

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени М. В. ЛОМОНОСОВА

На правах рукописи

Клименко Герман Андреевич

**Матримониальное поведение российских студентов в условиях
цифровизации**

Специальность 5.2.3 Региональная и отраслевая экономика
(экономика народонаселения и экономика труда)

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание учёной степени

кандидата экономических наук

Москва – 2026

Диссертация подготовлена на кафедре народонаселения экономического факультета Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова.

Научный руководитель: *Калабихина Ирина Евгеньевна*
профессор, доктор экономических наук

Официальные оппоненты: *Елисеева Ирина Ильинична* – доктор экономических наук, член-корреспондент Российской академии наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, факультет экономики, финансов и информационных технологий, кафедра статистики и эконометрики, профессор, научный руководитель.

Синельников Александр Борисович – доктор социологических наук, доцент, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, социологический факультет, кафедра социологии семьи и демографии, профессор.

Шабунова Александра Анатольевна – доктор экономических наук, доцент, Вологодский научный центр Российской академии наук, директор.

Защита диссертации состоится «25» мая 2026 года в 16 часов 00 минут на заседании диссертационного совета МГУ.052.4 Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова по адресу: 119991, Российская Федерация, г. Москва, Ломоносовский проспект, дом 1, строение 46, экономический факультет, аудитория П8

E-mail: MGU.08.05@yandex.ru

С диссертацией можно ознакомиться в отделе диссертаций научной библиотеки МГУ имени М.В. Ломоносова (Ломоносовский просп., д. 27) и на портале: <https://dissovet.msu.ru/dissertation/3893>

Автореферат разослан «__» апреля 2026 г.

Ученый секретарь диссертационного совета,
кандидат экономических наук



Н.М. Калмыкова

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования

В последние три десятилетия в России наблюдаются процессы трансформации брачного (матримониального) поведения населения и в особенности молодежи. В частности, отмечаются увеличение среднего возраста вступления в зарегистрированный брак, более высокие темпы снижения показателей брачности среди молодежи, снижение значимости официальной регистрации брачных отношений, рост популярности сожительства.

Матримониальное поведение имеет несколько этапов, первым из которых является добрачный период, который включает в себя такие процессы, как знакомство и выбор партнера на брачном рынке, а также формирование долгосрочных отношений.

Знакомство с брачным партнером является неотъемлемым этапом выстраивания взаимоотношений с потенциальным брачным партнером. Его особенности напрямую влияют на успешность последующих этапов матримониального поведения (регистрация брака, достижение репродуктивных планов и т. д.). Однако в отечественной научно-исследовательской литературе добрачному поведению уделяется незначительное внимание.

Этот этап особенно значим для студенческой молодежи, так как именно студенты являются наиболее уязвимой группой с точки зрения матримониального поведения: выше вероятность откладывания создания семьи и рождения ребенка [Miller, 2011]¹, выше средний возраст регистрации первого брака [Архангельский, Калачикова, 2020], наиболее низкие показатели рождаемости [Cleland, Rodriguez, 1988; Guryan et al., 2008].

Этап знакомства с потенциальным брачным партнером в наибольшей степени подвержен влиянию цифровизации. Цифровизация знакомства с брачным партнером выражается в появлении новых способов знакомства (социальных сетей, онлайн-сервисов). По данным ВЦИОМ, доля взрослого населения России, использующего цифровые платформы для знакомства с брачным партнером, увеличилась с 19% в 2018 году до 24% в 2024 году [Онлайн-знакомства...], при этом 69% молодых россиян зарегистрировались на онлайн-сервисах и 25% активно их используют [Интим не...]. По данным исследования Rambler&Co, 14% используют для поиска брачного партнера социальные сети и 12% — сервисы для знакомств [Исследование Rambler&Co...].

¹ Полные библиографические ссылки на все работы, упоминаемые в автореферате, приведены в основном тексте диссертации в списке использованной литературы.

Мировой опыт демонстрирует, что цифровизация особенно актуальна для студентов, которые являются активными пользователями цифровых продуктов для знакомства и выбора партнера на брачном рынке. В зависимости от страны от 15 до 48% студентов используют цифровые платформы для знакомства с брачным партнером [Botnen et al., 2018; Sumter, Vandenbosch, 2019; Castro et al., 2020].

В исследовании впервые будет проведен анализ аспектов и факторов матримониального поведения российской студенческой молодежи на этапе знакомства с потенциальным брачным партнером в условиях появления в России цифровых платформ для знакомств.

Степень научной разработанности проблемы

Ключевой теорией для анализа выбора партнера на брачном рынке является концепция выбора партнера на брачном рынке Гэрри Беккера. Беккер связывает выбор партнера на брачном рынке с максимизацией полезности и экономическими выгодами от брака. При этом некоторые исследователи отмечают сложность достижения полной рациональности данного выбора и определяют ряд дополнительных переменных и издержек, которые приводят к асимметрии информации на брачном рынке (Г. Симон, В. Оппенгеймер).

Представители разных научных направлений признают ключевую особенность поиска партнеров на брачном рынке: стремление найти брачного партнера со схожими социально-экономическими характеристиками и статусом (Г. Беккер, М. Калмейн, А. Эстеве, Х. Блоссфельд, Э. Уолстер). Однако отмечается максимизация эффективности выбора на брачном рынке и в случае выбора по различию (гетерогамии) за счет взаимодополнения и компенсаций в паре (К. Шварц, Р. Маре). Проводится аналогия с комплементарными товарами (Г. Беккер).

Говоря о характеристиках выбора партнера на брачном рынке, ряд исследователей отмечают важность анализа наличия специализированных социальных институтов и норм (Дж. Черлин, Э. Скотт), соотношения полов (Дж. Энгрист, Г. Беккер), распределения предложения (В. Оппенгеймер, Дж. Скотт).

Новым направлением изучения особенностей выбора брачного партнера становится анализ специфики выбора в условиях цифровизации процесса. Отмечается рост популярности использования цифровых сервисов для знакомства с брачным партнером (М. Розенфельд, Э. Фогельс, Б. Нейт, Э. Тиммемарнс, К. Куртуа), а также трансформация восприятия новых способов знакомства как социально приемлемых и удобных для поиска долгосрочного партнера (Дж. Минах, А. Смит).

Многие исследователи концентрируются на основных преимуществах цифровизации сферы знакомств, которые связаны со снижением транзакционных издержек (Э. Руппель, М. Хоббс, Дж. Барракет, И. Чжоу, Дж. Ранзини), ростом эффективности выбора брачного партнера, в том числе при помощи наличия критериев, непосредственно встроенных в цифровые платформы (К. Бест, И. Коннолли), и расширением брачного рынка (Дж. Гиббс, М. Розенфельд, Э. Финкель), а также ростом удовлетворенности от выбора брачного партнера.

Однако ряд исследователей отмечают множество недостатков цифровизации знакомства с брачным партнером, в частности — увеличение асимметрии информации (Дж. Хэнкок, Г. Хитч, К. Тома, Дж. Холл, М. Уитти) и неравенства на брачном рынке (К. Кан, К. Коннер), коммерциализацию отношений (Р. Хейно, Э. Иллуз, З. Бауман) и другие социально-экономические и психологические проблемы пользователей (Д. Кусс, Г. Бонилья-Зорита, А. Кастро, Х. Одачи). Отмечаются риски коммуникации как в онлайн-пространстве (Г. Бонилья-Зорита, С. Стивенс, П. Валкенбург, К. Вандеерд), так и при переходе в офлайн-пространство (А. Сойер, Э. Корьеро, К. Олбери).

Отдельного внимания заслуживают исследования, которые направлены на анализ характеристик пользователей цифровых инструментов знакомства с брачным партнером (Э. Муиз, К. Тома, Дж. Хэнкок, Н. Эллисон, Л. Лефевр). Ряд зарубежных исследователей концентрируются, в первую очередь, на влиянии цифровизации знакомства с брачным партнером на молодое поколение и в особенности на студентов, отмечая высокий уровень вовлечения студентов в использование онлайн-способов знакомства (А. Кастро, Э. Сойер, Э. Тиммерманс, Дж. Шапиро).

Отдельные исследователи в разных странах фокусируются на социально-демографических детерминантах использования разных способов и целей знакомства (С. Самтер, Дж. Саутгер, К. Бандинелли, Г. Хитч, Дж. Ранзини, М. Розенфельд, Э. Тиммерманс, Л. Ванденбош).

Такими образом, тема цифровизации знакомства с брачным партнером широко распространена в международном научном дискурсе в области экономики народонаселения, однако недостаточно изучена в отечественной научной литературе.

Цель и задачи исследования

Цель исследования — определить особенности матримониального поведения российской студенческой молодежи на этапе знакомства с брачным партнером в условиях цифровизации.

Для достижения **цели** исследования были поставлены следующие **задачи**:

1. Определить особенности выбора партнера на брачном рынке в эпоху цифровизации и уровень проникновения цифровизации на разных этапах матримониального поведения.

2. Выявить особенности трансформации матримониального поведения российского населения и особенно молодежи за последние годы на данных официальной статистики, включая характеристики брачных партнеров.

3. Структурировать ключевые направления научного дискурса, посвященного цифровой трансформации знакомств с брачным партнером.

4. Выявить характерные аспекты знакомства с потенциальным брачным партнером российской студенческой молодежи, в том числе с учетом использования онлайн-платформ.

5. Оценить связь демографических и экономических характеристик российских студентов с аспектами знакомства с потенциальным брачным партнером (способы и цели знакомств, а также характеристики потенциального брачного партнера).

Объектом диссертационного исследования является матримониальное поведение российских студентов на этапе знакомства с потенциальным брачным партнером в условиях цифровизации.

Предметом диссертационного исследования являются демографические и экономические детерминанты матримониального поведения российской студенческой молодежи на этапе знакомства с потенциальным брачным партнером в условиях цифровизации.

Научная новизна

По результатам проведенного исследования представлены следующие элементы **научной новизны**:

1. Уточнены особенности выбора партнера на брачном рынке в эпоху цифровизации.

2. Проведены расчеты индексов притяжения и отталкивания по возрастным группам и уровню образования брачных партнеров за последнее десятилетие.

3. Выполнена систематизация ключевых направлений исследований на основе контент-анализа масштабного массива текстов научной литературы (528 публикаций по теме, доступных на октябрь 2022 года через системы поиска пяти крупнейших международных издательств научной литературы) по цифровизации знакомства, статистически определены ключевые особенности и характеристики цифровизации знакомства для проведения эмпирической части исследования.

4. На основе данных опроса 3838 студентов из 46 российских регионов, проведенного автором исследования, статистическими методами выявлены характерные аспекты знакомства с потенциальным брачным партнером российской студенческой молодежи.

5. С помощью регрессионного анализа результатов опроса оценена связь демографических и экономических характеристик российских студентов с аспектами знакомства с потенциальным брачным партнером (способы и цели знакомств, а также характеристики потенциального брачного партнера).

Теоретическая значимость исследования

Теоретическая значимость работы состоит в структуризации научного дискурса, посвященного цифровизации знакомства с брачным партнером в эпоху появления онлайн-платформ для знакомства, на основе процедуры проведения контент-анализа научных публикаций. По итогам анализа результатов эмпирического исследования были сформулированы теоретические гипотезы, которые обогащают научный дискурс по теме матримониального поведения.

Предполагаемая практическая значимость исследования

Предполагаемая практическая значимость работы состоит в выявлении связей демографических и экономических характеристик студентов с аспектами матримониального поведения на этапе знакомства с брачным партнером в условиях цифровизации. Работа может быть использована при разработке доказательной научно обоснованной демографической политики. Определенные в результате анализа закономерности могут служить для учета при корректировке демографического прогноза, а также для формирования новых или усиления существующих стратегических приоритетов государственной политики в области демографии, в частности при формировании паспортов новых национальных проектов «Семья» и «Молодежь и дети», которые позволят достичь национальных целей развития страны до 2030 года, а также новой «Стратегии демографической и семейной политики и поддержки многодетности» до 2036 г.

Составленный портрет пользователей онлайн-сервисов для знакомства обеспечит повышение эффективности деятельности существующих или создаваемых инструментов онлайн-знакомства на отечественном рынке, а также возможность фокусировки функционала данных инструментов на содействии в достижении социально значимых последствий их использования.

Материалы диссертационного исследования могут применяться в преподавании дисциплины «Экономика народонаселения».

Теоретико-методологические основы исследования

Теоретической основой исследования послужили научные работы российских и зарубежных авторов по вопросам матримониального поведения, выбора партнера на брачном рынке. Ключевой является концепция выбора партнера на брачном рынке Гэрри Беккера, которая связывает выбор партнера на брачном рынке с экономическими выгодами от брака в разных обществах, выявляет детерминанты выбора партнера по сходству или различию характеристик партнеров.

Процесс цифровизации знакомства с брачным партнером анализировался в работе с опорой на масштабный массив текстов научной литературы (528 публикаций по теме, доступных на октябрь 2022 года через системы поиска пяти крупнейших международных издательств научной литературы). Контент-анализ позволил обобщить выводы исследователей по данной теме, что позволило выявить не только основные направления научных исследований, но и основные особенности знакомства с потенциальным брачным партнером.

Методической базой исследования выступают метод контент-анализа, статистический анализ, анализ описательных статистик и таблично-графического представления результатов. Для выявления количественной связи между демографическими, экономическими характеристиками и особенностями знакомства с потенциальным брачным партнером используются методы эконометрического анализа, в частности построения регрессионных моделей (МНК и пробит-модели) и факторного анализа для объединения факторов в группы.

Информационную базу исследования составляют:

1. Статистические данные федеральных органов власти: Федеральной службы государственной статистики (включая неопубликованные данные), Минобрнауки России (данные по форме ВПО-1).
2. Полнотекстовые данные англоязычных публикаций по теме цифровизации знакомства и выбора партнера на брачном рынке (528 публикаций, временной период: 2010–2022 гг.), собранные автором.
3. Данные проведенного автором опроса студентов российских университетов по вопросам матримониального поведения (невероятностная стихийная выборка 3838 студентов разного уровня обучения из 164 вузов 46 регионов Российской Федерации).

Количественные расчёты исследования выполнялись при помощи программных продуктов Eviews, SPSS. Формирование библиографической базы по теме цифровизации знакомства и выбора партнера на брачном рынке осуществлялось через программу для систематизации библиографических списков Zotero. Контент-анализ библиографической

базы проводился при помощи программы для анализа данных MAXQDA. Сбор данных для эмпирической части исследования осуществлялся через программное обеспечение для администрирования опросов Google Forms.

Положения, выносимые на защиту:

1. До распространения цифровых способов знакомства сложности, связанные с выбором партнера (выгод от заключения брака с ним), частично компенсировались разного рода трансфертами (приданым, выкупом невесты и т. д.) и/или подбором партнера по схожим признакам (возраст, образование, социальное и экономическое положение). С появлением цифровых способов знакомств, с одной стороны, сократились транзакционные издержки поиска потенциального брачного партнера и появились новые возможности подбора и оценки потенциального партнера (на основе данных о самопрезентации участников цифровых платформ), что гипотетически могло ослабить стремление людей искать партнера по схожим признакам. С другой стороны, возникает асимметрия информации, увеличиваются риски получения недостоверной информации о партнере, что может усиливать притяжение потенциальных партнеров по схожим признакам.

2. Индексы притяжения и отталкивания женихов и невест свидетельствуют о высоком уровне притяжения брачных партнеров в России по критерию возраста и уровня образования, в особенности среди партнеров с высшим образованием. Отмечается рост вероятности заключения браков на основе принципа возрастного подобия партнеров (например, для супругов в возрасте 20–24 лет индекс притяжения составлял 0,35 в 2011 году и 0,45 в 2023 году). В последние годы наблюдается снижение индексов притяжения брачных партнеров по уровню образования при сохранении высокого уровня притяжения (например, для супругов с высшим образованием: 0,59 — в 2015 году и 0,46 — в 2023 году).

3. Научный дискурс, посвященный цифровизации знакомства с брачным партнером в эпоху появления онлайн-платформ для знакомств, включает семь основных направлений исследований, а именно: способы знакомства с брачным партнером (распространение цифровых способов); цели знакомства с брачным партнером (в том числе на цифровых платформах); характеристики потенциального брачного партнера, доступные для презентации в рамках цифровых платформ; риски и недостатки онлайн-знакомств; действия пользователей цифровых сервисов (в контексте матримониального поведения); брачные статусы основных пользователей цифровых платформ; нишевые брачные рынки.

Некоторые направления активно развивались до процессов цифровизации и изучались в классических работах XX века. Например, основные аспекты знакомства и выбора партнера на брачном рынке рассматривались в работах Г. Беккера, Г. Симона, В. Оппенгеймера, характеристики потенциального брачного партнера – в работах

М. Калмейна, А. Эстеве, Х. Блоссфельда, К. Шварца, а способы знакомства были центральной темой работ М. Адельмана, Д. Бусса.

При этом можно констатировать формирование отдельного направления научного дискурса, посвященного цифровизации знакомства с брачным партнером. Это подтверждается наличием устойчивых тематик, относящихся к специфике онлайн-платформ для знакомств. Например, о рисках и недостатках онлайн-знакомств пишут Д. Кусс, Г. Бонилья-Зорита, А. Кастро.

4. Знакомства с потенциальным брачным партнером российской студенческой молодежи в условиях цифровизации обладают характерными особенностями:

4.1) В условиях новизны цифрового способа знакомств намерения использовать такой способ превышают реальные практики у российских студентов. Наиболее популярными способами знакомства с потенциальным брачным партнером российских студентов (из 8 предложенных) являются традиционные способы, связанные со средой жизнедеятельности (место учебы — 87,4% и посредничество друзей — 80,6%); на третье место респонденты ставят онлайн-способы — социальные сети (73,5% от всех респондентов). Наименее популярными способами знакомства для студентов являются место работы (30,3%) и посредничество родителей (21,5%). При этом только 1/3 респондентов (34,1%) имели опыт использования онлайн-сервисов для знакомств.

4.2) Использование цифровых платформ для знакомства не влияет на популярность целей знакомства у российских студентов. В частности, брак, рождение и воспитание детей оказались наименее популярными целями для студентов любого пола и возраста вне зависимости от наличия опыта использования цифровых сервисов для знакомства. Наиболее популярными целями знакомства российских студентов (из 8 предложенных) являются: постоянные отношения (62,2%), совместный досуг (62,0%), общение в сети (58,0%) и любовь (52,8%). Такое распределение сохраняется и среди студентов, имеющих опыт онлайн-знакомств: 65,4%, 64,8%, 65,6% и 55,7% соответственно.

4.3) Средние оценки наиболее и наименее значимых характеристик потенциального брачного партнера не отличаются у студентов, имеющих и не имеющих опыт использования цифровых платформ для знакомства. Наиболее значимыми характеристиками для студентов (из 11 предложенных) являются: интересы и увлечения (средняя оценка 3,99 из 5), отсутствие детей (3,95), внешность (3,66) и образование партнера (3,47). Наименее важными характеристиками потенциального брачного партнера для студентов являются удаленность места проживания партнера (2,89), национальность (2,83) и признаки материального благополучия (2,48).

5. Демографические (пол, возраст, регион) и экономические характеристики студентов (материальное положение, наличие самостоятельного заработка) значимо влияют на способы, цели знакомства и характеристики потенциального брачного партнера в условиях цифровизации:

5.1) Онлайн-способы знакомства с большей вероятностью используются студентами женского пола (вероятность использования онлайн-сервисов для знакомства на 11,9% выше, чем у мужчин), региональных вузов (использование социальных сетей на 30,6% выше, чем у студентов столичных вузов) и старших возрастных групп (использование онлайн-сервисов для знакомства на 34,6% выше для студентов старших возрастных групп).

5.2) Долгосрочные цели знакомства с большей вероятностью демонстрируются студентами мужского пола (на 10,5% больше, чем у женщин), столичных вузов (на 10%) и старших возрастных групп (на 19,5%). Схожие результаты демонстрируются на выборке студентов, имеющих опыт онлайн-знакомств: долгосрочные цели знакомства с большей вероятностью демонстрируются студентами мужского пола (на 16,3%), столичных вузов (на 12,3%) и старших возрастных групп (на 19,3%). Цель «поиск брачного партнера», «рождение и воспитание детей» с большей вероятностью ставят студенты женского пола вне зависимости от выборки.

5.3) Внешность как характеристика потенциального брачного партнера более значима для студентов мужского пола (на 0,27 балла больше по пятибалльной шкале). Для студентов женского пола это рост (0,89 балла), материальный достаток (0,83), место работы (0,69), уровень образования (0,49), опыт брака (0,2), национальность (0,18) и возраст (0,13). Аналогично на выборке студентов, имеющих опыт онлайн-знакомств: для мужского пола значима внешность (на 0,25 балла), а для студентов женского пола: рост (0,93), материальный достаток (0,85), место работы (0,67), уровень образования (0,45), опыт брака (0,2), национальность (0,18) и возраст (0,15).

5.4) Экономически самодостаточные студенты с большей вероятностью используют для знакомства с брачным партнером онлайн-способы знакомства (онлайн-сервисы для знакомства — на 9,5%), и отдельные офлайн-способы (место работы — на 30,5% и общественные места — на 18%). В качестве значимых характеристик потенциального брачного партнера такие студенты выбирают рост, национальность, внешность и место работы. В целом знакомства экономически самодостаточных студентов обладают большим спектром выбранных целей (выбор разнообразнее). Однако, уровень самодостаточности не оказывает влияния на увеличение вероятности преследования демографических целей поиска брачного партнера (брак, рождение и воспитание детей).

Степень достоверности результатов

1. Результаты диссертационного исследования получены с использованием научных методов, инструментария экономической теории и опорой на научные исследования отечественных и зарубежных ученых, посвященных матримониальному поведению.

2. Основой эмпирической части исследования выступают достоверные статистические данные из открытых источников, а также данные опроса проведенного автором исследования.

3. Результаты исследования прошли апробацию в форме публикаций в ведущих рецензируемых научных журналах, а также были представлены на ключевых российских и международных научных конференциях, что подтверждает их достоверность, научную обоснованность и практическую применимость.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности

Работа выполнена в соответствии с паспортом специальности 5.2.3 «Региональная и отраслевая экономика», п. 8. Экономика народонаселения и экономика труда, пп. 8.1. Народонаселение как субъект и объект экономических отношений. Экономические, институциональные и социокультурные детерминанты динамики демографических процессов. Взаимосвязь демографического и экономического поведения. Концепция человеческого развития.

Апробация результатов диссертации

По теме диссертации опубликованы лично 6 работ (общий объем – 5,44 п.л., авторский вклад – 5,44 п.л.). Из них 5 статей в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных для защиты в диссертационном совете МГУ имени М.В. Ломоносова по специальности и отрасли наук (общий объем – 5,33 п.л., авторский вклад – 5,33 п.л.).

Результаты исследования были представлены на российских и международных конференциях:

- Международная ежегодная научная конференция «Ломоносовские чтения – 2023». Секция экономических наук: «Новая экономическая реальность: структурные и региональные аспекты» (МГУ имени М. В. Ломоносова, экономический факультет, Россия, 11–13 апреля 2023).
- Пятый Российский экономический конгресс (РЭК-2023) (Екатеринбург, Россия, 11–15 сентября 2023).
- Международная ежегодная научная конференция «Ломоносовские чтения – 2024». Секция экономических наук: «Человеческий и социальный капитал России: новые

вызовы и возможности» (МГУ имени М. В. Ломоносова, экономический факультет, Россия, 17–19 апреля 2024).

- Международная ежегодная научная конференция «Ломоносовские чтения. Секция экономических наук» на тему «Настоящее и будущее социально-экономического развития: потенциал ИИ и новые вызовы» (МГУ имени М. В. Ломоносова, экономический факультет, Россия, 9–11 апреля 2025).

- 30th International Population Conference (Брисбен, Австралия, 13–18 июля 2025).

- Международная научная конференция XII Валентеевские чтения «Демографические процессы в условиях глобальных вызовов» (МГУ имени М. В. Ломоносова, экономический факультет, Россия, 22–23 октября 2025).

Структура диссертации. Логика и структура диссертационной работы отвечает целям исследования и определяется необходимостью обеспечения последовательного решения его задач. Диссертация состоит из введения, четырех глав и заключения, изложенных на 170 страницах, включая 18 рисунков, 56 таблиц, 6 приложений и библиографию, содержащую ссылки на 316 источников.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, анализируется степень разработанности проблемы, определяются цель, задачи, предмет и объект, исследования, новизна работы, её теоретическая и практическая значимость, теоретико-методологические основы, информационная база, а также формулируются положения, выносимые на защиту, описывается общая структура работы.

В первой главе «Теоретические основы исследований матримониального поведения» дается определение, этапы и проблемное поле матримониального поведения, а также анализируются ключевые теоретико-методологические концепции, посвященные выбору партнера на брачном рынке.

В главе раскрывается следующее положение, выносимое на защиту.

1. До распространения цифровых способов знакомства сложности, связанные с выбором партнера (выгод от заключения брака с ним), частично компенсировались разного рода трансфертами (приданым, выкупом невесты и т. д.) и/или подбором партнера по схожим признакам (возраст, образование, социальное и экономическое положение). С появлением цифровых способов знакомств, с одной стороны, сократились трансакционные издержки поиска потенциального брачного партнера и появились новые возможности подбора и оценки потенциального партнера (на основе данных о самопрезентации участников цифровых платформ), что гипотетически могло ослабить стремление людей искать партнера по схожим признакам. С другой стороны, возникает асимметрия информации, увеличиваются риски получения недостоверной информации о партнере, что может усиливать притяжение потенциальных партнеров по схожим признакам.

В рамках экономической теории выбор брачного партнера обусловлен стремлением к максимизации потенциальной выгоды. Г. Беккер рассматривает выбор партнера как рыночный процесс, где партнеры взаимовыгодно обмениваются своими характеристиками и ресурсами. Он выделяет понятие эффективного брачного рынка и рассматривает брак как форму производства в домашнем хозяйстве, где партнеры, объединяя ресурсы, производят блага, к которым относятся удовольствие, престиж, дети и др.

Эффективность брачного рынка основана на достижении максимальных совокупных выгод от выбора брачного партнера. При этом у каждого участника имеется определенный доход — цена, которая отражает вклад партнера в потенциальный или существующий брак, а также «вмененная цена» — ценность, основанная на его характеристиках (образование, доход, внешность и т. д.).

Оценка перспективности партнера — основа эффективного выбора. Риск необъективного оценивания партнера (выгоды от заключения брака с ним) может частично компенсироваться разного рода трансфертами (приданым, выкупом невесты и т. д.).

В цифровую эпоху сервисы онлайн-знакомства предоставляют новые возможности для оценки потенциального брачного партнера: можно сфокусировать поиск потенциального партнера на ключевых для пользователя характеристиках, что позволяет снизить вероятность неэффективного знакомства с неподходящими потенциальными брачными партнерами. В сочетании со значительным расширением предложения на брачном рынке (доступность знакомств вне ограничений физического нахождения на доступном расстоянии, смягчение финансовых и социальных различий) инструменты выбора позволяют существенно сократить транзакционные издержки на поиск потенциального брачного партнера.

Цифровизация знакомств также значительно изменила возможности для самопрезентации характеристик как потенциального брачного партнера. Но при этом возникает асимметрия информации и увеличиваются риски получения недостоверной информации о партнере, что потенциально может привести к увеличению неравенства на брачном рынке.

Вторая глава «Матримониальное поведение россиян» содержит анализ показателей брачности и разводимости россиян, описание возрастных особенностей брачности и разводимости россиян, расчёт индексов притяжения и отталкивания женихов и невест в России по критерию возраста и уровня образования.

В главе раскрывается следующее положение, выносимое на защиту.

2. Индексы притяжения и отталкивания женихов и невест свидетельствуют о высоком уровне притяжения брачных партнеров в России по критерию возраста и уровня образования, в особенности среди партнеров с высшим образованием. Отмечается рост вероятности заключения браков на основе принципа возрастного подобия партнеров (например, для супругов в возрасте 20–24 лет индекс притяжения составлял 0,35 в 2011 году и 0,45 в 2023 году). В последние годы наблюдается снижение индексов притяжения брачных партнеров по уровню образования при сохранении высокого уровня притяжения (например, для супругов с высшим образованием: 0,59 — в 2015 году и 0,46 — в 2023 году).

На основании неопубликованных данных Росстата (формы Б73 и Б74) были рассчитаны индексы притяжения и отталкивания по возрасту и уровню образования партнеров.

Индекс брачности (индексы притяжения и отталкивания) — показатель, позволяющий измерить степень предпочтения брачных партнеров по определенному признаку. В основе индексов лежит сопоставление фактической частоты сочетаний характеристик супругов в образовавшихся брачных парах с частотой, которая теоретически возможна при случайном подборе брачных пар.

Значения индекса притяжения могут находиться в диапазоне (0;1), где 0 — полное безразличие к данной характеристике брачного партнера и 1 — наличие максимального уровня притяжения. Значения индекса отталкивания могут находиться в диапазоне (-1;0), где -1 — максимальное отталкивание партнеров из данной группы, а 0 — полное безразличие к данной характеристике брачного партнера.

Подтверждается наличие наибольших по значению индексов притяжения среди брачных партнеров с одинаковым уровнем образования. Наибольший уровень отталкивания наблюдается у брачных партнеров с существенно различающимся уровнем образования.

Если рассматривать индексы притяжения среди брачных пар с одинаковым уровнем образования у партнеров (рис. 1), наибольшие показатели притяжения демонстрируют пары, в которых оба супруга — с высшим профессиональным образованием.

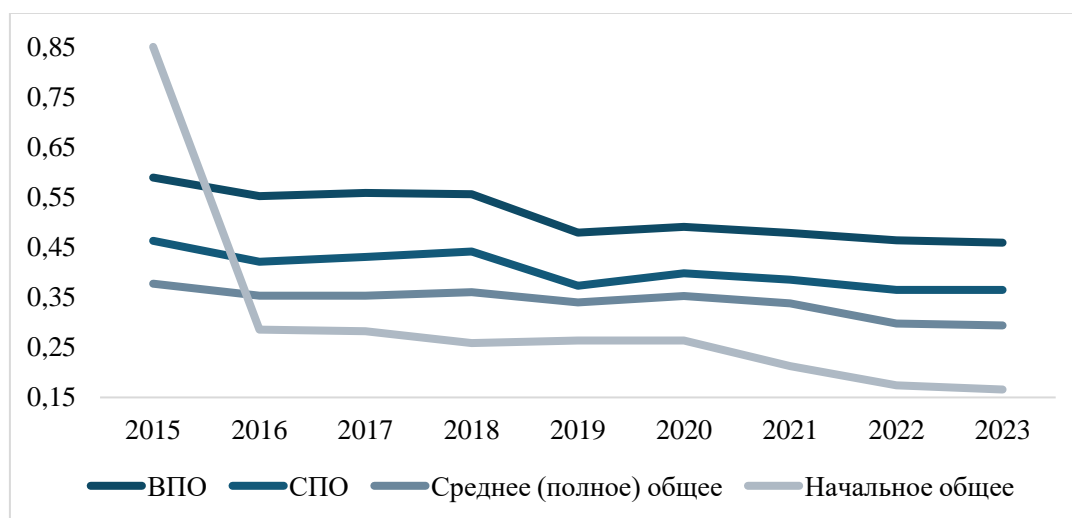


Рисунок 1 — Индексы притяжения для обоих полов по уровню образования на 2015–2023 гг.

Источник: расчеты автора на основе неопубликованных данных Росстата²

Как и в случае с уровнем образования, наибольший уровень притяжения демонстрируют партнеры, находящиеся в одинаковых возрастных группах (рис. 2).

² Форма Б74 «Число вступивших в брак по образованию жениха и невесты», Российская Федерация, городское и сельское население, 2015–2023 г.

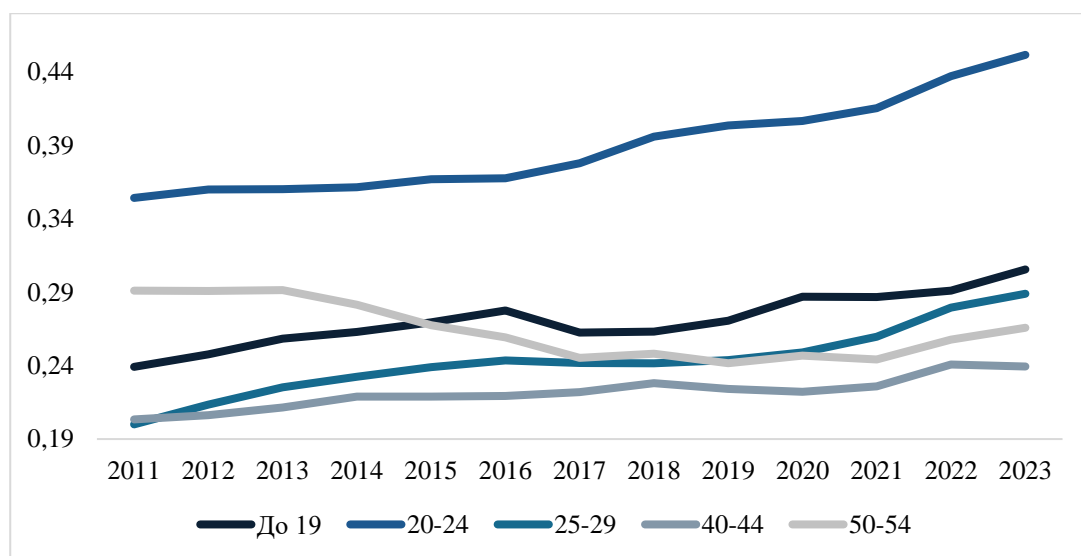


Рисунок 2 — Индексы притяжения для обоих полов по возрасту (пятилетние возрастные группы) на 2011–2023 гг.

Источник: расчеты автора на основе неопубликованных данных Росстата³

Индексы притяжения женихов и невест в одинаковых возрастных группах демонстрируют, что наибольший уровень притяжения наблюдается или в наиболее старших возрастах (60 лет и более), или в возрасте 20–24 лет. С 2011 года растет частота заключения браков между партнерами сопоставимого возраста, причем этот тренд особенно усилился в молодых возрастных когортах за последние годы.

Кроме этого, сохраняются тенденции конца XX – начала XXI века в трансформации матримониального поведения россиян и российской молодежи:

1) низкая значимость официальной регистрации брачных отношений для молодежи (в 2018 г. 59% молодежи в возрасте 18–24 лет считали сожительство приемлемой формой отношений) и в отдельности для студентов (в 2024 г. 62% студентов положительно относились к сожительству как к форме отношений);

2) более высокие темпы снижения показателей брачности у молодежи (например, возрастной коэффициент брачности мужчин в возрасте 18–24 лет снизился с 99,9 промилле в 1990 году до 48,7 в 2011 году и 33,8 в 2023 году; у женщин – 117,8; 75,8 и 57,2 промилле соответственно) и увеличение среднего возраста вступления в зарегистрированный брак для всех браков (у мужчин с 26,6 лет в 1995 году до 29,3 в 2011 году и 32,0 в 2023 году; у женщин — 24,6; 27,3 и 30,5 лет соответственно).

Третья глава «Цифровизация знакомства с брачным партнером» посвящена описанию положительных и негативных эффектов цифровизации знакомства с брачным

³ Форма Б73 «Число браков по возрасту жениха и невесты», Российская Федерация, городское и сельское население, 2011–2023 гг.

партнером, содержит контент-анализ научного дискурса о цифровизации знакомства с брачным партнером, который позволил выделить основные аспекты знакомства с потенциальным брачным партнером.

В главе раскрывается следующее положение, выносимое на защиту.

3. Научный дискурс, посвященный цифровизации знакомства с брачным партнером в эпоху появления онлайн-платформ для знакомств, включает семь основных направлений исследований, а именно: способы знакомства с брачным партнером (распространение цифровых способов); цели знакомства с брачным партнером (в том числе на цифровых платформах); характеристики потенциального брачного партнера, доступные для презентации в рамках цифровых платформ; риски и недостатки онлайн-знакомств; действия пользователей цифровых сервисов (в контексте матримониального поведения); брачные статусы основных пользователей цифровых платформ; нишевые брачные рынки.

Некоторые направления активно развивались до процессов цифровизации и изучались в классических работах XX века. Например, основные аспекты знакомства и выбора партнера на брачном рынке рассматривались в работах Г. Беккера, Г. Симона, В. Оппенгеймера, характеристики потенциального брачного партнера – в работах М. Калмейна, А. Эстеве, Х. Блоссфельда, К. Шварца, а способы знакомства были центральной темой работ М. Адельмана, Д. Бусса.

При этом можно констатировать формирование отдельного направления научного дискурса, посвященного цифровизации знакомства с брачным партнером. Это подтверждается наличием устойчивых тематик, относящихся к специфике онлайн-платформ для знакомств. Например, о рисках и недостатках онлайн-знакомств пишут Д. Кусс, Г. Бонилья-Зорита, А. Кастро.

Выделяются преимущества цифровизации этапа знакомства с брачным партнером, которые связаны со снижением транзакционных издержек, ростом эффективности поиска потенциального брачного партнера (в том числе при помощи наличия критериев, непосредственно встроенных в цифровые платформы), расширением брачного рынка, ростом удовлетворенности от выбора брачного партнера.

Однако отмечается множество недостатков цифровизации знакомства с брачным партнером: увеличение асимметрии информации и неравенства на брачном рынке, коммерциализация отношений, увеличение рисков коммуникации в онлайн-пространстве и при переходе в офлайн-пространство, рост вероятности возникновения и развития психологических проблем пользователей (зависимость, чувство одиночества, депрессия, низкая самооценка, тревожность, агрессия).

Предварительный анализ отечественной литературы не позволяет углубиться в особенности цифровизации знакомства с брачным партнером как этапа матримониального поведения. За рубежом научный дискурс в отношении данных изменений проявился раньше. Поэтому для выявления ключевых аспектов современных знакомств был проведен контент-анализ англоязычных научных публикаций.

Для анализа научной литературы были использованы ресурсы 5 крупнейших издательств научных работ: Science direct (Elsevier), Springer, Taylor & Francis, Wiley, SAGE. В анализ включено 528 научных публикаций с 2010 по 2022 год. Выгрузка была произведена в ноябре 2022 года.

Полученный набор наиболее популярных слов в массиве текста был использован для процесса разметки текстов по кодам и группам кодов. После анализа часто употребляемых слов было выявлено семь основных направлений научных исследований, посвященных цифровизации знакомства с брачным партнером:

1. Способы знакомства с брачным партнером (онлайн и оффлайн)
2. Цели знакомства (краткосрочные и долгосрочные)
3. Характеристики потенциального брачного партнера (внутренние и внешние)
4. Риски и недостатки цифровизации знакомства с брачным партнером
5. Действия и взаимодействие пользователей цифровых сервисов
6. Брачные статусы пользователей
7. Thin market (нишевые брачные рынки)

Проведенный контент-анализ позволил выявить ряд ключевых аспектов цифровизации знакомства с брачным партнером. В рамках эмпирической части исследования было решено сконцентрироваться на ключевых и постоянных аспектах матримониального поведения на этапе знакомства с брачным партнером (табл. 1): цели (8 наиболее распространенных целей) и способы (8) знакомства, а также характеристики потенциального брачного партнера (11).

Таблица 1 — Набор способов и целей знакомства с брачным партнером, а также характеристик потенциального брачного партнера, который был использован для анализа эмпирической части исследования

Цели знакомства	Способы знакомства	Характеристики партнера
Постоянные отношения	Онлайн-сервисы	Возраст
Брак	Социальные сети	Рост
Рождение и воспитание детей	Друзья	Внешность
Любовь	Учеба	Образование
Краткосрочные отношения	Работа	Материальное благополучие
Совместный досуг	Хобби/курсы	Работа
Общение в сети	Общественные места	Интересы и увлечения
Материальные блага	Родители	Национальность
		Удаленность проживания
		Наличие детей
		Брачный статус

Источник: составлено автором на основании анализа полнотекстовых публикаций

Четвертая глава «Исследование связи демографических и экономических характеристик российской студенческой молодежи с аспектами знакомства с потенциальным брачным партнером в условиях цифровизации» содержит эмпирическое исследование особенностей знакомства с потенциальным брачным партнером российских студентов в условиях цифровизации.

В главе раскрываются следующие два положения, выносимые на защиту.

4. Знакомства с потенциальным брачным партнером российской студенческой молодежи в условиях цифровизации обладают характерными особенностями:

4.1) В условиях новизны цифрового способа знакомств намерения использовать такой способ превышают реальные практики у российских студентов. Наиболее популярными способами знакомства с потенциальным брачным партнером российских студентов (из 8 предложенных) являются традиционные способы, связанные со средой жизнедеятельности (место учебы — 87,4% и посредничество друзей — 80,6%); на третье место респонденты ставят онлайн-способы — социальные сети (73,5% от всех респондентов). Наименее популярными способами знакомства для студентов являются место работы (30,3%) и посредничество родителей (21,5%). При этом только 1/3 респондентов (34,1%) имели опыт использования онлайн-сервисов для знакомств.

4.2) Использование цифровых платформ для знакомства не влияет на популярность целей знакомства у российских студентов. В частности, брак, рождение и воспитание детей оказались наименее популярными целями для студентов любого

пола и возраста вне зависимости от наличия опыта использования цифровых сервисов для знакомства. Наиболее популярными целями знакомства российских студентов (из 8 предложенных) являются: постоянные отношения (62,2%), совместный досуг (62,0%), общение в сети (58,0%) и любовь (52,8%). Такое распределение сохраняется и среди студентов, имеющих опыт онлайн-знакомств: 65,4%, 64,8%, 65,6% и 55,7% соответственно.

4.3) Средние оценки наиболее и наименее значимых характеристик потенциального брачного партнера не отличаются у студентов, имеющих и не имеющих опыт использования цифровых платформ для знакомства. Наиболее значимыми характеристиками для студентов (из 11 предложенных) являются: интересы и увлечения (средняя оценка 3,99 из 5), отсутствие детей (3,95), внешность (3,66) и образование партнера (3,47). Наименее важными характеристиками потенциального брачного партнера для студентов являются удаленность места проживания партнера (2,89), национальность (2,83) и признаки материального благополучия (2,48).

В эмпирической части исследования был проведен опрос студентов российских вузов (итоговая выборка: 3838 респондентов разного уровня обучения из 164 вузов разной специализации 46 регионов РФ).

Наиболее популярными способами знакомства с брачным партнером у студентов являются место учебы (87,44%), друзья (80,64%) и социальные сети (73,48%). Около 1/3 всех респондентов имели опыт использования онлайн-сервисов для знакомства с брачным партнером (табл. 2).

Таблица 2 — Распределение ответов респондентов по вопросу о способах знакомства

Способ знакомства	
Учеба	87,4% (3356)
Друзья	80,6% (3095)
Социальные сети	73,5% (2820)
Хобби/курсы	47,2% (1810)
Общественные места	38,5% (1477)
Онлайн-сервисы для знакомств	34,1% (1310)
Работа	30,3% (1164)
Родители	21,5% (826)

Источник: расчеты автора на данных опроса

Примечание: в скобках указано количество респондентов. Сумма всех способов и целей знакомств больше 100%, так как респондент мог выбрать неограниченное количество вариантов.

Обособление онлайн-способов знакомства как самостоятельной группы стало основой для проведения анализа целей онлайн-знакомства российских студентов. Был

произведен дополнительный отбор респондентов, которые имели хотя бы единичный опыт использования или онлайн-сервисов, или социальных сетей. Новая выборка — 3085 респондентов (80,3% от общего числа респондентов) из 156 вузов 44 регионов.

Четыре основные цели знакомства представлены в Таблице 3. Долгосрочные отношения с партнером более распространены у респондентов, чем краткосрочные. Менее 1/6 всех студентов имели опыт знакомства ради интимных отношений среди прочих (15,3%). Однако брак, рождение/воспитание детей оказываются наименее популярными целями для студентов вне зависимости от пола и возраста (10% и 5,2%, соответственно).

Таблица 3 — Распределение ответов респондентов по вопросу о целях знакомства (на основании общей выборки и выборки респондентов, имеющих опыт онлайн-знакомства)

Цель знакомства	Общая выборка (3838)	Респонденты с опытом онлайн-знакомств (3085)
Постоянные отношения	62,2% (2386)	65,4% (2018)
Совместный досуг	62,0% (2378)	64,8% (1999)
Общение в сети	58,0% (2225)	65,6% (2025)
Любовь	52,8% (2027)	55,7% (1717)
Краткосрочные отношения	15,3% (586)	17,1% (528)
<i>Не знакоблюсь</i>	<i>10,1% (389)</i>	<i>5,7% (175)</i>
Брак	10,0% (383)	9,8% (303)
Подарки, материальные блага	6,2% (238)	6,9% (212)
Рождение/воспитание детей	5,2% (199)	5,0% (154)

Источник: расчеты автора на данных опроса

Примечание: в скобках указаны данные по количеству респондентов

Наиболее значимыми характеристиками потенциального брачного партнера для студентов российских вузов являются: интересы и увлечения, отсутствие детей и внешность (табл. 4). Отмечается наличие эффекта притяжения у российских студентов: уровень образования (средняя оценка 3,47 из 5) — в списке наиболее значимых характеристик потенциального брачного партнера.

Наименее значимыми характеристиками партнера являются удаленность проживания (эффект расширения брачного рынка), национальность и признаки материального благополучия.

Таблица 4 — Среднее значение ответа на вопрос о предпочитаемых характеристиках потенциального брачного партнера среди респондентов

Характеристика	Общая выборка (3838)	Респонденты с опытом онлайн-знакомств (3085)
Интересы и увлечения	3,99	3,97
Отсутствие детей	3,95	3,97
Внешность (телосложение, черты лица и т. д.)	3,66	3,69
Образование	3,47	3,48
Возраст	3,43	3,44
Состоял/не состоял в браке	3,39	3,41
Род деятельности (работа)	3,28	3,29
Рост	3,01	3,07
Удаленность места проживания партнёра	2,89	2,93
Национальность	2,83	2,85
Признаки материального благополучия	2,48	2,51

Источник: расчеты автора на данных опроса

5. Демографические (пол, возраст, регион) и экономические характеристики студентов (материальное положение, наличие самостоятельного заработка) значимо влияют на способы, цели знакомства и характеристики потенциального брачного партнера в условиях цифровизации:

5.1) Онлайн-способы знакомства с большей вероятностью используются студентами женского пола (вероятность использования онлайн-сервисов для знакомства на 11,9% выше, чем у мужчин), региональных вузов (использование социальных сетей на 30,6% выше, чем у студентов столичных вузов) и старших возрастных групп (использование онлайн-сервисов для знакомства на 34,6% выше для студентов старших возрастных групп).

Для выявления связи между демографическими характеристиками российских студентов и способами знакомства с брачным партнером были построены модели следующего типа (пробит-модели) (табл. 5):

$$Dating\ methods_{ik} = f(\alpha_0 + \beta_0 Age_i + \delta_0 Sex_i + \mu_0 Region_i + \gamma X_{ik} + \varepsilon_{ik}) \quad (1)$$

В качестве независимых переменных в моделях выступали переменные возраста, пола, расположение вуза респондента (центральный или региональный вуз). В качестве контрольных переменных выступали брачный и романтический статус респондента, занятость на рынке труда, наличие личного заработка как основы личных доходов, оценка материального положения.

Таблица 5 — Пробит-модели связи демографических характеристик с вероятностью использования определенного способа знакомства с брачным партнером

	Модель 1.1	Модель 1.2	Модель 1.3	Модель 1.4
<i>Переменные</i>	Онлайн-сервисы	Социальные сети	Друзья	Родители
Возраст	0.346***	-0.125***	-0.171***	-0.191***
	(0.05)	(0.047)	(0.05)	(0.049)
Пол	0.119**	0.082	0.248***	0.083
	(0.05)	(0.05)	(0.053)	(0.053)
Регион/столица	0.047	-0.306***	-0.05	-0.008
	(0.043)	(0.045)	(0.048)	(0.046)
LR stat	200.951	125.46	78.634	35.729
Prob(LR stat)	0.000	0.000	0.000	0.000
McFadden R-squared	0.041	0.028	0.021	0.009
Кол-во наблюдений	3838	3838	3838	3838
	Модель 1.5	Модель 1.6	Модель 1.7	Модель 1.8
<i>Переменные</i>	Общественные места	Место учебы	Место работы	Хобби/курсы
Age	-0.187***	-0.07	0.025	-0.172***
	(0.055)	(0.054)	(0.047)	(0.0456)
Sex	0.012	-0.023	0.097**	-0.039
	(0.048)	(0.061)	(0.05)	(0.047)
Region	-0.087**	0.208***	-0.036	0.083**
	(0.042)	(0.053)	(0.044)	(0.041)
LR stat	97.328	39.656	263.169	35.855
Prob(LR stat)	0.000	0.000	0.000	0.000
McFadden R-squared	0.019	0.014	0.056	0.007
Кол-во наблюдений	3838	3838	3838	3838

Источник: расчеты автора на основе данных моделирования

Примечание: значимость на 10% *, 5% **, 1% *** Age² – квадрат возраста (используется для проверки наличия нелинейной зависимости между возрастом и отношением к определенному демографическому типу групп). В скобках указаны значения стандартной ошибки

Были получены следующие результаты:

- С возрастом российские студенты реже знакомятся посредством друзей, родителей, общественных мест и хобби. С возрастом увеличивается вероятность использования онлайн-сервисов для знакомства, а социальных сетей — снижается.
- Студенты женского пола с большей вероятностью будут знакомиться онлайн: на 11,9% увеличивается вероятность использования онлайн-сервисов. Однако модель с социальными сетями не продемонстрировала значимости.
- На 24,8% и 9,7% увеличивается вероятность использования друзей и места работы студентами женского пола.

- Студенты из региональных вузов чаще столичных знакомятся посредством социальных сетей (на 30,6%). Студенты из регионов также активнее используют общественные места и пространства (на 8,7%), но реже прибегают к местам обучения (20,8%) и хобби (8,3%).

Для группировки набора переменных способов знакомства с брачным партнером был приведен факторный анализ.

Факторный анализ выделил 2 основные группы респондентов:

1. Знакомящиеся преимущественно при помощи онлайн-способов знакомства: социальные сети и онлайн-сервисы.
2. Знакомящиеся преимущественно традиционными способами: друзья, учеба, родители, работа, хобби и частично общественные места.

Факторный анализ дает математическое и статистическое обоснование в объединении и рассмотрении полученных компонент (четкое разграничение данных групп способов знакомства и выбора партнера на брачном рынке). Кроме этого, существует вероятность наличия значимых различий в результатах анализа отдельных способов и групп способов знакомства с брачным партнером, полученных при помощи факторного анализа.

На основании новых переменных были построены модели следующего типа (МНК) (табл. 6):

$$DM_{iz} = f(\alpha_0 + \beta_0 Age_i + \delta_0 Sex_i + \mu_0 Region_i + \gamma X_{iz} + \varepsilon_{iz}) \quad (2)$$

Таблица 6 — МНК-модели оценки связи демографических характеристик и использования групп способов знакомства с брачным партнером респондентами

	Модель 1.9	Модель 1.10
<i>Переменные</i>	Оффлайн-способы	Онлайн-способы
Возраст	-0.211*** (0.036)	0.128*** (0.035)
Пол	0.051 (0.037)	0.097*** (0.036)
Регион/столица	0.021 (0.032)	-0.11*** (0.032)
F stat	8.883	21.461
Prob(F stat)	0.000	0.000
R-squared	0.02	0.048
Кол-во наблюдений	3838	3838

Источник: расчеты автора на основе данных моделирования

По итогам проведенного анализа были получены следующие результаты:

- Онлайн-сервисы для знакомства с потенциальным брачным партнером обладают большей популярностью у женщин, нежели у мужчин.

Мужчины не демонстрируют активности в использовании традиционных способов (переменная пола оказалась незначимой). Наоборот, анализ отдельных способов, являющихся компонентами переменной традиционных способов, демонстрирует, что на 28,3% и 10,1% увеличивается вероятность использования друзей и места работы женщинами по сравнению с мужчинами.

- С возрастом студенты активнее используют онлайн-сервисы для знакомства с брачным партнером и реже прибегают к посредничеству социальных сетей и традиционным способам.

Онлайн-сервисы позволяют расширить брачный рынок и сократить транзакционные издержки поиска потенциального брачного партнера, что в сочетании с мобильностью их использования делает их предпочтительными для студентов более старших возрастных когорт, которые с большей вероятностью в силу занятости имеют меньше ресурсов для поиска партнера.

- Студенты из региональных вузов склонны чаще использовать онлайн-средства для знакомства с потенциальным брачным партнером.

У столичных студентов шире возможности для очного знакомства, чем у региональных студентов: больше способов знакомства, шире рынок потенциальных брачных партнеров. У региональных студентов ниже транспортная доступность, меньше общественных пространств и уже потенциальный круг очного общения. Поэтому для студентов региональных вузов для знакомства с потенциальным брачным партнером становится более значимым использование онлайн-способов.

5.2) Долгосрочные цели знакомства с большей вероятностью демонстрируются студентами мужского пола (на 10,5% больше, чем у женщин), столичных вузов (на 10%) и старших возрастных групп (на 19,5%). Схожие результаты демонстрируются на выборке студентов, имеющих опыт онлайн-знакомств: долгосрочные цели знакомства с большей вероятностью демонстрируются студентами мужского пола (на 16,3%), столичных вузов (на 12,3%) и старших возрастных групп (на 19,3%). Цель «поиск брачного партнера», «рождение и воспитание детей» с большей вероятностью ставят студенты женского пола вне зависимости от выборки.

Обособление онлайн-способов знакомства как самостоятельной группы стало основой для проведения анализа целей онлайн-знакомства российских студентов. Был произведен дополнительный отбор респондентов, которые имели хотя бы единичный опыт использования или онлайн-сервисов, или социальных сетей. Новая выборка — 3085 респондентов (80,3% от общего числа респондентов) из 156 вузов 44 регионов.

Были построены модели следующего типа (пробит-модели):

$$Purpose\ of\ dating_{it} = f(\alpha_0 + \beta_0 Age_i + \delta_0 Sex_i + \mu_0 Region_i + \gamma X_{it} + \varepsilon_{it}) \quad (3)$$

На основании моделирования на первом этапе были получены следующие результаты:

- С возрастом российские студенты сравнительно чаще знакомятся с целью поиска постоянных (на 19,5% выше вероятность с каждым годом для общей выборки и на 19,3% — для выборки с опытом онлайн-знакомств) и краткосрочных отношений (на 30,1% и 32,4%), создания брака (18,2% и 23,5%), поиска любви (12,4% и 12%).
- Студенты женского пола с большей вероятностью будут знакомиться ради общения в сети (на 24,9% — для общей выборки и на 24,2% — для выборки с опытом онлайн-знакомств), проведения совместного досуга (14,1% и 9,3% соответственно), то есть первоначально не для романтических целей. Увеличивается вероятность знакомства для получения материальных благ (на 65% и 67%).
- Мужчины с большей вероятностью знакомятся для поиска как постоянных (на 10,5% и 16,3%), так и краткосрочных отношений (на 86,2% и 97,3%).
- Студенты из региональных вузов больше нацелены на общение в сети (на 18,7% и 17,9%), а из столичных вузов — на построение долгосрочных отношений с партнером: постоянные отношения (на 10% и 12,3%) и проведение совместного досуга (на 11,4% для обеих выборок).

Факторный анализ позволил выделить 4 основные компоненты:

1. Создание семьи (брак и рождение/воспитание детей);
2. Долгосрочные отношения (любовь и постоянные отношения);
3. Знакомства для поиска друзей (общение в сети и совместный досуг);
4. Знакомства для личной выгоды (краткосрочные отношения и материальные блага).

На основании новых переменных были построены модели следующего типа (МНК):

$$PD_{it} = f(\alpha_0 + \beta_0 Age_i + \delta_0 Sex_i + \mu_0 Region_i + \gamma X_{it} + \varepsilon_{it}) \quad (4)$$

По итогам проведенного анализа были получены следующие результаты:

- Студенты мужского пола демонстрируют более высокую степень активности в поиске долгосрочных отношений вне зависимости от опыта использования цифровых платформ для знакомства. Женщины более прагматичны в поиске партнера и чаще знакомятся с целью общения в сети, поиска друзей или проведения совместного досуга.
- С возрастом студенты знакомятся, преследуя большее число целей, чаще признаются, что преследовали краткосрочные цели знакомства.

Это может быть обусловлено наличием большего опыта знакомств, а также более осознанным подходом к расширению круга общения.

- Студенты более старшего возраста при использовании онлайн-способов для знакомства чаще преследуют цель рождения/воспитания детей.

Реализация репродуктивных целей знакомства посредством онлайн-способов знакомства демонстрирует важность развития и контроля цифровых платформ для поиска потенциального брачного партнера

- Среди студентов, обучающихся в столичных вузах, наблюдается относительно более выраженная ориентация на долгосрочные цели знакомства.

В числе столичных студентов — большая доля молодых людей, которые приехали из регионов на учебу. Предположительно, часть таких студентов заинтересована в закреплении в столичных регионах. Одной из стратегий этого может служить формирование долгосрочных отношений. Распространенность такой стратегии необходимо дополнительно изучать на основе данных миграционных настроений молодежи.

5.3) Внешность как характеристика потенциального брачного партнера более значима для студентов мужского пола (на 0,27 балла больше по пятибалльной шкале). Для студентов женского пола это рост (0,89 балла), материальный достаток (0,83), место работы (0,69), уровень образования (0,49), опыт брака (0,2), национальность (0,18) и возраст (0,13). Аналогично на выборке студентов, имеющих опыт онлайн-знакомств: для мужского пола значима внешность (на 0,25 балла), а для студентов женского пола: рост (0,93), материальный достаток (0,85), место работы (0,67), уровень образования (0,45), опыт брака (0,2), национальность (0,18) и возраст (0,15).

Респонденты оценивали значимость характеристик по шкале от 1 до 5.

Были построены следующие модели (пробит-модели упорядоченного множественного выбора):

$$Characteristic_{im} = f(\alpha_0 + \beta_0 Age_i + \delta_0 Sex_i + \mu_0 Region_i + \gamma X_{im} + \varepsilon_{im}) \quad (5)$$

На основании моделирования были получены следующие результаты:

1. Независимо от выборки исследования для респондентов женского пола большую значимость при прочих равных условиях имеют такие характеристики партнера, как: рост (на 0,89 балла выше оценка по пятибалльной системе у всей выборки и на 0,93 балла — у выборки с опытом онлайн-знакомств), материальный достаток (0,83 и 0,85), место работы (модели 0,69 и 0,67), уровень образования (0,49 и 0,45), наличие предыдущих брачных отношений (0,2 балла для обеих выборок), национальность (0,18 балла для обеих выборок), возраст партнера (0,13 и 0,15). Для респондентов мужского пола значимой оказалась лишь характеристика внешности (0,27 и 0,25 баллов).

2. С возрастом студента растет значимость национальности как характеристики потенциального брачного партнера (на 0,076 и 0,1 балла). Для общей выборки с возрастом студента также растет значимость интересов и увлечений (на 0,118 балла), места работы (на 0,07), уровня материального благополучия (на 0,072), удаленности проживания партнера (на 0,095).

3. В обеих выборках для студентов из региональных вузов выше значимость удаленности проживания (на 0,1 и 0,082 балла) и брачного статуса партнера (на 0,074 и 0,071 балла). Кроме этого, в общей выборке для региональных студентов более значимым является рост партнера (на 0,063 балла). Для столичных студентов — уровень образования (на 0,114 и 0,1 балла), интересы и увлечения партнера (0,09 балла для обеих выборок).

4. С ростом уровня использования респондентами современных методов знакомства и выбора партнера на брачном рынке увеличиваются и требования к набору характеристик потенциального брачного партнера.

5. Для респондентов, которые преимущественно преследуют цели поиска постоянных отношений, сравнительно большую значимость имеют внешность, интересы и уровень образования потенциального брачного партнера.

Факторный анализ позволил выделить 3 основные компоненты:

1. Характеристики развития человеческого капитала (в основе — род деятельности, образование, интересы и увлечения);
2. Внешние характеристики (рост, внешность, возраст, национальность);
3. Характеристики, соответствующие минимальным запросам к потенциальному брачному партнеру (наличие/отсутствие детей, брачный статус, удаленность места проживания партнера).

На основании новых переменных были построены модели следующего типа (МНК):

$$Ch_{is} = f(\alpha_0 + \beta_0 Age_i + \delta_0 Sex_i + \mu_0 Region_i + \gamma X_{is} + \varepsilon_{is}) \quad (6)$$

По итогам проведенного анализа были получены следующие результаты:

- Студенты женского пола более требовательны к потенциальному брачному партнеру и, в частности, придают больше значимости таким характеристикам, как рост, материальный достаток, место работы, уровень образования, опыт брака, национальность и возраст. Для студентов мужского пола большую значимость как характеристика потенциального брачного партнера имеет внешность, а также группа характеристик (в совокупности), которые можно считать минимальными при поиске: брачный статус, отсутствие детей.

- С возрастом увеличивается значимость таких характеристик как род деятельности, уровень образования и интересы партнера.

Данная особенность может быть связана с ориентацией на поиск партнера для долгосрочных отношений, понимание значимости психологической совместимости.

- Респонденты, склонные знакомиться с помощью онлайн-способов для знакомства, не считают важной характеристикой наличие общих интересов и увлечений, что значительно отличает их от общей выборки. При этом для них важными являются такие характеристики, как рост, внешность, признаки материального достатка и расстояние до потенциального партнера.

Это может быть связано с различием восприятия информации о партнере при очном и онлайн-знакомстве, часть информации (о внешности) при очном знакомстве считывается быстро и подсознательно, а получение сведений об интересах и увлечениях требует сознательного вступления в коммуникацию.

- Для респондентов из региональных вузов большую значимость как характеристика имеет расстояние до партнера.

Ограниченность брачного рынка для студентов региональных вузов может влиять на значимость дистанции до потенциального брачного партнера, что связано со стремлением минимизировать экономические и временные издержки.

- Для столичных студентов большую значимость имеют внутренние характеристики потенциального брачного партнера (в первую очередь, уровень образования, интересы и увлечения партнера).

5.4) Экономически самодостаточные студенты с большей вероятностью используют для знакомства с брачным партнером онлайн-способы знакомства (онлайн-сервисы для знакомства — на 9,5%), и отдельные офлайн-способы (место работы — на 30,5% и общественные места — на 18%). В качестве значимых характеристик потенциального брачного партнера такие студенты выбирают рост, национальность, внешность и место работы. В целом знакомства экономически самодостаточных студентов обладают большим спектром выбранных целей (выбор разнообразнее). Однако, уровень самодостаточности не оказывает влияния на увеличение вероятности преследования демографических целей поиска брачного партнера (брак, рождение и воспитание детей).

Анализ связи социально-демографических характеристик с целями и способами знакомства с брачным партнером российских студентов не позволил выявить связи показателей материального статуса с аспектами знакомства с брачным партнером.

Был предложен комплексный подход к оценке материального положения студентов и введено понятие «экономической самодостаточности».

На основании данных опроса было определено 2 типа экономически самодостаточных студентов:

1. Студенты, которые определяют в качестве основного источника доходов личный заработок и отмечают в качестве рабочего статуса наличие подработки или основного места работы.

2. Студенты, которые, обладая вышеперечисленными характеристиками, также высоко оценивают свое материальное положение.⁴

К первому типу экономически самодостаточных студентов из общей выборки относятся 419 респондентов (10,9% от всей выборки), ко второму типу — 553 респондента (14,4%).

Были построены следующие модели:

$$Dating\ methods_{ik} = f(\alpha_0 + \beta_0 ECONSSELFAGR_i + \gamma X_{ik} + \varepsilon_{ik}) \quad (7);$$

$$Purpuse\ of\ dating_{it} = f(\alpha_0 + \beta_0 ECONSSELFAGR_i + \gamma X_{it} + \varepsilon_{it}) \quad (8);$$

$$Characteristic_{im} = f(\alpha_0 + \beta_0 ECONSSELFAGR_i + \gamma X_{im} + \varepsilon_{im}) \quad (9).$$

Были получены следующие результаты:

- Экономически самодостаточные студенты более активно знакомятся по сравнению с прочими студентами, используя как онлайн, так и отдельные офлайн-способы знакомства (место работы и общественные места).

- Знакомства экономически самодостаточных студентов обладают бóльшим спектром выбранных целей: с ростом уровня экономической самодостаточности студента растет вероятность знакомства как для постоянных отношений, так и для краткосрочных отношений (интим, получение материальных благ).

- Экономически самодостаточные студенты предъявляют больше требований к росту, национальности, внешности и месту работы потенциального брачного партнера.

Набор наиболее популярных способов и целей знакомства студентов, а также оценки значимости характеристик потенциально партнера не отличаются в зависимости от уровня экономической самодостаточности.

⁴ В рамках вопроса о материальном (финансовом) положении: оценка «4» – денег хватает на еду, одежду и товары длительного пользования, но не могу позволить себе покупку автомобиля, квартиры, дачи и оценка «5» – средств достаточно, чтобы купить себе все, что считаю нужным.

III. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Диссертация посвящена матримониальному поведению российских студентов в условиях цифровизации на стадии знакомства. Основной исследовательский вопрос заключался в сравнительном анализе аспектов матримониального поведения студентов, использующих и не использующих цифровые платформы для знакомств; а также в изучении выбора брачного партнера по сходству или по различию в эпоху цифровизации брачного рынка. Для этого выдвинуто теоретическое предположение о разнонаправленном влиянии цифровизации на стремление людей выбирать партнера по схожим признакам; рассчитаны индексы притяжения женихов и невест для российского населения в динамике; выполнена оценка направлений научных исследований платформ для знакомств в эпоху цифровизации; на основе выявленных направлений исследований и подтвержденной высокой степени притяжения партнеров по образовательному признаку проведено авторское исследование российских студентов на предмет матримониального поведения на стадии знакомства с учетом использования студентами цифровых платформ для знакомств.

До распространения цифровых способов знакомства сложности, связанные с выбором партнера, частично компенсировались подбором партнера по схожим признакам (возраст, образование, экономическое положение). С появлением цифровых способов знакомств, с одной стороны, сократились транзакционные издержки поиска потенциального брачного партнера и появились новые возможности подбора и оценки потенциального партнера (на основе данных о самопрезентации участников цифровых платформ), что гипотетически могло ослабить стремление людей искать партнера по схожим признакам. С другой стороны, возникает асимметрия информации, увеличиваются риски получения недостоверной информации о партнере, что может усиливать притяжение потенциальных партнеров по схожим признакам. Возникает вопрос о динамике степени притяжения женихов и невест (по заключенным уже бракам) в эпоху цифровизации.

На неопубликованных данных Федеральной службы государственной статистики (Росстат) проведены расчеты индексов притяжения и отталкивания по возрастным группам и уровню образования брачных партнеров за последнее десятилетие. Рассчитанные индексы свидетельствуют о сохраняющемся высоком уровне притяжения брачных партнеров в России по критерию возраста и уровня образования, в особенности среди партнеров с высшим образованием.

Систематизация ключевых направлений исследований на основе контент-анализа масштабного массива текстов научной литературы по цифровизации знакомства, позволила выявить семь направлений исследования, пять из которых присутствовали и в доцифровой литературе (способы и цели знакомства; брачный статус человека, ищущего партнера;

желаемые характеристики партнера; нишевые рынки), а два появились в период цифровизации – риски и недостатки цифровых платформ для знакомств и действия пользователей цифровых сервисов в контексте матримониального поведения. Определение направлений исследования данного вопроса позволило сформировать подходы к исследованию знакомства российских студентов в цифровую эпоху.

Следующий вопрос – насколько отличаются аспекты матримониального поведения студентов, использующих и не использующих цифровые платформы для знакомств; какие группы студентов в большей степени склонны их использовать. На основе данных проведенного автором опроса российских студентов выявлены характерные черты знакомства с потенциальным брачным партнером российской студенческой молодежи. Результаты исследования продемонстрировали, что, несмотря на частичную цифровизацию матримониального поведения российской молодежи на этапе знакомства с потенциальным брачным партнером, для российских студентов большую роль продолжают играть традиционные способы. При этом опыт использования цифровых платформ для знакомства не влияет существенно на выбор целей знакомства и значимые характеристики потенциального брачного партнера у российских студентов. Приобретение такого опыта более вероятно для студентов региональных вузов, женского пола, старших возрастных групп, а также студентов, обладающих экономической самостоятельностью. Демографические (пол, возраст, регион) и экономические характеристики студентов (материальное положение, наличие самостоятельного заработка) значимо влияют на способы, цели знакомства и характеристики потенциального брачного партнера.

Один из важных выводов работы – слабое присутствие в планах современных студентов четко обозначенных целей заключения официального брака и рождения ребенка вне зависимости от опыта использования цифровых платформ для знакомств – обосновывает необходимость совершенствования мер демографической и семейной политики для этой группы населения. Второй важный вывод – доказательство востребованности современных цифровых способов знакомств среди студентов и, главное, определение групп студентов, для которых обращение к цифровым платформам знакомств является более значимым (студенты региональных вузов, девушки и студенты, завершающие учебу). Стадия знакомства пока слабее всего регулируется в рамках демографической и семейной политики, хотя поиск потенциального (брачного) партнера не является тривиальной задачей для многих девушек и юношей. Цифровые платформы для знакомств могут выступать дополнительным способом поиска потенциального брачного партнера, особенно для выделенных групп молодежи; стимулирование развития таких платформ может рассматриваться в качестве одной из мер политики.

СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ

Статьи, опубликованные в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных для защиты в диссертационном совете МГУ имени М.В. Ломоносова по специальности и отрасли наук:

1. Klimenko G.A. Review of the Scientific Literature on the Topic of Online Dating Services in a Demographic and Social Context // Population and Economics. – 2024. – Vol. 8, № 2. – pp. 19–35. EDN: FPRIVT. Импакт-фактор 0,153 (SJR). (1,22 п.л., авторские 1,22 п.л.).

2. Клименко Г.А. Социально-демографические детерминанты онлайн-знакомств // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. – 2024. – Т. 59. – №. 5. – С. 240–264. EDN: MNVWYK. Импакт-фактор 1,719 (РИНЦ). (1,27 п.л., авторские 1,27 п.л.).

3. Клименко Г.А. Онлайн-сервисы как способ знакомств российских студентов // Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал. – 2024. – Т. 16. – №. 3. – С. 91–112. DOI: 10.38050/2078-3809-2024-16-3-91-112, EDN: URANUI. Импакт-фактор 1,037 (РИНЦ). (1,37 п.л., авторские 1,37 п.л.).

4. Клименко Г.А. Знакомства экономически самостоятельных студентов // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2025. – №. 2. – С. 26–38. EDN: LCBPHY. Импакт-фактор 1,260 (РИНЦ). (1,06 п.л., авторские 1,06 п.л.).

5. Клименко Г.А. Преимущества и риски онлайн знакомств (мнение российских студентов) // Управление риском. – 2025. – Т. 115. – №. 3. – С. 38–44. EDN: SVEUUS. Импакт-фактор 0,596 (РИНЦ). (0,41 п.л., авторские 0,41 п.л.).

Прочие публикации:

6. Клименко Г.А. Предпочитаемые характеристики романтических партнёров российских студентов // Социальная динамика населения и человеческий потенциал: Материалы VI Международной научно-практической конференции (Москва, 20–21 июня 2024 г.) / науч.ред. В.В Локосов. – М: ИСЭПН ФНИСЦ РАН, 2024. – С. 446–449. EDN: WPAММУ (0,11 п.л., личный вклад 0,11 п.л.).