

بررسی میزان و شدت عشق آنلاین در کاربران اینترنتی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۴/۱۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۶/۰۳

کد مقاله: ۳۴۶۳۷

سید کمال الدین موسوی*^۱، حدیثه شمس راوندی^۲

چکیده

پژوهش حاضر به مطالعه عشق در فضای مجازی و میزان آن در تعاملات اینترنتی کاربران پرداخته است. چهارچوب نظری پژوهش را عمدتاً نظریات بن زئیف، ایلوز، اندرسون، مک کینا و بریگل در زمینه عشق آنلاین تشکیل می‌دهد. روش اصلی تحقیق را پیمایش و جامعه آماری را شهروندان شهر کاشان در سال ۱۳۹۹ تشکیل داده اند که از این میان نمونه‌ای به تعداد ۳۸۴ نفر انتخاب و به شیوه نمونه‌گیری طبقه‌ای مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. یافته‌های پژوهش نشان داد هرچند این پژوهش در یک جامعه نسبتاً سنتی مثل کاشان صورت گرفته اما در این محیط نیز فضای مجازی بستری برای تعاملات رومانتیک بوده و در آن شاهد شکل‌گیری عشق آنلاین آنهم با میزانی نزدیک به حد متوسط هستیم. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که میزان و شدت عشق آنلاین بر حسب متغیرهایی چون تحصیلات، سن، وضع تاهل، نوع نگرش به اینترنت، نوع اشتغال و مدت زمان تداوم دوستی اینترنتی یکسان نبوده و تفاوت‌های معناداری را نشان می‌دهد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

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

۱- استادیار جامعه‌شناسی و عضو هیئت علمی دانشگاه کاشان (نویسنده مسئول)

okna8062@yahoo.com

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگی، دانشگاه کاشان

عشق آنلاین^۱، عشقی است که در آن اینترنت میان عاشق و معشوق میانجی است و احساسات مثبت را میان طرفین انتقال می دهد آنهم در شرایطی که برخی از ویژگیهای ظاهری از چشمان طرفین پنهان و پوشیده اند. تا قبل از ظهور اینترنت نسل دوم و رواج شبکه های اجتماعی چون فیس بوک، تلگرام، اینستا گرام، تیندر، واتساپ و... عشق آنلاین به فرایندی از احساسات تشدید شده مثبت می مانست که در فضای اینترنتی نه چندان مجهز و در حاله ای از گمنامی میان عاشق و معشوق نطفه بندی می شد. فضایی فاقد تصویر و عکس، بدون حرکات بدن و خالی از نشانه های فیزیکی و اجتماعی که گمنامی بر آن سایه انداخته و تنها کلمات و جملات زیبا حامل احساسات عاشقانه ای بودند که میان افراد منتقل می شدند. در این مرحله نوزادی اینترنت یعنی سالهای آخر قرن بیستم، چت روم ها، سایت ها، بلاگ ها، ایمیل ها و دیگر محیط های متن محور، لنگرگاه عشق آنلاین بودند. همان دوره ای که کاربران جویای عشق، بدون اینکه بتوانند یکدیگر را دیده و موقعیت همدیگر را بدانند برای یکدیگر متن های پر از احساس می نوشتند. در واقع، بخش مهمی از ادبیات نظری در باره عشق آنلاین مربوط به چنین دورانی است و مختصات عشق در آن دوره را تشریح کرده اند.

۲- مبانی نظری

مروری اجمالی بر ادبیات موضوع نشان می دهد دو دسته نظریه ها بطور مشخص در باره عشق و روابط رومانتیک در فضای اینترنتی صحبت کرده اند. دسته اول نظریاتی اند که ماهیت عشق در فضای آنلاین و خصوصیات آنرا تشریح نموده و بعضا به تفاوتها و شباهتهای عشق آنلاین با عشق های عادی و معمولی پرداخته اند. دسته دوم نظریاتی هستند که در باره نقش میانجیگرانه تکنولوژی اینترنت در عشق و روابط رومانتیک صحبت کرده و به تاثیراتی که اینترنت بر روابط رومانتیک و عاشقانه گذاشته است اشاره دارند. در اینجا به اجمال به تشریح این دو دیدگاه می پردازیم:

الف: نظرات مربوط به ماهیت و ویژگی های عشق در فضای آنلاین

آدامز و موتا (۲۰۰۰) عشق در فضای اینترنت را فرایندی میدانند که طی آن دو نفر ابتدا سعی می کنند یکدیگر را بشناسند و چنانچه همه چیز خوب پیش رفت آنگاه وارد روابط جدی تری شوند. گویا مکانیزم رشد و توسعه یک رابطه آنلاین همانند رشد و توسعه یک دوستی فاقد تمایلات جنسی است، و بنابراین، ظرفیت های بیشتری برای تقویت یک دوستی واقعی دارد زیرا معمولا در روابط آنلاین روی مولفه ها و موضوعاتی تمرکز می شود که برای شکل گیری واستحکام دوستی ها بسیار اساسی اند. بخاطر وجود همین عناصر ومولفه های مربوط به صمیمیت و دوستی است که بسیاری از افراد، عشق آنلاین و روابط رومانتیک در فضای اینترنتی را جالب تر و معنادار تر از روابط رومانتیک عادی تلقی می کنند (آدامز و موتا، ۲۰۰۰: ۱۰۷). البته، روابط میان انسانها لزوما از همان ابتدا با کشش و تمایل به یکدیگر همراه نیست اما عشق و علاقه در رابطه از زمانی جرقه می زند که نگرش مثبت به دیگری پدیدار شود. در روابط آنلاین، پیدایش نگرش های مثبت و خوشایند می تواند از لابلای گفتگوهای با کیفیت خوب و جالب پدیدار شود. یک گفتگوی مطلوب می تواند بتدریج کشش و جذابیتی ایجاد کند (جاذبه آنلاین) که در ابتدا اساسا قابل تصور نبود. محققان روابط اینترنتی، کشش و جاذبه رومانتیک آنلاین را عمدتا نتیجه گفتگوی دوستانه و لذتبخش میان دو نفر دانسته و بر این باورند که موفقیت در شکل دادن به یک دوستی آنلاین، شکل گیری یک عشق آنلاین را تسهیل می نماید حتی اگر طرفین در ابتدا قصد برقراری رابطه رومانتیک و عاشقانه هم نداشته اند. بن زئیف (۲۰۰۴) یکی از علایم انتقال از رابطه دوستانه به رابطه رومانتیک یا عشق را پدیدار شدن حالت بی قراری و نا پایداری آنهم بگونه ای که شخص دیگر مثل روال عادی رفتار نمی کند دانسته است. حالتی که در آن تبادل فراوان و پی در پی پیام و متن در رابطه با موضوعات متنوع و در زمان های گوناگون بصورتی انجام می گیرد که نشان میدهد هریک از طرفین فضای ذهنی طرف دیگر را کاملا اشغال کرده است. این در حالی است که وقتی هنوز رابطه در مرحله دوستانه است و به مرحله عشق وارد نشده، معمولا پیامها روزی یک بار، با ریتم منظم و در زمان های معینی تبادل می شوند. (بن زئیف، ۲۰۰۴: ۱۷۰).

چنانچه می دانیم، در روابط آنلاین بخش مهمی از ویژگیهای اجتماعی افراد بر یکدیگر پوشیده است، با این وجود به زعم گروهی از نظریه پردازان، علیرغم فقدان نشانه های اجتماعی و ظاهری در بسیاری از محیط های اینترنتی، جاذبه آنلاین در این محیط ها شکل گرفته و افراد به سمت همدیگر کشیده می شوند زیرا آنچه که معمولا افراد را به یکدیگر جذب می کند در دنیای آنلاین و دنیای عادی تقریبا مشابه و مشترکند. به عنوان نمونه، دب لوین به پنج ویژگی عمده اشاره میکند که در زندگی عادی باعث جذب افراد بسوی همدیگر می شوند: همجواری^۲، ارائه خود^۳، مشابهت^۴، دوسویگی^۵ ارتباط و انتظارات متقابل. اما لوین عقیده

1 Online Love
2 Proximity

دارد که این پنج عامل در روابط آنلاین نیز هستند و جاذبه آنلاین را به وجود می آورند. مثلا، همجواری که عاملی اساسی در جذب افراد در دنیای روزمره است در روابط آنلاین نیز شکل می گیرد اما بصورت یکنوع همجواری ذهنی^۴ بوده و براساس پیوندها و دل بستگی های ذهنی، فکری و احساسی تعریف می شود و نه براساس نزدیکی فیزیکی و جغرافیایی. از اینرو، بسیاری از دوستان اینترنتی که کیلومترها از یکدیگر دور هستند، خود را جدانشدنی از یکدیگر تلقی می کنند. بنظر لوین همجواری ذهنی یا مجازی را می توان به کمک شاخصهایی چون: تعداد مکالمات طرفین، طول مکالمات، فاصله یک مکالمه تا مکالمه بعدی و عمق مکالمات سنجش و اندازه گیری نمود. در واقع، تکرار تماس ها در فضای آنلاین - همچون فضای واقعی - باعث تقویت کشش و جاذبه میان طرفین می گردد. مدتی قبل از لوین نیز، مطالعات باس (۱۹۸۸) نشان داده بود که زنان و مردان مشترکا پنج عامل را مهمترین عوامل جذب شدن به جنس مخالف میدانند که اتفاقا این عوامل هیچکدام ربطی به ویژگی های قابل مشاهده و ظاهری افراد ندارند. پنج عامل مزبور عبارتند از: شوخ طبعی، خوش رفتاری، آمادگی برای گذراندن وقت با یکدیگر، همدردی نسبت به مشکلات دیگری و آمادگی برای کمک به دیگری (لوین ۲۰۰۰). از آنجا که در فضای آنلاین حضور فیزیکی معنا ندارد، انتظار می رود عوامل ذکر شده قادر به نقش آفرینی بوده و اگر در تعامل میان دو جنس مخالف در فضای آنلاین این پنج ویژگی وجود داشته باشند طرفین جذب یکدیگر خواهند شد.

بن زئیف (۲۰۰۴) عاشق شدن در فضای آنلاین را تقریبا مشابه وضعیتی می داند که در زندگی عادی رخ می دهد با این تفاوت که در فضای آنلاین، اگرچه اطلاعات کاملی در باره طرف مقابل نداریم اما خلاء معلومات خود را با یکنوع ایده آسازی و نسبت دادن ویژگیهای مثبت اضافی به طرف مقابل پُر می کنیم. مثلا با مشاهده روحیه شوخ طبعی و بذله گویی، این ویژگی مبنای نسبت دادن یکسری خصوصیات مثبت دیگر به طرف مقابل می گردد. همچون زندگی عادی که غالبا جاذبه های ظاهری طرف مقابل، پرتو خود را بر دیگر خصوصیات و صفات شخصیتی - حتی نداشته - وی می اندازد، در فضای آنلاین نیز توانمندی های طرف مقابل بویژه توان نگارشی او پرتوی خود را بر دیگر ویژگی ها و حتی خصوصیات ظاهری وی می اندازد. از اینرو، بن زئیف هم عشق آفلاین و هم عشق آنلاین را نمونه هایی از عشق واقعی می داند که هر دو بر پایه معلوماتی ناقص و تصویرسازی هایی شکل می گیرند که این خلاء معلومات را بتواند پُر کند. وی تاکید می کند اگرچه چنین عشقی ممکن است در طول زمان کاهش یابد و یا حتی از بین برود اما چیزی از واقعی بودن آن نخواهد کاست. به علاوه، هر چند در محیط آنلاین افراد جسم خود را در اختیار طرف مقابل نمی گذارند اما قلب خود را در اختیار وی قرار می دهند، و از این رو، واژه "هم روحی" در توصیف جفت های آنلاین بسیار استفاده می شود (بن زئیف، ۲۰۰۴: ۱۸۹).

از سوی دیگر، در روابط رومانتیک آنلاین، نقش تخیل و تصور را نیز نمی باید فراموش کرد. پوا ایلوز^۵ (۲۰۱۲) در مطالعات خود پیرامون رابطه میان احساس عاشقانه و تخیل نشان داده است که به هنگام عاشق شدن، نقش تخیل و تصویر سازی از طرف مقابل پر رنگ می شود زیرا عشق از طریق تخیل، می تواند معشوق یا همان شخص ایده آل را ایجاد کند و جالب اینکه، تصویر تخیلی معشوق نیز به همان اندازه حضور واقعی او قدرتمند و اثر گذار است. بنابراین، هنگامیکه به دیگری عشق می ورزیم، تخیل پردازی در باره معشوق می تواند در ما احساسات، آرزوها و عواطفی را ایجاد کند که مربوط به آینده اند و هنوز واقعا اتفاق نیفتاده اند، اما این احساسات بیش از موقع، ارزیابی ما را از زمان حال و آینده شکل خواهند داد (ایلوز، ۲۰۱۲: ۲۰۶). در نگاه ایلوز، تخیل عاشقانه زود هنگام می تواند به دو شکل قابل تشخیص باشد. شکل اول مبتنی بر ترکیب تعداد زیادی از تصاویر ذهنی، روایت ها و عناصر است، همچون میل به عشق ورزی ای که در اثر دیدن طرف مقابل بوجود می آید. شکل دوم، آن تخیل و تصویری است که با تقلید و شبیه سازی از یک ملاقات واقعی، آنهم با استفاده از فناوری شکل می گیرد و جالب اینکه این نوع تخیل عمدتا در روابط رومانتیک آنلاین ایجاد می شود. ایلوز برای توضیح شکل اول، از اصطلاح "تخیل عاشقانه سنتی"^۶ استفاده می کند و آنرا تخیلات عاشقانه مبتنی بر همجواری و نزدیکی نامیده است یعنی آن تخیلات رومانتیکی که بر برپایه حضور دو بدن فیزیکی و ملاقات چهره به چهره ایجاد می شوند. اگرچه تخیل عاشقانه سنتی که براساس همجواری و نزدیکی عمل می کند هنوز نیرومند است و نقش مهمی را در جوامع ایفا می کند اما بنظر ایلوز، اینترنت هم اکنون زمینه را برای عزیمت و گذار انسانها از تخیلات عاشقانه سنتی به سمت شکل دومی از تخیلات یعنی تخیل عاشقانه اینترنتی فراهم کرده است. تخیل عاشقانه سنتی مبتنی بر بدن فیزیکی است و پدیده های حاضر را با تصاویر و تجربیات گذشته تلفیق می کند، اما "تخیل عاشقانه اینترنتی" بر یک شناخت کلی و متن - محور اتکاء داشته و در فرایند تعامل و ارزیابی طرف مقابل، تحت تاثیر "زبان ادبیات"ی است که بین طرفین رد و بدل می شود. علاوه بر این، تخیل اینترنتی دانش دیگری را نیز بر پایه توان تجمیع صفات می طلبد و این امر به افراد امکان می دهد تا ویژگیهای نامطلوب معشوق را - هنگام تخیل پردازی - ناچیز شمرده و ویژگی های جدیدی را برای او در تصورات خود جایگزین کنند.

- 1 Self-Presentation
- 2 Similarity
- 3 Reciprocity
- 4 Mental Proximity
- 5 Illouz
- 6 Traditional romantic imagination

بنابراین، تخیلات عاشقانه اینترنتی به افراد امکان می‌دهد تا اینگونه شکافها را پر نموده و تصویر جدیدی را از طرف مقابل ساخته و تقویت کنند (ایلو، ۲۰۱۲: ۳۰).

ب: نظریه های مربوط به تاثیر اینترنت بر عشق و روابط رومانتیک

دسته دوم از نظریه ها عمدتاً در باره نقش میانجیگرانه تکنولوژی اینترنت در عشق و روابط رومانتیک صحبت کرده اند که از این میان برخی اینترنت را به عنوان یک تکنولوژی فیلترساز و محدود کننده روابط عاشقانه تلقی کرده و برخی دیگر برای اینترنت نقش نوسازی و ترکیب بندی مجدد عشق و روابط رومانتیک را قایلند. تعدادی از مطالعات اولیه در زمینه ارتباطات کامپیوتر-محور باعث پیدایش این نگاه در گروهی از محققان شده که کامپیوتر و اینترنت نقش مانع و فیلتر کننده را در ارتباط میان انسانها بازی می کند. به عنوان نمونه، اندرسون (۲۰۰۵)، عقیده دارد هرچند کامپیوتر و اینترنت دسترسی انسانها به یکدیگر را آسان و سریع کرده است اما بسیاری از نشانه ها و خصوصیات مهم غیر کلامی، فیزیکی، محیطی و زمینه ای را که در روابط عادی و روزمره وجود دارد فیلتر می کند و این در حالی است که ویژگیها و نشانه های محیطی، فیزیکی، اجتماعی و...، در هر ارتباطی بسیار مهم و حیاتی اند زیرا همین نشانه ها و خصوصیات فیلتر شده هستند که قدرت تفسیر و معنا بخشی به مشارکت کنندگان داده و روابط انسانی را به عملی معنادار تبدیل می کنند. از اینرو، اندرسون روابط با واسطه کامپیوتری را ضعیفتر از آن می داند که آن حجم و غنای اطلاعات را که برای حفظ و تداوم روابط شخصی و نزدیک همچون روابط رومانتیک لازم است بتواند میان افراد در فضای اینترنت انتقال دهد. در نگاه وی، روابط کامپیوتری بیشتر متناسب با روابط وظیفه - محور و غیر شخصی است تا روابطی عاطفی همچون روابط رومانتیک و عاشقانه (اندرسون، ۲۰۰۵: ۵۲۳). برخی از این هم فراتر رفته و معتقدند اینترنت با حذف ویژگیهای ظاهری و نشانه های اجتماعی نه تنها مانع ابراز عشق می شود بلکه این گمنامی و ناشناختگی در اینترنت می تواند باعث تشدید رفتارهای خود خواهانه، غیرمسئولانه و آسیب زنده به معشوق گردد. به نظر جوینسون، گمنامی و عدم مسئولیت پذیری که اساساً با روابط کامپیوتر- واسط در هم آمیخته است موجبات نوعی خود محوری، بی توجهی و کم بها دادن به حالات و نیاز های طرف مقابل را فراهم می کند (بریگل، ۲۰۰۸: ۲۲۴). البته، برخی محققان خوشبینانه به نقش فیلتر کننده اینترنت نگرسته و آنرا دارای نکات مثبت میدانند، به این معنا که فیلتر شدن خصوصیات و نشانه های فیزیکی، اجتماعی توانسته است روابط رومانتیک و عاشقانه را در فضای آنلاین تقویت کند. مک کینا (۲۰۰۲) و همکارانش در تحقیقات خود دریافته اند گمنامی موجود در روابط اینترنتی موجب رشد و گسترش خود اظهاری ها و بیان آزادانه احساسات و افکار می شود زیرا افراد خود را از نگاه جمع رها و کمتر احساس خطر می کنند، از اینرو راحت تر می توانند خود واقعی شان را ارائه و احساسات صمیمی و عاشقانه خود را به طرف مقابل نشان دهند. علاوه بر این، مک کینا تأکید می کند که در روابط رومانتیک آنلاین، نشانه ها و خصوصیات اساسی و لازم برای ارتباط حذف نمی شوند بلکه ویژگیهای گول زنده، منحرف کننده، و زمینه ساز پیشداوری ها توسط کامپیوتر حذف و فیلتر می شوند. به عبارتی، اینترنت، با حذف برخی نشانه ها و خصوصیات مزاحم و گول زنده همچون: سن، نژاد، وزن، وضع ظاهری و... چشمان افراد را باز می کند تا به روح و جوهره اصیل معشوق خود بنگرند. به علاوه، اینترنت با حذف مشخصات و نشانه های اجتماعی کاربران، زمینه را برای رشد روندی موسوم به ایده آل سازی فراهم می کند. ندیدن یکدیگر در روابط آنلاین، منجر به ساختن تصاویر ایده آل و پردازش شده افراد از خود و دیگران شده و این انسانهای ایده آل و به گفته ژوزف والت (۱۹۹۶) این "فرا انسان ها" هستند که در فضای اینترنت با یکدیگر رابطه دارند. در واقع، ارتباط میان نسخه های پردازش شده و ایده آل انسانی باعث شده تا برای بسیاری از مردم، فضای ارتباطی آنلاین جذاب تر و مطلوب تر از فضای ارتباطات واقعی و حضوری تلقی شود و جالب اینکه این ایده آل سازی مورد رضایت و حمایت طرفین ارتباط نیز بوده و گردونه ارتباط را بخوبی پیش می برد (بریگل، ۲۰۰۸: ۲۲۵).

اما گروه دیگری از محققان، اساساً اینترنت را عامل نوسازی و شکل دهی تازه به پدیده عشق و روابط رومانتیک می دانند، به این معنا که تکنولوژی اینترنت نه تنها صرفاً همان روابط رومانتیک عادی و روزمره را بازتاب نمی دهد بلکه اساساً ماهیت جدیدی به عشق و روابط رومانتیک بخشیده و آن را از نو می سازد، آنهم با ماهیت و مختصاتی که قبلاً سابقه نداشته است. در این رابطه، آدام بریگل (۲۰۰۸) نوسازی و ترکیب بندی مجدد عشق را با ذکر مثالی در زمینه سونوگرافی شرح داده است، بدینصورت که تصاویر ظاهر شده از جنین در رحم مادر که در سونوگرافی ها معمول است در واقع به کمک امواج صوتی دستگاه اولتراسوند خلق می شوند و این یعنی، تکنولوژی اولتراسوند تجربه دیدن پدیده ای را که قبلاً نمی شد دید را در اختیار ما می گذارد. دیدن تصاویر مربوط به فکر کردن و احساسات متفاوت خشم، ترس، هیجان، شادی و... در مغز انسان نیز امروزه به کمک دستگاههای عکس برداری ام آر آی امکان پذیر شده است در حالیکه قبلاً چنین امکانی قابل تصور هم نبود. این نمونه ها به روشنی نشان می دهد که تکنولوژی با وساطت خود، در واقع شکل های جدیدی از پدیده های زیستی، طبیعی، روانی و اجتماعی را ساخته و پرداخته و در اختیار انسان قرار می دهد بگونه ای که اگر وساطت تکنولوژی نبود، جنین انسان، یا جریان فکر و احساسات در مغز و بسیاری پدیده های دیگر اساساً مخفی مانده و هیچگاه قابل مشاهده نمی شدند. با این نگاه، بریگل سعی دارد بگوید که اینترنت باعث شکل دهی مجدد عشق و روابط رومانتیک شده و دیر یا زود بسیاری از زوایای پنهان و نادیدنی آنرا نوسازی کرده و مقابل چشمان

ما خواهد گذاشت (بریگل، ۲۰۰۸: ۲۲۶). بنابر این، عشق آنلاین و یا حتی روابط جنسی سایبری صرفاً همان تجربیات عاشقانه عادی منهای برخی نشانه‌ها و ویژگی‌ها نیستند، بلکه مدل‌های جدیدی از عشق همراه با ساختارهای کاملاً متفاوتی هستند که به کمک تجهیزات فنی بدیع و تازه تکنولوژیهای اطلاعات و ارتباطات شکل گرفته‌اند. تجربه زیسته افراد در عشق آنلاین نیز مسیر متفاوتی را در مقایسه با عشق عادی و روزمره طی خواهد کرد. بریگل کیفیت عشق و روابط عاشقانه آنلاین را نیز بالاتر از کیفیت روابط عاشقانه عادی و آنلاین دانسته و برای این ادعای خود دو عامل را که باعث می‌شوند روابط رومانتیک اینترنتی در سطح بالاتری از روابط عادی قرار گیرند مطرح کرده است. دو عامل مورد نظر بریگل یکی "فاصله" و دیگری "تامل و احتیاط" هستند وجود فاصله میان عاشق و معشوق باعث افزایش عطش و اشتیاق به سمت دیگری می‌شود - برعکس حالت نزدیکی و مجاورت که باعث عادی و تکراری شدن افراد برای یکدیگر می‌شود- و جالب اینکه این فاصله همیشه و همه جا در تعاملات اینترنتی وجود دارد. عامل دوم تامل و احتیاط در روابط رومانتیک آنلاین بویژه متن - محور است که فاقد شتابزدگی‌های موجود در بسیاری از روابط عاشقانه کلامی و حضوری است. این تامل و احتیاط، رابطه میان طرفین را به برخی لایه‌ها و جنبه‌های عمیقتر احساسی و ارتباطی پیوند زده و میزان حساسیت و توجه به وضعیت خود و طرف مقابل را در یک رابطه رومانتیک تقویت می‌کند. (بریگل، ۲۰۰۸: ۲۲۸).

۳- پیشینه تجربی پژوهش

تأثیر اینترنت و فضای مجازی بر روابط رومانتیک و نحوه تجربه عشق آنلاین توسط کاربران موضوعی است که در دو دهه اخیر توجه محققان را بویژه در خارج کشور به خود جلب کرده است. در این پژوهشها جنبه‌های مختلفی از مساله مورد کنکاش بوده و هر محقق از زوایه‌ای به مساله نگریسته است. به عنوان نمونه، اندرسون (۲۰۰۵)، در مطالعه‌ای دریافته است گرایش به اینترنت و مدت زمان صرف شده در تعاملات آنلاین موجب درک بهتری از روابط عاشقانه آنلاین در افراد می‌شود. به عبارتی، اگر افراد احساس تعلق خاطر به اینترنت داشته و زمان زیادی را صرف اینترنت کنند، ذهنیت مثبت تری به روابط رومانتیک آنلاین پیدامیکنند. اندرسون پیش بینی میکند چون همه جا استفاده از اینترنت در حال افزایش است، احتمالاً روابط عاشقانه آنلاین نیز برای افراد جامعه روزبه روز شایع تر و قابل قبول تر خواهد شد. در مطالعات ویلدر موث و ولگبائر (۲۰۰۷)، نیز که طی آن نقل قول‌های مکتوب ۲۰۲ کاربر در سایت "یوزنت" بررسی شد تا مشخص شود افراد چگونه تجارب عاشقانه اینترنتی خود را توصیف می‌کنند نتایج نشان داد علی‌رغم فقدان تماس بدنی در روابط آنلاین، این روابط احساسات مثبت و منفی قدرتمندی برای شرکت کنندگان ایجاد نموده است. بسیاری از شرکت کنندگان در آن پژوهش احساسات خود نسبت به شرکای آنلاین شان را به عنوان یک عشق واقعی توصیف کرده و تجربه عشق آنلاین را نوعی احساس رها شدن و یا احساس پیوند فوری و سریع برشمردند. در بررسیهای لایوسون و لیک نیز عشق آنلاین توسط پاسخگویان به منزله آزادی از تعهدات و نقش‌های اجتماعی کلیشه‌ای، و بعضاً یکنوع ماجراجویی و فانتری رمانتیک تلقی شده است. بارینگ^۱ و براکت^۲ (۲۰۰۸) نیز در پژوهشی پیرامون روابط اینترنتی دریافتند که عشق آنلاین دیگر جنبه‌ای جدا ناپذیر از زندگی روزمره در عصر پست مدرن شده است زیرا افراد- درمقایسه با فضاهای عادی- در فضای اینترنت احساس ایمنی بیشتری برای ایجاد رابطه و رومانس با یکدیگر دارند. بویژه کسانی که در برقراری روابط آنلاین موفق نبوده و یا بیشتر در معرض عدم پذیرش توسط دیگران قرار داشته‌اند، از اینترنت برای یافتن یک شریک رومانتیک بیشتر استفاده کرده و در مقایسه با بقیه، بیشتر مستعد استفاده از محیط‌های دوستیابی در فضای مجازی هستند (پانانائونساب، ۲۰۱۶: ۴۹-۵۱). علاوه بر آنچه ذکر شد، نتایج مطالعات مونیکا ویتی^۳ (۲۰۰۸)، در زمینه روابط رومانتیک آنلاین نشان داده است فضای مجازی محیط منحصر به فردی را برای یادگیری و تجربه در مورد روابط و تمایلات جنسی در اختیار افراد قرار می‌دهد. بنظر ویتی، فقدان نشانه‌های اجتماعی و ظاهری در اینترنت می‌تواند به ایجاد رابطه‌های بسیار شخصی و صمیمی منجر شود. همچنین، آنالومانوسکا و ماتییه گیتون (۲۰۱۶) در یک فراتحلیل از تحقیقات انجام شده قبلی پیرامون "روابط صمیمانه آنلاین" دریافتند که این روابط می‌توانند از نظر معنا و مفهومی که دارند، و بلحاظ میزان صمیمیت و پایداری موجود در آنها، تقریباً مشابه با روابط آنلاین و معمولی باشند و حتی بعضاً روابط آنلاین موجود را هم تقویت کرده و غنی سازند. نتایج این بررسی نشان داده است حتی می‌توان از تجهیزات واقعیت افزوده برای شبیه‌سازی برخی جنبه‌های جسمانی موجود در تعاملات صمیمی نیز استفاده کرد (لومانوسکا و همکاران، ۲۰۱۶). در همین حال، مطالعات آدلبرتو سانچز (۲۰۱۷) بر روی نمونه‌ای شامل افراد ۱۸ تا ۷۳ ساله نشان داده است مدت زمان سپری شده در فضای آنلاین تأثیری بر کیفیت روابط صمیمی و نزدیک ندارد و مردم می‌توانند فارغ از اینکه چقدر برای شبکه‌های اجتماعی زمان صرف می‌کنند، روابط صمیمی و رضایت بخشی را تجربه کنند. همچنین باو

1 Baring

2 Bracket

3 Whitty

(۲۰۱۰) در مطالعه ای پیرامون نحوه رشد روابط رومانتیک در فضای آنلاین دریافت بسیاری اوقات با لایک کردن و کامنت گذاشتن برای محتویات و مطالب پروفایل ها و پُست هاست که رابطه میان افراد در این فضا شروع می شود، اما بتدریج با تغییر این رابطه از حالت رابطه میان دو انسان تنها به دو انسان مرتبط و گرفتار در عشق، کم کم شاهد ظهور نوعی احساس تملک و غیرت در طرفین هستیم بگونه ای که دیگر هیچکدام حاضر نیستند طرف مقابل خود را با افراد دیگر در فضای آنلاین شریک شوند. این مساله، با توجه به دسترسی آسان و گسترده به افراد گوناگون در فضای اینترنت، می تواند حتی آغازگر برخی حسادت ها و تنش ها در روابط شود (هازرا، ۲۰۱۸: ۱۵-۸). در مطالعات اویتسیل^۱ و همکارانش از دانشگاه آنتورپ در سال ۲۰۱۵ بر روی تعدادی از جوانان شهر فلاندرز بلژیک نیز افراد مورد بررسی به مسایلی چون بروز حسادت و یا کنترل و نظارت طرف مقابل در روابط رومانتیک آنلاین اشاره کردند (اویتسیل و همکاران، ۲۰۱۶: ۲۷۷). در کنار مطالعات خارج کشور، تعدادی از مطالعات داخل کشور نیز در سالهای اخیر به تاثیرات اینترنت و شبکه های اجتماعی بر روابط رومانتیک پرداخته اند اما کانون توجه این مطالعات بیشتر روی همسرگزینی و ازدواج یا نگرش به روابط اینترنتی دختر و پسرها بوده است. به عنوان نمونه، بررسی مردم نگارانه مهدوی (۱۳۸۵) در بین کاربران اینترنتی جوان، تحصیلمکرده و متعلق به طبقه متوسط در تهران نشان داد از آنجا که در ایران معاشرت با جنس مخالف تا حدود زیادی توسط مذهب تنظیم و کنترل می شود، جوانان با استفاده از دوستیابی اینترنتی بجای ملاقات حضوری با جنس مخالف، در واقع از خطرات احتمالی مساله اجتناب می کنند. ازاینرو، برای جوانان عشق اینترنتی یک شکل امن تر برای ایجاد رابطه رومانتیک است و به آنها امکان شناختن یکدیگر را آنهم قبل از ریسک کردن و دیدار حضوری می دهد. نتایج این پژوهش نشان داد، فضای چت فرصت مناسبی را به شرکت کنندگان - به خصوص جوانترها که قبلا تجربه رابطه با جنس مخالف نداشته اند- می دهد تا فارغ از محدودیت های اجتماعی و خصوصیات فردی خود ملاقات و معاشرت با جنس مخالف را یاد گرفته و تمرین کنند. در مطالعه ای دیگر، کنعانی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان « بررسی رابطه استفاده از اینترنت با نگرش به دوستی اینترنتی در بین دانشجویان دانشگاه گیلان» بر روی تعدادی از دانشجویان کارشناسی و کارشناسی ارشد دانشگاه گیلان دریافتند استفاده از اینترنت - چنانچه اندرسون نیز اشاره داشت- در نگرش مثبت به دوستی اینترنتی با جنس مخالف تأثیرگذار بوده و بین سن دانشجویان با نگرش به دوستی اینترنتی نیز رابطه مثبت مشاهده گردید. نتایج همین پژوهش نشان داد رفیق بودن، سادگی و گمنامی در تماس های شبکه ای و همچنین آزادی موجود در فضای مجازی باعث گرایش بیش از اندازه جوانان به اینترنت و دوستی های اینترنتی است. جوانها در عین آگاهی از پیامدهای منفی روابط آنلاین از قبیل عدم اعتماد، عدم تعهد و ناپایداری، با اینحال عموماً نگرش مثبتی به روابط و دوستی های اینترنتی داشته و حتی تمایل به ازدواج از این طریق نیز در بین آن ها ملاحظه شد. در یک جمع بندی کوتاه، مطالعات محققان بویژه در خارج کشور نشان می دهد روابط نزدیک و رومانتیک در فضای اینترنت میان افراد می تواند شکل بگیرد، و حتی واقعی تلقی شده و از چنان شدتی برخوردار گردد که مانند عشق و علاقه های معمولی، در طرفین ویژگیهایی از قبیل وابستگی، احساس تملک، حسادت و میل به کنترل طرف مقابل را پدیدار سازد. اما در مطالعات داخل کشور بنظر می رسد هنوز توجه چندانی به ماهیت و ابعاد روابط رومانتیک و عشق در فضای مجازی نشده و عمدتاً نگرش افراد به این روابط و یا نقش ابزاری اینترنت در همسرگزینی و ازدواج مد نظر قرار گرفته است.

به هر تقدیر، عشق پدیده ای است که در طول تاریخ همواره پُر رمز و راز بوده و هم اینک با پدیدار شدن عشق آنلاین و اینترنتی، رمز و رازهای دو چندان پیدا کرده است. عشق آنلاین، آنهم با توجه به اقبال فزاینده ای که در جوامع مختلف از آن می شود طبعاً پدیده ای است که آمده تا بماند و بنابراین لازم است ابعاد گوناگون آن مورد مطالعه قرار گیرد. با توجه به جدید بودن موضوع در فضای داخل کشور، ابعاد و مسایلی که باید در این زمینه روشن گردد فراوان و خلاء های پژوهشی نیز در این رابطه بسیارند اما بهر حال از آنجا که همواره بررسی و کنکاش را باید از نقطه ای آغاز نمود، پژوهش حاضر در گامی کوچک، مطالعه در باره عشق آنلاین و میزان و شدت آن را در دستور کار خود قرار داده و سعی دارد ضمن ارزیابی امکان شکل گیری عشق آنلاین در کاربران اینترنتی، میزان و شدت آن را نیز سنجش نماید. بر این اساس، اهداف پژوهش حاضر در قالب سوالات و فرضیاتی چند به شرح زیر ارائه می گردد:

- ≠ آیا عشق آنلاین در بین کاربران شکل گرفته است یا خیر؟ به چه میزان و شدتی؟
- ≠ میزان و شدت عشق آنلاین با خودپنداره کاربران رابطه دارد.
- ≠ میزان عشق آنلاین بر حسب نوع نگرش کاربران به اینترنت متفاوت است.
- ≠ میزان عشق آنلاین بر حسب مدت زمان تداوم دوستی اینترنتی کاربران متفاوت است.
- ≠ میزان عشق آنلاین بر حسب نوع محیط اینترنتی مورد استفاده کاربران متفاوت است.
- ≠ میزان عشق آنلاین بر حسب ویژگیهای کاربران (جنس، سن، شغل و...) متفاوت است.

۴- تعریف مفاهیم

خود پنداره: خودپنداره شامل تمام اندیشه‌ها، ادراکات و ارزش‌هایی است که "من" یا "خودم" را می‌سازند و دربرگیرنده آگاهی از "آنچه هستم" و "آنچه می‌توانم انجام دهم" است. این خویشتن ادراک‌شده، به نوبه خود بر ادراک فرد از جهان و رفتارش تأثیر می‌گذارد و جالب اینکه، آدمی هر تجربه‌ای را در رابطه با خودپنداره خویش می‌سنجد (آکنیسون، ۱۳۹۳: ۴۷۰). هرچند خود پنداره از مفاهیمی است که بیشتر در روانشناسی و علوم تربیتی مطرح و مورد سنجش قرار می‌گیرد اما با توجه به اینکه در ادبیات موضوع، خودپنداره کاربران نیز به عنوان یک پارامتر اثر گذار شناسایی شده بود بنابراین سنجش نقش آن در میزان عشق آنلاین تجربه شده مد نظر قرار گرفته است. در این پژوهش، خودپنداره به کمک شاخص‌هایی چون: رضایت از گذشته خود، رضایت از وضع ظاهری و جسمانی، و رضایت از ویژگی‌های اخلاقی و شخصیتی خود، مورد سنجش قرار گرفته و سطح سنجش این متغیر نیز فاصله‌ای است. دامنه تغییر نمرات این متغیر بین ۳ تا ۹ و میانگین نظری آن ۶ می‌باشد.

محیط اینترنتی: یک محیط بر ساخته و مبتنی بر شبکه‌های کامپیوتری که افراد می‌توانند در این محیط‌ها لحظه به لحظه به مبادله اطلاعات با یکدیگر بپردازند. شبکه‌های کامپیوتری موسوم به اینترنت با ایجاد محیط‌های گوناگونی چون وب سایت، ایمیل، چت روم، شبکه‌های اجتماعی فیس بوک، توئیتر، تلگرام، اینستاگرام و... زمینه را برای تبادل آراء، تجربیات و اطلاعات میان مردم و در فضایی خارج از فضای واقعی فراهم می‌سازند (اسد نژاد، ۱۳۹۱: ۹۹). در این پژوهش محیط اینترنتی شامل محیط‌هایی چون ایمیل، چت روم، وبسایت‌های دوستیابی، شبکه‌های اجتماعی واتساپ، تلگرام، اینستاگرام می‌گردد که توسط کاربران برای روابط رومانتیک بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرند. سطح سنجش این متغیر اسمی خواهد بود.

عشق آنلاین: نیکولا دورینگ (۲۰۰۲)، عشق آنلاین را عشق و علاقه‌ای تعریف می‌کند که میان افراد در فضای اینترنتی بوجود آمده و به آنان امکان تجربه صمیمیت و احساسات عمیق متقابل را می‌بخشد. این تجربه احساسی تا آنجا می‌تواند عمیق گردد که نشانه‌هایی شبیه به علایم اعتیاد اینترنتی را در شخص پدیدار سازد: علایمی چون فقدان کنترل بر خود، درلاک خود فرورفتن و کناره‌گیری از دیگران، و افزایش سهل انگاری و مسامحه در کارهای روزمره (Doering, 2002: 4-8). در این پژوهش عشق آنلاین به کمک شاخص‌هایی چون علایم فیزیولوژیک هیجان و طیش قلب و...، علاقه و میل جنسی و عاطفی، انتظار و بی‌قراری، ارسال مکرر پیام، تخیل و تصور پردازی، صمیمیت شدید و احساس رها شدگی که در نظرات برخی کارشناسان و صاحب نظران اینترنت مطرح شده است استخراج و مورد سنجش واقع شده و سطح سنجش آن نیز فاصله‌ای است. دامنه تغییر نمرات این متغیر بین ۱۱ تا ۳۳ و میانگین نظری آن ۲۲ می‌باشد.

۵- روش پژوهش

این مطالعه به روش پیمایش صورت گرفته و جامعه آماری را اهالی شهر کاشان در سال ۱۳۹۹ تشکیل می‌دهند که جمعیت آنان براساس نتایج آخرین سرشماری کشور در سال ۱۳۹۵ معادل ۳۰۴۱۴۶ نفر بوده و از این میان به کمک فرمول کوکران تعداد ۳۸۴ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. شیوه نمونه‌گیری طبقه‌ای برای انتخاب پاسخگویان در نظر گرفته شد تا بتوان موضوع پژوهش را در دو فضای دانشگاهی و غیردانشگاهی بررسی نمود. در پاییز ۱۳۹۹، پرسشنامه پژوهش به دو صورت آنلاین و حضوری در بین پاسخگویان توزیع گردید. بخشی از پرسشنامه‌ها به صورت آنلاین در گروه‌های تلگرامی، اینستاگرامی و واتساپی توسط دانشجویان و بخش دیگر بشکل حضوری در سطح شهر و توسط افراد عادی متعلق به رده‌ها و اصناف شغلی مختلف تکمیل شدند.

ابزار پژوهش را یک پرسشنامه محقق ساخته ۱۵ سوالی مرکب از ۱۲ سوال بسته و ۳ سوال باز تشکیل می‌دهد. برای تدوین سوالات مربوط به متغیر عشق آنلاین ابتدا نظریات و پیشینه تحقیق مورد واکاوی قرار گرفته و گزاره‌های متعددی بالغ بر ۵۰ گزاره که بیانگر علایم و نشانه‌های عشق آنلاین بودند استخراج و پس از چند مرحله غربالگری، نهایتاً شاخص‌هایی برای عشق آنلاین تعیین و بصورت ۱۱ گویه در پرسشنامه نهایی قرار گرفت. اعتبار پرسشنامه پژوهش، اعتبار سازه‌ای است. به تعبیر ناچمیاس، اعتبار سازه‌ای عبارت است از ایجاد ارتباط بین ابزار سنجش (سنجه‌ها) با چهارچوب نظری کلی برای اینکه ببینیم آیا ابزار تحقیق با مفاهیم و پیش فرض‌های نظری رابطه دارد یا خیر (ساروخانی، ۱۳۷۷: ۱۴۳). در پژوهش حاضر نیز چنین روندی مرحله به مرحله دنبال شد. از درون مبانی نظری معرفیها و شاخص‌هایی استخراج، غربالگری، و سپس به گویه‌هایی تبدیل شدند تا در برخورد با واقعیت میدانی میزان پایایی آنها سنجیده شده و در اندازه‌گیری موضوع تحقیق بکار رود. به منظور سنجش پایایی ابزار تحقیق ابتدا پرسشگری در بین ۳۰ نفر از جامعه مورد بررسی انجام و سپس داده‌های به دست آمده با آزمون آلفای کرونباخ سنجیده شد که در نتیجه ضریب آلفای کرونباخ متغیر عشق آنلاین ۹۱ درصد بدست آمد.

۶- یافته های تحقیق

الف. یافته های توصیفی

جامعه مورد مطالعه در این پژوهش شامل ۵۰٫۵٪ زنان و ۴۹٫۴٪ مردان بوده و میانگین سن پاسخگویان ۳۰ سال می باشد. بلحاظ وضعیت زناشویی، ۵۳٫۸ درصد پاسخگویان متاهل، ۴۲٫۶ درصد مجرد و ۳٫۴ درصد نیز مطلقه یا بیوه هستند. بلحاظ تحصیلی، دانشجویان تا سطح لیسانس بیشترین سهم را در پاسخگویان داشته اند (۶۱٫۸٪)، اما دانشجویان تحصیلات تکمیلی یا دارندگان مدرک فوق لیسانس یا دکترا (۱۹٫۷٪) و نیز افراد دارای تحصیلات تا دیپلم (۱۸٫۵٪) به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار دارند. میانگین نمره سطح خود پنداره پاسخگویان (۶٫۷) یا کمی بیش از حد متوسط و میانگین نظری (۶) است. دوسوم یا ۶۷٪ پاسخگویان نگرشی نسبتاً مثبت به فضای مجازی داشته اند ولی افرادی که نگرش کاملاً مثبت (۱۶٫۷٪) و نه چندان مثبت (۱۵٫۸٪) داشته اند به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار می گیرند. اصلی ترین محیط آنلاین برای دوستیابی، مربوط به اینستاگرام (۵۱٫۲٪) بوده است اما استفاده از تلگرام (۱۷٫۲٪)، واتساپ (۱۴٫۸٪)، سایتهای دوستیابی (۴٫۲٪)، چت روم (۲٫۵٪) و ایمیل (۱٪) نیز به ترتیب در رتبه های بعدی اند. در بین پاسخگویان، حدود ۱۰ درصد در مشاغل دولتی، ۲۴٫۶ درصد در مشاغل آزاد، ۶٫۴ درصد در مشاغل تخصصی، ۵۲٫۵٪ اشتغال به تحصیل و ۴٫۴٪ خانه دار هستند. میانگین نمره میزان و شدت عشق آنلاین در پاسخگویان نمره ۱۹٫۴ می باشد که از حد متوسط یا میانگین نظری این متغیر (۲۲) کمی پایین تر است. روابط رومانتیک در فضای مجازی برای ۳۰٪ پاسخگویان حداکثر تا ۳ ماه دوام داشته است در حالیکه برای ۲۱٪ افراد مورد بررسی بیش از یکسال بطول انجامیده، و برای ۱۱٫۶٪ افراد بین ۶ تا ۹ ماه، برای ۱۱٫۶٪ بین ۹ تا ۱۲ ماه، و نهایتاً برای ۱۰٫۶٪ پاسخگویان نیز بین ۳ تا ۶ ماه بوده است.

ب. یافته های تحلیلی

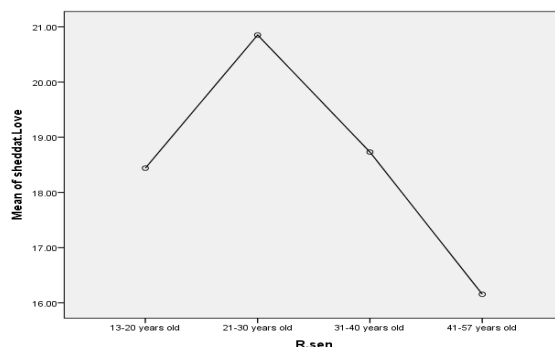
یافته های توصیفی نشان داد جامعه مورد بررسی با میانگین نمره ۶٫۷ دارای خودپنداره ای مثبت و کمی بالاتر از حد متوسط (میانگین نظری ۶) بوده است یعنی از خصوصیات ظاهری، ویژگیهای شخصیتی و زندگی گذشته خود در حد متوسط راضی و خشنود است. اما برای حصول اطمینان از چنین نتیجه ای، آزمون تی تک نمونه بکار گرفته شد و با توجه به سطح معناداری کوچکتر از ۰٫۰۵ نتیجه ذکر شده تایید شد. در مورد میزان عشق آنلاین که توسط کاربران تجربه شده نیز نتایج بدست آمده نشان داد میانگین نمره عشق آنلاین کاربران (۱۹٫۴) اندکی پایین تر از حد متوسط یا میانگین نظری این متغیر (۲۲) بوده است. برای اطمینان از چنین نتیجه ای نیز آزمون تی تک نمونه بکار گرفته شد که با توجه به سطح معناداری کوچکتر از ۰٫۰۵ معلوم شد عشق آنلاین واقعا در کاربران شکل گرفته اما مقدار آن اندکی پایین تر از حد متوسط است.

در ادامه و براساس فرضیات پژوهش، رابطه میان برخی متغیرها با عشق آنلاین مورد سنجش قرار گرفت تا رابطه آنها با میزان و شدت عشق آنلاین معلوم گردد. در ابتدا، رابطه عشق آنلاین با متغیرهای فاصله ای پژوهش همچون "سن و خود پنداره" از طریق آزمون همبستگی مورد سنجش قرار گرفت که نتایج بدست آمده در جدول شماره یک ارائه می گردد.

جدول شماره ۱. نتایج آزمون همبستگی بین متغیرهای فاصله ای تحقیق و عشق آنلاین

متغیرها	تعداد	نمره آزمون همبستگی	سطح معناداری
سن / عشق آنلاین	۳۷۹	- ۰٫۲۵۶	۰٫۰۰۰
خودپنداره / عشق آنلاین	۳۸۴	۰٫۰۲۵	۰٫۶۷۲

با توجه به کوچکتر بودن سطح معناداری از ۰٫۰۵، نتایج جدول شماره ۱ رابطه ای معنادار و معکوس را میان سن افراد و میزان عشق آنلاین نشان می دهد و فرضیه مربوطه نیز تایید شده است. با تاملی در میانگین نمرات بدست آمده می توان دریافت کاربران جوان و دارای سنین ۲۱ تا ۳۰ ساله- در مقایسه با کاربران دارای سنین بالاتر- شدت عشق بیشتری را در تعاملات رومانتیک خود در فضای آنلاین تجربه کرده اند. هرچقدر سن افرادی که در فضای مجازی به تعاملات رومانتیک می پردازند بالاتر می رود و به سنین میانسالی و بزرگسالی می رسد از میزان و شدت عشقی که تجربه می کنند نیز کاسته می شود. این نتیجه چندان هم دور از ذهن نبوده و با واقعیت همخوانی دارد چرا که شور و هیجان احساسی بویژه در روابط نزدیک و عاشقانه غالباً در سنین جوانی و نوجوانی شدید تر از سنین میانسالی و بزرگسالی است. به عبارتی، تاثیر سن و سال در میزان عشقی که توسط افراد احساس می شود در فضای واقعی و آنلاین گویا تقریباً مشابه است. جهت ارائه تصویر بهتری از کیفیت نوسانات عشق آنلاین بر حسب سن و سال افراد در اینجا از تکنیک نمودار تحلیل روند استفاده می شود.



نمودار ۱. تغییرات در شدت عشق آنلاین بر حسب سن و سال کاربران

نمودار شماره ۱ نشان می‌دهد تا سن ۲۰ سالگی تجربه عشق آنلاین از شدت بالایی برخوردار نیست اما وقتی سن و سال به مرحله ۲۱ سالگی تا ۳۰ سالگی می‌رسد میزان احساس عشق آنلاین در کاربران به بالاترین نقطه اوج خود می‌رسد. لیکن با افزایش سن به میانسالی (۳۱ تا ۴۰ سال) و سپس بزرگسالی (۴۱ تا ۵۷ سال) روند نزولی آغاز شده و از شدت احساس عشق آنلاین در تعاملات اینترنتی کاربران کاسته می‌شود.

از سوی دیگر، نتایج جدول شماره یک - با توجه به سطح معناداری بزرگتر از ۰,۰۵ - نشان داده است رابطه معناداری بین خودپنداره کاربران با میزان عشقی که در فضای مجازی تجربه می‌کنند وجود ندارد و طبعاً فرضیه مربوطه تایید نشده است. به عبارتی، میزان رضایت از خود (خودپنداره) تاثیری بر روی تجربه عشق آنلاین به میزانی کمتر و یا بیشتر ندارد و نمی‌توان گفت افرادی که کمتر از خودشان راضی هستند یا خود پنداره و اعتماد بنفس آنها ضعیفتر از بقیه است در تعاملات رومانتیک خود در فضای مجازی نیز عشق کمتری را احساس خواهند کرد. در ادامه، نقش بقیه متغیرها (متغیرهای اسمی یا ترتیبی) در میزان عشق آنلاین تجربه شده توسط کاربران از طریق آزمون های T و F مورد سنجش قرار گرفت که نتایج آن در جدول شماره دو ارائه شده است.

*جدول شماره ۲: نتایج آزمون T و F بین متغیرهای مقوله ای پژوهش با عشق آنلاین

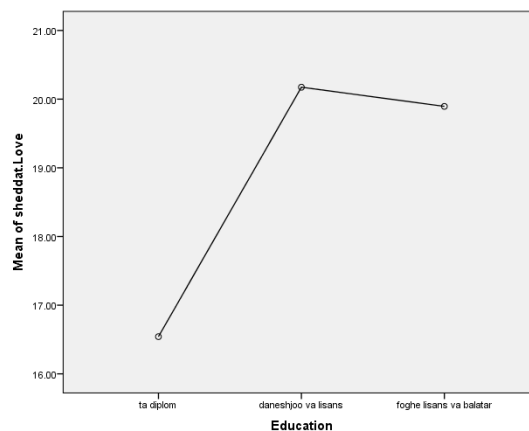
متغیرها	ضریب آزمون	سطح معناداری	نتیجه آزمون تعقیبی توکی
جنس / عشق آنلاین	T= - 0.79	0.425	عدم تایید فرضیه
وضع تاهل / عشق آنلاین	F= 6.9	0.001	متاهل > مجرد > بیوه یا مطلقه
تحصیلات / عشق آنلاین	F= 11.7	0.000	تا دیپلم > فوق لیسانس و بالاتر > دانشجو و لیسانس
نگرش به اینترنت/ عشق آنلاین	F= 30.7	0.000	کاملاً مثبت > تا حدودی > نه چندان مثبت
محیط اینترنتی / عشق آنلاین	F= 1.57	0.168	عدم تایید فرضیه
مدت تداوم رابطه/ عشق آنلاین	F= 20.4	0.000	کمتر از ۳ ماه > ۳ تا ۹ ماه > بیش از یکسال > ۱۲ تا ۹ ماه
نوع اشتغال / عشق آنلاین	F= 30.7	0.000	دولتی > تخصصی > آزاد > شاغل به تحصیل خانه دار >

نتایج جدول شماره دو نشان می‌دهد متغیرهایی چون جنسیت و محیط اینترنتی مورد استفاده - با توجه به بزرگتر بودن سطح معناداری از ۰,۰۵ - نقش و تاثیری در میزان و شدت عشق آنلاین تجربه شده توسط کاربران ندارند و بنابراین فرضیه های مربوط به ایندو متغیر رد می‌شوند. از اینرو، می‌توان گفت در زنان و مردان مورد بررسی، میزان عشق آنلاین تجربه شده متفاوت نیست بلکه مشابه و نزدیک به یکدیگر بوده است (میانگینهای ۱۹,۶ و ۱۹,۲). همچنین باید اعتراف کرد که برقراری رابطه رومانتیک در محیط های گوناگون اینترنتی نیز باعث نشده است تا کاربران میزان و شدت متفاوتی از عشق آنلاین را احساس و تجربه کنند. در حقیقت، پژوهش حاضر نشان می‌دهد جنسیت و محیط اینترنتی مورد استفاده، تاثیری بر روی میزان و شدت عشق آنلاین که کاربران آنرا در فضای مجازی احساس می‌کنند ندارد.

اما در همین حال، بقیه متغیرهای پژوهش در ارتباط با میزان عشق آنلاین تجربه شده توسط کاربران نقش داشته و فرضیه های مربوط به آنها نیز تایید شده است. نتایج جدول شماره سه نشان می‌دهد کاربران بر حسب وضع تاهل خود میزان متفاوتی از عشق آنلاین را تجربه کرده اند (F=6.9 و sig.=0.001) و آزمون تعقیبی توکی در این رابطه حکایت از آن دارد که شدت عشق آنلاین در مطلقه ها و بیوه ها کمی بیش از مجرد ها و در مجردها نیز بیش از متاهل ها (به ترتیب با میانگین های ۲۰,۵، ۲۰,۸ و ۱۸,۴) بوده است.

بعلاوه، براساس نتایج ارائه شده در جدول (F= 11.7 و sig.= 0.000) می‌توان ملاحظه نمود شدت متفاوتی از عشق آنلاین توسط افراد دارای سطوح تحصیلی مختلف تجربه و احساس شده است بگونه ای که این شدت در دانشجویان تا مقطع لیسانس

بیش از دانشجویان تحصیلات تکمیلی و دارندگان فوق لیسانس و دکترا و یا دارندگان تحصیلات تا دیپلم (به ترتیب با میانگین‌های ۲۰،۲، ۱۹،۸ و ۱۶،۵) بوده است. برای ارائه تصویر روشنتری از کیفیت نوسانات شدت عشق آنلاین برحسب سطح تحصیلات کاربران در اینجا از تکنیک نمودار تحلیل روند استفاده شده است.

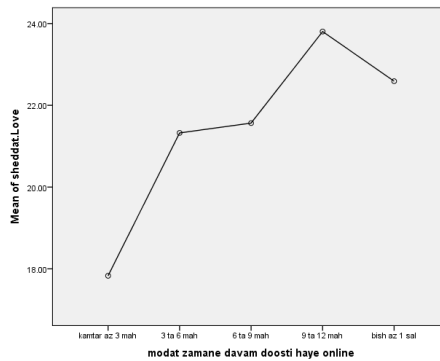


نمودار ۲. تغییرات در شدت عشق آنلاین بر حسب سطح تحصیلات کاربران

چنانچه در نمودار شماره ۲ ملاحظه می شود زمانیکه سطح تحصیلات کاربر زیر دیپلم است میزان عشق تجربه شده در فضای مجازی در پایین ترین حالت خود قرار دارد. اما با افزایش سطح تحصیلات تا لیسانس، شاهد افزایش میزان شدت عشق آنلاین هستیم لیکن وقتی تحصیلات به مقاطع بالاتر افزایش می یابد، تجربه عشق آنلاین شدیدتر نشده بلکه تقریباً در همان سطح قبلی متوقف می شود. نتایج حاصله در مورد نگرش به اینترنت ($F=30.7$ و $sig.=0.000$) نیز حاکیست در کاربران دارای نگرشهای گوناگون به اینترنت، شدت عشقی که در فضای آنلاین تجربه می شود یکسان نبوده و بر خلاف انتظار رایج، افرادی که گرایش چندانی مثبتی به اینترنت ندارند عشق آنلاین شدیدتری را (با میانگین ۲۱،۵) نسبت به کسانی که تا حدودی مثبت یا کاملاً مثبت به اینترنت نگاه می کنند (بترتیب بامیانگین‌های ۲۰،۱ و ۱۴،۸) تجربه کرده اند. شناسایی دلایل چنین نتیجه غیر منتظره‌ای در خور بررسی و مطالعه مستقل و جداگانه ای است.

همچنین، به نقش اشتغال در تجربه عشق آنلاین می باید اشاره کرد که براساس نتایج حاصله ($F=6.11$ و $sig.=0.000$) افراد دارای اشتغال گوناگون، در دوستیابی های خود در فضای مجازی به میزان متفاوتی عشق آنلاین را احساس کرده اند. با توجه به آزمون تعقیبی توکی، این تفاوت بگونه‌ای است که شدت عشق آنلاین در شاغلین به تحصیل بیش از همه (با میانگین ۲۰،۷) و پس از این گروه، کارکنان مشاغل آزاد (م ۱۸،۴)، کارکنان مشاغل تخصصی (م ۱۷،۴)، کارکنان مشاغل دولتی (م ۱۷،۱) و خانه دارها (م ۱۶،۲) به درجات کمتری توانسته اند عشق آنلاین را در تعاملات خود در فضای مجازی تجربه کنند.

نهایتاً، نتایج جدول شماره دو ($F=20.4$ و $sig.=0.000$) نشان می دهد مدت زمان تداوم روابط رومانتیک در فضای مجازی می تواند منجر به تجربه میزان و شدت متفاوتی از عشق آنلاین گردد. براین اساس، پاسخگویانی که روابط رومانتیک آنها در فضای مجازی بین ۹ تا ۱۲ ماه بطول انجامیده است بیشترین میزان عشق آنلاین را احساس کرده اند (میانگین نمره ۲۳،۸). پس از این گروه، کسانی که مدت زمان تعاملات رومانتیک آنان بیش از یکسال بطول انجامیده نیز میزان عشقی بالاتر از حد متوسط را تجربه کرده اند (میانگین ۲۲،۵). سومین گروه آنهايي هستند که دوستی رومانتیک آنها بین ۶ تا ۹ ماه دوام داشته است و این گروه نیز تقریباً در حد متوسط یا میانگین نظری توانسته اند عشق آنلاین را تجربه و احساس نمایند (م ۲۱،۶). کسانی که تعاملات رومانتیک شان بین ۳ تا ۶ ماه (میانگین ۲۱،۳) و یا کمتر از سه ماه (میانگین ۱۷،۸) بوده است در رتبه های بعدی قرار می گیرند. ارائه نمودار تحلیل روند در اینجا می تواند تصویر بهتری از مساله را آشکار سازد.



نمودار ۳. تغییرات در شدت عشق آنلاین بر حسب مدت زمان دوستی و رابطه اینترنتی

چنانچه در نمودار شماره ۳ ملاحظه می شود، گویا رسیدن به احساس عشق در فضای مجازی - همچون دنیای واقعی - یک پروسه زمانبر است و حداقل چند ماه نیاز دارد تا عواطف انسانها را شدیداً درگیر سازد. در دوستی‌های اینترنتی که از عمر آنها حداکثر ۳ ماه می گذرد میزان عشق آنلاین در پایین‌ترین مقدار خود قرار دارد؛ اما به موازاتی که دوستی اینترنتی تداوم پیدا می کند بر شدت عشق تجربه شده توسط کاربران نیز افزوده می شود تا اینکه در دوستی‌های با سابقه ۹ تا ۱۲ ماه شاهد یک نقطه اوج هستیم به این معنا که بیشترین میزان عشق آنلاین در دوستی‌های اینترنتی از ماه نهم تا دوازدهم توسط کاربران تجربه و احساس می شود. در دوستی‌هایی با سابقه بیش از یکسال، دوباره شاهد روند نزولی در میزان عشق آنلاین هستیم که می تواند احتمالاً ناشی از عادی شدن ارتباط، یا بروز حسادت، حس تملک و غیرت و... چنانچه در تحقیقات باو، اویتسل، راشل و دیگران ذکر شده بود باشد. بدین ترتیب، در پایان این بخش می توان گفت عواملی که بر میزان عشق آنلاین تجربه شده توسط کاربران اثر می گذارند را سن کاربر، وضع تاهل، سطح تحصیلات، نوع اشتغال، نوع نگرش به اینترنت و نهایتاً مدت زمان تداوم دوستی اینترنتی تشکیل می دهد. متقابلاً، جنسیت کاربران، خودپنداره های آنها و محیط دوستیابی اینترنتی مورد استفاده آنها نقشی در کم و زیاد شدن میزان عشق آنلاین تجربه شده ندارد.

۷- نتیجه گیری

موضوع این پژوهش، بررسی عشق آنلاین و شدت آن در کاربران اینترنتی بوده است. هدف اصلی آن بوده که ببینیم آیا اساساً امکان شکل گیری عشق در فضای مجازی یا عشق آنلاین وجود دارد؟ و آیا چنین عشقی در این فضا بوجود آمده؟ و به چه میزان بوجود آمده؟ و اینکه برخی ویژگیهای کاربران اعم از خصوصیات جمعیت شناختی و غیر جمعیت شناختی چه نقشی در میزان عشق آنلاین تجربه شده داشته است؟ در این رابطه دو سوال و پنج فرضیه مطرح شد که سرنوشت آنها در نتایج توصیفی و تحلیلی آشکار گردیده است. در زمینه نخستین سوال یا "امکان شکل گیری عشق در فضای مجازی و میزان آن"، نتایج نشان داد در تعاملات اینترنتی جامعه مورد بررسی، عشق آنلاین شکل گرفته است و مقدار آن نزدیک به حد متوسط می باشد. امکان پدیدار شدن عشق آنلاین در جامعه مورد بررسی با نتایج پژوهش های بن زئیف (۲۰۰۴)، اندرسون (۲۰۰۵)، ویتی (۲۰۰۸)، لومانوسکا و ماتیه گیتون (۲۰۱۶) همسو می باشد چرا که آنها نیز در مطالعات خود امکان شکل گیری عشق آنلاین یا عشق در فضای مجازی را تایید کرده اند.

کنکاش بیشتر آنهم براساس فرضیات تحقیق، مسیر پژوهش را به سنجش رابطه میان متغیرهای تحقیق با عشق آنلاین هدایت کرد و معلوم شد سه متغیر "جنسیت، خود پنداره، و محیط اینترنتی مورد استفاده کاربران" نقشی در میزان و شدت عشق آنلاین در کاربران ندارند و فرضیه های مربوط به آنها تایید نمی گردد. یعنی زنان و مردان مورد مطالعه میزان عشق چندان متفاوتی را در تعاملات آنلاین خود تجربه نکرده اند. در واقع، برخلاف نتایج پژوهش بارینگ و براکت (۲۰۰۸)، در این پژوهش رابطه معناداری بین خودپنداره افراد با میزان عشقی که در فضای مجازی تجربه می کنند دیده نمی شود. یعنی میزان رضایت کلی از خود باعث تجربه عشق بیشتر یا کمتر در فضای مجازی نخواهد شد. از سوی دیگر، محیط اینترنتی مورد استفاده کاربران نیز با میزان عشقی که در آن فضا احساس می کنند رابطه ندارد. به غیر از متغیرهای ذکر شده، رابطه عشق آنلاین و دیگر متغیرهای تحقیق همگی مورد تایید قرار گرفتند که در باره آنها به اختصار نکاتی بیان می گردد.

نتایج بدست آمده نشان داد جوانهای بین ۲۰ تا ۳۰ ساله در تعاملات اینترنتی خود، میزان عشق آنلاین بیشتری را نسبت به دیگر گروههای سنی تجربه می کنند، گویا هرچه سن افرادی که در فضای مجازی به تعاملات رومانتیک می پردازند بالاتر می رود از میزان و شدت عشقی که در آن فضا تجربه می کنند کاسته می شود. از سوی دیگر، کاربران بر حسب وضعیت تاهل خود میزان

متفاوتی از عشق آنلاین را تجربه کرده اند و این تجربه در مطلقه ها و بیوه ها شدیدتر از مجرد ها و در مجردها نیز بیشتر از متأهل هاست. در دانشجویان و لیسانسیه ها نیز احساس و تجربه عشق آنلاین از شدت بیشتری نسبت به دارندگان فوق لیسانس، دکترا، و یا دارندگان تحصیلات تا دیپلم می باشد. همچنین برخلاف نتایج پژوهش اندرسون (۲۰۰۵) یافته های این پژوهش نشان داد افرادی که گرایش چندان مثبتی به اینترنت ندارند در مقایسه با کسانی که تا حدودی مثبت یا کاملاً مثبت به اینترنت نگاه می کنند عشق آنلاین بیشتری را تجربه و احساس کرده اند. به علاوه، در این پژوهش، همسو با نظر ویتی (۲۰۰۸) روشن شد تداوم مدت دوستی اینترنتی در تجربه عشق آنلاین نقش دارد زیرا افرادی که رابطه دوستی آنها در فضای مجازی بین ۹ تا ۱۲ ماه و یا بیش از یکسال بطول انجامیده است میزان عشقی بالاتر از حد متوسط را تجربه کرده اند اما بقیه تعاملات که کوتاه مدت تر بوده اند احساس و تجربه عشق آنلاین در آنها کمتر می باشد. شاید این ارقام نکات جالبی را درباره بازه زمانی لازم جهت تجربه و احساس عشق آنلاین - آنهم در بین شهروندان یک جامعه سنتی - برای ما بیان می کند. یعنی، اگر چه در اجتماعات مدرن شکل گیری عشق در فضای مجازی ممکن است بسیار سریع و فوری صورت پذیرد اما در یک اجتماع و محیط سنتی حداقل ۹ ماه یا بیشتر زمان لازم است تا در طرفین نوعی از احساس عاشقانه بتواند پیکر بندی شود. همچنین، با توجه به نتایج بدست آمده، شاغلین به تحصیل، شاغلین مشاغل آزاد، کارکنان مشاغل تخصصی، کارکنان مشاغل دولتی و خانه دارها به ترتیب میزان بیشتری از عشق را در تعاملات خود در فضای مجازی تجربه کرده اند.

۸- بحث و نظر

از مهمترین دستاوردهای این پژوهش کشف این نکته است که شکل گیری عشق در فضای مجازی حتی در شهروندان یک محیط سنتی و پایبند به آداب و سنن همچون کاشان نیز امکان دارد زیرا نتایج پژوهش نشان داد که این عشق آنلاین واقعا به میزانی نزدیک به حد متوسط در جامعه مورد مطالعه پدیدار شده است. چنین دستاوردی همسو با آراء صاحب نظرانی چون بن زئیف، ویتی، ویلدر موث، ولگبائر و دیگرانی است که بر امکان شکل گیری روابط عاشقانه در فضای مجازی و اینکه این روابط می توانند گاهی بسیار عمیق، عاطفی و اثر گذار شوند تاکید دارند. دومین نکته اینکه، ماندگاری و تداوم رابطه رومانتیک اینترنتی نیز در بخش قابل توجهی از جامعه مورد مطالعه بلند مدت بوده است بدینصورت که تقریباً در یک چهارم افراد مورد مطالعه، این تعاملات بیش از یکسال بطول انجامیده که نشان می دهد از هر ۴ رابطه رومانتیک در فضای مجازی یکی از تداوم و ماندگاری بالایی برخوردار است. اگرچه مشخص نیست چه بخشی از این روابط در نهایت به همسر گزینی و ازدواج منتهی می شوند اما چنانچه نتایج تحقیق مهدوی (۱۳۸۵) در تهران نشان داده است حداقل می توان فهمید که چون در ایران - بویژه در محیط های سنتی تر - معاشرت با جنس مخالف ممانعت و کنترل می شود، ازاینرو، برای جوانان، عشق اینترنتی یک شکل امن تر برای ایجاد رابطه رومانتیک است و به آنها امکان شناختن یکدیگر را آنهم قبل از ریسک کردن و دیدار حضوری با معشوق خود می دهد.

نکته سوم شناسایی تیپ اجتماعی کاربرانی است که در دوستی های اینترنتی خود احتمالاً بالاترین میزان عشق آنلاین را تجربه می کنند. این پژوهش نشان داد، مجردها، مطلقه ها و بیوه ها، جوانان دانشجوی و کاربرانی که حداقل ۹ ماه در فضای مجازی رابطه رومانتیک مداوم دارند همان تیپ اجتماعی هستند که شانس تجربه بیشتری از عشق آنلاین را دارند. متقابلاً، آن تیپ اجتماعی که در دوستی های اینترنتی خود حظ و بهره چندانی از عشق آنلاین نمی برد و کمترین میزان عشق آنلاین را احتمالاً تجربه خواهد کرد شامل افراد متأهل، افراد دارای تحصیلات زیر دیپلم، افراد خانه دار و یا کسانی است که حداکثر ۳ ماه در فضای مجازی روابط رومانتیک مداوم داشته اند می گردد.

با توجه به نتایج بدست آمده شاید بتوان گفت درگیر شدن در عشق آنلاین به همان اندازه که برای تیپ اجتماعی اول مفید و پیش برنده است، برای تیپ اجتماعی دوم می تواند نوعی اتلاف وقت یا بعضاً حامل پیامدهای منفی بلحاظ اجتماعی و روانی باشد. جوانان، مجردها، بیوه ها و مطلقه ها با صبر، هشیاری و تداوم در دوستی های اینترنتی می توانند عشق نسبتاً کم خطر تری را در مقایسه با روابط عاشقانه واقعی تجربه کنند و در این مسیر درسهای خوبی نیز بیاموزند. اما متأهلین و افراد خانه دار - خصوصاً اگر از تحصیلات و تجربه پایینی نیز برخوردار باشند - با ورود به فضای عاشقانه ای جدید و اینترنتی ضمن اینکه میزان بالایی از عشق را تجربه نخواهند کرد احتمالاً در درسهها و مشکلات گوناگونی را به سمت خود و یا زندگی شغلی و خانوادگی خویش جذب خواهند کرد.

منابع

۱. اتکینسون (۱۳۹۳). زمینه روانشناسی هیلگارد، ترجمه ی رضا براهنی، تهران: انتشارات رشد.
۲. اسدزاد معصومه (۱۳۹۱). تحلیل جامعه شناختی فرهنگ اعتماد. پایان نامه کارشناسی ارشد رشته جامعه شناسی. تهران: دانشگاه شاهد.
۳. ساروخانی باقر (۱۳۷۷). روشهای تحقیق در علوم اجتماعی. جلد دوم. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
۴. شمس حدیثه (۱۳۹۹). گونه های اجتماعی عشق در فضای مجازی. پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مطالعات فرهنگی. کاشان: دانشگاه کاشان. دانشکده حقوق و علوم انسانی
۵. محمد امین کنعانی، حمیده محمدزاده (۱۳۹۵) تماسهای شبکه ای و تجربه عشق سیال: مطالعه کیفی دانشجویان دختر دانشگاه گیلان. مجله تحقیقات فرهنگی ایران. (بهار ۱۳۹۵) دوره ۹. شماره ۱. (پیاپی ۳۳) صص: ۱۱۵ تا ۱۴۷.
۶. موسوی سیدکمال الدین، (۱۳۹۶) دنیای دوم: درآمدی بر جامعه شناسی جهان مجازی. تهران: نشر بهینه ودانشگاه کاشان.
7. Anderson, T., (2005), "Relationships among internet attitudes, internet use, romantic beliefs, and perceptions of romantic relationships", *Cyberpsychology & Behavior*, 8(6): 521-531.
8. Ben-Ze, ev A. (2004). *Love Online: Emotions on the Internet*. NY: Cambridge University Press.
9. Briggles, A. (2008). *Love on the internet: a framework for understanding Eros online*. *Journal of Information, Communication & Ethics in Society*. 6(3): 216-232 .
10. Doering, N. (2002). *Studying Online-Love and Cyber Romance*. In <http://www.nicola.doering.de/publications/cyberlove-doering-2002.pdf>.
11. Hazra, S., Kewalramani, S. (2018). *Social networking & romantic relationships in youn adults*. *International Journal of Social Science Review*: 6(3): 349-354.
12. Holyst, A. J. (2017). *Cyber emotions: Collective Emotions in Cyberspace*. Switzerland: Springer
13. Illouz, E. (2012). *Why love hurts: A sociological explanation*. Cmbridge: polity Press.
14. Levine, D. (2000). *Virtual attraction: What rocks your boat*. *Cyber Psychology & Behavior*, 3: 565-573.
15. Lomanovska A., Guitton M. (2016) *Online intimacy and well-being in the digital age*, *Internet Intervention*. 4: 138-144.
16. Ouytsel, J. Van. (2016). *Exploring the role of social networking sites within adolescent romantic relationships and dating experiences*. *Journal of Computers in Human Behaviors*, 55:76- 86.
17. Pananakhonsab, W., (2016) *Love and Intimacy in Online Cross-cultural Relationships pathumthani, Thailand: Palgrav Macmillan Publications*.
18. Whitty M., Carr A. (2006). *Cyberspace Romance: the psychology of online Relationships*. Hampshire: Palgrave Macmillan,

Study of the Intensity of Online Love among Internet Users

Seyed Kamaleddin Mousavi, Hadis Shams Ravandi

Abstract

Present study has investigated the possibility of love formation in cyberspace and its extent in users' Internet interactions. The theoretical framework of the research consists mainly of the theories of Ben Ze-ev, Illouz, Anderson, McKenna and Brigell about online love. The main research method is survey and the statistical population is the citizens of Kashan in 2020, from which a sample of 384 people were selected and studied by stratified sampling method. Findings showed that although this research was conducted in a relatively traditional society such as Kashan, but in this environment, cyberspace is bedrock for romantic interactions and in it, we see the formation of online love at an average level relatively. The results also show that the intensity of online love in terms of variables such as education, age, marital status, type of attitude to the Internet, type of employment and duration of online friendships are not the same and show significant differences.

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

