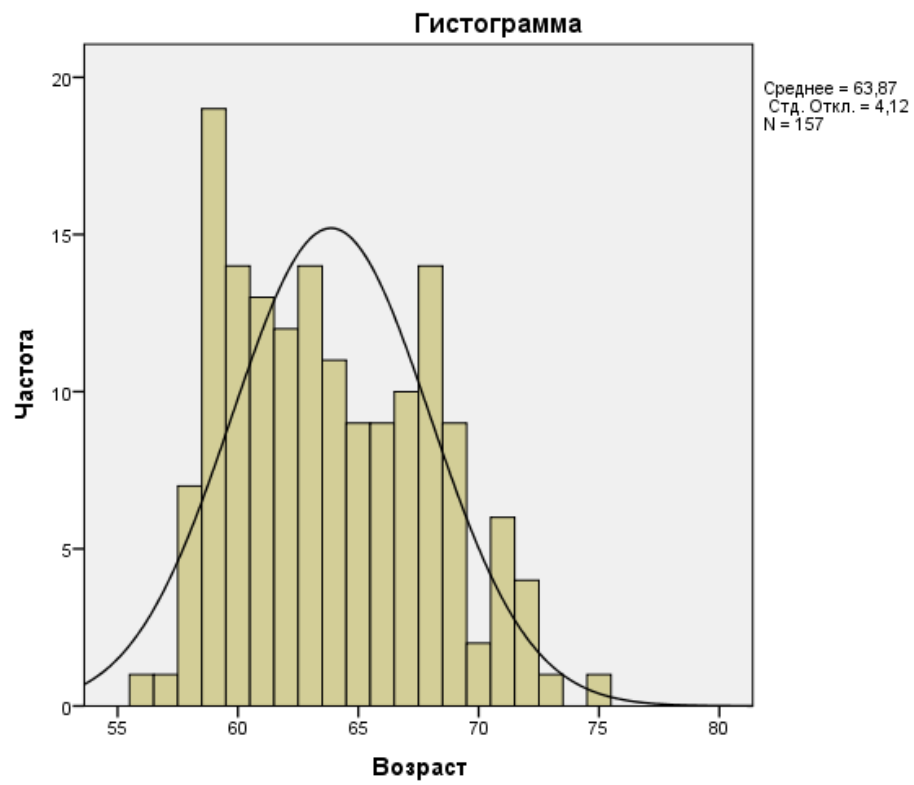


Рис. ГЗ. Распределение респондентов из поколения бэби-бумеров по возрасту

ПРИЛОЖЕНИЕ Д. Таблицы по результатам опроса трех поколений о брачном партнере и романтических отношениях

Таблица Д1. Значимые различия между поколениями по степени согласия с утверждениями опросника социальных представлений о брачном партнере¹⁴.

		Всего	% по столбцам			Сравнения пропорций по столбцам		
			Поколение			Поколение		
			Y	X	бэби-бумеры	Y	X	бэби-бумеры
						(A)	(B)	(C)
1. Настоящая семья имеет общие мечты и планы на будущее	не согласен	5,0	4,7	4,0	6,4			
	не уверен	4,4	5,2	5,7	1,9			
	согласен	90,7	90,1	90,3	91,7			
2. Отношения – это упорный труд	не согласен	7,6	7,8	9,1	5,7			
	не уверен	13,1	14,6	14,2	10,2			
	согласен	79,2	77,6	76,7	84,1			
3. С любимым человеком ты можешь полностью расслабиться и быть самим собой	не согласен	8,2	6,3	6,8	12,1			
	не уверен	12,8	10,4	11,4	17,2			
	согласен	79,0	83,3	81,8	70,7	C	C	
4. Чувство юмора делает отношения с партнером гармоничными	не согласен	2,7	2,1	3,4	2,5			
	не уверен	6,5	6,8	7,4	5,1			
	согласен	90,9	91,1	89,2	92,4			
5. Совместная жизнь предполагает отказ от части своих интересов, и это нормально	не согласен	25,0	37,5	20,5	14,6	B C		
	не уверен	21,1	26,6	19,9	15,9	C		
	согласен	53,9	35,9	59,7	69,4		A	A
6. Самая большая ошибка в отношениях — это думать, что если человек тебя любит, то он никуда не денется	не согласен	13,0	14,1	12,5	12,1			
	не уверен	12,2	10,9	13,1	12,7			
	согласен	74,9	75,0	74,4	75,2			
7. Если я люблю человека, то принимаю его таким, какой он есть	не согласен	8,8	10,9	6,3	8,9			
	не уверен	16,8	18,8	17,0	14,0			
	согласен	74,5	70,3	76,7	77,1			
8. Женское поведение – результат мужского отношения	не согласен	26,1	24,0	24,4	30,6			
	не уверен	29,5	29,2	33,5	25,5			
	согласен	44,4	46,9	42,0	43,9			
9. Мужчина должен зарабатывать деньги, чтобы семья чувствовала себя комфортно	не согласен	13,3	15,6	10,2	14,0			
	не уверен	14,3	12,5	14,8	15,9			
	согласен	72,4	71,9	75,0	70,1			
10. Настоящая женщина все может сделать сама, но настоящий мужчина никогда этого не допустит	не согласен	17,0	16,1	16,5	18,5			
	не уверен	22,3	22,4	23,3	21,0			
	согласен	60,8	61,5	60,2	60,5			

¹⁴ Здесь и далее в таблицах приводятся результаты сравнения долей между столбцами (z-критерий), уровень значимости 0,05. Буквенные обозначения (A, B, C) указывают на столбец, показатель в котором значимо ниже, чем в текущем.

		Всего	% по столбцам			Сравнения пропорций по столбцам		
			Поколение			Поколение		
			Y	X	бэби-бумеры	Y	X	бэби-бумеры
						(A)	(B)	(C)
11. Рядом с мужчиной женщина должна позволить себе быть слабой	не согласен	19,4	16,7	19,9	22,3			
	не уверен	21,7	18,2	22,7	24,8			
	согласен	58,9	65,1	57,4	52,9	C		
12. Задача женщины – избавить мужчину от мелких забот, таких как выбор подарков родственникам	не согласен	35,2	36,5	39,2	29,3			
	не уверен	29,5	30,2	30,7	27,4			
	согласен	35,2	33,3	30,1	43,3			B
13. Оба партнера должны быть зрелыми и независимыми в материальном плане	не согласен	18,5	20,8	17,0	17,2			
	не уверен	27,6	20,3	30,1	33,8		A	A
	согласен	53,9	58,9	52,8	49,0			
14. Главой семьи может быть и женщина, все зависит от личностных особенностей пары	не согласен	21,3	26,6	18,8	17,8			
	не уверен	19,8	18,2	21,6	19,7			
	согласен	58,9	55,2	59,7	62,4			
15. Первоначальный смысл семьи и брака исчезает, мужчины и женщины перестают выполнять привычные роли	не согласен	25,0	29,2	24,4	20,4			
	не уверен	26,3	25,0	26,1	28,0			
	согласен	48,8	45,8	49,4	51,6			
16. Многие проблемы современных семей оттого, что женщины утратили истинную женственность, а мужчины – мужественность	не согласен	24,0	24,0	21,6	26,8			
	не уверен	18,9	19,3	22,7	14,0		C	
	согласен	57,1	56,8	55,7	59,2			
17. Энергия в семье должна распределяться правильно. Мужская д.б. направлена на достижения, созидания, женская – на заботу	не согласен	15,4	14,6	15,9	15,9			
	не уверен	15,6	14,1	15,9	17,2			
	согласен	69,0	71,4	68,2	66,9			
18. Сегодня определяющая роль в семье принадлежит женщинам	не согласен	32,2	37,0	28,4	30,6			
	не уверен	33,5	38,0	38,6	22,3	C	C	
	согласен	34,3	25,0	33,0	47,1			A B
19. Семья нужна, прежде всего, для рождения и воспитания детей	не согласен	42,9	46,4	46,6	34,4	C	C	
	не уверен	22,1	28,1	21,6	15,3	C		
	согласен	35,0	25,5	31,8	50,3			A B
20. По-настоящему зрелый человек может спокойно жить в одиночестве	не согласен	36,6	35,4	43,8	29,9		C	
	не уверен	23,8	25,5	18,2	28,0			B
	согласен	39,6	39,1	38,1	42,0			
21. Нужно стремиться найти такого партнера, с которым можно было бы прожить жизнь	не согласен	4,8	4,2	1,7	8,9			B
	не уверен	9,9	7,3	10,2	12,7			
	согласен	85,3	88,5	88,1	78,3	C	C	
22. На разных жизненных этапах допустимо иметь разных спутников жизни	не согласен	29,7	22,9	30,1	37,6			A
	не уверен	22,1	24,5	22,7	18,5			
	согласен	48,2	52,6	47,2	43,9			
	не согласен	44,0	32,8	51,1	49,7		A	A
	не уверен	27,2	28,1	30,7	22,3			

		Всего	% по столбцам			Сравнения пропорций по столбцам		
			Поколение			Поколение		
			Y	X	бэби-бумеры	Y	X	бэби-бумеры
						(A)	(B)	(C)
23. Пусть будут истерики и скандалы. Главное, чтобы чувства были настоящими	согласен	28,8	39,1	18,2	28,0	В С		В
24. Не всегда просит прощения тот, кто виноват. Просит прощения тот, кто дорожит отношениями	не согласен	10,7	12,5	10,8	8,3			
	не уверен	20,0	21,4	18,2	20,4			
	согласен	69,3	66,1	71,0	71,3			
25. Все проблемы возникают, когда люди почему-то не могут сесть и спокойно поговорить о наболевшем	не согласен	7,0	4,2	6,8	10,8			А
	не уверен	10,7	7,3	14,2	10,8		А	
	согласен	82,3	88,5	79,0	78,3	В С		
26. Основное предназначение любимого человека – вдохновлять	не согласен	20,8	21,4	25,6	14,6		С	
	не уверен	32,0	30,7	34,7	30,6			
	согласен	47,2	47,9	39,8	54,8			В
27. Основная задача партнеров – помогать друг другу развиваться во всех отношениях	не согласен	6,1	4,2	6,3	8,3			
	не уверен	9,5	6,8	11,9	10,2			
	согласен	84,4	89,1	81,8	81,5	В С		
28. Творческие занятия делают семью крепче и гармоничнее	не согласен	4,4	5,2	4,5	3,2			
	не уверен	16,6	16,7	19,9	12,7			
	согласен	79,0	78,1	75,6	84,1			
29. Партнер – независимый человек со своими потребностями и личным пространством	не согласен	8,2	6,8	6,3	12,1			
	не уверен	13,7	13,0	11,9	16,6			
	согласен	78,1	80,2	81,8	71,3		С	
30. У партнеров не должно быть секретов друг от друга	не согласен	25,7	20,8	34,1	22,3		А С	
	не уверен	35,2	32,3	33,0	41,4			
	согласен	39,0	46,9	33,0	36,3	В С		
31. Излишняя откровенность с партнером приносит только неприятности	не согласен	31,4	43,2	28,4	20,4	В С		
	не уверен	22,7	29,7	20,5	16,6	В С		
	согласен	45,9	27,1	51,1	63,1		А	А В
32. В течение дня с любимым человеком нужно постоянно общаться (звонить, писать сообщения)	не согласен	40,0	40,6	39,8	39,5			
	не уверен	32,2	28,6	34,7	33,8			
	согласен	27,8	30,7	25,6	26,8			
33. Отдых для пары – отдых вместе, а не друг от друга	не согласен	13,1	16,1	8,5	14,6	В		
	не уверен	22,3	18,2	28,4	20,4		А	
	согласен	64,6	65,6	63,1	65,0			
34. Самый лучший секс с тем, с кем хорошо и без секса	не согласен	8,4	9,9	7,4	7,6			
	не уверен	17,3	14,6	16,5	21,7			
	согласен	74,3	75,5	76,1	70,7			
35. У партнеров в сексе не должно быть никаких ограничений, никакого стеснения	не согласен	4,8	3,1	5,1	6,4			
	не уверен	16,0	7,8	22,2	19,1		А	А
	согласен	79,2	89,1	72,7	74,5	В С		
	не согласен	5,1	3,6	2,8	9,6			А В
	не уверен	14,3	13,5	14,8	14,6			

		Всего	% по столбцам			Сравнения пропорций по столбцам		
			Поколение			Поколение		
			Y	X	бэби-бумеры	Y	X	бэби-бумеры
						(A)	(B)	(C)
36. Хочется жить с сексуально привлекательным человеком	согласен	80,6	82,8	82,4	75,8			
37. Встречайтесь так, чтобы в будущем пожениться. Жизнь слишком коротка, чтобы тратить ее на бессмысленные отношения	не согласен	19,2	20,3	19,3	17,8			
	не уверен	24,2	19,8	25,0	28,7			
	согласен	56,6	59,9	55,7	53,5			
38. Поиск взаимной любви похож на автогонки: мы мчимся за одними, за нами мчатся другие	не согласен	21,7	20,3	24,4	20,4			
	не уверен	34,5	29,2	36,9	38,2			
	согласен	43,8	50,5	38,6	41,4	B		
39. Самая большая ценность в жизни – чувства, неважно, сколько они продлятся	не согласен	21,7	19,3	29,5	15,9		A C	
	не уверен	29,0	31,3	28,4	26,8			
	согласен	49,3	49,5	42,0	57,3			B
40. Не будьте с кем попало, ждите родную душу	не согласен	9,3	11,5	9,1	7,0			
	не уверен	18,7	19,3	21,0	15,3			
	согласен	72,0	69,3	69,9	77,7			
41. В крепкой семье партнер не боится брать на себя ответственность за жизнь близких	не согласен	2,5	2,6	1,1	3,8			
	не уверен	5,9	6,3	4,5	7,0			
	согласен	91,6	91,1	94,3	89,2			
42. Крайне важно, чтобы твой партнер умел находить выход из трудных жизненных ситуаций	не согласен	2,9	1,6	2,3	5,1			
	не уверен	8,8	8,3	9,1	8,9			
	согласен	88,4	90,1	88,6	86,0			
43. Это не врожденное чувство быть верным, это решение	не согласен	5,0	4,7	3,4	7,0			
	не уверен	11,0	9,4	11,9	12,1			
	согласен	84,0	85,9	84,7	80,9			
44. Нет верности, значит, нет любви	не согласен	13,0	11,5	13,1	14,6			
	не уверен	20,8	15,1	26,1	21,7		A	
	согласен	66,3	73,4	60,8	63,7	B		
45. Почти каждая женщина хотела бы хранить верность. Трудность найти такого мужчину, для которого можно было бы хранить верность.	не согласен	26,3	29,2	26,7	22,3			
	не уверен	25,3	27,6	27,3	20,4			
	согласен	48,4	43,2	46,0	57,3			A B

Таблица Д2. Значимые различия между поколениями по степени согласия с утверждениями опросника социальных представлений о брачном партнере по критерию Н Краскала-Уоллеса.

	Средний ранг			Хи-квадрат	Асимптотическая значимость
	У	Х	бэби-бумеры		
1. Настоящая семья имеет общие мечты и планы на будущее	261,66	262,43	265,28	0,21	0.901
2. Отношения – это упорный труд	258,93	256,05	275,76	3,24	0.198
3. С любимым человеком ты можешь полностью расслабиться и быть самим собой	274,40	270,43	240,73	9,71	0.008
4. Чувство юмора делает отношения с партнером гармоничными	263,88	258,60	266,86	1,03	0.599
5. Совместная жизнь предполагает отказ от части своих интересов, и это нормально	212,42	279,78	306,04	44,16	< .001
6. Самая большая ошибка в отношениях — это думать, что если человек тебя любит, то он никуда не денется	262,59	262,33	264,25	0,03	0.987
7. Если я люблю человека, то принимаю его таким, какой он есть	251,57	270,02	269,11	2,96	0.228
8. Женское поведение – результат мужского отношения	270,96	260,90	255,62	1,07	0.585
9. Мужчина должен зарабатывать деньги, чтобы семья чувствовала себя комфортно	260,19	271,21	257,24	1,31	0.519
10. Настоящая женщина все может сделать сама, но настоящий мужчина никогда этого не допустит	265,35	262,32	260,89	0,11	0.949
11. Рядом с мужчиной женщина должна позволить себе быть слабой	279,20	259,39	247,24	5,12	0.077
12. Задача женщины – избавить мужчину от мелких забот, таких как выбор подарков родственникам	257,69	247,55	286,82	6,69	0.035
13. Оба партнера должны быть зрелыми и независимыми в материальном плане	270,74	262,45	254,15	1,27	0.530
14. Главой семьи может быть и женщина, все зависит от личностных особенностей пары	249,82	267,45	274,14	3,14	0.208
15. Первоначальный смысл семьи и брака исчезает, мужчины и женщины перестают выполнять привычные роли	251,56	265,02	274,72	2,42	0.298
16. Многие проблемы современных семей оттого, что женщины утратили истинную женственность, а мужчины – мужественность	262,30	262,80	264,08	0,02	0.992
17. Энергия в семье должна распределяться правильно. Мужская энергия должна быть направлена на достижения, созидания, женская – на заботу, создание комфортной атмосферы	269,02	260,90	257,99	0,76	0.683
18. Сегодня определяющая роль в семье принадлежит женщинам	238,21	267,15	288,66	10,97	0.004
19. Семья нужна, прежде всего, для рождения и воспитания детей	242,75	251,79	300,33	16,02	< .001
20. По-настоящему зрелый человек может спокойно жить в одиночестве	263,90	249,04	277,54	3,36	0.186

	Средний ранг			Хи-квадрат	Асимптотическая значимость
	Y	X	бэби-бумеры		
21. Нужно стремиться найти такого партнера, с которым можно было бы прожить жизнь	271,25	271,01	243,93	9,38	0.009
22. На разных жизненных этапах допустимо иметь разных спутников жизни	280,39	260,55	244,48	5,77	0.056
23. Пусть будут истерики и скандалы. Главное, чтобы чувства были настоящими	299,06	234,10	251,29	20,87	< .001
24. Не всегда просит прощения тот, кто виноват. Просит прощения тот, кто дорожит отношениями	254,05	266,86	269,62	1,64	0.439
25. Все проблемы возникают, когда люди почему-то не могут сесть и спокойно поговорить о наболевшем	279,60	255,03	251,62	8,31	0.016
26. Основное предназначение любимого человека – вдохновлять	263,59	240,82	287,15	9,08	0.011
27. Основная задача партнеров – помогать друг другу развиваться во всех отношениях	275,33	256,62	255,07	5,05	0.080
28. Творческие занятия делают семью крепче и гармоничнее	260,23	254,18	276,28	3,71	0.156
29. Партнер – независимый человек со своими потребностями и личным пространством	268,91	273,09	244,46	6,56	0.038
30. У партнеров не должно быть секретов друг от друга	286,07	237,72	263,13	10,61	0.005
31. Излишняя откровенность с партнером приносит только неприятности	212,36	276,70	309,56	43,71	< .001
32. В течение дня с любимым человеком нужно постоянно общаться (звонить, писать сообщения)	266,41	259,90	262,30	0,20	0.906
33. Отдых для пары – отдых вместе, а не друг от друга	262,61	263,87	262,50	0,01	0.994
34. Самый лучший секс с тем, с кем хорошо и без секса	264,95	268,12	254,88	1,17	0.558
35. У партнеров в сексе не должно быть никаких ограничений, никакого стеснения	288,45	246,53	250,33	17,21	< .001
36. Хочется жить с сексуально привлекательным человеком	269,34	268,69	248,86	4,11	0.128
37. Встречайтесь так, чтобы в будущем пожениться. Жизнь слишком коротка, чтобы тратить ее на бессмысленные отношения	268,82	261,02	258,10	0,60	0.742
38. Поиск взаимной любви похож на автогонки: мы мчимся за одними, за нами мчатся другие	278,86	248,36	260,02	4,39	0.111
39. Самая большая ценность в жизни – чувства, неважно, сколько они продлятся	266,55	237,61	287,12	10,65	0.005
40. Не будьте с кем попало, ждите родную душу	254,94	258,15	278,29	3,74	0.154
41. В крепкой семье партнер не боится брать на себя ответственность за жизнь близких	261,76	270,20	256,44	3,05	0.218

	Средний ранг			Хи-квадрат	Асимптотическая значимость
	Y	X	бэби-бумеры		
42. Крайне важно, чтобы твой партнер умел находить выход из трудных жизненных ситуаций	267,79	263,83	256,21	1,65	0.437
43. Это не врожденное чувство быть верным, это решение	267,95	265,29	254,38	1,85	0.396
44. Нет верности, значит, нет любви	280,66	250,35	255,58	6,02	0.049
45. Почти каждая женщина хотела бы хранить верность. Трудность лишь в том, чтобы найти такого мужчину, для которого можно было бы хранить верность.	249,13	257,87	285,72	6,25	0.044

Таблица Д3. Значимые различия между поколениями по степени согласия с утверждениями опросника «Ролевые ожидания и притязания в браке» (РОП) А.Н. Волковой.

		Всего	% по столбцам			Сравнения пропорций по столбцам		
			Поколение			Поколение		
			Y	X	бэби-бумеры	Y	X	бэби-бумеры
						(A)	(B)	(C)
1. Настроение и самочувствие человека зависит от удовлетворения его сексуальных потребностей.	Это неверно	15,2	12,0	17,6	16,6			
	Это не совсем так	41,9	47,9	41,5	35,0	C		
	В общем, это верно	31,6	26,0	33,0	36,9			A
	Полностью согласен	11,2	14,1	8,0	11,5			
2. Счастье в браке зависит от сексуальной гармонии супругов.	Это неверно	5,3	3,1	5,7	7,6			
	Это не совсем так	32,6	33,9	30,7	33,1			
	В общем, это верно	45,0	46,4	45,5	42,7			
	Полностью согласен	17,1	16,7	18,2	16,6			
3. Сексуальные отношения – главное в отношениях мужа и жены.	Это неверно	18,5	19,3	19,9	15,9			
	Это не совсем так	50,3	52,1	50,0	48,4			
	В общем, это верно	26,1	21,4	26,7	31,2			A
	Полностью согласен	5,1	7,3	3,4	4,5			
4. Главное в браке – чтобы у мужа и жены было много общих интересов.	Это неверно	4,0	4,2	4,0	3,8			
	Это не совсем так	17,3	21,4	18,2	11,5	C		
	В общем, это верно	43,4	45,8	41,5	42,7			
	Полностью согласен	35,2	28,6	36,4	42,0			A
5. Супруг(а) – это друг, который разделяет мои интересы, мнения, увлечения.	Это неверно	4,6	5,7	4,0	3,8			
	Это не совсем так	17,5	18,2	16,5	17,8			
	В общем, это верно	43,6	41,7	48,3	40,8			
	Полностью согласен	34,3	34,4	31,3	37,6			
6. Супруг(а) – это, прежде всего друг, с которым можно поговорить о своих делах.	Это неверно	2,1	2,6	1,1	2,5			
	Это не совсем так	11,8	13,5	11,9	9,6			
	В общем, это верно	41,1	41,7	39,2	42,7			
	Полностью согласен	45,0	42,2	47,7	45,2			
7. Для мужчин: Я хочу, чтобы моя жена была хорошей хозяйкой, чтобы в семье были накормлены и ухожены. Для женщин: Я ожидаю, что муж будет выполнять мужскую работу по дому, обеспечит бытовой комфорт.	Это неверно	5,3	7,8	2,8	5,1	B		
	Это не совсем так	18,7	17,2	18,2	21,0			
	В общем, это верно	40,6	39,1	47,2	35,0		C	
	Полностью согласен	35,4	35,9	31,8	38,9			
8. Супруги должны заниматься домашним хозяйством вместе, делить обязанности поровну.	Это неверно	3,6	3,6	4,0	3,2			
	Это не совсем так	18,5	21,4	15,9	17,8			
	В общем, это верно	44,2	41,1	48,3	43,3			
	Полностью согласен	33,7	33,9	31,8	35,7			
	Это неверно	11,4	13,5	11,4	8,9			
	Это не совсем так	24,4	21,4	26,7	25,5			

		Всего	% по столбцам			Сравнения пропорций по столбцам		
			Поколение			Поколение		
			Y	X	бэби-бумеры	Y	X	бэби-бумеры
						(A)	(B)	(C)
9. Человек может гордиться собой, если он хорошо следит за домом.	В общем, это верно	38,7	42,2	41,5	31,2	C		
	Полностью согласен	25,5	22,9	20,5	34,4			A B
10. Я хотел бы, чтобы супруг(а) любил(а) детей.	Это неверно	3,0	3,1	2,8	3,2			
	Это не совсем так	3,6	5,7	3,4	1,3	C		
	В общем, это верно	15,8	16,1	18,8	12,1			
	Полностью согласен	77,5	75,0	75,0	83,4			
11. Мужчина / женщина, который(ая) тяготится отцовством / материнством, неполноценный(ая) мужчина / женщина.	Это неверно	13,5	21,9	10,8	6,4	B C		
	Это не совсем так	27,6	32,8	27,8	21,0	C		
	В общем, это верно	24,8	20,3	30,1	24,2		A	
	Полностью согласен	34,1	25,0	31,3	48,4			A B
12. Для меня главное в супруге, чтобы он(а) был(а) хорошим отцом / хорошей матерью моим детям.	Это неверно	9,5	12,5	9,7	5,7	C		
	Это не совсем так	26,3	29,7	25,6	22,9			
	В общем, это верно	35,8	34,4	39,8	33,1			
	Полностью согласен	28,4	23,4	25,0	38,2			A B
13. Мне нравятся деловые и энергичные люди.	Это неверно	3,8	3,1	4,0	4,5			
	Это не совсем так	15,0	14,6	17,6	12,7			
	В общем, это верно	41,9	40,6	44,3	40,8			
	Полностью согласен	39,2	41,7	34,1	42,0			
14. Я очень ценю людей, всерьез увлеченных своим делом.	Это неверно	1,3	2,6	0,0	1,3		.	
	Это не совсем так	3,2	4,2	4,0	1,3			
	В общем, это верно	37,9	31,3	45,5	37,6		A	
	Полностью согласен	57,5	62,0	50,6	59,9	B		
15. Для меня очень важно, как оценивают на работе деловые и профессиональные качества моего(ей) супруга(и).	Это неверно	7,2	9,4	6,3	5,7			
	Это не совсем так	17,9	19,3	21,6	12,1		C	
	В общем, это верно	45,3	41,1	48,9	46,5			
	Полностью согласен	29,5	30,2	23,3	35,7			B
16. Супруг(а) должен(а), прежде всего, создавать и поддерживать теплую, доверительную атмосферу.	Это неверно	1,3	2,1	0,6	1,3			
	Это не совсем так	6,9	6,8	7,4	6,4			
	В общем, это верно	46,7	42,2	50,0	48,4			
	Полностью согласен	45,1	49,0	42,0	43,9			
17. Для меня главное – чтобы супруг(а) хорошо понимал(а) меня и принимал(а) таким, каков я есть.	Это неверно	0,8	1,0	0,0	1,3		.	
	Это не совсем так	4,8	4,7	6,3	3,2			
	В общем, это верно	43,0	42,2	43,2	43,9			
	Полностью согласен	51,4	52,1	50,6	51,6			
18. Супруг(а) – это прежде всего друг, который внимателен и заботлив к моим переживаниям, настроению, состоянию.	Это неверно	0,6	0,5	0,0	1,3		.	
	Это не совсем так	5,0	4,7	4,0	6,4			
	В общем, это верно	43,8	41,1	50,0	40,1			
	Полностью согласен	50,7	53,6	46,0	52,2			
19. Мне нравится, когда супруг(а) красиво и модно одет(а).	Это неверно	2,5	2,6	1,1	3,8			
	Это не совсем так	10,7	12,5	6,8	12,7			
	В общем, это верно	42,9	39,1	51,7	37,6		A C	

		Всего	% по столбцам			Сравнения пропорций по столбцам		
			Поколение			Поколение		
			Y	X	бэби-бумеры	Y	X	бэби-бумеры
						(A)	(B)	(C)
	Полностью согласен	44,0	45,8	40,3	45,9			
20. Я очень ценю представителей противоположного пола, умеющих красиво одеваться.	Это неверно	6,1	8,9	3,4	5,7	B		
	Это не совсем так	22,7	21,4	25,6	21,0			
	В общем, это верно	39,8	35,4	44,3	40,1			
	Полностью согласен	31,4	34,4	26,7	33,1			
21. Супруг(а) должен(а) выглядеть так, чтобы на него (нее) было приятно смотреть.	Это неверно	2,3	3,1	1,1	2,5			
	Это не совсем так	7,6	8,9	6,3	7,6			
	В общем, это верно	44,6	41,1	53,4	38,9		A C	
	Полностью согласен	45,5	46,9	39,2	51,0			B
22. Я всегда знаю, что надо купить для нашего дома.	Это неверно	4,2	6,3	3,4	2,5			
	Это не совсем так	25,1	23,4	26,1	26,1			
	В общем, это верно	35,4	39,6	36,4	29,3	C		
	Полностью согласен	35,2	30,7	34,1	42,0			A
23. Я люблю заниматься домашними делами.	Это неверно	9,9	11,5	10,8	7,0			
	Это не совсем так	34,1	36,5	35,8	29,3			
	В общем, это верно	35,6	30,7	38,1	38,9			
	Полностью согласен	20,4	21,4	15,3	24,8			B
24. Для мужчин: Я могу сделать ремонт и отделку квартиры, починку бытовой техники. Для женщин: Я могу приготовить вкусное блюдо, вывести пятно, создать дома уют.	Это неверно	5,3	5,2	4,5	6,4			
	Это не совсем так	11,4	10,9	11,4	12,1			
	В общем, это верно	37,7	34,9	44,9	33,1		C	
	Полностью согласен	45,5	49,0	39,2	48,4			
25. Дети любят играть со мной, охотно общаются, идут на руки.	Это неверно	3,8	3,6	2,8	5,1			
	Это не совсем так	13,3	16,7	11,9	10,8			
	В общем, это верно	38,7	35,9	43,2	36,9			
	Полностью согласен	44,2	43,8	42,0	47,1			
26. Я люблю детей и с удовольствием занимаюсь с ними.	Это неверно	6,5	8,9	4,5	5,7			
	Это не совсем так	20,2	24,0	21,0	14,6	C		
	В общем, это верно	37,9	35,4	47,7	29,9		A C	
	Полностью согласен	35,4	31,8	26,7	49,7			A B
27. Я не боюсь трудностей, связанных с рождением и воспитанием ребенка.	Это неверно	11,0	18,8	8,5	4,5	B C		
	Это не совсем так	22,9	26,6	21,6	19,7			
	В общем, это верно	29,9	25,0	36,9	28,0		A	
	Полностью согласен	36,2	29,7	33,0	47,8			A B
28. Я стремлюсь добиться своего места в жизни.	Это неверно	2,7	2,6	2,8	2,5			
	Это не совсем так	12,6	10,4	12,5	15,3			
	В общем, это верно	44,2	38,5	46,6	48,4			
	Полностью согласен	40,6	48,4	38,1	33,8	B C		
29. Я хочу стать хорошим специалистом своего дела.	Это неверно	1,9	1,6	1,7	2,5			
	Это не совсем так	7,0	7,3	8,5	5,1			
	В общем, это верно	42,3	33,3	39,8	56,1			A B

		Всего	% по столбцам			Сравнения пропорций по столбцам		
			Поколение			Поколение		
			Y	X	бэби-бумеры	Y	X	бэби-бумеры
						(A)	(B)	(C)
	Полностью согласен	48,8	57,8	50,0	36,3	C	C	
30. Я горжусь, когда мне поручают трудную и ответственную работу.	Это неверно	4,0	3,6	2,3	6,4			
	Это не совсем так	18,5	17,2	19,9	18,5			
	В общем, это верно	41,3	41,1	44,3	38,2			
	Полностью согласен	36,2	38,0	33,5	36,9			
31. Близкие и друзья часто обращаются ко мне за советом, помощью и поддержкой.	Это неверно	3,4	3,6	2,8	3,8			
	Это не совсем так	14,9	14,1	14,2	16,6			
	В общем, это верно	50,3	52,6	48,9	49,0			
	Полностью согласен	31,4	29,7	34,1	30,6			
32. Окружающие часто доверяют мне свои беды.	Это неверно	5,0	4,7	2,8	7,6			B
	Это не совсем так	15,2	15,6	14,2	15,9			
	В общем, это верно	47,4	46,9	51,7	43,3			
	Полностью согласен	32,4	32,8	31,3	33,1			
33. Я всегда искренне и с чувством сострадания утешаю и опекаю нуждающихся в этом людей.	Это неверно	4,6	4,7	3,4	5,7			
	Это не совсем так	18,7	13,5	22,2	21,0		A	
	В общем, это верно	43,2	45,8	47,2	35,7		C	
	Полностью согласен	33,5	35,9	27,3	37,6			B
34. Мое настроение во многом зависит от того, как я выгляжу.	Это неверно	11,0	9,9	11,4	12,1			
	Это не совсем так	33,3	27,1	35,8	38,2			A
	В общем, это верно	39,4	43,2	39,8	34,4			
	Полностью согласен	16,2	19,8	13,1	15,3			
35. Я стараюсь носить ту одежду, которая мне идет.	Это неверно	3,2	3,1	1,7	5,1			
	Это не совсем так	11,8	12,0	13,6	9,6			
	В общем, это верно	49,0	41,7	51,1	55,4			A
	Полностью согласен	36,0	43,2	33,5	29,9	C		
36. Я придаю большое значение своему внешнему виду.	Это неверно	8,0	7,3	5,7	11,5			
	Это не совсем так	31,0	29,2	34,1	29,9			
	В общем, это верно	39,6	36,5	44,3	38,2			
	Полностью согласен	21,3	27,1	15,9	20,4	B		

Таблица Д4. Распределение ответов на вопрос «Как часто вы общаетесь с супругом / партнером / потенциальным партнером с помощью следующих средств коммуникации»

Как часто вы общаетесь с супругом / партнером / потенциальным партнером с помощью переписки (по электронной почте, через мессенджеры, соцсети)	Всего	% по столбцам			Сравнения пропорций по столбцам		
		Поколение					
		Y	X	бэби-бумеры	Y	X	бэби-бумеры
					(A)	(B)	(C)
Никогда	28,6	13,5	21,3	58,2			AB
Время от времени	26,0	20,8	36,8	19,9		AC	
Часто	23,7	28,6	23,6	17,0	C		
Всегда	21,7	37,0	18,4	5,0	BC	C	
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0			

Таблица Д5. Использование социальных сетей представителей разных поколений

Какими социальными сетями вы пользуетесь хотя бы иногда?	Всего	% по столбцам			Сравнения пропорций по столбцам		
		Поколение					
		Y	X	бэби-бумеры	Y	X	бэби-бумеры
					(A)	(B)	(C)
ВКонтакте	62,7	89,1	59,7	33,8	В С	С	
Фейсбук	34,5	26,0	46,0	31,8		А С	
Одноклассники	38,5	26,6	42,0	49,0		А	А
Инстаграм	45,1	70,8	41,5	17,8	В С	С	
Твиттер	5,9	5,7	2,3	10,2			В
Живой Журнал	14,3	6,3	22,7	14,6		А	А
Мой мир	7,0	1,0	11,4	9,6		А	А
Не пользуюсь социальными сетями	12,6	1,0	9,1	30,6		А	А В
Другое	1,9	2,1	1,1	2,5	В С	С	

Таблица Д6. Частота использования социальных сетей представителями разных поколений, в процентах

Сколько времени вы обычно проводите в социальных сетях?	Всего	% по столбцам			Сравнения пропорций по столбцам		
		Поколение					
		Y	X	бэби- бумеры	Y	X	бэби- бумеры
					(A)	(B)	(C)
Больше 2 часов в день	38,3	49,7	26,3	35,8	BC		
1-2 часа в день	26,1	21,5	30,0	28,4			
До 1 часу в день	21,3	19,4	25,6	18,3			
Захожу в социальные сети не каждый день	14,3	9,4	18,1	17,4		A	A
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0			

Таблица Д7. Отношение к зарегистрированному браку миллениалов, воспитанных в полных и неполных семьях, в процентах от респондентов поколения Y

	Всего	% по столбцам				Сравнения пропорций по столбцам			
		До достижения 18 лет респондент жил...							
		С двумя родителями (родными или приемными)	Часть детства с двумя родителями, часть - с одним	С одним родителем	С бабушкой, дедушкой / один				
						(A)	(B)	(C)	(D)
Официально зарегистрированный брак – наиболее правильная форма совместного проживания пары.	41,7	44,3	43,8	32,4	0,0	С			
Штамп в паспорте не важен, главное, чтобы партнеры жили вместе или проводили вместе большую часть времени.	16,7	15,0	12,5	23,5	50,0				
Не важно, сколько времени пара проводит вместе и есть ли штамп в паспорте, главное, что они считают себя семьей.	29,2	27,9	31,3	32,4	50,0				
Для счастья человеку не обязательно жить / большую часть времени проводить с партнером. Можно прожить гармоничную жизнь в одиночестве.	12,5	12,9	12,5	11,8	0,0				a ¹⁵
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0				

¹⁵ Категория не используется в сравнении, так как значение равно нулю.

Таблица Д8. Отношение к зарегистрированному браку респондентов с разным профессиональным статусом, в процентах

[illegible]

Таблица Д8 (продолжение). Отношение к зарегистрированному браку респондентов с разным профессиональным статусом, сравнение пропорций по столбцам

Выберете формулировку, которая в большей степени вам близка	Каково ваше основное занятие в настоящий момент?								
	Рабочий	Служащий без высшего образования	Специалист с высшим образованием	Бизнесмен, предприниматель	Безработный, в поисках работы	Учащийся, студент	Пенсионер	Занят(а) домашним хозяйством, нахожусь в отпуске по уходу за ребенком	Другое
	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	(I)
Официально зарегистрированный брак – наиболее правильная форма совместного проживания пары.							D F		
Штамп в паспорте не важен, главное, чтобы партнеры жили вместе или проводили вместе большую часть времени.									
Не важно, сколько времени пара проводит вместе и есть ли штамп в паспорте, главное, что они считают себя семьей.				A					
Для счастья человеку не обязательно жить / большую часть времени проводить с партнером. Можно прожить гармоничную жизнь в одиночестве.	G	G	G			G			a ¹⁶

¹⁶ Категория не используется в сравнении, так как значение равно нулю.

Таблица Д9. Отношение к зарегистрированному браку миллениалов с разными жилищными условиями

	Всего	% по столбцам			Сравнения пропорций по столбцам		
		Где Вы живете?					
		В собственном жилье	В съёмном жилье (сам оплачиваю проживание или его часть)	В служебном жилье / У родственников (не плачу за проживание)	В собственном жилье	В съёмном жилье (сам оплачиваю проживание или его часть)	В служебном жилье / У родственников (не плачу за проживание)
					(А)	(В)	(С)
Официально зарегистрированный брак – наиболее правильная форма совместного проживания пары.	41,7	48,5	32,1	37,1	В		
Штамп в паспорте не важен, главное, чтобы партнеры жили вместе или проводили вместе большую часть времени.	16,7	17,8	12,5	20,0			
Не важно, сколько времени пара проводит вместе и есть ли штамп в паспорте, главное, что они считают себя семьей.	29,2	26,7	33,9	28,6			
Для счастья человеку не обязательно жить / большую часть времени проводить с партнером. Можно прожить гармоничную жизнь в одиночестве.	12,5	6,9	21,4	14,3		А	
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0			

Таблица Д10. Отношение к зарегистрированному браку миллениалов с различной самооценкой возможности приобрести жилье

	Всего	% по столбцам			Сравнения пропорций по столбцам		
		Можете ли вы в ближайшие 5 лет приобрести квартиру (в том числе с помощью ипотеки)?					
		Да, это вполне реально	Возможно, но мне будет очень трудно это сделать	Нет, это практически невозможно	Да, это вполне реально	Возможно, но мне будет очень трудно это сделать	Нет, это практически невозможно
					(A)	(B)	(C)
Официально зарегистрированный брак – наиболее правильная форма совместного проживания пары.	41,7	48,9	34,4	36,1	В		
Штамп в паспорте не важен, главное, чтобы партнеры жили вместе или проводили вместе большую часть времени.	16,7	15,2	20,3	13,9			
Не важно, сколько времени пара проводит вместе и есть ли штамп в паспорте, главное, что они считают себя семьей.	29,2	26,1	32,8	30,6			
Для счастья человеку не обязательно жить / большую часть времени проводить с партнером. Можно прожить гармоничную жизнь в одиночестве.	12,5	9,8	12,5	19,4			
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0			

Таблица Д11. Отношение к зарегистрированному браку миллениалов с различными прогнозами в отношении будущего материального положения

	Всего	% по столбцам			Сравнения пропорций по столбцам		
		Как вы считаете, в ближайшие 5 лет ваше материальное благосостояние:					
		Улучшится	Не изменится	Ухудшится	Улучшится	Не изменится	Ухудшится
					(A)	(B)	(C)
Официально зарегистрированный брак – наиболее правильная форма совместного проживания пары.	41,7	41,9	52,4	7,7	C	C	
Штамп в паспорте не важен, главное, чтобы партнеры жили вместе или проводили вместе большую часть времени.	16,7	16,9	23,8	15,4			
Не важно, сколько времени пара проводит вместе и есть ли штамп в паспорте, главное, что они считают себя семьей.	29,2	30,9	9,5	46,2	B		B
Для счастья человеку не обязательно жить / большую часть времени проводить с партнером. Можно прожить гармоничную жизнь в одиночестве.	12,5	10,3	14,3	30,8	A		
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0			