

Patterns of Lovemaking in the Youth of Tehran with a Data Theory Approach

ARTICLE INFO

Article Type

Research Article

Authors

Mahshid Salari ¹,
Afsaneh Varasteh Far ^{2*},
Ali Baghaei Sarabi ³

How to cite this article

Mahshid Salari, Afsaneh Varasteh Far, Ali Baghaei Sarabi, Patterns of Lovemaking in the Youth of Tehran with a Data Theory Approach, *Journal of Islamic Life Style Centeredon Health*, 2022:6(1): 183-201.

1. Department of Sociology, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

2. Department of Social Sciences, Roodehen Branch, Islamic Azad University, Roodehen, Iran (Corresponding Author).

3. Department of Sociology, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

* Correspondence:

Address:

Phone:

Email: afsaneh304@gmail.com

Article History

Received: 2022/03/06

Accepted: 2022/06/08

ABSTRACT

Purpose: The purpose of this study is to design love patterns for young people living in Tehran with the data theory approach of the foundation. The research method is qualitative and exploratory. The statistical population included young people aged 19-29 living in Tehran.

Materials and Methods: Sampling method was used as non-probability sampling with purposive sampling. The sample size in this study was 20 people and the open interview measurement tool was analyzed based on three stages of open, axial and selective coding. Based on data analysis, 158 basic concepts (open source), 44 core code and 21 selective code were identified.

Findings: The results extracted from the analysis of qualitative interviews showed that the causal factors of 3 main categories, 12 sub-categories and 38 primary codes; Underlying factors of 5 main categories, 9 subcategories, and 19 primary codes; Boar intervention factors 5 main categories, 10 sub-categories and 29 primary codes; Strategies consist of 5 main categories, 11 subcategories and 26 primary codes and finally the consequences of 6 main categories, 14 subcategories and 46 primary codes.

Conclusion: Therefore, it can be said that the studied youth, as activists, follow the epistemological principles and rules in accordance with the social and cultural structure of their time period, because there is only one epistemological field in each period of the actor's life.

Keywords: Youth, Lovemaking, Social Love, Data Foundation Theory, Playful Love

الگوهای عشق ورزی در جوانان شهر تهران با رویکرد

نظریه داده بنیاد

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۰۶
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۳/۱۸
* نویسنده مسئول: afsaneh304@gmail.com

مقدمه

مفهوم عشق پدیده‌ای چند بعدی است و معمولاً این باور وجود دارد که علی‌رغم تشابهات، هر فردی آن را به شکل و شیوه‌ای خاص تجربه می‌کند، چون تجارب و درک فردی در بازآفرینی آن دخالت می‌کند. عشق موضوعی است که در تمام ادیان و مکاتب به آن توجه شده است. عشق در ادیان اولیه ترکیبی از تعهد جاذبه‌ای و عبادی به نیروهای طبیعت بود (مشرکان چند خدایی) بعدها در ادیان جدیدتر این جاذبه به سوی اشیاء واحد و انتزاعی مانند قانون، خداوند، کلیسا و دولت سوق پیدا کرد (تک‌خدایی). دیدگاه سوم در این زمینه به دیدگاه وحدت وجود معروف است و ادعا می‌کند، همواره بین آن که می‌پرستد و آن که پرستیده می‌شود، تفاوت وجود دارد (۱). در اسلام، براساس آموزه‌های قرآنی، خاستگاه همه عشق‌ها و دوستی‌ها و مهرها و محبت‌ها، خداوند است. از همین روست که خداوند در همه آیات قرآنی حتی آغاز هر سوره با تکرار دو اسم و صفت خویش رحمان و رحیم، به مهر ورزی خویش اشاره کرده است (انعام، آیه ۱۲). در روان‌شناسی اولین دیدگاه نظریه پرداز که به این زمینه علاقه نشان داد، روان‌تحلیل‌گری بود (۲). فروید آن را گاه لیبیدو (عشق جنسی) و گاه انتخاب مطلوب اروس می‌خواند (۳). فروم اعتقاد دارد که اگر انسان خصوصیات فردی ارزشمندی چون مهرورزی به همسایه، ایمان، شجاعت و انضباط فردی را درک نکرده باشد، هرگز قادر نخواهد بود عشق واقعی به دیگری را تجربه کرده و از آن لذت ببرد (۴). عشق از دیدگاه رابین (۱۹۷۹) در سه جز، دلستگی، توجه و صمیمیت است (۵). تحقیقات ناتمام او را رابرت استرنبرگ^۱ تکمیل کرد. وی عشق مثالی را مطرح کرده که دارای سه ضلع صمیمیت، هوس و تعهد است. در میان روان‌شناسان اجتماعی که پیرامون عشق، تحقیق کرده‌اند، نام لی^۲ را هم نباید از قلم انداخت. او ۶ سبک مختلف برای عشق ورزی طرح کرد. این سبک‌ها شامل اروس^۳، فرد بسیار رمانتیک، لودوس^۴ (ارتباط شخص به طور هم‌زمان با افراد مختلف)، استورج^۵ (بر اساس دوستی و اعتماد)، مانیا^۶ (یک نوع وسواس فکری)، پراگما (به شیوه واقع‌گرایانه و عملی)، آگاپه^۷ (عشق الهی) (۶) می‌شود. یکی از مزایای تحقیقات لی نسبت به تحقیقات استرنبرگ این بود که او شدیداً به تفاوت‌های مردان و زنان در تجربه‌های عاشقانه توجه داشت. نتایج این تحقیقات نشان داد که اغلب مردان مایلند که عشق را به صورت نقش بازیگرانه یا رمانتیک شروع کنند، اما زنان به عشق دو جانبه و عشق واقع‌گرا تمایل بیشتری نشان می‌دهند (۵). اریک فروم نیز در کتاب «هنر عشق ورزیدن» به سبک‌های عشق ورزی نظیر عشق بردارانه، عشق مادرانه، عشق جنسی، عشق به خود، و عشق به خدا اشاره کرده است (۷). عشق میتواند روند ادامه دار و رو به جلویی

مهشید سالاری^۱

گروه جامعه‌شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

افسانه وارسته فر^۲

گروه علوم اجتماعی، واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی، رودهن، ایران (نویسنده مسئول).

علی بقایی سرابی^۳

گروه جامعه‌شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

چکیده

هدف: هدف از پژوهش حاضر طراحی الگوهای عشق ورزی جوانان ساکن در شهر تهران با رویکرد نظریه داده بنیاد است. روش پژوهش کیفی و از نوع اکتشافی است. جامعه آماری شامل جوانان بین سنین ۱۹-۲۹ سال ساکن در شهر تهران بودند.

مواد و روش‌ها: روش نمونه‌گیری به صورت نمونه‌گیری غیر احتمالی، با انتخاب هدفمند استفاده شد. اندازه نمونه در این پژوهش برابر ۲۰ نفر و ابزار اندازه‌گیری مصاحبه باز بود که بر مبنای سه مرحله کدگذاری باز، محوری و گزینشی تحلیل شد. براساس تحلیل داده‌ها، ۱۵۸ مفهوم اولیه (کدهای باز)، ۴۴ کد محوری و ۲۱ کد گزینشی شناسایی شد.

یافته‌ها: نتایج مستخرج از تجزیه و تحلیل مصاحبه‌های کیفی نشان داد که عوامل علی از ۳ مقوله اصلی، ۱۲ مقوله فرعی و ۳۸ کد اولیه؛ عوامل زمینه‌ای از ۵ مقوله اصلی، ۹ مقوله فرعی، و ۱۹ کد اولیه؛ عوامل مداخله‌گرا از ۵ مقوله اصلی، ۱۰ مقوله فرعی و ۲۹ کد اولیه؛ راهبردها از ۵ مقوله اصلی، ۱۱ مقوله فرعی و ۲۶ کد اولیه و در نهایت پیامدها حاصل از ۶ مقوله اصلی، ۱۴ مقوله فرعی و ۴۶ کد اولیه تشکیل شده‌اند.

نتیجه‌گیری: بنابراین می‌توان گفت جوانان مورد مطالعه، به عنوان کنشگر از اصول و قواعد معرفتی شناختی متناسب با ساختار اجتماعی و فرهنگی مقطع زمانی خود پیروی می‌کنند. زیرا تنها یک میدان معرفت شناختی در هر دوره از زندگی کنشگر وجود دارد.

کلید واژگان: جوانان، عشق ورزی، عشق اجتماعی، نظریه داده بنیاد، عشق بازیگوشانه.

⁵.Storage

⁶.Mania

⁷.Agape

¹.Robert Sternberg

².Lee

³.Eros

⁴.Ludus

آگاه هستند. اما هکشايلد بر فراگردی تازه انگشت تاکید می گذارد. وی با طراحی اصطلاح مدیریت عاطفی، در واقع، سهم کنشگری و عاملیت انسان را در برابر فشار وارد شده ی شیوه ی تولیدی نشان می دهد که آدمی به عنوان هر کارگر یا کارکنی در برابر نظام سرمایه داری ناگزیر است، نیروی کار خویش را بفروشد و با توجه به سهمی که از احساس و عاطفه ی خود باید هزینه کند، چه رویکردهای احتمالی را می تواند پدید آورد؟ به نظر هکشايلد موضوع مدیریت عاطفی به دنبال پاسخ به این پرسش بسیار مهم است که چگونه باید «خود» را در هنگام کنش اجتماعی با نقش مورد نظر هماهنگ کرد. یعنی همان فراگرد نقش گیری اساسی در نظریه ی مید/بومر به شیوه ای که «خود» بتواند در فراگرد ایفای نقش موفق کنش کند و هم با احتساب عمل گرایانه یا پراگماتیستی فشارهای حسی و عاطفی کمتری متحمل شود (۱۳). این درست همان نقش عاملیت و کنشگری است که می تواند در برابر تعین و جبری بودن کارگر را به موقعیت مدیریت احساسی و عاطفی فضای اشتغال نزدیک کند، حتی اگر در سیستم یک کارگر ساده باشد (۱۲). هکشايلد برای تبیین این مسئله می کوشد تا در بازار فروش شخصیت یک نکته یا عنصر مهم و حساسگر مورد غفلت واقع شده را توضیح دهد. آن عنصر چیزی نیست مگر احساس یا عاطفه ای که در هنگام فروش شخصیت در فضای کنشگری آدمی مدیریت می شود. بنابراین، نخستین نتیجه ای که هکشايلد از این مقدمه می گیرد این است که احساس و عاطفه موضوعی نه شخصی یا فردی که موضوعی اجتماعی است (احساس اجتماعی). هکشايلد این فراگرد را کار عاطفی^۱ می خواند. کار عاطفی عبارت است از فراگردی از مدیریت عاطفی و احساسی که در آن کارکن می کوشد تا متناسب ترین عاطفه را برای کاری که در حال انجام آن است به کارگیرد. کار عاطفی باید با کارگران اجتماعی مربوط شود تا احساسات خود را متناسب با قواعد احساس سازمان کار اجتماعی یا پژوهش کار اجتماعی مدیریت کنند. قواعد احساس نشان میدهد که کدام سنخ از عواطف را هر فرد باید ابراز کند (۱۳). مطالبه ی هر کار اجتماعی آن است که علاوه بر احساس عاطفه ی مخاطب در کنش متقابل، عواطف متناسبی را در کنش متقابل چهره به چهره یا صدا به صدا ابراز کند (۱۳). استیودسورد بیان می کند، کار عاطفی باید با عواطف هر فرد مربوط شود و می تواند با اصطلاح «مدیریت احساس» که به عنوان کار پرداخت شده اجرا می شود، شرح داده شود (۱۴). در جامعه شناسی عواطف مهم ترین نکته فهمیدن این است که چگونه عواطف توسط فرهنگ و ساخت اجتماعی تنظیم می شوند (۱۵)، هکشايلد می گوید که در بلند مدت نشان دادن احساساتی که متناسب با زمان و لحظه آن احساس نیست به بیگانگی احساس فرد منجر می شود که می تواند موجب بیماری روان شناختی شود. هم چنین هکشايلد به هم فراخوانی در مدیریت عاطفی اشاره می کند. هم فراخوانی میان تعداد وظیفه هایی که در یک شغل وجود دارد. به دیگر سخن، هر چه تعداد وظایف در یک شغل بیشتر شود، میزان و چگالی کار عاطفی نیز بیشتر می شود. یعنی کارکن ناگزیر است نیروی بیشتری به کار

داشته باشد و عشق فهم از جهان را تغییر می دهد (۸) اساساً اگر انسان در روابطش به شکوفایی نرسد آن رابطه، رابطه ای است که او را به از خود بیگانگی سوق می دهد.

از دیدگاه اجتماعی، شور عشق به سختی با انضباط اجتماعی سازگار می آید. والدین همواره میل جنسی فرزندان را سرکوب می کنند. چون آن را هم چون تجاوزی به اقتدار و به عاطفه معطوف به مالکیت خویش می دانند. امروزه در اغلب جوامع سنتی، به خاطر وسوسه های مذهبی یا ارزش ها و هنجارهای سنتی، آیین های زناشویی را که رام کننده عشق است، الزام می کنند. بنابراین طبیعی است که جامعه به عنوان مصدری که از سلطه والدین بر فرزندان و اقتدار پیران بر جوانان برخاسته، به محدود ساختن بسیار حیات جنسی فرزندان و جوانان متمایل باشد. خانواده علی الخصوص و جامعه علی العموم با بازداشتن حیات جنسی کودکان و نوجوانان از شکوفایی به تمام وسایل ممکن، موافقاند (۹) و این امر در جامعه ایرانی نیز محسوس است.

فمینیست های افراطی عشق را وسیله اعمال تسلط جنسی جنس مذکر می دانند و به نوعی افیون جامعه زمان می دانند. فایرستون می گوید، شرط عشق سالم، برابری جنسیتی است که اگر زن و مرد به هم احتیاج نداشته باشند و به هم وابسته نباشند، می توانند به تکمیل شخصیت هم یاری رسانند. در جامعه مردسالار آنچه وجود دارد، عاشق شدن است نه عشق ورزیدن. در عاشق شدن استقلال دو طرف مخدوش می شود و طرفین به توجه و محبت یکدیگر محتاج اند. اما در عشق ورزیدن چیزی بیش از آن است (۱۰). به سخن دیگر، عشق ورزی اشاره به این امر دارد که چگونه افراد عشق را تعریف می کنند یا عشق ورزی می کنند (۱۱).

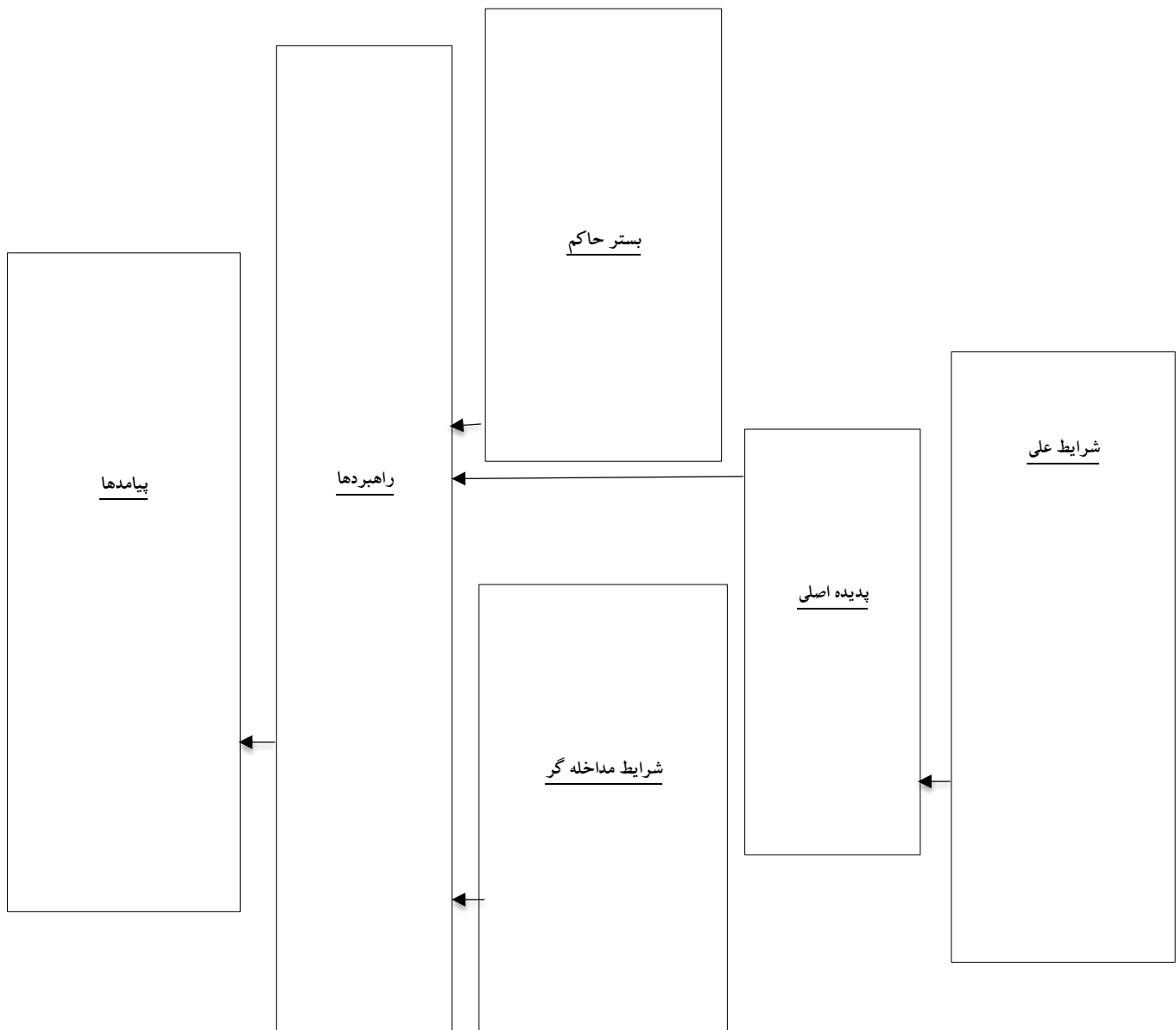
در جامعه شناسی احساس تبیین علمی رابطه بین جامعه و احساسات افراد و به طور خاص جامعه و عشق است. هکشايلد معتقد است، طبیعت آدمی عاطفی است، سرشار از احساس است که هر کنش وی نیز مملو از این احساس و عاطفه یا عشق و بخشش است. پس انسان کنشگر از دیدگاه هکشايلد نه تنها نیروی کار که عشق و عاطفه و احساس خویش را نیز می فروشد یا به اجاره می گذارد. نقطه ی عزیمت نظری هکشايلد در مقایسه با مارکس تغییر و جابه جایی ساز و کار اجاره و فروش نیروی کار با اجاره و فروش نیروی کار عاطفی است. یعنی جایگزینی نیروی تولیدی عاطفه. بنابراین سلطه در کار مارکس که بر چرخه ی استثمار می چرخید در نظریه هکشايلد بر چرخ استثمار عاطفی قرار می گیرد. اما نقطه عزیمت نظری هکشايلد در مقایسه با فوکو در این است که هکشايلد موضوع سلطه را که در نظریه ی فوکو بر قدرت دانش متکی بود و با مشروعیت یا مقبولیت آن بر سلطه پذیر اثر می گذارد به موضوع احساس و عاطفه کشاند: سلطه با مقبولیت اثربخشی قدرت عاطفه (۱۲). مید و بومر و سپس گافمن بر این نکته پای می افشردند که بخش مهمی از نیروی کار کارگر در حقیقت کنشگری انسانی کارکن است که در بازار مبادله و داد و ستد دنیای سرمایه داری به تاراج می رود و کارکنان از این موضوع با توجه به نظریه ی «خود»

¹ Emotional Labor

بندد تا بتواند عاطفه متناسب با این چند وظیفگی را مدیریت کند. البته با یک نگاه متفاوت نیز می توان به این مسئله نگاه کرد که کنشگر نیست که احساسات را در موقعیت های متفاوت به کار می گیرد، بلکه این نظام احساس است که دارد از طریق این ها اجرا می شود. کنشگر در درون نظام فرهنگی احساس قرار گرفته است و به کارگیرنده آن نیست، بلکه این نظام فرهنگی احساس است که دارد از طریق کنشگر در جامعه اجرا و جاری می شود. در نگاه اولی، وقتی گفته می شود کاربرد احساس مبتنی بر یک سری نیازهاست، یعنی احساسات انباشته از نیاز و انباشته از منافع است. باومن در بحث هایش مطرح می کند، که در جهان امروز چگونه احساسات در راستای منافع حرکت می کنند و بعد مبادله ای، تجاری و اقتصادی پیدا می کنند. شاید بر همین اساس بتوان انتظار داشت، عشق سیال است، ضمن آن که هر یک از افراد، در خلال زندگی به شکل یکسانی به انسان های دیگر عشق نمی ورزند. احتمالاً به جز ویژگی های زیست شناختی و روانشناختی، عناصر فرهنگی و تجربه های زیسته پیشین افراد، به عنوان افراد اجتماعی شده، در این ظرفیت و شیوه عشق ورزیدن تأثیرگذار است. در عین حال به نظر می رسد که یکی از چالش هایی هم اکنون جوانان اغلب آن را تجربه می کنند، برخلاف انتظار نه به موفقیت ها یا شکست های شغلی و تحصیلی؛ بلکه مربوط به چالش های عاطفی ایست که آن را عشق می نامیم.

امروزه در ایران به ویژه شهر تهران، تصور از عشق به ویژه در میان جوانان به یک مساله و دغدغه تبدیل شده است. علاوه بر آن، زمینه هایی در جهت نفی رابطه عاشقانه در بین ساختارها و نهادهای حاکم به چشم می خورد. از سوی دیگر، پیوند ازدواج با عشق به شعار اصلی جوانان بدل شده است. تغییرات اجتماعی تحت تأثیر جهانی شدن، گسترش ارزش های مدرن، کسب اطلاعات از طریق وسایل ارتباط جمعی به خصوص در شهرهای بزرگ بر روی نگرش افراد در زمینه روابط عاشقانه تأثیرات به سزایی داشته است. هم چنین وجود فضاهای اجتماعی گسترده تر هم چون دانشگاه و محل کار، امکان تعامل و شناخت بیشتری را برای دختران و پسران جوان فراهم آورده است. این عوامل موجب شده است تا جوانان تاحدی

احساس کنند که مهارت های لازم را برای عشق ورزی کسب کرده اند. به علاوه، الگوهای عشق ورزی که در بین اغلب جوانان مشاهده می گردد، ارتباط آنان با جنس مخالف، عشق رمانتیک (اروس) و ارتباط شخص به طور هم زمان با افراد مختلف (لودوس) است. با این شناخت اندک و ناقص نسبت به این مفهوم، می توان به استحاله مفهوم عشق در میان جوانان پی برد. از سوی دیگر، در جامعه شهری تهران، روابط و پیوند های انسانی در فضای مدرنیته ی سیال است که عدم قطعیت سیال بودن و مصرفی شدن به شدت این روابط را تحت تأثیر قرار داده است، به طوری که ثبت و درک نادرست نسبت به الگوهای عشق ورزی منجر به ناپایداری خارق العاده پیوند های انسانی، احساس ناامنی حاصل از این ناپایداری و امیال متضاد ناشی از احساس مبنی بر تحکیم پیوند ها در عین حال سست نگه داشتن آنهاست. از سوی دیگر، نتایج پژوهش های به عمل آمده نظیر هوشنگی و همکاران (۱۶)، یوسفی و همکاران (۱۷)، و نتو (۱۸) محدود به رابطه زناشویی؛ و پورمحسنی کلوری (۱۹)، وول (۲۰) و والش (۲۰) در رابطه با تفاوت جنسیتی مطرح شده است. بنابراین با مروری بر سوابق پژوهشی می توان دریافت، بررسی تاریخی احساسات جوانان به صورت کافی صورت نگرفته است و نمی توان قاطعانه در خصوص جنبه های ذهنی این گروه نسبت به تعریف از عشق سخن گفت، از این رو، این مطالعه با توجه به وجود فرهنگ های سنتی، نیمه مدرن و مدرن در شهر تهران، در صدد شناسایی الگوهای عشق ورزی در بین جوانان برآمده است و هم چنین پژوهش می خواهد به این سوالات پاسخ دهد که عوامل موثر (عوامل علی، زمینه ای، مداخله گر، راهبردها و پیامدهای حاصل از پژوهش حاضر) بر طراحی الگوی های عشق ورزی جوانان در شهر تهران کدامند؟ نهایت مدل مفهومی پژوهش حاضر که برگرفته از نظریه داده بنیاد می باشد به شرح زیر می باشد:



شکل ۱. الگوی پارادایمی کد گذاری محوری (۲۱)

بر داده های ثانویه (ادبیات و پیشینه تحقیق نظیر کتاب ها، مجلات، پایان نامه های مرتبط، سایت های اینترنتی و ...)، پس از تهیه راهنمای مصاحبه به جوانان منتخب مراجعه شد و داده های مورد نیاز با استفاده از مصاحبه های باز جمع آوری شد. نخستین گام در ساخت نظریه زمینه ای انجام کدبندی باز است. کد گذاری باز کمک به خلق مجموعه ای از مفاهیم دست اول می کند که ضمن این که ریشه در داده های خام دارند، انتزاعی هم هستند. محقق در این مرحله خط به خط داده ها را بازنگری نمود و فرایند های آن را تشخیص داد و با استفاده از کلمات و عبارات آنها را کد گذاری نمود. سپس با مقایسه مداوم کدها از نظر تشابه و تفاوت در مفاهیم، طبقات شکل گرفته و ویژگی ها و ابعاد هر یک از آنها تعیین گردید (۲۴). در کدبندی اولیه پژوهش گر براساس واحد کدبندی، به هر واحد مورد نظر یک کد (مفهوم، و برجسب) الصاق کرد. سپس با ترکیب مفاهیم مشابه، در چتر بزرگتری به نام خرده مقولات و در نهایت از خرده مقولات به مقولات اصلی دست یافت.

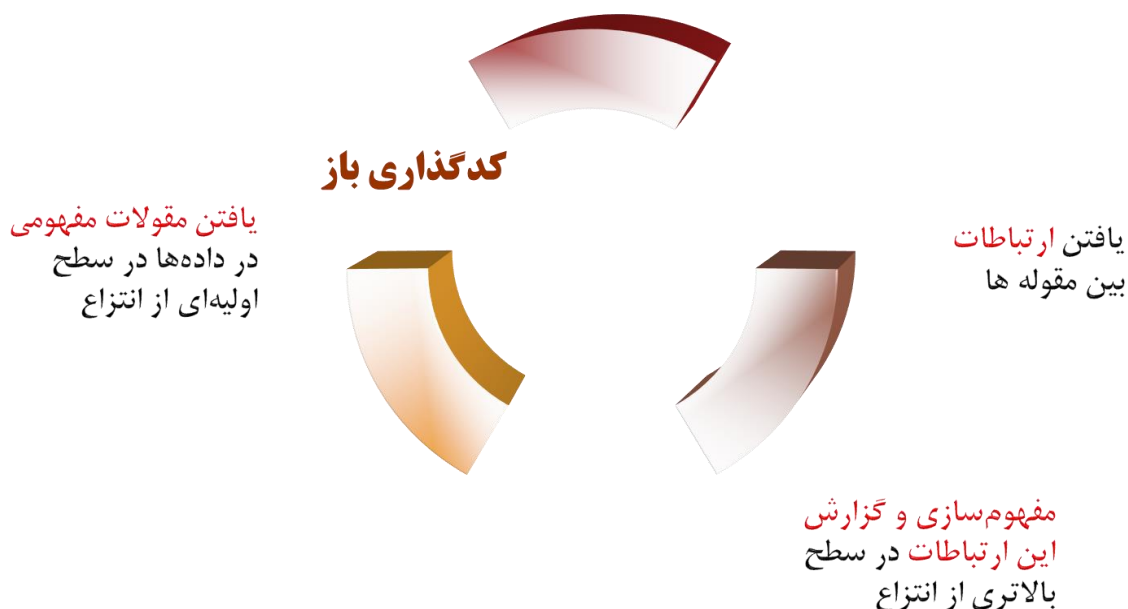
مواد و روش ها

روش انجام این پژوهش کیفی است. راهبرد تحقق در این مطالعه تحلیل داده بنیاد روش استرواس و کوربین (۲۲) بود. جامعه آماری این پژوهش در برگزیده جوانان بین سنین ۱۹-۲۹ سال ساکن در شهر تهران بودند که تمایل و تجربه ای به صورت مستقیم یا غیر مستقیم در رابطه با موضوع مورد پژوهش داشتند. طی فرایند پژوهش از نمونه گیری نظری استفاده گردید (۲۳) و با انتخاب هدفمند، نمونه ها انتخاب گردید. اندازه نمونه در این پژوهش بر مبنای شاخص اشباع نظری بود. به طوری که پژوهش گر بعد از ۲۰ نفر جوان به اشباع نظری رسید. در واقع، هنگامی اشباع نظری رخ می دهد که پژوهش گر نمی تواند اطلاعات بیشتری را به موارد قبلی اضافه کند و هم چنین شاهد الگوهای تکراری داده ها خواهد بود. در این شرایط مصاحبه ها خانمی می یابد زیرا مصاحبه های بیشتر به بسط تحقیق و تبیین بیشتر آن کمکی نمی کند. برای گردآوری اطلاعات علاوه

به کار می رود که زمینه ساز ارتباط و اتصالات بین موضوعات مورد نظر فرایند تحقیق می باشد. این پارادایم بر مواردی از قبیل شرایط علی - پدیده (مقوله مرکزی هسته) - زمینه - شرایط مداخله ای - راهبردهای عملی / تعاملی و پیامدها یا پی آمدها متمرکز می باشد.

در مرحله دوم طبقات با یکدیگر متصل گشته و مجموعه ای از قضایا را ساختند. در این مرحله کدها و طبقات مقایسه شده و روابط بین طبقات و زیر طبقه ها مشخص شد تا تفسیری دقیق تر از پدیده مورد نظر به دست آید. اشتراوس و کوربین از واژه هایی بنام پارادایم کد گذاری استفاده کرده اند که به منظور توصیف مجموعه مفاهیمی

روش تجزیه و تحلیل داده ها



شکل ۲. روش تجزیه و تحلیل داده ها

بررسی داده های به دست آمده به کمک گروه پژوهش و مصاحبه شوندگان در رابطه با نتایج	چک کردن با مشارکت کنندگان
مقایسه داده های به دست آمده از منابع مورد بررسی با سایر منابع به صورت مستمر در تمام طول پژوهش	مقایسه مستمر

لازم به ذکر است، به جهت جنبه نو بودن تحقیق و محدودیت های احتمالی داده ها از رویکرد مثلث سازی استفاده شد... مثلث سازی به فرایند استفاده از رویکردها و منابع گوناگون برای جمع آوری داده ها و اطلاعات در پژوهش اطلاق می شود (۲۵). هم چنین با توجه به معیارهای ارائه شده توسط کرسول و میلر (۲۶) برای حصول اطمینان از اعتبار و روایی که در جدول ۱ به آن اشاره شده است، استفاده شد.

جدول ۱. روش های اطمینان از روایی	
روش های اطمینان از روایی	نحوه ی اجرا در این پژوهش
مثلث سازی	استفاده از منابع متعدد برای جمع آوری داده ها
درگیری طولانی مدت	افزایش حساسیت نظری، مشارکت عملی و ارتباط با مشارکت کنندگان (جووانان) برای ارزیابی برداشت های پژوهش
بازرسی مسير اطلاعات	انجام بازرسی ادواری اطلاعات و کدهای به دست آمده به جهت پیش گیری از کسب سوگیری و اطمینان از صحت، توسط پژوهش گر و یک داور خارجی (دانشجوی دکتر) آشنا به موضوع مورد پژوهش

در این مطالعه پایایی داده ها بدین ترتیب تعیین شد که داده های بدست آمده در مصاحبه، در یادداشت های در عرصه نیز بدست آمد و جهت نیل به معیار قابلیت تأیید، تمامی مراحل انجام تحقیق به ویژه مراحل تحلیل داده ها در تمام مسیر به صورت مشروح و مبسوط ثبت شد تا چنان چه محقق دیگری مایل به ادامه پژوهش در این حوزه باشد به راحتی بتواند بر اساس مکتوبات و مستندات موجود مربوط به مصاحبه ها و تحلیل ها و سایر مراحل پژوهش این کار را دنبال نماید. ضمناً تعدادی از مصاحبه ها، کدها و طبقات استخراج شده در اختیار همکاران پژوهشگر و تعدادی از اعضای هیئت علمی که با نحوه تحلیل تحقیقات کیفی آشنا باشند، گذاشته و از آنان خواسته شد تا صحت این کدگذاری را مورد بررسی قرار دهند. طبقات و زیر طبقات اکتشاف شده از این مطالعه به همراه برخی از نقل قول های مصاحبه شوندگان (تحلیل روایت) آورده شده

است. در نهایت با ارائه مفاهیم استخراج شده و پارادایم نهایی تحقیق مطابق روش کوربین صورت گرفته است.

یافته ها

در این قسمت پژوهش گر با تجزیه و تحلیل داده های اولیه استخراج شده از مصاحبه و کدگذاری های به عمل آمده از جوانان و مولفه های مربوط به هریک از آنان در نهایت منجر به ارائه الگوی عشق

های ساختی در جوانان شده است. به گونه ای که پس از تجزیه و تحلیل صورت گرفته این امکان وجود دارد تا به شرایط علی، مداخله گر، عوامل زمینه ای، راهبردهای به کار گرفته شده و پیامدهای آن پرداخته شود. براساس نتایج به دست آمده، با تحلیل متن مصاحبه ها و پس از مفهوم سازی در مرحله کدگذاری باز ۱۵۸ مفهوم اولیه (کدهای باز)، ۴۴ کد محوری و ۲۱ کدگزینی شناسایی شد.

جدول ۲. مفاهیم و کدهای نهایی عوامل علی

محور اصلی	کدگذاری محوری	کدگذاری گزینشی
	تاکید زنان بر ارتباط جنسی ارضا کننده	
	تاکید زنان بر لذت جنسی	تغییر نگاه در روابط
	شهوانیت به عنوان کیفیتی عمومی	اجتماعی
	شهوانیت به عنوان رابطه ی متقابل	
	دموکراتیزه کردن زندگی شخصی	
	دادن حق انتخاب به فرزند	
	ایجاد رابطه دوستی بین والدین و فرزند	
	درک و فهم والدین و فرزندان به عواطف یکدیگر	تغییر روابط والدین و فرزند
	درک و فهم والدین و فرزندان به حقوق یکدیگر	
	مشارکت والدین با فرزندان	
	اشتغال در خارج از محدوده خانه	گسترش کار
	اقتصاد خانگی-اینترنت	اجتماعی
	عضویت و فعالیت در گروه های مجازی	علل اجتماعی
	با ارزش بودن ارتباط با جنس مخالف	
	با ارزش بودن نمایش روابط عاطفی	
	تبدیل دوست داشتن به امری اجتماعی	تغییر نگرش
	با ارزش بودن نمایش روابط انسان دوستانه	
	نمایش عشق به مثابه منزلت اجتماعی خاص	
	ثبت نام در دانشگاه	شرکت در مراکز علمی و دانشگاهی
	کسب مدرک تحصیلات عالی و تکمیلی	
	کاهش نمایش روابط عاطفی در محیط های خصوصی و مخفی	تغییر حریم روابط عاطفی
	نمایش روابط عاطفی در محیط عمومی	
	روابط عاطفی مانند یک کالا	وجود فرهنگ مصرفی روابط عاطفی
	اقتصادی بودن رابطه عاطفی	
	مصرف رسانه های تصویری	گسترش فرهنگ مصرف گرای
	رستوران های غذای فوری	
	وجود موسیقی های هرج و مرج طلب	
	کم رنگی محدودیت های فرهنگی	کم رنگی محدودیت ها
	کم رنگی محدودیت های خانوادگی در جوانان	

چندگانگی فرهنگی	وجود خرده فرهنگ قومی
	خرده فرهنگ محله ای
علل اقتصادی	خرده فرهنگ های اجتماعی
	عدم تامین نیازهای اولیه زندگی
	عدم تامین نیازهای معمول زندگی
	عدم تامین نیازهای آموزشی
	عدم تامین نیازهای بهداشتی اولیه
	محدود بودن فضای کسب و کار
فرصت های شغلی اندک	فعالیت های اندک واحدهای تولیدی
	فعالیت های اندک واحدهای خدماتی

در جدول شماره ۲. نتایج مربوط به عوامل علی ظهور الگوی عشق های ساختی در جوانان شهر تهران نشان داده شده است. براساس نتایج در جدول، این عوامل از ۳ مقوله اصلی، ۱۲ مقوله فرعی و ۳۸ کد مستخرج تشکیل شده است.

جدول ۳. مفاهیم و کدهای نهایی عوامل زمینه ای

محور اصلی	کدگذاری گزینشی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز	
عوامل زمینه ای	وجود سرخوردگی و بی انگیزگی	احساس یاس و ناامیدی	بی کس و تنها بودن	
		بی انگیزه بودن	احساس تنهایی زیاد	
	گسترش تکنولوژی های نوین ارتباطی	گسترش فضای مجازی	شبکه های اجتماعی	
		گسترش استفاده از ماهواره	اینترنت	تبلیغ ارتباط باز و آزاد بین دو جنس
			ترویج ارتباط عاطفی خارج از عرف	
	گسترش خانواده هسته ای	فرزندسالاری	وجود تک فرزندی	
		کاهش قدرت والدین	بهادادن به فرزند	
			محدودیت قدرت والدین	گسترش قدرت فرزندان
		مشارکت فرزندان در تصمیم گیری ها		
	بلا بودن نرخ بیکاری	مراکز دانشگاهی	وجود فارغ التحصیلان	
مهارت کاری		وجود دانشجویان در مراکز دانشگاهی		
شهرنشینی	گسترش فرهنگ شهرنشینی	جوانان با مهارت کاری اندک	جوانان بدون مهارت کاری	
		فردگرایی	وجود روابط با واسطه (نه چهره به چهره)	

نتایج در جدول، این عوامل از ۵ مقوله اصلی، ۹ مقوله فرعی و ۱۹ کد مستخرج تشکیل شده است.

در جدول شماره ۳. نتایج مربوط به عوامل زمینه ای ظهور الگوی عشق های ساختی در جوانان شهر تهران نشان داده شده است. براساس

جدول ۴. مفاهیم و کدهای نهایی عوامل مداخله گر

محور اصلی	کدگذاری گزینشی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز
شرایط مداخله گر	ورود تکنولوژی های نوین ارتباطی	ارتباطات ماهواره ای	اینترنت
			موبایل هوشمند
			ماهواره ای
			اینستاگرام
			تلگرام
			واتساپ
			دانشگاه های سراسری
			دانشگاه علمی-کاربردی
			پیام نور
			دانشگاه آزاد
گسترش مراکز علمی و دانشگاهی	افزایش تعداد مراکز علمی و دانشگاهی انتفاعی	افزایش تعداد مراکز علمی و دانشگاهی غیر انتفاعی	دانشگاه های غیر انتفاعی سراسری
			وجود سایت های دوست یابی
			وجود سایت های همسریابی
			شبکه های ارتباطی مجازی
			زنان اغلب مفعول
			مردان اغلب فاعل
			شرکت در دوره های مهرورزیدن به خود
			شرکت در دوره های مهرورزیدن به دیگران
			شرکت در دوره های مهرورزیدن به مشتری
			برگزاری دوره هایی در رابطه با مفهوم مهرورزی
گسترش آموزش مهرورزی	برگزاری دوره های آموزشی مهرورزیدن در جامعه	محصولات پورنوگرافی	روابط مناسب والدین با فرزند
			روابط مناسب فرزندان با یکدیگر
			روابط مناسب والدین با دیگران
			روابط مناسب فرزندان با دیگران
			ورود به دانشگاه
			افزایش مشارکت اجتماعی
			فعالیت در سرای محله ها
			مشارکت در فعالیت های اجتماعی
			مشارکت در فعالیت های اقتصادی
			فعالیت های خود اشتغالی
گسترش مشارکت اجتماعی و اقتصادی	افزایش مشارکت اجتماعی	افزایش مشارکت اقتصادی	مشارکت در فعالیت های اقتصادی
			فعالیت های خود اشتغالی

در جدول شماره ۴. نتایج مربوط به عوامل مداخله گر ظهور الگوی عشق های ساختی در جوانان شهر تهران نشان داده شده است. براساس نتایج در جدول، این عوامل از ۵ مقوله اصلی، ۱۰ مقوله فرعی و ۲۹ کد مستخرج تشکیل شده است.

نتایج در جدول، این عوامل از ۵ مقوله اصلی، ۱۰ مقوله فرعی و ۲۹ کد مستخرج تشکیل شده است.

جدول ۶. مفاهیم و کدهای نهایی راهبردها		
محور اصلی	کدگذاری گزینشی	کدگذاری محوری
محور اصلی	توجه به خود	کدگذاری باز
		سرگرم کردن خود با جنس مخالف
		اختصاص دادن وقت به خود
		انجام تفریح و سرگرمی
		توجه نکردن به ارزش های جامعه
		توجه نکردن به هنجارهای جامعه
		احترام گذاشتن به حقوق فردی دیگران
		احترام گذاشتن به حقوق اجتماعی دیگران
		آشکار کردن اطلاعات شخصی در برابر دیگران
		داوطلبانه افشا کردن اطلاعات شخصی خود
راهبردها	باز تعریف حریم خصوصی	به اشتراک گذاری افکار و احساسات عاشقانه در فضای عمومی
		نمایش سطحی عشق و علاقه در فضای عمومی
		پرکردن تنهایی
		نیاز به ارتباط و تماس با فردی دیگر
		در میان گذاشتن و بیان امیدها و رویاها
		در میان گذاشتن برنامه های آینده
		در میان گذاشتن ترس ها و دل نگرانی ها
		انجام امور و کارها به صورت یک طرفه
		نمایش ضرورت کمک به دیگری
		در میان گذاشتن برنامه های امدادی آینده
راهبردها	ترویج جنبه روانی صمیمیت	تشویق دیگران به مشارکت اجتماعی
		نمایش کمک های مالی به دیگری
		دعوت از دیگران در تامین نیازهای مالی نیازمندان
		برخورد کارکنان با مشتری توام با احترام
		برخورد کارکنان با مشتری توام با محبت
		ترویج جنبه فیزیکی صمیمیت
		ترویج جنبه روانی نوع دوستی
		ترویج جنبه فیزیکی نوع دوستی
		تاکید بر مشتری محوری
		برخورد محترمانه

برخورد کارکنان با مشتری توام با

چهره خندان

برخوردی شاداب تر

برخورد کارکنان با مشتری توام با

چهره آرایش کرده

است. براساس نتایج در جدول، این عوامل از ۵ مقوله اصلی، ۱۱ مقوله فرعی و ۲۶ کد مستخرج تشکیل شده است.

در جدول شماره ۵. نتایج مربوط به راهبردهای به کار گرفته شده در ظهور الگوی عشق های ساختی در جوانان شهر تهران نشان داده شده

جدول ۷. مفاهیم و کدهای نهایی پیامدها

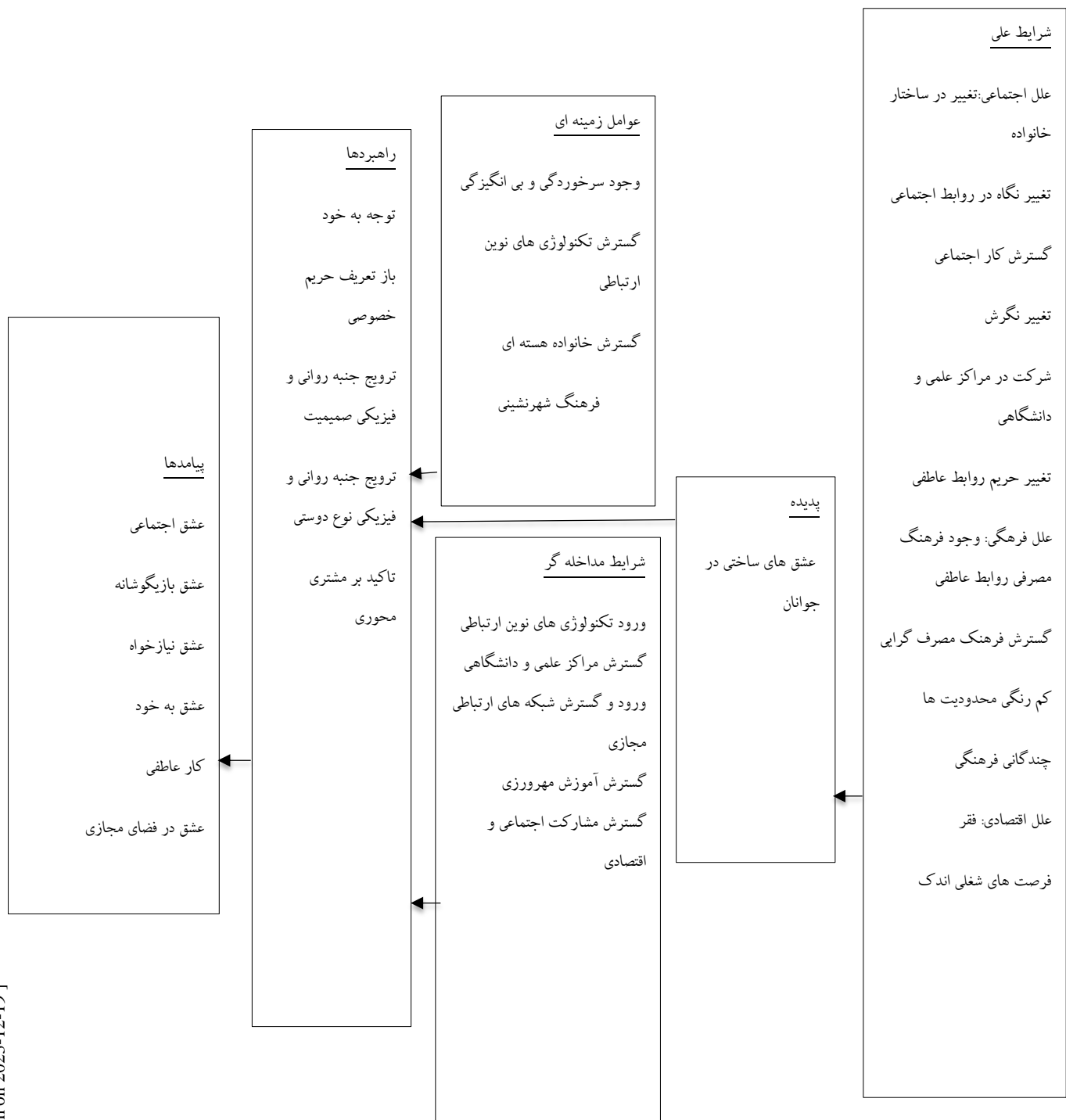
محور اصلی	کدگذاری گزینشی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز
			کمک به دیگران به عنوان یک وظیفه اجتماعی
		هنجار مسئولیت اجتماعی	محبت کردن به دیگران یک وظیفه اجتماعی
			عدم انتظار دریافت پاداش اجتماعی
			کمک به افراد ناتوان
			کمک به افراد معلول و مستمند
			کمک به افراد بدون قید و شرط
			کمک بدون توجه به تلافی مثل به دیگران
		هنجار بشردوستانه	وجود حس انسان دوستی در فرد
			وجود حس نوع دوستی در فرد
			پاسخ به ندای وجدان درونی
			عشق بی دریغ به دیگران
			احساس واکنش روانی در قبال محرک های اجتماعی
			وارد رابطه شدن با چندین یار در یک لحظه
			نبود آینده نگری در عشق
			لذت بردن از رابطه
			تنوع زیاد در فعالیت های جنسی
			ترجیح ندادن به پیوندهای عاطفی
			عدم وجود تعهد
			ناپایداری روابط انسانی
			ایجاد ارتباط براساس درخواست
			گسسته شدن ارتباط به میل و دلخواه خود
			توجه به خود
			ایجاد رابطه عاطفی و احساسی با دیگری
			کوتاه بودن مدت رابطه
			توجه به نیازهای خود
		خودخواهانه بودن	
		عشق نیازخواه	
			ابزاری بودن
پیامدها	عشق اجتماعی	عشق بازیگوشانه/تنوع طلبانه	عشق نیازخواه

	ارضا، نیازهای یکی از طرفین
	مدت رابطه متناسب با رفع نیاز
	پیوند عشق به خود با عشق به دیگران
	مهرورزیدن به خود
	مهرورزیدن به دیگران
عشق به خود	نوع دوستی
	دوست داشتن خود به عنوان یک فضیلت
	دوست داشتن دیگران به عنوان یک فضیلت
	حضور با چهره ای زیبا
	ظاهری مرتب
کار عاطفی	همیشه چهره خندان داشتن
	سخن گفتن توأم با محبت و عاطفه
	هماهنگی کنش اجتماعی با نقش
	فروش شخصیت در فضای کشگری
	به اشتراک گذاری پیام های احساسی و عاطفی
	ارسال پیام های عاطفی و احساسی
	به اشتراک گذاری روابط عاطفی و احساسی
عشق در فضای مجازی	ارسال تصاویر عاطفی و احساسی
	در اینستاگرام
	به اشتراک گذاری اوقات خوش
	به اشتراک گذاری مراسم های خاص عاطفی و احساسی
	نمایش جاودانگی روابط عاطفی
	تاکید بر همیشگی بودن عشق

کدام براساس مفاهیم کدبندی شده ی مراحل اول و دوم به صورت منطقی در کنار یکدیگر قرار گرفته اند. سپس محقق باید مقوله ی هسته را انتخاب کند. در واقع از مصاحبه ها در میان جوان یک رهیافت کلی در مورد الگوهای عشق ورزی در میان جوانان به دست آمد و آن رهیافت اصلی در جامعه پژوهش "عشق های ساختی در جوانان" می باشد. در این الگوی کدگذاری، روابط فی مابین شرایط علی، شرایط زمینه ای، مداخله گرها، راهبردها و پیامدها را نمایان می کند (۲۶). این فرایند در شکل شماره ۲ نمایان شده است.

در جدول شماره ۷. نتایج مربوط به پیامدهای ظهور الگوی عشق های ساختی در جوانان شهر تهران نشان داده شده است. براساس نتایج در جدول، این عوامل از ۶ مقوله اصلی، ۱۴ مقوله فرعی و ۴۶ کد مستخرج تشکیل شده است. کدگذاری انتخابی/گزینشی

بعد از کدگذاری محوری، مرحله ی نهایی کدبندی، یعنی کدبندی گزینشی/انتخابی آغاز می شود. کدگذاری انتخابی به روند انتخاب مقوله اصلی به طور منظم و ارتباط دادن آن با سایر مقوله ها، اعتبار بخشیده و به روابط و پر کردن جاهای خالی با مقولاتی که نیاز به اصلاح و گسترش بیشتر دارند، گفته می شود (۲۷). فرایند نظریه سازی زمینه ای در مرحله ی کد بندی گزینشی/انتخابی تقریباً به اتمام می رسد. در این مرحله، محقق با تعداد اندکی از مقوله های انتزاعی به تدوین نظریه پرداخته و نیازی به کدبندی داده های جدید ندارد. مقوله های مورد استفاده به لحاظ نظری اشباع شده اند و هر



شکل ۳. مدل پارادایمی الگوی عشق های ساختی در جوانان

شرایط علی در زمینه های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی منجر به ظهور پدیده محوری است. در زمینه اجتماعی می توان به تغییر روابط والدین و فرزند اشاره کرد. به طوری که فرزندان حق انتخاب پیدا کرده اند، بین والدین و فرزندان یک رابطه صمیمیت و دوستی

نتیجه گیری
در رابطه با یافته های به دست آمده می توان به دیدگاه های گولدنر (۲۸)، جان لی، فروم، مازلو، مید، بلوم، هکشايلد و باومن اشاره کرد که به نتایج به دست آمده در این مطالعه همسو بوده است.

خانوادگی در رابطه با جوانان کم رنگ تر شده است و جوانان ارتباطات آزادانه تری با جنس مخالف خود دارند. از این رو شاهد بعضی جنبه های بی توجهی مدنی که گافمن مطرح کرده است، هستیم. به طوری که به صورت خودجوش تغییراتی در کنش متقابل انسانی برای سازماندهی برخوردها در جامعه ایجاد شده است. مانند بدن را به حالت روی گردانده از دیگران نگاه داشتن، یا چشم را به سوی دیگر برگرداندن و امثال آن. هم چنین، در خانواده ها ارزش ها و هنجارهای ازدواج فرزندان به صورت نانوخته و نامحسوس تغییر یافته است. هم چنین گسترش چندگانگی فرهنگی نظیر خرده فرهنگ های قومی و محله ای و حتی خرده فرهنگی های اجتماعی از سوی روشنفکران و تحصیل کردگان باعث شده تا توجه بیشتری به خود و هویت فردی و هویت اجتماعی صورت گیرد. در حقیقت، عشق به خود و درک خود نمی تواند از احترام و عشق و تفاهم نسبت به افراد دیگر جدا باشد. زیرا عشق به خود با عشق به دیگران پیوندی ناگسستی دارد. در رابطه با زمینه اقتصادی، جوانی که فرصت اشتغال به کار را ندارد و نمی تواند تشکیل خانواده دهد، با بهره گیری از فن آوری های نوین ارتباطی مانند موبایل به راحتی می تواند با یک فرد وارد رابطه شود و از این طریق نیازهای احساسی و عاطفی خود را برآورد کند.

شرایط زمینه ای بستر مناسبی برای وقوع پدیده محوری است. هم اکنون بخشی از جوانان احساس بی کسی و تنها بودن می کنند. به طوری که بسیاری از آنان کنار خانواده خود هستند، اما با هم زندگی نمی کنند. این امر باعث شده که تمام آن چیزهایی را خودشان ندارند و در تنهایی احساس می کنند در رابطه با دیگران جستجو کنند. به علاوه، گسترش استفاده از ماهواره در کشور می تواند بستر مناسبی برای ظهور این پدیده باشد. از طریق پخش فیلم های ترکی، ارتباطات باز و آزاد بین زن و مرد و پسر و ارتباطات عاطفی خارج از عرف تبلیغ و ترویج می گردد و این امر باعث تنوع طلبی در ارتباطات جنسی در بین جوانان گردیده است. به علاوه، فرهنگ شهرنشینی بخش مهمی از فرهنگ عمومی جامعه را تشکیل می دهد و کیفیت آن نقش مهمی در کیفیت زندگی، سلامت و روابط احساسی و عاطفی افراد جامعه دارد. با رشد سریع شهرنشینی، برخی از عناصر مادی فرهنگ از قبیل، رسانه های تصویری، موسیقی های هرج و مرج طلب، وسایل ارتباطی، تجهیزات شهری، کالاهای مصرفی و مانند این ها به سرعت ترویج پیدا کرده است. از این رو، رفتار اجتماعی و فرهنگی جوانان بسیار متنوع تر و گاهی نابه هنجارتر شده است. از طرفی، رواج این فرهنگ، منجر به ظهور و پیدایش فرد گرایی در میان جوانان شده است و می توان فرد محوری را در میان جوانان مشاهده کرد. هم چنین، گسترش خانواده هسته ای در شهر تهران بوده است. آنان بیان کرده اند، در خانواده هسته ای کارکرد و روابط بین اعضای خانواده دستخوش تغییر شده است. از جمله این تغییرات شامل فرزند سالاری، گسترش قدرت فرزندان، محدودیت قدرت والدین بوده است. جوانان هم چنین به گسترش فضای مجازی نظیر شبکه های اجتماعی، و اینترنت در کشور اشاره کرده اند. آنان بیان کرده اند، از سوی دیگر، به علت پایین بودن ظرفیت اقتصادی، چرخ اقتصادی در کشور به درستی حرکت نمی

برقرار شده است. هم چنین یک نوع درک و فهم متقابل نسبت به عواطف، احساسات و حقوق فرزندان و والدین در ساختار خانواده و جامعه ایجاد شده است. البته شاید بتوان گفت، امکان پذیر بودن این صمیمیت به معنای نوید دموکراسی در روابط والدین و فرزند است. در واقع زمانی که والدین به این نتیجه می رسند که باید حق انتخاب را به فرزندان بدهند و یا این که امکان ایجاد رابطه صمیمانه بین خود و فرزندان را فراهم کنند. این اتفاق منجر به افزایش فهم بنیادی پدر، مادر و فرزندان به عواطف و حقوق یکدیگر می گردد. به علاوه، عامل دیگری که اثر گذار بوده است، گسترش کار اجتماعی (اشتغال در خارج از محدوده خانه، اقتصاد خانگی - اینترنت، و عضویت و فعالیت در گروه های مجازی) است. جوانان بیان کرده اند، از آنجا که بخشی از جوانان به اشتغال در خارج از خانه مشغول هستند و با اجتماع در ارتباط قرار دارند، از این رو، دیدگاه و نگرش آنان تغییر یافته است. هم چنین وجود فضای مجازی و عضویت جوانان در این محیط و فعالیت های اقتصادی که آنان در این محیط انجام می دهند نیز بی تاثیر نیست. به طوری که آنان نمایش روابط انسان دوستانه را به ویژه در فضای مجازی با ارزش می دانند. هم چنین، تغییر نگاه در روابط جنسی و اجتماعی نظیر تاکید زنان بر ارتباط جنسی ارضا کننده، و لذت جنسی، و شهوانیت به عنوان کیفیتی عمومی که براساس رابطه متقابل صورت می گیرد و نه از طریق قدرت نابرابر توانسته بر ایجاد صورت های عینی جوانان نیز تاثیر بگذارد. هم چنین امروزه حرکت به سمت دموکراتیزه کردن زندگی شخصی که اثرات آن به حوزه عمومی نیز رسیده است، نه تنها جزو مقاصد علنی و آشکار، بلکه کیفیت ضمنی تمامی بخش های زندگی شخصی است که نتایج کاملاً اساسی و ژرفی بر ایجاد صورت های عینی فرد گذاشته است. به علاوه، از آنجا که بخشی از جوانان به اشتغال در خارج از خانه مشغول هستند و با اجتماع در ارتباط قرار دارند، از این رو، دیدگاه و نگرش آنان تغییر یافته است. نظیر با ارزش بودن ارتباط با جنس مخالف و تبدیل دوست داشتن به امری اجتماعی. هم چنین شرکت جوانان در مراکز علمی و دانشگاهی نظیر ثبت نام در دانشگاه، کسب مدرک تحصیلات عالی و تکمیلی می تواند در ظهور این پدیده تاثیر گذار باشد. به طوری که هم اکنون دانشجویان بخشی از وظایف دانشجویی خود را به هم کلاسی های خود واگذار کرده اند. حتی برخی از آنان یک نوع تقسیم کار در این رابطه بین خود ایجاد کرده اند.

علاوه بر زمینه اجتماعی، زمینه فرهنگی نیز می تواند در ظهور این پدیده تاثیر گذار باشد. فرهنگ مصرفی می تواند در پیدایش صورت های عینی در جوانان موثر باشد. به طوری که هم اکنون شهر تهران نه جامعه سنتی و نه جامعه مدرن است، بلکه جامعه ای در حال گذار است، اما سبک زندگی مصرف گرایی، و فرهنگ مصرف گرایی را ترویج و گسترش داده است، این امر می تواند بر جوانان نسبت به احساسات و روابط عاطفی و عاشقانه تاثیر گذار باشد. به طوری که روابط عاشقانه و عاطفی بین افراد جامعه همانند یک کالا و با همان منطق اقتصادی در نظر گرفته می شود. از این رو، جوانان نسبت به این روابط تحت ساختار اجتماعی جامعه ظهور پیدا می کند. به علاوه، هم اکنون محدودیت های فرهنگی و

کند و فرصت های شغلی برای افراد جامعه به ویژه جوانان اندک است از این رو نرخ بیکاری در جامعه بالاست.

شرایط مداخله ای راهبردها را در زمینه خاصی سهولت می بخشد و یا آن ها را محدود و مقید می کند. عوامل مداخله گر در ظهور الگوی عشق های ساختی نقش داشته است. به طوری که ورود تکنولوژی های نوین ارتباطی نظیر اینترنت، موبایل هوشمند، شبکه های اجتماعی (اینستاگرام، تلگرام و واتساپ)، و ماهواره، باعث شده تا جوانان مبنای شناخت و اطلاعات مورد نیاز خود را از این طریق جستجو کنند و این امر می تواند نوعی ادراک و شناخت کاذب و افراطی در جوانان ایجاد کند. هم چنین آنان به استفاده از محصولات پورنوگرافی نیز بیش از احساسات بر روابط جنسی تاکید دارد نیز اشاره کرده اند که در این نوع محصولات زنان اغلب مفعول و مردان فاعل هستند. آنان اظهار کرده اند، ورود و گسترش این نوع تکنولوژی بر احساسات و عواطف جوانان نسبت به جنس مخالف تاثیر می گذارد و آنان اعمال و رفتاری را انجام دهند که با واقعیت های موجود جامعه مطابقت نداشته باشد. به عبارتی، عشق در فضایی متفاوت و به شکلی دیگر گونه، ظاهر می شود. به نظر می رسد که اغلب اندیشمندان، فضای اینترنت و شبکه های اجتماعی را به مثابه فضایی برای دوستیابی و یافتن زوج می شناسند اما هم اکنون این فضا، به فضایی برای نمایش عشق ورزی نیز تبدیل شده است. به طوری که دختران با پسران جوان در فیس بوک و یا اینستاگرام هر لحظه ای را که با معشوق می گذرانند ثبت کرده و به نمایش در می آورند. با توجه به این شرایط اگر فضای مجازی و شبکه های مجازی همان گونه که کاستلز مطرح کرده است به مانند یک واقعیت مجازی تلقی گردد، فرایند عشق ورزی تبدیل به امری اجتماعی شده است. دختران و پسران رابطه عاطفی و شخصی خود با دیگران را در حضور همه اعضای شبکه اجتماعی به نمایش می گذارند. (۲۹). به علاوه، جوانان با ورود به مراکز دانشگاهی و فعالیت در سرای محله ها، مشارکت در فعالیت های عام المنفعه اجتماعی و فعالیت های اقتصادی باعث شده اند که زبان برقراری ارتباطات احساسی و عاطفی باز تعریف گردد. بطوری که آنان مطرح می کنند، روابط احساسی و عاطفی می تواند یکطرفه و بعد از رفع نیاز خاتمه یابد، یا این که روابط عاطفی می تواند کوتاه مدت باشد. هم چنین از دیگر عوامل مداخله گر می تواند آموزش مهرورزی در خانواده و جامعه را اشاره کرد. به طوری که در این دوره ها، مفهوم مهرورزی، مهرورزیدن به خود، و به دیگران آموزش داده می شود. والدین به فرزندان شان می گویند برای این که دیگران را دوست داشته باشی، ابتدا خود را دوست داشته باش و برای خودت ارزش قائل باش. زیرا آدم های خودخواه توانایی مهرورزیدن ندارند، و آنان حتی قادر نیستند خودشان را هم دوست بدارند.

منظور از راهبردها، تعامل و کنش هایی است که افراد در قبال شرایط (علی، زمینه ای و مداخله ای) از خود بروز می دهند. یکی از مکانیزم ها و استراتژی ها، توجه به خود است. با توجه به شرایط موجود، یک جوان نیاز دارد که تنهایی اش را پر کند، نیاز به ارتباط و تماس با فردی دیگر دارد تا امیدها و آرزوهایش و ترس ها و دل نگرانی هایش و حتی برنامه های آینده اش را با او در میان بگذارد.

مکانیزم و استراتژی و راهبرد دیگر، ترویج جنبه روانی نوع دوستی نظیر نمایش ضرورت کمک به دیگری و در میان گذاشتن برنامه های امدادی آینده به نیازمندان و تهی دستان بوده است و مکانیزم دیگر، ترویج جنبه فیزیکی نوع دوستی مانند نمایش کمک های مالی به دیگری و دعوت از دیگران در تامین نیازهای مالی نیازمندان بوده است. به علاوه، جوانان معتقدند، با توجه به شرایط موجود در جامعه باید از زندگی لذت برد. البته مطرح کرده اند که شرایط و موقعیت های مختلف زندگی در لذت و خوشی های یک جوان نقش دارد. هم چنین بیان کرده اند، لحظات لذت زندگی و شادی گاهی آنی، شدید و یکباره و گاهی پایدار تر و بادوام بیشتری می تواند باشد. اما آنچه که برای جوانان حائز اهمیت است، لذت و فعالیت های مورد علاقه است که آنان را به شدت مجذوب و درگیر خود می کند. منابع لذت زندگی با توجه به صورت های ذهنی جوانان عبارتند از سرگرم کردن خود با جنس مخالف، اختصاص دادن وقت به خود و انجام تفریح و سرگرمی بوده است. آنان بیان کرده اند، با ایجاد این شرایط، یک جوان می تواند شرایط اجتماعی موجود جامعه را بهتر تحمل کند. از طرفی، جوانان بیان کرده اند، با توجه به شرایط موجود، یک جوان نیاز دارد که تنهایی اش را پر کند، نیاز به ارتباط و تماس با فردی دیگر دارد تا امیدها و آرزوهایش و ترس ها و دل نگرانی هایش و حتی برنامه های آینده اش را با او در میان بگذارد. هم چنین، جوانان اذعان کرده اند، با توجه به ورود فن آوری های نوین ارتباطی، باید حریم خصوصی باز تعریف گردد. به طوری که قلمرو حریم خصوصی گسترش یابد، به علاوه، مهم نیست که اطلاعات شخصی در برابر دیگران آشکار گردد. زیرا خیلی از جوانان داوطلبانه اطلاعات شخصی خود را افشا می کنند، و هم چنین بیان کرده اند، باید به حقوق فردی و اجتماعی دیگران احترام گذاشت و در این فضا به راحتی بتوانند عشق و عاطفه خود را مطرح و به نمایش بگذارند. در واقع باز تعریف حریم خصوصی در بین جوانان به مثابه یک ساخت اجتماعی-فرهنگی نگریسته شده و نوعی نسبی انگاری ظاهر شده است. یکی دیگر از مکانیزم ها و استراتژی و راهبردها، ترویج جنبه روانی صمیمیت نظیر پرکردن تنهایی، ارتباط و تماس با فردی دیگر، در میان گذاشتن امیدها و آرزوها و ترس ها و دل نگرانی ها و حتی برنامه های آینده به دیگری بوده است و مکانیزم دیگر، ترویج جنبه فیزیکی صمیمیت مانند انجام امور و کارها به صورت یک طرفه بوده است. در رابطه با راهبردها و استراتژی ها می توان بر مشتری محوری نیز تاکید کرد. به طوری که برخورد کارکنان با مشتری باید توأم با احترام، محبت و چهره خندان و لبخند باشد.

منظور از پیامدها، نتایجی است که از تعامل و راهبردها حاصل شده است. پیامدها می تواند شامل شگل گیری عشق های اجتماعی، عشق بازیگوشانه/تنوع طلبانه، عشق نیازخواه، عشق به خود، کار عاطفی و عشق در فضای مجازی بوده است. ظهور و پیدایش عشق اجتماعی در جوانان مبتنی بر هنجار مسئولیت اجتماعی و هنجار بشر دوستانه بوده است. در واقع، جوانان اذعان کرده اند، هنگامی که به دیگران کمک و محبت می کنند، بدون آن که در نظر گرفته باشند انجام آن کار نفع شخصی برای آنان به همراه دارد، و تنها به

شدت محتاج به «ایجاد رابطه»؛ و در عین حال بیمناک از مرتبط بودن و بویژه مرتبط بودن «همیشگی»، زیرا می ترسند که چنین حالتی بار سنگینی بر دوش آنها تحمیل کند و فشارهایی را به وجود آورد که قادر و مایل به تحمل آن نباشد و آزادی ای را که برای ایجاد رابطه لازم دارند، به شدت محدود سازد. باومن معتقد است، امروز مردم به جای آن که از ایجاد ارتباط و رابطه حرف بزنند از پیوندها صحبت می کنند. آنها به جای شریک از شبکه ها می گویند. باومن می گوید: «در شبکه، پیوندها به محض درخواست برقرار می شوند و به میل و دلخواه خود می توانند گسسته شوند» (۳۰).

عشق نیاز خواه، نیز مبتنی بر خودخواهانه بودن (توجه به خود، ایجاد رابطه عاطفی و احساسی با دیگری، و کوتاه بودن رابطه) و ابزاری بودن (توجه به نیازهای خود، ارضاء نیازهای یکی از طرفین و مدت رابطه متناسب با رفع نیاز) بوده است. جوانان اذعان کرده اند، گاهی در روابط عاطفی، طرفین بیش از این که به وجود فرد دیگر و نیازهای او توجه کنند، به خود و نیازهایش توجه می کنند و این که طرف مقابل چه میزان از نیازهای او را می تواند تامین کند. درواقع، فرد اقدام به ایجاد رابطه عاطفی و احساسی با دیگری می نماید، براساس این که طرف مقابل چه میزان از نیازهای او را می تواند برآورد کند. مدت رابطه کوتاه و متناسب با رفع نیاز می باشد. با توجه به نتایج، این نوع عشق به نظریه نیازخواهی عاشقانه مازلو نزدیک دانست. از نظر مازلو، عشق عبارت است از اشتیاق و محبت توأم با لذت، شادی، رضایت، احساس غرور، و حتی شغف (۳۱). او اشاره می کند، صمیمیت تنها دارای جنبه های جسمی نیست و جنبه های روانی نیز دارد. مازلودو نوع عشق را از هم تفکیک می کند، عشق نیازخواه و عشق وجودخواه. عشق نیازخواه، نوعی خودخواهانه از عشق است که تنها نیازهای یکی از طرفین را ارضا می کند؛ و عشق وجودخواه، بخشنده و غیرخودخواهانه است و در این نوع عشق هر یک از دو طرف درک و دوست داشته می شوند. با توجه به نتایج می توان به عشق نیازخواه مازلو اشاره کرد. زیرا جوان در این نوع رابطه، ابتدا به خود و نیازهایش توجه کرده است و سپس از این رابطه به عنوان ابزاری جهت رفع نیازهای بهره برده است. در واقع نوعی عشق خودخواهانه و غیر تملک جویانه محسوب می شود. از سوی دیگر، در این نوع (عشق نیازخواه)، یک صمیمیت که جنبه روانی در آن حاکم است، بین دو طرف ایجاد شده است، در یک طرف، احساس غرور و شادی و در طرف دیگر، احساس رضایت، محبت توأم با لذت و شادی و حتی شغف ایجاد می گردد. هر چند این رابطه شکننده، غیر تملک جویانه، ابزاری و خودخواهانه باشد.

عشق به خود در بین جوانان مبتنی بر مهرورزیدن (پیوند عشق به خود با عشق به دیگران، مهرورزیدن به خود، مهرورزیدن به دیگران، نوع دوستی) و مغایر با خودخواهی (دوست داشتن خود به عنوان یک فضیلت و دوست داشتن دیگران به عنوان یک فضیلت) بوده است. جوانان اظهار کرده اند، عشق به خود به معنای دوست نداشتن

عنوان یک رفتار صحیح و مناسب در جامعه به آن عمل می کنند، بدون انتظار پاداش از دیگران، به مثابه یک وظیفه اجتماعی است. (هنجار مسئولیت اجتماعی). هم چنین جوانان بیان کرده اند، زمانی که به کودکان، افراد معلول، نانوان، مستمند، نیازمند کمک می کنند، نه تنها بی قید و شرط و بدون حسابگری و محاسبه سود و زیان است، بلکه به ندای وجدان درونی خویش پاسخ می دهند در واقع این امر آنان را به عشق بی دریغ به دیگر افراد، حس انسان دوستی و نوع دوستی هدایت می کند. (هنجار بشردوستانه). با توجه به نتایج می توان مطرح کرد، این نوع عشق به نظریه دیگر خواهی که توسط گولدنر مطرح شده، نزدیک تر است. هم چنین پژوهش گران روان شناسی اجتماعی نیز به آن اشاره کرده اند که بیشتر اوقات کمک افراد به دیگران به دلیل آن نیست که فرد روی آن حساب کرده باشد، انجام کاری نفع شخصی برای او به همراه می آورد، بلکه تنها به این خاطر است که ندای درونی به او گفته است که باید کمک کند و این چنین رفتار کند.

عشق بازیگوشانه/تنوع طلبانه جوانان مبتنی بر نوعی بازی و سرگرمی، تنوع زیاد در شرکای جنسی و ایجاد شبکه پیوندها بوده است. جوانان بیان کرده اند، امروزه عشق نوعی بازی و سرگرمی است و یک جوان می تواند در یک زمان با چندین نفر وارد رابطه شود و از آن لذت ببرد و تعهد نیز نسبت به ادامه این رابطه نداشته باشد. اغلب جوانان دهه ۸۰ عشق را نوعی بازی و سرگرمی تلقی می کنند. آنان به طور هم زمان با چندین فرد وارد رابطه می شوند، عشقی که توأم با هیجان و شور و اشتیاق پایین است، البته فاقد تعهد و صمیمیت بین طرفین است. پیوند عاطفی شدید بین آنان ایجاد نمی گردد. هر دو طرف در فکر لذت بردن از زمان حال هستند. آینده مشترکی را در این رابطه نمی بینند. با توجه به نتایج می توان مطرح کرد، این نوع از عشق ورزی به سبک لودوس^۱ که لی مطرح کرده است، نزدیک تر است. در نظریه جان لی، عشق ورزی از نوع لودوس، در واقع عشقی بازیگوشانه و سرخوشانه است که در آن عشاق عشق را نوعی بازی تلقی می کنند. آنها در یک لحظه با چندین یار وارد رابطه می شوند و به هیچ وجه در عشقشان آینده نگر نیستند. آن چه برای عشاقی از این نوع دارای اهمیت است، صرف لذت است. این عشاق تنوع زیاد در شرکای جنسی و فعالیت های جنسی متعدد را بر پیوند های عاطفی شدید- ترجیح می دهند، زیرا عاشق لودوسی تعهد را طلب نمی کند و تعهد از نگاه او وحشت انگیز به نظر می رسد. هم چنین با وام گرفتن از نظریه کالای شدن عشق باومن^۲، می توان این نوع از عشق را "عشق سیال" نامید. زیگموند باومن، در کتاب «عشق سیال» به وضعیت ناپایدار روابط انسانی در دنیای جدید می پردازد. از نظر او، فرد برای فرار از این حس ناامنی، با امیال متضاد مواجه می شود. فرد در خود در می یابد که به طور هم زمان مایل به محکم کردن پیوندهایش و در عین حال سست نگه داشتن آنهاست. در واقع، زنان و مردان امروزه تنها و بی کس به دست هوش و ذکاوت خود سپرده شده اند. آنها مایوس اند و احساس می کنند به راحتی دوراندختنی هستند؛ افرادی به

^۱.Lupus

^۲.Bauman

و احساسی)، نمایش سطحی عشق و علاقه (به اشتراک گذاری روابط عاطفی و احساسی، ارسال تصاویر عاطفی و احساسی در اینستاگرام، به اشتراک گذاری اوقات خوش، و به اشتراک گذاری مراسم های خاص عاطفی و احساسی) و تاکید بر همیشگی بودن عشق (نمایش جاودانگی روابط عاطفی) بوده است. جوانان بیان کرده اند، اینترنت و شبکه های اجتماعی فضای مناسبی را برای دوست یابی با جنس مخالف فراهم کرده و حتی ممکن است این دوست یابی به ازدواج نیز منتهی گردد. به طوری که جوانان لحظات مشترک با معشوق خود را ثبت و همه عواطف خود را به نمایش در می آورند. در واقع نوعی نمایش عشق ورزی را می توان در این محیط از سوی جوانان شاهد بود. شیوه ارتباطات و مناسبات جوانان از طریق به اشتراک گذاری پیام های احساسی و عاطفی و ارسال آن، به اشتراک گذاری روابط عاطفی و احساسی، ارسال تصاویر عاطفی و احساسی، به اشتراک گذاری لحظات و اوقات خوش و مراسم خاص عاطفی و احساسی است.

در مجموع می توان گفت جوانان مورد مطالعه، به عنوان کنشگر از اصول و قواعد معرفتی شناختی متناسب با ساختار اجتماعی و فرهنگی مقطع زمانی خود پیروی می کنند. زیرا تنها یک میدان معرفت شناختی در هر دوره از زندگی کنشگر وجود دارد. در رابطه با جوانان نیز میدان معرفت شناختی آنان تحت تاثیر گسترش استفاده از ماهواره و فضای مجازی، گسترش خانواده هسته ای و فرهنگ شهرنشینی، اینترنت، موبایل، شبکه های اجتماعی، مراکز علمی و دانشگاهی، فرصت های شغلی اندک، احساس یاس و ناامیدی، گسترش فرهنگ مصرف گرایی، تغییر نگرش نسبت به ارتباط با جنس مخاطف، ارزشمند بودن نمایش روابط عاطفی، نمایش عشق به مثابه منزلت اجتماعی خاص، کاهش نمایش روابط عاطفی در محیط های خصوصی و مخفی، نمایش روابط عاطفی در محیط های عمومی، دادن حق انتخاب به فرزند، ایجاد رابطه دوستی بین والدین و فرزند، مشارکت والدین با فرزندان، تاکید زنان بر ارتباط جنسی ارضاء کننده، تاکید کنشگر به ویژه زنان بر لذت جنسی، شهوانیت به عنوان رابطه ی متقابل بوده است که این شرایط امکان ظهور و شکل گیری عشق های ساختی نظیر عشق اجتماعی، عشق بازیگوشانه، عشق به خود، کار عاطفی، عشق در فضای مجازی و عشق نیازخواه می گردد.

References

1. Plato (2010) "Collection of Works" (Third Edition), translated by Mohammad Hassan Lotfi, Kharazmi Publications.
2. Aceved, B.P., & Aron, A. (2009). Does a Long Term Relationship Kill romantic Love? Review of General Psychology, 13: 59-65.
3. Esson, Paul-Laurent, Freud's words, 2007, Keramat Molly, first edition, Tehran, Ney Publishing.

دیگران نیست، حتی مترادف با خودخواهی هم نیست. زیرا آنان معتقد بودند، آدم های خودخواه نه تنها دیگران را بلکه خودشان را نیز دوست ندارند. حتی توانایی مهرورزیدن هم ندارند. از دیدگاه آنان همان طور که دوست داشتن دیگران یک فضیلت است و دوست داشتن خود نیز یک فضیلت محسوب می شود. همان گونه که فروم در کتاب "هنر عشق ورزیدن" به آن اشاره کرده است. عشق به خود و درک خود نمی تواند از احترام و عشق و تفاهم نسبت به افراد دیگر جدا باشد. زیرا عشق به خود با عشق به دیگران پیوندی ناگسستگی دارد. البته ساختار اجتماعی و فرهنگی خانواده و جامعه نیز می تواند در پرورش این نوع از عشق تاثیر گذار باشد.

کار عاطفی مبتنی بر عرصه عاطفه در محیط های کاری (حضور با چهره ای زیبا، ظاهری مرتب، همیشه چهره خندان داشتن و سخن گفتن توأم با محبت و عاطفه) و مدیریت عاطفی (هماهنگی کنش اجتماعی با نقش و فروش شخصیت در فضای کنشگری) بوده است. به طوری که هنگام اشتغال در کار، کارفرما از جوان می خواهد که با مراجعین با چهره ای زیبا، مرتب و خندان برخورد نماید، حتی هنگام سخن گفتن نیز باید توأم با محبت و عاطفه باشد. به طوری که این مساله، یکی از معیارهای استخدام شده است. کارفرمایان معتقدند باید مشتری محور بود، و برخورد پرسنل و کارکنان توأم با احترام، محبت و چهره خندان باشد. زیرا این امر روی مشتری اثر مثبت دارد. با توجه به نتایج می توان بیان کرد، این نوع از عشق ورزی به کار عاطفی که هکشايلد مطرح کرده، نزدیک تر است. به طوری که جوانان تجربه ای از مدیریت عاطفی و احساسی خود در محیط کار را تحت عنوان کسب تجربه کاری موفق مطرح کرده اند. به عبارتی به کار عاطفی اشاره کرده اند. زیرا کار عاطفی عبارت است از فراگردی از مدیریت عاطفی و احساسی که در آن کارکن می کوشد تا متناسب ترین عاطفه را برای کاری که در حال انجام آن است به کار گیرد و مدیریت عاطفی خود را در قالب سابقه تجربه کاری موفق بیان کند. به عبارتی، جوانان سعی کرده اند، نشان دهند، چگونه باید "خود" را در هنگام کنش اجتماعی با نقش مورد نظر هماهنگ کنند. یعنی همان فراگرد نقش گیری اساسی در نظریه ی مید/ بلومر به شیوه ای که هم «خود» بتواند در فراگرد ایفای نقش موفق کنش کند و هم با احتساب عمل گرایانه یا پراگماتیستی فشارهای حسی و عاطفی کمتری متحمل شود. این درست همان نقش عاملیت و کنشگری است که می تواند در برابر تعین و جبری بودن کارگر/کارکن را به موقعیت مدیریت احساسی و عاطفی فضای اشتغال نزدیک کند، حتی اگر در سیستم یک کارگر ساده باشد. هکشايلد برای تبیین این مسئله می کوشد تا در بازار فروش شخصیت- که میلز، مارکوزه و فرم در شرح آن کوشیدند- یک نکته یا عنصر مهم و حساسگر مورد غفلت واقع شده را توضیح دهد. آن عنصر چیزی نیست، مگر احساس یا عاطفه ای که در هنگام فروش شخصیت در فضای کنشگری آدمی مدیریت می شود. بنابراین، با توجه به دیدگاه هکشايلد، احساس و عاطفه موضوعی نه شخصی یا فردی بلکه موضوعی اجتماعی یا احساس اجتماعی است. عشق در فضای مجازی مبتنی بر ثبت لحظات مشترک با معشوق (به اشتراک گذاری پیام های احساسی و عاطفی، ارسال پیام های عاطفی

16. Gorman, D. (2000) .You can choose your friends, but do they choose your crime? Implications of differential association theories for crime prevention policy. In: Barlow HD, editor. Criminology and public policy: Putting theory to work. Boulder, CO: Westview Press; pp. 131–155.
17. Wharton, A.S. (2009). "The psychosocial consequences of emotional labor", *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol. 561, pp. 158-76.
18. Houshang, Hossein; Amin Naji, Mohammad Hadi; Jamshidi Rad, Mohammad Sadegh; Mosaeipour, Mahboubeh (2016). The importance and place of love between spouses in Islamic-Quranic lifestyle, *Quarterly Journal of Quran and Hadith Studies*, Imam Sadegh University, Volume 7 (14): 117-143.
19. Yousefi Nasser, Shalideh Kiomars; Jesus Race, Hope; Etemadi, Ozra; Shir Beigi, Nasser (1390). The Relationship between Love Styles, Marital Quality among Married People, *Two Quarterly Journal of Applied Counseling*, Shahid Chamran University of Ahvaz, Volume 1, Year 1 (1): 36-91.
20. Neto, F. (2015) .Revisiting Correlates of Socio-Sexuality for Men and Women: The Role of Love Relationships and Individual Differences, Vol.83: 106-110.
21. Poor Mohseni Klori, Fereshteh (2016) Gender Differences in Attachment Styles and Personality Traits in Predicting Students' Love Styles, *Behavioral Cognitive Sciences Research (Scientific-Research)*, Year 6 (1), Consecutive (10): 17-133.
22. Woll, Stanley B. (1989) .Personality & Relationship Correlates of Loving Styles, *Journal of Research in Personality*, Vol.23 (4): 480-505.
23. Walsh, Anthony (1993). Love Styles, Masculinity / Feminists Physical Attractiveness, & Sexual Behavior: A Test
4. Forum, Eric (2009). The art of making love. (Translation: Pouri Soltani. Tehran: Morvarid Publications.
5. Sedghi Tarmi, Alireza (1383). Relationship between attachment styles and types of love in married students of Shahid Beheshti, Master Thesis, Shahid Beheshti University of Tehran.
6. Blass, J. & Hahn, T. (1997) .Dating Partner Preference a Function Similarity of Love Styles. *Journal of social Behavior & Personality*, 12: 595-610.
7. Fromm, Eric (1395). Man for himself, translated by Akbar Tabrizi, Tehran: Behjat Publisher.
8. Nazeri, Mehrdad, Foroughi, Maral (1399) *Sociology of Romantic Perception Ch I*, Tehran Alam Publishing
9. Allende, René (1398). Love, translation, Jalal Sattari, Tehran: Toos Publishing.
10. Franken, Robert Lee (1384). motivation and excitement. Translation: Hassan Shamsabad and Gholamreza Mahmoudi and Suzan Emamipour, Tehran: Ney Publishing.
11. Neto, F. (2007). Love styles: A cross cultural study. *J. British Indian, & portgueses collige students, Journal. J comparative family studies*; 38 (2): 23-258.
12. Alone, H. 1. (1395). Analytical Recognition of Modern Sociological Theories: The Age of Recent Modernity. third generation. 1962-2012. Tehran: Bahman Borna.
13. Hochschild, Arlie Russel. (1979) .Emotion Work, Feeling Ruled and Social Structure, In: *American Journal of Sociology*, 85, pp. 51-75.
14. Hochschild, Arlie Russel. (2003). *The Managed Heart*, University of California Press.
15. Studsdord, Ingunn. (2013) .Emotional Labor and Solving Social Work Problems, *Journal of Comparative Social Work*, No.1.

- of Evolutionary Theory, Ethology & Sociobiology, Vol.17 (1): 25-35.
24. Khaki, Gholampour (1396). Grounded research method (data-driven / basic, etc.) with thesis approach, Tehran: Foujan Publishing.
25. Straus, A.L., & Corbin, J. (2008). Basics of Qualitative Research (2nd edn 1998) .London: SAG.
26. Ezkia, Mustafa; Ahmad Rash, Rashid and Partazian, Kambiz (1396). Qualitative research method from the theory of practice, vol. 2, Tehran: Kayhan.
27. Mohammadpour, Ahmad (1392). Qualitative research method, anti-method 1: logic and design in qualitative methodology, Vol. 1. Tehran: Sociologists.
28. Skinner, J.Edwards, A.Corbett, B. (2014) .Research methods for sport management: Routledge.
29. Creswell, J.W. (2005) .Educational research planning conducting, and evaluating quantitative and qualitative research Pearson education, Upper River, NJ.
30. Strauss, Anselm; Corbin, Juliet (1397). Principles of Qualitative Research Methodology, Translator: Buick Mohammadi, Tehran: Institute of Humanities and Cultural Studies.
31. Gordon, Steven I. (1985). M ICRO-sociological Theories of Emotion. California: SAGE.
32. Whithead, Stephen (2003) .Men, Women, Love and Romance (First Published) .Fusion Press: Grat Britain.
33. Bauman, Sigmont (1397). Fluid Love: On the Instability of Human Bonds, Translator: Erfan Sabeti, Tehran: Phoenix Publications.
34. Maslow, Abraham (1367). Motivation and personality. Translated by Ahmad Rezvani, Mashhad: Astan Quds Razavi.