

آنچه زنان و مردان می خواهند: تحلیل جامعه‌شناختی تفاوت‌های جنسیتی در ترجیحات همسریابی اینترنتی^۱

علی شکوری^۲، زینب شفیعی^{۳*}

چکیده

مقاله حاضر به یکی از جنبه‌های مهم همسریابی اینترنتی در ایران، یعنی تأثیر تفاوت‌های جنسیتی بر ترجیحات همسرگزینی در فضای مجازی، می‌پردازد. جنسیت و تفاوت‌های جنسیتی در همسریابی اینترنتی همواره محور بحث‌ها بوده است، اما در ایران این مطالعات سابقه‌ای طولانی ندارند. مطالعه حاضر با رویکردی کمی انجام گرفته و یافته‌های آن از سایت همسریابی طوبی، که یک پایگاه اطلاعاتی بزرگ آنلاین است، استخراج شده است. سایت همسریابی طوبی نوعی شبکه اجتماعی بر محور همسرگزینی است و مشاهده اطلاعات و داده‌های این سایت برای همه کاربران که پروفایل دارند امکان‌پذیر است. در این پژوهش، از اطلاعات پروفایل همه کاربران سایت در سال ۱۳۹۰، که از طریق دو نرم‌افزار R و pro Sequel پالایش شده‌اند، استفاده شده و نمونه‌گیری انجام نشده است. بنابراین، ترجیحات همسرگزینی ۸۴ هزار کاربر از شهرها و استان‌های مختلف کشور جمع‌آوری و ابعاد مختلف تفاوت‌های جنسیتی در ترجیحات همسریابی آنلاین از این طریق شناسایی شده است. تحلیل‌های آماری استفاده شده در این مقاله به گونه‌ای انتخاب شدند که برای همه افراد در فرهنگ‌های مختلف در یک پایگاه اطلاعاتی بزرگ قابل اجرا باشند. دو عامل اصلی، کیفیت‌های شخصی/والدینی (شامل صداقت، مهربانی، ایمان، وفاداری، اهل سفر و تفریح بودن) و کیفیت‌های جذابیت/منزلت اجتماعی (شامل وضعیت ظاهری مناسب، تحصیلات، وضعیت مالی مناسب، وضعیت خانوادگی مناسب، تهرانی بودن) از میان تعداد زیادی از ترجیحات همسرگزینی انتخاب شدند. در مجموع، مردان به وضعیت ظاهری مناسب، صداقت، تعهد و وفاداری، بیش از زنان و زنان به تهرانی بودن، تحصیلات، ایمان، وضعیت خانوادگی، وضعیت مالی بیش از مردان اهمیت می‌دهند.

کلیدواژه‌ها

ترجیحات زنان، ترجیحات مردان، ترجیحات همسرگزینی، تفاوت‌های جنسیتی، همسریابی اینترنتی.

۱. مقاله حاضر مستخرج از پایان‌نامه این جانب با عنوان «سیاست ازدواج در ایران: مطالعه ارزش‌ها و ملاک‌های همسریابی در سایت اینترنتی طوبی» (۱۳۹۲) استخراج شده است.

shakoori@ut.ac.ir

۲. دانشیار گروه برنامه‌ریزی اجتماعی دانشگاه تهران

Zeinab.shafiei@gmail.com

۳. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی دانشگاه تهران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۴/۲۰، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۸/۱۰

مقدمه و طرح مسئله

شگفت‌انگیزترین رویداد دنیای امروز سرعت بی‌سابقه تغییرات است. هیچ‌گاه در زمان‌های گذشته شرایط زندگی گروه‌های وسیعی از جوامع بشری با چنین سرعتی دستخوش دگرگونی نشده بود. تمام جوامع بشری و همه زمینه‌های تجربه‌های انسانی با تغییراتی پرشتاب درگیرند [۹، ص ۲۰]. از میان همه تغییرات و تحولات، تحولات بخش فناوری و فراگیری اینترنت پدیده‌های حائز اهمیت دوران ما هستند و نشانه‌ای از چشم‌انداز پس از مدرنیته به‌شمار می‌آیند. همان‌گونه که آنان‌دارجان و همکاران (۲۰۱۰) اشاره می‌کنند، اینترنت اساس زندگی و جهت‌گیری نقشی میلیون‌ها نفر در کره زمین را دگرگون کرده است [۲۲، ص ۱۲۰]. اینترنت برای دستیابی به اهداف گوناگونی کاربرد دارد و همان‌گونه که برخی از اندیشمندان معتقدند یکی از موارد مهم استفاده آن جامعه‌پذیری و ارتباطات بوده است که تأثیر آن امروزه رو به افزایش است [۱۲، ص ۸۷]. اینترنت حتی ابزار معتبری برای شروع روابط اجتماعی از انواع گوناگون از جمله روابط صمیمانه، عاشقانه و معنادار است [۲۴، ص ۵۸]. بنابراین، به‌وضوح تأثیر آن به‌منزله یک واسطه اجتماعی و پیونده‌دهنده رو به افزایش است. اینترنت روابط جدید عاشقانه و شخصی را تسهیل می‌کند و ترویج می‌دهد. افراد در سراسر دنیا می‌توانند از طریق انواع گوناگون سایت‌های همسریابی، آگهی‌های اینترنتی، چت‌آنلاین و از طریق شبکه‌های اجتماعی آنلاین با یکدیگر ارتباط برقرار کنند، ملاقات کنند و آشنا شوند [۵۴، ص ۵۴].

از گذشته تا به امروز، اشکال گوناگون پیدا کردن شریک عشقی به شیوه سنتی مثلاً از طریق خانواده، همسایگی، مدرسه، دوستان و همکاران برای مدت‌های طولانی وجود داشته است؛ اما اینترنت، به‌ویژه وبسایت‌های دوست‌یابی و همسریابی، یک پایگاه داده گسترده از شرکای بالقوه فراهم می‌کند که فرد می‌تواند از این طریق آن‌ها را فهرست کند و با آن‌ها تماس بگیرد [۶۷، ص ۴۸۵]. طبق نتایج مطالعه اخیر مرکز تحقیقات پئو^۱، ۷۴ درصد از مجردها در آمریکا اظهار داشته‌اند از اینترنت برای علایق عاشقانه‌شان استفاده می‌کنند که ۴۳ درصد از آن‌ها به قرار ملاقات‌های حضوری ختم می‌شود [۴۸، ص ۲۲]. علاوه بر این، همان‌گونه که روزنفلد و توماس (۲۰۱۲) اشاره می‌کنند، برای زوج‌های آمریکایی که در سال ۲۰۰۹ همدیگر را ملاقات کرده‌اند، اینترنت سومین راه مورد علاقه برای برقراری ارتباط بوده است. بنابراین، به نظر می‌رسد سایت‌های همسریابی و دوست‌یابی آنلاین، ابزاری غیرمنتظره و جادویی برای گشودن فصل جدیدی در تاریخ روابط عاشقانه و قرار ملاقات‌ها باشد [۵۴، ص ۵۴]. در مقایسه با آگهی‌های روزنامه‌ای و خدمات شریک‌یابی تلفنی دوران پیش از اینترنت، سایت‌های همسریابی مجازی مزایای بیشتری دارند. اول اینکه، در سیستم آنلاین می‌توان بدون در نظر گرفتن محدودیت‌های مکانی، اطلاعات اشخاص

1. Pew

مختلف را جست‌وجو کرد [۵۴، ص ۵۴۵]. دوم اینکه، می‌توان با توجه به ضوابط خاص و تنظیمات شخصی ارزیابی دقیقی انجام داد و از این طریق کاربران فرصت دارند در روابط خود آینده‌نگری داشته باشند [۶۷، ص ۴۸۵]، که این قطعاً به گسترش و فراوانی سایت‌های همسریابی و دوست‌یابی کمک خواهد کرد؛ سایت‌هایی که کاربران آن‌ها به شکل گسترده‌ای به جست‌وجو در بین افرادی می‌پردازند که احساسات، باورها، ارزش‌ها و دیگر مشخصاتشان (مانند صفات فیزیکی، ترجیحات موسیقایی، گرایش‌های مذهبی، دیدگاه‌های سیاسی، جغرافیایی، سبک زندگی و...) را با دیگران به اشتراک می‌گذارند [۱۱، ص ۵]. سوم اینکه، امکان ملاقات برای افرادی که هرگز همدیگر را ملاقات نکرده‌اند فراهم می‌شود [۱۵، ص ۵]. علاوه بر این، اینترنت حریم خصوصی و محرمانه‌بودن اطلاعات را حفظ می‌کند، زیرا به‌طور بالقوه فضای مجازی می‌تواند فضایی خصوصی‌تر و دور از دخالت دیگران برای فعالیت‌های دوست‌یابی و همسریابی افراد فراهم کند [۶۵، ص ۱۴]. در نهایت، در همسریابی و دوست‌یابی اینترنتی کاربران هم می‌توانند تصاویر بصری مختلفی را به متون خود ضمیمه کنند [۴۲، ص ۴۰] و بازمودی را که از خودشان ارائه می‌دهند کنترل کنند. این کنترل همان چیزی است که والتر (۲۰۰۷) آن را «ارائه انتخابی خود» می‌نامد و همه می‌توانند از خدمات جانبی، مانند چت آن‌لاین، وب‌کم، چت تلفنی و پیام‌های نامحدود بهره ببرند [۴۷، ص ۴۳]. بنابراین، با توجه به امکانات و ابزارهایی که اینترنت و فضای مجازی در اختیار کاربران می‌گذارد، افراد در کشورهای مختلف برای انتخاب شریک زندگی، که یکی از تصمیمات مهمی است که انسان‌ها در طول عمرشان با آن روبه‌رو هستند، از ظرفیت‌های فراوان فضای مجازی و اینترنت برای آشنایی، ملاقات یا برقراری ارتباط با همسران بالقوه استفاده می‌کنند؛ مثلاً، امروزه، در جوامع معاصر غربی، تصمیمات مربوط به انتخاب شریک زندگی معمولاً به دنبال یک دوره طولانی شناخت اتخاذ می‌شود که در آن افراد در تعدادی از روابط غیر رسمی (مثل قرار ملاقات‌ها)، که برخی از آن‌ها در بستر شبکه‌ها و فضای مجازی شکل می‌گیرند، درگیرند.

هرچند این شیوه‌ها در کشورهایی مانند کشور ما تا پیش از این رایج نبوده است، امروزه با افزایش ضریب نفوذ اینترنت^۱ و شبکه‌های اجتماعی و ظهور سایت‌های همسریابی شاهد متداول شدن روش‌های جدید همسریابی و همسرگزینی هستیم. اهمیت این شیوه جدید به گونه‌ای است که امروزه این نوع همسریابی یا ملاقات مجازی منبع بسیار غنی‌ای از ترجیحات همسرگزینی اظهارشده افراد را تشکیل می‌دهد و مطالعه آن در چند سال گذشته به یک حوزه پژوهشی روبه‌رشد در رشته‌هایی مانند ارتباطات، روان‌شناسی و جامعه‌شناسی تبدیل شده است. هرچند

۱. در گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس آمده است، براساس آمارهای مرکز آمار ایران، در سال ۱۳۹۲ از مجموع کاربران اینترنت کشور، ۶/۴ میلیون مرد و ۴/۶ میلیون زن بوده‌اند. همچنین، در سال ۱۳۸۹ کاربران اینترنت مرد، ۱۶/۶ درصد کل جمعیت مردان و کاربران زن، ۱۲/۷ درصد کل جمعیت زنان کشور را به خود اختصاص داده‌اند. حدود ۵۴/۵ درصد کاربران تحصیلات عالی و ۲۳/۹ درصد در مقطع دبیرستان به‌سر می‌برند.

تمرکز موضوعی هریک از پژوهش‌های انجام‌شده متفاوت بوده است، جنسیت و تفاوت‌های جنسیتی در همسریابی اینترنتی همواره محوریت بحث‌ها را به خود اختصاص داده است (برای مثال، مورگان و همکاران ۲۰۱۰؛ کازیمیرو ۲۰۱۴؛ باک ۲۰۱۰؛ فیشرمن و همکاران ۲۰۰۶؛ باس و بارنز ۱۹۸۶؛ فلچر و همکاران ۱۹۹۹؛ کنریک و همکاران ۱۹۹۰؛ پارمر ۱۹۹۸؛ ریگان و همکاران ۲۰۰۰؛ سیمسون و گانگستند ۱۹۹۲؛ گودوین و تانگ ۱۹۹۱؛ ویدرمن و آیگییر ۱۹۹۲؛ کنریک و کیفی ۱۹۹۲؛ تونسند ۱۹۸۹). اگرچه در کشورهای دیگر، مطالعات فراوانی برای تبیین این موضوع انجام شده است، در ایران این مطالعات سابقه‌ای طولانی ندارند و مطالعات انجام‌شده در بسیاری از موارد سطحی و محدود و مربوط به فضای غیرمجازی بوده‌اند. از این‌رو، این پژوهش به یکی از موضوعات مهم همسریابی اینترنتی در ایران، یعنی تأثیر تفاوت‌های جنسیتی بر ترجیحات همسرگزینی در فضای مجازی، می‌پردازد. به عبارتی، این مقاله در پی پاسخ به این سؤال است که تفاوت‌های جنسیتی در ترجیحات همسرگزینی اینترنتی- مجازی چگونه است؟

مباحث مقاله در چهار بخش ارائه شده است. ابتدا، ملاحظات نظری و پیشینه پژوهش در رابطه با تفاوت‌های جنسیتی در ترجیحات همسرگزینی ارائه شده است. بخش دوم به مباحث روش‌شناختی اختصاص دارد. در بخش سوم، یافته‌های تحقیق ارائه و تحلیل شده است. در بخش چهارم نیز، مطالب جمع‌بندی و نتیجه‌گیری شده است.

ملاحظات نظری

تفاوت‌های جنسیتی در ترجیحات همسرگزینی

در طول سه دهه گذشته، میزان درخور توجهی از پژوهش‌های روان‌شناختی و جامعه‌شناختی به مطالعات ازدواج و خانواده اختصاص داشته است. یک مطالعه مقدماتی بر ادبیات این حوزه، با تأکید بر جنبه‌های مختلف انتخاب همسر، که از سوی روان‌شناسان و جامعه‌شناسان شناسایی شده است، نشان می‌دهد که انسان‌ها به‌طور پیوسته هم استراتژی‌هایی را برای شناسایی شریک بالقوه خود توسعه داده‌اند [۲۵، ص ۴۲۱؛ ۲۹، ص ۱۳۳؛ ۴۵، ص ۲۱۲] و هم براساس تفاوت‌های جنسی معیارهایی را در همسر بالقوه جست‌وجو می‌کنند [۱۸، ص ۳۴؛ ۱۷، ص ۵۶۱؛ ۳۹، ص ۱۹۸]. پس از دهه‌ها تحقیق، امروزه ثابت شده است که مردان و زنان در اظهاراتشان درباره ویژگی‌های خاص یک شریک عشقی از یکدیگر متمایزند و موضع تفاوت جنسیتی بیش از سایر حوزه‌ها در انتخاب همسر نمود پیدا کرده است. بنابراین، الگوی تکرارشونده‌ای که از این مطالعات ظاهر می‌شود، آن است که میزان درخور توجهی تمایز جنسی بین ویژگی‌های که مردان و زنان در شریک بالقوه خود ترجیح می‌دهند، وجود دارد. در اینجا، برای تبیین تمایز جنسیتی موجود در رفتارهای انتخاب شریک زندگی، دو دیدگاه تکاملی و ساختار اجتماعی، به‌طور مختصر، مطرح شده‌اند.

۱. دیدگاه تکاملی

براساس دیدگاه تکاملی، ترجیحات همسر ایده‌آل یا شریک ایده‌آل، به‌طور مداوم، دو تفاوت جنسی کلیدی را بازنمایی می‌کند. ۱. مردان بیشتر به شریک‌های عشقی که از نظر جسمی جذابیت دارند تمایل نشان می‌دهند و زنان بیشتر به شرکای عشقی‌ای که درآمد بالقوه بالایی دارند گرایش دارند. دیدگاه تکاملی بر این باور استوار است که زنان و مردان مکانیزم‌های شناختی جنسی خاصی دارند که از محیط‌ها و فضاها پیرامونی بسیار کهن نشئت گرفته شده است. آن‌ها، به لحاظ روانی، متفاوت تکامل پیدا کرده‌اند؛ در نتیجه مستعدند که به شکل‌های متفاوت جنسیتی رفتار یا تصمیم‌گیری کنند [۲۵، ص ۱۰۹؛ ۴۵، ص ۲۱۵]. این دیدگاه نشان می‌دهد مردان و زنان فرایند تکاملی متفاوتی دارند. آن‌ها دامنه خاص سازگاری روانی مربوط به خود را دارند که به ترجیحات همسرگزینی آن‌ها و بر این اساس به انتخاب‌های شریک عشقی منجر می‌شود. از منظر روان‌شناسی تکاملی، تبیین این موضوع، که چرا تفاوت‌های جنسیتی در ترجیحات همسرگزینی بین دو جنس تا امروز نیز تداوم داشته، این است که این ویژگی، سبب افزایش تولیدمثل در انسان‌ها شده است؛ همچنین، احتمالاً به این دلیل که چنین ترجیحاتی از طریق هدایت اجدادی، سبب تسهیل در انتخاب همسر دو جنس شده است [۱۸، ص ۲۲؛ ۲۰، ص ۹۸۸؛ ۱۹، ص ۲۱۵؛ ۳۳، ص ۵۷۸]. این تفاوت جنسیتی در ترجیحات همسرگزینی در بیشتر آزمون‌های تجربی وجود داشته است؛ مثلاً، در مطالعه روبن هیل، که بر رتبه‌دهی کیفیت‌های خاص یک شریک زندگی متمرکز بوده است، مردان به ظاهر خوب اهمیت بیشتری دادند، در حالی که برای زنان چشم‌انداز مالی خوب اهمیت بیشتری داشت [۳۶، ص ۵۵۵]. یا در پیمایشی که دیوید باس در سال ۱۹۸۹ انجام داد، نتایج شامل تفاوت‌های جنسیتی در اهمیت‌دادن به جذابیت‌های فیزیکی و چشم‌انداز مالی خود می‌شد. به گونه‌ای که نتایج این پیمایش به دو بخش اصلی تقسیم شده است. اول اینکه مردان (بیشتر از زنان) به جذابیت فیزیکی در انتخاب شریک زندگی اهمیت می‌دهند، زیرا جذابیت فیزیکی یک زن نشانی از ارزش تولید مثل او خواهد بود و دوم اینکه زنان (بیشتر از مردان) برای چشم‌انداز مالی اهمیت قائل هستند، زیرا فرزندان یک زن از طریق مشارکت اقتصادی و حمایت اقتصادی یک مرد زنده خواهند ماند. هرچند بیشتر پژوهش‌هایی که مؤید تفاوت‌های جنسیتی در ترجیحات همسرگزینی براساس دیدگاه تکاملی‌اند به دنیای واقعی و غیرمجازی مربوط‌اند. می‌توان گفت که این تفاوت‌های در دنیای مجازی و در بین کاربران سایت‌های همسریابی نیز وجود دارد؛ به گونه‌ای که تحقیقی که به مطالعه محتوای آگهی‌های ازدواج پرداخته بود [۳۵، ص ۲۶۱] آشکار کرد که این تفاوت جنسیتی در ویژگی‌های همسر مطلوب حتی بین صاحبان آگهی‌های ازدواج هم مهم انگاشته می‌شود [۲۸، ص ۹۸۱؛ ۲۹، ص ۱۲۵].

۲. دیدگاه ساختار اجتماعی

در مقابل دیدگاه تکاملی، دیدگاه ساختار اجتماعی بر این تأکید می‌کند که استراتژی‌های

انتخاب شریک لزوماً بر مبنای طبیعت و سرشت روان‌شناختی تکاملی نیست، بلکه آن‌ها نتیجه مواضع متضاد اجتماعی است که زنان و مردان در طول تاریخ در جامعه اشغال کرده‌اند [۲۵، ص ۴۱۷؛ ۳۹، ص ۱۹۵]. بنابراین، دیدگاه ساختار اجتماعی متفاوت از دیدگاه تکاملی است. طرفداران این رویکرد معتقدند که استراتژی‌های انتخاب همسر در درجه اول محدود می‌شوند به تلاش برای به حداکثر رساندن منابع در محیطی که در آن انتظارات و نقش‌های جنسیتی از پیش تعیین شده و دیکته شده‌اند. از دیدگاه ساختار اجتماعی، تقسیم کار اجتماعی بین دو جنس، موتور محرک رفتار متمایز جنسی است، زیرا این نوع تقسیم کار محدودیت‌های اجتماعی را در موضوعی که مردان و زنان چگونه زندگی خود را اداره می‌کنند خلاصه می‌کند [۲۵، ص ۴۱۷]. این دیدگاه اغلب با عنوان بازار مبادله در نظر گرفته می‌شود. در جامعه، زنان نقش‌هایی دارند که قدرت کمتر و دسترسی کمتری به منابع دارند. به منظور به دست آوردن قدرت و دسترسی به منابع، زنان به دنبال این ویژگی‌ها در شریک بالقوه خودند. زنان به نوبه خود ویژگی‌هایی را که به آن‌ها دسترسی دارند برای جذب شریک بالقوه ارائه می‌دهند (ویژگی‌هایی مانند زیبایی فیزیکی، باروری، لذت جنسی) و از آنجا که مردان براساس نقش‌های جنسیتی در جایگاهی قرار دارند که قدرت بیشتر و استقلال مالی بیشتری دارند، در بازار مبادله شریک‌یابی می‌توانند این ویژگی‌هایی را به اشتراک بگذارند و در ازای آن کیفیتی را که در شریک بالقوه مدنظر دارند، دریافت کنند [۱۷، ص ۵۶۷؛ ۲۵، ص ۴۱۱؛ ۳۹، ص ۱۹۸].

هرچند هر دو رویکرد به وسیله مدل‌های مربوطه حمایت می‌شوند، بحث‌هایی پیرامون این موضوع وجود دارد که کدام رویکرد میزان اعتبار بیشتری دارد. با این حال، فارغ از این‌ها، آزمون مناسب نظریه‌های انتخاب همسر به منزله یک کل نیازمند استفاده از هر دو دیدگاه است. استفاده از یک رویکرد ترکیبی تکاملی و ساختار اجتماعی برای تبیین تفاوت‌های جنسیتی در انتخاب همسر بسیار جامع‌تر است و قادر خواهد بود به طور کامل به جنبه‌های چندبعدی پدیده انتخاب همسر بپردازد.

تفاوت‌های جنسیتی در همسریابی اینترنتی

براساس آنچه تاکنون گفته شد، تفاوت‌های جنسیتی در ترجیحات همسرگزینی نه تنها در دنیای واقعی وجود دارد، بلکه مطالعات مختلف در این زمینه نشان می‌دهد که این تفاوت‌ها در محیط مجازی و در سایت‌های همسریابی نیز بازتولید می‌شوند و قابل رؤیت‌اند (مثلاً در نمونه ملی اسپرچر همکاران ۱۹۹۴؛ در مطالعه فراملی شاکلفورد و همکاران ۲۰۰۵ [۲۹، ص ۱۲۷]. بنابراین، مطالعات مربوط به آگاهی‌های شخصی مندرج در اینترنت و سایت‌های دوست‌یابی نشان می‌دهد که کلیشه‌های جنسیتی بر توصیف مردان و زنان از شریک ایده‌آلشان و همچنین بر تعریف آن‌ها از راه‌های جذب شریک بالقوه هم تأثیر گذارند. جنسیت بر ویژگی‌های بازنمودی

خود تأثیر می‌گذارد [۵۰، ص ۸۸۵]؛ به گونه‌ای که پروفایل‌های شخصی مردان بیشتر شامل توصیفات ابزاری‌اند (مانند تحصیلات، شغل، موقعیت مالی، موقعیت اجتماعی-اقتصادی) و آن‌ها به دنبال کیفیت‌های احساسی در زنان‌اند؛ درحالی‌که زنان معمولاً جذابیت‌های فیزیکی، ویژگی‌های شخصیتی و ویژگی‌های احساسی را ارائه می‌دهند و به دنبال موقعیت اجتماعی در قالب شغل و صفات ابزاری در مردان‌اند [۲۳، ص ۴۵۰؛ ۵۰، ص ۸۸۴]. و حتی تحقیقات اخیر بر همسریابی اینترنتی نشان داده است که الف) از طریق درآمد مردان، می‌توان تعداد ایمیل‌های دریافتی آن‌ها را از جنس مخالف پیش‌بینی کرد [۳۷، ص ۴۶] و ب) جذابیت فیزیکی کاربران اینترنتی می‌تواند معرف پیش‌بینی‌کننده‌ای برای دریافت ایمیل از سوی زنان باشد [۳۸، ص ۴۰۱].

اگرچه بیشتر مطالعات همسریابی اینترنتی بر این ایده تأکید می‌کنند که زنان و مردان در ترجیحات همسرگزینی مکمل یکدیگرند، برخی از مطالعات اخیر بر آگهی‌های ازدواج این فرضیه‌ها را به چالش کشیده‌اند. بدین صورت که هرچند جاذبه ظاهر برای مردان و توان مالی برای زنان مهم باشد، ویژگی‌های دیگر در مقتضیات مختلف نیز می‌توانند برای طرفین مهم باشند؛ مثلاً، مردان نیز ممکن است به دنبال زنان دارای استقلال مالی و موفق و بلندپرواز باشند و زنان ممکن است بر تعهد، ارتباطات قوی و توانایی بیان احساسات تأکید کنند [۶۱، ص ۵۷]. همچنین، آن‌ها ممکن است به دنبال ویژگی‌هایی مانند خونگرم بودن، محبت و جذابیت در پروفایل‌های مردان باشند [۳۰، ص ۸۰۰].

پیشینه پژوهش

از اواخر دهه ۱۹۲۰، بسیاری از مطالعات به ترجیحات همسرگزینی انسان‌ها پرداخته‌اند. ادبیات موجود درباره ترجیحات همسرگزینی بر مشارکت‌کنندگانی متکی است که ویژگی‌های خاصی را ارزش‌گذاری می‌کنند. ولی تعداد و کیفیت این ویژگی‌ها در مطالعات گوناگون متفاوت‌اند و به ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و نمونه انتخاب‌شده مشارکت‌کنندگان بستگی دارد. بیشتر این مطالعات فهرستی از ویژگی‌های همسرگزینی شامل ۱۸ مشخصه را استفاده کرده‌اند که نخستین بار برای یک نمونه از دانشجویان آمریکایی در سال ۱۹۳۹ استفاده شد [۳۶، ص ۵۵۴]. روبن هیل و هارولد هارولد کریستنسن (۱۹۳۹) برای نخستین بار در این حوزه پیمایشی را شروع کردند به این منظور که اهمیت ۱۸ معیار انتخاب همسر بالقوه و محدوده سنی قابل قبول برای یک شریک زندگی را تعیین کند. این روش معمولاً پرسش‌نامه انتخاب همسر نامیده می‌شود. مطالعات آن‌ها نشان داد که زنان بیشتر از مردان بر جاه‌طلبی و کوشابودن، تحصیلات و هوش و چشم‌انداز مالی مناسب تأکید می‌کنند. در مقابل، مردان به‌طور درخور توجهی بیشتر بر آشپزی خوب، خانه‌داری، ظاهر مناسب و تمایل به ماندن در خانه و بچه‌داری تأکید

می‌کردند. در سال‌های بعد، مطالعات متعددی این الگو را با استفاده از پرسش‌نامه انتخاب همسر تکرار کردند. و پس از مطالعه هیل این روش برای ارزیابی ترجیحات دانشجویان و افراد جامعه در بسیاری از مطالعات بیش از شش دهه گذشته استفاده شده است (برای مثال، باس و همکاران ۲۰۰۱؛ هیوت و هودسون ۱۹۸۱؛ هودسون و هنز ۱۹۶۹؛ مک‌گینز ۱۹۵۸). اما در مطالعه فراملی دیوید باس (۱۹۸۹)، با ۱۰ هزار مشارکت‌کننده در ۳۷ کشور، لیست‌های دیگری از ترجیحات همسرگزینی مطرح شدند که شمار ترجیحات ارزش‌گذاری شده را از ۱۵ ترجیح به ۷۵ ترجیح رساندند [۱۷، ص ۵۵۹؛ ۳۴، ص ۵۷۷؛ ۵۹، ص ۳۳]. برخی از مطالعات به این نکته اشاره می‌کنند که مجموعه کوچکی از ترجیحات ممکن است مجموعه بزرگ‌تری از ترجیحات را درون خودشان جای داده باشند. در این مواقع، طیف گسترده‌ای از ترجیحات را به وسیله تحلیل عاملی مطالعه می‌کنند؛ مثلاً، سیمسون و گانگستند (۱۹۹۲)، از طریق تحلیل عاملی، ۱۵ ویژگی در بعد ترجیحات همسرگزینی را شناسایی کردند و آن‌ها را کیفیت‌های شخصی/والدینی و جذابیت/ جایگاه اجتماعی نام‌گذاری کردند. گودوین و تانگ (۱۹۹۱) هم از یک طیف شامل ۱۵ ترجیح استفاده کردند و دریافتند که سه جنبه، بهتر از بقیه، گوناگونی‌های درجه‌بندی ترجیحات را توضیح می‌دهد: مهربانی/ توجه، برون‌گرایی و حساسیت.

سایر محققان فهرست بزرگ‌تری از ویژگی‌ها را آزمودند به امید اینکه یک ساختار مبنایی برای ترجیحات همسرگزینی بیابند. باس و برنز (۱۹۸۶) و فلچر و همکاران (۱۹۹۹) بیش از ۷۵ ویژگی را به تحلیل‌های عاملی تبدیل کردند. در همه این مطالعات، تفاوت‌های آشکاری در ترجیحات همسرگزینی زنان و مردان دیده شده است که برخی از آن‌ها منحصرأ به این تفاوت‌ها پرداخته‌اند؛ مثلاً، فینگولد (۱۹۹۲) در همه ۲۴ مطالعه‌ای که شناسایی می‌کند شدت تفاوت‌های جنسیتی را پررنگ کرده است. باس و همکاران (۲۰۰۱) ۴ مطالعه (هیل ۱۹۴۵؛ هیوت و هودسون ۱۹۸۱؛ هودسون و هنز ۱۹۶۹؛ مک‌گینز ۱۹۸۵) را انتخاب و دو مطالعه خودشان، مربوط به سال‌های ۱۹۸۴، ۱۹۸۵ و ۱۹۹۶، را نیز به آن‌ها اضافه کردند و فقط تغییرات بسیار کمی را در ۱۸ ترجیح همسرگزینی اندازه‌گیری شده در این ۵ دهه گزارش کردند. حتی مطالعات اخیر هم از این معیارها برای آزمون تفاوت‌های جنسیتی بسیار استفاده می‌کنند [۳۱، ص ۶۸۹؛ ۲۷، ص ۲۵۲؛ ۲۶، ص ۵۷۰؛ ۶۳، ص ۱۶۶]؛ مثلاً، صرف‌نظر از دوره‌های زمانی مطالعه‌شده یا روش‌های تحقیق یا فرهنگ‌های گوناگون، مردان بیشتر در زنان به جذابیت‌های فیزیکی در روابط بلندمدت اهمیت می‌دهند. در حالی که زنان بیشتر از مردان برای چشم‌اندازهای مالی در روابط بلندمدت اهمیت قائل‌اند [۱۸، ص ۳۲؛ ۲۱، ص ۵۰۱؛ ۳۶، ص ۵۵۷؛ ۴۰، ص ۱۹۶؛ ۴۱، ص ۷۷۷؛ ۴۹، ص ۳۷۱؛ ۶۶، ص ۱۱۶]. همچنین، ویژگی‌هایی در انتخاب شریک وجود دارد که زنان و مردان به یک اندازه به آن‌ها اهمیت می‌دهند؛ مثلاً، زنان و مردان هر دو به ویژگی‌های بشاش‌بودن و ثبات عاطفی داشتن اهمیت می‌دهند [۱۸، ص ۲۲].

در ایران نیز، مانند دیگر کشورها، مطالعات گوناگونی بر روی ترجیحات همسرگزینی انجام شده است. یکی از این مطالعات بزرگ، پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان (۱۳۸۰) بوده است. براساس داده‌های پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان (۱۳۸۰) ایمان و تقوا، اخلاق و رفتار خوب، نجابت، صداقت و حجاب جزء خصوصیت مهم زن خوب برای ازدواج است. خصوصیت مهم مرد خوب برای ازدواج نیز شامل مواردی چون اخلاق خوب، باایمان بودن، صداقت، فعال و پرتلاش و داشتن شغل مناسب است. اما، به‌طور کلی، مطالعاتی که در ایران درباره تفاوت‌های جنسیتی در ترجیحات همسرگزینی انجام شده‌اند مؤید این نکته‌اند که خانم‌ها بیشتر بر معیارهای پایگاه اجتماعی همسر [۸؛ ۱]، مذهبی بودن و معیارهای مذهبی نظیر قرآن خواندن شوهر [۵؛ ۴]، موقعیت اجتماعی و شغل همسر [۷]، وضعیت اقتصادی [۴]، معیارهای روان‌شناختی و اجتماعی از جمله طرز برخورد، رفتارهای اجتماعی، قدرت تصمیم‌گیری فرد مقابل، سطح تحصیلات، اشتراک مذهب و فرهنگ [۱۰] و اخلاق و رفتار خوش [۳] تأکید داشته‌اند؛ در حالی که مردان بیشتر بر معیارهای فردی (زیبایی ظاهر، قد و قامت، عشق) [۸؛ ۱]، پایگاه خانواده همسر [۸]، معیارهای مذهبی [۳؛ ۶؛ ۸]، زیبایی چهره [۵]، وضعیت جسمانی، رشد فکر [۷]، معیارهای زیست‌شناختی، نظیر سلامت جسم، وضعیت ظاهری و جذابیت فرد [۱۰] تأکید داشته‌اند.

هرچند همه این مطالعات به نحوی تصویری کلی از تفاوت‌های جنسیتی در ترجیحات همسرگزینی ارائه می‌دهند، هنوز هم لزوم مطالعه این موضوع در همسریابی اینترنتی به‌منزله شیوه جدید همسریابی احساس می‌شود، زیرا بیشتر این مطالعات مربوط به ترجیحات افراد در محیط‌های غیرمجازی‌اند. بنابراین، ما در این مطالعه برآنیم تا بسنجیم آیا تفاوت‌های جنسیتی در ترجیحات همسرگزینی در محیط‌های مجازی و آنلاین وجود دارد و چگونه است؟

روش‌شناسی مطالعه تفاوت‌های جنسیتی ترجیحات همسرگزینی سایت

طوبی

روش‌های تجربی بسیاری در تحقیقات علوم اجتماعی برای اندازه‌گیری یا نشان دادن ترجیحات همسرگزینی وجود دارد، که قابلیت بالقوه هر یک از آن‌ها در ارائه اطلاعات و نظریه متفاوت است و همچنین هر یک مشکلات روش‌شناختی خاص خود را دارند [۵۵، ص ۱۰۰]. در این مقاله، به منظور تحلیل تفاوت‌های جنسیتی در ترجیحات همسرگزینی افراد، از ترجیحات اظهارشده کاربران سایت همسریابی طوبی در سال ۱۳۹۰ استفاده کرده‌ایم. باید توجه داشت که تعیین ترجیحات همسرگزینی در همه بستریهای موجود اجتماعی کار مشکلی است، زیرا نگرش‌ها و ارزش‌های شرکای ازدواج اغلب با ساختارهای مختلف ترجیحات همبستگی و

سازگاری دارند. ما به جای ترجیحات نهایی ازدواج افراد، از ترجیحات افراد پیش از ازدواج استفاده کرده‌ایم. بنابراین، مطالعه خود را به ترجیحات همسرگزینی پیش از ازدواج (نه ترجیحات نهایی) در سایت همسریابی طوبی اختصاص داده‌ایم و نتایج تجربی خود را بر یکی از ابعاد رفتار انتخابی استوار کرده‌ایم. یکی از روش‌های معمول در تحقیقات همسرگزینی تبیین انتخاب و گزینش همسر یا شریک به وسیله ترجیحات ذهنی است. این رویکرد ترجیحات را در یک سطح ذهنی نهفته در داده‌های رفتاری می‌سنجد. بدین‌منظور، بیشتر پیمایش‌ها از پرسش‌های استاندارد استفاده می‌کنند و شاخصه این رویکرد مفهوم اولویت‌بندی ترجیحات همسرگزینی است. در این رویکرد «ترجیحات اظهارشده» به وسیله انتخاب یا رتبه‌بندی کنشگران در مجموعه‌ای از موقعیت‌های تصمیم‌گیری فرضی سنجیده می‌شود.

در زمینه انتخاب مجازی همسر، پروفایل‌های شخصی کاربران و نظرسنجی‌های آنلاین یکی از ابزارهای متداول سنجش ترجیحات همسرگزینی به‌منزله ترجیحات اظهارشده است [۳۱، ص ۶۸۹]. بنابراین، پروفایل‌های شخصی کاربران، که شامل پرسش‌هایی درباره انتظارات آن‌ها نسبت به همسر مطلوب است، و نظرسنجی‌های آنلاین یکی از ابزارهای متداول سنجش ترجیحات همسرگزینی به‌منزله ترجیحات اظهارشده است [۳۱، ص ۶۹۰]. در این مقاله، برای مطالعه تفاوت‌های جنسیتی در ترجیحات همسرگزینی آنلاین از اطلاعات، آگهی‌های ازدواج و پروفایل‌های شخصی همه کاربران سایت طوبی در سال ۱۳۹۰ استفاده شده است. سایت همسریابی طوبی نوعی شبکه اجتماعی بر محوریت همسرگزینی است که مشاهده اطلاعات و داده‌های این سایت برای همه کاربرانی که پروفایل دارند امکان‌پذیر است. از طریق عضویت در سایت اطلاعات پروفایل همه کاربران سایت در سال ۱۳۹۰ جمع‌آوری و از طریق دو نرم‌افزار R و pro Sequel پالایش شدند. بنابراین، در این پژوهش نمونه‌گیری انجام نشده است و نمونه برابر با جامعه کل کاربران سایت (تمام‌شماری) است. شایان ذکر است در سال ۱۳۹۰، سایت همسریابی طوبی در مجموع ۸۴ هزار و ۲۸۰ نفر عضو داشته است که از این تعداد، ۲۸ هزار و ۵۱۵ کاربر زن و ۵۵ هزار و ۷۶۵ کاربر مرد بوده‌اند. بنابراین، ۳۳/۸ درصد از جامعه مطالعه‌شده را زنان و ۶۶/۲ درصد را مردان تشکیل داده‌اند. جامعه آماری (نمونه با جامعه آماری برابر است) شامل کاربران کل کشور است. اما در این بین، استان تهران با ۳۳/۴ درصد بالاترین فراوانی را دارد. مقطع سنی کاربران سایت همسریابی طوبی به‌طور میانگین بین ۲۷ سال تا ۳۳ سال است. بنابراین، این مقاله از یک پایگاه اطلاعاتی بزرگ و بی‌نظیر آنلاین ترجیحات همسرگزینی ۸۴ هزار کاربر از شهرها و استان‌های مختلف کشور، برای مطالعه ابعاد مختلف تفاوت‌های جنسیتی در ترجیحات همسرگزینی آنلاین بهره می‌گیرد.

داده‌های این پژوهش شامل ۱۰ ترجیح همسرگزینی می‌شود که همه آن‌ها در جدول‌ها لیست شده‌اند. کاربران سایت طوبی به هریک از این ترجیحات، با توجه به اینکه چه اندازه برای انتخاب شریک زندگی به آن‌ها اهمیت می‌دهند، عددی بین ۱ (یعنی خیلی مهم نیست) تا ۹

(بسیار مهم) داده‌اند. پس از پالایش و آماده‌سازی داده‌ها از سوی دو نرم‌افزار R و pro Sequel برای تحلیل داده‌ها از روش تحلیل عاملی استفاده شده است؛ به گونه‌ای که طیف گسترده‌ای از ترجیحات اظهارشده به دو عامل اصلی کیفیت‌های شخصی/والدینی (شامل صداقت، مهربانی، ایمان، وفاداری، اهل سفر و تفریح بودن) و کیفیت‌های جذابیت/منزلت اجتماعی (شامل وضعیت ظاهری مناسب، تحصیلات، وضعیت مالی مناسب، وضعیت خانوادگی مناسب، تهرانی بودن) تبدیل شده‌اند و تفاوت‌های اظهارات دو جنس در این دو عامل آزمون شده‌اند. با توجه به اینکه تأکید این مطالعه تبیین تفاوت جنسیتی در همسرگزینی است، برای اجتناب از طولانی‌شدن مقاله، فقط به توصیف متغیرهای زمینه‌ای کاربران (جنس، سن، استان محل سکونت) بسنده و از توصیف بیشتر مشخصات اقتصادی و اجتماعی آنان خودداری شده است. مستقیماً به آزمون آماری تفاوت‌های جنسیتی در بین ترجیحات همسرگزینی کاربران سایت همسریابی طوبی پرداخته شده است.

یافته‌های پژوهش

همان‌گونه که پیش از این نیز گفته شد، پژوهش‌های پیشین درباره‌ی ترجیحات همسریابی دو جنس، مرد و زن، نشان می‌دهند که مردان و زنان برای انتخاب شریک عشقی خود بر ترجیحات متفاوتی تأکید دارند (برای مثال رجوع شود به باس و بارنز ۱۹۸۶؛ هادسون و هنز ۱۹۶۹). بنابراین، در این مقاله ابتدا برای آزمون تأثیر بالقوه‌ی متغیر جنسیت بر ۱۰ ترجیح اظهارشده، از آزمون رگرسیون خطی ساده بهره گرفته‌ایم. براساس یافته‌هایی که در جدول ۱ آمده است، مردان به وضعیت ظاهری مناسب (جذابیت‌های فیزیکی) ($R^2 = 0.712$)، صداقت ($R^2 = 0.476$)، وفاداری ($R^2 = 0.218$)، نسبت به زنان اهمیت بیشتری می‌دهند.

جدول ۱. رگرسیون‌های خطی پیش‌بینی ترجیحات همسریابی از نظر جنسیت (مرد)

ترجیحات همسرگزینی مردان	خود	همسر دلخواه	R2
صداقت	۰.۴۶ (۰)	۰.۴۹ (۰.۱۱)	۰.۴۷۶
مهربانی	۰.۳۲ (۰.۴۳)	۰.۲۹ (۰.۱۸)	۰.۲۱۱
ایمان	۰.۲۴ (۰.۰۵)	۰.۲۷ (۰.۰۹)	۰.۰۹۸
وفاداری	۰.۱۲ (۰.۱۱)	۰.۱۷ (۰.۲۱)	۰.۲۱۸
اهل سفر	۰.۰۸ (۰.۱۵)	۰.۱۲ (۰)	۰.۰۸۷
وضعیت ظاهری مناسب	۰.۳۲ (۰.۲۱)	۰.۵۶ (۰.۰۶)	۰.۷۱۲
تحصیلات	۰.۲۲ (۰)	۰.۲۷ (۰.۵۳)	۰.۳۷۸
وضعیت مالی مناسب	۰.۱۲ (۰.۲۵)	۰.۱۶ (۰.۰۹)	۰.۲۶۱
وضعیت خانوادگی مناسب	۰.۱۹ (۰.۰۵)	۰.۲۱ (۰.۱۶)	۰.۲۰۹
تهرانی‌بودن	۰.۱۱ (۰.۰۹)	۰.۱۷ (۰)	۰.۱۰۷

در مقابل، زنان به ترتیب به تهرانی بودن ($R2=0.624$)، تحصیلات ($R2=0.573$)، ایمان ($R2=0.418$)، وضعیت خانوادگی ($R2=0.413$)، وضعیت مالی ($R2=0.331$) بیش از مردان اهمیت می‌دهند (جدول ۲). اهمیت ترجیح مهربانی تقریباً برای هر دو جنس ($R2=0.211$) و ($R2=0.203$) به یک اندازه است.

جدول ۲. رگرسیون‌های خطی پیش‌بینی ترجیحات همسریابی از نظر جنسیت (زن)

ترجیحات همسرگزینی زنان	خود	همسر دلخواه	R2
صداقت	۰.۱۸ (۰.۰۵)	۰.۲۲ (۰.۲۰)	۰.۲۰۳
مهربانی	۰.۵۴ (۰.۰۱)	۰.۵۷ (۰.۲۸)	۰.۲۰۳
ایمان	۰.۴۳ (۰)	۰.۴۷ (۰.۳۳)	۰.۴۱۸
وفاداری	۰.۳۵ (۰.۲۹)	۰.۳۱ (۰.۲۶)	۰.۱۹۲
اهل سفر	۰.۱۱ (۰.۰۵)	۰.۱۰ (۰.۲۰)	۰.۱۰۵
وضعیت ظاهری مناسب	۰.۰۷ (۰.۱۱)	۰.۱۱ (۰.۰۹)	۰.۰۱
تحصیلات	۰.۳۴ (۰.۳۵)	۰.۴۱ (۰.۱۱)	۰.۵۷۳
وضعیت مالی مناسب	۰.۱۹ (۰)	۰.۰۷ (۰.۰۷)	۰.۳۳۱
وضعیت خانوادگی مناسب	۰.۲۷ (۰.۱۵)	۰.۲۲ (۰.۲۱)	۰.۴۱۳
تهرانی بودن	۰.۵۴ (۰.۲۴)	۰.۵۱ (۰.۰۳)	۰.۶۲۴

برای آزمون و تبیین اینکه آیا این ۱۰ ترجیح اظهارشده از سوی کاربران سایت همسریابی طوبی زیر چتر یک یا دو عامل کلی قرار می‌گیرند یا خیر، از روش تحلیل عاملی استفاده کردیم. براساس مقادیر ویژه آزمون سنگ‌ریزه (کاتل، ۱۹۶۶) ۲ فاکتوری که بیشتر از ۴۰ درصد تفاوت‌ها را شامل شوند برای هر دو جنس استخراج و براساس روش واریماکس چرخش داده شدند که وضعیت این دو عامل در جدول ۲ به نمایش گذاشته شده است. براساس این جدول، چهار ترجیح در عامل اول بار عاملی بیشتری دارند (۰.۳۵ یا بیشتر برای هر دو جنس) که ما آن‌ها را کیفیت‌های والدینی/ شخصی نامیدیم که شامل صداقت، مهربانی و محبت، ایمان، تعهد و وفاداری و اهل سفر و گردش بودن می‌شوند. در مقابل ۵ ترجیح در عامل دوم بار عاملی بیشتری دارند (۰.۳۵ یا بیشتر برای هر دو جنس) که ما آن‌ها را کیفیت‌های جذابیت/ منزلت اجتماعی نامیده‌ایم و شامل وضعیت ظاهری مناسب، تحصیلات، وضعیت مالی مناسب، وضعیت خانوادگی مناسب و تهرانی بودن است. پس، براساس یافته‌های مندرج در جدول ۲، بار عاملی ترجیح اهل سفر و گردش بودن (۰.۷۳) برای زنان، با توجه به ویژگی‌ها و کیفیت‌های شخصی یا والدینی، بیشتر است. پس از آن، صداقت (۰.۶۷)، ایمان (۰.۵۳)، تعهد و وفاداری (۰.۴۷) و مهربانی و محبت (۰.۴۱) بیشترین بار عاملی را در کیفیت ذکرشده برای زنان به خود اختصاص داده‌اند. این بدین معناست که کاربران زن سایت همسریابی طوبی برای انتخاب شریک زندگی در میان کیفیت‌های شخصی/ والدینی بیش از همه به اهل سفر و گردش بودن همسر اهمیت

می‌دهند و پس از آن به ترتیب صداقت، ایمان، تعهد و وفاداری و مهربانی برای آنان اهمیت دارد. این در حالی است که بار عاملی مهربانی (۰/۶۳) در کیفیت شخصی والدینی برای مردان بیشتر است. پس از آن وفاداری (۰/۵۹)، صداقت (۰/۵۱)، اهل سفر بودن (۰/۴۷) و ایمان (۰/۳۱) بیشترین بار عاملی را در کیفیت ذکر شده برای مردان به خود اختصاص داده‌اند. بنابراین، کاربران مرد سایت همسریابی طوبی برای انتخاب شریک زندگی در میان کیفیت‌های شخصی/ والدینی بیشتر به مهربانی و محبت همسر اهمیت می‌دهند و پس از آن به ترتیب تعهد و وفاداری، صداقت، اهل سفر بودن و ایمان برای آنان اهمیت دارد.

جدول ۳. بار عاملی ۱۰ ترجیح انتخاب شریک زندگی

ترجیحات همسرگزینی	زنان/ عامل اول	زنان/ عامل دوم	مردان/ عامل اول	مردان/ عامل دوم
صداقت	۰/۶۷	-۰/۰۳	۰/۵۱	۰/۰۹
مهربانی	۰/۴۱	-۰/۱۱	۰/۶۳	-۰/۰۱
ایمان	۰/۵۳	۰/۰۳	۰/۳۱	۰/۰۱
وفاداری	۰/۴۷	۰/۳۲	۰/۵۹	۰/۰۹
اهل سفر و تفریح بودن	۰/۷۳	۰/۲۴	۰/۴۷	۰/۱۲
وضعیت ظاهری مناسب	-۰/۱۵	۰/۴۹	۰/۱۲	۰/۷۴
تحصیلات	۰/۲۶	۰/۷۱	۰/۳۱	۰/۲۲
وضعیت مالی مناسب	۰/۳۱	۰/۶۲	-۰/۰۱	۰/۳۴
وضعیت خانوادگی مناسب	۰/۲۹	۰/۴۱	-۰/۰۳	۰/۳۱
تهرانی بودن	۰/۰۱	۰/۳۳	۰/۰۲	۰/۳۵

جدول ۴ همبستگی ترجیحاتی که فرد برای همسر یا شریک ایده‌آل خود در نظر گرفته است را با ویژگی‌های فردی‌ای که برای خودش اظهار داشته است نشان می‌دهد. براساس یافته‌های جدول تقریباً بیشتر ترجیحات همسر ایده‌آل زنان با ویژگی‌های خوداظهاری کرده‌آنان همبستگی مثبت دارد. بدین معنا که زنانی که وضعیت مالی مناسبی دارند، همسر یا شریکی را ترجیح می‌دهند که او نیز وضعیت مالی مناسبی داشته باشد. همچنین، زنانی که اظهار داشته‌اند متولد شهر تهران‌اند، ترجیح می‌دهند که همسر آینده‌شان نیز تهرانی باشد. و زنانی که خود را باایمان، با وضعیت ظاهری مناسب، علاقه‌مند به سفر و تفریح معرفی کرده‌اند، به دنبال شریک یا همسری می‌گردند که اون نیز با ایمان، با وضعیت ظاهری مناسب، اهل سفر و تفریح باشد. اما این در حالی است که زنانی که ویژگی‌های صداقت، مهربانی، وفاداری را خصوصیات فردی خودشان اظهار داشته‌اند، برای همسر و شریک ایده‌آل خود این ویژگی‌ها را در نظر ندارند. همبستگی میان ترجیحات همسرگزینی مردان و ویژگی‌های خوداظهاری کرده‌آنها این‌گونه نشان می‌دهد که مردانی که خود را باایمان معرفی کرده‌اند، در انتخاب شریک زندگی هم به دنبال فردی باایمان‌اند. مردانی که خودشان باصداقت‌اند، به دنبال فردی باصداقت و

آن‌هایی که وضعیت خانوادگی مناسبی دارند، به دنبال شریک ایده‌آلی‌اند که وضعیت زندگی مناسبی داشته باشد.

جدول ۴. همبستگی بین ویژگی‌های خوداظهاری فردی کاربران درباره خود و همسر مطلوبشان

مردان	زنان	ترجیحات همسرگزینی
۰٫۱۹	۰٫۰۳	صداقت
۰٫۱۲	- ۰٫۰۱	مهربانی و محبت
۰٫۲۳	۰٫۳۲	ایمان
۰٫۰۶	-۰٫۱	متعهد و وفادار
۰٫۰۴	۰٫۲۸	اهل سفر و تفریح بودن
-۰٫۰۳	۰٫۳۱	وضعیت ظاهری مناسب
۰٫۱۱	۰٫۲۶	تحصیلات
-۰٫۰۱	۰٫۴۲	وضعیت مالی مناسب
۰٫۱۳	۰٫۱۹	وضعیت خانوادگی مناسب
۰٫۰۱	۰٫۳۹	تهرانی‌بودن

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های قابل استنادی در تحقیقات پیشین در زمینه ترجیحات همسرگزینی وجود دارد که نشان می‌دهد توانایی درآمدزایی شریک بالقوه برای زنان برجسته‌تر از مردان است و مردان برعکس، در مورد شریک بالقوه ارزش بیشتری را برای جذابیت فیزیکی قائل‌اند. این تفاوت جنسیتی در مطالعه حاضر نیز تکرار شده است. توضیح و تشریح تفاوت جنسیتی در الیت‌های انتخاب همسر به وسیله هر دو دیدگاه، هم دیدگاه تکاملی و هم دیدگاه اجتماعی-اقتصادی، ارائه شده است. تئوری‌های تکاملی به این نکته اشاره دارند که در دنیای معاصر، زنان و مردان در مکانیزم‌های روان‌شناختی‌شان که به انتخاب شریک زندگی منجر می‌شود، متفاوت‌اند. گذشته از فرضیه‌های تفاوت جنسیتی در استراتژی همسرگزینی، بسیاری از فرضیه‌ها در مطالعات اخیر بر روی آگهی‌های همسرابی اینترنتی مطرح و آزمون شده‌اند. نتایج آن‌ها عمدتاً از پیش‌فرض‌های نظریه تکاملی حمایت می‌کنند؛ به طوری که مردان بیشتر از زنانی که به دنبال منابع مالی و صداقت هستند به دنبال جذابیت و زیبایی شریک و همسر بالقوه خودند و زنان بالعکس بیشتر به دنبال منابعی که به وضعیت مالی خوب ختم می‌شود و صداقت در همسر بالقوه خودند. یک مسئله مهم، که بسیاری از محققانی که دیدگاه تکاملی را اتخاذ کرده‌اند با آن روبه‌رو هستند، این است که دیدگاه مورد نظر تنوع‌های بیشتری را که به طور معمول در اغلب صفات مورد انتخاب همسر در بین دو جنس وجود دارد به حساب نمی‌آورد. تا به امروز توجه

نظری و تجربی عمدتاً به بررسی تفاوت‌های جنسی در انتخاب همسر اختصاص داده شده است. با این حال، تفاوت‌های جنسیتی فقط بخشی از واریانس ترجیحات همسرگزینی را توضیح می‌دهد. بسیاری از اثرات اجتماعی-جنسیتی که در این مطالعات گزارش شده است در واقع چیزی بیشتر از تأثیرات جنسیتی هستند. با توجه به یافته‌های موجود چگونه ممکن است به درکی جامع‌تر و تکاملی از پدیده همسر رسید؟

گانگستند و سیمسون (۱۹۹۰) اظهار می‌کنند که تفاوت هم در انتخاب همسر و هم در جهت‌گیری اجتماعی-جنسیتی ممکن است به دو دلیل وجود داشته باشد. ۱. رقابت درون‌جنسیتی ممکن است موفقیت‌های تولید مثلی مختلفی را فراهم آورد. افرادی که با استراتژی ترجیحی (برابری همه‌چیز) موفقیتی به دست نیاورده‌اند ممکن است موفقیت‌های بیشتری را با جایگزین کردن یک ترجیح به دست آورند. بنابراین، انتخاب می‌تواند بیش از یک استراتژی تولید مثل در هر جنس را به وجود آورد. ۲. سرمایه‌گذاری والدینی همه آن چیزی که یک مرد می‌تواند به همسرش بدهد نیست. او همچنین می‌تواند چیزهای دیگری را هم به همسر خود منتقل کند [ص ۶۴، ۱۶۹].

اگرچه یافته‌های بیشتر مطالعات، همچون مقاله حاضر، معمولاً از فرضیه‌های نظریه روان‌شناسی تکاملی حمایت می‌کنند، همه محققان بر این باور نیستند که تفاوت‌های جنسیتی حاصل مکانیزم‌های جنسی دوگانه مغزند. توضیحات بدیل معمولاً بر این پایه استوارند که مردان و زنان توانایی یکسانی برای فراگرفتن ترجیحات گزینش همسر از فرهنگ محیطی دارند. اما این زنان و مردان نوعاً به دلیل تفاوت‌های جنسیتی در دسترسی به منابع متفاوت‌اند (فرضیه بی‌قدرتی ساختاری باس و بارنز، ۱۹۸۶). بسیاری از محققان معتقدند که تفاوت‌های جنسیتی در ترجیحات همسرایی به صورت خالص حاصل تفاوت‌های کلی بین سرمایه شخصی مردان و زنان در یک جامعه مشخص است [ص ۶۶، ۱۲۲]. به طور خلاصه، اگر مردان و زنان دسترسی برابر به منابع مادی داشته باشند، زنان بیشتر به دنبال مردی که از آنها به لحاظ سنی بزرگ‌تر است یا شریکی که دارای منابع مالی فراوانی است نخواهد بود. هرچند تحقیقات نشان داده است که ورای تفاوت‌های جنسیتی در ترجیحات همسرایی، بین نمونه‌هایی که زنان بسیار ثروتمند بوده‌اند، درآمد شخصی‌شان معمولاً با ارزش‌گذاری آنها برای منابع مادی شریک بالقوه بی‌ارتباط بوده است [ص ۱۸، ۴۷؛ ص ۶۶، ۱۱۹؛ ص ۶۳، ۱۰؛ ص ۴۳، ۱۳۰].

در این مقاله، با استفاده از یک پایگاه اطلاعاتی بزرگ آنلاین، ترجیحات همسرگزینی ۸۴ هزار کاربر از شهرها و استان‌های مختلف کشور، ابعاد مختلف تفاوت‌های جنسیتی در ترجیحات همسرگزینی آنلاین را شناسایی کردیم. مشارکت‌کنندگان یا کاربران سایت همسرایی طوبی در متغیرهای مختلف جمعیت‌شناختی مانند سطح تحصیلات، قومیت، مذهب، زمینه اجتماعی، وضعیت‌های مالی و اقتصادی با یکدیگر متفاوت‌اند. تحلیل‌های آماری استفاده‌شده در این مقاله

به گونه‌ای انتخاب شدند که برای هر جنس و همه افراد در فرهنگ‌های مختلف در یک پایگاه اطلاعاتی بزرگ قابل اجرا باشند. دو عامل اصلی، کیفیت‌های شخصی/والدینی (شامل صداقت، مهربانی، ایمان، تعهد و وفاداری، اهل سفر و تفریح بودن) و کیفیت‌های جذابیت/منزلت اجتماعی (شامل وضعیت ظاهری مناسب، تحصیلات، وضعیت مالی مناسب، وضعیت خانوادگی مناسب، تهرانی بودن) از میان تعداد زیادی از ترجیحات همسرگزینی انتخاب شدند. ترجیح وضعیت مالی مناسب و وضعیت خانوادگی مناسب از عامل دوم به لحاظ کیفی شبیه است به بُعد شناسایی شده موقعیت اجتماعی-مالی و منابع که در کارهای پیشین (برای مثال باس و بارنز ۱۹۸۶؛ فلچر و همکاران ۱۹۹۹؛ کنریک و همکاران ۱۹۹۰؛ پارمر ۱۹۹۸؛ ریگان و همکاران ۲۰۰۰) به آن اشاره شده است. ترجیح وضعیت ظاهری مناسب از عامل اول شبیه است به بُعد شناسایی شده جذابیت/سلامتی در مطالعات پیشین (برای مثال فلچر و همکاران ۱۹۹۹؛ کنریک و همکاران ۱۹۹۰؛ پارمر ۱۹۹۸؛ ریگان ۱۹۹۸؛ سیمسون و گانگستند ۱۹۹۲). در آخر، ترجیح مهربانی از عامل اول شبیه است به بُعد مهربانی و خونگرم بودن که در مطالعات پیشین شناسایی شده است [۱۷، ص ۶۶۸؛ ۳۲، ص ۷۴؛ ۳۴، ص ۵۸۲؛ ۵۳، ص ۱۸].

در پایان، باید یادآور شد که ابعاد مشخص شده ترجیحات همسرگزینی دو جنس فقط بخشی از ابعاد مختلف و متفاوت ترجیحات همسرگزینی است، اما این پژوهش به دلیل اینکه بر مبنای یک پایگاه اطلاعاتی و داده بی‌سابقه از کل کشور انجام پذیرفته است، بهترین تقریب موجود از ابعاد ترجیحات همسرگزینی زنان و مردان در کشور را به دست می‌دهد.

منابع

- [۱] باستانی، سوسن؛ آخوندان، زهره (۱۳۸۸). «همسریابی اینترنتی: بررسی انگیزه، اعتماد و معیارهای همسرگزینی از منظر کاربران سایت‌های همسریابی»، دانشگاه الزهراء.
- [۲] پیمایش ملی نگرش‌های و ارزش‌های ایرانیان (۱۳۸۰). وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- [۳] جهانگیرزاده، جواد (۱۳۷۵). «بررسی زمینه‌های اقتصادی-اجتماعی مؤثر بر شیوه‌های همسرگزینی در میان دانشجویان دانشگاه شیراز»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شیراز.
- [۴] حسین‌زاده، هادی (۱۳۸۰). «مطالعه معیارهای همسرگزینی و ازدواج در بین جوانان مجرد شهر شاندیز»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
- [۵] زارع شاه‌آبادی، اکبر؛ زارع شاه‌آبادی، علیرضا (۱۳۷۹). «بررسی عوامل مؤثر بر معیارهای همسرگزینی بین دانشجویان دانشگاه یزد»، دانشگاه یزد.
- [۶] سلطانی، افسر (۱۳۷۸). «معیارهای همسرگزینی و ازدواج همراه با تحقیقی درباره معیارهای همسرگزینی بین کارمندان جوان صدا و سیمای شهر تهران»، تهران، دانشکده

صدا و سیما.

- [۷] عابدی، داریوش؛ فرح‌بخش، کیومرث (۱۳۷۹). «بررسی معیارهای انتخاب همسر در دانشجویان دختر و پسر دانشگاه علوم پزشکی اصفهان»، نشریه طب و تزکیه، ۳۹.
- [۸] فیضی، ایرج (۱۳۷۷). «بررسی عوامل مؤثر بر معیارهای همسرگزینی در بین دانشجویان مجرد دانشگاه علامه»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی.
- [۹] لنسکی، گرهارد؛ لنسکی، جین (۱۳۶۹). سیر جوامع بشری، ترجمه ناصر موفقیان، سازمان انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی.
- [۱۰] مصلی‌نژاد، لیلیا؛ کارگر، محمدحسین (۱۳۸۵). «بررسی معیارهای همسرگزینی از دیدگاه دو گروه دانشجویان دختر و پسر دانشکده علوم پزشکی جهرم»، نشریه طب و تزکیه، ۱۴.

- [11] Bak, P.M.(2010). "Sex Differences in the Attractiveness Halo Effect in the Online Dating Environment". *Journal of Business and Media Psychology*. 1, pp 1-7.
- [12] Baker, A. (2005). *Double Click: Romance and Commitment Among Online Couples*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- [13] Becker ,G.S. (1973). A Theory of Marriage: part I. *The Journal of Political Economy*, Vol. 81, No. 4., pp 813-846.
- [14] Bisin, Alberto, Giorgio Topa, and Thierry Verdier, (2004), "Religious Intermarriage and Socialization in the United States," *Journal of Political Economy*, pp 615-664
- [15] Brym, R. J. & Lenton, R. L. (2001). "Love Online: A Report on Digital Dating in Canada". A Report on surveys funded by: msn.ca. <http://projects.chass.utoronto.ca/brym/loveonline.pdf>.
- [16] Burdett, Kenneth, and Melvyn Coles, (1997),, "Marriage and Class," *Quarterly Journal of Economics*, pp 141-168.
- [17] Buss, D. M. & Barnes, M. (1986). Preferences in human mate selection. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, pp 559-570.
- [18] Buss, D. M. (1989). Sex differences in human mate preferences: Evolutionary hypotheses tested in 37 cultures. *Behavioral and Brain Sciences*, 12, pp 1-49.
- [19] Buss, D. M., & Schmitt, D. P. (1993). Sexual strategies theory: An evolutionary perspective on human mating. *Psychological Review*, 100, pp 204-232.
- [20] Buss, D. M., and Kenrick, D. T. (1998). Evolutionary social psychology. In D. T. Gilbert, S. T. Fiske, and G. Lindzey (Eds.), *The Handbook of Social Psychology* (4th ed., Vol. 2, pp. 982-1026). New York: McGraw-Hill.
- [21] Buss, D. M., Shackelford, T. K., Kirkpatrick, L. A., & Larsen, R. J. (2001). A half century of American mate preferences: The cultural evolution of values. *Journal of Marriage and the Family*, 63, pp 491-503.
- [22] Casimiro,C.(2014) Portuguese online dating:exploring gender differences in self-presentations. *Revista Teknokultura* , Vol. 11 N. 1: pp 117-14
- [23] Child, M , Low, K. G., McCormick,Y. , Cocciarella,A. (1996) "Personal advertisements of male-to-female transsexuals, homosexual men, and heterosexuals." *Sex Roles*. 34 (5-6), pp 447-455.
- [24] Dutton, W. H. , Helsper, E. J., Whitty, M. T., Buckwalter, J. G. , Lee, E (2008).

- “Mate Selection in the Network Society: The Role of the Internet in Reconfiguring Marriages in Australia, the United Kingdom and United States”. Working paper presented at: ‘Meeting, Dating, Marriage and the Internet’, Oxford Internet Institute, University of Oxford, 3 October 2008.
- [25] Eagly, A. H. & Wood, W. (1999). The origins of sex differences in human behavior: Evolved dispositions versus social roles. *American Psychologist*, 54, pp 408- 423.
- [26] Eagly, A. H., Johannesen-Schmidt, M. C., & van Engen, M. (2003). Transformational, transactional, and laissez-faire leadership styles: A meta-analysis comparing women and men. *Psychological Bulletin*, 95, pp 569–591.
- [27] Eastwick, P. W., & Finkel, E. J. (2008). Sex differences in mate preferences revisited: Do people know what they initially desire in a romantic partner? *Journal of Personality and Social Psychology*, 94, pp 245–264.
- [28] Feingold, A. (1990). Gender differences in effects of physical attractiveness on romantic attraction – a comparison across 5 research paradigms. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, pp 981–993
- [29] Feingold, A. (1992). Gender differences in mate selection preferences: A test of the parental investment model. *Psychological Bulletin*, 112, pp 125–139.
- [30] Fiore, A. T., Taylor, L. S., Mendelson, G. A., Hearst, M (2008). “Assessing Attractiveness in Online Dating Profiles”. Proceeding of the twenty-sixth annual SIGCHI conference on Human factors in computing systems. ACM Press, pp 797-806.
- [31] Fisman, R., Sh. Iyengar, E. K., and Itamar S. (2006). “Gender Differences in Mate Selection: Evidence from a Speed Dating Experiment.” *Quarterly Journal of Economics*, 121(2): pp 673–97.
- [32] Fletcher, G. J. O., Simpson, J. A., Thomas, G., & Giles, L. (1999). Ideals in romantic relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76, pp 72–89.
- [33] Gangestad, S. W., & Simpson, J. A. (2000). The evolution of human mating: Trade-offs and strategic pluralism. *Behavioral and Brain Sciences*, 23, pp 573–644.
- [34] Goodwin, R., & Tang, D. (1991). Preferences for friends and close relationship partners: A cross-cultural comparison. *Journal of Social Psychology*, 131, pp 579–581.
- [35] Harrison, A.A. & Saeed, L. (1977). 'Let's make a deal: an analysis of revelations and stipulations in lonely hearts advertisements.' *Journal of Personality and Social Psychology* (35), pp 257-64.
- [36] Hill, R. (1945). Campus Values in Mate Selection. *Journal of Home Economics*, 37, pp 554-558.
- [37] Hitsch, G. J., Hortaçsu, A., & Ariely, D. (2006). “What Makes You Click: An Empirical Analysis of Online Dating,” Working Paper.
- [38] Hitsch, G. J., Hortaçsu, A., & Ariely, D. (2010b). What makes you click? Mate preferences in online dating. *Quantitative Marketing and Economics*, 8, pp 393–427.
- [39] Howard, J. A., Blumstein, P., & Schwartz, P. (1987). Social or evolutionary theories? Some observations on preferences in human mate selection. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, pp 194-200.
- [40] Hoyt, L. L., & Hudson, J. W. (1981). Personal characteristics important in mate

- preferences among college students *Social Behavior and Personality*, 9, pp 93–96.
- [41] Hudson, J. W., & Henze, L. F. (1969). Campus values in mate selection: A replication. *Social Forces*, 31, pp 772–775.
- [42] Humphreys, L (2006). "Photographs and the presentation of self through online dating services". In: Messaris, P, & Humphreys, L (eds.). *Digital Media: Transformations in Human Communication* (pp. 39-49). New York: Peter Lang.
- [43] Kenrick, D. T., & Keefe, R. C. (1992). Age preferences in mates reflect sex differences in human reproductive strategies. *Behavioral & Brain Sciences*, 15, pp 75–133.
- [44] Kenrick, D. T., Groth, G. E., Sadalla, E. D., & Trost, M. R. (1993). Integrating evolutionary and social exchange perspectives in relationships: Effects of gender, self-appraisal and involvement level on mate selection criteria. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, pp 951-969.
- [45] Kenrick, D. T., Neuberg, S. L., Zierk, K. L., & Krones, J. M. (1994). Evolution and social cognition: Contrast effects as a function of sex, dominance, and physical attractiveness. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 20, pp 210–217.
- [46] Kenrick, D. T., Sadalla, E. K., Groth, G., & Trost, M. R. (1990). Evolution, traits and the stages of human courtship: Qualifying the parental investment model. *Journal of Personality*, 58, pp 97-116.
- [47] Leary, M.R. & Kowalski, R. M. (1990). "Impression Management: A Literature Review and Two-Component Model." *Psychological Bulletin*. 107(1), 34-47, Vol. 11 N. 1
- [48] Madden, M. & Lenhart, A (2006). "Online Dating". Pew Internet Project & American Life Project, pp 1-35
- [49] McGinnis, R. (1958). Campus values in mate selection: A repeat study. *Social Forces*, 36, pp 368–373.
- [50] Morgan, E.M., Richards, T.C. & Vanness, E. M. (2010). "Comparing narratives of personal and preferred partner characteristics in online dating advertisements". *Computers in Human Behavior*. 26 (5), pp 883-888.
- [51] Mortensen, Dale T., and Christopher A. Pissarides, "New Developments in Models of Search in the Labor Market," in O. Ashenfelter and D. Card, eds., *Hand book of Labor Economics*, Vol. 3 (Amsterdam: Elsevier Science, 1999), pp 2567–2627.
- [52] Parmer, T. (1998). Characteristics of preferred partners: Variations between African American men and women. *Journal of College Student Development*, 39, pp 461–471.
- [53] Regan, P. C., Levin, L., Sprecher, S., Christopher, F. S., & Cate, R. (2000). Partner preferences: What characteristics do men and women desire in their short-term sexual and long-term romantic partners? *Journal of Psychology and Human Sexuality*, 12, pp 1–20.
- [54] Rosenfeld, P., Edwards, J. E., & Thomas, M. D. (2012). Searching for a Mate: The Rise of the Internet as a Social Intermediary". *American Sociological Review*. 77 (4), pp 523-547.
- [55] Schmitt, D. P., Alcalay, L., Allik, J., Ault, L., Austers, I., Bennett, K. L (2003). Universal sex differences in the desire for sexual variety: Tests from 52

- nations, 6 continents, and 13 islands. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, pp 85–104.
- [56] Shackelford, T. K., Schmitt, D. P., & Buss, D. M. (2005a). Mate preferences of married persons in the newlywed year and three years later. *Cognition & Emotion*, 19, pp 1262–1270.
- [57] Shackelford, T. K., Schmitt, D. P., & Buss, D. M. (2005b). Universal dimensions of human mate preferences. *Personality and Individual Differences*, 39, pp 447–458.
- [58] Shimer, Robert, and Lones Smith(2000), Assortative Matching and Search, *Econometrica*, pp 343–369.
- [59] Simpson, J. A., & Gangestad, S. W. (1992). Sociosexuality and romantic partner choice. *Journal of Personality*, 60, pp 31–51.
- [60] Sprecher, S., Sullivan, Q., & Hatfield, E. (1994). Mate selection preferences: Gender differences examined in a national sample. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, pp 1074–1080.
- [61] Strassberg, D. S., & Holty, S. (2003). An experimental study of women's Internet personal ads. *Archives of Sexual Behavior*, 32, p 253.
- [62] Toro-Morn, M. & Sprecher, S. (2003). A cross-cultural comparison of mate preferences among university students: The United States vs. the People's Republic of China (PRC). *Journal of Comparative Family Studies*, 34, pp 151-170.
- [63] Townsend, J. M. (1998). *What women want—what men want: Why the sexes still see love and commitment so differently*. New York: Oxford University Press.
- [64] Trivers, R. L. (1972). Parental investment and sexual selection. In Campbell, B. (Ed.), *Sexual Selection and the Descent of Man*. Chicago: Aldine. pp 136-179.
- [65] Whitty, M.T. & Carr A. N. (2006). *Cyberspace romance. The psychology of online relationships*. New York: Palgrave Macmillan.
- [66] Wiederman, M. W., & Allgeier, E. R. (1992). Gender differences in mate selection criteria: Sociobiological or socioeconomic explanation? *Ethology & Sociobiology*, 13, pp 115–124.
- [67] Woll, S. B. & Young, P (1989). "Looking for Mr. or Ms. Right: Self-Presentation in Videodating". *Journal of Marriage and the Family*. 51 (2), pp 483-488.