

## УРОВЕНЬ ОБРАЗОВАНИЯ КАК ФАКТОР ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПАРТНЕРА ПРОТИВОПОЛОЖНОГО ПОЛА

Е.В. ЧМЫХОВА, Д.Г. ДАВЫДОВ

Обыденное сознание и теории эволюционной психологии приводят к выводу о влиянии уровня образования человека на его привлекательность в глазах партнеров противоположного пола. Предполагается, что женщины стремятся к выбору более образованного партнера, в то время как для мужчин внешний облик важнее образования. С целью проверки этих гипотез был проведен эксперимент, заключающийся в оценивании фотографий людей противоположного пола с краткой характеристикой, которая, в частности, отражала уровень их образования. Полученные данные показывают, что на результаты выбора сильно влияет уровень образования самого выбирающего: испытуемые с более высоким уровнем образования предпочитают выбирать лиц с высшим образованием, а испытуемые без высшего образования выбирают таких же, как они, партнеров. Были выявлены и гендерные различия: мужчины без высшего образования явно избегали женщин с высшим образованием, женщины с высшим образованием уверенно отдавали свое предпочтение партнерам с высшим образованием. Выбор мужчин с высшим образованием и женщин без высшего образования был менее однозначным: они допускают возможность завязать отношения с партнером, у которого иной уровень образования, чем у них самих. Результаты проведенного эксперимента, считают авторы, требуют учета социально-психологических факторов.

**Ключевые слова:** аттракция, привлекательность, социальная перцепция, половой отбор, выбор партнера, уровень образования.

### ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ОСНОВА ИССЛЕДОВАНИЯ

Вопрос о «законах полового притяжения» (Вейнингер, 1997) на протяжении веков будоражил сознание поэтов, философов и ученых. Один из подходов, базирующийся на житейских и научных наблюдениях, предполагает связь между привлекательностью партнера противоположного пола и уровнем его образования (Skopek et al., 2011; Stevens et al., 1990). Основания для этой гипотезы можно найти в концепции эволюционной психологии, утверждающей, в частности, что совершенствование интеллекта является одной из главных линий эволюции древнего человека. С этой точки зрения выбор женщиной партнера основан на критериях, способствующих выживанию ее потомства (Evolutionary psychology, 2012). Женщины на протяжении веков должны были отдавать предпочтение мужчинам, которые в

силу своего интеллекта могли материально обеспечить, защитить от хищников и врагов, утвердить определенный социальный статус (Палмер, Палмер, 2007, с. 82–85). Соответственно, женщины выбирают мужчин по их когнитивным возможностям и, как правило, предпочитают мужчин с более высоким уровнем интеллекта. Следовательно, исходя из эволюционного подхода, мужчины с более развитым интеллектом сегодня, как и тысячи лет назад, должны быть более привлекательными.

Другое объяснение привлекательности партнера противоположного пола связано с социально-когнитивным подходом, в частности с понятием социальной перцепции – того, как мы формируем образы других людей. Общим принципом социальной перцепции выступает автоматизм: люди выносят свои суждения обычно неосознанно, без тщательного логического раз-

мышления, часто полагаясь на случайные признаки. Этот принцип иллюстрируется во множестве экспериментов, например, в хорошо описанном эффекте ореола, или феномене «Курта Уолдена» (Майерс, 1999, с. 121), когда восприятие изображенного на фотографии лица человека сильно зависит от дополнительной информации. Иногда замена только одного слова в описании человека в ходе эксперимента была способна кардинально изменить формируемое впечатление. В известном исследовании С. Аш отметил, что отдельные качества, названные им «центральными», имеют большее влияние на формирование целостного образа о человеке, чем другие (см.: Хок, 2003, с. 145). Можно предположить, что одним из таких признаков является интеллект, но это будет иметь место в том случае, если интеллект является ценностью для самого выбирающего.

Существует три основных индикатора интеллекта, используемых людьми в обыденной жизни для быстрой диагностики умных людей: чувство юмора, объем словарного запаса и уровень образования. Все три характеристики достаточно тесно связаны с показателями интеллекта, измеряемыми стандартными тестами. В рамках эволюционной психологии проведено несколько экспериментальных исследований влияния лексического разнообразия, юмора или уровня образования на выбор мужчинами и женщинами партнера. Например, в эксперименте Дж. Розенберг и Р. Танни было показано, что мужчины при виде молодых девушек начинают чаще использовать редкие слова. По мнению авторов эксперимента, это служит подтверждением гипотезы о том, что избыточные лингвистические способности человека развились под действием полового отбора как средство демонстрации интеллекта (Rosenberg, Tunney, 2008). В другом исследовании было обнаружено, что мужчины, стараясь понравиться женщинам, демонстрируют свои способнос-

ти к юмору (Howrigan, MacDonald, 2008). Еще одно исследование, проведенное Б. Павловски и С. Козел, продемонстрировало, что мужские брачные объявления получают тем больше откликов, чем выше заявленный в объявлении уровень образования (Pawlowski, Koziel, 2002). Сходные результаты были получены и при исследовании предпочтений в ходе реальных встреч с целью знакомства (speed dating) (Fisman et al., 2006). Проводимые в России опросы также показывают, что идеального супруга, по мнению женщин, характеризуют интеллект, физическая сила, умение зарабатывать деньги, отсутствие вредных привычек (Женщина новой России, 2002).

Что касается мужских предпочтений, эволюционная психология предлагает на первое место поставить физическую привлекательность, свидетельствующую о здоровье и фертильности. При этом критерии отбора со стороны мужчин должны быть более «мягкими»; так, эволюционной миссией самцов является спаривание с как можно большим числом самок.

Интересно при этом, что женские брачные объявления оказываются более успешными, если в них заявлен низкий образовательный уровень. В исследовании Б. Павловски и С. Козел было обнаружено, что мужчин очень редко привлекают объявления женщин, имеющих более высокий, чем у них, уровень образования (Pawlowski, Koziel, 2002). Эти данные согласуются с исследованием Б.П. Красовского: российские мужчины упоминают о том, что хотели бы встретить образованную женщину, всего лишь в 3% брачных объявлений (Красовский, 1993, с. 57). Сходные данные получены в русле социальной психологии: в одном из исследований, основанном на методологии С. Аша, изучалось формирование впечатления о людях, которые рассматривались как потенциальные друзья. Выбирая того, с кем бы они хотели пойти на свидание, мужчины больше стремились узнать о внешности человека, а женщин

больше интересовали черты характера (см.: Хок, 2003, с. 148).

Эмпирические данные по поводу предпочтений мужчин более противоречивы (Аронсон и др., 2004, с. 358). По результатам одних экспериментов интеллект и образование партнерш не являются важными характеристиками и уступают физической привлекательности (Elder, 1969). В других исследованиях мужчины и женщины оценивают значимость интеллекта партнера примерно одинаково, ставя их на второе место (Buss, 2005). Подобные расхождения могут быть объяснены зависимостью от того, как субъект рассматривает возможные отношения — как кратковременные (где важна лишь физическая привлекательность) или долговременные (где придется подстраиваться под интересы и возможности партнера) (Norman, Douglas, 2006). Другое возможное объяснение различий в полученных результатах — влияние на выбор партнеров уровня образования самих испытуемых.

Таким образом, исходя из имеющихся в научной литературе данных о роли образования в повышении привлекательности партнера, следует предположить, что женщины более ориентированы на уровень образования и предпочитают образованных мужчин. В свою очередь, мужчины будут больше значения придавать физической привлекательности, не обращая большого внимания на уровень образования.

#### ПОСТРОЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Для проверки гипотезы влияния уровня образования на привлекательность партнера был проведен лабораторный факторный эксперимент. Экспериментальная **выборка** состояла из 120 человек (60 женщин и 60 мужчин), не находящихся в браке, в возрасте от 20 до 29 лет. Средний возраст женщин был 24 года, мужчин — 24,5 года. Выборка была составлена из четырех групп по 30 человек: 1) муж-

чины, имеющие высшее образование или обучающиеся на старших курсах вуза, 2) девушки, имеющие высшее образование или обучающиеся на старших курсах вуза, 3) мужчины, не имеющие высшего образования, 4) девушки, не имеющие высшего образования. Все испытуемые проживали в Москве. Привлечение испытуемых осуществлялось путем объявлений в локальных Интернет-форумах и личных приглашений; участие в исследовании испытуемым не оплачивалось.

Для создания стимульного материала были подобраны фотографии шести мужчин и шести женщин в возрасте, примерно соответствующем возрасту выборки. Фотографии для создания наборов были отобраны на Интернет-сайтах, содержащих свободные для использования изображения, и обработаны с помощью программы Adobe Photoshop CS5. В ходе предварительного ранжирования 14 человек (семь женщин и семь мужчин) оценивали физическую привлекательность изображенных на фотографиях людей противоположного пола. По результатам этого ранжирования из исходного набора 12 мужских и 12 женских фотографий были удалены по три фотографии, имеющие самые высокие рейтинги привлекательности, и по три фотографии с самыми низкими рейтингами привлекательности. Оставшиеся фотографии шести мужчин и шести женщин со средними рейтингами физической привлекательности были использованы для создания четырех экспериментальных наборов.

Каждый экспериментальный набор состоял из шести фотографий лиц противоположного пола с небольшими подписями, по которым можно было судить о наличии у изображенных лиц высшего образования. На самом деле подписи к фотографиям были добавлены случайным образом и не зависели от реального уровня образования изображенных людей. Всего было создано четыре набора изображений с подписями — два для женщин (*A* и *B*) и

два для мужчин (С и D). Половине испытуемых мужчин/женщин демонстрировался один набор, остальным – другой.

Оба экспериментальных набора для каждой из половых групп были составлены из одинаковых фотографий, но различались подписями к изображениям. Так, в наборе С для мужчин три фотографии девушек имели подпись, свидетельствующую о наличии у них высшего образования, а другие три – о его отсутствии. В наборе D подписи к фотографиям поменяли местами – те девушки на фото, которые имели подпись о высшем образовании, теперь были отмечены как не имеющие высшего образования. Аналогичным образом были составлены наборы для женщин. Стимульный материал был напечатан на фотобумаге в черно-белом исполнении. Примеры стимульных карточек из наборов приведены на рис. 1.

Эксперимент осуществлялся в мае–июле 2012 г. в Москве. Предъявление экспериментального набора испытуемым проводилось индивидуально. Испытуемым предлагалось ознакомиться с набором фотографий, в случайном порядке разложенных на столе, после чего им зачитывалась следующая инструкция: «Посмотрите, пожалуйста, внимательно на фото. Представьте этих людей,

какие они, какие у них характеры, какие интересы». Затем испытуемых просили оценить привлекательность изображенных лиц, ранжируя их в трех заданиях, дававших возможность представить выбираемого партнера как в краткосрочной, так и долгосрочной перспективе отношений. Первое задание было сформулировано так: «Выберите такого человека, которому вы согласились бы оставить номер своего телефона». Из предложенных шести фотографий испытуемый выбирал одну, которую экспериментатор убирал со стола, занося ее номер в протокол. Следующий выбор испытуемый делал из оставшихся пяти фотографий. Процедура продолжалась, пока все фотографии не оказывались проанжированы, после чего набор фотографий раскладывался перед испытуемым снова и испытуемый получал новое задание.

Второе задание выглядело следующим образом: «С кем бы вы согласились провести вечер, пойти вместе в кино, театр, кафе или клуб?» После выполнения ранжирования испытуемый получал третье задание, которое было сформулировано следующим образом: «С кем бы вы были согласны провести вместе отпуск?». Для всех групп испытуемых процедура выбора фото и задаваемые вопросы были одинаковы.



Рис. 1. Примеры стимульных изображений

Таким образом, был реализован факторный план эксперимента  $2 \times 2 \times 2$  («нестинг» по терминологии Д. Кэмпбела (Кэмпбел, 1996, с. 97–100)). В качестве первого фактора выступал приписываемый уровень образования людей на фотографиях, вторым фактором являлся пол испытуемых, третьим служил уровень образования испытуемых. К группе лиц с высшим образованием были отнесены испытуемые, имеющие как законченное, так и незаконченное высшее образование. Общий дизайн выборки и план предъявления стимулов представлены в табл. 1. Каждый персонаж на фото по всем трем заданиям на ранжирование получил оценки 90 раз как «имеющий высшее образование» и 90 раз «как не имеющий высшего образования». Таким образом, всего от испытуемых мужчин и женщин было получено по 540 ранговых оценок изображений.

#### ПОЛУЧЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Собранные в результате эксперимента данные обрабатывались с помощью па-

кета статистических программ IBM SPSS Statistics 20. В ходе анализа был проведен расчет средних значений полученных предполагаемыми партнерами рангов. Из табл. 2 видно, что различия в предпочтениях партнеров с высшим образованием и партнеров без высшего образования оказались меньше ожидаемых и в мужской и в женской группе (меньший ранг означает большую привлекательность). Проверка с использованием *t*-критерия Стьюдента показала отсутствие статистической значимости между приведенными в таблице средними значениями ( $p > 0,05$ ). Однако можно отметить, что наименее выражены различия предпочтений в краткосрочной перспективе (оставить номер телефона для возможного последующего знакомства). Различия в привлекательности лиц с высшим образованием и без него оказались несколько больше в долгосрочной перспективе (провести совместный отпуск).

Анализируя тенденции, отраженные в табл. 2, интересно отметить, что при ответе на первый вопрос юноши отдают предпоч-

Таблица 1

Дизайн выборки и план предъявления экспериментальных наборов

Экспериментальные группы		Наборы для мужчин		Наборы для женщин	
		С	Д	А	В
		фото девушек № 1, 2, 3 с подписями о высшем образовании, № 4, 5, 6 с подписями об отсутствии высшего образования	фото девушек № 4, 5, 6 с подписями о высшем образовании, № 1, 2, 3 с подписями об отсутствии высшего образования	фото юношей № 1, 2, 3 с подписями о высшем образовании, № 4, 5, 6 с подписями об отсутствии высшего образования	фото юношей № 4, 5, 6 с подписями о высшем образовании, № 1, 2, 3 с подписями об отсутствии высшего образования
Мужчины	с высшим образованием	15 чел.	15 чел.	—	—
	без высшего образования	15 чел.	15 чел.	—	—
Женщины	с высшим образованием	—	—	15 чел.	15 чел.
	без высшего образования	—	—	15 чел.	15 чел.

Таблица 2

**Результаты ранжирования мужчинами и женщинами привлекательности потенциального партнера**

Ранжирование предполагаемых партнеров по привлекательности	Подписи к фотографиям	Испытуемые мужчины		Испытуемые женщины	
		Среднее значение рангов	Ст. откл.	Среднее значение рангов	Ст. откл.
1-е ранжирование: Оставить номер телефона	С высшим образованием	3,51	0,79	3,44	0,79
	Без высшего образования	3,48	0,80	3,57	0,81
2-е ранжирование: Провести совместный вечер	С высшим образованием	3,36	0,91	3,41	0,83
	Без высшего образования	3,64	0,91	3,59	0,83
3-е ранжирование: Провести совместный отпуск	С высшим образованием	3,37	0,98	3,24	0,93
	Без высшего образования	3,64	0,97	3,80	0,88
Суммарное значение рангов по трем выборам	С высшим образованием	3,41	0,77	3,36	0,73
	Без высшего образования	3,59	0,77	3,66	0,73

тение девушкам без высшего образования. При последующих выборах юноши предпочитают партнершу с высшим образованием. Девушки демонстрируют постоянство, во всех выборах отдавая предпочтение партнерам с высшим образованием. При этом последний вопрос для девушек более важен – различия здесь выражены несколько более резко.

Дальнейший анализ показывает, что предпочтения в выборе партнера во мно-

гом зависят от уровня образования испытуемых. Из табл. 3 видно, что испытуемые, не имеющие высшего образования, явно предпочитают партнеров тоже без высшего образования. Соответственно, те, кто имеют высшее образование, предпочитают более образованных партнеров. Значимость различий в предпочтении более и менее образованных партнеров достигает  $p < 0,01$  (по  $t$ -критерию Стьюдента) как в группе испытуемых с высшим образованием, так и среди

Таблица 3

**Результаты ранжирования испытуемыми с разными уровнями образования привлекательности потенциального партнера**

Ранжирование предполагаемых партнеров по привлекательности	Подписи к фотографиям	Испытуемые без высшего образования		Испытуемые с высшим образованием	
		Среднее	Ст. откл.	Среднее	Ст. откл.
1-е ранжирование: Оставить номер телефона	С высшим образованием	3,79	0,68	3,16	0,77
	Без высшего образования	3,21	0,68	3,85	0,79
2-е ранжирование: Провести совместный вечер	С высшим образованием	3,88	0,78	2,88	0,63
	Без высшего образования	3,12	0,78	4,12	0,63
3-е ранжирование: Провести совместный отпуск	С высшим образованием	3,88	0,82	2,73	0,71
	Без высшего образования	3,15	0,80	4,29	0,66
Суммарное значение рангов по трем выборам	С высшим образованием	3,85	0,66	2,93	0,52
	Без высшего образования	3,16	0,66	4,09	0,51

Таблица 4

**Сравнение привлекательности потенциального партнера испытуемыми разного пола и с разным уровнем образования**

Ранжирование предполагаемых партнеров по привлекательности	Испытуемые без высшего образования.				Испытуемые с высшим образованием			
	Мужчины		Женщины		Мужчины		Женщины	
	Среднее	Станд. откл.	Среднее	Станд. откл.	Среднее	Станд. откл.	Среднее	Станд. откл.
1-е ранжирование: партнеры с высшим образованием	3,86	0,57	3,73	0,77	3,17	0,84	3,16	0,71
1-е ранжирование: партнеры без высшего образования	3,14	0,57	3,27	0,77	3,82	0,86	3,88	0,74
2-е ранжирование: партнеры с высшим образованием	3,93	0,77	3,82	0,80	2,78	0,63	2,99	0,63
2-е ранжирование: партнеры без высшего образования	3,07	0,77	3,18	0,80	4,22	0,63	4,01	0,63
3-е ранжирование: партнеры с высшим образованием	4,04	0,79	3,71	0,84	2,70	0,65	2,77	0,78
3-е ранжирование: партнеры без высшего образования	2,98	0,77	3,32	0,80	4,30	0,65	4,28	0,68
Суммарное значение рангов по трем выборам партнеров с высшим образованием	3,94	0,62	3,76	0,70	2,88	0,50	2,97	0,54
Суммарное значение рангов по трем выборам партнеров без высшего образования	3,06	0,62	3,26	0,69	4,11	0,50	4,06	0,52

тех, кто высшего образования не имеет. При этом у испытуемых с высшим образованием различия в выборе выражены больше, а дисперсия меньше, что говорит о том, что их мнение более четко сформировано и для них более важен уровень образования.

Уточнить различие в стратегиях выбора партнера позволяет одновременный учет пола и уровня образования самих испытуемых (см. табл. 4).

Как видно из табл. 4 и рис. 2, при выборе партнера важным является соответствие его уровня образования: и мужчины и женщины стремятся выбирать себе подобных. Мужчины без высшего образования явно избегают женщин с высшим образованием (средний ранг соответствующих фото – 3,9), предпочитая менее образованную партнершу по общению (средний ранг – 3,0). Эти предпочтения усиливаются при ранжировании во втором и третьем заданиях (допускающих возможность более

серьезных отношений). Противоположная тенденция характерна для мужчин с высшим образованием – они предпочитают более образованных партнерш по общению, особенно отвечая на второй и третий вопрос (общая разница средних рангов – 1,2). Указанные различия имеют статистическую значимость на уровне  $p < 0,01$  (по  $t$ -критерию Стьюдента).

Женщины проявляют сходную с мужчинами тенденцию, выбирая партнеров (хотя различия здесь выражены несколько меньше и наблюдается большая дисперсия значений). Относительное безразличие к уровню образования предполагаемых партнеров демонстрируют женщины, не имеющие высшего образования (разница средних рангов равна 0,5). У женщин-испытуемых с высшим образованием различие в предпочтениях значимо ( $p < 0,01$  по  $t$ -критерию Стьюдента) – разница средних рангов составляет 1,1.

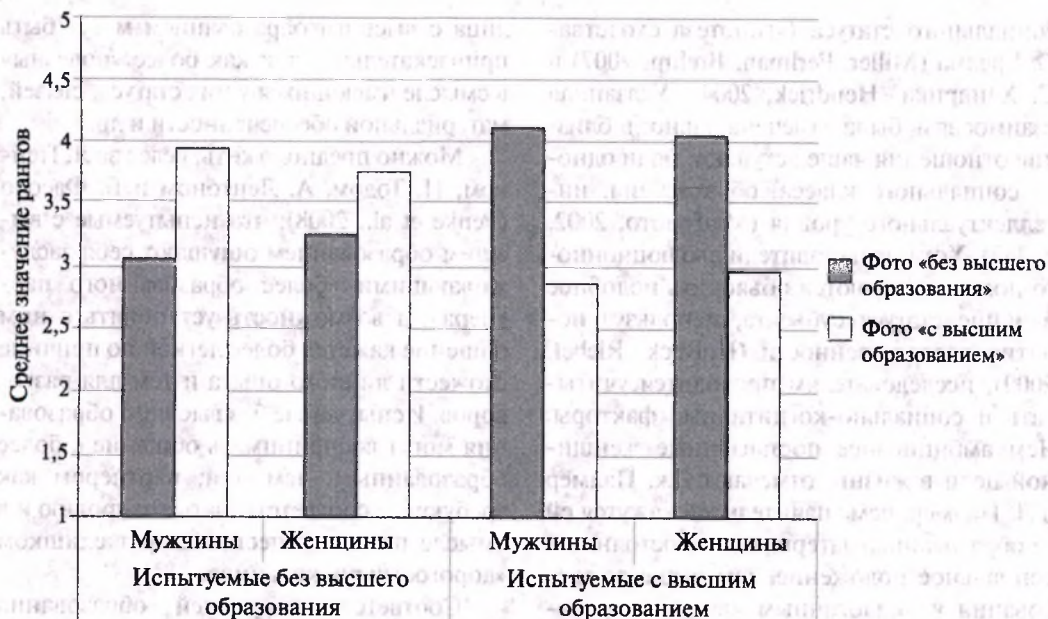


Рис. 2. Сравнение средних рангов предпочтений фотоизображений предполагаемых партнеров в зависимости от приписанного им уровня образования (меньший ранг означает большую привлекательность)

### ОБСУЖДЕНИЕ

Проведенное исследование лишь частично подтвердило исходную гипотезу о том, что факт наличия высшего образования повышает привлекательность человека в глазах представителей противоположного пола. Объясняя полученные расхождения с ранее описанными результатами экспериментов в парадигме эволюционной психологии, следует учесть, что большая часть из них проходила с участием студентов — достаточно образованной выборки, предъявляющей повышенные требования к уровню образования партнера.

Полученные данные подтверждают, что уровень образования человека — значимая характеристика, влияющая на формирование целостного образа партнера. При этом влияние уровня образования партнера на его привлекательность опосредуется образовательным уровнем самого субъекта: и мужчины и женщины, выбирая партнеров, соотносят их образованность

со своим уровнем. Так, люди с высшим образованием проявляют тенденцию к выбору партнера с высшим образованием, менее образованные — предпочитают партнеров без высшего образования.

В ходе исследования было уточнено, что особую значимость образовательный уровень партнера имеет для мужчин без высшего образования — они избегали выбирать женщин с более высоким, чем у них, уровнем образования, что в целом соответствует сведениям, имеющимся в рассмотренной нами научной литературе. Если уровень образования мужчины высок, его предпочтения не столь четко определены, но все же несколько смещены в пользу более образованных женщин.

Наоборот, предпочтения женщин с высшим образованием достаточно четко определены — они стремятся выбирать хорошо образованных мужчин. Эти результаты совпадают с имеющимися в литературе сведениями о том, что требования женщины при выборе партнера зависят от ее



социального статуса («гипотеза сходства» С. Брехма (Miller, Perlman, Brehm, 2007) и С. Хендрика (Hendrick, 2004). Указанная взаимосвязь была замечена давно: в близкие отношения чаще вступают люди одного социального класса, образования, интеллектуального уровня (Мацумото, 2002, с. 342). Хотя представители эволюционного подхода стараются объяснить подобное влияние статуса субъекта, используя понятие наследственности (Holveck, Riebel, 2009), исследователям приходится учитывать и социально-когнитивные факторы. Чем амбициознее поставленные женщиной цели в жизни, отмечают Дж. Палмер и Л. Палмер, чем значительней кажутся ей ее образование, материальное состояние и социальное положение, тем выше ее требования к аналогичным качествам у потенциального спутника (Палмер, Палмер, 2007, с. 85).

Таким образом, следует признать, что гипотеза, выдвинутая в рамках эволюционной психологии, нуждается в коррекции. Очевидно, здесь нет однозначной биологической зависимости, как это можно предположить из теории полового отбора: на привлекательность партнера среди прочих факторов влияет самосознание индивида. Не противопоставляя социальной парадигме эволюционную (Shoemaker, 2007) и не отвергая ее, лучшее объяснение полученным данным мы вслед за Ю. Ховардом, Ф. Блумштейном и П. Шварцем (Howard et al., 1987) можем отнести к социально-психологической теории. Так, с точки зрения теории социального обмена Дж. Тибо, Г. Келли и Г. Хоманса (Келли, Тибо, 1984, с. 61–81) на оценку привлекательности партнера будут влиять ожидаемые вознаграждения от партнера, затраты на поддержание общения и оценку того, каких взаимоотношений он сам заслуживает. В основе брачного выбора, по Г. Хомансу, лежат оценивание качеств кандидатов и выбор того, кто из них сможет принести больший выигрыш при меньших затратах. Отсюда следует, что

лица с высшим образованием могут быть привлекательны, так как более «полезны» в смысле имеющихся у них статуса, связей, материальной обеспеченности и др.

Можно предположить, вслед за Л. Пенком, П. Тодом, А. Лентоном и Б. Фасоло (Penke et al., 2008), что испытуемые с высшим образованием ощущают себя заслуживающими «более образованного партнера», а возможность установить с ним общение кажется более легкой по причине схожести личного опыта и тем для разговоров. Испытуемые без высшего образования могут воспринимать общение с более образованным, чем они, партнером как требующее соответствовать его уровню и в смысле психологических затрат слишком «дорогое» и рискованное.

Соответствие уровней образования партнеров может восприниматься как более справедливое, с точки зрения теории справедливости Э. Халфилда и Э. Берштейд. Люди наиболее удовлетворены взаимоотношениями, если они считают справедливым то, что их собственные затраты и вознаграждения от общения сопоставимы с затратами и вознаграждениями партнера (см.: Аронсон и др., 2004, с. 346). Ощущения определенной несправедливости в возможном общении с лицами другого уровня образования приводят к чувству неловкости и делают выбор такого партнера маловероятным.

Подводя итоги проведенного исследования, следует отметить, что уровень образования является одной из центральных характеристик восприятия человека и влияет на его привлекательность. С другой стороны, собственный уровень образования во многом определяет выбор партнера противоположного пола. Очевидно, что, выбирая возможного партнера противоположного пола для общения, человек делает выбор, ориентируясь не только на «выгоды», но и на возможные «проблемы». Часто используемая в исследованиях простая методика ранжирования привлекательных

характеристик упускает этот аспект из виду. Проведение факторного эксперимента позволило показать, что образованность может быть как привлекающим фактором, так и отталкивающим.

Таким образом, впервые на российской выборке были проверены гипотезы о влиянии уровня образования на предпочтения партнеров противоположного пола. Результаты проведенного эксперимента в основном согласуются с результатами экспериментов зарубежных авторов. Полученные данные нельзя объяснить в полной мере, если исходить только из эволюционного учения о половом отборе, здесь требуется привлечение социально-когнитивных теорий.

1. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме. СПб.: Прайм-Евронанк, 2004.
2. Вейнинггер О. Пол и характер. М.: Латард, 1997.
3. Женщина новой России: Какая она? Как живет? К чему стремится? / Под ред. М.К. Горшкова, Н.Е. Тихоновой. М.: РОССПЭН, 2002.
4. Келли Г., Тибо Дж. Межличностные отношения. Теория взаимозависимости // Современная зарубежная социальная психология / Под ред. Г.М. Андреевой, Н.Н. Богомоловой, Л.А. Петровской. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1984. С. 61–81.
5. Красовский Б.П. Анализ брачных объявлений (самооценка и требования к партнеру) // Вопр. психол. 1993. № 5. С. 56–58.
6. Кэмпбел Д. Модели экспериментов в социальной психологии и прикладных исследованиях. СПб.: Социально-психологический центр, 1996.
7. Майерс Д. Социальная психология. СПб.: Питер, 1999.
8. Мацумото Д. Психология и культура. СПб.: Прайм-Евронанк, 2002.
9. Палмер Дж., Палмер Л. Эволюционная психология: Секреты поведения Homo sapiens. М.: Прайм-Евронанк, 2007.
10. Хок Р. 40 исследований, которые потрясли психологию. Секреты выдающихся экспериментов. СПб.: Прайм-Евронанк, 2003.
11. Buss D.M. (ed.). The handbook of evolutionary psychology. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2005.
12. Elder G.H. Appearance and education in marriage mobility // Amer. Sociol. Rev. 1969. V. 34. Iss. 4. P. 519–533.
13. Evolutionary psychology: The new science of the mind / Buss D.M. (ed.). 4th ed. Boston: Allyn & Bacon, 2012.
14. Fisman R. et al. Gender differences in mate selection: Evidence from a speed dating experiment / Fisman R., Ivengar S.S., Kamenica E., Simonson I. // Quart. J. of Economics. 2006. V. 121. P. 673–679.
15. Hendrick S. (ed.). Understanding close relationships. Boston: Pearson, 2004.
16. Holveck M.J., Riebel K. Low-quality females prefer low-quality males when choosing a male // Proceeding of The Royal Society. 2009. URL: <http://rspsb.royalsocietypublishing.org> (дата обращения: 22.12.2012).
17. Howard J.A., Blumstein Ph., Schwartz P. Social or evolutionary theories? Some observations on preferences in human mate selection // J. Pers. and Soc. Psychol. 1987. V. 53 (1). P. 194–200.
18. Howrigan D.P., MacDonald K.B. Humor as a mental fitness indicator // Evolutionary Psychol. 2008. V. 6 (3). P. 652–666.
19. Miller R.S., Perlman D., Brehm S.S. (eds). Intimate relationships. 4th ed. N.Y.; L.: McGraw-Hill, 2007.
20. Norman P.L., Douglas T.K. Sex similarities and differences in preferences for short-term mates: What, whether, and why // J. Pers. and Soc. Psychol. 2006. V. 90. N 3. P. 468–489.
21. Pawlowski B., Koziel S. The impact of traits offered in personal advertisement on response rates // Evolution and Hum. Behav. 2002. V. 23. P. 139–149.
22. Penke L. et al. How self-assessments can guide human mating decisions / Penke L., Todd P.M., Lenton A.P., Fasolo B. // Geher G., Miller G.F. (eds). Mating intelligence: Sex, relationships, and the mind's reproductive system. N.Y.: Erlbaum, 2008. P. 37–76.
23. Rosenberg J., Tunney R.J. Human vocabulary use as display // Evolutionary Psychol. 2008. V. 6 (3). P. 538–549.
24. Shoemaker E.G. Human Mate Selection Theory: An integrated evolutionary and social approach // J. of Scientific Psychol. 2007. V. 11. P. 35–41.
25. Skopek J., Schulz F., Blossfeld H.-P. Who contacts whom? Educational homophily in onlinemate selection // Europ. Sociol. Rev. 2011. V. 27 (2). P. 180–195.
26. Stevens G., Owens D., Schaefer E.C. Education and attractiveness in marriage choices // Soc. Psychol. Quart. 1990. V. 53. N 1. P. 62–70.