

**Зубова Віталіна Вікторівна**  
*старший викладач закладу вищої освіти*  
*кафедри економічної кібернетики та прикладної економіки;*

**Бухарін Нікіта Максимович**  
*здобувач вищої освіти,*  
*Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-367-8-5>

## **ВПЛИВ РІВНЯ ДОХОДІВ НА ВИБІР ПАРТНЕРА В КОНТЕКСТІ ОНЛАЙН-ЗНАЙОМСТВ**

Дослідження впливу індивідуальних уподобань на вибір партнера має важливе значення в сучасному суспільстві, де взаємини між людьми стають все складнішими та різноманітними. Розуміння того, як особисті фактори, такі як привабливість, освіта та доходи, впливають на вибір партнера, є ключовими для подальшого розвитку психологічних та соціальних наук. Поглиблене вивчення цих аспектів може допомогти в розробці ефективних стратегій взаємодії та сприяти створенню більш здорових та згуртованих суспільств.

Метою дослідження авторів є встановлення впливу індивідуальних уподобань на вибір партнера, зокрема, врахування таких факторів як привабливість, рівень освіти та доходів. Доповідь виконується на основі наявного дослідження [2] з використанням доповнених даних про доходи вибірки. Експерименти спрямовані на розширення розуміння процесів, що відбуваються в контексті онлайн знайомств.

Основним фокусом оригінального дослідження [2] є вплив індивідуальних уподобань на вибір партнера. Дослідники утримуються від використання вже наявних даних, оскільки це могло б призвести до упередженої вибірки. По-перше, знайомства зазвичай відбуваються всередині вже звичного для людини соціального кола, що, своєю чергою, унеможливило ту саму дію за його межами. По-друге, варто взяти до уваги й низку особистих факторів, таких як страх відторгнення, сором'язливість чи відповідність суспільним стандартам. Таким чином, дослідження

проводилось на популярній онлайн платформі з використанням фіктивних профілів, зосереджених переважно на двох факторах: освіченості та привабливості. Онлайн середовище дозволяє оминати проблеми пов'язані з самооцінкою та психологічні бар'єри, а аналіз лише двох показників не залишає місця для упереджень. Згадані показники є цілком задовільними через їх стабільність.

В ході аналізу матеріалів автори дійшли висновку, що як серед чоловіків, так і серед жінок існує тенденція надавати перевагу більш привабливим профілям, незалежно від вигляду самих респондентів. Коли взяти до уваги освіту, то чоловіки є менш схильними до позитивної реакції, якщо зазначений рівень освіти жінки вищий, що є особливо помітним серед високоосвічених чоловіків. Освіта та привабливість не є ані взаємозамінними, ані взаємодоповнюючими. Жінки в цілому не схильні до певних уподобань. Однак, більш ерудовані жінки все ж таки віддають перевагу чоловікам з відповідним рівнем інтелекту.

Дане дослідження вводить нову змінну: погодинну заробітну плату. Відповідні дані були отримані від Амстердамського університету, з метою відтворення результатів оригінальної роботи. Оскільки освіта вважається показником рівня заробітної плати, очікується, що підсумки нового дослідження не відрізняться від основного.

Оригінальна робота [2] використовує вибірку на базі популярного голландського додатка для знайомств. Кожному з користувачів, враховуючи приналежність до демографічної групи, випадковим чином був призначений фіктивний профіль. Оцінка привабливості користувачів проводилася за допомогою незалежної платформи Amazon MTurk [1], тоді як дані про доходи були отримані через WageIndicator Survey та зіставленні з профілями використовуючи коди ISCO. Респондентів було поділено на низький та високий рівні достатку. Типом експерименту є рандомізоване контрольоване дослідження з регресіями методу найменших квадратів. Також, була проведена низка статистичних тестів задля забезпечення об'єктивності дослідження.

Коефіцієнти регресій наведені в таблицях 1 та 2, де  $t_{uni}$ ,  $t_{med}$ , та  $t_{high}$  – це бінарні змінні, які вказують на рівень освіти та рівні

привабливості (середній, високий) відповідно. Низький рівень було виключено, щоб запобігти мультиколінеарності. Позначки Н та L відокремлюють високу та низьку заробітну платню відповідно.

Таблиця 1

**Аналіз загальних результатів коефіцієнтів регресій  
за статевим розподілом**

	<b>Men (1)</b>	<b>Women (2)</b>
t_uni	-0.0501* [-0.0939, -0.00628]	-0.000697 [-0.0375, 0.0361]
t_med	0.103*** [0.0495, 0.156]	0.0799*** [0.0344, 0.125]
t_high	0.192*** [0.139, 0.246]	0.181*** [0.136, 0.226]
N	1550	1117

\* p<0.05, \*\* p<0.01, \*\*\*p<0.001

Розглянувши реакції чоловіків та жінок в цілому (таблиця 1), результати не відрізняються від оригіналу. Проте, поділивши респондентів обох статей за категорією доходів (таблиця 2), підсумки різняться від початкових гіпотез. Припускалося, що оскільки освіта вважається потенційним показником рівня заробітної плати, нова змінна не матиме ніякого впливу. Однак результати регресії виявили, що на високий рівень освіти негативно реагують тільки чоловіки з меншим достатком, на відміну від чоловіків з більшими доходами та жінок обох категорій. Зовнішність, при цьому, залишається важливим фактором незалежно від статі та рівня доходів.

У той час як привабливість є універсальним вподобанням, висновки щодо освіти можна пояснити традиційною моделлю стосунків [2]. Через вплив гендерних норм, чоловіки в цілому схильні віддавати перевагу менш освіченим партнеркам. Проте з точки зору рівня доходів, малозабезпечені чоловіки можуть не бажати стосунків з освіченими жінками, оскільки це може поставити під сумнів їхню традиційну роль. Більш забезпечені чоловіки, своєю чергою, можуть бути більш самоствердженими й таким чином не мати підстав для подібної реакції.

## Аналіз категоризованих результатів дослідження

	<b>H_Men (1)</b>	<b>L_Men (2)</b>	<b>H_Women (3)</b>	<b>L_Women (4)</b>
t_uni	-0.0374 (0.0365)	-0.0918* (0.0372)	0.00599 (0.0313)	-0.00815 (0.0290)
t_med	0.104* (0.0448)	0.107* (0.0455)	0.0975* (0.0390)	0.0907** (0.0349)
t_high	0.192*** (0.0448)	0.159*** (0.0446)	0.241*** (0.0382)	0.166*** (0.0355)
N	606	579	409	466

\* p<0.05, \*\* p<0.01, \*\*\*p<0.001

Важливо зазначити, що ці результати основані на вибірці з Амстердаму та його околиць. Таким чином, розглядаючи інші країни або міжнародні спільноти висновки можуть відрізнятися.

## Список використаної літератури:

1. Amazon MTurk (n.d.). *Amazon Mechanical Turk*. Retrieved from Amaton MTurk. URL: <https://www.mturk.com/>
2. Egebark J., Ekström M., Plug E., van Praag M. Brains or Beauty? Causal Evidence on Returns to Education and Attractiveness in the Online Dating Market. *Journal of Public Economics*. 2021. No. 196.
3. Eika L., Mogstad M., Zafar B. Educational assortative mating and household income inequality. *Journal of Political Economy*. 2019. No. 127(6). P. 2795–2835. DOI: <https://doi.org/10.1086/702018>
4. Scharlott B.W., Christ W.G. Overcoming relationship-initiation barriers: The impact of a computer-dating system on sex role, shyness, and appearance inhibitions. *Computers in Human Behavior*. 1995. No. 11(2). P. 191–204. DOI: [https://doi.org/10.1016/0747-5632\(94\)00028-G](https://doi.org/10.1016/0747-5632(94)00028-G)
5. WageIndicator. (n.d.). *WageIndicator Survey and Data*. WageIndicator. URL: <https://wageindicator.org/about/researchlab/wageindicator-survey-and-data>