

عشق آنلایین و گونه‌های آن در فضای مجازی؛ مطالعه کاربران شهر کاشان در سال ۱۳۹۹

● سیدکمال‌الدین موسوی^۱، حدیثه شمس راوندی^۲

چکیده

پژوهش پیش‌رو به مطالعه عشق آنلایین و گونه‌های آن در فضای مجازی، آن‌هم در پرتو برخی ویژگی‌های کاربران، می‌پردازد و از نظریات استرنبرگ، لی، گیدنز، باومن و بن زئیف بهره گرفته است. پیمایش روش اصلی این پژوهش است و جامعه آماری آن نیز شامل نمونه‌ای ۳۸۴ نفره از شهروندان شهر کاشان در سال ۱۳۹۹ است که به شیوه نمونه‌گیری هدفمند انتخاب و مطالعه شده است. بر اساس یافته‌های پژوهش، امکان شکل‌گیری عشق آنلایین در جامعه مورد مطالعه وجود دارد و گونه‌های مختلفی از عشق آنلایین در بین کاربران شکل گرفته است. رایج‌ترین گونه عشق آنلایین در بین پاسخ‌گویان عشق تفریح و سرگرمی (لودوس) و پس از آن، به ترتیب، عشق‌های حسابگرانه و همسریاب بوده‌اند. «عشق خیانت‌آمیز» تنها ۴ درصد از کل روابط رمانتیک آنلایین را در بین پاسخ‌گویان تشکیل داده است. بر اساس نتایج آزمون فرضیات روشن شد، به استثنای خودپنداره و جنسیت، گونه‌های عشق آنلایین با متغیرهایی چون سن، وضعیت تأهل، سطح تحصیلات، نوع شغل، نگرش به اینترنت، میزان تداوم دوستی اینترنتی و محیط اینترنتی دوست‌یابی رابطه دارند؛ یعنی، افراد، با توجه به اینکه در چه گروه سنی، تحصیلی، اشتغال و... قرار دارند، گونه‌های متفاوتی از عشق آنلایین را تجربه می‌کنند.

واژگان کلیدی

عشق آنلایین، گونه‌شناسی، فضای مجازی، خودپنداره، محیط اینترنتی.

مقدمه

گیدنز^۱ (۱۹۹۲) عشق را نوعی دل‌بستگی فیزیکی و شخصی می‌داند که دو نفر نسبت به یکدیگر احساس می‌کنند. کلیمووا^۲ (۲۰۰۹) نیز عشق را پدیدارشدن حسی خاص به دیگری یا دو نفر نسبت به همدیگر تعریف کرده است که بیشترین رضایت و خرسندی را برای انسان به دنبال دارد، به طوری که طرف مقابل را بی‌بدیل تلقی می‌کند و آرزوی بودن با او را دارد. از گذشته تا به حال، تعاریف متعددی از عشق را فلاسفه، ادیبان، شاعران، روان‌شناسان و جامعه‌شناسان و... بیان کرده‌اند و باینکه در طول تاریخ همواره به این واژه پرداخته شده، اما گویا جنبه‌های زیادی از آن هنوز هم مبهم و مجهول باقی مانده است. برای نیاکان ما که اساساً تلفن همراه و اینترنت و فضای مجازی وجود نداشت، دختران و پسران عشق را در نقاط نزدیک و اطراف خود یا در روابط خویشاوندی، همسایگی یا روابط دوستانه می‌جستند؛ اما با ظهور تلگراف و سپس تلفن ثابت، رابطه‌های عاشقانه و ازراه‌دور شکل گرفتند و تلفن خانگی برای مدت‌ها یکی از جالب‌ترین عرصه‌هایی بود که داستان‌های عاشقانه پیرامون آن شکل می‌گرفت و پیوندهای رمانتیک را تقویت می‌کرد؛ اما آن دوره نیز به سر آمد و هم‌اینک در زمانی زندگی می‌کنیم که تلفن همراه، اینترنت، رایانامه، چت روم، وبگاه‌های دوست‌یابی و شبکه‌های اجتماعی، به‌مثابه فضاهایی برای پرسه‌زدن، وقت‌گذرانی، سرگرمی، دوست‌یابی، یافتن هم‌زبان و همدرد و هم‌احساس که بتوان به او عشق ورزید، بهترین و سریع‌ترین امکانات را در اختیار انسان‌ها قرار داده‌اند. در چنین بستری است که شاهد نطفه‌بندی عشق آنلاین یا عشق در فضای اینترنت هستیم؛ پدیده‌ی نوظهوری که می‌توان درباره‌ی آن بسیار آموخت. در این زمینه، دورینگ^۳ عشق آنلاین را عشق و علاقه‌ای تعریف می‌کند که میان افراد در فضای اینترنتی به وجود آمده و به آنان امکان تجربه‌ی صمیمیت و احساسات عمیق متقابل را می‌بخشد. این تجربه‌ی احساسی تا آنجا می‌تواند عمیق شود که نشانه‌هایی شبیه به علائم اعتیاد اینترنتی را در شخص پدیدار کند: علائمی چون فقدان کنترل بر خود، در لاک خود فرورفتن و کناره‌گیری از دیگران و افزایش سهل‌انگاری و مسامحه در کارهای روزمره (۲۰۰۲: ۴ - ۸).

اگرچه عشق ظاهراً پدیده‌ای روان‌شناختی است؛ هم‌زمان، پدیده‌ای اجتماعی نیز هست؛ زیرا هم ساختار و هم تحولات اجتماعی بر این پدیده تأثیر گذارند: ساختار اجتماعی می‌تواند نوع و محتوای عشق را برحسب شرایط و موقعیت‌های ساختاری شکل دهد و بر آن اثر بگذارد. تحولات اجتماعی نیز می‌توانند الگوهای عشق‌ورزی را

1. Giddenz

2. Klimova

3. Doering

در طول زمان و با توجه به شرایط جدید اجتماعی دگرگون کنند؛ به گونه‌ای که در هر مقطع زمانی الگوی خاصی از عشق را در سطحی وسیع رواج بخشند و از انتشار الگوهای دیگر ممانعت کنند. در همین زمینه، چنان که می‌دانیم، یکی از تحولات مهم دهه‌های اخیر را ظهور اینترنت و فضای مجازی و تأثیرات آن‌ها در زندگی مردم تشکیل می‌دهد. بسیاری افراد برای برقراری ارتباط رمانتیک و یا حتی انتخاب همسر ایدئال خود در فضای مجازی با دیگران دوستی برقرار می‌کنند و پس از چندی، عشق و علاقه میان آن‌ها شکل می‌گیرد و حتی ممکن است پیشنهاد ازدواج بدهند و یا چنین پیشنهادهایی را دریافت کنند؛ اما باید توجه داشت که رشد و توسعه روابط رمانتیک آنلاین، در کنار خدمات و تسهیلاتی که به‌ویژه در اختیار نسل جوان قرار داده است، مسائل و ابهاماتی را نیز پیش روی جامعه قرار می‌دهد؛ زیرا ماهیت و ابعاد گوناگون عشق و علاقه در فضای اینترنت هنوز بسیار ناشناخته است. عشق در طول تاریخ همواره پدیده‌ای پُررمزوراز بوده و هم‌اینک، با پدیدارشدن عشق آنلاین و اینترنتی، رمزورازهای آن دوچندان شده و نیازمند بررسی است. چنین نیازی موجب شده تا مطالعه و کنکاش پیرامون عشق آنلاین و انواع آن در فضای مجازی هدف اصلی این پژوهش قرار گیرد. این پژوهش در صدد شناسایی عشق آنلاین و گونه‌های آن در فضای مجازی است. در این زمینه، سؤال اصلی آن است که در تعاملات اینترنتی جامعه موردبررسی، چه گونه‌هایی از عشق آنلاین شکل گرفته و این گونه‌ها چه رابطه‌ای با خصوصیات کاربران دارند. برای پاسخ به این سؤال اساسی، برخی سؤالات فرعی نیز در دستور کار قرار دارند که عبارت‌اند از:

- آیا عشق آنلاین در تعاملات جامعه موردبررسی در فضای مجازی شکل گرفته است؟
- چه گونه‌هایی از عشق آنلاین در جامعه موردبررسی شکل گرفته است؟
- آیا میان گونه‌های عشق آنلاین و خصوصیات کاربران رابطه وجود دارد؟
- در خصوص سؤالات مذکور، تعدادی فرضیه نیز بررسی و سنجش شده است:
- در تعاملات اینترنتی جامعه موردبررسی عشق آنلاین شکل گرفته است.
- میان خصوصیات جمعیت‌شناختی کاربران و گونه‌های عشق آنلاین رابطه وجود دارد.
- میان نوع نگرش به اینترنت و گونه‌های عشق آنلاین رابطه وجود دارد.
- میان خودپنداره کاربران و گونه‌های عشق آنلاین رابطه وجود دارد.
- میان میزان تداوم دوستی اینترنتی و گونه‌های عشق آنلاین رابطه وجود دارد.
- میان نوع محیط اینترنتی مورداستفاده برای دوست‌یابی و گونه‌های عشق آنلاین رابطه وجود دارد.

پیشینه پژوهش

طی سال‌های اخیر، محققان متعددی در خارج کشور به کنکاش دربارهٔ ابعاد و جزئیات این موضوع پرداخته‌اند. در مطالعهٔ کورن‌ول و لاندگرن^۱، بسیاری از کاربران اظهار داشتند عشق آنلاین آن‌ها بیشتر دارای جنبهٔ سرگرمی، تحریک و برانگیختگی و برای کسب لذت و خشنودی بوده و معنای رابطهٔ جدی و بلندمدت و تعهد و پایداری برای آن‌ها نداشته است (۲۰۰۱: ۲۰۸). در مطالعهٔ روابط رمانتیک اینترنتی، اندرسون^۲ (۲۰۰۵) نیز دریافته است گرایش به اینترنت و مدت زمان تداوم ارتباط آنلاین موجب درک بهتری از روابط عاشقانهٔ آنلاین در افراد می‌شود؛ بدین معنا که هرچه افراد گرایش مثبت‌تری به اینترنت داشته باشند و زمان بیشتری را صرف اینترنت کنند، ذهنیت مثبت‌تری به «روابط رمانتیک آنلاین» پیدا می‌کنند. از این رو، به نظر اندرسون، چون استفاده از اینترنت همه جا در حال افزایش است، این امکان وجود دارد که روابط عاشقانهٔ آنلاین برای مردم شایع‌تر و مقبول‌تر شود. ویلدروموت و ولگبائر^۳ (۲۰۰۷)، به نقل از (Pananakhonsab, 2016) در پژوهشی نقل قول‌های مکتوب ۲۰۰ کاربر را که دارای روابط رمانتیک آنلاین بوده‌اند در وبگاه گروه خبری یوزنت^۴ بررسی کردند و متوجه شدند بسیاری از پاسخ‌گویان احساس خود به شرکای آنلاینشان را عشقی واقعی توصیف می‌کنند. برای پاسخ‌گویان، تجربهٔ عشق آنلاین نوعی احساس‌رهایی و پیوند سریع بوده است. لائوسون و لک^۵ (به نقل از Pananakhonsab, 2016) نیز انگیزهٔ جفت‌های اینترنتی و سبک‌های نزدیکی و صمیمیت آن‌ها را در محیط آنلاین بررسی کردند. یافته‌های آنان نشان داد که انگیزه‌های پاسخ‌گویان از جفت‌یابی آنلاین عمدتاً شامل مواردی چون: یافتن همدم، رسیدن به آرامش بعد از بحران، کنترل بهتر بر خود و محیط، آزادی از برخی تعهدات و نقش‌های کلیشه‌ای و ماجراجویی و فانتزی‌های رمانتیک است. مطالعات بارینگ و براکت^۶ (۲۰۰۸)، به نقل از (Pananakhonsab, 2016: 49-51) پیرامون روابط اینترنتی نیز نشان می‌دهد کسانی که در گسترش روابط عادی و آفلاین موفق نبوده و یا مکرراً با عدم پذیرش از سوی دیگران روبه‌رو بوده‌اند از اینترنت بیشتر برای یافتن شریک رمانتیک استفاده کرده‌اند و بیش از دیگران مستعد استفاده از وبگاه‌های دوست‌یابی هستند (Pananakhonsab, 2016: 49-51).

1. Cornwell & Lundgren
2. Anderson
3. Wildermuth & Wolgbauer
4. Usenet
5. Lawson & Lake
6. Baring & Brackett

مطالعه ویتی و کار^۱ (۲۰۰۶) در خصوص روابط رمانتیک اینترنتی نیز نشان داده است فضای مجازی محیط منحصر به فردی را برای یادگیری و تجربه افراد در مورد روابط و تمایلات جنسی فراهم می‌کند. آن‌ها به بررسی خصوصیات افراد (شخصی، فیزیکی و جذابیت)، مقدار زمان صرف شده در دوستی‌های اینترنتی، طول مدت ارتباط و تأثیرگذاری این ارتباط بر فعالیت‌های آنلاین پرداخته‌اند و تأکید دارند که فقدان نشانه‌های اجتماعی در اینترنت می‌تواند به برقراری رابطه‌های بسیار شخصی و صمیمی منجر شود. همچنین، فینکل^۲، ایستویک، کارنی و ریس^۳ در پژوهشی دریافته‌اند که دوست‌یابی آنلاین مزایای مهمی نسبت به دوست‌یابی‌های معمولی دارد؛ زیرا سطح دسترسی بی‌سابقه‌ای به شرکای بالقوه را ارائه می‌دهد و این مزیت، به ویژه برای مجردهایی که در غیر این صورت ممکن است چنین دسترسی‌ای نداشته باشند، بسیار مفید است. همچنین، این امکان را برای جفت‌های آنلاین فراهم می‌کند تا قبل از تصمیم‌گیری در مورد ملاقات با یکدیگر، به ارزیابی اولیه در مورد سازگاری خود با شرکای احتمالی دست پیدا کنند. در همین زمینه، لومانوسکا و گیتون^۴ (۲۰۱۶) در فراتحلیلی از پژوهش‌های صورت گرفته پیرامون «روابط صمیمانه آنلاین» بدین نتیجه رسیدند که روابط صمیمی آنلاین، از نظر معنا و مفهومی که برای افراد دارد و یا از نظر میزان صمیمیت و پایداری موجود در آن، تقریباً مشابه با روابط رمانتیک عادی و آفلاین است و حتی می‌تواند روابط آفلاین موجود را تقویت کند. حتی بعضاً می‌توان از تجهیزات واقعیت افزوده برای شبیه‌سازی برخی جنبه‌های جسمی موجود در تعاملات صمیمی نیز استفاده کرد. به علاوه، این دو محقق شواهدی از تأثیرات مثبت روانی اجتماعی را در تعاملات اجتماعی آنلاین ملاحظه کرده‌اند که ابعادی چون صمیمیت، خودافشگری و حمایت اجتماعی را در بر می‌گیرد. در بین پژوهش‌های داخلی نیز، بررسی مردم‌نگارانه مهدوی (۱۳۸۵) در بین کاربران اینترنتی جوان، تحصیل کرده و وابسته به طبقه متوسط در تهران نشان داد برای جوانان تهرانی، عشق اینترنتی شکلی امن‌تر برای برقراری رابطه رمانتیک است و به آن‌ها امکان شناختن یکدیگر را آن‌هم قبل از دیدار حضوری با معشوق خود می‌دهد. نتایج این پژوهش نشان داد فضای گفت‌گویی برخط 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 بگیرند و تمرین کنند (به نقل از شمس راوندی، ۱۳۹۹: ۶۱). کنعانی و

1. Whitty & Carr
2. Finkel
3. Finkel, Eastweak, Karney & Reis
4. Lomanovska & Guitton

محمدزاده (۱۳۹۵) در پژوهشی پیرامون رابطه استفاده از اینترنت با نگرش به دوستی اینترنتی در بین دانشجویان دانشگاه گیلان دریافتند که استفاده از اینترنت و سن در نگرش مثبت به دوستی اینترنتی با جنس مخالف تأثیرگذار است. جعفرزاده فدکی و امانی (۱۳۹۴)، به نقل از شمس راوندی، (۱۳۹۹) نیز با بررسی رابطه عشق و رضایت زناشویی با هزینه‌نگاری جنسی در دانشجویان متأهل شهرستان بیرجند متوجه شدند میان عشق و رضایت زناشویی با هزینه‌نگاری رابطه منفی و معناداری وجود دارد. همچنین، یاراحمدی و همکاران (۱۳۹۷)، به نقل از شمس راوندی، (۱۳۹۹)، با مطالعه پیامدهای حضور در شبکه‌های اجتماعی آنلاین بر زندگی زوجین که به روش کیفی صورت گرفت، متوجه شدند پیامدهای منفی درک‌شده ناشی از حضور در شبکه‌های اجتماعی آنلاین بر زندگی مشترک زناشویی شامل چهار مقوله می‌شود که عبارت‌اند از: روابط زناشویی آسیب‌دیده، خیانت خزنده و نامحسوس، حریم زوجی تهدیدشده و فردی‌شدن زندگی زوجی. علاوه بر این، گسترش شبکه‌های اجتماعی آنلاین درک پیامدهای مثبت و منفی آن‌ها بر زندگی مشترک را ضروری کرده و مدیریت پیامدهای منفی و تقویت سویه‌های مثبت آن بر نیاز افراد به برخورداری از سواد رسانه‌ای تأکید می‌کند (شمس راوندی، ۱۳۹۹: ۶۵). بدین ترتیب، پژوهش‌های خارجی امکان شکل‌گیری عشق در فضای اینترنتی را مد نظر قرار می‌دهند و ضمن مقایسه برخی ویژگی‌های این نوع عشق با عشق‌های معمولی، به عوامل مؤثر بر تمایل افراد به عشق آنلاین نیز توجه داشته‌اند؛ اما در پژوهش‌های داخلی - که تعداد آن‌ها نیز از جهت تازگی موضوع اندک است - بررسی ماهیت و گونه‌های عشق در فضای مجازی هنوز چندان مورد توجه قرار نگرفته و این پژوهش‌ها عمدتاً بر نحوه نگرش به دوست‌یابی آنلاین و برخی پیامدهای منفی این دوست‌یابی‌ها متمرکز بوده‌اند؛ از این‌رو، خلأ مطالعاتی موجود پژوهش پیش رو را به کنکاش در این زمینه سوق داده است.

مبانی نظری پژوهش

به‌طور کلی، نظریات مربوط به عشق را می‌توان بر اساس حوزه مورد تأکیدشان به دو دسته تقسیم‌بندی کرد؛ دسته نخست نظریات مربوط به عشق عادی و آنلاین هستند و شامل روابط رمانتیک در دنیای واقعی و زندگی معمولی‌اند. دسته دوم به عشق‌های آنلاین اشاره دارند و ناظر بر روابطی‌اند که در فضای مجازی و طی تعاملات آنلاین شکل گرفته‌اند و چه‌بسا، در گذر زمان و برحسب شرایط، ممکن است به روابط عاشقانه عادی و آنلاین نیز تبدیل شوند. در هر دو گروه، مجموعه وسیعی از نظریه‌ها بیان شده که البته از آن میان برخی شناخته‌شده‌ترند و در

اینجا بدان‌ها استناد خواهیم کرد. نظریات استرنبرگ^۱، جان آلن لی^۲ و گیدنز در گروه نخست و آرای نظریه‌پردازانی چون ایلوز^۳، باومن^۴ و بن زئیف^۵ - که عشق را در فضای آنلایین بررسی کرده‌اند - در گروه دوم قرار می‌گیرند. از آنجایی که هدف این پژوهش بررسی عشق آنلایین و گونه‌های آن در فضای مجازی است، در تبیین نظری مسئله و ارائه دستگاہ تحلیلی متناسب، از هر دو رهیافت به‌ویژه نظریات استرنبرگ، لی، گیدنز، باومن و بن زئیف استفاده شده است. در حقیقت، تلفیق این نظرها کمک می‌کند تا هم به ویژگی‌های عمده و هم به گونه‌شناسی خاصی از عشق در فضای مجازی دست یابیم.

لی از شش نوع عشق اروس، لودوس، استورگ، پراگما، مانیا و آگاپه صحبت می‌کند (حسینی و علوی لنگرودی، ۱۳۹۶: ۱۶۸)؛ هرچند از نظر او سه رنگ اصلی عشق‌ها عبارت‌اند از: اروس (شهوایی)، لودوس (تفریح و سرگرمی) و استورگ (صمیمانه). استرنبرگ نیز از مثلث عشق سخن می‌گوید که سه ضلع اساسی دارد: صمیمیت، میل جنسی و تعهد؛ و عشق می‌تواند فقط با یکی از این مؤلفه‌ها تشکیل شود یا ممکن است ترکیبی از این سه مؤلفه باشد؛ اما اگر در رابطه عشقی تمامی این سه جزء حضور پررنگ داشته باشند عشق کامل به وجود می‌آید. در نگاهی عمیق‌تر، اگر ابعاد سه‌گانه عشق استرنبرگ یعنی میل جنسی، صمیمیت و تعهد را در پیوند با انواع شش‌گانه عشق لی در نظر بگیریم، فصول مشترکی را می‌توان در آن‌ها ملاحظه کرد. میل جسمانی در نظر استرنبرگ به عشق اروس در نظر لی گره می‌خورد و هر دو از یک حقیقت سخن می‌گویند؛ همچنان که صمیمیت در نگاه استرنبرگ همین پیوند را با عشق از نوع استورگ در نظر لی نشان می‌دهد؛ و تعهد در نگاه استرنبرگ نیز سرنخ‌هایی از عشق آگاپه (وفادارانه و فداکارانه) متعلق به لی را در خاطر زنده می‌کند؛ اما در همین حال، گونه‌شناسی شش‌گانه لی برخی از انواع عشق را مطرح می‌کند که در گونه‌شناسی استرنبرگ برای آن‌ها معادلی به چشم نمی‌خورد. این گونه‌ها عبارت‌اند از: عشق لودوس که در آن جنبه‌های تفریح و سرگرمی رابطه عاشقانه و نوعی دم غنیمت‌شمردن

1. Sternberg
2. John Alan Lee
3. Illouz
4. Bauman
5. Ben Ze-ev

بیشتر مطرح است؛ عشق و سواس گونه و دمدمی مزاج (مانیا) که حسادت و اصرار بر تملک معشوق باعث تلاطم و تزلزل دائمی این گونه از عشق‌هاست؛ عشق حسابگرانه (پراگما) که در آن لیستی از سود و زیان‌های حاصل از رابطه عاشقانه همواره برای طرفین رابطه مطرح است. از سوی دیگر، استرنبرگ در طبقه‌بندی خود محصول نهایی ترکیب میل جنسی و صمیمیت را در «عشق‌های رمانتیک» می‌بیند و این عشق رمانتیک نقطه پیوند میان استرنبرگ و گیدنز است، با این تفاوت که گیدنز معتقد است دوران عشق رمانتیک که روزگاری به منزله ایدئال‌ترین سبک عشق‌ورزی بود، دیگر به سر آمده و مربوط به گذشته‌هاست. از این رو، گیدنز گونه‌شناسی عشق را به مرحله‌ای جدیدتر ارتقا می‌دهد و به عشق در روزگار ما به عنوان «رابطه‌ای ناب و خالص» آن هم بر پایه‌ی خشنودی و رضایت عاطفی می‌نگرد؛ همان عشقی که به هیچ چیز غیر از کیفیت خود رابطه متکی نیست. پیدایش این عشق تا اندازه‌ی زیادی جهت تأمین 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 رابطه‌های ناب احساسی و عاطفی رقم می‌زند، اما این رابطه ناب و خالصی که گیدنز آن را عشق رایج در دوران مدرنیته متأخر می‌نامد با عشق کامل استرنبرگ - که شامل تمام جنبه‌های سه‌گانه 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 حال، رابطه ناب یا همان عشق دوران پست‌مدرن بر صمیمیت، اعتماد، درک متقابل، هم‌زبانی، هم‌احساسی و خصوصیتی متکی است که شالوده عشقی «صمیمانه، عمیق و اثرگذار» هستند. چنین رابطه‌ای مرزهای زمان، مکان، طبقه، سن و سال و... را درمی‌نوردد و هر جا امکانی برای ظهور بیابد در آنجا آشکار می‌شود. این عشق گیدنزی است که راه خود را به روابط عاشقانه اینترنتی نیز باز می‌کند و با گونه‌شناسی بن زئیف (۲۰۰۴) در زمینه عشق آنلاین پیوند می‌خورد. در گونه‌شناسی بن زئیف، روابط عاشقانه آنلاین سه دسته‌اند: نخست، آن روابطی که برای یافتن همسر یا معشوق واقعی صورت می‌گیرد و به همین سبب، این روابط پس از مدتی از حالت آنلاین به حالت آفلاین و دیدار حضوری کشیده می‌شود و در آن مسیر ادامه می‌یابد. دوم، روابط عاشقانه‌ای که جنبه سرگرمی و لذت‌بردن از لحظات در آن پررنگ است و این نوع از عشق آنلاین بن زئیف بسیار

مشابه عشق لودوس در نگاه لی است؛ اما نوع سوم از روابط عاشقانه آنلاین بن زئیف را که بسیار عمیق و احساسی و اثرگذارند، می‌توان با رابطه ناب و خالص گیدنز همسو و مشابه دید. هم در روابط عمیق و عاشقانه آنلاین و هم در رابطه ناب و خالص گیدنز، کسبِ خشنودیِ عاطفی از ارتباط مهم‌ترین عاملی است که افراد را به یکدیگر پیوند می‌زند. این نوع روابط بر هیچ عامل بیرونی دیگری متکی نیست و تعهدی به تداوم نیز ندارد؛ بلکه تنها ضامن حفظ و استمرار آن بهره‌مندی از رضایتِ عاطفی و لذت‌بردن از رابطه‌ای است که جریان دارد. بدین ترتیب، عشق آنلاین می‌تواند صمیمانه و عمیق شود، اما ویژگی ناپایداری و عدم تعهد هرگز از آن جدا نمی‌شود و چنین خصوصیتی یادآورِ نظرهای باومن در زمینه سیال بودن و نوبه‌نوشوندگیِ عشق در دوران معاصر است. رابطه رمانتیک در نگاه باومن (۱۳۸۴) از جنس رابطه‌های شیرین و کوتاه است که برای لذت‌بردن از آن لازم نیست سختی‌ها را تحمل کنیم. تنها چیزی که اهمیت دارد آسایش و راحتی است؛ زیرا هرچه در رابطه کمتر سرمایه‌گذاری شود، انسان کمتر در معرض آسیب‌های آن قرار می‌گیرد. به نظر باومن، در عصر مدرن زنان و مردان به شدت محتاج برقراری رابطه هستند، اما در عین حال، از آن هراس دارند که این ارتباط برای همیشه باقی بماند و آن‌ها را مجبور به تحمل فشارهایی کند که آزادی آن‌ها سلب شود. در فضای اینترنت که تعویض روابط به جای ترمیم روابط شاخصه اصلی تعاملات محسوب می‌شود، عشق و علاقه‌های ناخوشایند و یا محدودکننده به سرعت جای خود را به عشق‌های جدید و آدم‌های تازه می‌دهد.

بدین ترتیب، تلفیقی از رویکردهای استرنبرگ، لی، گیدنز، بن زئیف و باومن امکان پی‌بردن به برخی ابعاد و گونه‌های عشق در فضای آنلاین را خواهد داد. اگرچه برخی از این گونه‌های عشق متعلق به دنیای واقعی‌اند، مشترکات جالبی با برخی خصوصیات روابط عاشقانه در محیط‌های آنلاین می‌توانند داشته باشند. با الهام از نظریات مربوطه، گونه‌هایی از عشق را می‌توان یافت که در فضای مجازی و طی تعاملات آنلاین احتمال شکل‌گیری دارند، اما لازم است به صورت تجربی و جامعه‌نمونه بررسی شوند. از این گونه‌ها می‌توان به عشق لودوس، استورگ، رابطه ناب و خالص، عشق مقدمه ازدواج و... اشاره کرده و ملاحظه کرد که هریک از این گونه‌ها در کدام محیط آنلاین بیشتر رایج شده‌اند و چه نسبتی با تیپ اجتماعی و یا خودپنداره‌های کاربران می‌توانند داشته باشند.

روش پژوهش

این مطالعه پیمایشی اجتماعی است که در آن برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسش‌نامه استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش را اهالی شهر کاشان در سال ۱۳۹۹ تشکیل می‌دهند که جمعیت آنان، بر اساس نتایج آخرین سرشماری کشور در سال ۱۳۹۵، ۳۰۴۱۴۶ نفر بوده و از این میان، به کمک فرمول کوکران تعداد ۳۸۴ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. در ابتدا، شیوه نمونه‌گیری طبقه‌ای برای انتخاب پاسخ‌گویان در نظر گرفته شد تا بتوان موضوع پژوهش را در دو فضای دانشگاهی و غیردانشگاهی در شهر کاشان بررسی کرد؛ اما با توجه فراگیری ویروس کرونا از ابتدای سال ۱۳۹۹ در کشور که دانشگاه‌ها و بسیاری از اماکن عمومی را به تعطیلی کشاند و رعایت ملاحظات بهداشتی امکان دسترسی به جمعیت نمونه و اجرای پرسشگری حضوری بر اساس طرح نمونه‌گیری را دشوار کرد، طرح اولیه نمونه‌گیری و سازوکار جمع‌آوری داده‌ها به‌ناچار از نمونه‌گیری طبقه‌ای به نمونه‌گیری هدفمند تغییر یافت. در شهریور و مهر ۱۳۹۹، بخشی از پرسش‌نامه‌ها را به صورت آنلاین گروه‌های تلگرامی، اینستاگرامی و واتس‌اپی دانشجویان (۲۰۲ نفر) و بخش دیگر را نیز افراد عادی و غیردانشجو (۱۸۲ نفر) در رده‌های مختلف جنسی، سنی، شغلی، تحصیلی و... تکمیل کردند.

در این پژوهش، ابزار پژوهش پرسش‌نامه محقق‌ساخته پانزده‌سؤالی بود که از ۱۲ سؤال بسته و ۳ سؤال باز تشکیل شده است. برای تدوین سؤالات مربوط به متغیرهای اصلی پژوهش، یعنی عشق آنلاین و گونه‌های آن، ابتدا نظریات و پیشینه پژوهش واکاوی شد و گزاره‌های متعددی بالغ بر ۵۰ گزاره - که بیانگر نشانه‌های عشق آنلاین و انواع آن بودند - استخراج شدند و پس از چند مرحله غربالگری، در نهایت ۱۱ شاخص برای عشق آنلاین و ۱۹ شاخص برای گونه‌های عشق آنلاین تعیین شد. متغیر عشق آنلاین به کمک شاخص‌هایی چون علائم فیزیولوژیک هیجان، تپش قلب، علاقه، کشش جنسی و عاطفی، انتظار و بی‌قراری، ارسال مکرر پیام، تخیل و تصویرپردازی، صمیمیت شدید و احساس رهاشدگی که در نظرهای محققان مطرح شده بود استخراج و مورد سنجش واقع شد و سطح سنجش آن نیز فاصله‌ای بوده است. گونه‌های عشق آنلاین نیز با کنکاش در نظرهای گیدنز، لی، بن زئیف، استرنبرگ، باومن و ایلوز به دسته‌بندی معینی از گونه‌ها منتهی شد: عشق همسریاب، عشق لودوس یا تفریح و سرگرمی، عشق اروس و شهوانی، عشق پراگماتیک و حسابگرانه، عشق صمیمانه و عمیق یا همان رابطه ناب و عشق خیانت‌آمیز. نشانه‌ها و شاخصه‌های هریک از این گونه‌ها ابتدا

از متن آرای صاحب‌نظران استخراج شدند و پس از اطمینان از وجود کاربرد آن‌ها در فضای آنلاین، غربالگری شدند و مورد استفاده قرار گرفتند. سطح سنجش متغیر گونه‌های عشق آنلاین اسمی بوده و جدول ۱ نشانه‌ها و شاخص‌های هریک از گونه‌های عشق آنلاین را نشان می‌دهد.

جدول ۱. شاخص‌های مرتبط با گونه‌های عشق آنلاین

گونه‌های عشق آنلاین	شاخص‌های هر گونه از عشق
همسریاب حسابگرانه (پراگماتیک) سرگرمی و تفریح (لودوس) شهوای (اروس) عمیق و صمیمانه خیانت‌آمیز	عشق یعنی مقدمه برای ازدواج، مقدمه یافتن شریک جنسی، مقدمه رابطه حضوری عشق یعنی رابطه بده‌بستان، برطرف کردن نیازهای شخصی، جست‌وجوی مزایا و منفعت عشق یعنی بازی جذاب، وقت‌گذرانی لذت‌بخش، گپ عاشقانه و لحظات خوش عشق یعنی معاشقه و تبادل پیام‌های شهوت‌انگیز، شیفتگی جنسی، خیال‌پردازی‌های عاشقانه عشق یعنی هم‌زبانی و هم‌رویی، رابطه ناب و برابر، رابطه تدریجی و عمیق، صمیمیت و دوستی عشق یعنی سوپاپ اطمینان زندگی متأهلی، رابطه لذت‌بخش، بی‌دردسر و بدون احساس گناه

چنان‌که می‌دانیم، اعتبار و روایی انواع گوناگونی دارد که عبارت‌اند از اعتبار صوری، اعتبار سازه‌ای و اعتبار معیار. برای سنجش اعتبار پرسش‌نامه در این پژوهش از اعتبار سازه‌ای استفاده شده است. به تعبیر ناچمیاس^۱، اعتبار سازه‌ای عبارت است از برقراری ارتباط بین ابزار سنجش (سنجه‌ها) با چارچوب نظری کلی برای اینکه ببینیم آیا ابزار پژوهش با مفاهیم و پیش‌فرض‌های نظری رابطه دارد یا نه (ساروخانی، ۱۳۷۷: ۱۴۳). در این پژوهش نیز چنین روندی مرحله‌به‌مرحله دنبال شد. از درون نظریات مرتبط با موضوع، معرف‌ها و شاخص‌هایی استخراج، غربالگری و به گویه تبدیل شدند تا در برخورد با واقعیت میدانی میزان پایایی آن‌ها سنجیده شود و در بررسی موضوع پژوهش به کار رود. در زمینه پایایی ابزار پژوهش نیز ابتدا پرسشگری در بین ۳۰ نفر از جامعه مورد بررسی صورت گرفت و سپس داده‌های حاصل با آزمون آلفای کرونباخ سنجیده شد تا میزان همسازی درونی گویه‌های هریک معلوم شود. ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای فاصله‌ای خودپنداره و عشق آنلاین به ترتیب ۵۲ و ۹۱ درصد به دست آمد. تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش نیز به کمک نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۲ در دو سطح توصیفی و استنباطی صورت گرفت. در توصیف ویژگی‌های پاسخ‌گویان عمدتاً از توزیع فراوانی-درصدی، آماره‌های میانگین و انحراف معیار بهره گرفته شد. فرضیات پژوهش نیز به کمک آزمون‌های کای اسکور، تی تک‌نمونه و تحلیل واریانس مورد سنجش قرار گرفته‌اند.

یافته‌های پژوهش الف) یافته‌های توصیفی

ویژگی‌های جامعه مورد بررسی در این پژوهش در جدول ۲ آورده شده است.

جدول ۲. ویژگی‌ها و خصوصیات جامعه مورد بررسی

متغیر	تعداد	درصد	متغیر	تعداد	درصد	
جنسیت	نفر ۱۹۴	۵۰/۶٪	وضع تأهل	نفر ۱۶۴	۴۲/۷٪	
	زن	۴۹/۴٪		مجرد	۲۰۶	۵۳/۸٪
	مرد	۱۹۰		متاهل	۱۴	۳/۵٪
تحصیلات	نفر ۷۱	۱۸/۵٪	نگرش به اینترنت	نفر ۶۴	۱۶/۷٪	
	تا دیپلم	۶۱/۸٪		کاملاً مثبت	۲۵۶	۶۶/۷٪
	دیپلم تا لیسانس	۱۹/۷٪		تا حدودی مثبت	۶۰	۱۵/۷٪
	فوق لیسانس و بالاتر	۷۶		نه‌چندان مثبت		
گروه سنی	نفر ۱۲۲	۳۱/۸٪	نوع اشتغال	نفر ۳۸	۹/۹٪	
	۱۸-۲۴ ساله	۲۰		مشاغل دولتی	۹۴	۳۴/۶٪
	۲۵-۲۸	۱۳		شغل آزاد	۲۵	۶/۴٪
	۲۹-۳۲	۱۴/۸٪		تخصصی	۱۹۷	۵۱/۲٪
	۳۳-۳۷	۷/۵٪		شاغل به تحصیل	۱۷	۴/۴٪
	۳۸-۴۱	۷/۵٪		خانه‌دار	۶	۱/۷٪
	۴۲-۴۶	۵/۵٪		بیکار		
۴۷-۵۷	۲۱					
محیط دوست‌یابی اینترنتی	نفر ۴	۱/۱٪	تداوم دوستی آنلاین	نفر ۱۳۶	۳۵/۵٪	
	رایانه	۲/۷٪		تا ۳ ماه	۴۸	۱۲/۵٪
	چت روم	۴/۶٪		۳-۶ ماه	۵۲	۱۳/۷٪
	وبگاه دوست‌یابی	۱۹		۶-۹ ماه	۵۲	۱۳/۷٪
	تلگرام	۵۶/۴٪		۹-۱۲ ماه	۹۵	۲۴/۷٪
	اینستاگرام	۱۶/۳٪		بیش از ۱ سال		
واتساپ	۶۳					
گونه‌های عشق آنلاین	نفر ۵۴	۱۴/۱٪	میزان عشق آنلاین	میانگین	۱۹/۴	
	همسریاب	۲۰/۴٪		انحراف معیار	۵/۷	
	حسابگرانه	۳۸/۱٪		سن	میانگین	۳۰/۳
	سرگرمی و تفریح	۱۳/۸٪			انحراف معیار	۸/۵
	شهوانی	۹/۱٪		خودپنداره	میانگین	۶/۷
	صمیمانه و عمیق	۴/۴٪			انحراف معیار	۱/۳
خیانت‌آمیز	۱۷					

بر اساس نتایج جدول ۲، جامعه موردبررسی با میانگین ۳۰ سال به لحاظ سنی در آغاز میان‌سالی است و بیش از نیمی از آن‌ها متأهل و اکثریت از تحصیلات دانشگاهی برخوردارند. نیمی از پاسخ‌گویان در زمان پژوهش نیز مشغول به تحصیل بوده‌اند و سایرین در مشاغل آزاد، دولتی و تخصصی‌حرفه‌ای اشتغال داشتند و بخشی را زنان خانه‌دار تشکیل می‌دادند. خودپنداره کاربران در سطح متوسط و نگرش آن‌ها به اینترنت و فضای مجازی عموماً مثبت یا تا حدودی مثبت است و از هر ۷ نفر تنها یک نفر نگرش منفی دارد. محیط‌های اینترنتی کاربران برای تعاملات رمانتیک را عمدتاً شبکه‌های اجتماعی و در رأس آن‌ها اینستاگرام تشکیل می‌دهد؛ اما محیط‌های متن‌محور مثل رایانامه، چت روم و وبگاه‌های دوست‌یابی در این زمینه چندان موردعلاقه نبوده‌اند. ماندگاری و تداوم دوستی‌های اینترنتی در یک‌سوم کاربران حداکثر ۳ ماه بوده است و یک‌چهارم کاربران نیز دوستی‌های رمانتیک بیش از یک سال را تجربه کرده‌اند. عشق آنلاین (با میانگین ۱۹/۴ از ۲۲) به میزانی نزدیک به سطح متوسط در کاربران شکل گرفته و گونه‌های مختلفی از عشق آنلاین نیز در تعاملات کاربران پدیدار شده است. رایج‌ترین نوع عشق آنلاین در بین کاربران عشق سرگرمی و تفریح (۳۸/۱ درصد) و پس از آن، به ترتیب، عشق‌های حسابگرانه، شهوانی، همسریاب، صمیمانه و عمیق بوده‌اند. عشق خیانت‌آمیز نادرترین و ضعیف‌ترین نوع از عشق آنلاین در جامعه موردبررسی است و تنها ۴/۴ درصد از کل پاسخ‌گویان را شامل می‌شود.

ب) یافته‌های تحلیلی

در ابتدا، به منظور شناخت بهتری از وضعیت متغیرهای عشق آنلاین و خودپنداره که متغیرهای فاصله‌ای پژوهش هستند، آزمون تی تک‌نمونه به کار گرفته شد. نتایج آزمون مربوطه در این زمینه در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳. نتایج آزمون تی تک‌نمونه درباره هر یک از متغیرهای خودپنداره و عشق آنلاین

متغیرها	میانگین نظری	میانگین محاسبه شده	نتیجه و تفسیر
عشق آنلاین	۲۲	۱۹/۴	با توجه به میانگین محاسبه شده (۱۹/۴) در مقایسه با میانگین نظری (۲۲) و سطح معناداری ۰/۰۰۰، میزان و شدت عشق آنلاین در جامعه موردبررسی اندکی کمتر از حد متوسط است.
خودپنداره	۶	۶/۷	با توجه به میانگین محاسبه شده (۶/۷) در مقایسه با میانگین نظری (۶) و سطح معناداری ۰/۰۰۰، میزان خودپنداره از حد متوسط اندکی بیشتر است.

نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد جامعه مورد مطالعه خودپنداره و اعتماد به نفسی در سطح متوسط دارد؛ یعنی، از وضع ظاهری، ویژگی‌های شخصیتی و زندگی گذشته خود نسبتاً راضی و خشنود است. همچنین، با توجه به نتایج جدول ۳، ملاحظه می‌شود پدیده عشق آنلاین نیز در کاربران شکل گرفته و شدت و میزان آن نزدیک به حد متوسط است. این نتیجه به سؤال اول پژوهش - مبنی بر اینکه آیا عشق آنلاین در بین کاربران اینترنتی شکل گرفته است - پاسخ می‌دهد. در مورد سؤال دوم پژوهش - مبنی بر اینکه «چه گونه‌هایی از عشق آنلاین در تعاملات اینترنتی کاربران شکل گرفته‌اند؟» - نتایج توصیفی پژوهش نشان داد تمامی گونه‌های شش‌گانه عشق آنلاین در بین پاسخ‌گویان با شدت و ضعف متفاوتی شکل گرفته‌اند و از این میان، رایج‌ترین گونه عشق را «عشق سرگرمی و تفریح» تشکیل می‌دهد. عشق سرگرمی و تفریح در اغلب گروه‌های سنی، تحصیلی، شغلی و... از رواج بیشتری نسبت به سایر گونه‌های عشق برخوردار بوده است. از این رو، تفاوت احتمالی میان گروه‌های مختلف سنی، شغلی و... را عمدتاً در سایر انواع عشق می‌توان مشاهده و تحلیل کرد. بدین منظور، نتایج تفصیلی مربوط به توزیع فراوانی درصدی گونه‌های عشق آنلاین برحسب خصوصیات پاسخ‌گویان در جدول جامع دوبعدی^۱ ارائه شده و در هر مورد نیز نتایج آزمون فرضیات مربوطه منعکس شده است.

جدول ۴. نتایج تفصیلی توزیع دومتغیره گونه‌های عشق آنلاین و خصوصیات کاربران

متغیر	شاخص‌ها	عشق همسریاب	عشق حسابگرانه	عشق شهوانی	عشق سرگرمی	عشق صمیمانه	عشق خیانت‌آمیز	نتایج آزمون
سن	۱۸-۲۴ ساله	٪۱۳/۷	٪۲۳/۹	٪۱۴/۵	٪۳۲/۵	٪۱۲	٪۳/۴	$X^2 = 73.2$ Sig.=.....
	۲۵-۲۸	٪۱۸/۴	٪۲۵	٪۱۰/۵	٪۲۸/۹	٪۱۷/۱	٪۰	
	۲۹-۳۲	٪۱۰/۶	٪۱۹/۱	٪۱۹/۱	٪۴۲/۶	٪۸/۵	٪۰	
	۳۳-۳۷	٪۱۹	٪۱۳/۸	٪۱۳/۸	٪۴۴/۸	٪۱۷	٪۶/۹	
	۳۸-۴۱	٪۱۳/۳	٪۳۰	٪۱۶/۷	٪۳۰	٪۳/۳	٪۶/۷	
	۴۲-۴۶	٪۰	٪۷/۱	٪۷/۱	٪۶۰/۷	٪۰	٪۲۵	
۴۷-۵۷	٪۱۳/۶	٪۱۳/۴	٪۱۸/۲	٪۵۰	٪۴/۵	٪۰		
وضعیت تأهل	مجرد	٪۱۲/۹	٪۲۵/۲	٪۱۴/۱	٪۳۵/۶	٪۱۰/۴	٪۱/۸	$X^2 = 39.9$ Sig.=...۰۰۱
	متاهل	٪۱۳/۵	٪۱۷/۴	٪۱۴	٪۴۲	٪۶/۸	٪۶/۳	
	سایر	٪۴۱/۷	٪۸/۳	٪۸/۳	٪۰	٪۳۳	٪۸/۲	
تحصیلات	تا دیپلم	٪۶/۹	٪۱۱/۱	٪۱۱/۲	٪۵۶/۹	٪۴/۲	٪۹/۷	$X^2 = 24.8$ Sig.=...۰۰۶
	دیپلم تا لیسانس فوق لیسانس و بالاتر	٪۱۴/۸ ٪۱۸/۷	٪۲۳/۳ ٪۲۰	٪۱۴/۸ ٪۱۳/۳	٪۳۳/۵ ٪۳۴/۷	٪۱۰/۶ ٪۹/۳	٪۳ ٪۴	

1. Crosstabs

عشق آنلاین و گونه‌های آن در فضای مجازی؛ مطالعه کاربران شهر کاشان در سال ۱۳۹۹

$X^2 = ۴۵$ Sig= .۰۰۰۷	%۲/۶	%۵/۳	%۵۵/۳	%۵/۳	%۲۳/۷	%۷/۹	مشاغل دولتی	نوع اشتغال
	%۱۰/۲	%۲	%۴۲/۹	%۱۷/۳	%۱۶/۳	%۱۱/۲	شغل آزاد	
	%۴	%۸	%۴۴	%۱۶	%۱۲	%۱۶	تخصصی	
	%۲/۶	%۱۳/۷	%۲۸/۴	%۱۴/۲	%۲۴/۲	%۱۶/۸	شاغل به تحصیل	
	%۰	%۱۱/۱	%۶۶/۷	%۵/۶	%۱۱/۱	%۵/۶	خانه‌دار	
	%۰	%۰	%۵۷/۱	%۱۴/۱	%۱۴	%۱۴/۳	بیکار	
$X^2 = ۴۳.۸$ Sig= .۰۰۰۰	%۴/۵	%۱/۵	%۶۵/۷	%۴/۵	%۱۴/۹	%۹	کاملاً مثبت	نگرش به اینترنت
	%۴/۷	%۹	%۳۳/۶	%۱۷/۶	%۲۲/۷	%۱۲/۵	تا حدودی مثبت	
	%۳/۵	%۱۹/۳	%۲۸/۱	%۷	%۱۷/۵	%۲۴/۶	نه‌چندان مثبت	
$X^2 = ۴۵.۲$ Sig= .۰۰۰۸	%۵۰	%۰	%۲۵	%۰	%۲۵	%۰	رایانامه	محیط اینترنتی
	%۰	%۱۰	%۵۰	%۰	%۲۰	%۲۰	چت روم	
	%۱۲/۵	%۰	%۱۸/۸	%۱۳/۳	%۲۵	%۱۲/۵	وبگاه	
	%۴/۵	%۱۳/۴	%۲۹/۹	%۹	%۲۸/۴	%۱۴/۹	دوست‌یابی	
	%۲	%۱۱	%۳۶/۸	%۱۶/۹	%۱۸/۹	%۱۳/۴	تلگرام	
	%۱/۷	%۳۷/۹	%۱۰/۳	%۲۰/۷	%۲۲/۴	اینستاگرام	واتساپ	
$X^2 = ۱۳۲$ Sig= .۰۰۰۰	%۷/۴	%۲/۶	%۵۱/۳	%۶/۸	%۲۳/۱	%۸/۵	تا ۳ ماه	تداوم دوستی اینترنتی
	%۷/۷	%۲/۳	%۴۴/۲	%۱۴	%۲۵/۶	%۷	۳-۶ ماه	
	%۶/۵	%۲/۲	%۳۰/۴	%۱۹/۶	%۳۹/۱	%۲/۲	۶-۹ ماه	
	%۰	%۲۲/۲	%۸/۹	%۳۳/۳	%۱۱/۱	%۲۴/۴	۹-۱۲ ماه	
	%۲/۵	%۲۳/۵	%۱۲/۳	%۱۲/۳	%۱۳/۶	%۳۵/۸	بیش از ۱ سال	

در جدول ۴، نتایج تفصیلی توزیع متغیرهای پژوهش به‌همراه نتایج آزمون کای اسکور در زمینه فرضیات پژوهش ارائه شده است. البته، متغیرهای جنسیت ($X^2 = 7/25$, Sig.=0/203) و خودپنداره ($F=1/76$, Sig.=0/12) رابطه معناداری با گونه‌های عشق آنلاین نشان نداد و از این رو، در جدول نیز گزارش نشده‌اند. چنان‌که در جدول ۴ ملاحظه می‌شود، در اغلب گروه‌های مورد مطالعه، عشق سرگرمی و تفریح بیشتر از سایر انواع عشق رایج بوده است و این امر نشان می‌دهد اکثریت نسبی جامعه مورد بررسی برای سرگرمی، تفریح و یا از روی کنجکاوی به روابط رماتیک در فضای مجازی می‌پردازند؛ اما تفاوت عمده بین گروه‌های پاسخ‌گویان را باید در اولویت‌های بعدی عشق در آن‌ها جست‌وجو کرد.

نتایج آزمون فرضیات در جدول ۴ سرنوشت سایر فرضیات پژوهش را مشخص می‌کند. در این زمینه و با توجه به نتایج به‌دست‌آمده ($X^2 = 73/2$, Sig.=0/000) می‌توان گفت میان سن و گونه‌های عشق آنلاین رابطه وجود دارد. به عبارتی، اگرچه، در اغلب

گروه‌های سنی، عشق تفریح و سرگرمی رایج‌ترین بوده است، در مورد سایر گونه‌های عشق، گروه‌های سنی با یکدیگر متفاوت‌اند. برای نمونه، عشق آنلاین همسریاب را بیش از همه در افراد ۳۳ تا ۳۷ ساله می‌توان دید (۱۹ درصد) که تناسب جالبی با بالارفتن سن ازدواج در سال‌های اخیر دارد. عشق حسابگرانه بیش از همه در اواخر میان‌سالی، یعنی در افراد ۳۸ تا ۴۱ ساله، پدیدار شده است؛ اما عشق صمیمانه و عمیق در جوانان ۲۵ تا ۲۸ ساله که هنوز به‌طور جدی وارد محاسبات هزینه-فایده روابط اجتماعی نشده‌اند قابل توجه بوده است. عشق شهوانی بیش از همه در دو گروه سنی مشاهده می‌شود: افراد واقع در ابتدای میان‌سالی یا سنین ۲۹ تا ۳۱ و همچنین بزرگسالان ۴۷ تا ۵۷ ساله. در نهایت، عشق خیانت‌آمیز بیش از همه در گروه بزرگسالان ۴۲ تا ۴۶ ساله و با شدتی کمتر در بین میان‌سالان ۳۳ تا ۴۱ ساله مشاهده شده است؛ پدیده‌ای که به عقیده بن زئیف نشان می‌دهد افراد متأهل میان‌سال و بزرگسال سهم بزرگی در روابط رمانتیک آنلاین به‌ویژه از نوع خیانت‌آمیز دارند.

بر اساس نتایج جدول ۴ ($X^2=29/9$ و $Sig.=0/001$)، بین گونه‌های عشق آنلاین و وضعیت تأهل افراد رابطه وجود دارد و بنابراین، فرضیه مربوطه تأیید می‌شود. نگاهی به نتایج تفصیلی نشان می‌دهد عشق سرگرمی و تفریح هم در مجردها (۳۵/۶ درصد) و هم در متأهلان (۴۲ درصد) بیش از سایر انواع عشق رواج دارد. پس از آن، عشق حسابگرانه در هر دو گروه شایع است؛ اما تفاوت اصلی مجردها و متأهله‌ها در عشق‌های خیانت‌آمیز است؛ زیرا این نوع عشق در متأهلان (۶/۳ درصد) بیش از مجردها (۸/۱ درصد) است. در سایر افراد، یعنی مطلقه‌ها و بیوه‌ها نیز، عشق همسریاب (۴۱/۷ درصد) بیش از همه رواج دارد. یافتن همدم یا همسر، چنان‌که لائسون و لک در مطالعات خود به آن رسیده بودند، یکی از مهم‌ترین انگیزه‌ها برای بسیاری از کاربران جهت ورود به روابط رمانتیک در فضای مجازی است و طبعاً بیوه‌ها و مطلقه‌ها در این زمینه بیش از بقیه انگیزه‌مند هستند.

در زمینه تحصیلات نیز نتایج جدول ۴ ($X^2=24/8$ و $Sig.=0/006$) حاکی است که میان گونه‌های عشق آنلاین و سطح تحصیلات افراد رابطه وجود دارد و بنابراین، فرضیه مربوطه تأیید می‌شود. در همه گروه‌های تحصیلی، «عشق سرگرمی و تفریح» رایج‌ترین گونه است؛ اما تفاوت اصلی گروه‌های تحصیلی در بقیه گونه‌های عشق آنلاین است. در بین دانشجویان و دارندگان لیسانس عشق حسابگرانه (۲۳/۳ درصد) و در میان دانشجویان و دارندگان فوق‌لیسانس و بالاتر عشق‌های حسابگرانه و همسریاب تقریباً در سطحی مشابه (۲۰ درصد و ۱۸/۷ درصد) رواج دارند. در این متغیر نیز، تفاوت اصلی در عشق‌های خیانت‌آمیز است که در پاسخ‌گویان با تحصیلات تا دیپلم (۹/۷ درصد) به شکل محسوس‌تری بیشتر از

دانشجویان لیسانس و فوق لیسانس و بالاتر (۳ درصد و ۴ درصد) بوده است. به نظر می‌رسد سطح تحصیلات یکی از عواملی است که ضریب کنترل فرد بر حوزه‌های مختلف زندگی را افزایش داده و چشم‌اندازی از پیامدهای احتمالی هر نوع رفتار را در اختیار می‌گذارد. از این رو، محاسبات و دوراندیشی‌هایی که در ذهن اشخاص تحصیل کرده می‌گذرد با آنچه در ذهن انسان‌های با تحصیلات کم جریان دارد بسیار متفاوت است. با این حال، تبیین دقیق این تفاوت در مورد عشق‌های خیانت‌آمیز شایسته پژوهش‌هایی مستقل است.

نوع اشتغال افراد نیز بی‌ارتباط با گونه‌های عشق آنلاین نیست. با توجه به نتایج جدول ۴ ($X^2=45$ و $Sig.=0/007$) می‌توان دریافت که میان گونه‌های عشق آنلاین و نوع اشتغال افراد رابطه وجود دارد و بنابراین، فرضیه پژوهش تأیید می‌شود. نتایج تفصیلی در این زمینه نشان داد «عشق تفریح و سرگرمی» در کاربران دارای اشتغال‌های مختلف بیشترین رواج را داشته است؛ اما تفاوت اصلی گروه‌های شغلی عمدتاً در سایر گونه‌های عشق آنلاین دیده می‌شود. مثلاً در افراد شاغل به تحصیل، بعد از عشق سرگرمی و تفریح، عشق‌های حسابگرانه (۲۴ درصد) از رواج خوبی برخوردار است؛ هرچند که این گروه حضور قابل توجهی در سایر انواع عشق نیز دارد و به عبارتی، بیشترین تنوع عشقی را در شاغلان به تحصیل می‌توان دید. این در حالی است که در بین خانه‌دارها عشق تفریح و سرگرمی (۶۶/۷ درصد) تقریباً تنها شکل رایج عشق آنلاین را تشکیل می‌دهد و جالب اینکه میزان عشق خیانت‌آمیز در این گروه در حد صفر بوده است. در کارکنان مشاغل آزاد، عشق‌های شهوانی (۱۷/۳ درصد) و سپس حسابگرانه عمده‌ای دارد و جالب اینکه در همین گروه عشق‌های خیانت‌آمیز هم بیش از بقیه گروه‌های شغلی (۱۰/۲ درصد) بوده است. در کارکنان دولتی عشق همسریاب (۲۳/۷ درصد) و در مشاغل تخصصی عشق‌های همسریاب و شهوانی به یک اندازه (۱۶ درصد) پس از عشق سرگرمی و تفریح رواج داشته‌اند.

نوع نگرش به اینترنت و فضای مجازی نیز در گونه‌های عشق آنلاین نقش ایفا کرده است. با توجه به نتایج به دست آمده در جدول ($X^2=43/8$ و $Sig.=0/000$) می‌توان دریافت میان گونه‌های عشق آنلاین و نوع نگرش به فضای مجازی رابطه معنادار وجود دارد و بنابراین، فرضیه پژوهش تأیید می‌شود. نتایج تفصیلی نیز نشان می‌دهد اگرچه در تمامی کاربران با انواع نگرش به اینترنت عمده‌ترین نوع عشق «عشق تفریح و سرگرمی» است، اما در افراد با نگرش کاملاً مثبت تا حدودی مثبت و نه‌چندان مثبت درجات آن متفاوت است (۶۵/۷ درصد، ۳۳/۶ درصد، ۲۸/۱ درصد). پس از آن، عشق حسابگرانه (۲۲/۷ درصد) در افراد دارای نگرش تا حدودی مثبت و عشق همسریاب (۲۴/۶ درصد) در کاربران دارای نگرش منفی قابل توجه است.

نتایج جدول ۴ ($X^2=45/2$ و $Sig.=0/008$) همچنین نشان می‌دهد میان گونه‌های عشق آنلاین و نوع محیط اینترنتی که کاربران برای روابط رمانتیک از آن استفاده می‌کنند رابطه معنادار وجود دارد و بنابراین، فرضیه پژوهش تأیید می‌شود. تأیید فرضیه بدین معناست که در محیط‌های مجازی مختلف همچون رایانامه، تلگرام، اینستاگرام و... گونه‌های یکسانی از عشق آنلاین رواج ندارد و نوع عشق رایج در محیط‌های آنلاین متفاوت با یکدیگر است. با توجه به داده‌های تفصیلی جدول ۴، در محیط رایانامه و چت روم عشق‌های سرگرمی و تفریح (۲۵ درصد و ۵۰ درصد) و حسابگرانه (۲۵ درصد و ۲۰ درصد) نسبتاً رواج خوبی دارند؛ اما گونه‌های دیگر عشق اساساً در این محیط‌ها شکل نگرفته‌اند. در محیط رایانامه، عشق خیانت‌آمیز (۵۰ درصد) در صدر قرار داشته است؛ لیکن از آنجاکه تنها چهار نفر از کاربران مورد مطالعه از رایانامه برای روابط رمانتیک استفاده می‌کنند، این مسئله نقش چندانی در قضاوت نهایی نمی‌تواند داشته باشد. در وبگاه‌های دوست‌یابی، عشق شهوانی (۳۱/۳ درصد) و سپس عشق حسابگرانه (۲۵ درصد) استثنائاً رواج بیشتری از عشق‌های تفریح و سرگرمی (۱۸/۸ درصد) داشته‌اند. در شبکه اجتماعی تلگرام طیف متنوعی از گونه‌های عشق آنلاین دیده می‌شود؛ به گونه‌ای که عشق‌های سرگرمی-تفریح و حسابگرانه تقریباً در یک سطح (۲۹/۹ درصد و ۲۸/۴ درصد) بیش از سایر انواع عشق و پس از آن، عشق همسریاب و عشق صمیمی و عمیق (۱۴/۹ درصد و ۱۳/۴ درصد) در سطحی تقریباً یکسان رواج دارند. در اینستاگرام نیز گونه‌های عشق متنوع‌اند؛ به طوری که پس از عشق سرگرمی و تفریح (۳۶/۸ درصد)، طیفی از عشق‌های حسابگرانه، شهوانی و همسریاب و سپس عشق‌های صمیمانه (۱۸/۹ درصد و ۱۶/۹ درصد و ۱۳/۴ درصد و ۱۱ درصد) به شکل نسبتاً متوازی رواج دارند. جالب اینکه، عشق‌های خیانت‌آمیز در تعاملات کاربران در محیط تلگرام از ۴/۵ درصد و در اینستاگرام از ۳ درصد تجاوز نمی‌کند. در شبکه اجتماعی واتساپ عشق سرگرمی و تفریح بیش از همه (۳۷/۹ درصد) و پس از آن، عشق‌های همسریاب و حسابگرانه (۲۲/۴ درصد و ۲۰/۷ درصد) رواج داشته‌اند. در نگاهی کلی، شبکه‌های اجتماعی (اینترنت نسل دوم) بیش از محیط‌های اینترنتی قدیمی‌تر (اینترنت نسل اول) توانسته‌اند به شکل بستر مناسبی برای ظهور انواع عشق آنلاین در میان کاربران ظاهر شوند و بی‌تردید این مسئله در پیوند با تجهیزات بصری و شنیداری این شبکه‌هاست که تبادل احساسات و عواطف میان انسان‌ها را آسان‌تر و سریع‌تر کرده است.

نهایتاً، با توجه به نتایج جدول ۴ ($X^2=132$ و $Sig.=0/000$) می‌توان دریافت میان گونه‌های عشق آنلاین و مدت زمان تداوم ارتباط و دوستی‌های رمانتیک در فضای مجازی رابطه وجود دارد و بنابراین، فرضیه پژوهش تأیید می‌شود. این بدان معناست که برحسب مدت زمانی که دوستی‌های رمانتیک در فضای مجازی به طول می‌انجامد، نوع عشقی که در آن

پدیدار می‌شود متفاوت خواهد بود. به عبارتی، در دوستی‌های اینترنتی کوتاه‌مدت، میان مدت و بلندمدت، گونه‌های متفاوتی از عشق آنلاین شکل می‌گیرند. نتایج تفصیلی در این زمینه نشان داد در دوستی‌های آنلاین که بیش از یک سال تداوم و ماندگاری داشته‌اند، عمدتاً عشق‌های همسریاب (۳۵/۸ درصد) و پس از آن، صمیمانه و عمیق (۲۳/۵ درصد) رواج خوبی داشته‌اند و استثنائاً عشق تفریح و سرگرمی در رتبه چهارم قرار دارد. در این رابطه، مطالعات پارکر و فلوید^۱ نشان داده است هنگامی که روابط آنلاین تداوم می‌یابد، به تدریج برخی ویژگی‌های روابط واقعی همچون درک متقابل، پیش‌بینی‌پذیری، تعهد و وابستگی متقابل و تمایل برای روابط نزدیک‌تر در آن پدیدار می‌شود (موسوی، ۱۳۹۶: ۱۶۵). ظهور ویژگی‌های یادشده در آن دسته روابط اینترنتی که ماندگارترند طبعاً می‌تواند زمینه را برای اعتماددورزی بیشتر و در نتیجه، شکل‌گیری عشق‌های همسریاب و صمیمانه فراهم کند.

در دوستی‌های اینترنتی با ماندگاری ۹-۱۲ ماه نیز، رایج‌ترین گونه‌ها را عشق‌های شهوانی (۳۳/۳ درصد) و سپس همسریاب (۲۴/۴ درصد) تشکیل داده‌اند و جالب اینکه، عشق تفریح و سرگرمی در رتبه ماقبل آخر است. در دو گروهی که ذکر شد، میزان رواج عشق خیانت‌آمیز نزدیک به صفر (۲/۵ درصد و ۰ درصد) بوده است؛ اما در دوستی‌هایی با ماندگاری ۶ تا ۹ ماه، عشق‌های حسابگرانه و سپس سرگرمی و تفریح (۳۹/۱ درصد و ۳۰/۴ درصد) بیشتر رواج یافته‌اند. در دوستی‌های آنلاین با ماندگاری ۳-۶ ماه بیش از همه عشق‌های تفریح و سرگرمی (۴۴/۲ درصد) و سپس حسابگرانه (۲۵/۶ درصد) و نهایتاً در دوستی‌های کمتر از ۳ ماه نیز عشق‌های تفریح و سرگرمی (۵۱/۳ درصد) و سپس عشق حسابگرانه (۲۳/۱ درصد) رایج‌ترین‌ها هستند. سهم عشق‌های خیانت‌آمیز تنها در دوستی‌های کوتاه‌مدت و کمتر از ۶ ماه پررنگ است (۷/۴ درصد پاسخ‌گویان)؛ اما در دوستی‌های میان مدت و بلندمدت این رقم بسیار کاهش می‌یابد و به صفر نزدیک می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

موضوع اصلی این پژوهش درباره گونه‌های مختلف عشق‌ورزی است که در فضای مجازی شکل گرفته‌اند. نتایج به‌دست‌آمده نشان داد شش گونه از عشق در فضای مجازی شکل گرفته است و از میان این گونه‌های شش‌گانه (همسریاب، حسابگرانه، شهوانی، تفریح و سرگرمی، عمیق و صمیمانه، خیانت‌آمیز)، رایج‌ترین گونه عشق آنلاین را گونه سرگرمی و تفریح تشکیل می‌دهد؛ زیرا ۳۸ درصد پاسخ‌گویان - یعنی از هر ۳ نفر یک نفر - چنین سبکی از عشق‌ورزی را در تعاملات رمانتیک اینترنتی خود دنبال می‌کند. به‌منظور بررسی فرضیات پژوهش، رابطه

میان متغیرهای پژوهش با گونه‌های عشق آنلاین از طریق آزمون، تحلیل واریانس، تی و کای اسکوئر سنجش شد و معلوم شد متغیرهای «جنسیت و خودپنداره» رابطه معناداری با گونه‌های عشق آنلاین ندارند؛ اما رابطه میان گونه‌های عشق آنلاین و دیگر متغیرهای پژوهش همگی مورد تأیید قرار گرفتند.

بر اساس نتایج آزمون فرضیات، مشخص شد «سن افراد» نقش قابل توجهی در نوع عشق‌ورزی آن‌ها در فضای مجازی دارد و گویا افراد در هر دوره سنی بیشتر به یک گونه از عشق‌های آنلاین روی می‌آورند. اگرچه در اغلب گروه‌های سنی عشق تفریح و سرگرمی رایج‌ترین بوده است، اما در اولویت بعدی، عشق همسریاب را بیش از همه در میان سالان ۳۳ تا ۳۷ ساله می‌توان دید؛ یعنی، همان سنی که امروزه بسیاری از جوانان در کشور ازدواج می‌کنند. عشق حسابگرانه بیش از همه در اواخر میان‌سالی ظاهر شده است، اما عشق صمیمانه و عمیق در جوانان ۲۵ تا ۲۸ ساله که پُرشور و عاطفی هستند و هنوز به‌طور جدی وارد محاسبات هزینه-فایده روابط اجتماعی نشده‌اند قابل توجه بوده است. عشق شهوانی بیش از همه در افراد واقع در ابتدای میان‌سالی (۲۹-۳۱) و بزرگ‌سالان ۴۷ تا ۵۷ ساله و نهایتاً، عشق خیانت‌آمیز بیش از همه در گروه بزرگ‌سالان ۴۲ تا ۴۶ ساله و با شدتی کمتر در بین میان‌سالان ۳۳ تا ۴۱ ساله مشاهده شده است. در سنین ذکرشده (۳۳ تا ۴۶ ساله) افراد غالباً متأهل‌اند و این همان پدیده‌ای است که به عقیده بن زئیف نشان می‌دهد افراد متأهل میان‌سال و بزرگ‌سال سهم بزرگی در روابط رمانتیک آنلاین به‌ویژه از نوع خیانت‌آمیز دارند (بن زئیف، ۲۰۰۴: ۱۸۷). همچنین معلوم شد افراد با «وضعیت تأهل» مختلف گونه‌های یکسانی از عشق آنلاین را تجربه نمی‌کنند؛ بدین معنا که هرچند عشق سرگرمی و تفریح در مجردها و متأهلان رواج بیشتری دارد، اما در مطلقه‌ها و بیوه‌ها این‌طور نیست؛ بلکه عشق همسریاب و سپس عشق صمیمانه رواج بیشتری از عشق تفریح و سرگرمی دارند. تفاوت مهم دیگر در عشق‌های خیانت‌آمیز است؛ زیرا این‌گونه از عشق به‌طور چشمگیری در متأهلان بیش از مجردهاست. به‌علاوه، دریافتیم که در تمامی «گروه‌های تحصیلی» عشق سرگرمی و تفریح در فضای مجازی شایع‌ترین گونه است؛ هرچند در مقاطع تحصیلی بالاتر عشق حسابگرانه و همسریاب نیز رواج خوبی دارد. در این متغیر نیز تفاوت اصلی در عشق‌های خیانت‌آمیز است که در پاسخ‌گویان با تحصیلات تا دیپلم به شکل محسوسی بیشتر از دانشجویان یا دارندگان مدارج دانشگاهی بالاتر است.

«اشتغال افراد» نیز در سبک عشق‌ورزی آن‌ها در فضای مجازی نقش داشته است. ضمن اینکه در تمامی گروه‌ها عشق تفریح و سرگرمی رواج بیشتری داشته است، اما

تفاوت اصلی را می‌توان در بقیه گونه‌های عشق آنلاین ملاحظه کرد. در افراد شاغل به تحصیل، عشق‌های حسابگرانه و همسریاب رواج قابل توجهی دارند؛ در حالی که در کارکنان مشاغل آزاد عشق‌های شهوانی و سپس حسابگرانه رواج عمده‌ای دارند و در همین گروه از کاربران، عشق‌های خیانت‌آمیز بیش از سایر مشاغل بوده است. بیشترین تنوع عشقی را در شاغلان به تحصیل و کمترین تنوع عشقی را در افراد خانه‌دار می‌توان دید. در کاربران دارای «نگرش‌های مختلف به اینترنت و فضای مجازی» نیز گونه‌های یکسانی از عشق آنلاین رواج ندارند و نتایج نشان می‌دهد در کاربرانی که نگرش کاملاً مثبت به فضای مجازی دارند، عمده‌ترین نوع عشق عشق تفریح و سرگرمی است و بقیه عشق‌ها در این کاربران ضعیف است؛ اما در کاربرانی که نگرش آن‌ها تا حدودی مثبت است عشق تفریح و سرگرمی رایج‌ترین و پس از آن، عشق‌های حسابگرانه و شهوانی رایج‌اند. 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 حضور در رایانامه و چت روم برای روابط رمانتیک بسیار کم‌رنگ بوده است؛ اما در وبگاه‌های دوست‌یابی با تعداد ۱۸ نفری از کاربران، عشق شهوانی و سپس حسابگرانه شکل گرفته‌اند. در شبکه اجتماعی تلگرام، طیف متنوعی از گونه‌های عشق آنلاین دیده می‌شود؛ به گونه‌ای که عشق‌های سرگرمی/تفریح و حسابگرانه بیش از بقیه انواع عشق و پس از آن، عشق‌های همسریاب و صمیمی و عمیق در سطحی تقریباً یکسان رواج دارند. در اینستاگرام نیز گونه‌های عشق متنوع‌اند؛ به طوری که پس از عشق سرگرمی و تفریح، طیفی از عشق‌های حسابگرانه، شهوانی، همسریاب و عشق صمیمانه به‌طور متوازن رواج دارند. در شبکه اجتماعی واتساپ نیز، عشق سرگرمی و تفریح بیش از همه و پس از آن، عشق‌های همسریاب و حسابگرانه شایع هستند.

در زمینه «مدت زمان تداوم دوستی اینترنتی»، نتایج نشان داد در دوستی‌های آنلاین با بیش از یک سال تداوم و ماندگاری، عمدتاً عشق‌های همسریاب و پس از آن عشق صمیمانه و عمیق رواج خوبی داشته‌اند. در دوستی‌های با ماندگاری ۹ تا ۱۲ ماه، رایج‌ترین گونه‌ها را عشق‌های شهوانی و سپس همسریاب تشکیل می‌دهند و رواج عشق خیانت‌آمیز نزدیک به صفر است. همچنین در دوستی‌هایی با ماندگاری ۶ تا ۹ ماه، عشق‌های حسابگرانه و سپس سرگرمی و تفریح بیشتر رواج یافته‌اند. در دوستی‌های آنلاین با ماندگاری ۳ تا ۶ ماه و یا کمتر از سه ماه، بیش از همه، عشق‌های تفریح و سرگرمی و سپس حسابگرانه رایج‌اند. سهم عشق‌های

خیانت‌آمیز تنها در دوستی‌های کوتاه‌مدت و کمتر از ۶ ماه پررنگ و قابل توجه است (۷/۴ درصد پاسخ‌گویان)؛ اما در دوستی‌های میان‌مدت و بلندمدت این رقم بسیار کاهش می‌یابد و به صفر نزدیک می‌شود.

در مجموع، نخستین دستاورد این پژوهش کشف این نکته است که شکل‌گیری عشق در فضای مجازی حتی در بین شهروندان محیطی سنتی همچون کاشان نیز امکان دارد؛ زیرا نتایج پژوهش نشان داد که عشق آنلاین واقعاً به میزانی نزدیک به حد متوسط در جامعه مورد مطالعه پدیدار شده است. چنین دستاوردی همسو با آرای صاحب‌نظرانی چون اندرسون، بن زئیف، ویتی، ویلدرموث و ولگبائر است که بر امکان شکل‌گیری روابط عاشقانه در فضای مجازی و اینکه این روابط می‌توانند گاهی بسیار عمیق، عاطفی و اثرگذار شوند تأکید دارند. دومین نکته مسئله ماندگاری رابطه رمانتیک آنلاین است که در بخش قابل توجهی از پاسخ‌گویان طولانی بوده و تقریباً از هر ۴ رابطه رمانتیک در فضای مجازی یکی از تداوم و ماندگاری بالا و بیش از یک سال برخوردار است. قبلاً اشاره شد که در تعاملات رمانتیک بلندمدت، عمدتاً عشق همسریاب رایج‌تر بوده است؛ بنابراین، انگیزه اصلی از این روابط در این گروه از کاربران پیش‌بینی‌پذیر خواهد بود. اگرچه مشخص نیست چه بخشی از این روابط در نهایت به همسرگزینی و ازدواج منتهی می‌شوند، چنان‌که نتایج پژوهش مهدوی (۱۳۸۵) نشان داده است، دست‌کم می‌توان فهمید که چون در ایران - به‌ویژه در محیط‌های سنتی‌تر - معاشرت با جنس مخالف ممانعت و کنترل می‌شود، برای جوانان عشق اینترنتی شکلی امن‌تر برای برقراری رابطه رمانتیک است و به آن‌ها امکان شناختن یکدیگر را، آن‌هم قبل از هزینه‌های ناشی از دیدار حضوری با معشوق، می‌دهد.

در کنار پی‌بردن به امکان شکل‌گیری عشق آنلاین، دومین دستاورد این پژوهش شناخت آن گونه‌هایی از عشق است که در فضای مجازی می‌توانند 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 کنجکاوی یا سرگرمی و تفریح شکل گرفته است تشکیل می‌دهد (۳۸ درصد)؛ به‌گونه‌ای که دست‌کم یکی از هر سه مورد روابط رمانتیک در این فضا از نوع سرگرمی و تفریح است. این واقعیت نشان‌دهنده حجم گسترده افرادی است که - به‌ویژه در محیط‌های سنتی‌تر - فضای مجازی را هنوز فضایی جدی در نظر نگرفته‌اند که بتوان در موضوع مهمی چون جفت‌یابی و همسرگزینی بر آن تکیه کرد؛ بلکه نحوه درگیر شدن با آن را در حد شوخی، سرگرمی، کنجکاوی و شیطنتهای پنهانی تلقی می‌کنند و به گفته کورن‌ول و لاندگرن، برای کاربران

عمدتاً جنبه سرگرمی، تحریک و برانگیختگی و کسب لذت و خشنودی دارد و انتظار بیشتری از آن ندارند. پس از عشق سرگرمی، عشق حسابگرانه نیز رواج نسبتاً خوبی در جامعه مورد مطالعه داشته (۱۹/۲ درصد) و از هر پنج رابطه رمانتیک، ۱ مورد چنین عشقی را در فضای آنلاین تجربه می‌کند. اتخاذ راهبرد احتیاط و محاسبه در روابط آنلاین مؤید نظرهای بن زئیف، فیوره^۱ و دونات^۲ و دیگر محققان اینترنت است که در خصوص روابط رمانتیک در فضای آنلاین نگرانی‌هایی را ابراز کرده‌اند؛ مثلاً فیوره و دونات، ضمن محتاطانه خواندن عشق‌های اینترنتی، معتقدند در روابط رمانتیک آنلاین، عنصر عشق و علاقه کم‌رنگ ولی احتیاط و محاسبه پررنگ خواهد بود (موسوی، ۱۳۹۶: ۲۲۴)؛ این همان پدیده‌ای است که لی در گونه‌شناسی خود آن را «عشق پراگماتیک» می‌خواند. رواج نسبتاً نیرومند این نوع عشق در جامعه سنتی مورد بررسی نشان می‌دهد - در کنار حجم گسترده‌ای از افراد که این فضا را برای عشق چندان جدی تلقی نمی‌کنند - حجم قابل توجهی از افراد نیز در روابط رمانتیک خود در فضای اینترنتی رویکرد محتاطانه و حسابگرانه‌ای را در پیش می‌گیرند و نگاهشان به این روابط عمدتاً حفظ نوعی توازن فایده‌هزینه است. به لحاظ رواج و گستردگی، عشق‌های همسریاب و شهوانی در مراتب بعدی‌اند (۱۳/۳ درصد)؛ یعنی، تقریباً از هر هشت رابطه رمانتیک آنلاین، یک مورد برای یافتن همسر یا ارضای غریزه جنسی است. رواج عشق‌های عمیق و صمیمی از این هم کمتر است (۸/۹ درصد)؛ به گونه‌ای که در هر یازده رابطه رمانتیک آنلاین، یکی امکان تجربه «رابطه ناب و خالص» یا همان عشق گیدیزی مربوط به دوران فراصنعتی را داشته است. نهایتاً عشق‌های خیانت‌آمیز در کمترین سطح (۴ درصد) ملاحظه می‌شود؛ به گونه‌ای که از هر ۲۵ رابطه رمانتیک در فضای مجازی تنها یک مورد را می‌توان از نوع عشق خیانت‌آمیز برشمرد. ترتیب‌بندی گونه‌های عشق آنلاین در این پژوهش سازگاری و انطباق جالبی با ساختار اجتماعی محیط سنتی و مذهبی‌ای همچون کاشان به دست می‌دهد؛ محیطی که در آن جامعه هنوز فضای مجازی را در برخی عرصه‌های مهم زندگی روزمره جدی نمی‌گیرد و محتاطانه با آن روبه‌رو می‌شود و حسابگرانه در آن مزایا و منافع را دنبال می‌کند. جدی‌نگرفتن فضای مجازی در محیط مورد مطالعه یادآور نظرهای واگرایانه و تفریدی است که واقعیات اجتماعی فرهنگی و تاریخی را واقعیات منحصربه‌فردی تلقی می‌کنند و برای هر

1. Fiore
2. Donath

جامعه مسیر خاصی را جهت پیمودن در نظر می‌گیرند. به گفتهٔ دیماجیو^۱ (۱۹۹۴)، به نقل از ساروخانی و مقربیان، (۱۳۹۰)، ارزش‌های سنتی بسیاری اوقات، علی‌رغم وقوع تغییرات اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و...، از دوام و ماندگاری برخوردارند (ساروخانی و مقربیان، ۱۳۹۰: ۵۲).

در پایان، با توجه به شکل‌گیری عشق آنلاین حتی در محیط‌های سنتی کشور، سزاوار است خانواده‌ها، مربیان و نهادهای مسئول، به‌جای اصرار بر فن‌هراسی و نگاه صرفاً آسیب‌شناختی به مسئله، منع و تعقیب‌های بی‌فایده را کنار بگذارند و با راهنمایی متخصصان، روشنگری‌های ثمربخشی را در زمینهٔ بهسازی و سلامت روابط رمانتیک آنلاین به جامعه پیشنهاد کنند و الگوهایی سالم و ایمن از این نوع روابط را فرهنگ‌سازی کنند. مشکل عمده‌ای که احساس می‌شود اساساً نداشتن الگوهایی از رابطهٔ سالم و ایمن در این فضا است و رفع این خلأ، قبل از هر چیز، نیازمند تابوشکنی و بازشدن فضای گفتمانی جهت پرداختن به مدل‌های مطلوب ارتباطی در فضای اینترنت است. بازشدن فضای بحث کمک خواهد کرد تا با در نظر گرفتن این واقعیت که شکل و ماهیت عشق آنلاین در سنین مختلف، وضعیت تأهل‌های متفاوت، سطوح تحصیلی گوناگون، روابط آنلاین بلندمدت یا کوتاه‌مدت و عوامل دیگری از این قبیل یکسان نیست و تغییر می‌کند، مدل‌های چندگانه‌ای برای ارائهٔ الگوهای سالم ارتباطی در مناقشات کارشناسانه طراحی شود.

تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان، مقالهٔ پیش رو فاقد هر گونه تعارض منافع بوده است.

منابع و مأخذ

- باومن، زیگمونت (۱۳۸۴). **عشق سیال: در باب ناپایداری روابط انسانی**. ترجمه عرفان ثابتی. تهران: نشر ققنوس.
- حسینی، فخرالسادات و کاظم علوی لنگرودی (۱۳۹۶). «نقش سبک‌های دل‌بستگی و رضایت جنسی در رضایت زناشویی با واسطه‌گری عشق‌ورزی». **فصلنامه مطالعات اجتماعی-روانشناختی زنان**، شماره ۳: ۱۸۸ - ۱۶۵.
- ساروخانی، باقر (۱۳۷۷). **روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی: بینش‌ها و فنون**. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- ساروخانی، باقر و مریم مقربیان (۱۳۹۰). «تجددگرایی و همسرگزینی: تحقیقی مقایسه‌ای در بین زنان مناطق ۱ و ۱۱ شهر تهران». **فصلنامه مطالعات فرهنگ-ارتباطات**، شماره ۴۷: ۷۶ - ۴۳.
- شمس راوندی، حدیثه (۱۳۹۹). **گونه‌شناسی الگوهای اجتماعی عشق در فضای مجازی**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مطالعات فرهنگی، دانشگاه کاشان.
- کنعانی، محمدمین و حمیده محمدزاده (۱۳۹۵). «تماس‌های شبکه‌ای و تجربه عشق سیال: مطالعه کیفی دانشجویان دختر دانشگاه گیلان». **فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران**، شماره ۱: ۱۴۷ - ۱۱۵.
- موسوی، سید کمال‌الدین (۱۳۹۶). **دنیای دوم: درآمدی بر جامعه‌شناسی جهان مجازی**. تهران: انتشارات بهینه و دانشگاه کاشان.
- Anderson, T. (2005). 'Relationships among Internet Attitudes, Internet Use, Romantic Beliefs, and Perceptions of Romantic Relationships'. **Cyberpsychology & Behavior**, 8(6), 521-531.
- Ben Ze-ev, A. (2004). **Love Online: Emotions on the Internet**. NY: Cambridge University Press.
- Cornwell, B. & Lundgren, D. (2001). 'Love on the Internet: Involvement & 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**. Retrieved from: <http://www.nicola.doering.de/publications/cyberlove-doering-2002.pdf>
- Finkel, E., Eastweak, P., Karney, B. & Reis, H. (2012). 'Online Dating: A critical analysis from the perspective of psychological science'. **Psychological Science in the Public Interest**, 13(1), 3-66.
- Fiore, A. T. & Donath, J. (2004). 'Online personals: An overview'. Paper presented at the **Conference on Human Factors in Computing Systems**, Vienna, Austria. Retrieved May 2020 from <http://smg.media.mit.edu/papers/>

atf/chi2004-personals-short.pdf.

Giddens, A. (1992). **The Transformation of Intimacy: Sexuality, Love, and Eroticisim in Modern Societies**. Cambridge: Polity Press.

Illouz, E. (2012). **Why love hurts: A sociological explanation**. Cmbridge: polity Press.

Klimova, S. (2009). 'Social Phenomena of Love'. **Russian Journal of Social Research**, 9, 79-88.

Lomanovska, A. & Guitton, M. (2016). 'Online intimacy and well-being in the digital age'. **Internet Intervention**, 4, 138-144.

Panakhonsab, W. (2016). **Love and Intimacy in Online Cross-cultural Relationships pathumthani**. Thailand: Palgrav Macmillan Publications.

Parks, M. & Floyd, K. (1996). 'Making friends in cyberspace'. **Journal of Computer-Mediated Communication**, 1(4). Retrieved June 15 2020 from: <http://www.usc.edu/dept/annenberg/vol1/issue4/Parkshtm>

Whitty, M. & Carr, A. (2006). **Cyberspace Romance: the psychology of online Relationships**. Hampshire: Palgrave Macmillan.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی