

СОЦИОЛОГИЯ ГЕНДЕРА



DOI: 10.19181/socjour.2026.32.3.7
EDN: UMQDBN

Л.А. ОКОЛЬСКАЯ¹

¹ Институт социологии ФНИСЦ РАН.
109544, Москва, ул. Кржижановского, 23/35, корпус 5.

ГЕНДЕРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ В ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ РОССИЯН О ЦЕННЫХ КАЧЕСТВАХ МУЖЧИН И ЖЕНЩИН

Аннотация. В статье анализируются нормативные представления россиян о ценных качествах мужчин и женщин и их гендерная обусловленность. Теоретические основания анализа находятся в области гендерных исследований и исследований дружбы. Нормативные представления интерпретируются с точки зрения эволюционистского подхода, концепции социального обучения, теории социальных ролей. Для классификации личностных качеств используется типология агентности — общности. Эмпирической базой исследования служат данные всероссийского опроса ВЦИОМа 2025 г. ($N = 1600$), в котором задавался вопрос о ценных качествах мужчин и женщин и предлагался для выбора список из 12 вариантов. Сравнительный анализ иерархий мужских и женских качеств, построенных отдельно для каждого пола, комбинируется с регрессионным анализом. Полученные результаты свидетельствуют о сосуществовании в российском обществе традиционных и новых гендерных норм, о наличии зон общественного консенсуса и взаимного непонимания. С одной стороны, в общественном мнении доминируют универсальные нормы порядочности и ума, действующие для обоих полов. Сохраняют актуальность традиционные представления мужчин о том, что женщина выполняет работу заботы, занимается бытом и сохраняет верность; они в целом разделяются и женщинами. Собственную роль мужчины видят преимущественно в свойствах автономии и компетентности; свою верность подчеркивают значительно реже, чем женскую. С другой стороны, женщины акцентируют важность собственной агентности и автономии; они ожидают от мужчин заботливости и других свойств общности, формируя запрос на «новую маскулинность». Вопрос о взаимном обмене заботой как новой «валютой» отношений является существенным расхождением в ожиданиях и самовосприятии полов.

Ключевые слова: личностные качества; гендерные роли; гендерные нормы; гендерная асимметрия; агентность; общность; теплота; работа заботы; регрессионный анализ; ВЦИОМ.

Для цитирования: Окольская Л.А. Гендерные различия в представлениях россиян о ценных качествах мужчин и женщин // Социологический журнал. 2026. Том 32. № 3. С. 147–163. DOI: 10.19181/socjour.2026.32.3.7 EDN: UMQDBN

Введение

В России, как и в других странах, происходит демографическая модернизация, которая выражается в росте регуляции прокреативного поведения и автономизации от него сексуального и матримониального поведения, ранее составлявших единый ансамбль [2]. Широкое участие женщин в оплачиваемой занятости и необходимость совмещать трудовую и семейную роли трансформируют гендерные стандарты в сторону большей гибкости и вариативности; изменяются виды социального контракта и общая архитектура выбора партнера [6; 13]. В последние десятилетия в стране увеличивается количество разводов [14], что сигнализирует о неудовлетворенности многих россиян отношениями в браке. С точки зрения сексуальной культуры и семейных ценностей российское общество остается довольно консервативным [7, с. 372–377; 15]. Тем не менее в нулевые и десятые годы XXI в. личные ценности населения, как мужского, так и женского, сдвигались в сторону индивидуализации [8]. Впоследствии в обществе произошел поворот к неоконсервативным ценностям [9], подкрепляемый возрастающей с 2020 г. экзистенциальной нестабильностью (сначала пандемия COVID-19, затем длительный военный конфликт с Украиной). В свете этих разнонаправленных воздействий интересно изучить текущие нормативные представления россиян о ценных качествах мужчин и женщин, определяющие социальный выбор и служащие ориентирами для самоидентификации. Выявление расхождений между полами важно для понимания трансформаций в социальной структуре.

Настоящее исследование опирается на данные всероссийского опроса ВЦИОМа за 2025 г., содержавшего вопросы о ценных личностных качествах мужчин и женщин [10]. Были систематизированы предлагаемые респондентам качества с опорой в том числе на типологию агентности — общности [20; 25; 29]. Эти универсальные измерения не использовались отечественными учеными для анализа наборов личностных качеств, хотя и вводились в оборот при изучении гендерного неравенства [11]. Основным методом исследования служил регрессионный анализ, который ранее не применялся к этим данным.

Оценка и выбор партнеров: агентность и общность

В соответствии с теорией социальных ролей представления о гендере формируются на основе наблюдения за деятельностью людей, которая определяется сложившимся в обществе разделением труда — как внутри домохозяйства, так и за его пределами. При этом из характера деятельности индивида того или иного пола выводятся представления о его внутренних качествах [30]. Исследователи дружбы как одной из базовых форм взаимодействия утверждают, что ожидания индивида от других людей определяются как когнитивные концептуализации атрибутов, которые он или она желали бы у них видеть, и поведения, которого он или она хотели бы от них добиться [23]. Люди стремятся сблизиться с теми, кто ассоциируется у них с благоприятными ситуациями [18]. Влечение индивида к другим может определяться их значимостью для достижения собственных жизненных целей [19].

М. Апостолу и П. Ветса выделяют четыре причины заводить друзей — получение поддержки, социальный вклад, достижение целей создания пары и личного продвижения, — формирующие механизм отбора кандидатур для сближения [17].

В литературе встречаются следующие термины для описания представлений о желаемых качествах других людей в зависимости от пола: полоролевые ожидания и предпочтения [23]; гендерные роли [30]; гендерные идеалы и стереотипы [4; 22]; критерии отбора партнеров и друзей [19; 26]; черты, качества, характеристики партнеров [16]. В данной работе будем использовать термин «нормативные представления о желательных качествах», поскольку в социологическом опросе, служащем эмпирической базой настоящего исследования, используется именно такой индикатор, восходящий к гендерным нормам.

Социальные психологи установили, что восприятие другого человека или группы преимущественно базируется на двух универсальных измерениях — агентности и общности, или компетентности и теплоты [20]. П. Трапнелл и Д. Полхус определяют агентность как «метаконцепцию, связанную с продвижением себя в социальной иерархии», а общность — как «партнерскую концепцию, связанную с поддержанием позитивных отношений» [29, р. 39]. Агентность подразумевает напористость, самостоятельность и компетентность; общность — заботу о других, общительность и эмоциональную чувствительность, иногда в нее включают и моральные качества. С. Фиске и ее коллеги выявили, что измерение теплоты первично, так как для любого человека при встрече с незнакомцем важно прежде всего установить его доброжелательность, определить его намерения и связанную с ними вероятность причинения вреда или оказания помощи. Второй по важности задачей является оценка способности реализовать эти намерения [20]. С позиции исследований ценностей агентность соответствует индивидуализму; общность воплощает разные виды социальности [8].

Положение мужчин и женщин на данной оси различно: агентность в большей мере ассоциируется с маскулинностью, общность — с фемининностью [19; 25]. Эволюционистские теории утверждают, что мужчины больше ценят в товарищах (и в самих себе) черты, ассоциируемые с высокой продуктивностью в охоте и коалиционном насилии, а также терпимее, чем женщины, относятся к скупости высокопродуктивных деловых партнеров [19]. Мужские дружбы более многочисленны, но отличаются низкой эмоциональной близостью; женские чаще реализуются в меньшем числе более тесных и надежных контактов, обеспечивающих помощь в уходе за потомством и разрешении конфликтных ситуаций [21]. Женщины чаще ожидают взаимности и общности от близких (и сами предлагают их) [23]. Мужчины также ожидают от женщин поддерживающей эмоциональной атмосферы и подавления гнева [21]. Женщины наделяют идеальную представительницу своего пола таким же уровнем агентности, как и идеального мужчину, тогда как мужчины характеризуют свой идеал женщины как намного менее агентный по сравнению с мужчиной [22]. В отличие от эволюционистского подхода, концепция социального обучения интерпретирует выбор индивидов соображениями затрат и выгод. Так, в традиционных обществах женщины, лишённые возможности самостоятельно выжить и достичь успеха, вынуждены выбирать партнеров, способных приобретать ресурсы и готовых вкладывать их в семью [24].

Межстранные и внутрироссийские исследования гендерных норм

Очертим специфику российских представлений о желательных качествах обоих полов на основе данных сравнительных и внутренних исследований. В 1990-е гг. Э. Хэтфилд и С. Шпрехер изучали предпочтения в выборе брачных партнеров у молодежи из трех стран — из США, России и Японии [24]. Они выявили сходство российских и американских студентов по частоте запроса на ряд атрибутов общности и статуса; отличие россиян от японцев заключалось в их более высокой оценке экспрессивности и открытости партнера. Кроме того, российские студенты больше сверстников из других стран ценили любовное мастерство, что отражало либерализацию сексуальной сферы в России в 1990-е гг.

Исследование брачных предпочтений, проведенное в начале 2000-х гг. в 53 странах с участием России, показало, что у россиянок одни из самых высоких, по международным меркам, требования к честности партнера; российские мужчины тоже ставили честность женщин на вершину рейтинга [27]. Все это указывает на проблему доверия между полами — в терминах Э. Игли и В. Вуд, на острую необходимость установить добрые намерения партнера [30]. Ж.В. Чернова и Л.Л. Шпаковская объясняют эту специфику высоким риском развода и желанием застраховаться от него путем «правильного» выбора [16].

По данным межстранового исследования М.С. Фабрикант и В.С. Магуна, в нулевые годы россияне отличались от европейцев средневысокой традиционностью взглядов на семейные отношения и гендерные роли, ярче всего выражавшейся в нормативном приоритете семейной роли женщины [15]. С.М. Ребрей установила, что, несмотря на высокую образованность и экономическую активность россиянок, их агентность ниже, чем у жительниц развитых стран [11]. Анализ динамики гендерных стереотипов молодежи в 2010-е гг. — в частности, в работе К.С. Дивисенко [4] — указывает на устойчивость нормативных представлений о ценных качествах обоих полов. Он подчеркивает, что во взглядах девушек есть тенденция к эгалитаризации, унификации гендерных ролей, юноши же более консервативны. В работе И.А. Бегининой и ее коллег показано, что молодые мужчины убеждены в превосходстве мужской дружбы над женской и оправдывают мужскую неверность [1]. Выявлены и другие гендерные расхождения в нормативных представлениях, в том числе такие, которые можно отнести к свойствам агентности и общности [5].

В период экономического роста и быстрого развития социальных сетей в России распространялись образцы быстрого профессионального успеха — как мужские, так и женские [12]. Желание подражать ярким медийным моделям способствовало изменению субъектности россиянок, осознанию ими своего агентского потенциала. Наряду с этим интенсифицировалось родительство, формировалась новая идентичность вовлеченного, заботливого отцовства [12], находившая отклик у молодежи обоих полов [3]. Наконец, благодаря общему повышению уровня жизни и психотерапевтическому повороту у россиян актуализировалась ценность эмоционального благополучия, появилось осознание права на поддержку. Это,

в частности, могло способствовать росту числа разводов по субъективным причинам [14]. Можно ожидать, что эти и другие процессы отразились на общественном мнении о ценных качествах мужчин и женщин.

Цель и гипотезы исследования

Цель данного исследования состоит в том, чтобы проанализировать гендерные различия россиян в нормативных представлениях о мужчинах и женщинах. На основе знания об универсальных гендерных нормах и особенностях российской культуры выдвигаем следующие гипотезы:

Гипотеза 1. Моральные качества мужчин более важны для женщин, чем для мужчин.

Гипотеза 2. Черты общности мужчин более важны для женщин, чем для мужчин.

Гипотеза 3. Мужская агентность важнее для мужчин, чем для женщин.

Гипотеза 4. Женская агентность важнее для женщин, чем для мужчин.

Гипотеза 5. Женские свойства общности равно важны для обоих полов.

Данные, методы, ограничения анализа

Эмпирическая база исследования представляет собой данные всероссийского опроса ВЦИОМа, проведенного в феврале 2025 г. Данные собирались методом телефонного интервью по случайной стратифицированной выборке, построенной на основе полного списка мобильных телефонных номеров во всех 8 федеральных округах России¹. Объем выборки составил 1600 человек в возрасте 18 лет и старше. Для выравнивания половозрастного состава выборки применялась переменная дизайн-веса, сконструированная ВЦИОМом. Представления о желательных качествах измерялись вопросами с множественным выбором, на которые можно было дать ограниченное число подходящих ответов:

- «Поговорим о мужчинах и женщинах. Что Вы больше всего цените в мужчинах? Я зачитаю список ответов, выберите *не более пяти*».
- «А что Вы больше всего цените в женщинах? Я зачитаю список ответов, выберите *не более пяти*».

В обоих случаях респондентам зачитывался одинаковый список из 12 качеств, которые мы распределили на 4 группы, опираясь в том числе на типологию агентности — общности:

1. *агентность*: ум, независимость, умение сопротивляться невзгодам;
2. *телесный ресурс*: внешняя привлекательность, сексапильность, темперамент;
3. *общность*: хозяйственность², душевность, заботливость, легкий характер;
4. *моральные качества*: верность, порядочность.

¹ Подробнее о методологии сбора данных ВЦИОМа см.: [10].

² Как способность вкладываться в общее хозяйство.

Несмотря на нейтральную формулировку самих вопросов, среди предлагаемых качеств были такие, которые обычно применяются к брачным или романтическим партнерам (верность, внешняя привлекательность, сексапильность). Однако они позволяют охарактеризовать и обобщенного Другого, и собственную идентичность.

Респонденты имели возможность выбрать до пяти важных качеств, но на практике около половины из них ограничились самыми главными. Лишь 44% из 1600 опрошенных отметили более трех мужских качеств; 54% выбрали более трех женских³. Мы проанализировали иерархии ценных качеств мужчин и женщин, построенные отдельно для каждого пола.

Подходящим для данного случая методом исследования является регрессионный анализ, позволяющий оценить значимость гендерных различий и ответить на исследовательский вопрос: близки или далеки друг от друга представления мужчин и женщин о ценных качествах каждого пола? Были построены модели бинарных логистических регрессий: 12 для мужских качеств и 12 — для женских; всего 24 модели. Переменные с множественным выбором качеств были преобразованы в наборы дихотомических переменных (1 — качество отмечено как важное, 0 — качество не отмечено). Каждая из этих дихотомий стала зависимой переменной регрессии. Основной независимой переменной служил пол респондента. Результаты контролировались по возрасту (4 группы: до 24 лет включительно, 25–39 лет, 40–54 года, 55 лет и старше), по уровню образования — от 1 (низкий) до 4 (очень высокий), по материальному положению семьи — от 1 (очень хорошее) до 5 (очень плохое), по федеральному округу, типу населенного пункта — от 1 (город с численностью 1 млн человек и более) до 7 (село).

Модели логистической регрессии показали низкие значения псевдо- R^2 Найджелкерка — от 0,03 до 0,17 (см. табл. 2), что свидетельствует об их ограниченной предсказательной способности. Следует отметить, что это распространенная ситуация для социологических данных. Тем не менее пол оказался статистически значимым предиктором в большинстве случаев, и, следовательно, его влияние неслучайно. Низкий псевдо- R^2 не опровергает валидность интерпретации регрессионных коэффициентов. Не ставя перед собой задачу предсказания выбора (на который, кроме пола, влияют и другие факторы), можно полагаться на эти коэффициенты для понимания, в какую сторону значение данного предиктора сдвигает значение зависимой переменной и каков размер этого эффекта.

Иерархии ценных качеств мужчин и женщин

Рассмотрим вначале результаты анализа описательных статистик. Ответы мужчин и женщин о личностных качествах различались по развернутости: мужские высказывания о своем поле значимо более лаконичны, чем их высказывания о женщинах и ответы женщин об обоих полах. В среднем мужчины называли 2,7 варианта мужских и 3,4 — женских качеств, тогда как женщины отмечали 3,7 варианта для

³ Как показали К. Расински, Д. Мингэй и Н. Брэдберн, уклонение респондентов от оценки большого числа подсказок с целью оптимизации своей когнитивной нагрузки характерно для ответов на вопросы этого типа [28].

своего пола и 3,5 — для противоположного. В связи с этим представляется удобным сравнивать ранги качеств вместе с частотами. В таблице 1 приведены частотные распределения мужских и женских качеств, разделенные по полу, и их ранги.

Общественное мнение россиян относительно гендерных норм отличается умеренно высокой консолидацией: наиболее высокочастотные качества аккумулируют «голоса» чуть более половины респондентов. Единогласного выбора того или иного качества не наблюдается, однако зафиксировано единодушие в невыборе: универсально непопулярные варианты, отмеченные менее чем 10% и даже 5% респондентов и респонденток. Это показывает, что в обществе существуют конвенциональные представления о мужественности и женственности, но допускаются и вариации. Сосредоточимся на пяти ведущих чертах обоих полов — трех главных и двух дополнительных — и составим четыре нормативных портрета.

1. *Мужской автопортрет*. Двумя наиболее ценными качествами своего пола мужчины считают порядочность и ум, которые отметили 53 и 41% опрошенных соответственно. На третьем месте находится независимость (35%), на четвертом — умение сопротивляться невзгодам (31%). Хозяйственность (29%) замыкает пятерку наиболее важных мужских качеств. Данная комбинация показывает, что российские мужчины видят себя как морально ответственных, способных к анализу, автономных и устойчивых субъектов, в придачу обладающих мастерством для решения технико-бытовых задач. В современном мире интеллект может выступать заменителем физической силы как ресурс, обеспечивающий благополучие и восходящую мобильность⁴. Акцент на стойкости может указывать на готовность быть опорой для себя и для других. В терминах эволюционистских теорий такой набор вполне соответствует стереотипу «ловкого охотника» и «хорошего товарища» с поправкой на новую маскулинность. Однако в него не вошли супружеские качества, такие как верность и заботливость.

2. *Мужской портрет глазами женщин*. Первые два места в данной иерархии те же, что и в предыдущей: россиянки больше всего ценят в противоположном поле порядочность и ум, набравшие 59 и 52% соответственно. Это базовые качества «хорошего Другого», на которого можно положиться и который обладает достаточными компетенциями для успешного функционирования в современном обществе и реализации добрых намерений [20]. Важно, что на третье место (48%) женщины поставили заботливость мужчины, что очевидно выражает их высокий запрос на вовлеченное партнерство и участие противоположного пола в «работе заботы»⁵. Четвертый ранг поделили сразу два качества: хозяйственность и верность (по 42% каждое), что указывает на их второстепенную, хотя и важную роль для женщин. На пятом месте (33%) оказалась независимость — достаточно важное, но отнюдь не главное качество. Таким образом, респондентки наделили идеального мужчину бóльшим количеством свойств общности, чем респонденты: сами мужчины не включили в ядро приоритетов ни верность, ни заботливость (набравшие соответственно 28 и 17%). В верхнюю позицию этой и предыдущей иерархий также не вошло ни одно

⁴ Учитывая, что в список ответов не входили качества, описывающие умение зарабатывать, физическую силу, атлетизм и пр.

⁵ Исследователи выявили аналогичную асимметрию для любви к детям: большинство опрошенных женщин хотели бы видеть это качество в мужчинах, но большинство мужчин не включили его в число важных [5].

свойство телесности; не попали туда и свойства общности, описывающие коммуникативные навыки. Дисбаланс между спросом женщин на мужские качества и ответным предложением аналогичных свойств не очень выражен и касается в наибольшей мере легкого характера и внешней привлекательности (отмечают у себя на 13 и 11 п. п. чаще, чем запрашивают у мужчин), заботливости и порядочности (ожидают от мужчин соответственно на 12 и 10 п. п. больше, чем готовы предоставить сами).

Таблица 1

Распределения ответов на вопросы: 1) «Поговорим о мужчинах и женщинах.

Что Вы больше всего цените в мужчинах? Я зачитаю список, выберите не более пяти»;

2) «А что Вы больше всего цените в женщинах? Я зачитаю список, выберите не более пяти»

(ВЦИОМ, 2025 г.), доля респондентов, выбравших каждое из качеств,

% от общего числа опрошенных⁶, ранги (приведены в скобках)

Качества	Ценят в мужчинах		Ценят в женщинах	
	Пол			
	мужчины	женщины	мужчины	женщины
Порядочность	53 ⁽¹⁾	59 ⁽¹⁾	42 ⁽³⁾	49 ⁽²⁾
Ум	41 ⁽²⁾	52 ⁽²⁾	41 ⁽⁴⁾	50 ⁽¹⁾
Независимость	35 ⁽³⁾	33 ⁽⁵⁾	14 ⁽⁹⁾	33 ⁽⁶⁾
Умение сопротивляться невзгодам	31 ⁽⁴⁾	25 ⁽⁶⁾	18 ⁽⁸⁾	29 ⁽⁷⁾
Хозяйственность	29 ⁽⁵⁾	42 ⁽⁴⁾	47 ⁽²⁾	48 ⁽³⁾
Верность	28 ⁽⁶⁾	42 ⁽⁴⁾	51 ⁽¹⁾	39 ⁽⁴⁾
Заботливость	17 ⁽⁷⁾	48 ⁽³⁾	34 ⁽⁵⁾	36 ⁽⁵⁾
Душевность	14 ⁽⁸⁾	21 ⁽⁷⁾	25 ⁽⁷⁾	27 ⁽⁸⁾
Темперамент	7 ⁽⁹⁾	8 ⁽¹⁰⁾	8 ⁽¹²⁾	7 ⁽¹¹⁾
Легкий характер	6 ⁽¹⁰⁾	9 ⁽⁹⁾	13 ⁽¹⁰⁾	22 ⁽⁹⁾
Внешняя привлекательность	5 ⁽¹¹⁾	10 ⁽⁸⁾	32 ⁽⁶⁾	21 ⁽¹⁰⁾
Сексапильность	2 ⁽¹²⁾	3 ⁽¹¹⁾	11 ⁽¹¹⁾	4 ⁽¹²⁾
Затруднились ответить	8	2	5	2
N, чел.	723	877	723	877

3. *Женский автопортрет.* Характеризуя идеальную представительницу своего пола — вероятно, такую, какой хотелось бы быть им самим, — респондентки чаще всего называли ум, то есть свойство агентности, выражающее компетентность и способность к самостоятельным суждениям. Его отметили 50% опрошенных. Таким образом, женщины не только ожидают интеллектуальной состоятельности от мужчин, но и стремятся иметь «свою голову на плечах». Второй ранг получила порядочность, набравшая всего на 1 п. п. меньше, чем ум. Подчеркнем, что эти же два качества образуют верхушку двух предыдущих иерархий, то есть женщины предъявляют к себе подобным такие же базовые требования, как и мужчины. Третьей по популярности стала хозяйственность (48%), которая в данном контексте может выражать способность женщины организовывать питание и комфорт, разумно распределять ресурсы. Четвертый ранг получила верность (39%), которая дополнительно подчеркивает надежность женщины, ее стремление соответствовать социальным нормам, но при этом не является первостепенным

⁶ Данные взвешены.

требованием. На пятом месте находится заботливость (36%) — конвенциональное фемининное свойство общности, согласие на работу заботы, которое женщины, в принципе, дают, но тоже не выводят на первый план. Подчеркнем, что телесный ресурс — внешняя привлекательность и тем более столь чувствительный признак, как сексапильность, — не стал центральным критерием самооценки большинства россиянок. Это сигнализирует о массовом отказе женщин от «декоративной» самоидентичности. Однако и агентские качества, такие как независимость и умение сопротивляться невзгодам, не вошли в пятерку наиболее востребованных.

4. *Женский портрет глазами мужчин.* Верхняя часть четвертой иерархии существенно отличается от трех предыдущих тем, что она фактически перевернута: важнейшим женским качеством для мужчин является верность (51%), на втором месте — хозяйственность (47%). В главную тройку входит также порядочность (42%). Ум и заботливость имеют соответственно четвертый и пятый ранги, их отметили 41 и 34% опрошенных мужского пола. Таким образом, мужчины определяют женщину, скорее, через принадлежность и функциональность, в то время как женщины видят и себя, и мужчин как автономных ответственных субъектов. Примечательно, что внешняя привлекательность женщин не вошла в топ-5 у мужчин, несмотря на большую свободу выбора ответов. С учетом данных более ранних исследований [5] это неожиданный результат. Расхождения между требованиями мужчин к женщинам и ответным предложением собственных достоинств выглядят куда более значительными, чем в случае с женскими требованиями к мужчинам. Так, разрыв между спросом на женскую верность и предложением своей верности составляет 23 п. п. (тогда как для женщин эта разница составляет всего 3 п. п.). Существенное превышение спроса над предложением наблюдается в отношении внешней привлекательности (разрыв 28 п. п.), хозяйственности (18 п. п.), заботливости (17 п. п.), душевности (11 п. п.). Вместе с тем мужчины считают женщин значительно менее агентными, чем самих себя (разрыв по независимости на 21 п. п., по умению сопротивляться невзгодам 12 п. п.), и менее порядочными (на 12 п. п.). Они признают их интеллект, но это не главное. Все вышесказанное наводит на мысль о двойных стандартах, упоминавшихся в других исследованиях [1].

Регрессионный анализ: гендерные различия в представлениях о своем и противоположном полах

Проверим статистическую значимость гендерных различий в представлениях россиян о всем спектре ценных личностных качеств мужчин и женщин при помощи регрессионного анализа. В таблице 2 приведены значения бета-коэффициентов, описывающих влияние пола респондента при выборе качеств⁷.

⁷ Абсолютные величины коэффициентов отражают размер соответствующих эффектов, а их знаки указывают: выше или ниже значение зависимой переменной у одного из полов по сравнению с референтным гендером (здесь — у женщин по сравнению с мужчинами). Статистически значимые отличия отмечены звездочками (см. примечание к табл. 2).

Агентность. В восприятии разных полов свойства мужской агентности разнородны. Мужской ум — одно из топовых качеств — оказался значимо более важен для женщин. Помня о том, что в данном опросе он может завуалированно выражать способность приобретать средства к существованию, можно считать, что женщины воспроизводят стереотип «добытчика» даже в большей мере, чем сами мужчины. В отношении мужской независимости действует гендерное согласие. Лишь мужскую стойкость значимо чаще выбирают именно мужчины; женщины меньше ожидают ее. В представлениях о женской агентности гендерная асимметрия выражена гораздо сильнее. Женщины считают все три ее компонента значимо более важными, чем мужчины, и наибольший эффект — у независимости (>1). Таким образом, подтверждается наш вывод о том, что женщины определяют себя как автономных субъектов, хотя мужчины не ждут от них такого рода автономии.

Моральные качества. Фундаментальное качество порядочности, образующее основу доверия, воспринимается людьми разного пола немного по-своему. Если мужскую порядочность все опрошенные ценят одинаково высоко, то женскую порядочность значимо сильнее подчеркивают респондентки. Что касается верности, эффекты оказались зеркальными: мужскую верность ожидаемо чаще отмечают женщины, а женскую — мужчины, причем величины эффектов в данном случае примерно одинаковы⁸. Если перевести на язык романтических отношений, это означает, что каждый пол претендует на эксклюзивные отношения с партнером, но не готов полностью принадлежать ему.

Свойства общности. Существенные гендерные различия наблюдаются в оценке свойств общности мужчин. Так, женщины выбирали все четыре свойства общности значимо чаще, чем мужчины, и наибольший абсолютный размер эффекта (>1) у заботливости, которую, как было показано выше, россиянки внесли в число топовых качеств противоположного пола. В отношении женских свойств общности, напротив, существует явный гендерный консенсус. И респонденты, и респондентки одинаково ценят три качества идеальной женщины: хозяйственность, душевность и заботливость. Легкий характер значимо сильнее артикулирован в женской самоидентичности. Таким образом, традиционные нормативные представления о женщинах сохраняются в обществе [15], но одновременно формируются новые нормы, касающиеся мужчин.

Телесность. Что касается телесно-физиологических параметров, мужская внешность ожидаемо оказалась значимо важнее для женщин, причем величина эффекта приблизилась к 1, что указывает на значительную гендерную асимметрию и неудовлетворенный запрос небольшой части россиянок на красиво выглядящих мужчин. Женская красота предсказуемо важнее для мужчин, но глубина различий здесь меньше. Женская сексапильность тоже значительно выше ценится мужчинами, и можно было ожидать зеркального эффекта в отношении этого качества для противоположного пола. Однако выбор мужской сексапильности оказался гендерно нейтральным; это наводит на предположение, что мужчины в среднем

⁸ При регрессионном анализе сравнивается выбор мужчинами и женщинами качеств одного пола, но нет возможности сопоставить другие пары: спрос одного пола на качество противоположного пола и готовность самому предоставлять его. Перекрестные сравнения делаются в описательной части.

придают больше значения своим сексуальным успехам. Самое непопулярное качество — темперамент — одинаково слабо востребовано обоими полами в отношении и мужчин, и женщин.

Таблица 2

Коэффициенты бинарных логистических регрессий, показывающие гендерные различия в выборе ценных мужских и женских качеств (ВЦИОМ, 2025 г.)

Тип	Качества	Ценят в мужчинах			Ценят в женщинах		
		Пол респондента (референтная группа — мужчины)					
		Женщины	Псевдо- R^2	N , чел.	Женщины	Псевдо- R^2	N , чел.
Агентность	Ум	0,463***	0,117	1598	0,397***	0,093	1598
	Независимость	−0,040	0,054	1598	1,225***	0,135	1598
	Умение сопротивляться невзгодам	−0,267*	0,037	1598	0,652***	0,043	1598
Моральность	Верность	0,626***	0,048	1598	−0,559***	0,067	1598
	Порядочность	0,165	0,086	1598	0,278**	0,034	1598
Общность	Хозяйственность	0,561***	0,088	1598	0,035	0,054	1598
	Заботливость	1,571***	0,173	1598	0,09	0,031	1598
	Душевность	0,501***	0,037	1598	0,109	0,025	1598
	Легкий характер	0,496*	0,046	1598	0,603***	0,068	1598
Телесность	Внешняя привлекательность	0,937***	0,091	1598	−0,644***	0,054	1598
	Сексапильность	0,515	0,113	1598	−0,982***	0,099	1598
	Темперамент	0,232	0,096	1598	−0,081	0,084	1598

Примечания:

1. Во всех моделях в табл. 2 контролируются: возраст, образование, материальное положение семьи, федеральный округ, тип населенного пункта; используется R^2 Найджелкерка.

2. * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$.

Обсуждение и выводы

Регрессионный анализ данных всероссийского опроса ВЦИОМа, скорее, подтверждает гипотезу 1 о более высоком запросе россиянок на моральные качества мужчин по сравнению с требованиями мужчин к самим себе. Правда, они не касаются порядочности, в отношении которой наблюдается гендерное согласие, а затрагивают только верность. В пользу этой гипотезы дополнительно свидетельствуют и результаты анализа иерархий: женщины включают верность в топ-5 мужских

качеств, а мужчины — нет. Обнаружен зеркальный эффект для женской верности, которую значимо выше ценят мужчины; он проявляется и при сравнении рангов, причем в гораздо более яркой форме, чем в регрессионном анализе: верность является главнейшим женским качеством в глазах мужчин. Результаты исследования свидетельствуют о взаимном несовпадении требований полов друг к другу, о неготовности части россиян к эквивалентному обмену и желанию контролировать других.

Гипотеза 2 о том, что мужчинам значимо менее, чем женщинам, важны свойства общности у своего пола, полностью подтвердилась для всех четырех показателей, с наибольшим эффектом — для заботливости. Гендерная асимметрия во взглядах на заботу выпукло проявилась и при сопоставлении рангов качеств, что также свидетельствует в пользу гипотезы. Данное расхождение является «камнем преткновения» в отношениях мужчин и женщин в нашей стране.

Гипотезу 3, касающуюся более высокой важности мужской агентности для самих мужчин, сложно подтвердить или опровергнуть регрессионными моделями ввиду разнонаправленности полученных эффектов. Так, мужскую независимость одинаково ценят оба пола; мужской ум значимо выше ценят россиянки. Только стойкость к невзгодам значимо более важна для мужской самоидентичности. Тем не менее вспомогательные результаты, полученные из анализа иерархий, свидетельствуют в пользу этой гипотезы, поскольку все три компонента агентности входят в пятерку наиболее высокочастотных качеств, называемых мужчинами, а женщины включают в топ только два из них. Таким образом, мужская автономия лишь частично принимается женщинами.

Полностью подтверждается *гипотеза 4*, касающаяся более высокой важности женской агентности для женщин по сравнению с мужчинами. Все три ее показателя — в наибольшей мере независимость — значимо чаще указываются женщинами. Анализ рангов тоже подтверждает это. Данный вывод согласуется с открытиями, сделанными исследователями женской агентности [22].

Гипотеза 5 о конвенциональном восприятии женских свойств общности принимается, так как гендерные различия для трех показателей из четырех незначимы. Хозяйственность, заботливость и душевность — общепризнанные качества «хорошей» женщины в России. Сравнение женского автопортрета на основе рангов качеств с портретом, составленным мужчинами, также говорит о гендерном консенсусе.

Полученную картину можно охарактеризовать как переходный гендерный порядок. С одной стороны, в нем есть зона взаимного согласия, в которой старые нормы продолжают работать; это касается базовых норм порядочности и ума, а также свойств общности, подразумеваемых у женщин по умолчанию — хозяйственности, заботливости и душевности. С другой стороны, выделяется область двойных стандартов, как в случае с верностью, которую каждая сторона (особенно мужчины) требует в большем объеме, чем готова сама предоставлять. Существует взаимное непонимание по вопросам заботы, хозяйственности и душевности — эгалитаристских ожиданий женщин, пока не принятых мужчинами [4]. К новым нормам можно отнести и запрос женщин на автономию, которая, возможно, вызывает беспокойство у противоположного пола. Сравнительно слабая роль внешней привлекательности в самоопределении женщин предположительно может быть связана с ее замещением качествами, позволяющими самостоятельно выживать в современном мире.

Происходящие изменения в гендерном порядке, по всей видимости, следуют из накопленного социального опыта первых полутора десятилетий XXI в., когда в России продолжался экономический рост. Широкие выводы исследований ценностей говорят об усилении индивидуалистских ориентаций среди россиян с нулевых по двадцатые годы XXI в. [8]. Благоприятные условия для построения карьеры, предпринимательской деятельности способствовали большей автономии россиян обоих полов, изживанию патерналистских установок, унаследованных из советского прошлого⁹. В рассматриваемый период происходили развитие социальных сетей и трансляция через них моделей достижения успеха — как мужских, так и женских [12]. Проанализированные нами данные ВЦИОМа свидетельствуют о важности агентских качеств — прежде всего для мужской идентичности, но и для женской тоже.

На наш взгляд, существенными факторами сдвигов нормативных представлений являются интенсификация родительства в условиях нуклеарной семьи и увеличение объема нормативных требований к благополучию и развитию детей, которые сложно удовлетворить исключительно за счет материнских ресурсов. Запрос женщин на заботу со стороны мужчин может быть связан с осознанием права на поддержку и уважение, возникающим по мере перехода от удовлетворения базовых потребностей к более высокому уровню.

Неоконсервативный поворот и экзистенциальные угрозы 2020–2025 гг., пережитые россиянами, могут сдерживать модификацию гендерного порядка и даже возвращать на повестку дня «старые» гендерные нормы — например, беспокойство о верности и связанную с ней ревность. При ухудшении экономических условий и актуализации проблемы выживания возможны более инструментальное отношение людей друг к другу, конкуренция за ресурсы, дальнейшее усугубление проблемы доверия. И все же мы считаем, что нелегкий опыт последних лет пока не перечеркнул накопленные за предшествующие годы изменения в самосознании россиян, и сегодняшние гендерные представления отражают в большей степени именно их.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

Окольская Лидия Александровна — кандидат социологических наук, ведущий научный сотрудник, Институт социологии ФНИСЦ РАН. **Телефон:** +7 (926) 281-68-06. **Электронная почта:** okoli@yandex.ru SPIN-код: 1632-4704

**SOTSIOLOGICHESKIY ZHURNAL = SOCIOLOGICAL JOURNAL. 2026. Vol. 32. No. 3.
P. 147–163. DOI: [10.19181/socjour.2026.32.3.7](https://doi.org/10.19181/socjour.2026.32.3.7)**

Research Article

LIDIA A. OKOLSKAYA¹

¹ Institute of Sociology of FCTAS RAS.

bl. 5, 24/35, Krzhizhanovskogo str., 117218, Moscow, Russian Federation.

⁹ Доля респондентов, рожденных в 1985 г. или позже, социализировавшихся преимущественно в постсоветский период, составляла 37%.

GENDER DIFFERENCES IN RUSSIANS' PERCEPTIONS OF VALUED PERSONALITY TRAITS IN MEN AND WOMEN

Abstract. This article analyzes normative perceptions of Russian people regarding the valued personality traits of men and women and the extent to which these perceptions are shaped by gender. The study is grounded in the fields of gender studies and friendship research. These normative perceptions are interpreted through the lenses of the evolutionary approach, social learning theory and social role theory. The agency-communality typology is used to classify personal qualities. The empirical basis of the study consists of data from a 2025 nationwide VCIOM survey (N = 1,600), which asked respondents about the valued traits of men and women, offering a list of 12 options to choose from. A comparative analysis of the hierarchies of male and female traits — constructed separately for each gender — is combined with regression analysis. The results indicate the coexistence of traditional and new gender norms within Russian society, as well as the presence of areas of public consensus and mutual misunderstanding. On the one hand, public opinion is dominated by universal norms of decency and intelligence that apply to both genders. At the same time, traditional male views persist — specifically, the expectation that women should take upon themselves care-giving roles, manage the household and remain faithful. They are generally shared by women themselves. Men primarily define their own roles through qualities of agency and mastery; they mention their own fidelity significantly less often than that of women. Conversely, women emphasize the importance of their own agency and autonomy; they expect care-giving qualities — along with other traits associated with communal connection and warmth — from men, thereby creating a demand for a “new masculinity”. The question of mutual exchange of care as a new “currency” of relationships represents a significant divergence in the expectations and self-perceptions of the sexes.

Keywords: personality traits; gender roles; gender norms; gender asymmetry; agency; communion; warmth; care work; regression analysis; VCIOM.

For citation: Okolskaya, L.A. Gender Differences in Russians' Perceptions of Valued Personality Traits in Men and Women. *Sotsiologicheskii Zhurnal = Sociological Journal*. 2026. Vol. 32. No. 3. P. 147–163. DOI: [10.19181/socjour.2026.32.3.7](https://doi.org/10.19181/socjour.2026.32.3.7)

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Lidia A. Okolskaya — Candidate of Sociological Sciences, Leading Researcher, Institute of Sociology of FCTAS RAS. **Phone:** +7 (926) 281-68-06. **Email:** okoli@yandex.ru ORCID: 0000-0001-5142-4215 ResearcherID: QYQ-3512-2026

ЛИТЕРАТУРА / REFERENCES

1. Бегина И.А., Ивченко С.Г., Шахматова Н.В. Гендерные стереотипы современной провинциальной молодежи: опыт социологического измерения // *Женщина в российском обществе*. 2018. № 1 (86). С. 19–29. DOI: [10.21064/WinRS.2018.1.2](https://doi.org/10.21064/WinRS.2018.1.2) EDN: YTBKWI
Beginina I.A., Ivchenkova S.G., Shakhmatova N.V. Gender stereotypes of contemporary provincial youth: Experience of sociological measurement. *Zhenshchina v Rossiyskom Obshchestve*. 2018. No. 1 (86). P. 19–29. DOI: [10.21064/WinRS.2018.1.2](https://doi.org/10.21064/WinRS.2018.1.2) (In Russ.)
2. Вишневский А.Г. Демографическая революция меняет репродуктивную стратегию вида Homo Sapiens // *Демографическое обозрение*. 2014. № 1 (1). С. 6–33. DOI: [10.17323/demreview.v1i1.1825](https://doi.org/10.17323/demreview.v1i1.1825) EDN: TLMUVV
Vishnevsky A.G. Demographic revolution changes the reproductive strategy of Homo sapiens. *Demograficheskoe obozrenie*. 2014. No. 1 (1). P. 6–33. DOI: [10.17323/demreview.v1i1.1825](https://doi.org/10.17323/demreview.v1i1.1825) (In Russ.)
3. Гурко Т.А. Представления студентов в отношении родительства и социальных ролей мужчин и женщин // *Социологическая наука и социальная практика*. 2019. № 2 (26). С. 65–80. DOI: [10.19181/snsp.2019.7.2.6410](https://doi.org/10.19181/snsp.2019.7.2.6410) EDN: ZWFDXU
Gurko T.A. Student's Attitudes to Parenthood and the Social Roles of Men and Women. *Sotsiologicheskaya nauka i sotsial'naya praktika*. 2019. No. 2(26). P. 65–80. DOI: [10.19181/snsp.2019.7.2.6410](https://doi.org/10.19181/snsp.2019.7.2.6410) (In Russ.)

4. Дивисенко К.С. Изменения гендерных идеалов старшеклассников (2010 и 2018 гг.) // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. 2019. № 5. С. 17–22. DOI: [10.33491/telescope2019.5-602](https://doi.org/10.33491/telescope2019.5-602) EDN: [LVGVZU](https://www.edn.ru/LVGVZU)
Divisenko K.S. Changes in the gender ideals of high school students (2010–2018). *Teleskop: zhurnal sotsiologicheskikh i marketingovykh issledovaniy*. 2019. No. 5. P. 17–22. DOI: [10.33491/telescope2019.5-602](https://doi.org/10.33491/telescope2019.5-602) (In Russ.)
5. Досина Н.В., Кошкина А.О. Внешность женщины как фактор социальных отношений // Женщина в российском обществе. 2010. № 1. С. 62–77.
Dosina N.V., Koshkina A.O. A woman's appearance as a factor in social relations. *Zhenshchina v rossiyskom obshchestve*. 2010. Vol. 1. P. 62–77. (In Russ.)
6. Иллюз Е. Почему любовь ранит? Социологическое объяснение / Пер. с нем. С.В. Сидоровой. М.; Берлин: Директмедиа паблишинг, 2020. — 400 с.
Illouz E. *Why love hurts? A sociological explanation*. Transl. from German by S.V. Sidorova. Moscow; Berlin: Direct Media Publishing, 2020. 400 p. (In Russ.)
7. Кон И.С. Клубничка на березке: сексуальная культура в России. М.: Время, 2010. — 608 с.
Kohn I.S. "Strawberries" on a Birch Tree: Sexual Culture in Russia. Moscow: Vremia publ., 2010. 608 p. (In Russ.)
8. Магун В.С. Эволюция базовых ценностей российского населения, 2006–2021 годы // Социологические исследования. 2023. № 12. С. 44–58. DOI: [10.31857/S013216250029336-2](https://doi.org/10.31857/S013216250029336-2) EDN: [RIAJNU](https://www.edn.ru/RIAJNU)
Magun V.S. The evolution of basic human values of the Russians, 2006–2021. *Sotsiologicheskie issledovaniya*. 2023. No. 12. P. 44–58. DOI: [10.31857/S013216250029336-2](https://doi.org/10.31857/S013216250029336-2) (In Russ.)
9. Мельвиль А.Ю. Неоконсервативный консенсус в России? Основные компоненты, факторы устойчивости, потенциал эрозии // Полития. 2017. № 1 (84). С. 29–45. DOI: [10.30570/2078-5089-2017-84-1-29-47](https://doi.org/10.30570/2078-5089-2017-84-1-29-47) EDN: [XTXFMD](https://www.edn.ru/XTXFMD)
Melville A.Yu. Neoconservative consensus in Russia? Main components, factors of stability, potential for erosion. *Politeia*. 2017. Vol. 84. No. 1. P. 29–45. DOI: [10.30570/2078-5089-2017-84-1-29-47](https://doi.org/10.30570/2078-5089-2017-84-1-29-47) (In Russ.)
10. Мужчина и женщина. Вчера и сегодня. Аналитический обзор ВЦИОМ. 05.03.2025 [электронный ресурс]. Дата обращения 12.08.2026. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/muzhchina-i-zhenshchina-vchera-i-segodnja>
Man and woman. Yesterday and today. Analytical review of the All-Russian Public Opinion Research Center (VCIOM). Moscow, 05.03.2025. Accessed 12.08.2026. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/muzhchina-i-zhenshchina-vchera-i-segodnja> (In Russ.)
11. Ребрей С.М. Неравенство возможностей женщин и мужчин России: анализ агентности на базе Всемирного исследования ценностей // Женщина в российском обществе. 2022. № 4. С. 22–32. DOI: [10.21064/WinRS.2022.4.3](https://doi.org/10.21064/WinRS.2022.4.3) EDN: [IPJWCM](https://www.edn.ru/IPJWCM)
Rebrey S.M. Inequality of opportunities for women and men in Russia: An analysis of agency based on the World Values Survey. *Zhenshchina v Rossiyskom Obshchestve*. 2022. No. 4. P. 22–32. DOI: [10.21064/WinRS.2022.4.3](https://doi.org/10.21064/WinRS.2022.4.3) (In Russ.)
12. Рождественская Е.Ю., Воронкова А.И. Достижительная женственность: медийная репрезентация успешной профессиональной карьеры // Журнал исследований социальной политики. 2022. Vol. 20 (1). С. 37–52. DOI: [10.17323/727-0634-2022-20-1-37-52](https://doi.org/10.17323/727-0634-2022-20-1-37-52) EDN: [MPJIRY](https://www.edn.ru/MPJIRY)

- Rozhdestvenskaya E., Voronkova A. Achievement femininity: media representation of the professional careers of women top managers and entrepreneurs. *Zhurnal issledovaniy sotsial'noi politiki*. 2022. No. 20 (1). P. 37–52. DOI: [10.17323/727-0634-2022-20-1-37-52](https://doi.org/10.17323/727-0634-2022-20-1-37-52) (In Russ.)
13. Рождественская Е.Ю. Вовлеченное отцовство, заботливая маскулинность // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 5. С. 155–185. DOI: [10.14515/monitoring.2020.5.1676](https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.5.1676) EDN: [DMPPZW](https://elibrary.ru/dmppzw)
- Rozhdestvenskaya E.Y. Involved fatherhood, caring masculinity. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ehkonomicheskie i sotsial'nye peremeny*. 2020. No. 5. P. 155–185. DOI: [10.14515/monitoring.2020.5.1676](https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.5.1676) (In Russ.)
14. Синельников А.Б. Социальная приемлемость объективных и субъективных причин для развода в современной России // Социологические исследования. 2023. № 4. С. 75–83. DOI [10.31857/S013216250022703-6](https://doi.org/10.31857/S013216250022703-6) EDN: [МОНТБК](https://elibrary.ru/montbk)
- Sinelnikov A.B. Social acceptability of objective and subjective reasons for divorce in modern Russia. *Sotsiologicheskie issledovaniya*. 2023. No. 4. P. 75–83. DOI [10.31857/S013216250022703-6](https://doi.org/10.31857/S013216250022703-6) (In Russ.)
15. Фабрикант М.С., Магун В.С. Семейные ценности россиян и европейцев // Демоскоп Weekly. 2014. № 613–614 [электронный ресурс]. Дата обращения 20.08.2026. URL: <https://www.demoscope.ru/weekly/2014/0613/demoscope613.pdf>
- Fabrikant M.S., Magun V.S. Family values of Russians and Europeans. *Demoscope Weekly*. 2014. No. 613–614. Accessed 20.08.2026. URL: <https://www.demoscope.ru/weekly/2014/0613/demoscope613.pdf> (In Russ.)
16. Чернова Ж.В., Шпаковская Л.Л. Образование пары: где ищут, находят и какие качества ценят в своих партнерах россияне? // Социодиггер. 2020. Т. 1. Вып. 2. С. 17–20.
- Chernova Z.V., Shpakovskaya L.L. Formation of a couple: where do Russians search, find, and what qualities do they value in their partners? *Sotciodigger*. 2020. Vol. 1. Iss. 2. P. 17–20. (In Russ.)
17. Apostolou M., Vetsa P. Friendship preferences: examining desirable and undesirable traits in a friend. *Evolutionary Psychological Science*. 2023. Vol. 9. P. 38–49. DOI: [10.1007/s40806-022-00329-w](https://doi.org/10.1007/s40806-022-00329-w)
18. Clore G.L., Byrne D.A. Reinforcement-affect model of attraction. *Foundations of Interpersonal Attraction*. Ed. by T.L. Huston. N.Y.: Academic Press, 1974. P. 143–170. DOI: [10.1016/B978-0-12-362950-0.50013-6](https://doi.org/10.1016/B978-0-12-362950-0.50013-6)
19. Eisenbruch A., Roney J. Social taste buds: Evidence of evolved same-sex friend preferences from a policy-capturing study. *Evolutionary Psychological Science*. 2020. Vol. 6 (3). P. 195–206. DOI: [10.1007/s40806-019-00218-9](https://doi.org/10.1007/s40806-019-00218-9)
20. Fiske S.T., Cuddy A.J.C., Glick P. Universal dimensions of social cognition: warmth and competence. *Trends in Cognitive Sciences*. 2007. Vol. 11 (2). P. 77–83. DOI: [10.1016/j.tics.2006.11.005](https://doi.org/10.1016/j.tics.2006.11.005)
21. Fuhrman R.W., Flannagan D., Matamoros M. Behavior expectations in cross-sex friendships, same-sex friendships, and romantic relationships. *Personal Relationships*. 2009. Vol. 16. P. 575–596. DOI: [10.1111/j.1475-6811.2009.01240.x](https://doi.org/10.1111/j.1475-6811.2009.01240.x)
22. Gilbert L.A., Deutsch C.J., Strahan R.F. Feminine and masculine dimensions of the typical, desirable, and ideal woman and man. *Sex Roles*. 1978. Vol. 4. No. 5. P. 767–778. DOI: [10.1007/BF00287337](https://doi.org/10.1007/BF00287337)
23. Hall J.A. Friendship standards: The dimensions of ideal expectations. *Journal of Social and Personal Relationships*. 2012. Vol. 29 (7). P. 884–907. DOI: [10.1177/0265407512448274](https://doi.org/10.1177/0265407512448274)

24. Hatfield E., Sprecher S. Men's and women's preferences in marital partners in the United States, Russia, and Japan. *Journal of Cross-Cultural Psychology*. 1995. Vol. 26. No. 6. P. 728–750. DOI: [10.1177/002202219502600613](https://doi.org/10.1177/002202219502600613)
25. Hentschel T., Heilman M.E., Peus C.V. The multiple dimensions of gender stereotypes: A current look at men's and women's characterizations of others and themselves. *Frontiers in Psychology*. 2019. Vol. 10. Article 11. P. 1–19. DOI: [10.3389/fpsyg.2019.00011](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00011)
26. Hrkalovic M.T., Dudzik B., Hung H., Balliet D. Partner perceptions during brief online interactions shape partner selection and cooperation. *PLoS ONE*. 2025. Vol. 20 (4). P. 1–23. DOI: [10.1371/journal.pone.0318137](https://doi.org/10.1371/journal.pone.0318137)
27. Lippa R.A. The preferred traits of mates in a cross-national study of heterosexual and homosexual men and women: An examination of biological and cultural influences. *Archives of Sexual Behavior*. 2007. Vol. 36. P. 193–208. DOI: [10.1007/s10508-006-9151-2](https://doi.org/10.1007/s10508-006-9151-2)
28. Rasinski K.A., Mingay D., Bradburn N.M. Do respondents really “mark all that apply” on self-administered questions? *Public Opinion Quarterly*. 1994. Vol. 58 (3). P. 400–408. DOI: [10.1086/269434](https://doi.org/10.1086/269434)
29. Trapnell P.D., Paulhus D.L. Agentic and communal values: their scope and measurement. *Journal of Personality Assessment*. 2012. Vol. 94 (1). P. 39–52. DOI: [10.1080/00223891.2011.627968](https://doi.org/10.1080/00223891.2011.627968)
30. Wood W., Eagly A.H. Biosocial construction of sex differences and similarities in behavior. *Advances in Experimental Social Psychology*. 2012. Vol. 46. P. 55–123. DOI: [10.1016/B978-0-12-394281-4.00002-7](https://doi.org/10.1016/B978-0-12-394281-4.00002-7)

Статья поступила в редакцию: 10.03.2026; поступила после рецензирования и доработки: 14.08.2026; принята к публикации: 20.08.2026.

Received: 10.03.2026; revised after review: 14.08.2026; accepted for publication: 20.08.2026.