

УДК 316.6

*Анташко Ю.А.*  
Московский городской психолого-педагогический университет

## ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ОБ ИДЕАЛЬНОМ РОМАНТИЧЕСКОМ ПАРТНЕРЕ У СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ МОСКВЫ

*Y. Antashko*  
*Moscow City University of Psychology and Education*

## MODERN MOSCOW YOUTH'S EXPECTATIONS OF AN IDEAL ROMANTIC PARTNER

**Аннотация.** Данная статья посвящена исследованию представлений московских студентов о характеристиках идеального романтического партнера. В ней представлен анализ результатов проведенных нами фокус-групп. Данное исследование позволило выявить наиболее популярные характеристики, встречающиеся в данных фокус-группах. Проанализировав данные, мы пришли к выводу, что в наиболее популярных качествах выражены современные тенденции, влияние культуры и социально одобряемые стереотипы, а индивидуальные различия выражаются в профлях степени значимости, которую испытуемые придают характеристикам, а также в наименее популярных характеристиках.

**Ключевые слова:** семейная психология, представления, характеристики идеального романтического партнера, фокус-группы, популярные качества, индивидуальные различия, степень значимости.

Сегодня семейная психология является одной из популярных и востребованных областей науки. Вопросы построения отношений в паре, различные аспекты эффективности этих отношений затрагивали семейные психологи В. Сатир, А.С. Спиваковская, Л.Б. Шнейдер, О.А. Карабанова и др. [1; 4; 7; 9], многие философы (Стендаль, Э. Фромм, Фукко) и, разумеется, социальные психологи, например Д. Майерс [5], касались вопросов любви между мужчиной и женщиной. Среди зарубежных авторов этими вопросами занимались Дж. Боулби, М. Эйнсворт, В. Бирман, М. Сперлинг, П. Колинз и многие др. [10; 11; 12; 13], но, несмотря на это, эмпирических исследований в этой области очень мало. Особенно недостаточно исследований, связанных с началом отношений и тех факторов, которые влияют на их последующий исход. Если мы обратимся к теме романтических отношений, то здесь столкнемся с недостатком не только эмпирических исследований, но и теоретических осмыслений.

По сведениям Госкомстата, процент разводов относительно зарегистрированных браков в России в 2007 г. составил 54 %, в 1992 г. было зарегистрировано 60 % разводов, а в 2000 — 69 %, в Белоруссии — 62 %, в Украине — 55 %. Для сравнения: В США средний процент разводов — 45,8 %, в Канаде — 48 %, в Англии — 42,6 %, во Франции — 38,3 %, в Японии —

*Abstract.* The present article is dedicated to the study of Moscow students' conception about ideal romantic partner characteristics. It analyzes the results of the conducted focus groups. The given study allows of revealing the most popular characteristics of an ideal romantic partner in the given focus groups. Having analyzed the data we came to the conclusion that the most popular qualities reflect modern tendencies, culture influence and socially approved stereotypes whereas individual differences are realized in degrees of importance that the subjects attach to the characteristics and in the least popular characteristics as well.

*Key words:* family psychology, notions, ideal romantic partner characteristics, focus groups, popular qualities, individual differences, degree of importance.

всего 27 %, а самая низкая цифра разводов — в Индии, где только 11 браков из 1000 заканчиваются разводами (1,1 %) [8]. Данная картина демонстрирует крайнюю необходимость изучения тех факторов, которые прямо и косвенно влияют на удовлетворенность отношениями. И одним из таких факторов является критерий выбора партнера. В данной статье мы хотели бы обратиться к такой теме, как представления о качествах и характеристиках идеального романтического партнера у учащейся молодежи Москвы на примере анализа фокус-групп.

Когда мы работаем с категорией отношений, то должны учитывать, что на представления влияют два основных параметра: культура и индивидуальные предпочтения. Причем мы сталкиваемся с влиянием сразу нескольких культур. На представления человека влияет культура страны, города и даже региона, где он проживает, а также культура его семьи (семейные мифы и ценности), наконец, культура тех социальных групп, к которым он принадлежит или которые являются для него референтными. Среди всего этого многообразия влияний существует элемент индивидуальных предпочтений.

В монографии «Психология и культура» Дэвид Мацумото рассматривает исследование, проведенное Басом и его коллегами, которые собрали данные по 37 выборкам общим числом 10000 респондентов из 33 стран [5]. Эти результаты наиболее интересны тем, что при оценке характеристик партнера в порядке предпочтения мужчины и женщины продемонстрировали высокий уровень согласия относительно желательных черт. На первом месте оказались качества «добрый» и «понимающий», на втором — «умный», на третьем — «интересная личность».

Целью нашего исследования было обнаружить качества, которые являются наиболее предпочтительными в образе идеального партнера у участников фокус-групп. Мы отталкивались от следующих гипотез: 1) существуют наиболее популярные и востребованные характеристики, в которых отражено влияние культуры и современные

тенденции; 2) индивидуальные предпочтения проявляются в наиболее редких характеристиках, а также в индивидуальном профиле предпочтений наиболее популярных характеристик. В ходе исследования мы решали следующие задачи: собрать максимально широкий список качеств (на данном этапе испытуемые работали независимо друг от друга), далее в ходе дискуссии и дальнейшего обсуждения выявить наиболее популярные качества и наилучший способ их описания. Для решения данных задач мы использовали метод фокус-групп.

Нами было проведено 3 фокус-группы. Испытуемыми стали студенты 3-4 курсов факультетов экономики Института предпринимательства и права (10 человек), химии и биологии МГУ (8 человек), а также социальной психологии Московского городского психолого-педагогического университета (12 человек). В целом в исследовании приняли участие 30 человек, 12 из которых были мужчины и 18 — женщины. Целью наших фокус-групп было выявление наиболее популярных характеристик, используемых студентами при описании идеального партнера, с которым они хотели бы строить долгосрочные отношения. Испытуемым давалась следующая инструкция: «Представьте себе идеального человека, с которым вы бы хотели построить длительные отношения. Какими качествами и характеристиками он непременно должен обладать? Запишите эти качества, вы не ограничены во времени и в количестве характеристик, пишите все, что считаете необходимым». Далее студентам предлагалось обсудить полученные результаты. В ходе совместной дискуссии выявлялись наиболее желательные и популярные характеристики, прояснялось значение некоторых из них, а также подбирались синонимы или слова, наиболее полно отражающие необходимые качества. Ниже мы приводим полный список качеств, полученный со всех фокус-групп (для удобства все характеристики приведены в мужском роде, то же справедливо и для женщин), туда вошли следующие характеристики:

Активный, адекватный, без вредных привычек, вежливый, веселый, верный, внимательный, воспитанный, гибкий, гармоничный, дипломатичный, дисциплинированный, добрый, жизнерадостный, жизнелюбивый, заботливый, занимающий высокое положение в обществе, зрелый, здоровый физически, искренний, искушенный (опытный), интересный, красивый, мужественный / женственная, любящий, любит детей, легкий на подъем, любознательный, мудрый, наслаждающийся жизнью, надежный, напористый, находчивый, нежный (ласковый), независимый, необщительный, молчаливый, не ревнивый, обаятельный, общительный, оптимист, ответственный, отзывчивый, открытый, пассивный, педантичный, пессимист, пойдет ради любимого «на все», понимающий, позитивный, порядочный (добросовестный), помогающий в быту, неприхотливый в быту, практичный, разносторонний, разумный, в меру ревнивый, решительный, романтичный, развивающийся, самостоятельный, сдержаный, сильный физически, спортивный, сексуальный, стильный, семейный, скромный, сообразительный, социально активный, спокойный, способен пойти ради любимого на все, смелый, сотрудничающий, склонный к риску и экспериментам, тактичный, творческий, терпеливый, трудолюбивый, честный, уверенный в себе, умный, уважающий мнение партнера, упорный, увлеченный, уравновешенный, умеющий отдохнуть, умеющий слушать, хозяйственный, харизматичный, целеустремленный, чуткий, с чувством юмора, эмоциональный, эмоционально устойчивый, щедрый.

Итак, наиболее популярными качествами среди наших участников стали (в скобках указано число испытуемых, независимо друг от друга называвших данное качество как необходимое): доброта (10) и ум (9), также, как и в исследовании Баса. Высокой популярностью пользовались такие качества, как мужественный/женственная (8), верный (7), заботливый (7), разумный (7). Средней популярностью пользовались такие качества как: ответственный (6), целеустремленный (6), уверенный в себе (6), понимающий, от-

зычивый (5), терпеливый (5), общительный (5), без вредных привычек (5), красивый (5). Следующие по популярности были такие характеристики, как нежный/ласковый (4), чуткий (4), искренний (4), хозяйственный (4), веселый / с чувством юмора (4), активный (3), физически здоровый / спортивный (3). Остальные характеристики указывались один или два раза.

В наиболее популярных характеристиках можно увидеть культурно специфический аспект, а также современные тенденции. Абсолютное преобладание таких качеств, как доброта и ум (не только в нашей выборке, но и в исследовании Баса), по-видимому, обусловлено универсальными представлениями о добродетели. Несмотря на то, что эти качества являются культурными стереотипами (ведь в конечном итоге, общество определяет, что такое добро и зло и каковы критерии ума и разумности), именно эти качества в своей первооснове являются отличительными чертами человека, без которых не могло произойти выживание нашего вида. Доброта как основа заботы о своем сообществе в целом и его отдельных членах и Ум как основа выживания и компенсации физической слабости человека перед остальными видами.

Далее мы воспользовались моделью Хоффстеда для интерпретации полученных данных [9].

Достаточно высокий уровень коллективизма и феминности в нашей стране может влиять на популярность таких характеристик, как верность, заботливость, общительность, отзывчивость, терпеливость, веселый нрав, чуткость, искренность. Сюда же можно отнести появление в списке такой характеристики, как способность пойти ради любимого «на все».

Современные тенденции можно проследить в следующих качествах: ответственный, целеустремленный, уверенный в себе, активный, без вредных привычек, красивый, физически здоровый, спортивный. Прочитав этот ряд, мы получаем образ современного телемедийного героя.

Наличие таких качеств, как хозяйственный, помогающий, неприхотливый в быту, семейный и любит детей указывает на практическую

ориентацию некоторых испытуемых, в данном случае мы наблюдаем представления не только о самом партнере, но и о совместной жизни.

Что касается особенностей участников мужского и женского пола, можно отметить, что в целом список качеств, предъявляемый женщинами, был более широким. Ряд мужчин обходились лишь 2-3 характеристиками, в то время как женщины описывали не менее 5-6. Также категория качеств, которую мы определили как образ современного героя, встречалась чаще у женщин. Уверенность в себе, активность, целеустремленность и ответственность не назывались мужчинами вообще или в единственном варианте.

Теперь обратимся к динамическим процессам, протекавшим в фокус-группах [3]. Дискуссии проходили в форме мозгового штурма. На первом этапе выдвижения всех альтернатив возник феномен группового давления, это главным образом коснулось мужской части коллектива. В этих группах мужчины разбились на две подгруппы. Одна из них образовала мини-группу «настоящих мужчин», которые согласовывали свои точки зрения друг с другом и пытались высказывать жесткую критику на мнение оставшихся членов мужской группы, а также стремились поляризовать свою точку зрения с женской частью группы. Они высказывали более стереотипные суждения, а характеристики, которые назывались другой половиной мужского состава и соответствовали их индивидуальным предпочтениям, отвергались. Таким образом, более явно был выражен и феномен руководства, так как ведущему пришлось строго регламентировать поведение в группе и дать возможность всем членам группы участвовать в дискуссии и отстаивать свою точку зрения. Тем не менее заключительный процесс критического анализа характеристик во всех группах протекал плодотворно, а когда был составлен общий список, участники увлеченно и согласованно вносили корректировки и искали наиболее подходящие определения.

В ходе анализа наших данных мы пришли к выводу, что в наиболее популярных качествах выражены современные тенденции,

влияние культуры и социально одобряемые стереотипы. Индивидуальные различия, с нашей точки зрения, следует искать в наименее популярных характеристиках, а также профилях степени значимости, которую испытуемые им придают. Данные результаты могут использоваться практическими психологами, работающими с молодыми людьми, вступающими в семейную жизнь, при разработке курсов подготовки к браку. А также с клиентами, которые обращаются с запросом разобраться в своих предпочтениях относительно противоположного пола и сделать поиск партнера максимально эффективным.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Андреева Г.М. Общение и межличностные отношения // Психология влияния / Сост. А.В. Морозов. СПб., 2001. — 31-42 с.
2. Андреева Г.М. Социальная психология. 5-е изд. М., 2004 — 365 с.
3. Дмитриева Е.В. Фокус-группы в маркетинге и социологии. М., 1998. — 144 с.
4. Карабанова О.А. Психология семейных отношений и основы семейного консультирования: Учеб. пособие. М., 2005. — 320 с.
5. Майерс Д. Социальная психология. 7-е изд. СПб., 2007. — 794 с.
6. Психология и культура / Под ред. Д. Мацумото. СПб., 2003. — 718 с.
7. Сатир В. Как строить себя и свою семью: Пер. с англ.: улучш. Изд. М., 1992. — 192 с; ил.
8. Хрестоматия по курсу «Метод наблюдения и беседы в психологии» / Отв. ред. А.М. Айламазян. М., 2000. — 380-408 с.
9. Шнейдер Л.Б. Семейная психология. М., 2008. — 736 с.
10. Ainsworth M.D.S. Attachments beyond infancy // American Psychologist. 1989, Vol. 44. № 4. — Pp. 709-716.
11. Alon E., Kedem P., Levy-Shi R., Shulman S. Intimate Relationships Among Adolescent Romantic Partners and Same-Sex Friends: Individual and Systemic Perspectives // New Directions for Child Development, 1997. Vol. 78. Pp. 37-51.
12. Berman W.H., Sperling M.B. The structure and function of adult attachment. // Attachments in adults: Clinical and Developmental perspectives. New York — London: Guilford press, 1994. — Pp. 3-26.
13. Collins W.A., Furman W., Welsh D.P. Adolescent Romantic Relationships // Annual Review of Psychology. 2009. Vol. 60. — Pp. 631-652.