

# عشق آنلاین و گونه های آن در فضای مجازی: مطالعه کاربران در شهر کاشان در سال 1399

\*سیدکمال الدین موسوی (استادیار جامعه شناسی دانشگاه کاشان)

\*حدیثه شمس (دانشجوی کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگی دانشگاه کاشان)

## چکیده

پژوهش حاضر به مطالعه عشق آنلاین و گونه های آن در فضای مجازی آنها در پرتوی ویژگیهای کاربران می پردازد و در این بررسی از نظریات استرنبرگ، لی، گیدنز، باومن و بن زئیف بهره گرفته است. پیمایش، روش اصلی تحقیق و جامعه آماری نیز شامل شهروندان شهر کاشان در سال 1399 بوده که از این میان نمونه ای به تعداد 384 نفر و به شیوه نمونه گیری هدفمند انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفته اند. بر اساس یافته های پژوهش امکان شکل گیری عشق آنلاین در جامعه مورد مطالعه وجود داشته و گونه های مختلفی از عشق آنلاین در بین کاربران شکل گرفته است. رایج ترین گونه عشق آنلاین در پاسخگویان، عشق تفریح و سرگرمی (لودوس) و پس از آن به ترتیب عشق های حسابگرانه، و همسریاب بوده اند. و جالب اینکه حجم "عشق های خیانت آمیز" تنها 4٪ از کل روابط رومانتیک آنلاین را در پاسخگویان تشکیل داده است. براساس نتایج آزمون فرضیات روشن شد به استثنای خودپنداره، جنسیت و محیط اینترنتی، گونه های عشق آنلاین با متغیرهایی چون سن، وضع تأهل، سطح تحصیلات، نگرش به اینترنت، مدت زمان تداوم دوستی اینترنتی، و نوع شغل افراد رابطه دارد یعنی افراد با توجه به اینکه در چه گروه سنی، تحصیلی، اشتغال و... قرار دارند گونه های متفاوتی از عشق آنلاین را تجربه می کنند.

واژگان کلیدی: عشق آنلاین، گونه شناسی، فضای مجازی، خودپنداره، محیط اینترنتی

+ + +

## Study of the online love & its types in cyberspace

### Abstract:

This study is devoted to a typology of online love in cyberspace in the shadow of social characteristics of users. Ideas of Sternberg, Lee, Bawman, Giddens and Ben Zeev about Love are theoretical base of the research. Statistical population contains all citizens of Kashan city in 2020, out of which 384 persons were selected by the purposive sampling method. Findings showed that different types of online love have been formed in cyberspace, although the most widespread type of online love that was seen among respondents is the type of "fun and entertainment" (Ludus), followed by pragmatic and matchmaking loves respectively. At the same time, the main types of online love differ according to the characteristics of users such as: age, marital status, level of education, friendship duration and type of occupation. Interestingly, the share of infidelity love is seen only among 4% of the total online relationships. Moreover, there is a relationship between the types of online love with the attitudes toward the Internet and with the Internet environments.

**Keywords:** online love, typology, cyberspace, self-concept, internet environment

## طرح مساله

آنتونی گیدنز (1992) عشق را یک نوع دلبستگی فیزیکی و شخصی می داند که دو نفر نسبت به یکدیگر احساس می کنند. سیوتلانا کلیمووا (2009) نیز عشق را پدیدار شدن یک حس خاص نسبت به دیگری یا دو نفر نسبت به همدیگر، که بیشترین رضایت و خرسندی را برای انسان به دنبال داشته، طرف مقابل را یک فرد بی بدیل تلقی کرده و آرزوی بودن با او را داشته باشد تعریف کرده است. از گذشته تا به حال، تعاریف متعددی از عشق توسط فلاسفه، ادیبان، شاعران، روانشناسان و جامعه شناسان و... ارائه شده و با اینکه در طول تاریخ همواره به این واژه پرداخته شده اما باز هم گویا جنبه های زیادی از آن هنوز مبهم و مجهول باقی مانده است. برای نیاکان ما که اساساً موبایل و اینترنت و فضای مجازی وجود نداشت، دختر و پسرها عشق را در نقاط نزدیک و اطراف خود، یا در روابط خویشاوندی، همسایگی یا روابط دوستانه می جستند. اما با ظهور تلگراف و سپس تلفن ثابت، رابطه های عاشقانه و از راه دور شکل گرفتند. و تلفن های خانگی برای مدت ها، یکی از جالبترین عرصه هایی بود که داستان های عاشقانه پیرامون آن شکل می گرفت و پیوندهای رومانتیک را تقویت می کرد، اما آن دوره نیز به سر آمد و هم اینک در زمانی زندگی می کنیم که موبایل، اینترنت، ایمیل، چت روم، سایت های دوست یابی و شبکه های اجتماعی همچون فضاهایی برای پرسه زدن، وقت گذرانی، سرگرمی، دوست یابی، یافتن یک هم زبان، هم درد و هم احساس که بتوان به او عشق ورزید، بهترین و سریع ترین امکانات را در اختیار انسانها گذاشته اند. در چنین بستری است که شاهد نطفه بندی عشق آنلاین یا عشق در فضای اینترنت هستیم، پدیده نوظهوری که باید درباره آن بسیار آموخت.

بنظر می رسد، اگر چه عشق ظاهراً یک پدیده روانشناختی است، اما به طور هم زمان، یک پدیده اجتماعی نیز هست زیرا هم ساختار و هم تحولات اجتماعی بر این پدیده تأثیرگذارند: ساختار اجتماعی می تواند نوع و محتوای عشق را بر حسب شرایط و موقعیتهای ساختاری شکل داده و بر آن اثر بگذارد. تحولات اجتماعی نیز می توانند الگوهای عشق ورزی را در طول زمان و با توجه به شرایط جدید اجتماعی دگرگون سازند به گونه ای که در هر مقطع زمانی الگوی خاصی از عشق را در سطحی وسیع رواج بخشد و از انتشار الگوهای دیگر ممانعت نماید. در همین رابطه، چنانچه می دانیم یکی از تحولات مهم دهه های اخیر را ظهور اینترنت و فضای مجازی و پیامدهای آن ها در زندگی

مردم تشکیل می‌دهد. بسیاری افراد برای ایجاد ارتباط رومانتیک و یا حتی انتخاب همسر ایده‌آل خود به فضای مجازی رفته و از طریق اینترنت با دیگران دوستی برقرار می‌کنند و پس از چندی، عشق و علاقه میان آن‌ها به وجود می‌آید و حتی ممکن است پیشنهاد ازدواج دهند یا چنین پیشنهادهایی دریافت کنند. اما باید توجه داشت که رشد و توسعه روابط رومانتیک آنلاین، در کنار خدمات و تسهیلاتی که بویژه در اختیار نسل جوان قرار داده است مسائل و ابهامات گوناگونی را نیز پیش روی جامعه قرار داده است که باید شناسایی شوند. از جمله اینکه بسیاری از هنجارها، الگوها و ارزش‌های سنتی مربوط به آشنایی‌های قبل از ازدواج و یافتن زوج مناسب، امروزه یکی یکی با چالش روبرو شده و کارآمدی آنها برای پاسخگویی به نیازهای رومانتیک نسل جدید زیر سوال رفته است. دیگر آن که، ماهیت و ابعاد گوناگون عشق و علاقه ای که در فضای اینترنتی میان مردان و زنان شکل می‌گیرد نیز هنوز بسیار ناشناخته است. از اینرو چندان گرافه نیست اگر گفته شود عشق در طول تاریخ همواره یک پدیده پر رمز و راز بوده و هم اینک با پدیدار شدن عشق آنلاین و اینترنتی، رمز و رازهای این پدیده دو چندان شده است. به هر تقدیر، چنین پدیده ای آمده است تا بماند و در زندگی انسانها ریشه بدواند، بنابراین لازم است ابعاد آن مورد مطالعه قرار گیرد. چنین نیازی موجب شده تا مطالعه و کنکاش پیرامون عشق آنلاین و انواع آن در فضای مجازی محور مطالعه این پژوهش قرارگیرد

### **پیشینه تحقیق**

تاملی در ادبیات موضوع نشان می‌دهد بررسی درباره عشق آنلاین و ابعاد و انواع آن در ایران هنوز در آغاز راه قرار دارد زیرا تحقیقاتی که در کشور انجام شده است عمدتاً نگرش افراد به روابط رومانتیک اینترنتی و یا تاثیرات این نوع روابط را بر زندگی زناشویی مورد توجه خود قرار داده اند اما توجهی به ابعاد مختلف عشق در فضای مجازی به چشم نمی‌خورد. این در حالی است که در دهه اخیر، محققان گوناگونی در خارج کشور به کنکاش در باره ابعاد و جزئیات این موضوع پرداخته اند. به عنوان نمونه، در مطالعه کورن ول و همکارانش در 2001 بسیاری از کاربران اظهار داشتند عشق آنلاین آن‌ها بیشتر دارای جنبه سرگرمی، تحریک و برانگیختگی، و بخاطر کسب لذت و خشنودی بوده ولی معنای یک رابطه جدی و بلند مدت و تعهد و پایداری برای آن‌ها نداشته است (Cornwell,

208: 2001). اندرسون (2005)، نیز در مطالعه ای پیرامون تعاملات رومانتیک آنلاین متوجه شد گرایش به اینترنت و مدت زمان تداوم ارتباط آنلاین موجب درک بهتری از روابط عاشقانه آنلاین در افراد می شود، بدین معنا که هرچه افراد گرایش مثبت تری به اینترنت داشته و زمان زیادتری را صرف اینترنت کنند، ذهنیت مثبت تری به "روابط رومانتیک آنلاین" پیدامیکنند. از اینرو، بنظر اندرسون، چون استفاده از اینترنت همه جا در حال افزایش است، این امکان وجود دارد که روابط عاشقانه آنلاین برای مردم شایع تر و قابل قبول تر شود. ویلدر موث و ولگبائر (2007)، در پژوهشی نقل قول های مکتوب دوستانه کاربر که دارای روابط رومانتیک آنلاین بوده اند را در سایت گروه خبری "یوزنت" بررسی کرده و متوجه شدند بسیاری از پاسخگویان احساس خود نسبت به شرکای آنلاین شان را به عنوان یک عشق واقعی توصیف می کنند. برای پاسخگویان، تجربه عشق آنلاین، نوعی احساس رهایی و یکنوع پیوند فوری و سریع بوده است. لاوسون و لک نیز در مطالعه ای، انگیزه جفت های اینترنتی و سبک های نزدیکی و صمیمیت آنها را در محیط آنلاین بررسی کردند. یافته های آنان نشان داد که انگیزه های پاسخگویان از جفت یابی آنلاین عمدتاً شامل مواردی از قبیل: یافتن همدم، رسیدن به آرامش بعد از یک بحران، کنترل بهتر بر خود و محیط، آزادی از برخی تعهدات و نقش های کلیشه ای، ماجراجویی و فانتزی های رمانتیک می باشد. مطالعات بارینگ<sup>1</sup> و براکت<sup>2</sup> (2008) پیرامون روابط اینترنتی نیز نشان می دهد کسانی که در گسترش روابط عادی و آنلاین موفق نبوده و یا مکرراً با عدم پذیرش توسط دیگران روبرو بوده اند، از اینترنت برای یافتن یک شریک رومانتیک بیشتر استفاده کرده و بیش از دیگران مستعد استفاده از سایت های دوستیابی هستند (Pananakhonsab, 2016: 49-51). مونیکا ویتی<sup>3</sup> (2008)، در پژوهشی پیرامون تعاملات رومانتیک آنلاین دریافت که فضای مجازی محیط منحصر به فردی را برای یادگیری و تجربه افراد در مورد روابط و تمایلات جنسی در اختیار می گذارد. او به بررسی خصوصیات افراد (شخصی، فیزیکی و جذابیت)، مقدار زمان صرف شده در دوستی های اینترنتی، طول مدت ارتباط و تأثیرگذاری این ارتباط بر فعالیت های آنلاین آنها پرداخته و تاکید دارد که فقدان نشانه های اجتماعی در

---

1- Baring  
2- Brackett  
1- Viti

اینترنت می‌تواند به ایجاد رابطه‌های بسیار شخصی و صمیمی منجر شود. همچنین، فینکل<sup>۱</sup> و همکارانش (2012) در پژوهشی دریافتند که دوستیابی آنلاین مزایای مهمی نسبت به دوستیابی آفلاین معمولی دارد زیرا سطح دسترسی بی‌سابقه‌ای به شرکای بالقوه را ارائه می‌دهد و این مزیت، بویژه برای مجردهایی که در غیر این صورت ممکن است چنین دسترسی نداشته باشند بسیار مفید است. همچنین این امکان را برای جفت‌های آنلاین فراهم می‌کند تا قبل از تصمیم‌گیری در مورد ملاقات با یکدیگر، به یک ارزیابی اولیه در مورد سازگاری خود با شرکای احتمالی دست پیدا کنند. در همین زمینه، آنا لومانوسکا و ماتیه گیتون (2016) در فراتحلیلی از تحقیقات انجام شده پیرامون "روابط صمیمانه آنلاین" بدین نتیجه رسیدند که روابط صمیمی آنلاین می‌توانند از نظر معنا و مفهومی که برای افراد دارند و یا از نظر میزان صمیمیت و پایداری موجود در آنها، تقریباً مشابه با روابط رومانیتیک عادی و آفلاین بوده و حتی می‌توانند روابط آفلاین موجود را تقویت کرده و غنی سازند. نتایج این بررسی نشان داده است حتی بعضاً می‌توان از تجهیزات واقعیت افزوده برای شبیه‌سازی برخی جنبه‌های جسمی موجود در تعاملات صمیمی نیز استفاده کرد. بعلاوه، ایندو محقق شواهدی از تأثیرات مثبت روانی اجتماعی در تعاملات اجتماعی آنلاین را ملاحظه کرده‌اند که ابعادی چون صمیمیت، خود افشاگری و حمایت اجتماعی را در بر می‌گیرد. بررسی مردم‌نگارانه مهدوی (1385) در بین کاربران اینترنتی جوان، تحصیل‌کرده و وابسته به طبقه متوسط در تهران نشان داد برای جوانان تهرانی، عشق اینترنتی یک شکل امن‌تر برای ایجاد رابطه رومانیتیک است و به آنها امکان شناختن یکدیگر را آنهم قبل از ریسک کردن و دیدار حضوری با معشوق خود می‌دهد. نتایج این پژوهش نشان داد، فضای چت فرصت مناسبی را به شرکت‌کنندگان - به خصوص جوانترها که قبلاً تجربه رابطه با جنس مخالف نداشته‌اند - می‌دهد تا فارغ از محدودیت‌های اجتماعی و خصوصیات فردی خود ملاقات و معاشرت با جنس مخالف را یاد گرفته و تمرین کنند. نهایتاً، مطالعه کنعانی و همکاران (1393) در بین دانشجویان دانشگاه گیلان نشان داد "استفاده از اینترنت و سن" دو عامل عمده‌ای است که در نوع نگرش دانشجویان نسبت به دوستیابی‌های اینترنتی با جنس مخالف نقش ایفا می‌کنند.

## مرور نظری

به طور کلی، نظریات مربوط به عشق را می توان براساس حوزه مورد تأکیدشان به دو دسته تقسیم کرد؛ دسته نخست نظریاتی هستند که مربوط به عشق عادی و آفلاین بوده و شامل روابط رومانیک در دنیای واقعی و زندگی معمولی اند. دسته دوم، به عشق های آنلاین اشاره داشته و ناظر بر روابطی اند که در فضای مجازی و طی تعاملات آنلاین شکل گرفته و چه بسا در گذر زمان و بر حسب شرایط، ممکن است به روابط عاشقانه عادی و آفلاین نیز تبدیل شوند. در هردو گروه، مجموعه وسیعی از نظریه ها ارائه شده که البته از آن میان برخی شناخته شده ترند و در اینجا بدانها استناد خواهیم نمود. نظریات رابرت استرنبرگ، جان آلن لی، آنتونی گیدنز در گروه نخست و آراء نظریه پردازانی چون یوا ایلوز، زیگمونت باومن و آرون بن زئیف که عشق را در فضای آنلاین بررسی کرده اند در گروه دوم قرار می گیرند. از آن جایی که هدف این پژوهش بررسی عشق آنلاین و گونه های آن در فضای مجازی است، در تبیین تئوریک مسئله و ارائه یک دستگاه تحلیلی متناسب، از هر دو رهیافت بویژه نظریات استرنبرگ، لی، گیدنز، باومن و بن زئیف استفاده شده است. درحقیقت، تلفیق این نظرات کمک می کند تا هم به ویژگیهای عمده و هم به گونه شناسی خاصی از عشق در فضای مجازی دست یابیم.

جان آلن لی از 6 نوع عشق اروس، لودوس، استورگ، پراگما، مانیا و آگاپه صحبت می کند (حسینی و همکاران، 168:1396) هرچند از نظر او سه رنگ اصلی عشق ها عبارت اند از اروس (شهوایی)، لودوس (تفریح و سرگرمی) و استورگ (صمیمانه). رابرت استرنبرگ نیز از یک مثلث عشق سخن می گوید که دارای 3 ضلع اساسی است: صمیمیت، میل جنسی و تعهد. و عشق هم می تواند فقط با یکی از این مولفه ها تشکیل شود و هم ممکن است ترکیبی از این سه مولفه ها باشد اما اگر چنانچه در یک رابطه عشقی تمامی این سه جزء حضور پررنگ داشته باشند عشق کامل به وجود می آید. در یک نگاه عمیق تر، اگر ابعاد سه گانه عشق استرنبرگ یعنی میل جنسی، صمیمیت و تعهد را در پیوند با انواع شش گانه عشق از جان آلن لی در نظر بگیریم فصول مشترکی را می توان در آنها ملاحظه کرد. میل جسمانی در نظرات استرنبرگ به عشق اروس در نظرات لی گره می خورد و هر دو از یک حقیقت سخن می گویند، همچنانکه صمیمیت در نگاه استرنبرگ همین پیوند را با عشق از نوع استورگ در نظرات

آلن لی نشان داده و تعهد در نگاه استرنبرگ نیز سرنخ هایی از عشق آگاهانه (وفادارانانه و فداکارانه) متعلق به جان آلن لی را در خاطره زنده می کند. اما در همین حال، گونه شناسی شش گانه لی برخی از انواع عشق را مطرح می کند که در گونه شناسی استرنبرگ برای آنها ما معادلی به چشم نمی خورد. این گونه ها عبارتند از عشق لودوس که در آن جنبه های تفریح و سرگرمی رابطه عاشقانه و دم غنیمت شمردن بیشتر مطرح است. همچنین عشق وسواس گونه و دمدمی مزاج (مانیا) که حسادت و اصرار بر تملک معشوق باعث تلاطم و تزلزل دایمی این گونه از عشق هاست. یا عشق حسابگرانه (پراگما) که در آن لیستی از سود و زیان های حاصله از یک رابطه عاشقانه همواره برای طرفین رابطه مطرح است. از سوی دیگر، استرنبرگ در طبقه بندی خود، محصول نهایی ترکیب میل جنسی و صمیمیت را در "عشق های رومانتیک" می بیند، و این عشق رومانتیک نقطه پیوند میان استرنبرگ و گیدنز است، با این تفاوت که گیدنز معتقد است دوران عشق رومانتیک که روزگاری به منزله ایده آل ترین سبک عشق ورزی بود، دیگر به سرآمده و مربوط به تاریخ گذشته هاست. از اینرو گیدنز گونه شناسی عشق را به مرحله ای جدیدتر ارتقاء داده و به عشق در روزگار ما به عنوان یک "رابطه ناب و خالص" آنها بر پایه خشنودی و رضایت عاطفی می نگرد، همان عشقی که به هیچ چیز غیر از کیفیت خود رابطه متکی نیست. پیدایش این عشق تا اندازه زیادی جهت تامین نیاز به "صمیمیت" صورت گرفته است، در نتیجه، افراد چنین عشقی را تا آنجا ادامه میدهند که واجد پاداش عاطفی برایشان بوده باشد (Giddens, 1992: 61). در نگاه گیدنز، عشق در دوره معاصر هویت خود را عمدتاً در رابطه های ناب احساسی و عاطفی رقم می زند اما این رابطه ناب و خالصی که گیدنز آنها را عشق رایج در دوران مدرنیته متاخر می نامد با عشق کامل استرنبرگ که شامل تمام جنبه های سه گانه صمیمیت، میل جنسی و تعهد بود متفاوت است زیرا رابطه ناب گیدنز صرفاً تا زمانی که خشنودی عاطفی برای طرفین به ارمغان بیاورد سزاوار تعهد و پایبندی است. با این وجود، رابطه ناب یا همان عشق دوران پست مدرن، متکی بر صمیمیت، اعتماد، درک متقابل، هم زبانی، هم احساسی و خصوصیتی است که شالوده عشقی "صمیمانه، عمیق و اثرگذار" را تشکیل می دهند. چنین رابطه ای مرزهای زمان، مکان، طبقه، سن و سال و... را در می نوردد و هر جا امکانی برای ظهور بیابد در آنجا آشکار می شود. این عشق گیدنزی است که راه خود را به روابط عاشقانه اینترنتی نیز باز می کند و با گونه شناسی بن

زئیف(2004) در زمینه عشق آنلایین پیوند می خورد. در گونه شناسی بن زئیف، روابط عاشقانه آنلایین سه دسته اند: نخست، آن روابطی که برای یافتن همسر یا معشوق واقعی صورت می گیرد و به همین خاطر این روابط پس از مدتی از حالت آنلایین به حالت آفلاین و دیدار حضوری کشیده شده و در آن مسیر ادامه می یابد. دوم، روابط عاشقانه ای است که جنبه سرگرمی و لذت بردن از لحظات در آن پر رنگ است و این نوع از عشق آنلایین بن زئیف بسیار مشابه عشق لودوس در نگاه جان آلن لی است. اما نوع سوم از روابط عاشقانه آنلایین بن زئیف که روابطی بسیار عمیق، احساسی و اثرگذارند را می توان با رابطه ناب و خالص گیدنز همسو و مشابه دید. هم در روابط عمیق و عاشقانه آنلایین و هم در رابطه ناب و خالص گیدنز، کسب خشنودی عاطفی از یک ارتباط مهمترین عاملی است که افراد را به یکدیگر پیوند می زند. این نوع روابط متکی به هیچ عامل بیرونی دیگری نبوده و تعهدی به تداوم نیز ندارد بلکه تنها ضامن حفظ و استمرار آن بهره مندی از رضایت عاطفی و لذت بردن از رابطه ای است که جریان دارد. بدین ترتیب، یک عشق آنلایین می تواند صمیمانه و عمیق شود اما ویژگی ناپایداری و عدم تعهد هرگز از آن جدا نمی شود، و چنین خصوصیتی یادآور نظرات باومن در زمینه سیال بودن و نو به نو شوندگی عشق در دوران معاصر است. رابطه رومانیتیک در نگاه باومن (1384) از جنس رابطه های شیرین و کوتاه است که برای لذت بردن از آن لازم نیست سختی ها را تحمل کنیم. تنها چیزی که اهمیت دارد آسایش و راحتی است زیرا هرچه در رابطه کمتر سرمایه گذاری شود، انسان کمتر در معرض آسیب های آن قرار می گیرد. به نظر باومن در عصر مدرن زنان و مردان به شدت محتاج به ایجاد رابطه هستند، اما در عین حال از آن هراس دارند که این ارتباط برای همیشه باقی بماند و آن ها را مجبور به تحمل فشارهایی کند که آزادی آن ها سلب گردد. در فضای اینترنت که تعویض روابط بجای ترمیم روابط شاخصه اصلی تعاملات محسوب می شود عشق و علاقه های ناخوشایند و یا محدود کننده به سرعت جای خود را به عشق های جدید و آدم های تازه می دهد.

بدین ترتیب، تلفیقی از رویکردهای استرنبرگ، لی، گیدنز، بن زئیف و باومن امکان پی بردن به برخی ابعاد و گونه های عشق در فضای آنلایین را خواهد داد. اگرچه برخی از این گونه های عشق متعلق به دنیای واقعی اند اما چنانچه ملاحظه شد مشترکات جالبی با برخی خصوصیات روابط عاشقانه در محیط های آنلایین می توانند داشته باشند. با



الهام از نظریات مربوطه گونه هایی از عشق را می توان یافت که در فضای مجازی و طی تعاملات آنلاین احتمال شکل گیری دارند اما لازم است بصورت تجربی و در یک جامعه نمونه مورد بررسی قرار گیرند. از این گونه ها می توان به عشق لودوس، استورگ، رابطه ناب و خالص، عشقِ مقدمهٔ ازدواج و ... اشاره کرده و ملاحظه نمود هر یک از این گونه ها در کدام محیط آنلاین بیشتر رایج شده اند، و چه نسبتی با تیپ اجتماعی و یا خودپنداره های کاربران می توانند داشته باشند. در نهایت، با توجه به توضیحاتی که ارائه شد، در این پژوهش یک سوال و چهار فرضیه به شرح زیر در دستور کار مطالعه قرار گرفته اند:

- گونهٔ رایج عشق آنلاین در جامعه مورد بررسی کدام است؟
- میان گونه های عشق آنلاین و متغیر های زمینه ای رابطه وجود دارد
- میان گونه های عشق آنلاین و خودپنداره افراد رابطه وجود دارد
- بین گونه های عشق آنلاین و مدت زمان تداوم دوستی آنلاین رابطه وجود دارد
- میان گونه های عشق آنلاین و نوع محیط اینترنتی مورد استفاده رابطه وجود دارد

## تعریف مفاهیم

**متغیر های زمینه ای:** منظور از متغیرهای زمینه ای، عمدتاً شامل ویژگی های فردی و خانوادگی نظیر سن، وضعیت تأهل، پایگاه اجتماعی و اقتصادی است که به نوعی تیپ اجتماعی افراد را نیز می توانند نشان دهند. براساس دیدگاه بلامر (1979) متغیرهایی مثل سن، جنس و طبقه اجتماعی و سایر متغیرهای زمینه ای از طریق فرایند جامعه پذیری بر افراد تأثیر گذاشته و یاد می گیرند چه نوع رفتاری از آنها به عنوان مرد، زن، عضو طبقه بالا و یا پایین در موقعیتهای مختلف - و از جمله در روابط رومانتیک- انتظار می رود. در این پژوهش متغیرهایی چون: سن، سن، وضعیت تأهل، سطح تحصیلات، حوزه تحصیل، محیط استفاده و تداوم دوستی آنلاین، هر کدام با استفاده از یک

پرسش در پرسشنامه از پاسخگویان سوال شده است. سطح سنجش متغیرهای ذکر شده به ترتیب اسمی، فاصله ای، اسمی، رتبه ای، اسمی، اسمی و ترتیبی بوده است.

**خود پنداره:** خودپنداره شامل تمام اندیشه‌ها، ادراکات و ارزش‌هایی است که "من" یا "خودم" را می‌سازند و دربرگیرنده آگاهی از "آنچه هستم" و "آنچه می‌توانم انجام دهم" است. این خویشتن ادراک‌شده، به نوبه خود بر ادراک فرد از جهان و رفتارش تأثیر می‌گذارد. خودپنداره لزوماً منعکس‌کننده واقعیت نیست؛ ممکن است کسی بسیار موفق و مورد احترام باشد ولی خود را شکست خورده بداند و جالب اینکه، آدمی هر تجربه ای را در رابطه با خودپنداره خویش می‌سنجد. بنظر راجرز، هرچه خود آرمانی انسان نزدیک تر به خود واقعی او باشد، شخص احساس تحقق یافتگی و رضایت بیشتری می‌کند اما فاصله زیاد بین خود آرمانی و خود واقعی منجر به ناخشنودی و نارضایتی شخص می‌گردد (آتکینسون، 1393: 470). هرچند خود پنداره یکی از مفاهیمی است که بیشتر در روانشناسی و علوم تربیتی مطرح و مورد سنجش قرار می‌گیرد اما با توجه به اینکه در ادبیات موضوع، خودپنداره کاربران نیز به عنوان یک پارامتر اثر گذار شناسایی شده بود بنابراین سنجش نقش آن هم در پیدایش عشق آنلاین و هم در شکل‌ها و گونه‌های آن مد نظر قرار گرفته است. در این پژوهش، خودپنداره به کمک شاخص‌هایی چون: رضایت از گذشته خود، رضایت از وضع ظاهری و جسمانی، و رضایت از ویژگی‌های اخلاقی و شخصیتی خود، مورد سنجش قرار گرفته و سطح سنجش این متغیر نیز فاصله ای است.

**محیط آنلاین و اینترنتی:** یک محیط بر ساخته و مبتنی بر شبکه‌های کامپیوتری که افراد می‌توانند در این محیط‌ها لحظه به لحظه به مبادله اطلاعات با یکدیگر بپردازند. شبکه‌های کامپیوتری موسوم به اینترنت با ایجاد محیط‌های گوناگونی چون وب سایت، ایمیل، چت روم، شبکه‌های اجتماعی فیس بوک، توییتر، تلگرام، اینستاگرام و... زمینه را برای تبادل آراء، تجربیات و اطلاعات میان مردم و در فضایی خارج از فضای واقعی فراهم می‌سازند (اسد نژاد، 1391: 99). در این پژوهش محیط آنلاین شامل محیط‌هایی چون ایمیل، چت روم، وبسایت‌های دوستیابی،

شبکه های اجتماعی واتساپ، تلگرام، اینستاگرام می گردد که در کاربران ایرانی برای روابط رومانتیک بیشتر مورد استفاده هستند. سطح سنجش این متغیر اسمی خواهد بود.

**عشق آنلاین:** نیکولا دورینگ (2002)، عشق آنلاین را عشق و علاقه ای تعریف می کند که میان افراد در فضای اینترنتی بوجود آمده و به آنان امکان تجربه صمیمیت و احساسات عمیق متقابل را می بخشد. این تجربه احساسی تا آنجا میتواند عمیق گردد که نشانه هایی شبیه به علایم اعتیاد اینترنتی را در شخص پدیدار سازد: علایمی چون فقدان کنترل بر خود، درلاک خود فرورفتن و کناره گیری از دیگران، و افزایش سهل انگاری و مسامحه در کارهای روزمره (Doering, 2002: 4-8). در این پژوهش عشق آنلاین به کمک شاخصهایی چون علایم فیزیولوژیک هیجان و طپش قلب و...، علاقه، میل جنسی و عاطفی، انتظار و بی قراری، ارسال مکرر پیام، تخیل و تصور پردازی، صمیمیت شدید و احساس رهاشدگی که در نظرات کارشناسان مطرح شده بود استخراج و مورد سنجش واقع شده و سطح سنجش آن نیز فاصله ای است.

**گونه های عشق آنلاین:** گونه شناسی در حقیقت تقسیم بندی و تنظیم داده ها با توجه به مشخصات آنان و برپایه معیار یا معیارهایی خاص است. در هرگونه شناسی، چند اصل باید مراعات گردد: 1- جامعیت هرگونه باید به طورصریح تعریف شده و دارای همه ابعاد لازم جهت در بر گیری تمام عناصر مربوط به خود باشد. 2- مانعیت متقابل، به این معنا که هر نوع باید تعدادی خاص از عناصر مورد نظر را در بر گرفته و داده های مربوط به آن در هیچ رده دیگری جای نگیرد. از جمله گونه هایی که مورد بررسی محققان قرار گرفته است می توان به گونه های فرهنگی، گونه های آرمانی، گونه های شخصیت، گونه های اجتماعی و گونه های فردی اشاره داشت (ساروخانی، 1370: 826). در این پژوهش، گونه های عشق آنلاین براساس تعاریف گیدنز، آلن لی، بن زئیف، استرنبرگ و باومن را می توان به گونه هایی چون عشق همسریاب، عشق لودوس، عشق اروس و شهوانی، عشق پراگماتیک و حسابگرانه، عشق صمیمانه و عمیق یا همان رابطه ناب، و عشق خیانت آمیز دسته بندی کرد. نشانه ها و شاخصه های هر یک از این گونه ها ابتدا از متن آراء صاحب نظران استخراج و پس از اطمینان نسبت به وجود

کاربرد آنها در فضای آنلاین، غربالگری و مورد استفاده قرار گرفته اند. سطح سنجش متغیر گونه های عشق آنلاین اسمی بوده و جدول شماره یک، نشانه ها و شاخصهای هریک از گونه های عشق آنلاین را در نشان می دهد.

شاخصهای هر گونه از عشق	گونه های عشق آنلاین
عشق یعنی مقدمه برای ازدواج، مقدمه یافتن شریک جنسی، مقدمه رابطه حضوری	همسریاب
عشق یعنی رابطه بده بستان، برطرف کردن نیازهای شخصی، بدنبال مزایا و منفعت	حسابگرانه (پراگماتیک)
عشق یعنی یک بازی جذاب، وقت گذرانی لذت بخش، گپ عاشقانه و لحظات خوش	سرگرمی و تفریح (لودوس)
عشق یعنی معاشقه و تبادل پیامهای شهوت انگیز، شیفتگی جنسی، خیالپردازیهای عاشقانه	شهوانی (اروس)
عشق یعنی همزبانی و همروحي، رابطه ناب و برابر، رابطه تدریجی و عمیق، صمیمیت و دوستی	عمیق و صمیمانه
عشق یعنی سوپاپ اطمینان زندگی متاهلی، رابطه لذت بخش، بی دردسر و بدون احساس گناه	خیانت آمیز

※جدول 1. شاخصهای مرتبط با گونه های عشق آنلاین

## روش پژوهش

این مطالعه به روش پیمایش صورت گرفته و در آن برای جمع آوری داده ها از پرسش نامه استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش را اهالی شهر کاشان در سال 1399 تشکیل میدهند که جمعیت آنان براساس نتایج آخرین سرشماری کشور در سال 1395 معادل 304146 بوده و از این میان به کمک فرمول کوکران تعداد 384 نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. در ابتدا شیوه نمونه گیری طبقه ای برای انتخاب پاسخگویان در نظر گرفته شده بود تا بتوان موضوع پژوهش را در دو فضای دانشگاهی و غیردانشگاهی در شهر کاشان بررسی نمود. اما با توجه به این واقعیت که از ابتدای سال 1399 کشور درگیر بیماری کرونا شده و در نتیجه دانشگاهها و بسیاری از اماکن عمومی تعطیل شدند و رعایت ملاحظات بهداشتی، امکان دسترسی به جمعیت نمونه و انجام پرسشگری حضوری براساس طرح نمونه گیری را دشوار می ساخت، طرح اولیه نمونه گیری و مکانیزم جمع آوری داده ها بناچار تغییر کرده و از نمونه گیری طبقه ای به نمونه گیری هدفمند تبدیل شد. از اینرو، در ماه های شهریور و مهر 1399، پرسشنامه پژوهش به دو صورت آنلاین و حضوری توزیع گردید. بخشی از پرسشنامه ها به صورت آنلاین

در گروه های تلگرامی، اینستاگرامی و واتساپ توسط دانشجویان (202 نفر) و بخش دیگر نیز در سطح شهر و توسط افراد عادی و غیر دانشجو (182 نفر) در رده های مختلف جنسی، سنی، شغلی، تحصیلی و... تکمیل شدند.

در این پژوهش، ابزار تحقیق یک پرسشنامه محقق ساخته 15 سوالی بوده که از 12 سوال بسته و 3 سوال باز تشکیل شده است. برای تدوین سوالات مربوط به متغیرهای اصلی تحقیق یعنی عشق آنلاین و گونه های آن، ابتدا نظریات و پیشینه تحقیق مورد واکاوی قرار گرفته و گزاره های متعددی بالغ بر 50 گزاره که بیانگر نشانه های عشق آنلاین و انواع آن بودند استخراج و پس از چند مرحله غربالگری، نهایتاً 11 شاخص برای عشق آنلاین و 19 شاخص برای گونه های عشق آنلاین تعیین گردید. شاخصهای متغیر عشق آنلاین بصورت 11 گویه در پرسشنامه نهایی قرار گرفت اما 18 شاخص مربوط به گونه های عشق آنلاین در قالب شش مجموعه سه گویه ای، و هر مجموعه بیانگر یک نوع از عشق آنلاین تنظیم شده و در پرسشنامه قرار گرفت.

چنانچه میدانیم، اعتبار و روایی انواع گوناگونی دارد که عبارتند از اعتبار صوری، اعتبار سازه ای، و اعتبار معیار، اما برای سنجش اعتبار پرسشنامه در این پژوهش از اعتبار سازه ای استفاده شده است. به تعبیر ناچمیاس، اعتبار سازه ای عبارت است از ایجاد ارتباط بین ابزار سنجش (سنجه ها) با چهارچوب نظری کلی برای اینکه بینیم آیا ابزار تحقیق با مفاهیم و پیش فرض های نظری رابطه دارد یا خیر (ساروخانی، 143:1377). در پژوهش حاضر نیز چنین روندی مرحله به مرحله دنبال شد. از درون چهارچوب نظری معرفیها و شاخصها استخراج، غربالگری، و سپس به گویه هایی تبدیل گردیدند تا در برخورد با واقعیت میدانی میزان پایایی آنها سنجیده شده و در اندازه گیری موضوع تحقیق بکار رود. به منظور سنجش پایایی ابزار تحقیق یا همان میزان همسانی نتایج سنجش مکرر، و ارزیابی خرده مقیاس های موجود در پرسشنامه، ابتدا پرسشگری در بین 30 نفر از جامعه مورد بررسی انجام و سپس داده های به دست آمده با آزمون آلفای کرونباخ سنجیده شد تا میزان همسازی درونی گویه های هر یک معلوم گردد. ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای فاصله ای تحقیق، یا خود پنداره و عشق آنلاین بترتیب 52 و 91 درصد بدست آمد.

## یافته های تحقیق

### الف. یافته های توصیفی

در جامعه مورد مطالعه 50.5٪ را زنان و 49.4٪ را مردان تشکیل داده اند. میانگین سن پاسخگویان 30 سال بوده و مسن ترین پاسخگو دارای 57 سال بوده است. بلحاظ وضعیت زناشویی، 53/8٪ پاسخگویان متأهل، 42/6٪ و 3.4٪ نیز مجرد هستند. در زمینه سطح تحصیلات، دارندگان لیسانس بیشترین سهم را داشته اند (61.8٪). افراد دارای مدرک فوق لیسانس یا دکترا (19.7٪) و یا دارای تحصیلات تا دیپلم (18.5٪) به ترتیب در رتبه های بعدی قرار دارند. میانگین نمره سطح خود پنداره پاسخگویان (6.7) کمی بیشتر از حد متوسط یا میانگین نظری (6) می باشد. 67٪ پاسخگویان نگرشی نسبتاً مثبت به فضای مجازی داشته اند ولی افرادی که دارای نگرش کاملاً مثبت (16.7٪) و نه چندان مثبت (15.8٪) بوده اند به ترتیب در رتبه های بعدی قرار می گیرند. در رابطه با اصلی ترین محیط آنلاین برای دوستیابی، بیشترین فراوانی مربوط به اینستاگرام (51.2٪) بوده است. استفاده از تلگرام (17.2٪)، واتساپ (14.8٪)، سایتهای دوستیابی (4.2٪)، چت روم (2.5٪) و ایمیل (1٪) به ترتیب در رتبه های بعدی قرار دارند. در بین پاسخگویان، حدود 10 درصد در مشاغل دولتی، 24.6 درصد در مشاغل آزاد، 6.4 درصد در مشاغل تخصصی، 52.5٪ اشتغال به تحصیل، 4.4٪ خانه دار و 1.7٪ نیز بیکار می باشند. میانگین نمره عشق آنلاین در پاسخگویان نمره 19.4 می باشد که از حد متوسط مقیاس (22) کمی پایین تر است. رایج ترین گونه عشق آنلاین در جامعه مورد بررسی را گونه سرگرمی و تفریح (38٪ کاربران) تشکیل می دهد. عشق پراگماتیک و حسابگرانه (19.2٪)، همسریاب (13.3٪)، شهوانی (13.1٪)، عمیق و صمیمی (8.9٪) و خیانت آمیز (4.2٪) از نظر فراوانی، به ترتیب در رتبه های بعدی قرار می گیرند. روابط رومانتیک در فضای مجازی برای 30٪ پاسخگویان حداکثر تا 3 ماه دوام داشته است در حالیکه برای 21٪ افراد بیش از یکسال بطول انجامیده، و برای 11.6٪ افراد بین 6 تا 9 ماه، برای 11.6٪ بین 9 تا 12 ماه، و نهایتاً برای 10.6٪ پاسخگویان نیز بین 3 تا 6 ماه بوده است. در رابطه با این متغیر، 15.3 درصد نیز پاسخی نداده بودند که به سهم خود بیشترین مقدار بی جوابی را در سوالات تشکیل می دهد.

## ب. یافته های تحلیلی

در ابتدا به منظور درک بهتر وضعیت متغیرهای عشق آنلاین و خودپنداره که متغیرهای فاصله ای تحقیق هستند آزمون تی تک نمونه بکار گرفته شد. نتایج آزمون مربوطه در این زمینه در جدول شماره دو ارائه می گردد.

متغیرها	میانگین نظری	میانگین محاسبه شده	نتیجه و تفسیر
عشق آنلاین	22	19.4	با توجه به میانگین محاسبه شده (19.4) در مقایسه با میانگین نظری (22) و سطح معناداری 0.000 میزان و شدت عشق آنلاین در جامعه مورد بررسی اندکی پایین تر از حد متوسط است.
خودپنداره	6	6.7	با توجه به میانگین محاسبه شده (6.7) در مقایسه با میانگین نظری (6) و سطح معناداری 0.000 میزان خود پنداره از حد متوسط اندکی بالاتر است.

\*جدول شماره 2: نتایج آزمون T تک نمونه در باره هر یک از متغیرهای خودپنداره و عشق آنلاین

نتایج بدست آمده حاکی است جامعه مورد مطالعه، خود پنداره ای در سطح متوسط دارد، یعنی از وضع ظاهری، ویژگیهای شخصیتی و زندگی گذشته خود در حد متوسط راضی و خشنود است. بعلاوه، نتایج جدول شماره دو نشان می دهد در جامعه مورد مطالعه عشق آنلاین در سطحی نزدیک به حد متوسط شکل گرفته است. این نتیجه بیانگر این واقعیت است که حتی در یک محیط سنتی مثل کاشان نیز طی تعاملاتی که در فضای مجازی میان کاربران صورت می گیرد پدیدار شدن عشق آنلاین امکان پذیر است بگونه ای که از نظر شدت و میزان نیز تقریباً نزدیک به حد متوسط مقیاس بوده است. همچنین، نتایج توصیفی نشان داد انواعی از عشق آنلاین در تعاملات رومانیتیک پاسخگویان در فضای مجازی پدیدار شده اند که رایج ترین آنها را گونه "عشق سرگرمی و تفریح" تشکیل می دهد. در ادامه و به منظور سنجش فرضیات تحقیق، به انواع عشق که در فضای مجازی شکل گرفته اند پرداخته و رابطه متغیرهای تحقیق با این گونه ها به کمک آزمون های تحلیل واریانس و کای اسکوتر سنجش شد. نتایج حاصله از این دو نوع آزمون، به تفکیک نوع متغیرهای مستقل، بترتیب در جداول شماره سه و چهار ارائه شده اند.

متغیرها	نمره آزمون (F)	سطح معناداری	نتیجه
سن / گونه های عشق آنلاین	5.03	0.000	تفاوت معنادار
خودپنداره / گونه های عشق آنلاین	1.76	0.12	عدم تفاوت معنادار

جدول 3. نتایج آزمون تحلیل واریانس (F) بین متغیرهای فاصله ای تحقیق با گونه های عشق آنلاین

باتوجه به نتایج جدول شماره سه ( $F= 5.03$  و  $sig= 0.000$ ) ملاحظه می شود گونه های رایج عشق در فضای مجازی بر حسب سنین کاربران متفاوت از یکدیگر است و فرضیه مربوطه تایید می گردد. نتایج تفصیلی در این زمینه نشان می دهد در کاربران 26 ساله عمده ترین گونه را عشق صمیمی و عمیق، در 28 ساله ها عشق حسابگرانه، در 29 ساله ها عشق همسریاب، در 31 ساله ها عشق شهوانی، در 32 ساله ها عشق سرگرمی و تفریح و در 36 ساله ها عشق خیانت آمیز تشکیل می دهد. به عبارت دیگر، در جوانان تقریباً 26 ساله، عشق های صمیمانه همراه با رابطه عمیق عاطفی و احساسی در فضای آنلاین رایج است در حالیکه کاربرانی که در اواخر دوران جوانی به سر می برند و حدود 29 سال دارند عشق های همسریاب و پراگماتیک بیشتر رایج است. اما در کاربرانی که دوران میانسالی را آغاز کرده و در سنین 31 یا 32 سالگی اند عشق های سرگرمی و شهوانی رایج تر است. نهایتاً در میان کسانی که در اواخر میانسالی قرار داشته و در حدود 36 سال دارند عشق های خیانت آمیز بیشتر رایج بوده است. در همین حال نتایج جدول شماره سه نشان می دهد ( $F= 1.76$  و  $sig.= 0.12$ ) گونه های رایج عشق در افراد دارای خودپنداره های گوناگون چندان تفاوت معناداری با یکدیگر نداشته اند و فرضیه مربوطه رد می شود. این بدان معناست که در افرادی با سطح خود پنداره های مختلف نمی توان گونه های جداگانه ای از عشق آنلاین را مشاهده کرد بلکه گونه های عشق ورزی آنلاین در این افراد بیشتر مشابه یکدیگرند.

خود پنداره و سن متغیرهای فاصله بودند از اینرو در سنجش پیوند آنها با گونه های عشق آنلاین از آزمون تحلیل واریانس (F) استفاده شد اما بخش قابل توجهی از متغیرهای تحقیق غیر فاصله ای اند و بنابراین در ادامه سعی شد گونه های رایج عشق آنلاین بر حسب گروههای جنسی، تحصیلی، شغلی و ... مورد سنجش قرار گیرد. از آنجا که متغیرهای مد نظر همگی رتبه ای و اسمی (مقوله ای) هستند، برای سنجش و تحلیل آنها آزمون کای اسکوئر بکار گرفته شد. جدول شماره چهار نتایج آزمون در این زمینه را منعکس کرده است.

متغیرها	نمره آزمون کای اسکوئر	سطح معناداری	نتیجه آزمون
جنس / نوع عشق آنلاین	7.25	0.203	عدم وجود رابطه معنادار
وضع تاهل / نوع عشق آنلاین	29.9	0.001	وجود رابطه
تحصیلات / نوع عشق آنلاین	24.8	0.006	وجود رابطه
نوع اشتغال / نوع عشق آنلاین	45.6	0.007	وجود رابطه



نوع نگرش به اینترنت / نوع عشق آنلاین	43.8	0.000	وجود رابطه
نوع محیط اینترنتی / نوع عشق آنلاین	45.2	0.008	وجود رابطه
تداوم دوستی اینترنتی / نوع عشق آنلاین	132	0.000	وجود رابطه

\*جدول 4: نتایج آزمون کای اسکوتر بین متغیرهای مقوله ای تحقیق و گونه های عشق آنلاین

جدول شماره چهار در حقیقت سرنوشت بقیه فرضیات تحقیق پیرامون گونه های عشق آنلاین را مشخص می نماید. البته در این بخش، ضمن بیان نتیجه آزمون فرضیات، نتایج تفصیلی جداول دو بُعدی (Crosstab) نیز برای تشریح جزئیات بیشتر در باره هر فرضیه بیان شده است.

با توجه به نتایج بدست آمده ( $\text{Sig.} = 0.203$  و  $X^2 = 7.25$ ) می توان دریافت میان گونه های عشق آنلاین و جنسیت افراد رابطه ای وجود ندارد و بنابراین فرضیه تحقیق تایید نمی شود. رد شدن این فرضیه بدین معناست که گونه های عشق آنلاین در زنان و مردان تفاوت معناداری بایکدیگر نداشته است. در حالیکه براساس نتایج جدول ( $\text{Sig.} = 0.001$  و  $X^2 = 29.9$ ) ملاحظه می شود بین گونه های عشق آنلاین و وضعیت تأهل افراد رابطه وجود دارد و بنابراین فرضیه تحقیق تایید می شود. تایید فرضیه بدین معناست که افراد مجرد و متأهل گونه های یکسانی از عشق آنلاین را تجربه نمی کنند و گونه های رایج عشق آنلاین برحسب وضعیت تأهل افراد متفاوت است. نگاهی به نتایج تفصیلی دو بُعدی نشان می دهد عشق های سرگرمی و تفریح هم در مجردها (35.6٪) و هم در متأهلین (42٪) بیش از بقیه انواع عشق رواج دارد. پس از آن، عشقهای حسابگرانه، همسریاب و شهوانی نیز در هر دو گروه شایع است. اما تفاوت اصلی گروه مجردها و متأهلها در عشق های خیانت آمیز است زیرا این نوع عشق در متأهلین (6.3٪) بیش از مجردها (1.8٪) رایج و مد نظر بوده است. در گروه مطلقه ها و بیوه ها نیز عشق همسریاب (41.7٪) بیش از همه رواج دارد. در زمینه تحصیلات و رابطه آن با گونه های عشق آنلاین نیز نتایج جدول شماره چهار ( $\text{Sig.} = 0.006$  و  $X^2 = 24.8$ ) حاکی است میان گونه های عشق آنلاین و سطح تحصیلات افراد رابطه وجود دارد و بنابراین فرضیه تحقیق تایید می شود. در اینجا نیز در همه گروههای تحصیلی "عشق سرگرمی و تفریح" رایجترین گونه است اما تفاوت اصلی گروههای تحصیلی در بقیه گونه های عشق آنلاین می باشد. در بین دانشجویان و دارندگان لیسانس، عشق حسابگرانه در رتبه دوم (23.3٪) اما در دانشجویان و دارندگان

فوق لیسانس و بالاتر عشق های حسابگرانه و همسریاب تقریباً در یک سطح مشابه (20٪ و 18.7٪) رواج دارند. در این متغیر نیز تفاوت اصلی در عشق های خیانت آمیز است که در پاسخگویان با تحصیلات تا دیپلم (9.7٪) به شکل محسوسی بیشتر از دانشجویان لیسانس و فوق لیسانس و بالاتر (3٪ و 4٪) بوده است.

نوع اشتغال افراد نیز بی ارتباط با گونه های عشق آنلاین نمی باشد. با توجه به نتایج جدول (Sig.= 0.007 و  $X^2 = 45$ ) می توان دریافت که میان گونه های عشق آنلاین و نوع اشتغال افراد رابطه وجود دارد و بنابراین فرضیه تحقیق تایید می شود. نتایج تفصیلی دو بُعدی در این زمینه نشان داد "عشق تفریح و سرگرمی" در کاربران دارای اشتغال های مختلف بیشترین رواج را داشته است. اما تفاوت اصلی در بقیه گونه های عشق آنلاین دیده می شود. مثلاً در افراد شاغل به تحصیل، بعد از عشق سرگرمی و تفریح، عشق های حسابگرانه (24٪)، همسریاب (16.8٪)، عشق شهوانی (14.2٪) و عشق صمیمانه (13.7٪) رواج داشته و در واقع بیشترین تنوع عشقی را در شاغلین به تحصیل می توان دید. این در حالی است که در بین خانه دارها عشق تفریح و سرگرمی (66.7٪) تقریباً تنها شکل رایج عشق آنلاین را تشکیل می دهد. در کارکنان مشاغل آزاد، عشق های شهوانی (17.3٪) و سپس حسابگرانه رواج عمده ای را دارد و جالب اینکه در همین گروه عشق های خیانت آمیز هم بیش از بقیه (10.2٪) بوده است. در کارکنان دولتی و مشاغل تخصصی عشق همسریاب (23.7٪)، پس از عشق سرگرمی و تفریح رواج خوبی دارند.

نوع نگرش به فضای مجازی نیز در گونه های عشق آنلاین نقش ایفا کرده است. با توجه به نتایج بدست آمده در جدول شماره چهار (Sig.= 0.000 و  $X^2 = 43.8$ ) می توان دریافت میان گونه های عشق آنلاین و نوع نگرش به فضای مجازی رابطه معنادار وجود دارد و بنابراین فرضیه تحقیق تایید می شود. نتایج تفصیلی دو بُعدی نیز نشان داد در دو سوم (65.7٪) کاربرانی که نگرش کاملاً مثبت به فضای مجازی دارند، عمده ترین نوع عشق، "عشق تفریح و سرگرمی" است. اما در کاربرانی که نگرش آنها به اینترنت و فضای مجازی تا حدودی مثبت است عشق تفریح و سرگرمی رایج ترین (33.6٪) و پس از آن عشق های حسابگرانه و شهوانی (22.7٪ و 17.6٪) قرار داشته اند. در کاربرانی که نگرش چندان مثبتی به فضای مجازی ندارند هم عشق سرگرمی، تفریح در رتبه نخست (28.1٪) اما پس از آن عشق همسریاب (24.6٪) رواج دارد.

بلحاظ محیط اینترنتی مورد استفاده نیز نتایج جدول چهار ( $X^2 = 45.2$  و  $\text{Sig.} = 0.008$ ) نشان می دهد میان گونه های عشق آنلاین و نوع محیط اینترنتی که کاربران برای روابط رومانیتیک از آن استفاده می کنند رابطه معنادار وجود دارد و بنابراین فرضیه تحقیق تایید می شود. تایید فرضیه بدین معناست که در محیط های مجازی مختلف همچون ایمیل، تلگرام، اینستاگرام و... گونه های یکسانی از عشق آنلاین رواج ندارد و نوع عشق رایج در محیط های آنلاین متفاوت از یکدیگر است. با توجه به داده های تفصیلی دو بُعدی، ملاحظه شد در محیط ایمیل و چت روم عشق های سرگرمی و تفریح (25٪ و 50٪)، و حسابگرانه (25٪ و 20٪) نسبتا رواج دارند اما گونه های دیگر عشق اساسا در این محیط ها شکل نگرفته اند. در سایت های دوستیابی اینترنتی، عشق شهوانی (31.3٪) و سپس عشق های حسابگرانه (25٪) و تفریح و سرگرمی (18.8٪) شکل گرفته اند. در شبکه اجتماعی تلگرام طیف متنوعی از گونه های عشق آنلاین دیده می شود بگونه ای که عشق های سرگرمی / تفریح و حسابگرانه تقریبا در یک سطح (29.9٪ و 28.4٪) بیش از بقیه انواع عشق و پس از آن عشق همسریاب و عشق صمیمی و عمیق (14.9٪ و 13.4٪) در سطحی تقریبا یکسان رواج دارند. در اینستاگرام نیز گونه های عشق متنوعند بطوری که پس از عشق سرگرمی و تفریح (36.8٪)، طیفی از عشق های حسابگرانه، شهوانی و همسریاب و سپس عشقهای صمیمانه (18.9٪ و 16.9٪ و 13.4٪ و 11٪) بشکل نسبتا متوازی رواج دارند. عشق های خیانت آمیز در تلگرام از 4.5٪ و در اینستاگرام از 3٪ تجاوز نمی کند. در شبکه اجتماعی واتساپ عشق سرگرمی و تفریح بیش از همه (37.9٪)، و پس از آن عشق های همسریاب و حسابگرانه (22.4٪ و 20.7٪) رواج داشته اند. در یک نگاه کلی، شبکه های اجتماعی (متعلق به اینترنت نسل دوم) بیش از محیط های اینترنتی قدیمی تر (متعلق به اینترنت نسل اول) توانسته اند بصورت بستری مناسب برای ظهور انواع عشق آنلاین در میان کاربران ظاهر شوند و بدون تردید این مساله در پیوند با تجهیزات بصری و شنیداری این شبکه هاست که تبادل احساسات و عواطف میان انسانها را آسانتر و سریعتر کرده است.

نهایتا با توجه به نتایج جدول شماره چهار ( $X^2 = 132$  و  $\text{Sig.} = 0.000$ ) می توان دریافت میان گونه های عشق آنلاین و مدت زمان تداوم ارتباط و دوستی های رومانیتیک در فضای مجازی رابطه وجود دارد و بنابراین فرضیه

تحقیق تایید می شود. این بدان معناست که برحسب مدت زمانی که دوستی های رومانتیک در فضای مجازی بطول می انجامد، نوع عشقی که در آن غالب می شود متفاوت خواهد بود. از اینرو، در دوستی های اینترنتی کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت، گونه های متفاوتی از عشق آنلاین شکل می گیرند. نتایج تفصیلی دو بُعدی (crosstabs) نشان داد در دوستی های آنلاین که بیش از یکسال تداوم و ماندگاری داشته اند عمدتاً عشق های همسریاب (35.8٪) و پس از آن صمیمانه و عمیق (23.5٪) رواج خوبی داشته اند. در دوستی های اینترنتی با ماندگاری 9 تا 12 ماه، رایج ترین گونه ها را عشق های شهوانی (33.3٪) و سپس همسریاب (24.4٪) تشکیل داده است. جالب اینکه در دو گروه ذکر شده میزان رواج عشق خیانت امیز نزدیک به صفر (2.5٪ و 0٪) می باشد. اما در دوستی هایی با ماندگاری 6 تا 9 ماه، عشق های حسابگرانه و سپس سرگرمی و تفریح (39.1٪ و 30.4٪) بیشتر رواج یافته اند. در دوستی های آنلاین با ماندگاری 3 تا 6 ماه بیش از همه عشق های تفریح و سرگرمی (44.2٪) و سپس حسابگرانه (25.6٪) شکل گرفته و نهایتاً در دوستی های کوتاه مدت کمتر از 3 ماه نیز عشق های تفریح و سرگرمی (51.3٪) و سپس عشق حسابگرانه (23.1٪) رایجترین ها هستند. سهم عشق های خیانت آمیز تنها در دوستی های کوتاه مدت و کمتر از 6 ماه پر رنگ و قابل است (7.4٪ پاسخگویان) اما در دوستی های میان مدت و بلند مدت این رقم بسیار کاهش می یابد و به صفر نزدیک می شود.

## نتیجه گیری

موضوع این پژوهش، بررسی عشق آنلاین و گونه های آن در فضای مجازی است، و در این رابطه یک سوال و چهار فرضیه مطرح شد که سرنوشت آنها در نتایج توصیفی و تحلیلی آشکار گردیده است. قبل از هر چیز، نتایج نشان داد در تعاملات اینترنتی جامعه مورد بررسی، عشق آنلاین شکل گرفته است و امکان پدیدار شدن عشق آنلاین در جامعه مورد بررسی با نتایج پژوهش اندرسون (2005)، ویتی (2008)، فینکل (2012) و لومانوسکا و ماتیه گیتون (2016) همسو می باشد چرا که آنها نیز در مطالعات خود امکان شکل گیری عشق آنلاین یا عشق در فضای مجازی را تایید کرده اند. هرچند این پژوهش در یک جامعه سنتی مثل کاشان صورت گرفته اما در این محیط

نیز فضای مجازی بستری برای تعاملات رومانتیک بوده و در آن شاهد نطفه بندی عشق آنلاین آنهم با میزان و شدتی نزدیک به حد متوسط هستیم.

موضوع اصلی پژوهش در باره گونه های مختلف عشق ورزی است که در فضای مجازی شکل گرفته اند، بویژه دانستن اینکه رایج ترین گونه عشق در جامعه مورد مطالعه کدام گونه می باشد؟ نتایج بدست آمده نشان داد از میان گونه های هفتگانه عشق در فضای مجازی (همسریاب، حسابگرانه، شهوانی، تفریح و سرگرمی، عمیق و صمیمانه، خیانت آمیز)، رایجترین گونه در جامعه مورد مطالعه را گونه سرگرمی و تفریح تشکیل می دهد بگونه ای که 38٪ پاسخگویان یا حد اقل از هر 3 نفر یک نفر چنین سبکی از عشق ورزی را در تعاملات رومانتیک اینترنتی خود دنبال می کند. به منظور شناخت بهتری از مساله و با توجه فرضیات تحقیق، رابطه میان متغیرهای تحقیق با گونه های عشق آنلاین از طریق آزمون همبستگی و کای اسکوئر سنجش شده و معلوم شد متغیرهای "جنس و خود پنداره" نقشی در گونه های عشق آنلاین تجربه شده توسط کاربران ندارند و فرضیه مربوط به آنها تایید نمی گردد. اما رابطه میان گونه های عشق آنلاین و دیگر متغیرهای تحقیق همگی مورد تایید قرار گرفتند.

بر اساس نتایج مشخص شد "سن افراد" نقش قابل توجهی در نوع عشق ورزی آنها در فضای مجازی داشته و گویا در هر دوره سنی بیشتر به یک گونه از عشق های آنلاین روی میاورند. عشق های صمیمی و عمیق عمدتاً در جوانان دارای سنین پایتتر 25 یا 26 ساله شکل می گیرد اما با بالاتر رفتن سن کاربران، جای خود را به عشقهای حسابگرانه و یا همسریاب می دهد. با افزایش سن کاربران به اوایل میانسالی، عشق های شهوانی و سپس سرگرمی و تفریح شایع می شوند و نهایتاً با رسیدن سن به اواخر میانسالی (36 و 37 ساله) عشق های خیانت آمیز رشد و رواج می یابد. همچنین معلوم شد افراد با "وضع تاهل" مختلف، گونه های یکسانی از عشق آنلاین را تجربه نمی کنند، بدین معنا که هرچند عشق سرگرمی و تفریح در هر دو گروه بیشتری رواج را دارد اما تفاوت اصلی در عشق های خیانت آمیز است زیرا این گونه از عشق بطور قابل ملاحظه ای در متاهلین بیش از مجردهاست. در مطلقه ها و بیوه ها نیز بیش از همه، عشق همسریاب رواج دارد. به علاوه، دریافتیم که در تمامی "مقاطع تحصیلی" عشق سرگرمی و تفریح در فضای مجازی از همه گونه ها شایع تر است. هرچند در مقاطع تحصیلی بالاتر عشق

حسابگرانه و همسریاب نیز رواج خوبی دارد. در این متغیر نیز تفاوت اصلی در عشق های خیانت آمیز است که در پاسخگویان با تحصیلات تا دیپلم به شکل محسوسی بیشتر از دانشجویان یا دارندگان مدارج دانشگاهی بوده است.

"اشتغال افراد" نیز در سبک عشق ورزی آنها در فضای مجازی نقش داشته است. ضمن اینکه در تمامی گروهها عشق تفریح و سرگرمی رواج بیشتری داشته است اما تفاوت اصلی را می توان در بقیه گونه های عشق آنلاین ملاحظه نمود. در افراد شاغل به تحصیل، عشق های حسابگرانه و همسریاب رواج قابل توجهی دارند، در حالیکه در کارکنان مشاغل آزاد، عشق های شهوانی و سپس حسابگرانه رواج عمده ای دارند و جالب اینکه در همین گروه از کاربران، عشق های خیانت آمیز هم بیش از شاغلین بقیه مشاغل بوده است. بیشترین تنوع عشقی را در شاغلین به تحصیل می توان دید اما در خانه دارها تقریباً تنها شکل رایج عشق آنلاین را عشق تفریح و سرگرمی تشکیل می دهد. در کاربران دارای "نگرشیهای مختلف به اینترنت و فضای مجازی" نیز گونه های یکسانی از عشق آنلاین رواج نداشته و نتایج نشان می دهد در کاربرانی که نگرش کاملاً مثبت به فضای مجازی دارند، عمده ترین نوع عشق، عشق تفریح و سرگرمی است و بقیه عشقها در این کاربران ضعیف است. اما در کاربرانی که نگرش آنها تاحدودی مثبت است عشق تفریح و سرگرمی رایج ترین و پس از آن عشق های حسابگرانه و شهوانی رایجند. در کاربرانی که نگرش چندان مثبتی به فضای مجازی ندارند نیز عشق همسریاب، رایجترین گونه بوده است.

در مورد محیط اینترنتی مورد استفاده افراد نیز معلوم شد در محیط ایمیل و چت روم عشق های سرگرمی و تفریح و حسابگرانه تا حدودی رواج دارند اما گونه های دیگر عشق اساساً در این محیط ها شکل نگرفته اند. در سایت های دوستیابی، عشق شهوانی و سپس حسابگرانه شکل گرفته اند. اما در شبکه اجتماعی تلگرام، طیف متنوعی از گونه های عشق آنلاین دیده می شود بگونه ای که عشق های سرگرمی / تفریح و حسابگرانه بیش از بقیه انواع عشق و پس از آن عشق های همسریاب، صمیمی و عمیق در سطحی تقریباً یکسان رواج دارند. در اینستاگرام نیز گونه های عشق متنوعند بطوری که پس از عشق سرگرمی و تفریح، طیفی از عشق های حسابگرانه، شهوانی، همسریاب و عشق صمیمانه بطور متوازن رایجند. در شبکه اجتماعی واتساپ نیز عشق سرگرمی و تفریح بیش از همه و پس از آن عشق های همسریاب و حسابگرانه شایع هستند.

در زمینه "مدت زمان تداوم دوستی اینترنتی" نتایج نشان داد در دوستی های آنلاین با بیش از یکسال تداوم و ماندگاری، عمدتاً عشق های همسریاب و پس از آن عشق صمیمانه و عمیق رواج خوبی داشته اند. در دوستی های اینترنتی با ماندگاری 9 تا 12 ماه، رایج ترین گونه ها را عشق های شهوانی و سپس همسریاب تشکیل داده است. جالب اینکه در دو گروه ذکر شده میزان رواج عشق خیانت امیز نزدیک به صفر می باشد. اما در دوستی هایی با ماندگاری 6 تا 9 ماه، عشق های حسابگرانه و سپس سرگرمی و تفریح بیشتر رواج یافته اند. در دوستی های آنلاین با ماندگاری 3 تا 6 ماه و یا کمتر از سه ماه بیش از همه عشق های تفریح و سرگرمی و سپس حسابگرانه رایجند. سهم عشق های خیانت آمیز تنها در دوستی های کوتاه مدت و کمتر از 6 ماه پر رنگ و قابل است (7.4٪ پاسخگویان) اما در دوستی های میان مدت و بلند مدت این رقم بسیار کاهش می یابد و به صفر نزدیک می شود.

### بحث و نظر

نخستین دستاورد این پژوهش کشف این نکته است که شکل گیری عشق در فضای مجازی حتی در بین شهروندان یک محیط سنتی و پایبند به آداب و سنن همچون کاشان نیز امکان دارد زیرا نتایج پژوهش نشان داد که این عشق آنلاین واقعا به میزانی نزدیک به حد متوسط در جامعه مورد مطالعه پدیدار شده است. چنین دستاوردی همسو با آراء صاحب نظرانی چون بن زئیف، ویتی، ویلدر موث، ولگبائر است که بر امکان شکل گیری روابط عاشقانه در فضای مجازی و اینکه این روابط می توانند گاهی بسیار عمیق، عاطفی و اثر گذار شوند تاکید دارند. دومین نکته اینکه، ماندگاری و تداوم رابطه رومانتیک آنلاین نیز در بخش قابل توجهی از جامعه مورد مطالعه بلند مدت بوده است و تقریباً از هر 4 رابطه رومانتیک در فضای مجازی یکی از تداوم و ماندگاری بالا و بیش از یکسال برخوردار است. قبلاً اشاره شد که در تعاملات رومانتیک بلند مدت، عمدتاً عشق همسریاب رایج تر بوده است، بنابراین هدف اصلی از این روابط در مورد بخش قابل توجهی از کاربران قابل پیش بینی خواهد بود. اگرچه مشخص نیست چه بخشی از این روابط در نهایت به همسر گزینی و ازدواج منتهی می شوند اما چنانچه نتایج تحقیق مهدوی (1385) نشان داده است حداقل می توان فهمید که چون در ایران - بویژه در محیط های سنتی تر - معاشرت با جنس

مخالف ممانعت و کنترل می شود، از اینرو، برای جوانان، عشق اینترنتی یک شکل امن تر برای ایجاد رابطه رومانتیک است و به آنها امکان شناختن یکدیگر را آنهم قبل از ریسک کردن و دیدار حضوری با معشوق خود می دهد.

در کنار پی بردن به امکان شکل گیری عشق، دومین دستاورد این پژوهش، شناخت آن گونه هایی از عشق است که در فضای مجازی می توانند در سطحی گسترده پدیدار شوند. رایجترین گونه عشق در فضای مجازی در بین کاربران مورد مطالعه را عشق لودوس یا همان عشقی که از سر کنجکاوای یا سرگرمی و تفریح شکل گرفته است تشکیل می دهد (38٪)، بگونه ای که حداقل یکی از هر سه مورد روابط رومانتیک در این فضا از نوع سرگرمی و تفریح است. این واقعیت نشان دهنده حجم گسترده افرادی است که - بویژه در محیط های سنتی ایران - فضای مجازی را هنوز یک فضای جدی که بتوان در موضوع مهمی چون جفت یابی و همسرگزینی روی آن تکیه کرد در نظر نگرفته اند. بلکه نحوه در گیر شدن با آنرا در حد و اندازه های یک شوخی، سرگرمی، کنجکاوای و شیطنت های پنهانی تلقی کرده و به گفته کورن ول و همکارانش (2001) بیشتر دارای جنبه سرگرمی، تحریک و برانگیختگی، کسب لذت و خشنودی بوده و انتظار بیشتری از آن ندارند. پس از عشق سرگرمی و تفریح، و در رتبه های بعدی، عشق های حسابگرانه یا محتاطانه نیز رواج نسبتا خوبی در جامعه مورد مطالعه داشته و از هر پنج رابطه رومانتیک، یک مورد چنین عشقی را در فضای آنلاین تجربه می کند. درپیش گرفتن استراتژی احتیاط و محاسبه در روابط آنلاین موید نظرات بن زئیف، فیوره، دونات و دیگر محققان اینترنت است که نسبت به روابط رومانتیک در فضای آنلاین نگرانی هایی ابراز کرده اند؛ مثلا آندرو فیوره و جودیت دونات<sup>1</sup> معتقدند که در جفتیابی های آنلاین، عنصر عشق و علاقه کم رنگ شده و بجای آن احتیاط و محاسبه خواهد نشست (موسوی، 1396: 224)، همان پدیده ای که جان آلن لی<sup>2</sup> در گونه شناسی خود آنرا تحت عنوان "عشق پراگماتیک" نام می برد. رواج نسبتا نیرومند این نوع عشق در جامعه مورد بررسی نشان میدهد - در کنار حجم گسترده ای از افراد که این فضا را برای عشق چندان جدی تلقی نمی کنند - حجم گسترده ای از افراد نیز در روابط رومانتیک خود در فضای اینترنتی رویکرد محتاطانه و حسابگرانه ای را در پیش گرفته و نگاهشان به این روابط عمدتا حفظ

<sup>1</sup> Fiore, A.- Donath, J.

<sup>2</sup> Lee, J. A.



نوعی توازن فایده- هزینه است. از نظر میزان رواج، عشق های همسریاب و شهوانی در مراتب بعدی اند یعنی تقریباً از هر هفت رابطه رومانیتیک آنلاین، تنها یک مورد بخاطر یافتن همسر و یا ارضاء غریزه جنسی است. عشق های عمیق و صمیمی از این هم کمتر است (8.9٪) بگونه ای که در هر یازده رابطه رومانیتیک آنلاین، یکی امکان تجربه "رابطه ناب و خالص" یا همان عشق گیدنزی مربوط به دوران فراصنعتی را داشته است. نهایتاً عشق های خیانت آمیز در کمترین میزان ملاحظه می شود بگونه ای که از هر بیست و پنج رابطه رومانیتیک در فضای مجازی تنها یک مورد را می توان از نوع عشق خیانت آمیز برشمرد. ترتیب بندی گونه های عشق آنلاین در این پژوهش سازگاری و انطباق جالبی با ساختار اجتماعی یک محیط سنتی همچون کاشان بدست می دهد، محیطی که در آن جامعه هنوز فضای مجازی را در برخی عرصه های مهم زندگی روزمره جدی نمی گیرد، محتاطانه با آن روبرو می شود و حسابگرانه در آن مزایا و منافی را دنبال می کند. در پایان، پیشنهاد می شود با توجه به شکل گیری عشق آنلاین حتی در محیطهای سنتی کشور، سزاوار است خانواده ها، مربیان و نهادهای مسئول، بجای اصرار بر تکنو هراسی و نگاه عمدتاً آسیب شناختی، منع و تعقیب های بی فایده را کنار گذاشته و روشنگریهای ثمر بخشی را در زمینه بهسازی و سلامت روابط رومانیتیک آنلاین به جامعه ارائه و الگوهای سالم و ایمن از این نوع روابط را فرهنگ سازی کنند. مشکل عمده ای که احساس می شود اساساً نداشتن الگوهای از رابطه سالم و ایمن در این فضاست و رفع این خلاء - قبل از هر چیز- نیازمند تابو شکنی و باز شدن یک فضای گفتمانی جهت پرداختن به این مساله است.

## منابع تحقیق:

- اتکینسون (1393). زمینه روانشناسی هیلگارد، ترجمه رضا براهنی، تهران: انتشارات رشد.
- اسدنژاد معصومه (1391). تحلیل جامعه شناختی فرهنگ اعتماد. رساله کارشناسی ارشد جامعه شناسی. تهران: دانشگاه شاهد.
- باومن، زیگمونت (1384). عشق سیال: در باب ناپایداری روابط انسانی. ترجمه عرفان ثابتی. تهران: نشر فتنوس
- حسینی، فخرالسادات؛ کاظم علوی لنگرودی (1396)، نقش سبک های دلبستگی و رضایت جنسی در رضایت زناشویی با واسطه گری عشق ورزی، مطالعات اجتماعی- روانشناخت زنان، سال 15، شماره 3، پاییز 1396، صص 165-188.

- ساروخانی، باقر (1370). دایرة المعارف علوم اجتماعی، تهران: انتشارات کیهان، پاییز 1370.
- ساروخانی باقر. (1377). روشهای تحقیق در علوم اجتماعی: بینشها و فنون. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- موسوی، سیدکمال الدین. (1396). دنیای دوم: درآمدی بر جامعه شناسی جهان مجازی. تهران: انتشارات بهینه و دانشگاه کاشان
- Ben Ze-ev A. (2004). **Love Online: Emotions on the Internet**. NY: Cambridge University Press.
- Klimova S., (2009). Social Phenomena of Love. **Russian Journal of Social Research**. 2009 June (18):79-88
- Cornwell, B. & Lundgren, D. C. (2001). Love on the Internet: Involvement and misrepresentation in romantic relationships in cyberspace vs., actual space. **Computers in Human Behavior**, 17, 197-211.
- Doering, N. (2002). **Studying Online-Love and Cyber Romance**. In <http://www.nicola.doering.de/publications/cyberlove-doering-2002.pdf>.
- Giddens, Anthony (1992) **The Transformation of Intimacy: Sexuality, Love, and Eroticism in Modern Societies**. Cambridge: Polity Press.
- Lomanovska A., Guitton M. (2016) Online intimacy and well-being in the digital age,- **Internet Intervention**. 2016 May; 4: 138-144.
- Illouz, E. (2012). **Why love hurts: A sociological explanation**. Cambridge: Polity Press.
- Pananakhonsab, W. (2016). **Love and Intimacy in Online Cross-cultural Relationships** pathumthani, Thailand: Palgrav Macmillan Publications.
- Whitty M., Carr A. (2006). **Cyberspace Romance: the psychology of online Relationships**. Hampshire: Palgrave Macmillan,

+ + +