



Фонталова Наталья Сергеевна

Кандидат психологических наук, доцент

Кафедра социологии и психологии, Байкальский государственный университет, 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: fontalova.n@mail.ru

Natalia S. Fontalova

PhD in Psychology, Associate Professor

Department of Sociology and Psychology, Baikal State University, 11 Lenin Str., Irkutsk, 664003, Russian Federation, e-mail: fontalova.n@mail.ru



Артамонова Виктория Владимировна

Старший преподаватель

Кафедра социологии и психологии, Байкальский государственный университет, 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: viktoria.v.artamonova@yandex.ru

Viktoriia V. Artamonova

Senior Lecturer

Department of Sociology and Psychology, Baikal State University, 11 Lenin Str., Irkutsk, 664003, Russian Federation, e-mail: viktoria.v.artamonova@yandex.ru



Турганова Гульнара Эрматовна

Старший преподаватель

Кафедра социологии и психологии, Байкальский государственный университет, 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: turganova07@yandex.ru

Gulnara E. Turganova

Senior Lecturer

Department of Sociology and Psychology, Baikal State University, 11 Lenin Str., Irkutsk, 664003, Russian Federation, e-mail: turganova07@yandex.ru

ВЗАИМОСВЯЗЬ ЛИЧНОСТНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ И МОТИВАЦИИ ЛЮДЕЙ, ПРИБЕГАЮЩИХ К ИНТЕРНЕТ-ЗНАКОМСТВАМ

Аннотация. В современном информационном пространстве особое место занимает явление интернет-знакомств. В век высоких скоростей и большой загруженности люди часто экономят на личном общении и, как результат, возрастает количество виртуальных коммуникаций. Рост числа интернет-знакомств, приложений и сайтов, предлагающих такие услуги, вызывает много фундаментальных вопросов для исследователей в области социальных наук. Интернет-знакомства облегчают начало романтических отношений, предлагая пользователям доступ к профилям

потенциальных романтических кандидатов, канал связи для установления контакта и алгоритм сопоставления романтической совместимости. Относительно неизученными являются причины, по которым люди прибегают к интернет-знакомствам.

В статье рассматриваются особенности личности, мотивы, специфика коммуникации людей, прибегающих к интернет-знакомствам и не практикующих данный вид знакомств. Методологической основой исследования послужили материалы исследований как отечественных, так и зарубежных авторов. Для проведения опроса и тестирования были использованы валидные, надежные, апробированные методики. Особый интерес представляют данные, полученные с помощью авторской методики. Результаты исследования позволили уточнить взаимосвязи личностных особенностей и мотивации людей, прибегающих к интернет-знакомствам. Полученные данные, свидетельствуют о том, что люди, прибегающие к интернет-знакомствам, обладают заниженным уровнем самооценки, что негативно сказывается на коммуникативных качествах и мотивационной сфере личности.

Ключевые слова. Информационное пространство, потребностно-мотивационная сфера, межличностные отношения, интернет-знакомства.

Информация о статье. Дата поступления 23 декабря 2019 г.; дата принятия к печати 24 февраля 2020 г.; дата онлайн-размещения 23 марта 2020 г.

CORRELATION BETWEEN PERSONALITY TRAITS AND MOTIVATION OF PEOPLE OPTING FOR ON-LINE DATING SERVICE

Abstract. In the contemporary information environment, on-line dating has its own niche. Due to high speed of living and heavy workload, people have little time for face-to-face communication, which results in a growing number of virtual contacts. The increase in the number of on-line dating services and applications is a matter of particular interest among researches in the field of sociology. Reasons why people opt for on-line dating services are still relatively obscure. The article studies personality traits, motivation and communication features of people who try on-line dating and of those who do not.

The methodological basis for this work is reaches by Russian and foreign scientists. The surveys and tests conducted by the authors of the article include a number of field-proven, valid and reliable techniques, which included a proprietary technique. The results enable the authors to get a detailed understanding of correlation between personality traits and motivation of people who prefer online dating: low self-esteem has a negative impact on communication skills and personal motivation.

Keywords. Information environment, human needs and motivation, interpersonal relations, on-line dating.

Article info. Received December 23, 2019; accepted February 24, 2020; available online March 23, 2020.

Постановка проблемы

В современном обществе значительная часть межличностных взаимоотношений опосредована интер-

нетом [1–4]. Знакомства по интернету уже не считаются редким явлением, однако вызывают постоянные дискуссии и споры, связанные с

одобрением или неодобрением данного вида взаимоотношений, с рассмотрением особенностей личности людей, прибегающих к знакомствам в интернете, их потребностно-мотивационной сферы, особенностей характера и самооценки [1; 4–7].

Психологические исследования в этой области ведутся сравнительно недавно, преимущественно в рамках зарубежной психологии [8–12]. Предварительный анализ научно-теоретических подходов говорит об отсутствии единого взгляда на проблему взаимосвязи личностных особенностей и мотивации людей, прибегающих к интернет-знакомствам [13–20]. Таким образом, цель исследования заключалась в изучении взаимосвязи личностных особенностей людей, прибегающих к интернет-знакомствам, и их мотивации.

Выборочная совокупность

В исследовании приняло участие 100 респондентов в возрасте от 18 до 60 лет (46 % респондентов мужского пола и 54 % — женского пола), из них 50 % практикуют интернет-знакомства (далее по тексту — первая группа), а остальные 50 % никогда не прибегали к интернет-знакомствам (далее по тексту — вторая группа).

Методы исследования

В исследовании был использован метод анкетирования, а также ряд тестовых методик: 16-факторный опросник Кеттелла; тест-опросник «Полимотивационные тенденции в «Я-концепции» личности» С.М. Петрова; методика «Мотивация к успеху» Т. Элерса; методика «Мотивация к избеганию неудач» Т. Элерса; методика диагностики степени готовно-

сти к риску А.М. Шуберта. Для определения достоверности различий использовался t-критерий Стьюдента.

Описание основных результатов эмпирического исследования

Данные анкетирования показали, что количество женщин (54 %), прибегающих к знакомствам в интернете, незначительно больше в сравнении с мужчинами (46 %). Среди наиболее популярных сайтов знакомств опрошенные выделили сеть знакомств «Mamba» (90 % опрошенных первой группы и 18 % опрошенных второй группы), международную социальную сеть знакомств «Badoo» (86 % и 22 %, соответственно), а также такие социальные сети, как «ВКонтакте» (96 % и 68 %, соответственно), «Одноклассники» (92 % и 68 %, соответственно) и «Instagram» (36 % и 16 %, соответственно).

Опрошенные, знакомясь через интернет, преследуют различные цели. Все цели условно можно объединить в несколько групп: дружба, секс, отношения, брак. 56 % занимаются «поисками сексуальных партнеров», 48 % опрошенных надеются «встретить спутника жизни для продолжительных отношений», 34 % опрошенных «не против найти друзей» и 2 % знакомятся в интернете с целью «найти мужа / жену».

Респонденты, не прибегающие к знакомствам в интернете, также сделали предположения относительно целей знакомств в интернете: «ради секса» (32 %); «ищут партнера для создания отношений» (8 %); «люди хотят найти друзей» (6 %), «хотят найти супруга / супругу» (4 %).

Результаты, к которым привели (или могут привести) знакомства че-

рез интернет, также были объединены в группы: дружба, секс, отношения, брак. Не прибегающие к знакомствам через интернет опрошенные считают, что «реальнее всего найти через интернет партнера для секса» (32 %), но допускают, что «можно найти друзей» (6 %), «партнера для создания отношений» (8 %) и «будущих супруга / супругу» (4 %). Ответы опрошенных, практикующих интернет-знакомства, распределились несколько иным образом: «найти мужа / жену, но как правило такие знакомства чаще всего заканчиваются сексом» (74 %), «построить отношения» (26 %), «можно найти друзей» (16 %).

Регистрация и поиск новых знакомых на сайтах знакомств занимают определенное количество времени, отчего вероятнее всего страдает свободное от учебы или работы время, или время досуга. 92 % опрошенных второй группы считают интернет-знакомства пустой тратой времени и несерьезным занятием. Так, опрошенные двух групп отметили, что в первую очередь страдает учеба / работа (46 % и 58 %, соответственно) и семья (24 % и 30 %, соответственно).

По результатам анкетирования также были выделены основные категории респондентов, прибегающих к интернет-знакомствам: 1) занятые люди, у которых количество свободного времени ограничено до минимума; 2) неуверенные в себе люди с низкой самооценкой. Таким образом, интернет-знакомства в этом случае дают прекрасную возможность контактировать с обществом. Но при этом практически все опрошенные отметили, что при знакомстве через интернет человек показывает себя с лучшей стороны,

тем самым приукрашивая свои достоинства и скрывая недостатки, выдавая желаемое за действительное (96 % респондентов первой группы и 100 % респондентов второй группы).

Далее рассмотрим сравнительный анализ данных по методике «16-факторный опросник Кеттелла». Так, большая часть людей, прибегающих к интернет-знакомствам, скрытны, недоверчивы, замкнуты, проявляют излишнюю строгость в оценке людей и испытывают сложности в установлении непосредственных межличностных контактов (78 %). В то время как люди, не прибегающие к интернет-знакомствам, общительны, открыты, готовы сотрудничать, приспособляемы, легко устанавливают непосредственные межличностные контакты (88 %).

По фактору «Интеллект», опрошенные, выступающие против интернет-знакомств, обладают развитым мышлением, сообразительностью, довольно высоким уровнем общей культуры и быстро обучаемы (98 %). Опрошенные, имеющие опыт знакомств через интернет, обладают более низкой оперативностью мышления, но довольно развитым мышлением, сообразительностью и достаточно высоким уровнем общей культуры (32 %).

По фактору «Эмоциональная нестабильность — эмоциональная стабильность», опрошенные, прибегающие к знакомствам в интернете, в большей степени склонны к эмоциональной неустойчивости, импульсивны, находятся под влиянием своих чувств, переменчивы в настроении, легко расстраиваются, проявляют неустойчивость в интересах (74 %), а респонденты, не практикующие знакомства через интернет,

характеризуются как эмоционально зрелые, спокойные, сдержанные и устойчивы в интересах (92 %).

Анализируя фактор «Подчиненность — доминантность», отметим, что опрошенные первой группы в большей своей части уступчивы, застенчивы, склонны легко выходить из равновесия (62 %), в основной своей массе респонденты второй группы, напротив, самостоятельны, независимы, своенравны, настойчивы и имеют склонность к авторитарному поведению (68 %).

Также 64 % опрошенных первой группы осторожны, рассудительны в выборе партнера, склонны к озабоченности и беспокойству о будущем, пессимистичны относительно восприятия действительности и сдержаны в проявлении эмоций. Значимая часть респондентов второй группы, наоборот, жизнерадостные, беспечные, восторженные, менее рассудительны в выборе партнеров по общению и предпочитают динамичное общение (64 %).

По нормативности поведения 82 % первой группы и 88 % второй группы можно охарактеризовать, как ответственных, добросовестных, стабильных, уравновешенных, разумных, осознанно соблюдающих общепринятые моральные правила и нормы. Остальная часть опрошенных склонна к непостоянству, неорганизованности, безответственности, асоциальному поведению.

Интерпретируя результаты по фактору «Жесткость — чувствительность», можно сделать вывод, что респонденты, прибегающие к интернет-знакомствам, склонны к чувствительности, впечатлительности, романтизму, сочувствию и сопереживанию других людей и эм-

патии (76 %). Опрошенные, не прибегающие к интернет-знакомствам, в большей своей части, несентиментальны, самоуверенны, практичны, рациональны и порой черствы по отношению к окружающим (68 %).

Рассматривая фактор «Доверчивость — подозрительность», отметим, что для людей, прибегающих к интернет-знакомствам, характерны осторожность, эгоцентричность, иногда раздражительность и стремление к возложению ответственности за свои ошибки на окружающих (84 %), они имеют богатое воображение, переполнены своими идеями, поглощены внутренними иллюзиями («витают в облаках») и мечтательны (86 %).

Для 64 % опрошенных второй группы характерны открытость, терпимость, уступчивость, отсутствие зависти к окружающим, они ориентированы на внешнюю реальность, обладают развитым конкретным воображением, практичны и реалистичны (68 %). При этом 80 % первой группы и 92 % второй группы опрошенных отметили умение вести себя в обществе, эмоциональную выдержанность и дипломатичность в общении.

Также наблюдаются различия опрошенных в целом в отношении к жизни. Так, респонденты второй группы часто (92 %) уверены в себе, жизнерадостны, спокойны и беспечны; консервативны, устойчивы по отношению к традициям, ориентированы на конкретную реальную деятельность и склонны к сопротивлению новым переменам (64 %). А респонденты первой группы (82 %), напротив, беспокойны, озабоченны, подвержены переменам в настроении, страху, неуверенны в себе,

имеют склонность к самобичеванию, могут быть чувствительны к одобрениям окружающих и недовольны собой; восприимчивы к переменам, готовы поддержать новые идеи, склонны к экспериментам (76 %).

Стоит отметить, что опрошенные первой группы больше склонны к конформизму, зависимы от мнения окружающих, стремятся принимать решения совместно с другими людьми, мало самостоятельны (86 %), обладают низкой самооценкой (96 %). Респонденты второй группы ориентированы на собственные решения, самостоятельны, стремятся иметь собственное мнение, часто склонны к противопоставлению себя группе и доминированию в ней (82 %), имеют адекватную самооценку, знают себя и свои качества (94 %), что характеризует зрелость личности.

Низкий самоконтроль преобладает у группы людей, прибегающих к интернет-знакомствам (82 %), что характеризуется низкой дисциплинированностью, зависимостью от перемены настроений и неумением контролировать свое поведение и эмоции. Более высоким уровнем самоконтроля обладают люди, не прибегающие к интернет-знакомствам (84 %), что проявляется через сильную волю и умение контролировать свое поведение и эмоции.

По результатам методики «Мотивация к избеганию неудач» и «Мотивация к успеху» Т. Элерса можно сделать вывод о том, что люди, не прибегающие к интернет-знакомствам (4 %), гораздо в меньшей степени стремятся к избеганию неудач, нежели опрошенные, практикующие интернет-знакомства (66 %). Другими словами, опрошенные первой группы обладают высокой степенью

мотивации к защите. Они стараются себя обезопасить и оградить от негативных источников воздействия на их личность. Кроме того, боязнь неудач порождает неуверенность в себе, заниженную самооценку, что способно привести к потере мотивации и депрессиям. Заниженная самооценка характеризуется отсутствием друзей, внешним обликом, склонностью к самобичеванию, чувством жалости к себе, нежеланием взять на себя ответственность за свою жизнь, акцентированием своего внимания на своих недостатках, страхом совершить ошибку и др.

Отметим, что стремлением к успеху в большей степени обладают опрошенные второй группы (76 %). Таким образом, по полученным данным методики, предпочитающие знакомства через интернет опрошенные менее успешны в жизни. С одной стороны, человек может желать успеха, но в тоже время опасаться его, дополнительной ответственности, которая возникнет вместе с ним. У людей, имеющих стремление к достижению успеха, нет ярко выраженного конфликта между поставленными целями и основными ценностями личности. Действия замотивированного на успех человека скоординированы в соответствии со сложившимися обстоятельствами и полученными промежуточными результатами. Такие люди обладают гибкостью, умением устанавливать обратную связь с окружающим миром и имеют в запасе альтернативные способы достижения своих целей.

Заключения по методике диагностики степени готовности к риску А.М. Шуберта логично проанализировать в контексте результатов по методикам «Мотивация к избеганию

неудач» и «Мотивация к успеху» Т. Элерса. Как правило, низкий уровень мотивации к избеганию неудач не характерен для высокого уровня готовности к риску. В данном случае риск интерпретируется как действие, подкрепленное удачей, с надеждой на положительный исход событий или как допустимая опасность, действие, сопровождаемое условиями неопределенности. Важно отметить, что чем старше становится человек, тем он менее склонен к риску. Например, неопытные работники более склонны к риску, чем опытные, в группе проявляется большая склонность к риску, нежели действуя в одиночку, женщины готовы рисковать в более определенных условиях в отличие от мужчин. Из числа испытуемых большей готовностью к риску обладают опрошенные второй группы (72 %), как и стремлением к достижению успеха.

Качественный анализ результатов методики «Полимотивационные тенденции в «Я-концепции» личности С.М. Петрова показал следующие результаты. Для опрошенных второй группы свойственны следующие мотивационные особенности:

- имеют стремление к материальному благополучию в жизни, зарабатыванию денег, обладают повышенной значимостью материальной стороны жизни (70 %);

- ориентированы на радостную и счастливую жизнь, испытывают потребность в телесном и душевном комфорте (54 %);

- оптимистично настроены по отношению к жизни, верят в хорошее и надеются на лучшее (92 %);

- коммуникабельны, легко взаимодействуют с обществом, испытывают адекватную потребность в дружбе (62 %);

- ориентированы на познание окружающего мира, стремятся к расширению собственного кругозора за счет получения новой информации и (84 %);

- ставят перед собой цели и задачи и стараются достичь их несмотря на предстоящее преодоление трудностей, испытывают постоянную потребность в выполнении работы, имеют направленность на труд (84 %);

- следуют согласно установленным групповым и социальным нормам, способны к социальной идентификации, не пренебрегают должностованием и ответственностью (94 %);

- в полной мере соблюдают рамки нравственных норм, живут по совести и справедливости (96 %);

- готовы вступить в борьбу с некоторыми жизненными обстоятельствами, порою связанными с определенным риском, существует потребность в активном преодолении трудностей (82 %);

- считают, что жизнь строится на самоопределении, самовыражении, самоутверждении, вследствие чего ориентированы на саморазвитие (78 %);

- хотят иметь общественное признание, стремятся к первенству и завоеванию авторитета среди людей, стараются добиться уважения (78 %);

- доброжелательно и позитивно настроены по отношению к людям, верят в доброту людей (88 %);

- спокойно взаимодействуют с окружающим миром, не имея склонности к избеганию угроз и опасностей (96 %);

- в жизни и достижении поставленных целей и задач ориентируются на себя (86 %);

– в меру эгоцентричны, способны думать о себе без какого-либо ущерба для других (78 %);

– не склонны к ориентации на других в ущерб себе (68 %).

Для опрошенных первой группы характерны следующие мотивационные особенности:

– присутствует желание на благополучность, но материальная сторона жизни не играет значимой роли, зарабатывание денег не является приоритетной целью в жизни (56 %);

– предпочитают упрощенные способы существования в жизни, не рассчитывают на легкую и беззаботную радостную жизнь, хотя испытывают потребность в телесном и душевном комфорте (72 %);

– отсутствие веры в хорошее и надежды на лучшее в жизни, склонны к ожиданию неблагополучия в жизни, преобладание пессимистического настроения (74 %);

– мало взаимодействуют с людьми, испытывают трудности в коммуникации, сильно выражена потребность в общении и расширении круга друзей (54 %);

– снижена степень мотивации к расширению собственного кругозора, на познание окружающего мира и получение новой информации (64 %);

– не желают преодолевать трудности для достижения поставленных целей и задач, испытывают минимальную потребность в выполнении работ (64 %);

– нарушение социальной идентификации, низкая степень ориентации индивида на должностное, ответственность и необходимость (72 %);

– присутствие желания жить по совести, соблюдение нравственных норм и традиций (92 %);

– отсутствие потребности в активных действиях по преодолению трудностей, особенно если это связано в определенным риском (78 %);

– низкая потребность в собственном развитии, достижении определенных целей в жизни и самоопределении (66 %);

– не стараются завоевать авторитет у людей, добиться уважения и иметь признание в обществе (84 %);

– в процессе взаимодействия с окружающим миром проявляется потребность в избегании неприятностей, угроз, опасностей (84 %);

– в жизни таким людям проще ориентироваться на рекомендации других людей, делая что-либо совместно с ними (92 %);

– индивид вполне способен думать о себе, не принося ущерба другим людям (54 %);

– нередко свойственно желание думать о благополучии других в ущерб себе (64 %).

Таким образом, проанализировав результаты методик, направленных на установление мотивационных особенностей личности, можно сделать следующие выводы.

Большинство людей, не прибегающих к интернет-знакомствам, стремятся к достижению успеха, не избегая неудач и проявляя склонность к риску. У опрошенных, практикующих интернет-знакомства, были отмечены низкие стремления к достижению успеха и склонности к риску и в то же время высокий уровень стремлений к избеганию неудач. Опрошенные данной группы менее коммуникабельны, вследствие чего, возможно, вынуждены искать упрощенные способы знакомств через интернет. Знакомясь через интернет, люди менее подвержены неудачам, потому как сами мо-

гут контролировать процесс начала и продолжения знакомства. В любой неловкий момент они могут прекратить общение. Неудачный опыт знакомства через интернет до момента встречи менее травмирующий по причинам отсутствия невербального контакта. Легче и безболезненнее оборвать связь с человеком, с которым не вступал во взаимодействие в реальном мире, отождествляя его с вымышленным виртуальным персонажем.

Для определения статистической значимости различий был использован сравнительный анализ средних значений по t-критерию Стьюдента. При проведении анализа средних значений по результатам методики «16-факторный опросник Кеттелла» были обнаружены значимые различия по следующим шкалам: замкнутость — общительность, эмоциональная нестабильность — эмоциональная стабильность, подчиненность — доминантность, сдержанность — экспрессивность, робость — смелость, жесткость — чувствительность, доверчивость — подозрительность, практичность — мечтательность, спокойствие — тревожность, консерватизм — радикализм, конформизм — неконформизм, низкий самоконтроль — высокий самоконтроль, расслабленность — напряженность, самооценка.

Выводы

Существует взаимосвязь между личностными особенностями и мотивацией людей, прибегающих к интернет-знакомствам. Личностные особенности и мотивация людей, прибегающих к интернет-знакомствам, совпадают по степени выраженности.

У людей, не прибегающих к интернет-знакомствам, структура мотивации

включает в себя высокие уровни стремления к достижению успеха, готовности к рискам и низкий уровень стремления к избеганию неудач.

У людей, прибегающих к интернет-знакомствам, напротив, выявлены высокий уровень стремления к избеганию неудач и низкие уровни стремления к достижению успеха и готовности к рискам. В структуре личностных особенностей преобладает показатель по самооценке.

Люди, не прибегающие к интернет-знакомствам, обладают адекватной самооценкой, знают себя и свои возможности, принимают себя.

Люди, прибегающие к интернет-знакомствам, имеют заниженную самооценку, не уверены в себе и своих силах, застенчивы, мало общительны, зависимы от одобрения другими людьми, подвержены способности легко расстраиваться, пессимистичны и боязливы.

Среди целей, которые ставят перед собой люди, прибегая к интернет-знакомствам, выделены: поиск друзей, удовлетворение сексуальных потребностей, построение длительных серьезных отношений, поиск будущего супруга / супруги. В результате интернет-знакомств опрошенные респонденты обрели друзей, нашли партнера для сексуальных отношений, построили серьезные отношения и заключили брак. Опрошенные респонденты считают, что виртуальный портрет человека не соответствует реальности.

Люди, которые не прибегают к интернет-знакомствам, относятся несерьезно к такому способу знакомств. Прибегая к интернет-знакомствам, по мнению респондентов, могут пострадать такие сферы жизнедеятельности как учеба / работа или

семья. Опрошенные респонденты считают, что способ знакомств через интернет подходит либо для очень занятых людей, практически не имеющих свободного времени, либо для неуверенных в себе людей.

Корреляционный анализ позволил выявить большое количество связей между личностными особенностями и мотивацией людей, прибегающих и не прибегающих к интернет-знакомствам.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Чучкова Г.С. О проблеме общения в виртуальной коммуникативной среде / Г.С. Чучкова // Омский научный вестник. — 2007. — № 1 (51). — С. 90–94.
2. Акулов К.В. К вопросу о клевете в сети интернет / К.В. Акулов, Я.В. Гармышев // Новая наука: Проблемы и перспективы. — 2016. — № 6-3 (85). — С. 225–227.
3. Арестова О.Н. Мотивация пользователей интернета / О.Н. Арестова, Л.Н. Бабанин, А.Е. Войсунский // Гуманитарные исследования в Интернете / под ред. А.Е. Войсунского. — Москва : Терра-Можайск, 2000. — С. 55–76.
4. Горошко Е.И. Коммуникативное пространство интернета как объект социокультурного анализа / Е.И. Горошко // Вісник одеського національного університету. Соціологія і політичні науки. — 2010. — Т. 15, № 14. — С. 130–136.
5. Китова Е.Б. Общение в интернет-среде и «универсальный язык» эмодзи / Е.Б. Китова. — DOI: 10.17150/2308-6203.2016.5(4).654-664 // Вопросы теории и практики журналистики. — 2016. — Т. 5, № 4. — С. 654–664.
6. Кузнецова Ю.М. Психология жителей Интернета / Ю.М. Кузнецова, Н.В. Чудова. — Москва : Изд-во ЛКИ, 2011. — 224 с.
7. Лучинкина А.И. Психология человека в Интернете / А.И. Лучинкина. — Курск : Информационные системы, 2012. — 200 с.
8. Face-to-face or Face-book: Can Social Connectedness be Derived Online? / R. Grieve, M. Indian, K. Witteveen, G. Tolan // Computers in Human Behavior. — 2013. — Vol. 29, iss. 3. — P. 604–609.
9. Marjolijn L. The Hyperpersonal Effect in Online Dating: Effects of Text-based CMC vs. Videoconferencing before Meeting Face-to-face / L. Marjolijn, P. Alexander, B. Walther // Media Psychology. — 2019. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15213269.2019.1648217>.
10. Schwartz P. Online Dating: Changing Intimacy One Swipe at a Time? / P. Schwartz, N. Velotta // Families and Technology. National Symposium on Family Issues. — 2018. — Vol 9. — P. 57–88.
11. Sharabi L. Deception in Online Dating: Significance and Implications for the First Offline Date / L. Sharabi, J. Caughlin // New Media & Society. — 2018. — Vol. 21. — P. 229–247.
12. Whitty M.T. Liberating or Debilitating? An Examination of Romantic Relationships, Sexual Relationships and Friendships on the Net / M.T. Whitty // Computers in Human Behavior. — 2008. — Vol. 24. — P. 1837–1850.
13. Захарченко Л.А. Проблемы и перспективы интернета вещей в мировой экономике / Л.А. Захарченко // Вопросы экономических наук. — 2017. — № 5 (87). — С. 111–116.
14. Красноярова О.В. Новые термины в теории журналистики и массовой коммуникации: процессы формирования и принципы функционирования / О.В. Красноярова. — DOI : 10.17150/2308-6203.2015.4(3).229-238 // Вопросы теории и практики журналистики. — 2015. — Т. 4, № 3. — С. 229–238.
15. Магура М. Секреты мотивации или мотивация без секретов / М. Магура, М. Курбатова // Управление персоналом. — 2007. — № 13-14. — С. 27–29.
16. Малахаева С.К. Агрессивность и аутоагрессивность в сетевом тексте: контент-анализ страниц в социальной сети «ВКонтакте» / С.К. Малахаева, Р.С. Потапов. — DOI: 10.17150/2308-6203.2018.7(4).724-740 // Вопросы теории и практики журналистики. — 2018. — Т. 7, № 4. — С. 724–740.

17. Манеров Н.Н. Мирообразование и личностные феномены интернет-коммуникаций / Н.Н. Манеров, И.М. Королева. — Санкт-Петербург : Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2006. — 191 с.

18. Пунтус А.О. Специфика личностных характеристик пользователей с разными уровнями интернет-активности / А.О. Пунтус // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. Серия: Педагогика. Психология. — 2015. — № 2. — С. 132–138.

19. Рубцова Н.В. Интернет-зависимость как причина семейных конфликтов: верификация проблемы / Н.В. Рубцова, А.А. Тихонова // Азимут научных исследований: педагогика и психология. — 2018. — Т. 7, № 4 (25). — С. 340–342.

20. Щекотуров А.В. Net-дружба в структуре конструирования виртуальной идентичности подростков / А.В. Щекотуров // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. — 2013. — № 3-1. — С. 441–445.

REFERENCES

1. Chuchkova G.S. On the Problem of Communication in Virtual Communicative Environment. *Omskii nauchnyi vestnik = Omsk Scientific Bulletin*, 2007, no. 1 (51), pp. 90–94. (In Russian).

2. Akulov K.V. To libel in the Internet. *Novaya nauka: Problemy i perspektivy = New Science: Problems and Prospects*, 2016, no. 6-3 (85), pp. 225–227. (In Russian).

3. Arestova O.N., Babanin L.N., Voiskunsky A.E. Motivation of Internet Users. In Voiskunsky A.E. (ed.). *Gumanitarnye issledovaniya v Internete* [Humanitarian Research on the Internet]. Moscow, Terra-Mozhaisk Publ., 2000, pp. 55–76. (In Russian).

4. Goroshko O.Ig. Communicative Internet Space as Object the Sociocultural Analysis. *Visnyk odes'kogo nacional'nogo universytetu. Sociologija i politychni nauky = Odesa National University Herald. Sociology and Politics*, 2010, vol. 15, no. 14, pp. 130–136. (In Russian).

5. Kitova E.B. Computer-Mediated Communication and the «Universal language» of Emoji. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2016, vol. 5, no. 4, pp. 654–664. DOI: 10.17150/2308-6203.2016.5(4).654-664. (In Russian).

6. Kuznetsova Yu.M., Chudova N.V. *Psikhologiya zhitelei Interneta* [Psychology of the Inhabitants of the Internet]. Moscow, LKI Publ., 2011. 224 p.

7. Luchinkina A.I. *Psikhologiya Cheloveka v Internete* [Human Psychology on the Internet]. Kursk, Informatsionnye sistemy Publ., 2012. 200 p.

8. Grieve R., Indian M., Witteveen K., Tolan G. Face-to-face or Face-book: Can Social Connectedness be Derived Online? *Computers in Human Behavior*, 2013, vol. 29, iss. 3, pp. 604–609.

9. Marjolijn L., Alexander P., Walther B. The Hyperpersonal Effect in Online Dating: Effects of Text-based CMC vs. Videoconferencing before Meeting Face-to-face. *Media Psychology*, 2019. Available at: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15213269.2019.1648217>.

10. Schwartz P., Velotta N. Online Dating: Changing Intimacy One Swipe at a Time? *Families and Technology. National Symposium on Family Issues*, 2018, vol 9, pp. 57–88.

11. Sharabi L., Caughlin J. Deception in Online Dating: Significance and Implications for the First Offline Date. *New Media & Society.*, 2018, vol. 21, pp. 229–247.

12. Whitty M.T. Liberating or Debilitating? An Examination of Romantic Relationships, Sexual Relationships and Friendships on the Net. *Computers in Human Behavior*, 2008,–vol. 24, pp. 1837–1850.

13. Zakharchenko L.A. Problems and prospects of the Internet of things in world economy. *Voprosy ekonomicheskikh nauk = Issues of Economic Sciences*, 2017, no. 5 (87), pp. 111–116. (In Russian).

14. Krasnoyarova O.V. New Terms in the Mass Communication Theory: Process of Formation and Principles of Functioning. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2015, vol. 4, no. 3, pp. 229–238. DOI: 10.17150/2308-6203.2015.4(3).229-238. (In Russian).

15. Magura M., Kurbatova M. Secrets of Motivation or Motivation without Secrets. *Upravlenie personalom = Human Resource Management*, 2007, no. 13-14, pp. 27–29. (In Russian).

16. Malahaeva S.K., Potapov R.S. Aggressiveness and Autoaggressiveness in the Web Text: Content Analysis of Pages in the Social Network "VKontakte". *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2018, vol. 7, no. 4, pp. 724–740. DOI: 10.17150/2308-6203.2018.7(4).724-740. (In Russian).

17. Manerov N.N., Koroleva I.M. *Miroobrazovanie i lichnostnye fenomeny internet-kommunikatsii* [World formation and Personality Phenomena of Internet Communication]. Saint Petersburg, Herzen State Pedagogical University Publ., 2006. 191 p.

18. Puntus A.O. Personal Characteristics Specific of Users with Different Levels of Internet Activity. *Uchenye zapiski Kazanskogo universiteta. Seriya: Pedagogika. Psikhologiya = Proceedings of Kazan University. Pedagogy. Psychology Series*, 2015, no. 2, pp. 132–138. (In Russian).

19. Rubtsova N.V., Tihonova A.A. Internet Addiction as the Cause of Family Conflicts: Verification of the Problem. *Azimuth nauchnykh issledovaniy: ekonomika i upravlenie = Azimuth of Scientific Research: Economics and Administration*, 2018, vol. 7, no. 4 (25), pp. 340–342. (In Russian).

20. Shchekoturov A.V. Net Friendship in the Structure of Adolescents' Virtual Identity Construction. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo = Vestnik of Lobachevsky University of Nizhni Novgorod*, 2013, no. 3-1, pp. 441–445. (In Russian).

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Фонталова Н.С. Взаимосвязь личностных особенностей и мотивации людей, прибегающих к интернет-знакомствам / Н.С. Фонталова, В.В. Артамонова, Г.Э. Турганова. — DOI: 10.17150/2308-6203.2020.9(1).146-160 // Вопросы теории и практики журналистики. — 2020. — Т. 9, № 1. — С. 146–160.

FOR CITATION

Fontalova N.S., Artamonova V.V., Turganova G.E. Correlation Between Personality Traits and Motivation of People Opting for On-Line Dating Service. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2020, vol. 9, no. 1, pp. 146–160. DOI: 10.17150/2308-6203.2020.9(1).146-160. (In Russian).