

## ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МОЛОДИХ ЛЮДЕЙ, ОРІЄНТОВАНИХ НА ПОШУК ШЛЮБНОГО ПАРТНЕРА ЧЕРЕЗ МЕРЕЖУ ІНТЕРНЕТ

*На підставі проведеного емпіричного дослідження описано психологічні особливості осіб періоду молодості, орієнтованих на пошук шлюбного партнера в просторі інтернету. Установлено, що респонденти, які шукають шлюбних партнерів через сайти знайомств, мають вищий рівень соціальної довіри, менш впевнені в собі, у них переважає мотивація уникання невдач над мотивацією досягнення успіху порівняно з тими, хто шукає шлюбних партнерів у реальному житті.*

**Ключові слова:** самопрезентація, шлюб, період молодості, соціальна довіра, впевненість у собі, механізми психологічного захисту, мотивація уникання невдачі / досягнення успіху.

**Постановка проблеми.** Пошук шлюбного партнера є актуальною проблемою в період молодості. Психологічні дослідження цієї проблеми традиційно фокусуються на вивченні питань інституту шлюбу, критеріїв формування шлюбних уподобань, психології поведінки в стосунках. Важливим, на нашу думку, є питання пошуку і вибору шлюбного партнера, способів такого пошуку, особливо в контексті поширення простору віртуального спілкування через інтернет. Крім того, саме шляхам пошуку партнера для шлюбу приділено найменше уваги в сучасних наукових розвідках; у більшості випадків аналізу піддається вже здійснений вибір партнера, а не сам процес його пошуку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Пошук шлюбного партнера в реальному житті – це традиційний спосіб пошуку шлюбного партнера, але активний розвиток комунікації в інтернет-просторі породжує явища, пов'язані зі знайомством та утворенням стосунків у соцмережах та на сайтах знайомств, що сприяє перетворенню його й у простір пошуку шлюбного партнера.

Головною характеристикою пошуку шлюбних партнерів у реальному житті є традиційність. Тут немає деяких небезпек, які можуть бути в процесі пошуку партнера через інтернет. Наприклад, люди одразу бачать реальний фізичний образ потенційного партнера, можуть сприймати та аналізувати міміку, жести, пози, слова партнерів. Тому його вважають найбільш адекватним для пошуку реальних стосунків з метою створення шлюбу.

З іншого боку, пошук партнера через сайти знайомств та соцмережі може здійснюватися

в коротший термін, він дає змогу отримати базову інформацію через листування з кандидатом на роль чоловіка/дружини. Отримавши низку відповідей на важливі запитання, людина може відмовитися від зустрічей з тими кандидатами, чий життєвий уявлення, цінності та світогляд не збігаються з її. Серед причин, що зумовлюють популяризацію інтернет-простору, дослідники виділяють економічні, політичні і соціальні зміни, які задають персоніфікований та інтерактивний характер інформації загалом [1; 2]. Знайомство в інтернеті робить його певною мірою безпечнішим, люди здебільшого не соромляться і не хвилюються, як на першій реальній зустрічі, можуть обмірковувати свої відповіді і контролювати емоції. Інтернет дає можливість обійти стороною деякі формальності (вік, ім'я, сімейний стан, захоплення, зовнішність) [7].

Учасники нашого дослідження, які шукають собі шлюбних партнерів через інтернет, користувались такими додатками та сайтами знайомств, як «Тіндер», «ЛавЮА» та «Баду». Кожен із цих сайтів входить у список найпопулярніших ресурсів для пошуку стосунків в Україні. У цих додатках є система фільтрації. Одним із критеріїв нашого вибору досліджуваних був відбір тих респондентів, які шукають серйозні стосунки (стосунки, які потенційно могли б перерости в шлюбний союз), а не стосунки будь-якого іншого формату (дружні, сексуальні тощо). Серед усіх онлайн-ресурсів найкориснішим і найліпшим у користуванні, на думку наших респондентів, виявився «Тіндер». Головною перевагою цього додатка для знайомств називають систему підбору партнерів для знайомств. Ця система працює на принципі

взаємності. Кожен користувач має змогу поспілкуватися тільки з тією людиною, яка виявляє аналогічну зацікавленість і симпатію. Це допомагає уникнути ситуацій, коли тільки один партнер знаходить привабливим іншого, і таким чином підвищує рівень вдалих спілкувань і загальний рівень успішних побачень між користувачами мережі. Самопрезентація є обов'язковою складовою спілкування через те, що, як зазначають Ю. Крижанська і В. Третяков, інформація, яка надається співрозмовнику, зумовлює стиль і зміст спілкування, бажані для особистості, котра себе подає, а також допомагає співрозмовнику скласти уявлення про партнера і співвіднести його з розумінням ситуації спілкування [4]. Наші респонденти також зазначали, що в додатку «Тіндер» є система геолокації, яка дає змогу шукати партнера в межах певного району, кварталу або навіть країни.

У нашому дослідженні вибірку склали респонденти періоду молодості (вік від 23 до 30 років), якому притаманний загальний оптимізм: людина бачить перед собою багато перспектив і багато часу для реалізації себе в професійному та особистому житті. Завдяки усвідомленню того, що більшу частину життя ще не пережито, людина легше приймає рішення, є більш рухливою, активною та непередбачуваною. Адже їй здається, що вона матиме час і можливість виправити будь-які наслідки своїх неправильних дій. У період молодості людина вперше по-справжньому починає відчувати, що керує своїм життям, може повністю себе забезпечувати в соціальному, психологічному та матеріальному плані. Саме це дає відчуття масштабу своєї особистості, але водночас накладає багато зобов'язань на людину.

У період молодості люди остаточно вирішують багато питань, пов'язаних зі світоглядом та переоцінкою переданих батьками уявлень про світ. Саме в цей період особи переосмислюють питання, пов'язані з релігією, політикою та іншими світоглядними позиціями. Прийняті позиції стають майже непорушними протягом життя. Адже це стає частиною дорослої стратегії життя, яка є своєрідним орієнтиром людини [3; 6; 7]. Саме це формує одне з головних новоутворень віку – соціальну зрілість.

У цій науковій розвідці ми розглядаємо такі психологічні конструкти, як механізми психологічного захисту, упевненість особистості в собі, ступінь соціальної довіри людини, мотивація уникання життєвих невдач та їхня кореляція зі стратегією пошуку шлюбного партнера (через сайти знайомств або в реальному житті).

**Метою** статті є теоретичне обґрунтування та емпіричне дослідження психологічних

особливостей осіб періоду молодості, орієнтованих на пошук шлюбного партнера через сайти знайомств.

#### **Виклад основного матеріалу дослідження.**

У дослідженні взяли участь 50 осіб, з яких 29 (58 %) жінок та 21 (42 %) чоловіків. 25 (50 %) респондентів здійснюють пошук шлюбного партнера через сайти знайомств (19 (76 %) жінок, 6 (24 %) чоловіків), інша половина (25 респондентів (50 %) шукає шлюбного партнера в реальному житті: 10 (40 %) жінок, 15 (60 %) чоловіків. Слід зазначити, що під час опитування чоловіків (із числа тих, які шукають шлюбного партнера в реальному житті) було зафіксовано, що більшість із них (80 %) вважають онлайн-знайомство несерйозним або ж непродуктивним. Жінки не висловлювали подібних думок; варто також зауважити, що кількість жінок, які шукають кохання через сайти знайомств, дещо більша, аніж чоловіків (за даними нашої вибірки).

Ми припустили, що існує взаємозв'язок між механізмами психологічного захисту, рівнем впевненості в собі, ступенем соціальної довіри та мотивацією уникання невдач з типом пошуку шлюбного партнера (через спеціальні додатки або ж у реальному житті). Ми припустили також, що ті респонденти, які шукають партнера через соціальні мережі та сайти знайомств, виявляють вищий рівень соціальної довіри, бо вони «наосліп» знайомляться з людьми та починають вбудовувати стосунки, не знаючи достеменно, з ким спілкуються. Власне, головна небезпека комунікації через інтернет-ресурси і полягає в тому, що людина ніколи не знає, хто веде з нею діалог. Формування контакту та комунікація з метою серйозних стосунків вимагає від людини щирості й відвертості. У користувачів інтернет-сайтів, з урахуванням зазначеного вище, соціальна довіра має бути більш вираженою, ніж у тих досліджуваних, які шукають партнера в реальному житті, адже спілкування через інтернет не дає потрібної інформації про особистість партнера. Згідно з нашими припущеннями, респонденти, які шукають стосунки через інтернет, менше впевнені в собі; користуючись інтернетом, вони наче приховують себе, на відміну від досліджуваних, які шукають партнерів у реальному житті. Пошуки шлюбного партнера в реальному житті вимагають більших зусиль, самоконтролю та підтримання себе у відповідній соціально і фізично бажаній формі. Варто зауважити, що більшість респондентів, а саме 72 % від усієї вибірки, зазначає, що коли вони прагнуть познайомитися з кимось у реальному житті, то надягають свій найкращий одяг і прикраси, користуються улюбленими парфумами.

Створюючи такий образ себе, вони почуваються набагато впевненішими та соціально привабливими, на відміну від людей, які, шукаючи шлюбного партнера, перебувають удома перед комп'ютером. Тобто респонденти вказують на взаємозв'язок зовнішнього вигляду та рівня впевненості, стверджуючи, що чим краще вони виглядають, тим комфортніше і впевненіше почуваються, що впливає на їхній настрій та на успішність їхнього пошуку. Саме це, за нашим припущенням, має виявлятися у домінуванні мотивації уникання невдач та використанні первинних механізмів психологічного захисту.

У дослідженні було використано такі методики:

1. Тест Р. Плутчика (в адаптації Л. Вассермана, О. Єришева, О. Клубової та ін.) спрямований на діагностику профілюючих механізмів психологічного захисту. Цей тест ми використали для діагностики основних захистів психіки. Він орієнтований на діагностику восьми базових механізмів психологічного захисту: заперечення (первинний захист), витіснення (первинний захист), регресія (вторинний захист), компенсація (вторинний захист), проєкція (первинний захист), заміщення (вторинний захист), інтелектуалізація (вторинний захист), реактивне утворення (вторинний захист).

2. Шкала соціальної довіри Дж. Роттера ілюструє, наскільки досліджувані довіряють іншим людям та наскільки надійним вони вважають своє соціальне оточення. Ступінь довіри, на нашу думку, вкрай важливий для формування стосунків із потенційним шлюбним партнером. Відсутність базової довіри до соціуму може негативно впливати на якість формування стосунків із партнером.

3. Тест впевненості в собі С. Рейзаса діагностує ступінь впевненості в собі респондентів. Впевненість, на наше переконання, входить до переліку основних якостей респондентів, які здійснюють пошук шлюбних стосунків у реальному житті. Користування онлайн-сайтами та додатками для знайомств не потребує низки вольових зусиль, необхідних для комунікації з іншими людьми за безпосереднього контакту.

4. Методику дослідження мотивації успіху та страху невдач А. Реана було використано для діагностики двох провідних мотиваційних тенденцій – досягнення успіху чи уникання невдачі.

5. Інтерв'ю. Ця частина діагностики містила низку запитань – від базової інформації про респондента до уточнювальних запитань щодо тематики дослідження. Наприклад: «Чи задовольняє Ваші потреби та бажання місце пошуку шлюбного партнера (сайт знайомств / реальне життя)?»,

«Чи є у Вас суб'єктивне відчуття, що Ви маєте проблеми в пошуку партнера для створення шлюбу?» тощо.

Для оброблення отриманих результатів, окрім психологічного аналізу, ми користувались методами математичної статистики, а саме: відсотковим аналізом, створенням ранжованих рядів, використанням міри центральної тенденції (середнє арифметичне, мода, медіана) та статистичними критеріями (коефіцієнт рангової кореляції Спірмена) тощо.

За результатами проведеного дослідження було встановлено, що 20 % респондентів вважають, що мають проблеми в пошуку партнера для створення шлюбу. З них 28 % респондентів з I групи, які шукають партнера через інтернет (5 жінок, 2 чоловіки), та 12 % досліджуваних з II групи (2 жінки, 1 чоловік). Це може свідчити про те, що жінки в нашій вибірці більшою мірою занепокоєні відсутністю шлюбного партнера, ніж чоловіки. Але це також ілюструє те, що більша частина респондентів не відчуває критичного дискомфорту від пошуків партнера та від відсутності на цей момент серйозних стосунків.

Не менш важливо, як респонденти оцінюють свою успішність вибору тактики створення сім'ї. Відповідаючи на запитання: «Чи задовольняє Ваші потреби та бажання місце пошуку шлюбного партнера (сайт знайомств / реальне життя)?», досліджувані з I групи (інтернет-знайомства), так само як і респонденти з II групи (реальне життя), в більшості задоволені методом пошуку. Лише 12 % (2 жінки та 1 чоловік) респондентів з I групи не задоволені ним, аналогічно вважає лише 4 % (1 жінка) з II групи. Тобто 46 респондентів, що становить 92 % від вибірки, вважають обрану тактику успішною, хоча жоден із них на момент проведення дослідження не перебував у шлюбі, але частина респондентів перебувала в перспективних стосунках.

Ми також опитали респондентів щодо їхнього особистого розуміння важкості знаходження партнера з віком. 42 % респондентів вважають, що знайти шлюбного партнера з віком легше, а 58 % – навпаки (тобто з віком це зробити складніше). Більшість опитаних пояснює це тим, що з віком з'являється досвід, але зникають можливості та «свіжість» фізичного і психологічного стану.

Під час групового обговорення (на форумі) цього питання 62 % респондентів із загальної вибірки стверджували, що з кожним роком відчують переживання (різного ступеня) щодо відсутності власної родини. Яскравіше ці переживання виражені в респондентів старшого віку

(27 років +). Багато з них також відчувають соціальний тиск та занепокоєні питанням народження дитини. Лише незначна частина жінок вважає, що народити дитину можливо в широкому віковому діапазоні. Більшість жінок-респонденток визнала свій страх перед труднощами народження першої дитини пізніше 27–28 років. Але лише одна з них уже зіштовхнулася з проблемами зі здоров'ям.

Думки респондентів щодо оцінювання легкості пошуку тим чи іншим способом розійшлися. Більшість опитуваних (54 %) вважає пошуки в інтернеті набагато легшими, ніж у реальному житті. 48 % досліджуваних із I групи визнали, що головною причиною реєстрації на сайті знайомств став минулий невдалий досвід пошуку партнера в реальному житті. У груповій бесіді 20 % респондентів з II групи зазначили, що вони вважають інтернет-пошуки ненадійними та потенційно небезпечними, але в перспективі хотіли б випробувати їхню ефективність на собі. Половина всіх респондентів утвердилася в думці, що починати пошук партнера через спеціальні додатки для пошуку стосунків можна лише за умови вивчення питання безпеки користування ними. Інша половина досліджуваних стверджувала, що це не потрібно.

Ми також узагальнили досвід і відповіді респондентів, які зіткнулися з онлайн-аферами на сайтах знайомств. 44 % респондентів, які шукають партнера на сайтах знайомств, були потенційними або реальними жертвами онлайн-шахрайств.

Отже, підіб'ємо первинні підсумки на підставі інтерпретації результатів діагностики механізмів психологічного захисту, ступеня вираженості соціальної довіри, рівня впевненості в собі та домінування того чи іншого механізму психологічного захисту.

I група респондентів, тобто ті, хто шукає шлюбного партнера через спеціалізовані додатки або ж через сайти знайомств, схильні виявляти мотивацію уникання невдачі порівняно з респондентами II групи, тобто тими, хто шукає партнерів у реальному житті. Співвідношення виглядає так:

- I група: 25 % виражених респондентів із мотивацією уникання невдачі;
- II група: 32 % виражених досліджуваних із мотивацією уникання невдачі;
- I група: 8 % респондентів мають невизначені (середні відповіді) мотивації;
- II група: 32 % мають невизначені (середні відповіді) мотивації;
- I група: 28 % респондентів, орієнтованих на досягнення успіху;

- II група: 36 % респондентів, націлених на досягнення успіху.

На нашу думку, цей розподіл відповідей є законним, адже пошук шлюбного партнера через соціальні мережі вимагає від людей менших зусиль, ніж під час реальних зустрічей, а також дає змогу уникати невдалих побачень «наживо». Саме страх невдалих побачень, витрачених дарма зусиль зумовлює стратегію мотивації уникання невдачі як домінуючого типу поведінки.

I група досліджуваних (ті, що шукають партнера на сайтах знайомств) більш схильна до довіри соціуму. Співвідношення двох груп виглядає так:

- I група: у 4 % респондентів яскраво виражена соціальна недовіра;
- II група: у 24 % діагностовано активно виражену соціальну недовіру;
- I група: у 76 % опитаних встановлено середні значення;
- II група: у 72 % респондентів виявлено середні значення;
- I група: у 25 % досліджуваних встановлено високий рівень соціальної довіри;
- II група: 4 % респондентів мають високий рівень соціальної довіри.

Респонденти, які шукають шлюбних партнерів у реальному житті, схильні менше довіряти людям. А ті, хто знайомиться з потенційними партнерами через інтернет-сайти та додатки, – навпаки, довіряють людям, їхнім даним в інтернеті та не вбачають ризику в «сліпих» побаченнях (тобто побаченнях між людьми, які ніколи одне одного раніше не бачили, а домовилися про зустріч через листування, телефонні дзвінки або ж за допомогою спільних знайомих).

Результати діагностики рівня впевненості в собі є такими:

- I група: критичну невпевненість у собі діагностовано у 8 % респондентів;
- II група: не встановлено випробуваних з яскраво вираженою невпевненістю в собі;
- I група: виявлено 28 % респондентів, невпевнених у собі;
- II група – 12 % невпевнених у собі;
- у 56 % респондентів I групи встановлено середні значення;
- у II групі діагностовано 64 % випробуваних із середніми значеннями.

Впевнених у собі серед респондентів I групи виявлено 8 %, натомість у II групі діагностовано 25 % таких осіб.

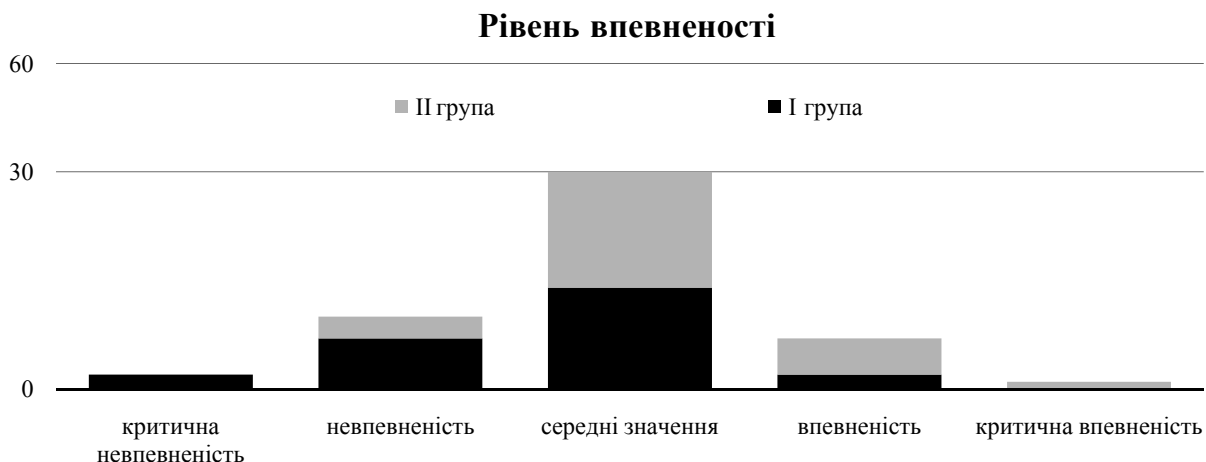
Ми не встановили серед респондентів I групи осіб із критично високим рівнем впевненості в собі, тоді як у II групі – 4 %.

Отже, респонденти І групи (особи, які шукають шлюбних партнерів через інтернет-додатки) є менш впевненими в собі, ніж ті, які шукають шлюбних партнерів у реальному житті. Ми вважаємо, що це має стосунок до страху осіб І групи опинитися на невдалому побаченні. Тобто інтернет-спілкування допомагає уникнути дискомфорту і стресу від спілкування в реальному житті (див. рисунок).

психологічного захисту, тож наша гіпотеза в тій частині, де ми висували припущення про протилежне, не знайшла підтвердження.

Перевіряючи вихідне припущення нашого дослідження, ми використали методи статистичного аналізу.

Отримані нами показники мір центральної тенденції (середнє арифметичне та медіана) підтвердили висунуту гіпотезу. Встановлено, що



**Рисунок.** Результати діагностики рівня впевненості в собі (за методикою С. Рейзаса)

Аналіз захисних механізмів не показав переважання будь-якого типу механізмів захисту в респондентів двох груп, однак є певні домінування різних механізмів. Охарактеризуємо співвідношення двох груп.

У 20 % респондентів І групи домінує проєкція (первинний захист), у 8 % – заміщення (вторинний захист), у 12 % – витіснення (первинний захист), у 24 % – інтелектуалізація (первинний захист), у 12 % – заперечення (первинний захист), у 4 % – реактивне утворення, у 8 % – регресія (вторинний захист).

У 16 % досліджуваних ІІ групи домінує механізм психологічного захисту – проєкція (первинний захист), у 4 % – заміщення (вторинний захист), у 24 % – витіснення (первинний захист), у 16 % – інтелектуалізація (первинний захист), у 12 % – заперечення (первинний захист), у 8 % – регресія (вторинний захист).

Отже, у 44 % респондентів І групи встановлено домінування первинних захистів та у 56 % – вторинних захистів; аналогічні результати отримано в ІІ групі: у 44 % досліджуваних – домінування первинних захистів та у 56 % – вторинних захистів.

У респондентів обох груп (як тих, що шукають шлюбного партнера на сайтах знайомств, так і тих, що шукають шлюбного партнера в реальному житті) немає домінування певного типу

респонденти, які шукають партнерів через інтернет-ресурси, мають вищий рівень соціальної довіри, нижчий рівень впевненості в собі, у них переважає мотивація уникання невдач у порівнянні з досліджуваними, які шукають шлюбних партнерів у реальному житті. Але різниці між домінуванням того чи іншого типу (первинного або вторинного) психологічного захисту не було встановлено. Отримані результати можуть свідчити про те, що віддання переваги користуванню сайтами знайомств реальним пошукам має у своїй основі страх (страх знайомств, страх не сподобатись партнеру тощо) через занижену самооцінку своїх можливостей та характеристик. Тобто до інтернет-ресурсів вдаються люди, які прагнуть уникати невдач у пошуку партнера в реальному житті. Також встановлено, що люди, які здійснюють пошук в інтернеті, виявляють більшу соціальну довіру (цим користуються шахраї, які трапляються на сайтах знайомств).

Крім того, ми провели кореляційний аналіз отриманих даних. На основі застосування коефіцієнта рангової кореляції Спірмена ми отримали таке: не встановлено кореляційного зв'язку показників соціальної довіри з рівнем впевненості в собі та з мотивацією уникання невдачі / досягнення успіху. Натомість встановлено кореляційний зв'язок між показниками впевненості в собі

та мотивацією уникання невдач / досягнення успіху ( $r = 0,28$  при  $p < 0,05$ ). Отримані результати загалом дають нам змогу стверджувати, що попри незначущі зв'язки між досліджуваними змінними існує зв'язок цих психологічних властивостей з типом пошуку партнера. Отже, ті респонденти, які шукають шлюбних партнерів в інтернет-просторі, мають вищий рівень соціальної довіри, нижчий рівень впевненості в собі, а також вони частіше схильні до уникання невдач, ніж до активного досягання успіху. Своєю чергою, респондентам, які віддають перевагу пошукам у реальному житті, притаманні протилежні якості: нижчий рівень соціальної довіри, вищий рівень впевненості в собі, домінування мотивації досягнення успіху.

### Висновки

1. Аналіз теоретичних підходів до вивчення механізмів психологічного захисту, соціальної довіри, впевненості в собі та мотивації

досягнення успіху / уникання невдачі, а також вивчення особливостей функціонування сайтів знайомств дав нам змогу частково підтвердити припущення про те, що респонденти, які шукають шлюбних партнерів через сайти знайомств, мають вищий рівень соціальної довіри, але вони менш впевнені в собі, у них переважає мотивація уникання невдач над мотивацією досягнення успіху в порівнянні з тими, хто шукає шлюбних партнерів у реальному житті. Пошук партнерів через сайти знайомств з огляду на це виявляється більш простим, менш стресовим для людей, які мають зазначені психологічні характеристики. Гіпотеза не знайшла підтвердження в аспекті домінування того чи іншого типу захисних механізмів психіки.

2. Емпіричне дослідження механізмів психологічного захисту, соціальної довіри, впевненості в собі та мотивації уникання невдачі / досягнення успіху дало змогу встановити взаємозв'язки цих характеристик з типом вибору пошуку шлюбного партнера.

### Список джерел

1. Бондаренко О. С. Психологічні особливості самопрезентації юнаків в інтернет-середовищі / О. С. Бондаренко, В. М. Чернобровкін // Теоретичні і прикладні проблеми психології : зб. наук. праць Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – Северодонецьк : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2015. – № 2 (37), т. 2. – С. 37–46. DOI: 10.33216/2219-2654
2. Жичкина А. Э. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью [Электронный ресурс] / А. Э. Жичкина, Э. П. Белинская. – 2017. – Режим доступа: <http://banderus2.narod.ru/70312.html>. – Загл. с экрана.
3. Крайг Г. Психология развития / Г. Крайг. – Санкт-Петербург : Питер, 2000. – 992 с.
4. Крижанская Ю. С. Грамматика общения / Ю. С. Крижанская, В. П. Третьяков. – Ленинград : Изд-во ЛГУ, 1990. – 208 с.
5. Слободчиков В. И. Психология развития человека. Развитие субъективной реальности в онтогенезе / В. И. Слободчиков, Е. И. Исаев. – Москва : Изд-во ПСТГУ, 2013. – 400 с. – (Основы психологической антропологии).
6. Шихи Г. Возрастные кризисы. Ступени личностного роста / Г. Шихи. – Санкт-Петербург : Ювента, 1999. – 436 с.
7. Штырбу Е. Е. С чего начинаются отношения в киберпространстве? [Электронный ресурс] / Е. Е. Штырбу // Библиотека «Интернет-психология». – 2009. – Режим доступа: <https://psyfactor.org/lib/web-relations.htm>. – Загл. с экрана.

### References

1. Bondarenko, O. S., & Chernobrovkin, V. M. (2015). *Psychological features of self-representation of young men in internet-mediums*. *Theoretical and applied problems of psychology: collection of scientific works of the Volodymyr Dahl East Ukrainian National University*, 2(37), 37–46. DOI: 10.33216/2219-2654 [in Ukrainian].
2. Zhichkina, A. E., & Belinskaya, E. P. (2017). *Strategii samoprezentatsii v Internet i ih svyaz' s real'noj identichnost'yu*. Retrieved from <http://banderus2.narod.ru/70312.html> [in Russian].
3. Craig, G. J. (2000). *Human development*. Saint Petersburg: Piter [in Russian].
4. Krizhanskaya, Yu. S., & Tret'yakov, V. P. (1990). *Grammatika obshheniya*. Leningrad: Publishing House of Leningrad State University [in Russian].
5. Slobodchikov, V. I., & Isaev, E. I. (2013). *Psikhologiya razvitiya cheloveka: Razvitie subektivnoj real'nosti v ontogeneze*. Moscow: Publishing House of the St. Tikhon's Orthodox University [in Russian].
6. Sheehy, G. (1999). *Passages: Predictable Crises of Adult Life*. St. Petersburg: Yuventa [in Russian].
7. Shtyrbu, E. E. (2009). *S chego nachinayutsya otnosheniya v kiberprostranstve?* Retrieved from <https://psyfactor.org/lib/web-relations.htm> [in Russian].

A. Kurtseva, V. Chernobrovkin

## PSYCHOLOGICAL FEATURES OF THE YOUTH ORIENTED TOWARDS LOOKING FOR A MARRIAGE PARTNER ON THE INTERNET

On the basis of conducted empirical research, the psychological features of young people who tend to search for a marriage partner on the Internet are established. The advantages of finding a partner through dating sites and social networks include a shorter search period; the ability to get basic information through

correspondence with a candidate for the role of husband / wife; the opportunity to refuse to meet with those candidates whose life ideas, values, outlooks do not match their own; a lack of, to some extent, shyness and excitement of the first real meeting, an opportunity to reflect on their answers and control emotions.

The general characteristics of the youth period, among which are general optimism, creation of future life prospects, professional and personal self-realization, and the opportunities to make independent decisions, are discussed. In addition, such features of the youth period as high activity and certain unpredictability in actions and behaviour are highlighted. It is emphasized that it is during this period that a young person for the first time really begins to feel that he or she is in charge of his/her life and can fully support him/herself in social, psychological, and financial terms.

Attention is drawn to the fact that issues related to one's worldview and re-evaluation of one's own ideas about the world and to rethinking of issues related to religion, politics, and other worldview positions are finally resolved at a young age.

Respondents seeking marriage partners through dating sites were found to have a higher level of social trust, less self-confidence, and more motivation to avoid failure than motivation to succeed, compared to those seeking marriage partners in real life.

According to statistical analysis (Spearman's rank correlation coefficient), no correlation was found between social trust indicators, self-confidence, and motivation to avoid failure / success.

Instead, there is a correlation between self-esteem and motivation to avoid failure / success.

The obtained results, in general, suggest that, despite the insignificant correlation between the studied variables, there is a correlation between these psychological features and the types of search for a partner.

**Keywords:** self-presentation, marriage, youth, social trust, self-confidence, mechanisms of psychological protection, motivation to avoid failure / success.

*Матеріал надійшов 19.09.2019*