

بازتولید ارزش‌های محافظه‌کارانه در همسریابی اینترنتی (مطالعه‌ی موردی سایت همسریابی طوبی)

علی شکوری (نویسنده مسئول)، دانشیار گروه برنامه‌ریزی رفاه اجتماعی، دانشگاه تهران، Ali-shakoori@ut.ac.ir
 زینب شفیعی، دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی - گرایش اقتصادی و توسعه، دانشگاه تهران، Zeinab.shafiei@gmail.com

چکیده: این مقاله به مطالعه ترجیحات همسرگزینی کاربران سایت همسریابی طوبی می‌پردازد. غالباً در محافل رسمی یا غیررسمی جامعه ایران این دیدگاه حاکم است که فرایند جهانی شدن و تشدید فرایندهای نوگرایی منشا اصلی تهدید ارزش‌های اصیل و سنتی در جامعه‌اند و این موضوع بیش از همه در نهاد خانواده و خصوصاً ترجیحات همسرگزینی مورد اشاره قرار می‌گیرد. بر خلاف این دیدگاه، مطالعه حاضر در پی این است که نشان دهد، ترجیحات همسرگزینی در فضای مجازی هنوز هم محافظه‌کارانه و اصیل است. به عبارتی جامعه ایرانی، به خصوص جوانان و کسانی که در سن ازدواج قرار دارند، هنوز در خصوص انتخاب همسر ایده‌آل به ارزش‌های اصیل تمایل دارند و بر ترجیحاتی تاکید می‌ورزد که ماهیت محافظه‌کارانه دارند. این ادعاها مبتنی بر داده‌های سایت طوبی در سال ۱۳۹۰ بوده که مشتمل بر ۱۰۰۰۰۰ پروفایل مشخصات فردی است. این مقاله با بهره‌گیری از آمار توصیفی و تحلیلی استدلال می‌کند که نگرانی لایه‌های رسمی سیاست‌گذار در مورد به مخاطره افتادن ارزش‌های اصیل و سنتی انتخاب همسر به واسطه گسترش روابط به واسطه کامپیوتر و بی‌بندباری نسل جدید، اصالت ندارد؛ چراکه نتایج تحلیل داده‌ها نشان داد که اولویت کاربران هنوز هم ارزش‌های اصیل جامعه مانند صداقت، مهربانی، وفاداری، ایمان و غیره بوده که به طور سنتی جامعه ایرانی بر آنها تاکید می‌کند.

واژگان کلیدی: همسریابی اینترنتی، ترجیحات همسرگزینی، محافظه‌کاری، غیرمحافظه‌کاری

مقدمه و بیان مسئله

همان‌طوری که گیدنز (۱۳۸۳) اشاره می‌کند،^۱ در میان تغییراتی که این روزها در جریان است، اهمیت هیچ کدام به اندازه اتفاقاتی نیست که در زندگی شخصی، در روابط جنسی، حیات عاطفی، ازدواج و خانواده در حال وقوع است.^۲ این تغییرات بسیار گسترده در نهاد خانواده و به‌ویژه در معیارهای همسرگزینی رخ داده است. بنابراین با توجه به ماهیت بنیادی خانواده و نقش و کارکرد آن در دوام و بقای جامعه، این حوزه در مقایسه با سایر حوزه‌های تغییر، با واکنش‌ها و حساسیت‌های بیشتری از سوی جوامع و دولت‌ها مواجه بوده که بیشتر خصلت سلبی داشته است.

مطالعات اخیر نشان می‌دهد که به تبع تحولات گسترده و سریع اقتصادی و اجتماعی در جهان، نهاد خانواده و ازدواج و به تبع آن نظام‌های سنتی انتخاب همسر دگرگون شده است (شکوری و آزاد، ۱۳۸۱). این تغییرات نه تنها در کشورهای توسعه یافته صنعتی غربی مانند کشورهای اروپایی و آمریکا و جوامع غیرغربی توسعه یافته مانند چین و ژاپن، بلکه در جوامع در حال توسعه مانند پاکستان و مالزی و غیره قابل مشاهده است (باس و همکاران، ۱۹۸۹، ص. ۴۰، هیگینز و همکاران، ۲۰۰۲، ص. ۷۵، چاهاری و تراواتو، ۱۹۹۴، ص. ۱۴۵، چو و شین، ۱۹۹۶، ص. ۱۰۲). نکته قابل توجه این است که، بسیاری از داده‌ها از مناطق جغرافیایی گوناگون نشان می‌دهد که این تغییرات نسبی بوده و لزوماً تک‌خطی نیستند (باس و همکاران، ۲۰۰۱، ص. ۱۷، تورومرن و اسپرچر، ۲۰۰۳، ص. ۱۶۰).

یکی از این تغییرات، گسترش شیوه‌های متعدد همسریابی و رای روش‌های مرسوم و سنتی است که جدیدترین نوع آن را می‌توان همسریابی اینترنتی ذکر کرد که پیشرفت در زیرساخت‌های فناوری ارتباطی و افزایش فزاینده کاربران این نوع فناوری‌ها و به تبع این آنها افزایش ارتباطات به‌واسطه کامپیوتر این امر را میسر ساخته است. به‌طوری که آمارهای بین‌المللی نشان می‌دهد که جمعیت کاربران اینترنت در سراسر جهان کمتر از یک دهه از ۱۶ میلیون کاربر در سال ۱۹۹۵ به حدود ۲ میلیارد و ۷۵۰ میلیون کاربر در اواخر سال ۲۰۱۳ رسیده است که این رقم اشاره به تحولات عظیمی است که جوامع در حال تجربه کردن آن هستند و ناگزیرند به آن واکنش نشان دهند (روزلسفلد، ۲۰۱۳، ص. ۱۲۸۹). از این رو به نظر می‌رسد همسریابی اینترنتی پاسخی به بحران همسرگزینی در دنیای نامتوازن با مناسبات فردگرایانه و غیر چهره به چهره امروز باشد. اساساً میلیون‌ها نفر از کاربران اینترنت را مجردهایی تشکیل می‌دهند که از اینترنت برای ملاقات و دیدار، حرف زدن و ازدواج و حتی برقراری روابط جنسی، پیدا کردن، گسترش دادن، حفظ کردن دوستی‌ها و روابط عاشقانه استفاده می‌کنند (فورست و همکاران، ۲۰۰۸، ص. ۵۲). در این بین، شبکه‌های همسریابی اینترنتی به عنوان مکان‌هایی محبوب برای مجردها در تمام سنین گسترش یافته اند (همان، ۲۰۰۸، ص. ۵۴). برای مثال این شبکه‌ها از سال ۱۹۹۵ به بعد در کشورهای مختلف راه اندازی شده و به طور چشمگیری افزایش یافته است. به طوری که، براساس گزارش‌های آماری اعلام شده، ۳۷ درصد از تمام کاربران مجرد اینترنت در آمریکا برای پیدا کردن یک شریک، وب سایت‌های همسریابی را بازدید می‌کنند. در این کشور حدود ۴۱ میلیون و ۲۵۰ هزار نفر به صورت آنلاین به دنبال شریک می‌گردند (سایت استاتیسیتیک برین، ۲۰۱۴).^۱ براساس آمارهای ارائه شده در سال ۲۰۰۵، از هر

۱۰ نفر آمریکایی یک نفر از سایت‌های اینترنتی همسریابی یا نرم افزار همسریابی موبایل استفاده می‌کردند که نشان از اهمیت فزاینده این موضوع دارد. این اهمیت به‌ویژه در تجارت اینترنتی همسریابی آنلاین منعکس است. برای مثال، پژوهش‌ها نشان می‌دهد که همسریابی آنلاین ۴۷۳ میلیون دلار سود در سال ۲۰۰۴ کسب کرده است (مادن و لنهارت، ۲۰۰۶). در سال ۲۰۱۴ این سود به رقمی برابر با یک میلیارد و ۲۴۹ میلیون دلار رسید که افزایش بیش از سه برابری را در طی حدود یک دهه نشان می‌دهند (سایت استاتیستیک برین، ۲۰۱۴).

استفاده از وسایل ارتباط جمعی در ایران برای همسریابی پیش از فراگیر شدن اینترنت هم رواج داشته است، که می‌توان به آگهی‌های ازدواج دهه‌ی ۳۰ هجری شمسی در مجله زن روز اشاره کرد. از آنجا که این پدیده محدود به گروه و افراد خاصی بوده، به خودی خود پدیده‌ای عجیب و حساسیت‌زا به شمار نمی‌آمده است. ولی با ظهور اینترنت در کشور از دهه‌ی ۷۰ و فراگیری آن در دهه‌ی ۸۰، این فرآیند تغییر شکل داده و گاهی حساسیت‌برانگیز شده است. زیرا فضای مجازی با از بین بردن محدودیت‌های مکانی و زمانی دسترسی و قدرت انتخاب وسیعی را برای افراد به ارمغان آورده که بالنفسه امکان گسترش مناسبات اجتماعی را ورای محدودیت‌های شبکه اجتماعی سنتی و موجود فراهم کرده است. می‌توان گفت که ظهور و گسترش همسریابی اینترنتی دو واکنش متضاد را در جوامع در پی داشته است. یکسو مخالفانی قرار دارند که معتقدند شبکه‌های همسریابی آنلاین و حتی سایر اجتماعات آنلاین مملو یا مستعد کجروی‌های جنسی‌اند، بی‌بندوباری، کجروی، عدم صداقت و ایزوله بودن را رواج می‌دهند و پیوندهای اجتماعی واقعی را تضعیف می‌کنند. از سوی دیگر، موافقان معتقدند که در این شبکه‌ها صداقت، فضای امن برای خودافشاگری، اراده برای برقراری ارتباطات بهتر تأمین می‌شود، پس در جهان ناآشنای امروز اینترنت وسیله ارتباطی مناسبی برای همسریابی است، چراکه محدودیت‌های انتخاب و فضای فیزیکی را از بین می‌برد (هیچ، هورتاکسو و آریلی، ۲۰۱۰، ص. ۶).

با این حال، واکنش در ایران چه از سوی محافل رسمی و چه از سوی محافل غیررسمی بیشتر خصلت سلبی دارد و به نظر می‌رسد که نگاه بدبینانه‌ی عمیقی نسبت به گسترش این نوع همسریابی‌های نوین وجود دارد. از این شیوه‌ها به‌عنوان فاصله گرفتن از سنت‌ها و ارزش‌های اصیل اجتماعی و گرفتار شدن در بی‌بندوباری، ولنگاری و فساد یاد می‌شود. هرچند مخالفت‌های آشکاری در سطوح مختلف جامعه نسبت به این نوع همسریابی‌ها دیده می‌شود، ولی به‌ندرت مطالعه محققانه‌ای در مورد سایت‌های همسریابی اینترنتی انجام شده است تا صحت و سقم این ادعاها را نشان دهد. از این رو، این مطالعه با تمرکز بر این نوع سایت‌ها، می‌خواهد خلاء موجود در ادبیات مربوطه را پر نماید. همان طور که در بخش‌های بعدی اشاره خواهد شد با توجه به جامعیت سایت همسریابی طوبی، این مطالعه بر این سایت تمرکز می‌کند.

ادبیات نظری و تجربی ترجیحات همسرگزینی

در این بخش با توجه به ماهیت و هدف مطالعه به چهار دسته از مباحث اشاره می‌شود. نخست به اهمیت ترجیحات همسرگزینی؛ دوم به رویکردها و نظریات همسرگزینی؛ سوم، به همسریابی اینترنتی و اشاعه آن در جهان و نظریات مرتبط؛ و چهارم به یافته‌های مهم‌ترین و مرتبط‌ترین مطالعات تجربی پرداخته می‌شود.

همان‌طور که باس و دیگران اشاره می‌کنند ترجیحات همسرگزینی دارای اهمیت جامعه‌شناختی و روانشناختی فراوانی است. برای اینکه، اول، ترجیحات همسرگزینی بر کسی که انتخاب می‌شود و کسی که از دایره‌ی این انتخاب حذف می‌شود تاثیر می‌گذارند (باس، ۲۰۰۷، ص. ۵۰۷). دوم، ترجیحات همسرگزینی یک جنس مشخص می‌کند که کدام یک از اعضای جنس مخالف در ارزش‌گذاری همسرگزینی با ارزش یا کم‌ارزش محسوب می‌شوند؛ که خود متغیرهای مختلف را تحت تاثیر قرار می‌دهد. برای اینکه، به خاطر مطلوب و محبوب بودن یک شریک، فرد می‌تواند به موقعیت اجتماعی گروه خاصی داخل شود (باس، ۲۰۰۳). سوم، ترجیحات همسرگزینی یک جنس بر این که کدام تاکتیک جذب و حفظ همسر بر روی جنس مخالف مهم است، تاثیر می‌گذارد. تاکتیک‌هایی که خواسته‌های فرد را نشان می‌دهند که می‌خواهد آنها را حفظ یا جذب کند (همان، ۲۰۱۰، ص. ۶۸۰). چهارم، برخی از ترجیحات همسرگزینی ممکن است ناسازگاری‌های روانشناختی تکامل‌یافته را نشان دهند، از این‌رو مشکلات مهم و اصلی همسرگزینی را نمایان می‌سازند. پنجم، ترجیحات همسرگزینی زمانی که در طول یک دوره مطالعه می‌شوند، ارزش‌های فرهنگی مهمی را آشکار می‌کنند و برای سنجش تکامل فرهنگی ارزش‌ها مفیدند (باس و همکاران، ۲۰۰۱، ص. ۱۹).

از آنجا که همسرگزینی به معیارهای انتخابی اشاره می‌کند که از تحولات ارزشی کلان و متعددی نشأت می‌گیرد، نظریات متعددی برای تبیین آنها ارائه شده است که در قالب سه رهیافت جامعه‌شناختی، روانشناسی اجتماعی و ارتباطی قابل بحث‌اند. با توجه به اهداف این مطالعه در اینجا تنها به دو رویکرد روانشناسی اجتماعی و ارتباطی اشاره می‌شود.

در قالب رهیافت روانشناسی اجتماعی، دو نظریه تفاوت جنسیتی و مبادله در ادبیات ازدواج و همسرگزینی از اهمیت بیشتری برخوردار است. بر اساس صاحب‌نظران نظریه‌ی تفاوت جنسیتی زنان به همسری نیاز دارند که اولاً منابع و توانایی‌های لازم و مناسب را در اختیار داشته باشد؛ ثانیاً بتواند همسر خود را در این منابع سهیم نماید (ونزل و امرسون، ۲۰۰۹، ص. ۳۵۱). آنها به دنبال ازدواج با مردانی کوشا، بلند همت، با هوش، مستقل، باثبات، وفادار، دارای قدرت فیزیکی و سلامتی‌اند (چن، ۲۰۰۵، ص. ۵). در حالی که مردان به دنبال زنانی هستند که جذاب و جوان بوده و از سلامت جسمانی و قدرت باروری برخوردار باشند (لیپار، ۲۰۰۷، ص. ۲۰۰). همچنین پوست و چشمان روشن، تناسب اندام، تن صدا از جمله ویژگی‌هایی هستند که از قدیم مورد توجه مردان قرار گرفته‌اند (لیپا، ۲۰۰۷، ص. ۲۰۱).

بیشتر پژوهش‌ها بر وجود تفاوت‌هایی در معیارهای همسرگزینی بین زنان و مردان اذعان داشته‌اند. فینگولد (۱۹۹۰) دریافت که مردان بیشتر از زنان به زیبایی و جوانی همسر آینده‌ی خود توجه نشان می‌دهند به طوری که این معیار را ضروری‌ترین ویژگی برای انتخاب همسر ایده‌آل خود مطرح می‌کنند. در حالی که برای زنان میزان درآمد همسر آینده از اهمیت بیشتری برخوردار است (مایرز، ۲۰۰۸). در بسیاری از مطالعات مشاهده می‌شود که زنان بیش از مردان به عشق علاقه‌مندند و در آن مهارت دارند (سیمون و ایوانز، ۱۹۹۲، ص. ۳۰). تفاوت رجحان‌های همسرگزینی زنان و مردان در زمینه‌های دیگری نیز مورد اشاره قرار گرفته است. به طور

مثال، باس (۱۹۸۹) معتقد است که زنان برای ویژگی‌های شخصیتی، که بر وجود اخلاق نیکو، مهربانی و قدرت درک بالای مردان دلالت دارد، اهمیت بیشتری قائل هستند.

رهیافت دیگر در تبیین ترجیحات همسرگزینی، رهیافت ارتباطی است که خصلت تحلیلی و تجربی دارد و بر تحلیل و مطالعه همسریابی اینترنتی متمرکزند. بخش تحلیلی تنها به نقش و کارکرد ارتباطات فردی به‌واسطه کامپیوتر می‌پردازد. از این منظر، ترجیحات و ملاک‌های همسرگزینی افراد در فضای مجازی، به علت ویژگی‌های خاص آن از جمله امکان گمنامی و حذف نشانه‌های فیزیکی و فضای رهایی بخش به کاربر اجازه می‌دهد که به آسانی نقش‌های متعدد و متفاوتی را در زمان‌های مختلف و با تنظیمات مختلف و دلخواه خود، بازی کنند. به‌علاوه، پدیده گمنامی در فضای مجازی و در سایت‌های همسریابی به عنوان بخش جدایی ناپذیر کارکرد اجتماعی شدن و واسطه برای قرارهای دوستی دارد. اینترنت زمان رابطه را حفظ می‌کند و از این طریق اجازه می‌دهد تا از بروز احساسات جلوگیری شود و صمیمیت و اعتماد زودتر و سریع‌تر شکل بگیرد (گالال، ۲۰۰۳). همچنین، گمنامی در اجتماعات مجازی به افراد این شانس را می‌دهد که خودشان را چندگانه بیان کنند، یا جنبه‌های بیان نشده وجودشان را بروز دهند، یا حتی با هویتشان بازی کنند و سعی کنند تا هویت جدیدی بسازند - هویتی که می‌تواند سیال و چندگانه باشد و فرد را قادر سازد شخصیت‌های متفاوتی از آن خود بسازد (ترکل، ۱۹۹۵). در عین حال، گمنامی منسوب به تعاملات آنلاین ممکن است به افراد اجازه دهد که جنبه‌های منفی از خود آنلاینها را آشکار سازند (الیسون، هینو، گیبز، ۲۰۰۶، ص. ۴۲۸). به‌زعم هواداران رهیافت ارتباطی، یافته‌های مطالعات همسریابی اینترنتی به دلیل ماهیت مذکورشان، بیش از سایر مطالعات تصویر واقع‌بینانه‌تری از ترجیحات همسرگزینی را فراهم می‌کنند. از این رو در ادامه به برخی از مهمترین مطالعات مرتبط اشاره می‌کنیم.

براساس پیمایش سایت ای هارمونی^۲ (۲۰۰۵)، که یکی از بزرگترین سایت‌های همسریابی آمریکایی از کاربران است، ۱۰ مشخصه مهم وجود دارد که مردان دوست دارند در یک زن وجود داشته باشد. آنها به ترتیب عبارتند از حس شوخ‌طبعی، شخصیت قوی، مسئولیت‌پذیر، دارای سلامت عاطفی، جذابیت، دارای روابط خوب، زندگی خانوادگی خوب، صمیمت، صداقت و مهربانی. در مقابل زنان به مشخصه‌هایی چون جذابیت، حس شوخ‌طبعی، صمیمت، دارای سلامت عاطفی بودن، روابط خوب داشتن، شخصیت قوی، صداقت، عشق، مهربانی و زندگی خانوادگی خوب برای همسر مطلوب خود تاکید دارند.

بر اساس مطالعه بارتلین، لدوکس و تراشر (۲۰۰۴)، مردها به ترتیب خواستار جذابیت، شوخ‌طبعی، صداقت، عدم پنهان‌کاری، خوش‌رویی در زنان هستند. در حالی که زنان به ترتیب خواستار شوخ‌طبعی، صداقت، سرپرستی، عدم پنهان‌کاری و متشخص بودن هستند.

در مطالعه‌ای که توسط روزن، چی ور، کامینگ و فلت (۲۰۰۷) از یک هزار و ۳۷۹ در لس آنجلس به عمل آمد که ۴۱۷ نفر آنها همسریاب‌های اینترنتی بودند و ۹۶۲ نفرشان به صورت سنتی همسریابی می‌کردند، به ۲۱ خصوصیت مهم همسر بالقوه پرداخته شد. این خصوصیات را از طریق تحلیل عاملی به ۵ عامل تبدیل شدند که ۲ عامل به ارتباطات، ۳ عامل به مشخصات فردی، ۴ عامل به تحصیلات، و ۵ عامل به جذابیت‌های ظاهری

اختصاص داده شد. تحلیل عامل‌ها نشان داد که همسریاب‌های اینترنتی به ترتیب به عامل‌های ۱ تا ۴ کمتر و به عامل‌های جذابیت فیزیکی بیشتر از همسریاب‌های سنتی اهمیت دادند.

آندریا بیکر (۱۹۹۸ و ۲۰۰۲) ۱۸ زوج را که برای اولین بار به صورت آنلاین همدیگر را ملاقات کرده بودند و بعد از آن به صورت غیرآنلاین هم دیگر را دیده بودند بین سال‌های ۱۹۹۳ و ۱۹۹۷ مورد مطالعه قرار داد و دریافت که حس شوخ‌طبعی، وقت‌شناسی، علائق، خصوصیات که به صورت آنلاین نوشته شده و شیوه نگارش افراد مهم‌ترین خصوصیات بوده‌اند که لازمه‌ی برقراری یک رابطه موفقیت‌آمیز بوده است.

مایکل ویدرمن (۱۹۹۳) با توجه به اینکه زنان و مردان ممکن است که در مکانیزم‌های همسریابی متفاوتی عمل کنند و منافع متفاوتی داشته باشند ۱۱۱۱ آگهی همسریابی را مطالعه کرد و نتیجه گرفت که مردان بیشتر از زنان به منافع مالی، صداقت و وفاداری اهمیت می‌دهند و به دنبال جذابیت، شکل ظاهری بدن و عکس هستند و زنان بیشتر از مردان به دارایی‌ها و مالکیت، صداقت و وفاداری، دوستی و یا معاشرت برای شریک بالقوه‌شان اهمیت می‌دهند.

مرگان، ریچاردز و وانس (۲۰۱۰) پس از مطالعه ۲۹۴ پروفایل و آگهی ازدواج زنان و مردان را در آمریکا، ۹ خصوصیت را برای همسر بالقوه یافتند که به سه دسته کلی تقسیم کردند: خصوصیات فیزیکی، سبک زندگی و خصوصیات فردی. آزمون این سه دسته براساس تفاوت‌های جنسیتی، گرایش‌های جنسی، سن و نوع رابطه‌ی مورد درخواست افراد نشان داد که تاثیرات هر چهار مولفه به خصوص برای سن و نوع رابطه‌ی مهم بوده است.

به طور کلی، از یافته‌های تجربی می‌توان نتیجه گرفت که اولاً، از آنجایی که ارزش‌های متفاوتی حاکم بر جوامع است، پس انتخاب همسر دلخواه در فضای مجازی از الگوی عامی تبعیت نمی‌کند؛ ثانیاً، تغییرات در جهان امروز، باعث شده است که غالب گرایش‌ها به ترجیحات و معیارهای جدید معطوف باشد، اما در کشور ایران شاهد هستیم که با وجود تغییرات به سوی نوگرایی هنوز ترجیحات غالب از ارزش‌ها و معیارهای سنتی تبعیت می‌کند. بنابراین، این مطالعه بر این فرض استوار است که قابلیت تغییرپذیری و میل به دگرگونی در جهت‌گیری‌های همسرگزینی وجود دارد اما می‌توان گفت ترجیحات همسرگزینی و ارزش‌های همسرگزینی همچنان محافظه‌کارانه هستند.

روش‌شناسی مطالعه ترجیحات همسرگزینی سایت طوبی

با توجه به ماهیت موضوع تحقیق، کثرت متغیرهای اثرگذار و محدودیت‌های موجود، این مطالعه بر اساس روش پیمایش انجام شده است. جامعه آماری این پژوهش را سایت اینترنتی طوبی که یکی از سایت‌های همسریابی در ایران است، تشکیل داده است. با توجه به دسترسی به پروفایل‌های همه کاربران، این پژوهش بر مبنای تمام شماری و سرشماری انجام شده که در سال ۱۳۹۰ (سال مورد مطالعه) تعداد آنها معادل ۸۴ هزار نفر بوده است. داده‌های مربوط به این تعداد کاربر، داده‌های منحصر به فردی‌اند که شامل کل کشور می‌شود و بیانگر این واقعیت‌اند که افراد به دنبال چه زوج بالقوه‌ای برای ازدواج هستند.

با توجه به فرضیه اصلی تحقیق، ابتدا لازم است دو مفهوم “ترجیحات همسرگزینی” و “ارزش‌های محافظه‌کارانه و غیر محافظه‌کارانه” تعریف شوند.

ترجیحات همسرگزینی: ادبیات همسرگزینی اغلب از مفهوم ترجیحات به شیوه‌های گوناگون استفاده می‌کند و بیشتر مطالعات تجربی فاقد هرگونه تعریف صریح این مفهوم هستند. از نظر لغوی، ترجیحات به این معنی است که یک کنشگر به بدیل (جایگزین) الف یا صفات آن بیشتر از بدیل (جایگزین) ب یا صفات آن توجه کند (اسکوپک، اسمیتز و بلوسفلد، ۲۰۱۱، ص. ۲۶۸). در مورد ترجیحات همسریابی این بدیل‌ها یا صفات ممکن است صفات خاص (مانند: سن، تحصیلات، درآمد)، ارزش‌های خاص (مثل: سن خاص، درآمد خاص، تحصیلات خاص) و یا حتی ممکن است با توجه به هدف یک کنشگر از انتخاب بالقوه‌اش یک فرد خاص باشد؛ این‌ها همه ترجیحات همسرگزینی محسوب می‌شوند. این ترجیحات یا مطلق‌اند یا وابسته‌اند. ترجیحات مطلق به ترجیحاتی اشاره دارند که جایگزین مستقل و نسبتاً پایدار ویژگی‌های فردی کنشگرانند. در حال‌که ترجیحات وابسته، ترجیح موضوعات در ارتباط با خصوصیات یا ویژگی‌های کنشگران بوده و غالباً متغیرند (همان، ۲۰۱۱).

به لحاظ روش‌شناختی، ترجیحات همسرگزینی به دو طریق قابل مطالعه‌اند. نخست، روش اظهاری. بدین معنی که آنها را می‌توان از طریق داده‌های پیمایش مبتنی بر پاسخ‌گویی افراد به سوالات پرسشنامه از پیش تنظیم شده به‌دست‌آورد. معمولاً در علوم اجتماعی این شیوه کاربرد عامی دارد (بن آکیوا و دیگران، ۱۹۹۴، ص. ۳۴۰). دوم شیوه رفتاری، بدین معنی که انتخاب واقعی افراد را مشاهده کنیم و در عمل ترجیحات آنها را آشکار سازیم. این روش به شیوه ترجیحات خاص موسوم است و معمولاً توسط اقتصاددانان رفتاری مورد استفاده قرار می‌گیرد (همان، ۱۹۹۴). در این روش، به منظور ارزیابی تاثیر متغیرهای مستقل بر ترجیحات همسرگزینی، میانگین رتبه داده شده به هر یک از ترجیحات همسرگزینی به تفکیک در هر گروه متغیرهای زمینه‌ای محاسبه شده و مبنای تحلیل قرار می‌گیرد.

ارزش‌های محافظه‌کارانه و غیرمحافظه‌کارانه: منظور از ارزش‌ها و ملاک‌های محافظه‌کارانه در این پژوهش، همان ملاک‌ها و ارزش‌های جامعه‌ی سنتی است که توسط جامعه از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود و مورد پذیرش جامعه‌ی سنتی است. برای مثال، ارزش‌هایی که در موج دوم پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان (۱۳۸۲) به آنها اشاره شده مانند، ایمان و تقوا، اخلاق و رفتار خوب، نجابت، صداقت، حجاب، زیبایی، تحصیلات، وفاداری، مسئولیت‌پذیری، وضعیت مالی خوب و غیره از مصداق ارزش‌های محافظه‌کارانه در این تحقیق به‌شمار می‌آیند. ارزش‌ها و ملاک‌های غیرمحافظه‌کارانه و آزادمنشانه همان ملاک و ارزش‌هایی هستند که مورد پذیرش جامعه‌ی سنتی نیستند و به شدت با آنها مقابله می‌شود و در برابر آنها مقاومت‌های بسیار زیادی وجود دارد که می‌توان به رابطه‌ی دختر و پسر قبل از ازدواج، عشق، روشنفکر بودن، خوش‌تیپ بودن، به روز بودن و غیره اشاره کرد.

به منظور تحلیل داده‌ها علاوه بر آمارهای توصیفی (فراوانی نسبی، میانگین رتبه‌ای) از آمارهای استنباطی استفاده شده است و آزمون مقایسه میانگین‌ها (تی تست) برای دو متغیر زمینه‌ای (جنسیت و درآمد) به منظور نشان دادن تفاوت‌های آماری و معنی‌داری روابط مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

یافته‌های پژوهش

در این بخش ابتدا به توصیف متغیرهای تحقیق می‌پردازیم و سپس تحلیل روابط بین متغیرهای تحقیق را با توجه به فرضیه تحقیق بیان می‌کنیم.

یافته‌ها نشان می‌دهد که از بین ترجیحات همسرگزینی، ۵۱/۹۱ درصد از کاربران اولویت اول را “صداقت”، ۱۹/۱۹ درصد اولویت دوم را “مهربانی”، ۴۵/۴۲ درصد اولویت چهارم را “وفاداری”، ۴۴/۰۱ درصد اولویت چهارم را “وضعیت ظاهری مناسب”، ۳۷/۰۶ درصد “تحصیل‌کرده بودن” را اولویت چهارم، ۴۳/۰۵ درصد “وضعیت مالی مناسب” و ۲۷/۹۴ درصد کاربران “ایمان” را اولویت پنجم، ۴۰/۵ درصد “مسئولیت‌پذیری” را اولویت هفتم، ۴۲/۹۵ درصد “هوش و استعداد بالا” را اولویت نهم و در آخر ۳۹/۳۱ درصد “وضعیت خانوادگی مناسب” را اولویت دهم برای انتخاب همسر مطلوب ذکر کرده‌اند (جدول ۱). از یافته‌ها مشخص می‌شود که در کل “وضعیت خانوادگی مناسب”، “هوش و استعداد بالا”، “مسئولیت‌پذیری” از پایین‌ترین اولویت برخوردارند. برخلاف انتظار ایمان که با متغیرهایی چون “صداقت” و “وفاداری” ارتباط نزدیکی دارد. از نظر کاربران مقوله‌های خیلی مرتبطی نیستند. به‌علاوه با تحلیل جزئی‌تر بر روی داده‌ها معلوم شد که با دخالت دادن متغیر استان محل زندگی خصوصاً استان تهران، الویت چهارم متغیر به ترتیب “ایمان”، “هوش و استعداد بالا”، “وفاداری” و “مسئولیت‌پذیری” تغییر می‌کند. بدین معنی که اهمیت ایمان در استان تهران و سایر استان‌های بزرگ کشور کمتر شده و در عوض، به “هوش و استعداد بالا”، “وفاداری” و “مسئولیت‌پذیری” بهای بیشتری داده می‌شود.

جدول ۱. توزیع درصد فراوانی نسبی ترجیحات همسرگزینی محافظه‌کارانه

اولویت	اولویت	اولویت	اولویت	اولویت	اولویت	اولویت	اولویت	اولویت	اولویت	ترجیحات همسرگزینی محافظه‌کارانه
اول	دوم	سوم	چهارم	پنجم	ششم	هفتم	هشتم	نهم	دهم	
۵۱/۹۱	۲۳/۳	۱۰/۴۴	۳/۲۹	۲/۹۵	۳/۶۸	۱/۴۲	۲/۳۲	۰/۲۴	۰/۴۸	صداقت
۱۷/۸۹	۳۷/۳	۱۹/۱۹	۶/۵۹	۸/۱۵	۱/۲۴	۲/۱۷	۲/۱۲	۴/۴۱	۱/۰۱	مهربانی
۵/۶۳	۱۰/۳	۲۲/۴۲	۴۵/۴۲	۷/۴۶	۲/۹۵	۳/۵۲	۰/۴۷	۰/۷۵	۱/۱	وفاداری
۵/۴۵	۱۰	۲۱/۷۲	۴۴/۰۱	۷/۲۳	۲/۸۶	۳/۴۴	۰/۴۶	۰/۷۳	۱/۰۷	وضعیت ظاهری مناسب
۲/۳۵	۵/۷۷	۳/۲۸	۱۱/۲۹	۲۷/۹۴	۱۵/۶	۹/۶۶	۱۰/۶	۵/۳۲	۸/۳۲	ایمان
۶/۷۴	۳/۸۸	۶/۵۱	۳۷/۰۶	۲۲/۱۹	۱۹/۱	۶/۷۰	۰/۴۱	۰/۰۸	۰/۰۲	تحصیل‌کرده بودن
۷/۷۳	۶/۸۳	۱/۰۲	۴/۷۸	۴۳/۰۵	۲۸/۵	۳/۹۷	۱/۳۲	۱/۷۶	۱/۰۶	وضعیت مالی مناسب
۱/۰۳	۰/۵۷	۰/۹۹	۲/۷۹	۶/۳۴	۱۸/۶	۴۰/۵	۱۳/۳	۹/۳۵	۶/۵۳	مسئولیت‌پذیری
۰/۵	۰/۹۷	۱/۳۱	۲/۳۹	۳/۱۲	۳/۳	۶/۹۷	۳۰/۸	۳۹/۳۱	۱۱/۴۳	هوش و استعداد بالا
۰/۰۳	۰/۱۲	۰/۰۱	۰/۵۸	۲/۱	۳/۵۴	۵/۸۹	۶/۳۳	۳۸/۵۱	۴۲/۹۵	وضعیت خانوادگی مناسب

یافته‌ها نشان می‌دهد که از بین ترجیحات همسرگزینی، ده اولویت آخر به “غیر محافظه‌کارانه بودن” اختصاص دارد، به طوری که ۲۲/۶۶ درصد از کاربران اولویت یازدهم را “اهل سفر و تفریح بودن” ، ۳۹/۳۲ درصد اولویت دوازدهم را “امروزی بودن” ، ۳۹/۱۶ درصد اولویت سیزدهم را “شوخ طبعی” ، ۴۳/۴۷ درصد اولویت چهاردهم را “تهرانی بودن” ، ۳۶/۲۲ درصد کاربران “روشنفکر بودن” را اولویت پانزدهم، ۲۱/۸ درصد “ورزشکار بودن” را اولویت شانزدهم، ۳۵/۹ درصد “عاشق و رمانتیک بودن” را اولویت هفدهم، ۳۸/۵۵ درصد “به فکر آینده بودن” را اولویت هجدهم، ۴۳/۳۱ درصد “اهل موسیقی بودن” را اولویت نوزدهم و در آخر ۳۹/۴۵ درصد “اهل مطالعه بودن” را اولویت بیستم برای انتخاب همسر مطلوب ذکر کرده‌اند (جدول ۲).

جدول ۲. توزیع درصد فراوانی نسبی ترجیحات همسرگزینی غیرمحافظه‌کارانه

اولویت	اولویت	اولویت	اولویت	اولویت	اولویت	اولویت	اولویت	اولویت	اولویت	اولویت	ترجیحات همسرگزینی غیر محافظه‌کارانه
۰/۰۲	۱/۹۱	۰/۸۳	۲/۸۱	۴/۴۴	۵/۱۷	۸/۱۸	۱۶/۰۳	۲۲/۶۶	۳۸	اهل سفر و تفریح بودن	
۰/۰۱	۰/۰۱	۰/۴۵	۱/۱	۳/۴۱	۶/۶۴	۱۱/۰۸	۱۳/۸	۳۹/۳۲	۲۴/۲۳	امروزی بودن	
۰/۱۳	۰/۴۴	۰/۰۳	۰/۰۲	۲/۹۸	۳/۴۴	۱۱/۲۹	۳۹/۱۶	۲۲/۵۸	۱۹/۹۹	شوخ طبعی	
۰/۰۲	۱/۰۳	۰/۰۲	۰/۱۲	۲/۰۱	۷/۵۵	۴۳/۴۷	۲۱/۵۷	۱۰/۹۹	۱۳/۲۷	تهرانی بودن	
۱/۸۶	۱/۰۲	۱/۲۸	۵/۵۸	۱۱/۶	۳۶/۲۲	۱۸/۸۳	۱۹/۶۷	۳/۰۱	۱/۰۳	روشنفکر بودن	
۱/۱۶	۹/۳۴	۱۲/۲۸	۲۱/۸	۳۱/۶	۱۱/۱۴	۴/۳۵	۳/۱۳	۵/۱۹	۰/۰۳	ورزشکار بودن	
۳/۲۷	۷/۰۶	۲۷/۵۶	۳۵/۹	۱۱/۵	۴/۷۴	۲/۹۷	۲/۳۱	۳/۷۵	۱/۰۲	عاشق و رمانتیک بودن	
۴/۹۷	۱۳/۰۱	۳۸/۵۵	۲۱/۷	۱۲/۵	۵/۶۱	۱/۹۸	۰/۹۷	۰/۷۵	۰/۰۱	به فکر آینده بودن	
۲۷/۵۹	۴۳/۳۱	۲۱/۸۶	۳/۷۵	۲/۱۱	۱/۱۸	۰/۰۳	۰/۱۷	۰/۰۴	۰/۰۱	اهل موسیقی بودن	
۳۹/۴۵	۲۸/۴۱	۲۲/۷۵	۷/۰۲	۰/۳۸	۱/۸۶	۰/۰۲	۰/۰۱	۰/۰۲	۰/۱۲	اهل مطالعه بودن	

با فرض اینکه ملاک‌های ذکر شده در ستون اول جدول ۱ اهمیت وزنی شاخص محافظه‌کاری را به ترتیب در همسرگزینی نشان دهد، و با رتبه‌بندی کل این ملاک‌ها در سه طبقه “بسیار محافظه‌کارانه”، “محافظه‌کارانه” و “غیرمحافظه‌کارانه”، می‌توان گفت که نزدیک ۷۰ درصد از جامعه آماری گرایش “بسیار محافظه‌کارانه” و “محافظه‌کارانه” نسبت به انتخاب همسر مطلوب ابراز داشتند و تنها حدود ۳۰ درصد به ملاک‌های غیرمحافظه‌کارانه اشاره کردند (جدول ۳). چنانچه از توزیع فراوانی‌های نسبی می‌توان دید، حتی در بین ملاک‌های محافظه‌کارانه، آنهایی که درجه بالایی از رتبه محافظه‌کاری به خود اختصاص دادند (مانند صداقت و مهربانی) بیشترین درصد را در بر می‌گیرند. به طوری که در تحلیل روابط خواهیم دید این گرایش بدون تفاوت قابل ملاحظه در بین جنس‌های مختلف و سایر متغیرهای زمینه‌ای مشاهده می‌شود که حاکی از پایداری کاربران سایت طوبی به ارزش‌های بنیادین جامعه ایرانی است.

جدول ۳. درصد محافظه‌کاری افراد در ترجیحات همسرگزینی

محافظة کاری ارزشی	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
غیر محافظه‌کارانه	۳۱۴۶۹	۳۱/۶	۳۱/۶
محافظه‌کارانه	۱۹۸۹۵	۲۰	۵۱/۶
بسیار محافظه‌کارانه	۴۸۱۵۱	۴۸/۴	۱۰۰
جمع	۹۹۵۱۵	۱۰۰	

مطالعه تحلیل روابط بین متغیرهای زمینه‌ای و اولویت‌های محافظه‌کارانه همسرگزینی کاربران از طریق همبستگی پیرسون نشان داد که متغیرهای «جنسیت» با «هوش و استعداد بالا»، «قومیت» با «وضعیت خانوادگی مناسب»، «درآمد خانواده کاربر» با «تحصیل‌کرده بودن»، «درآمد کاربر» با «مهربانی» و «وضعیت تاهل» با «وضعیت ظاهری مناسب»، از لحاظ آماری دارای ارتباط معناداری هستند. در حالی که وضعیت اشتغال و مدرک تحصیلی هیچ نوع رابطه معناداری با ترجیحات همسرگزینی نشان نمی‌دهد، به عبارتی این متغیرهای زمینه‌ای چندان در ترجیحات همسرگزینی مهم نیستند. همچنین تحلیل روابط بین متغیرهای زمینه‌ای و اولویت‌های غیرمحافظه‌کارانه نشان داد که متغیرهای «جنسیت» با «اهل مطالعه بودن»، «قومیت» با «تهرانی بودن»، «درآمد خانواده کاربر» با «امروزی بودن» و «سن» با «اهل موسیقی بودن» دارای همبستگی بالایی هستند.

تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که سطح تحصیلات کاربران با ترجیحاتی مانند «مهربانی»، «وفاداری»، «وضعیت ظاهری مناسب»، «تحصیل‌کرده بودن»، «وضعیت مالی مناسب»، «مسئولیت پذیری» و «وضعیت خانوادگی مناسب» همسر دلخواه چندان ارتباطی برقرار نمی‌سازند، به شکلی که اهمیت آنها تقریباً بر حسب سطوح مختلف تحصیلی یکسان است. برای مثال، رتبه داده شده به «مهربانی» و «وفاداری» به عنوان ترجیحی برای انتخاب همسر دلخواه در همه‌ی سطوح تحصیلی عددی نزدیک به ۳ یا نزدیک به ۲، برای «وضعیت ظاهری مناسب» عدد ۴، برای «وضعیت مالی مناسب» عدد ۵، برای «مسئولیت‌پذیری» عدد ۶ و برای «وضعیت خانوادگی مناسب» عدد ۹ است. برخلاف ترجیحات مذکور، داده‌ها نشان می‌دهد که سطوح تحصیلی کاربران با ترجیحاتی مانند «صداقت»، «ایمان»، «هوش و استعداد بالا» رابطه دارد. بر این اساس، می‌توان گفت که افرادی که تحصیلات دانشگاهی (لیسانس، فوق‌لیسانس، دکترای عمومی، دکترای تخصصی، فوق‌تخصص) دارند بیشتر از آنهایی که تحصیلات دانشگاهی (زیردیپلم، دیپلم، فوق‌دیپلم) ندارند به «صداقت» (به ترتیب ۱/۸۷، ۱/۶۹، ۱/۷۲، ۱/۶۵) و «هوش و استعداد بالا» (به ترتیب ۶/۶۵، ۶/۹۷، ۶/۹۳، ۶/۳۱، ۶/۷۱) برای انتخاب همسر مطلوب اهمیت می‌دهند. در مقابل آنهایی که تحصیلات غیردانشگاهی دارند به ایمان (به ترتیب ۳/۲۷، ۴/۷۱، ۴/۳۲) بیشتر از آنهایی که تحصیلات دانشگاهی دارند (به ترتیب ۵/۱۵، ۵/۹۸، ۶/۲۲، ۶/۹۳، ۶/۷۱) اهمیت می‌دهند (جدول ۴). تحلیل رگرسیون مضاعف نیز موارد فوق را تأکید می‌کند که متغیر تحصیلات چندان معرف تغییرات واریانس نیست، به عبارت دیگر تحصیلات چندان تأثیری بر ترجیحات محافظه‌کارانه ندارد که احتمالاً برخی مدعی هستند افزایش

تحصیلات بیشتر گرایش‌های غیرمحافظه‌کارانه و مترقیانه را تقویت می‌کند، در حالی که با سایر متغیرها این رابطه تا حدی وجود دارد (جدول ۴).

جدول ۴. میانگین رتبه داده شده به هر کدام از ترجیحات همسرگزینی در سطوح تحصیلی مختلف

زیر دیپلم	دیپلم	فوق دیپلم	لیسانس	فوق لیسانس	دکترای عمومی	دکترای تخصصی	فوق تخصص	ترجیحات همسرگزینی
۲/۱۴	۲/۳۵	۱/۹۷	۲/۱۱	۱/۸۷	۱/۶۹	۱/۷۲	۱/۶۵	صداقت
۲/۰۴	۱/۸۹	۲/۰۹	۲/۵۷	۲/۶۴	۲/۷۳	۲/۶۴	۲/۷۵	مهربانی
۳/۱۵	۲/۹۹	۳/۴۲	۳/۹	۳/۲۱	۳/۴۸	۳/۰۹	۳/۲۲	وفاداری
۴/۲۳	۴/۰۹	۴/۱۴	۴/۱۹	۴/۲۱	۴/۲۳	۴/۲۷	۴/۱۳	وضعیت ظاهری مناسب
۳/۲۷	۴/۷۱	۴/۳۲	۵/۱۵	۵/۹۸	۶/۲۲	۶/۹۳	۶/۷۱	ایمان
۵/۵۳	۵/۴۹	۵/۶۵	۵/۴۸	۵/۱۵	۴/۷۳	۴/۷۸	۴/۸۱	تحصیل‌کرده بودن
۵/۱۸	۵/۹۷	۵/۳۴	۵/۶۸	۵/۱۲	۵/۴۴	۵/۴۳	۵/۲۲	وضعیت مالی مناسب
۶/۹۳	۶/۴۳	۶/۵۴	۶/۹۳	۶/۷۲	۶/۸۷	۶/۸۶	۶/۹۱	مسئولیت‌پذیری
۹/۸۷	۹/۵۶	۸/۱۱	۶/۶۵	۶/۹۷	۶/۹۳	۶/۳۱	۶/۷۱	هوش و استعداد بالا
۹/۱۴	۹/۱۷	۹/۱۳	۹/۰۸	۹/۱۴	۹/۰۹	۹/۲۱	۹/۱۱	وضعیت خانوادگی مناسب

مشابه با متغیر تحصیلات، وضعیت تاهل بر روی ترجیحاتی مانند “ایمان”، “وضعیت ظاهری مناسب”، “تحصیلات”، “وضعیت مالی مناسب”، “وضعیت خانوادگی مناسب”، “هوش و استعداد بالا” تاثیر زیادی ندارد به شکلی که اهمیت آنها تقریباً برای همه افراد با وضعیت تاهل مختلف (مجرد، مطلقه، در حال جدایی، همسر فوت شده) یکسان است. برای مثال، رتبه داده شده برای ترجیح “ایمان” در همه وضعیت‌های تاهل ۶، برای “وضعیت ظاهری مناسب” عدد ۴، برای “تحصیل‌کرده بودن” عدد ۵، برای “وضعیت مالی مناسب” عدد ۵، برای “هوش و استعداد بالا” عدد ۸، برای “وضعیت خانوادگی مناسب” ۹ است (جدول ۵). اما مسئولیت‌پذیری تاثیر به‌سزایی بر روی ترجیحات “صداقت”، “مهربانی” و “وفاداری” دارد. به گونه‌ای که افرادی که در وضعیت مجرد یا در حال متارکه هستند (به ترتیب ۱/۹۷، ۱/۴۳، ۱/۳۴) بیشتر از آنهایی که همسرشان فوت شده به “صداقت” به عنوان ترجیحی برای انتخاب همسر آینده و مطلوب اهمیت می‌دهند (۲/۲۶) که احتمالاً ریشه جدایی‌شان به دلیل عدم وجود این مولفه‌ها بوده است. به همین ترتیب، افرادی که در وضعیت مجرد یا در حال جدایی هستند (۳/۲۱، ۲/۰۱) بیشتر از آنهایی که مطلقه‌اند یا همسرشان فوت شده است، به “مهربانی” به عنوان ترجیحی برای انتخاب همسر آینده و مطلوب اهمیت می‌دهند (۱/۹۹، ۱/۹۸). همین‌طور، افرادی که در وضعیت مجردند یا همسرشان فوت شده است (۳/۶۶، ۳/۷۱) بیشتر از آنهایی که در حال جدایی و مطلقه‌اند به “تعهد” و “وفاداری” اهمیت می‌دهند (۲/۵۷، ۲/۴۵). همچنین افرادی که در وضعیت مجرد و

همسر مرحوم هستند (۷/۱۳، ۷/۱۴) بیشتر از آن‌هایی که در حال جدایی و مطلقه‌اند به “مسئولیت‌پذیری” اهمیت می‌دهند (۶/۴۳، ۶/۵۴) (جدول ۵).

جدول ۵. میانگین رتبه داده شده به هر کدام از ترجیحات همسرگزینی در وضعیت تاهل

در حال جدایی	متارکه	مجرد	همسر مرحوم	ترجیحات همسرگزینی
۱/۴۳	۱/۳۴	۱/۹۷	۲/۲۶	صداقت
۲/۰۱	۱/۹۹	۳/۲۱	۱/۹۸	مهربانی
۲/۵۷	۲/۴۵	۳/۶۶	۳/۷۱	وفاداری
۴/۷۴	۴/۸۷	۴/۱۱	۴/۹۴	وضعیت ظاهری مناسب
۶/۰۱	۶/۰۲	۵/۹۹	۶/۰۱	ایمان
۵/۰۸	۵/۰۲	۵/۰۱	۵/۱۱	تحصیل‌کرده بودن
۵/۰۵	۵/۱۴	۵/۱	۵/۰۳	وضعیت مالی مناسب
۶/۴۳	۶/۵۴	۷/۱۳	۷/۱۴	مسئولیت‌پذیری
۸/۱۸	۸/۲۲	۸/۲۱	۸/۱۹	هوش و استعداد بالا
۹/۰۸	۹/۱۱	۹/۴۶	۹/۵۶	وضعیت خانوادگی مناسب

یافته‌ها نشان می‌دهد که رابطه قومیت با مولفه‌های ترجیحات همسرگزینی از قاعده یکسانی تبعیت نمی‌کند. برای مثال، قومیت بر روی ترجیحاتی مانند “مهربانی”، “وضعیت ظاهری مناسب”، “تحصیل‌کرده بودن”، “وضعیت مالی مناسب”، “مسئولیت‌پذیری” و “وضعیت خانوادگی مناسب” تاثیر معناداری ندارد، به شکلی که اهمیت آنها تقریباً برای همه‌ی سطوح تحصیلی یکسان است. برای مثال، ترجیحات “مهربانی”، “وفاداری”، “وضعیت ظاهری مناسب”، “تحصیل‌کرده بودن”، “وضعیت مالی”، “مسئولیت‌پذیری” و “وضعیت خانوادگی” برای انتخاب همسر دلخواه در میان همه قومیت‌ها به ترتیب حدود ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۹ است (جدول ۶). اما قومیت با ترجیحاتی مانند “صداقت”، “ایمان” و “وفاداری” رابطه دارد. به گونه‌ای که کاربران گیلک و لر و عرب (به ترتیب ۲/۰۶، ۲/۰۲، ۲/۰۱) کمتر از سایر اقوام به “صداقت”، کاربران گیلک و لر کمتر از سایر اقوام به “وفاداری” (۴/۱۱، ۴/۷۶)، کاربران ترک و لر و عرب بیشتر از سایر اقوام به “ایمان” (به ترتیب ۴/۳۷، ۴/۹۷)، کاربران کرد و ترک بیشتر از سایر اقوام به “وفاداری” (به ترتیب ۲/۹۸، ۲/۸)، اهمیت می‌دهند (جدول ۶).

جدول ۶. میانگین رتبه داده شده به هر کدام از ترجیحات همسرگزینی در قومیت‌های مختلف

نامشخص	عرب	بلوچ	مازندرانی	گیلک	کرد	لر	ترک	فارس	ترجیحات همسرگزینی
۱/۹۵	۲/۰۱	۱/۹۶	۱/۹۵	۲/۰۶	۱/۸۸	۲/۰۲	۱/۹۳	۱/۹۵	صداقت
۲/۴۱	۲/۴۴	۲/۵۹	۲/۳۹	۲/۳۱	۲/۵۷	۲/۵۱	۲/۵۳	۲/۴۳	مهربانی
۳/۹۶	۳/۸۷	۲/۹۵	۳/۶۹	۴/۷۶	۲/۸۷	۴/۱۱	۲/۹۸	۳/۹۱	وفاداری
۴/۱۶	۴/۳۲	۴/۱۸	۴/۲۳	۴/۲۱	۴/۱۸	۴/۱۹	۴/۱۱	۴/۱۳	وضعیت ظاهری مناسب
۶/۷۱	۴/۹۷	۵/۶۳	۵/۱۸	۸/۱۸	۸/۰۱	۴/۹۷	۴/۳۷	۶/۷۸	ایمان
۵/۲۶	۵/۵۷	۵/۴۹	۵/۵۵	۴/۸۷	۵/۱۵	۵/۲۱	۴/۹۹	۵/۱۱	تحصیل‌کرده بودن
۵/۱۹	۵/۱۸	۵/۲۷	۵/۳۴	۵/۱۷	۵/۲۲	۵/۵۴	۵/۱۳	۵/۲۱	وضعیت مالی مناسب
۶/۹۱	۶/۸۸	۶/۸۳	۶/۵۴	۶/۱۴	۶/۹۸	۶/۹۷	۶/۳۶	۶/۸۹	مسئولیت‌پذیری
۶/۸۹	۷/۲۱	۷/۰۴	۶/۹۹	۶/۳۱	۷/۲۱	۷/۱۷	۶/۲۲	۶/۶۹	هوش و استعداد بالا
۹/۱۱	۸/۹۳	۹/۲۷	۹/۱۷	۹/۲۶	۹/۱۳	۹/۰۹	۸/۹۸	۹/۱	وضعیت خانوادگی مناسب

یافته‌ها در مورد متغیر جنسیت گویای این است که برای هر دو جنس “صداقت” به‌عنوان مهم‌ترین معیار است، با این حال مردان بیشتر از زنان به ارزش “صداقت” اهمیت می‌دهند. همچنین تفاوت آشکاری میان ترجیحات همسرگزینی و جنسیت کاربران در مورد “وضعیت ظاهری مناسب” وجود دارد، و مردان بسیار بیشتر از زنان به “وضعیت ظاهری مناسب” اهمیت می‌دهند. این مسئله در مورد وضعیت مالی کاملاً عکس است؛ زنان نسبت به “وضعیت مالی مناسب”، “مسئولیت‌پذیری”، “ایمان” و “مهربانی” حساسیت بیشتری دارند. معیارهایی مانند “هوش و استعداد”، “وضعیت خانوادگی مناسب” و “تحصیل‌کرده بودن” تفاوت چندانی ما بین دو جنس ایجاد نمی‌کنند (جدول ۷). این یافته تا حد زیادی واقعیت احساس ناامنی زندگی را از سوی زنان به‌ویژه در مورد مسایل اقتصادی و معیشتی نشان می‌دهد که برای نسل حاضر جویای همسر مهم است. به عبارتی، با وجود تحولات در جامعه کنونی چندان تغییراتی در واقعیت و به تبع آن در ذهن زنان نسبت به وضعیت خود در جامعه ایجاد نشده است.

جدول ۷. میانگین رتبه داده شده به هر کدام از ترجیحات همسرگزینی در جنسیت

d	t		مرد		زن	ترجیحات همسرگزینی
-۰/۱۸	-۱/۲۲	۰/۴۵	۲/۲	۰/۶۷	۱/۸	صداقت
-۰/۵۱	-۶/۳	۱/۲۱	۳/۸	۰/۸۶	۲/۲	مهربانی
۰	-۰/۱۸	۰/۳۴	۳/۹	۱/۷	۳/۶	وفاداری
۰/۰۲	۸/۵۴	۰/۲۲	۱/۷	۰/۴۵	۷/۸	وضعیت ظاهری مناسب
-۰/۰۸	-۲/۲۷	۱/۵۴	۶/۵	۱/۲	۵/۵	ایمان
۰/۰۴	-۱/۹	۰/۸۷	۵/۵	۱/۰۱	۴/۸	تحصیل‌کرده بودن
-۰/۱۶	-۹/۳۲	۰/۹۸	۷/۱	۱/۲۱	۳/۳۷	وضعیت مالی مناسب
-۰/۱	-۱/۶۵	۱/۱۳	۸/۸	۰/۹۸	۶/۷	مسئولیت‌پذیری
۰/۰۱	۰/۲۳	۱/۳۲	۸/۳	۰/۶۷	۸/۱	هوش و استعداد بالا
۰	۰/۷۸	۰/۸۶	۹/۱	۰/۸۷	۹/۶	وضعیت خانوادگی مناسب

یافته‌ها در مورد تاثیر متغیر درآمد بر ترجیحات همسرگزینی نشان می‌دهد که “مهربانی”، “تعهد” و “وفاداری” برای افراد با درآمد بالا و پایین (خصوصاً در مورد درآمد زیر یک میلیون و درآمد بالای یک میلیون) تقریباً به یک اندازه اهمیت دارد، به عبارتی این ارزش‌ها، ارزش‌هایی ثابت برای هر دو گروه‌اند. اما اهمیت “صداقت”، “ایمان”، “وضعیت مالی مناسب” برای درآمدهای زیر یک میلیون مهم‌تر است. در مقابل “وضعیت ظاهری مناسب”، “هوش و استعداد بالا” و “تحصیل‌کرده بودن” برای درآمدهای بالای یک میلیون اهمیت بیشتری دارد. هر قدر که از درآمدهای پایین به سمت درآمدهای بالا حرکت می‌کنیم به‌طور محسوسی از اهمیت ارزش‌های اصیل و سنتی (مانند صداقت و ایمان) کم می‌شود و در عوض ارزش‌های کمتر سنتی (وضعیت ظاهری، هوش و استعداد و تحصیلات) اهمیت پیدا می‌کنند (جدول ۸).

جدول ۸. میانگین رتبه داده شده به هر کدام از ترجیحات همسرگزینی در درآمد

d	t	درآمد بالای ۱ میلیون تومان	درآمد زیر ۱ میلیون تومان	ترجیحات همسرگزینی		
-۰/۰۱	-۰/۳۲	۰/۵۷	۲/۱	۰/۶۴	۱/۹	صداقت
-۰/۱۲	-۰/۶۴	۰/۳۱	۲/۷	۰/۴۵	۲/۳	مهربانی و محبت
۰	۰/۴۳	۱/۳۴	۳/۳	۰/۹۸	۳/۸	وفاداری
۰/۰۹	۳/۲۲	۰/۲۷	۱/۹	۰/۱۵	۲/۵	وضعیت ظاهری مناسب
-۰/۵۱	-۱۱/۴۳	۰/۹۴	۷/۸	۱/۰۱	۳/۴	ایمان
۰/۱۶	۵/۴۴	۱/۱۱	۴/۱	۰/۶۵	۶/۱	تحصیل‌کرده بودن
-۰/۷۱	-۱۳/۴۳	۰/۷۳	۸/۳	۰/۹۳	۳/۱۱	وضعیت مالی مناسب
۰	-۰/۲۵	۱/۰۴	۶/۳	۰/۳۴	۶/۱	مسئولیت پذیر
۰/۰۱	۱/۱۱	۱/۰۶	۷/۹	۱/۱۷	۸/۶	هوش و استعداد بالا
-۰/۱۱	-۱/۲۲	۰/۱۶	۹/۷	۱/۲۳	۸/۶	وضعیت خانوادگی مناسب

بحث و نتیجه‌گیری

ما در این پژوهش در پی پاسخ به این سوال اصلی بوده‌ایم که ترجیحات انتخاب همسر چه تغییراتی کرده است و آیا این ترجیحات و ارزش‌ها محافظه‌کارانه‌اند یا آزادمنشانه؟ آیا ادعاها یا دغدغه‌های محافظه‌کارانه موجود، مبنی بر این‌که ارزش‌های اصیل به‌ویژه در بین نسل جوان مورد تهدید واقع شده است و فروپاشی خانواده و ازدواج یک واقعیت نامیمون حتمی است، در جامعه کنونی صادق است؟

یافته‌ها نشان داد که بر خلاف دیدگاه‌های محافظه‌کاران، ارزش‌های ازدواج در میان کاربران سایت هنوز هم محافظه‌کارانه است. کاربران سایت همسریابی طوبی به ترتیب به ارزش صداقت، مهربانی، وفاداری، ایمان و غیره به‌عنوان ارزش‌های مهم انتخاب همسر مطلوب اشاره کردند. اما باید به این نکته هم توجه داشت که در کنار ارزش‌های محافظه‌کارانه‌ی سنتی که سال‌هاست مطرح هستند، به تدریج ارزش‌های جدید و مدرن نیز در جامعه رسوخ کرده‌اند که می‌توان به ارزش‌های اهل سفر و تفریح بودن، تهرانی بودن، امروزی بودن، روشنفکر بودن اشاره کرد. در عین حال، باید به برخی از ارزش‌ها اشاره کرد که تغییر شکل یافته‌اند ولی به شکلی جدید دوباره مطرح شده‌اند که از جمله می‌توان به ارزش‌های زیبایی و وضعیت ظاهری، تحصیل‌کرده بودن و مدرک دانشگاهی داشتن اشاره کرد. افزون بر این، ترجیح اهل سفر و تفریح بودن از ترجیحاتی است که در جامعه ما، به‌ویژه از سوی زنان، مهم تلقی می‌شود.

اما همان‌طور که بیشتر پژوهشگران و پژوهش‌ها در زمینه‌ی ملاک‌های همسریابی ذکر کرده‌اند، ملاک زیبایی برای مردان بسیار بیشتر از زنان اهمیت داشته است (باس، ۱۹۸۹، ۲۰۰۱، ۲۰۰۳، والن، ۱۹۸۹، شوئن و وودردگ، ۱۹۸۹، هاتفیلد و اسپریچر، ۱۹۹۵، گراو، ۲۰۰۲، استاسیو، ۲۰۰۲، و . . .)، و در مقابل ترجیحات وضعیت مالی، مسئولیت‌پذیری، ایمان، مهربانی برای زنان بسیار بیشتر از مردان اهمیت داشته است.

برخلاف سایر جوامع در جامعه ما وفاداری دارای اهمیت قابل توجه برای مردان است که می‌تواند نشانه‌ای از تغییرات جامعه و گسترش احساس بی‌اعتمادی افراد نسبت به یکدیگر باشد. در این میان تناقضی نیز در جریان است. ارزش‌ها و ملاک‌های همسرگزینی افراد هنوز هم سنتی و محافظه‌کارانه است اما بارقه‌هایی از ارزش‌های مدرن نیز نفوذ کرده‌اند و افراد را دچار تردید کرده‌اند. می‌توان گفت افراد به نوعی مصداق این مثال معروف “پا در سنت، سر در مدرنیته” شده‌اند. یعنی از طرفی خواهان روابط باز و آزاد و به دنبال افرادی با ظاهر و تیپ امروزی و افکار مدرنند، از طرفی نگران ارزش وفاداری و صداقتند.

نکته آخر اینکه، هر چند ارزیابی کارایی و کارآمدی سایت‌های همسریابی هدف این پژوهش نبوده است ولی باید گفت که این سایت‌ها لزوماً محیط مناسبی برای پیدا کردن همسر آینده نیستند. مطالعه ما نشان داد که هر چند ویژگی‌هایی چون قدرت انتخاب و تنوع و تکثر انتخاب، امکان گفتگو با طیف وسیعی از افراد با ویژگی‌های فردی اجتماعی و اقتصادی مختلف می‌تواند وسوسه برانگیز و یا حتی جالب و کارآمد به نظر آید، اما خالی از اشکال و بدون نقص به نظر نمی‌رسند. یکی از اشکالات این سایت وجود افراد سودجو و فرصت طلب است که بعد از گذشت زمان به این سایت نفوذ کرده و به دنبال اهدافی غیر از ازدواج اند. البته سایت طوبی در آغاز راه‌اندازی‌اش تعداد ۵۰۲ ازدواج را در خود ثبت کرده است. اما به مرور زمان با گذشت دو سال از راه‌اندازی این سایت، دیگر ازدواجی در آن ثبت نشده است و برخی از کاربران هم آشکار اذعان داشتند که برای ازدواج به این سایت نیامده‌اند و به ازدواج از این طریق خوش‌بین نیستند. برخی از افراد نیز اطلاعات غلطی در پروفایل‌های خودشان به ثبت می‌رسانند که باعث گمراهی خوانندگان می‌شوند. اما افرادی نیز در این سایت وجود دارند که شخصیت حقیقی هستند و کد ملی خود را در سایت به ثبت رسانده‌اند. این افراد مبلغی را نیز برای حق اشتراک ویژه‌ی سایت پرداخت کرده‌اند و بدین وسیله از امکانات گوناگون و متنوع سایت بهره می‌جویند. اینها معمولاً دغدغه‌ی ازدواج دارند به دنبال پیدا کردن شریک زندگی خود هستند و گاهی تاکید می‌کنند که وقت خود را برای دوستی تلف نمی‌کنند. اما در کنار اکثریت مجرد، اقلیتی هم متارکه و همسر فوت‌شده هستند که به نظر می‌رسد این قبیل سایت‌ها برای این افراد گزینه‌ی مناسب‌تری می‌تواند باشد. زیرا این افراد با گذر از مرحله‌ای از زندگی خود به مرحله‌ای دیگر ورود پیدا کرده‌اند و گزینه‌های محدود و شانس محدودی برای ازدواج مجدد دارند. این قبیل سایت‌ها می‌توانند دایره‌ی انتخاب آنها را وسیع‌تر کنند و حتی گزینه‌های جدیدی را مقابل آنها قرار دهند. از طرف دیگر این سایت برای دخترانی که تا سنین بالا مجرد مانده‌اند و فرصتی برای ازدواج آنها پیش نیامده است نیز می‌تواند گزینه‌ی مناسبی باشد. گذشته از کارایی خود این سایت‌ها برای ازدواج و همسریابی، این سایت‌ها بانک‌های اطلاعاتی غنی و گسترده‌ای از اطلاعات شخصی میلیون‌ها ایرانی هستند که با استفاده از داده‌های این سایت‌ها می‌توان الگوی همسریابی در ایران را استخراج

کرد و سیاست‌های ازدواج و تحکیم بنیان خانواده را بر اساس این الگو طراحی کرد و به اجرا درآورد. بنابراین اطلاعات این سایت‌ها می‌تواند برای پژوهش‌های بیشتر در اختیار پژوهشگران قرار بگیرد، همچنان‌که در کشورهای دیگر این اتفاق افتاده است و پس از انجام پژوهش‌ها نتایج در اختیار برنامه‌ریزان و مدیران دولتی قرار بگیرد و بتواند نقش مهمی در تصمیم‌های کشور در باب خانواده و ازدواج ایفا کند.

پی‌نوشت‌ها

¹ Statisticbrain.com

² eHarmony

منابع

منابع فارسی

- استتیک برین. (۲۰۱۴). آمارهای ارائه شده ملاقات اینترنتی، برگرفته از سایت (<http://www.statisticbrain.com/online-dating-statistics>). رویت شده در ۹۲/۱۲/۵.
- شکوری، ع، آزادارمکی، ت (۱۳۸۱). مدرنیته و خانواده ایرانی. *مجله علمی - پژوهشی دانشکده‌ی ادبیات و علوم انسانی دانشگاه اصفهان*، ش. ۳۰، صص. ۲۴۵-۲۶۸.
- گیدنز، آ (۱۳۸۳). *جامعه‌شناسی*. ترجمه‌ی منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۱۳۸۲). *پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان*. موج دوم، طرح‌های ملی، صص. ۳۷-۴۸.

منابع لاتین

- Baker, A. (1998). Cyberspace couples finding romance online then meeting for the first time in real life. *Computer Mediated Communication Magazine*. Available from (<http://www.december.com/cm/mag/1998/jul/baker.html>).
- Baker, A. (2002). What makes an online relationship successful? . *CyberPsychology and Behavior*, No. 5, Pp. 363-375.
- Ben-Akiva, M. , Bradley, M. , Morikawa, T. , Benjamin, J. , Novak, T. , Oppewal, H. & Rao, V. (1994). Combining revealed and stated preferences data. *Marketing Letters*, No.5, 4, Pp.335-349.
- Buss, D. M. (2007). The Evolution of Human Mating. *Acta Psychologica Sinica*, Vol. 39, Pp.502-512
- Buss, D. M. , Shacheford, T. K. , Kirikpatrick, L. A. & Larsen, R. J. (2001). A Half Century Of Mate Selections: The Cultural Evolution Of Values. *Journal Of Marriage And Family*, Vol.63, Pp.5-47.
- Buss, D. M. (1989). Sex Differences In Human Mate Presences: Evolution Hypothesis Tested In 37 Cultures. *Behavioral And Brain Sciences*, Vol. 12 , Pp.1-49 .
- Buss, D. M. & Barnes, M. (1986). Preferences In Human Mate Selection. *Journal Of Personality And Social Psychology*, Vol.50. Pp.1-45
- Chang, L. et al. (2011). Chinese mate preferences: Cultural evolution and continuity across a quarter of a Century. *Personality and Individual Differences*, Vol.50, Pp. 678-683.
- Chen, CH. Y. (2005). Picking And Choosing: The Simulation Of Sequential Mate Selection Process. *University Of Wisconsin-Madison, Department Of Sociology*, Vol .5, Pp. 1-41.
- Cho, B, E. & Shin , H. (1996). State Of Family Research And Theory In Korea”, *Marriage and Family*, Vol. 22, No.1-2, Pp.101-135.
- Chowdhury, F. L. & Travato, E. (1994). The Role And Status Of Women And The Timing of Marriage In Five Asian Countries. *Journal Of Comparative Family Studies*, Vol.25, No.2, pp.143-160.
- eHarmony (2006), Over 90 singles marry every day on average at eHarmony. Press release: <http://www.eharmony.com/singles/servlet/press/releases?id=45>.
- Ellison, N. , Heino ,R. & Gibes,J. (2006). Managing Impressions Online: Self-Presentation Processes In The Online Dating Environment. *Journal Of Computer-Mediated Communication*, Vol.11, No. 2, Pp. 415-441.
- Feingold, A . B. (1990). Differences in effects of physical attractiveness on romantic attraction. *Journal of personality and social relationships*, Vol. 59, No.5, Pp.981-993.

- Frost, J. H. , Chance, Z. , Norton, M. I. & Ariely. D. (2008) . People Are Experience Goods: Improving Online Dating with Virtual Dates. *Journal of Interactive Marketing*, Vol.22, No. 1, Pp.51–62.
- Galal, I. (2003). Online Dating In Egypt. *Journal Of Global Media*, Vol.2, No.3, No. 16 pp.1-40 .
- Guadagno, R. E. et al. (2012). Dating deception: Gender, online dating, and exaggerated self-presentation. *Computers in Human Behavior* ,Vol. 28, Pp. 642–647.
- Higgins, L , T., Zheng , m. , Liu , Y. & Sun , C. H. (2002). Attitudes To Marriage and Sexual Behavior: A Survey Of Gender And Culture difference in china and united kingdom. *Sex roles*. Vol. 46, No.3-4, Pp.75-89.
- Hitsch, J. , Hortacsu, A. & Ariely, D. (2006). What Makes You Click Mate Preferences And Matching Outcomes In Online Dating. *Hit Sloan Research Paper*, Vol.1, Pp. 1-62.
- lippar, R. A. (2007). The preferred traits of mates across-national study of heterosexual and homosexual men and women: and examination of biological and cultural influences. *Archives of sexual behavior*, Vol.36,Pp. 197-208.
- Morgan, E. M et al. (2010). Comparing narratives of personal and preferred partner characteristics in online dating advertisements. *Computers in Human Behavior* , Vol.26, Pp.883–888.
- Myers, N. J. (2008). Black college students attitudes towards romance and mate selection. (<http://www.widener.edu/academics/schools/shsp/hss/degrees/phd/abstracts.aspx>)
- Rosen, L. D. et al. (2007). The impact of emotionality and self-disclosure on online dating versus traditional dating. *Computers in Human Behavior*, Vol. 24 , Pp.2124–2157.
- Rosenfeld, M. J. (2005). A Critique Of Exchange Theory In Mate Selection. *AJS*, Vol.110, No.5, Pp.1284–1325.
- Simon, R. W. , Eder, D. & Evans, C. (1992). The Development of Feeling Norms Underlying Romantic Love Among Adolescent Females. *Social Psychology Quarterly*.Vol.55. No.1, Pp. 29-46.
- Skopek, J., Schmitz ,A. & Blossfeld ,H. (2011). The gendered dynamics of age preferences – Empirical evidence from online dating. *Journal of Family Research*, No.4, Pp.267-290.
- Terkle, Sh. (1995). *Life On The Screen, Identity In The Age Of The Internet*. New York: Simon And Schuster.
- Toro-Morn, M . & Sprecher , S. (2003). A Cross Cultural Comparison Of Mate Preferences Among University student: US vs. China. *Journal Of Compative Family Studies*, Vol.34,No.2 ,Pp.151-170.
- Wenzel, A. & Emerson, T.(2009). Mate selection in socially anxious and nonanxiouse. *Individuals journal of social and clinical psychology*, Vol. 28, Pp.341-363.
- Wiederman, M. W. (1993). Envolved gender differences in mate preferences: evidence from personal advertisements. *Ethology and Sociobiology*, Vol.14, Pp.331-352.