Biannual Journal of Applied Counseling (JAC)
2024, 14(2), 68-83
Received: 28 Feb 2025
Accepted: 06 June 2025
DOI: /10.22055/jac.2025.49131.2085
Original Article

دوفصلنامه مشاوره کاربردی
دانشگاه شهید چمران اهواز
۸۳-۶۸، (۲)۱٤، ۱٤۰۳
دریافت: ۱٤۰۳/۱۲/۱۰
پذیرش: ۱٤۰٤/۰۳/۱٦
نوع مقاله: پژوهشی اصیل

Open Access
Publish Free

Young People's Attitudes Toward Emotional Relationships During Emerging Adulthood: Perspectives Shaped by Social Media

Nafiseh Yousefi[1] **Marjan Dabiri** [2] **Abbas Javaheri**[3*]

1.MA in Counseling, Department of Counseling, Faculty of Psychology and Educational Sciences, University of Tehran, Tehran. Iran.
2.MA in Counseling, Department of Counseling, Faculty of Psychology and Educational Sciences, University of Tehran, Tehran. Iran.
3. Assistant Professor, Department of Counseling, Faculty of Psychology and Educational Sciences, University of Tehran, Tehran. Iran. (Corresponding Author) javaheri.m@ut.ac.ir

Citation: Yousefi, N. , Marjan, D. and Javaheri, A. (2025). Identifying the Attitude of Young People in the Period of Emerging Adulthood Towards Emotional Relationships Based on Their Representation on Social Media. *Biannual Journal of Applied Counseling*, *14*(2), 68-83

Abstract
The representation of emotional relationships on social media is a significant factor in shaping the attitudes of young people, influencing the quality of romantic experiences during emerging adulthood. This study aimed to explore the attitudes of young adults toward emotional relationships, as informed by their exposure to and representation of such relationships on social media platforms. Employing a qualitative, descriptive phenomenological design, the study focused on university students aged 18 to 23 in Tehran during the 2023–2024 academic year. A purposive sampling method was used to select 15 participants (7 males and 8 females). Data were collected through semi-structured interviews and analyzed using Colaizzi's method. The analysis yielded three main themes, six subthemes, and 27 primary concepts. The main themes included: (1) the new conceptualization of romantic relationships, (2) expectations shaped by this new conceptualization, and (3) the implications of these evolving perceptions. The findings suggest that social media representations contribute to the formation of new perspectives on romantic relationships, influencing young adults' expectations, emotions, and behaviors. As a result, individuals experience shifts in how they initiate, maintain, and terminate romantic relationships. Overall, the study highlights the influential role of social media in shaping emerging adults' attitudes and experiences regarding emotional intimacy.

Keywords: Attitudes, Romantic Relationships, Representations, Social Media, Emerging Adulthood

Extended Abstract
Introduction
Emerging adulthood, the transitional period between adolescence and full adulthood, is marked by a range of critical life decisions and developmental challenges, including entering university, choosing a career path, and engaging in romantic relationships. Arnett (2000) emphasized that forming and maintaining committed emotional relationships is among the key developmental tasks of this stage. During emerging adulthood, romantic relationships often serve as the primary source of emotional and social support (Weisskirch, 2017). Moreover, the presence of a secure romantic relationship can act as a protective factor, buffering individuals against the stressors and uncertainties characteristic of this period (Benjet et al., 2022). Among the many factors that influence the formation and continuity of romantic relationships, individuals' attitudes and beliefs about romantic involvement play a particularly significant role (Tartakovsky, 2024). Individuals' attitudes and interpretations of life events play a critical role in shaping behavioral patterns and interpersonal dynamics (Watkins & Beckmeyer, 2020). In the context of romantic relationships, these cognitive frameworks significantly influence how individuals communicate and interact with their partners. One's perspective on love and romantic involvement can affect various dimensions of relational functioning, including emotional expression, behavioral tendencies, interaction styles, relationship satisfaction, and commitment (Weisskirch, 2017). Importantly, attitudes are not fixed; they evolve under the influence of diverse factors and conditions (Mahadi et al., 2016). Social media platforms such as Instagram, Twitter, and Telegram are among the influential forces capable of reshaping people's attitudes

(Abbasi, 2019). These platforms play a significant role in constructing users' perceptions of emotional relationships and shaping the expectations romantic partners hold toward one another (Arikewuyo et al., 2021).

Given the importance of romantic relationships during emerging adulthood and their far-reaching impacts on various aspects of life, it is essential to examine the factors influencing the quality of these relationships. Although prior research has highlighted the influence of social media on romantic relationships, there remains a notable gap regarding how these platforms shape individual attitudes toward such relationships. Therefore, the present study aimed to explore the impact of social media on individuals' attitudes toward romantic relationships. Employing a descriptive phenomenological approach, the study sought to answer the central question: What effects do social media platforms have on individuals' attitudes toward romantic relationships?

Methods

Population and sampling

This study employed a qualitative research design based on descriptive phenomenology. The target population consisted of students aged 18 to 23 in Tehran during the 2023–2024 academic year. Participants were selected using purposive sampling, and data collection continued until theoretical saturation was achieved. Ultimately, in-depth semi-structured interviews were conducted with 15 participants (8 females and 7 males).

Instruments

The data in this study were collected through semi-structured interviews. While key questions were predetermined to guide the interviews, the interviewer was allowed flexibility to use probing questions to gain a deeper understanding of participants' experiences. Each interview lasted approximately 120 minutes.

Procedure

Data analysis was conducted concurrently with data collection. Transcripts were prepared immediately following each interview, and data were analyzed using Colaizzi's seven-step method. To ensure the credibility and validity of the findings, Lincoln and Guba's (1989) four criteria were applied. Trustworthiness was addressed by allocating sufficient time for data extraction and interpretation. Credibility was enhanced through expert supervision and oversight within the relevant field. Dependability was ensured by minimizing researcher bias and attempting to set aside prior assumptions during the data collection and coding processes. Finally, transferability was achieved by employing purposive sampling and continuing data collection until saturation was reached.

Results

Based on the analysis of participants' lived experiences in the present study, 27 primary concepts, 6 subthemes, and 3 main themes were identified. The main themes included: (1) a new conceptualization of emotional relationships, (2) expectations shaped by this new understanding of romantic relationships, and (3) the consequences arising from this redefined conceptualization of romantic relationships.

Table 1
Main and secondary themes and primary concepts extracted based on interviews with young people

Main themes	Sub-themes	Primary themes
A new conceptualization of emotional relationships	Attitude to romantic relationships	Premarital friendship preference
		Preservation of opportunities for personal growth
		Low stability in emotional relationships
		Increased betrayal
	Dos and Don'ts in a romantic relationship	High excitement and lack of monotony
		Distance from luxury
		Flawlessness and the absence of any issues
		Equality in the relationship
		Family support
		The necessity of emotional relationship literacy
Expectations derived from a new conceptualization of emotional relationships	Self-expectation	Increased expectations in expressing affection
		Attention to the interests and desires of an emotional partner
	Expectations from a romantic partner	Assistance in enhancing self-confidence
		Financial and personal independence
		Excessive and constant care, expectations, and attention
		Emotional and behavioral management in crisis

Main themes	Sub-themes	Primary themes
Consequences of a new conceptualization of romantic relationships	Self-related consequences	Increasing motivation for progress
		Feelings of inadequacy and self-blame
		Feelings of loss and loneliness
		Confusion in establishing emotional relationships
		Internal conflict
		Promoting assertiveness in emotional expression
		Avoidance of forming emotional relationships
	Effects related to an emotional partner and relationship	Hopelessness and a lack of effort to improve relationship quality
		Increase in conflict within the relationship
		Negative attitudes toward a romantic partner
		Mistrust

Discussion

Emotional relationships are key factors influencing the quality of human life. Social networks, as platforms through which individuals express and navigate their emotional connections, significantly shape attitudes toward emotional relationships in various ways. Accordingly, the present study examined the role of social networks in shaping individuals' attitudes toward emotional relationships, with a focus on the period of emerging adulthood. The findings were organized into three overarching themes: a new conceptualization of emotional relationships, expectations formed based on this new conceptualization, and the effects and consequences.

The findings of this study highlight the influential role of social media in reshaping young individuals' perceptions of romantic relationships. The mediated portrayal of intimacy within digital environments contributes to the gradual emergence of a redefined conceptual framework through which young people interpret themselves, their romantic partners, and the dynamics of their relationships. This evolving framework fosters new expectations and desires that influence cognitive evaluations, emotional experiences, and behavioral patterns in romantic contexts. As a result, how young individuals initiate, maintain, and end romantic relationships undergoes significant transformation. These shifting perceptions have meaningful implications—both positive and negative—across personal and interpersonal domains.

Conclusion

Findings from the present study suggest that social networks play a pivotal role in shaping young people's attitudes toward romantic relationships, significantly influencing their perceptions and expectations regarding the form, function, and dynamics of these relationships. However, the study has certain limitations. Factors such as age, gender, culture, and socioeconomic status can affect individuals' perspectives on social media and may not have been fully accounted for in the current research. These limitations underscore the need for future studies to examine the influence of these variables more comprehensively. In conclusion, psychologists, counselors, and family and relationship specialists may consider social media as a critical factor that can both enhance and undermine romantic relationships. The findings of this study may inform therapeutic interventions aimed at addressing the evolving challenges and opportunities presented by digital interactions in romantic contexts.

Ethical Considerations

Given that qualitative research delves into the in-depth experiences and personal aspects of participants' lives, strict adherence to ethical principles is essential. Accordingly, several measures were implemented to ensure ethical compliance: a comprehensive explanation of the research objectives and procedures was provided to participants; interviews were recorded only after obtaining informed consent; participant names were coded to maintain anonymity; and voluntary participation was emphasized, including the right to withdraw from the study at any stage without any consequences.

Conflict of interest

The authors declare no conflict of interest in this study.

Authors' Contribution

All authors contributed equally to implementation, writing, analysis, and design.

Acknowledgements

The authors would like to express their sincere gratitude to all individuals who contributed to this research project.

دوفصلنامه مشاوره کاربردی
دانشگاه شهید چمران اهواز
۸۳-۶۸، (۲)۱٤، ۱٤۰۳
دریافت: ۱٤۰۳/۱۲/۱۰
پذیرش: ۱٤۰٤/۰۳/۱٦
نوع مقاله: پژوهشی اصیل

Biannual Journal of Applied Counseling (JAC)
2024, 14(2), 68-83
Received: 28 Feb 2025
Accepted: 06 June 2025
DOI: /10.22055/jac.2025.49131.2085
Original Article

Open Access
Publish Free

شناسایی نگرش جوانان در دورهٔ ظهور بزرگسالی به رابطهٔ عاطفی بر اساس بازنمایی آن در شبکه‌های اجتماعی

نفیسه یوسفی[۱]، مرجان دبیری[۲]، عباس جواهری[۳*]

۱. کارشناسی ارشد مشاوره، گروه مشاوره، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران، تهران، ایران
۲. کارشناسی ارشد مشاوره، گروه مشاوره، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران، ایران
۳. استادیار، گروه مشاوره، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
javaheri.m@ut.ac.ir

چکیده

بازنمایی روابط عاطفی در شبکه‌های اجتماعی یکی از عوامل مهم و تأثیرگذار بر نگرش جوانان محسوب می‌شود که تأثیر بسزایی بر کیفیت روابط عاطفی بزرگسالان در حال ظهور دارد. پژوهش حاضر با هدف شناسایی نگرش جوانان در دورهٔ ظهور بزرگسالی نسبت به روابط عاطفی بر اساس بازنمایی آن در شبکه‌های اجتماعی انجام شد. طرح این پژوهش کیفی و از نوع پدیدارشناسی توصیفی بود. میدان مورد مطالعهٔ پژوهش حاضر را کلیه دانشجویان ۱۸ تا ۲۳ سالهٔ شهر تهران در سال تحصیلی ۱۴۰۴-۱۴۰۳ تشکیل دادند که مجموعاً ۱۵ مشارکت‌کننده (۷ پسر و ۸ دختر) به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. مصاحبه به شکل نیمه‌ساختاریافته بود و داده‌های به‌دست آمده با استفاده از روش کلایزی مورد تحلیل قرار گرفت. در نهایت، داده‌های پژوهش شامل ۳ مضمون اصلی، ۶ مضمون فرعی و ۲۷ مفهوم اولیه بود که مضامین اصلی، دربرگیرندهٔ مفهوم‌سازی جدید از رابطهٔ عاطفی، انتظارات شکل‌گرفته بر اساس مفهوم‌سازی جدید از رابطهٔ عاطفی و آثار مفهوم‌سازی جدید از رابطهٔ عاطفی بود. نتایج این پژوهش نشان‌دهندهٔ این است که بازنمایی روابط عاطفی در شبکه‌های اجتماعی موجب شکل‌گیری نگرش جدیدی نسبت به رابطهٔ عاطفی می‌شود و به تبع انتظارات و خواسته‌های جوانان دختر و پسر نیز نسبت به رابطهٔ عاطفی دستخوش تغییراتی می‌شود که در نتیجهٔ این تغییرات، فرد احساسات، افکار و رفتارهای جدیدی را تجربه می‌کند. در مجموع، بازنمایی‌های روابط عاطفی در شبکه‌های اجتماعی، نگرش و تجربیات دختران و پسران جوان را در فرآیند شروع، حفظ و پایان یک رابطهٔ عاطفی تحت تأثیر قرار می‌دهد.

واژه‌های کلیدی: نگرش، روابط عاطفی، بازنمایی، شبکه‌های اجتماعی، ظهور بزرگسالی

مقدمه

بر اساس مطالعهٔ انجام شده، افراد در پایان دورهٔ نوجوانی، با توجه به معیارهای فیزیولوژیکی، اجتماعی، روان‌شناختی و رفتاری به‌طور کامل وارد دورهٔ بزرگسالی نمی‌شوند (Hochberg & Konner, 2020). ازاین‌رو آرنت (Arnett, 2000)، ظهور بزرگسالی (۲۵-۱۸ سال) را به عنوان دورهٔ جدیدی از رشد که حدفاصل دورهٔ نوجوانی و بزرگسالی قرار دارد، معرفی کرد. افراد در این دورهٔ با چالش‌ها و تصمیم‌های مهم زندگی (مانند ورود به دانشگاه، گذراندن دوران سربازی، انتخاب شغل، تجربهٔ روابط عاشقانه) مواجه می‌شوند که مراحل بعدی زندگی را به میزان قابل توجهی تحت تأثیر قرار می‌دهد (Tanner & Arnett, 2016)؛ به همین جهت، یکی از مهم‌ترین وظایف افراد در این دوره، ایجاد و حفظ یک رابطهٔ عاطفی متعهدانه می‌باشد (Arnett, 2000). در دورهٔ ظهور بزرگسالی، روابط عاشقانه به منبع اصلی حمایت عاطفی و اجتماعی افراد تبدیل می‌شود (Weisskirch, 2017) و تجربه یک رابطهٔ عاشقانهٔ امن، به‌عنوان یکی از عوامل محافظتی از افراد در برابر تنش‌ها و چالش‌های موجود در این مرحله، محافظت می‌کند (Benjet et al, 2022).

مهم‌ترین رابطهٔ صمیمانه برای اکثر افراد در اوایل بزرگسالی، روابط عاشقانه است که موفقیت یا عدم موفقیت در تجربه چنین روابطی، در زندگی افراد و سلامت روان آن‌ها تأثیر قابل توجهی می‌گذارد (Hudson et al., 2020). رابطهٔ عاشقانه در اوایل دورهٔ جوانی تغییراتی را در سطح عزت‌نفس افراد ایجاد می‌کند؛ بدین‌گونه که در اوایل شکل‌گیری روابط عاشقانه، احساس ارزشمندی و دوست‌داشتنی بودن به میزان قابل ملاحظه‌ای در افراد تقویت می‌شود و اگر رابطهٔ بین آن‌ها، بیشتر از یک‌سال ادامه یابد، افزایش سطح عزت‌نفس آن‌ها نیز تداوم می‌یابد (Luciano & Orth, 2017). علاوه بر این، کیفیت مطلوب روابط عاطفی در ارتقاء سطح اعتماد به نفس، خودآگاهی و رشد هویت مثبت در افراد، نقش قابل توجهی را ایفا می‌کند (Gala & Ghadiyali, 2020). به‌طور کلی، در شکل‌گیری و تداوم روابط عاشقانه، عوامل مختلفی نقش دارند که یکی از این عوامل، نگرش و باورهای افراد نسبت به رابطهٔ عاشقانه می‌باشد (Tartakovsky, 2024) .

دیدگاه و نگرش افراد نسبت به رویدادها و تجارب زندگی‌شان، الگوهای رفتاری و تعاملات آن‌ها را شکل می‌دهد(Watkins & Beckmeyer, 2020) ؛ بنابراین الگوها و شیوه‌های ارتباطی افراد در روابط عاشقانه، تحت تأثیر دیدگاه آن‌ها نسبت به عشق و روابط عاشقانه است. نگرش افراد نسبت به روابط عاشقانه، جنبه‌های مختلفی از رابطهٔ آن‌ها (هیجانات، رفتارها، تعاملات، رضایت و تعهد) را تحت تأثیر قرار می‌دهد (Weisskirch, 2017). توجه به این نکته ضروری است که نگرش افراد، ثابت نیست؛ بلکه ممکن است تحت تأثیر عوامل و شرایط مختلف، تغییر کند (Mahadi et al., 2016). و شبکه‌های اجتماعی (مانند اینستاگرام، توئیتر، تلگرام) از جمله عوامل مؤثر در تغییر نگرش افراد، می‌باشند (Abbasi, 2019).

بر اساس نظریهٔ فیسک (Fiske, 2010)، رسانه‌ها با ارائه تجربیات متعدد در تغییر نگرش و دیدگاه افراد نقش دارند؛ بدین گونه‌که افراد پس از تجزیه و تحلیل تجربیات منتشر شده، نگرش و دیدگاهی جدید نسبت به واقعیت پیدا می‌کنند (Akbari & Teimouri, 2018). بصری بودن رسانه‌های اجتماعی، به‌ویژه اینستاگرام، دیدگاه و انگیزه جدیدی را در افراد ایجاد می‌کند (Fejes-Vékássy et al., 2020). بنابراین مشاهده روابط عاشقانه افراد در فضای مجازی، می‌تواند نقش مهمی در روابط عاطفی افراد ایفا کند. گزارش شده است که ۸۱٪ کاربران رسانه‌های اجتماعی اغلب آنچه دیگران، درباره روابط عاشقانه‌شان در فضای مجازی منتشر می‌کنند را دنبال می‌کنند و ۴۸٪ از افرادی که در یک رابطهٔ متعهدانه هستند نیز اظهار کردند که محتواهای متعددی در زمینه روابط عاشقانه خود، در قالب پست و استوری در فضای مجازی منتشر می‌کنند؛ علاوه بر این یک سوم از افراد بیان کردند که می‌توان از شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزاری در جهت ابراز علاقه و محبت و همچنین نشان دادن میزان اهمیت شریک عاطفی خود در زندگی، استفاده کرد (Anderson et al., 2020). بنابراین فرض می‌شود که زوج‌ها از طریق رسانه‌های اجتماعی و به ویژه اینستاگرام، روابط عاطفی خود را در معرض دید مخاطبان‌شان قرار می‌دهند (Sheldon & Bryant, 2016). بر اساس نظریه کاشت (Culivation Theory) رسانه‌ها تأثیری عمیق بر روابط عاشقانه خواهند داشت؛ بدین‌گونه که رسانه‌ها به‌تدریج با ارائه تصاویری ایده‌آل از روابط عاطفی در باورها و انتظارات افراد تغییراتی را ایجاد می‌کنند (Morgan & Shanahan, 2010). از این رو شبکه‌های اجتماعی در شکل‌دهی به تصور افراد از واقعیت روابط عاطفی و انتظاراتی که شریکان عاطفی از یکدیگر دارند، نقش قابل ملاحظه‌ای ایفا می‌کنند (Arikewuyo, 2021). در این راستا باناگ و همکاران (Banaag et al., 2014) در پژوهشی گزارش کردند که اغلب تصاویر منتشرشده در فضای مجازی، در زمینه روابط عاطفی، تصاویری ایده‌آل از عشق و روابط عاشقانه ارائه می‌دهند که بر دیدگاه جوانان درباره روابط عاطفی تأثیر می‌گذارد. فیتزپاتریک(Fitzpatrick, 2023) در پژوهشی نشان داد که مواجهه با روابط عاطفی افراد در فضای مجازی می‌تواند موجب افزایش انگیزه زوج در جهت رشد و ارتقا خود و رابطه شود. علاوه بر این مطالعات نشان می‌دهد، افراد در شبکه‌های اجتماعی با صحنه‌های دستکاری شده‌ای که روابط عاطفی را به‌صورت رویایی و ایده‌آل به تصویر می‌کشند، مواجه می‌شوند که این امر موجب می‌شود تا افراد برای روابط خود، استانداردهای دست‌نیافتنی تعیین کنند و با شکست در دستیابی به آن‌ها از رابطه عاطفی خود، ناامید شوند (Yacoub et al., 2018). همچنین پژوهش پاک‌خصال و همکاران (Pakkhesal et al., 2019) نشان داد که فضای مجازی موجب شده است تا افراد در روابط عاطفی‌شان دست به اقداماتی بزنند که برخلاف عقاید و باورهای آن‌ها می‌باشد؛ فیتزپاتریک (Fitzpatrick, 2023) نیز اشاره کرد که فضای مجازی با افزایش نگرانی و درگیری ذهنی افراد نسبت به کاهش تعهد شریک عاطفی رابطه دارد. همچنین مطالعات مختلفی گزارش کردند که استفاده از فضای مجازی با کاهش اعتماد زوجین به یکدیگر همراه است (Norton et al., 2018؛ Pakkhesal et al., 2019). براساس نظریه مقایسه اجتماعی افراد به‌طور طبیعی تمایل دارند تا شرایط و وضعیت خود را با سایر افراد مقایسه کنند و ممکن است در اثر مقایسه صورت گرفته با هیجانات منفی مختلفی (خشم، غم و حسادت) مواجه می‌شوند (Haferkamp & Krämer, 2011). در همین راستا گالا و قدیالی (Gala & Ghadiyali 2020) به این نتیجه رسیدند که مواجهه با روابط عاطفی در فضای مجازی با افزایش حسادت افراد نسبت به روابط عاطفی منتشرشده در فضای مجازی همراه است و علاوه بر این موجب شکل‌گیری انتظارات غیر واقع‌بینانه افراد از شریک عاطفی‌شان می‌شود که دستیابی به آن‌ها در روابط دنیای واقعی، امری دشوار و غیرممکن است.

با توجه به نقش و اهمیت روابط عاشقانه در دورهٔ ظهور بزرگسالی و تأثیر این نوع روابط بر جنبه‌های مختلف زندگی افراد، بررسی عوامل مؤثر بر کیفیت روابط عاشقانه دارای اهمیت قابل ملاحظه‌ای است. با بررسی پژوهش‌های مربوطه مشخص شد، روابط عاشقانه بین افراد، به‌میزان قابل توجهی تحت تأثیر فضای مجازی قرار می‌گیرد؛ اما علی‌رغم نقش نگرش افراد بر روابط عاشقانه، پژوهش‌های محدودی به بررسی تأثیرات فضای

مجازی بر نگرش‌های افراد در زمینه روابط عاشقانه پرداخته‌اند. باتوجه به محدودیت‌های پژوهشی در این زمینه، بررسی تغییرات ایجاد شده در نگرش افراد نسبت به روابط عاشقانه در فرهنگ ایرانی، ضروری به‌نظر می‌رسد؛ بنابراین پژوهش حاضر با هدف بررسی تغییرات ایجاد شده در نگرش و دیدگاه افراد نسبت به روابط عاشقانه در اثر استفاده از فضای مجازی، در قالب یک مطالعه پدیدارشناختی صورت گرفت تا به این سوال پاسخ دهد که شبکه‌های اجتماعی چه تأثیراتی بر نگرش افراد نسبت به روابط عاشقانه می‌گذارند؟

روش

جامعه، نمونه و روش نمونه‌گیری

در مطالعه حاضر به منظور فهم و درک عمیق دیدگاه شرکت‌کنندگان، رویکرد کیفی از نوع پدیدارشناسی توصیفی، مورد استفاده قرار گرفت. محقق در شیوه پدیدارشناسی بر جوهر و ساختار تجربیات افراد متمرکز و فهم و درک پدیده مورد پژوهش از طریق بررسی تجربیات کسانی که به نحوی پدیده مورد نظر را تجربه کرده‌اند، بدست می‌آید (Patton, 2002)؛ در واقع هدف محقق در به‌کارگیری این شیوه پژوهشی، دستیابی به نحوه معنادهی و تفسیر افراد از تجاربشان می‌باشد (De Castro, 2018). میدان مورد مطالعه پژوهش حاضر را کلیه دانشجویان دختر و پسر ۱۸ تا ۲۳ ساله شهر تهران که در سال تحصیلی ۱۴۰۴-۱۴۰۳ مشغول به تحصیل بودند، تشکیل دادند و درنهایت ۱۵ شرکت‌کننده (شامل ۷ پسر و ۸ دختر) با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند به منظور مشارکت در مطالعه حاضر انتخاب شدند. در این پژوهش، مصاحبه‌ها تا زمان تکرار داده‌ها و نرسیدن به اطلاعات جدید ادامه یافت و اشباع اطلاعات در مصاحبه دوازدهم نمایان شد؛ اما برای اطمینان بیشتر ۳ مصاحبه دیگر نیز انجام شد. تمایل و رضایت آگاهانه از شرکت در پژوهش، ردهٔ سنی ۱۸ تا ۲۳ سال دانشجویان، سکونت در شهر تهران و عضویت در یکی از شبکه‌های اجتماعی، به عنوان ملاک‌های ورود به پژوهش در نظرگرفته شدند و همچنین عدم تمایل شرکت‌کننده به ادامه همکاری و نداشتن اطلاعات غنی در مورد موضوع مورد نظر، به‌عنوان معیارهای خروج شرکت‌کنندگان از روند پژوهش می‌باشد.

ابزاراندازه‌گیری

برای جمع‌آوری اطلاعات از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده گردید. قبل از انجام مصاحبه، سوالات کلیدی برای داشتن چارچوب در فرآیند مصاحبه تعیین شد، اما مصاحبه‌کننده در جریان مصاحبه مختار بود که برای رسیدن به درک و فهم دقیق‌تر از اظهارات مصاحبه‌شونده، از سوالات کاوشی نیز استفاده کند. نمونه‌ای از سوالات کلیدی عبارت بود از این‌که: رابطه عاطفی در فضای مجازی رو چه‌جوری می‌بینی؟ توی رابطه‌هایی که توی فضای مجازی دیدی، چه چیزهایی بوده که دوست داشتی توی رابطهٔ خودت هم اون‌ها رو تجربه کنی؟ کدوم جنبه‌های مثبت و منفی رابطه‌هایی که توی فضای مجازی می‌بینی، تو رو تحت‌تأثیر قرار میده؟ به نظرت رابطه‌های عاطفی که توی فضای مجازی می‌بینی چه تأثیری روی نگاهت به رابطهٔ عاطفی گذاشته؟ و همچنین برای اطمینان از اینکه نگرش افراد متأثر از فضای مجازی می‌باشد سوالاتی مطرح گردید مانند: این نگاهی که به رابطهٔ عاطفی داری رو توی رابطهٔ چه کسایی دیدی؟ و برای پیگیری بیشتر پرسش‌هایی نظیر: ممکن است بیشتر توضیح بدی؟. در جهت اطمینان از صحت و اعتبار داده‌ها از معیارهای چهارگانه گویا و لینکلن (Guba & Lincoln, 1989)، شامل باورپذیری، اطمینان‌پذیری، تأییدپذیری و انتقال‌پذیری، استفاده گردید. اختصاص‌دادن زمان کافی برای استخراج و تفسیر داده‌ها به منظور رعایت اصل باورپذیری، نظارت و کنترل افراد متخصص در حوزهٔ مربوطه در جهت رعایت اصل اطمینان‌پذیری، سعی در کنارگذاشتن پیش‌فرض‌ها در روند جمع‌آوری و کدگذاری داده‌ها با هدف رعایت اصل تاییدپذیری و استفاده از نمونه‌گیری هدفمند و ادامه یافتن نمونه‌گیری تا رسیدن به حد اشباع به منظور رعایت اصل انتقال‌پذیری صورت گرفت.

روند اجرای پژوهش

در آغاز پژوهش، از طریق انتشار فراخوان در شبکه‌های اجتماعی از افراد واجد شرایط در جهت همکاری، دعوت صورت گرفت و مصاحبه نیمه‌ساختاریافته به منظور گردآوری داده مورد استفاده قرار گرفت. قبل از آغاز مصاحبه، محقق خود را معرفی کرده و اطلاعات مورد نیاز از جمله هدف پژوهش در اختیار شرکت‌کنندگان قرار می‌گرفت و پس از اطمینان خاطر شرکت‌کنندگان در زمینه محرمانه ماندن اطلاعات، زمان مناسبی به منظور انجام مصاحبه به صورت آنلاین یا حضوری (برمبنای تمایل و خواسته شرکت‌کننده)، تنظیم شد و هر مصاحبه، به‌طور تقریبی ۶۰ الی ۹۰ دقیقه به طول انجامید. با کسب اجازه از شرکت‌کنندگان، جلسات مصاحبه ضبط گردید و سپس به‌صورت مکتوب پیاده‌سازی شد.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

پس از پایان هر مصاحبه، تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار Maxqda2024 صورت می‌گرفت و پس از آن مصاحبه بعدی انجام می‌شد و این روند تا رسیدن داده‌ها به اشباع ادامه یافت. روش هفت مرحله‌ای کلایزی به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های این پژوهش مورد استفاده قرار گرفت که این مراحل عبارتند از: ۱.یادداشت‌برداری و مطالعه چندبارهٔ توصیف‌های مصاحبه‌شونده به منظور درک بهتر اظهارات مشارکت‌کننده ۲.

مشخص‌کردن جملات مهم و مرتبط با پدیدهٔ موردنظر ۳. پی‌بردن به اظهارات اساسی و برجستهٔ مصاحبه‌شونده که تفکر اساسی فرد را نشان می‌دهد، ۴. مقوله‌بندی مضامین با در نظرگرفتن شباهت بین آن‌ها و دقت به تناقض‌ها و حذف مضامین غیر مرتبط، ۵. ترکیب یافته‌ها برای ارائه یک توصیف جامع از پدیدهٔ مورد نظر، ۶. رسیدن به یک بیانیه واضح و دقیق‌تر با حذف توصیفات اضافی و ارائه توصیفات مختصر و ۷. مراجعه مجدد به مشارکت‌کنندگان و در نظر گرفتن نظرات آن‌ها در مورد داده‌های به‌دست آمده برای اطمینان بیشتر از اعتبار یافته‌ها.

یافته‌ها

همان‌طور که گزارش شده است در پژوهش حاضر ۱۵ شرکت‌کننده (شامل ۸ دختر و ۷ پسر) با میانگین سنی ۲۱/۵۳ حضور داشتند که به‌طور میانگین ۵ ساعت از زمان خود را در فضای مجازی سپری می‌کردند (جدول ۱). پس از تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌ی شرکت‌کنندگان، سه مضمون اصلی، شش مضمون فرعی و بیست و هفت مفهوم اولیه استخراج شد که در جدول نمایش داده شده است (جدول ۲).

جدول۱

اطلاعات جمعیت شناختی شرکت‌کنندگان

کد مشارکت کننده	جنسیت	سن	شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده	میانگین زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی
۱	پسر	۲۳	یوتیوب، اینستاگرام و توییتر	۹ ساعت
۲	دختر	۲۳	اینستاگرام، توییتر، واتساپ و تلگرام	۵ ساعت
۳	دختر	۲۱	اینستاگرام، توییتر، واتساپ	۳ ساعت
۴	پسر	۲۲	اینستاگرام، واتساپ و تلگرام	۸ ساعت
۵	دختر	۲۱	اینستاگرام، تلگرام و یوتیوب	۳ ساعت
۶	دختر	۲۰	اینستاگرام، تلگرام و واتساپ	۵ ساعت
۷	پسر	۲۱	اینستاگرام و تلگرام	۳ ساعت
۸	دختر	۲۳	تلگرام واینستاگرام	۴ ساعت
۹	پسر	۲۳	تلگرام، لینکدین و اینستاگرام	۲ ساعت
۱۰	پسر	۲۱	تلگرام، اینستاگرام و واتساپ	۳ ساعت
۱۱	پسر	۲۳	اینستاگرام، تلگرام و واتساپ	۱۰ ساعت
۱۲	دختر	۲۱	اینستاگرام و تلگرام	۵ ساعت
۱۳	پسر	۲۰	تلگرام، واتساپ و اینستاگرام	۴ ساعت
۱۴	دختر	۲۱	تلگرام، واتساپ و اینستاگرام	۷ ساعت
۱۵	دختر	۲۰	تلگرام، واتساپ و اینستاگرام	۳ ساعت

جدول۲

مضامین اصلی و فرعی و مفاهیم اولیه استخراج شده بر اساس مصاحبه با جوانان

مضامین اصلی	مضامین فرعی	مفاهیم اولیه
مفهوم‌سازی جدید از رابطهٔ عاطفی	نگرش به رابطهٔ عاطفی	ترغیب به رابطهٔ دوستانه قبل ازدواج
		باقی ماندن فرصت پیشرفت فردی
		پایداری کم در روابط عاطفی
		افزایش خیانت
	بایدها و نبایدها در رابطهٔ عاطفی	عدم یکنواختی و هیجان زیاد
		فاصله از تجمل
		بی‌نقص بودن و عدم وجود هرگونه مشکل
		تساوی در رابطه
		همراهی خانواده
		لزوم سواد رابطهٔ عاطفی
انتظارات شکل‌گرفته براساس مفهوم‌سازی جدید از رابطهٔ عاطفی	انتظار از خود	افزایش توقع در ابراز علاقه
		توجه به علایق و خواسته‌های شریک عاطفی
	انتظار از شریک عاطفی	کمک به بهبود اعتماد به نفس
		استقلال مالی و شخصیتی
		مراقبت، توقع و توجه زیاد و دائمی
		مدیریت احساس و رفتار در بحران

مضامین اصلی	مضامین فرعی	مفاهیم اولیه
آثار مفهوم‌سازی جدید از رابطهٔ عاطفی	آثار مربوط به خود	افزایش انگیزه برای پیشرفت
		احساس ناکافی بودن و خودسرزنشی
		احساس فقدان و تنهایی
		سردرگمی در برقراری رابطهٔ عاطفی
		تعارض درونی
		افزایش جرات‌مندی در بیان احساسات
		اجتناب از برقراری رابطهٔ عاطفی
	آثار مربوط به شریک عاطفی و رابطه	ناامیدی و عدم تلاش برای بهبود کیفیت رابطه
		افزایش تعارض در رابطه
		نگرش منفی نسبت به شریک عاطفی
		احساس بی‌اعتمادی

مفهوم‌سازی جدید از رابطهٔ عاطفی

افراد حاضر در پژوهش اظهار داشتند در اثر مواجهه با روابط عاطفی گوناگون در فضای مجازی به مفهوم‌سازی جدیدی از این نوع روابط دست یافتند؛ بدین‌گونه‌که شبکه‌های اجتماعی، نگرش آنان را نسبت به روابط عاطفی و استانداردهای یک رابطه موفق تحت‌تأثیر قرار داده‌است. مضمون اشاره شده دربرگیرنده دو مضمون فرعی «نگرش به رابطهٔ عاطفی» و «بایدها و نبایدها در رابطهٔ عاطفی» می‌باشد.

الف. نگرش به رابطهٔ عاطفی

اولین مضمون فرعی پژوهش مربوط به تغییراتی است که در نگرش افراد نسبت به رابطهٔ عاطفی در اثر مواجهه با روابط عاطفی گوناگون در فضای مجازی ایجاد شده است که این تغییرات شامل ترغیب نسبت به رابطهٔ دوستانه قبل ازدواج، باقی‌ماندن فرصت پیشرفت فردی، پایداری کم در روابط عاطفی و افزایش خیانت می‌باشد.

ترغیب به رابطه دوستانه قبل ازدواج: یکی از تغییراتی که در اثر فضای مجازی ایجاد شده مربوط به مسئله است که بسیاری از شرکت‌کنندگان به این باور رسیده بودند که وجود روابط دوستانه قبل از ازدواج به افزایش کیفیت و صمیمی‌تر روابط زناشویی کمک خواهد کرد. به‌عنوان مثال مشارکت‌کنندهٔ کد ۳ بیان کرد: «*فضای مجازی باعث شده به صورت ناخوادگاه داشتن رابطه با اون فرد قبل ازدواج عادی بشه و من اینجور ازدواج رو ترجیح میدم چون به نظرم صمیمیتی که آدما توی ازدواج بعد دوستی دارن، هیچ وقت توی ازدواج سنتی تجربه نمیشه.*»

باقی‌ماندن فرصت پیشرفت فردی: تعدادی از افراد حاضر در پژوهش اشاره کردند مواجهه با روابط عاطفی افراد در فضای مجازی موجب شده بود تا آنان به این نتیجه برسند که بعد از ازدواج نیز امکان رشد و پیشرفت فردی وجود دارد و طرف مقابل نیز باید به رشد همسر خود همانند رشد خود اهمیت قائل باشد. به‌عنوان مثال مشارکت‌کنندهٔ کد ۶ اظهار داشت: «*با دنبال کردن پست و استوری کسایی که توی رابطه بودن، فهمیدم که بعد از ازدواج هم آدما هنوز تلاش میکنن تا پیشرفت کنن و حتی به رشد هم کمک می‌کنن مثلا همدیگه رو تشویق می‌کردن که با هم درس بخونن، کار کنن یا ورزش میکردن یا باهم کتاب می‌خوندن.*»

پایداری کم در روابط عاطفی: تعداد قابل‌توجهی نیز به این باور رسیده بودند که روابط عاطفی پایدار وجود ندارد و اکثر روابط پس از مدتی کوتاه به پایان خواهند رسید. در این راستا مشارکت‌کنندهٔ کد ۱۲ بیان کرد: «*توی فضای مجازی نسبت به رابطه‌ها یه موج منفی راه افتاده، منم انگار تحت تأثیر فضای مجازی این توی ذهنمه که قرار نیست، رابطه‌ای پایداری باشه. انگار همه روابط محکوم به شکستن.*»

افزایش خیانت: بسیاری از مشارکت‌کنندگان اظهار داشتند مواجهه با روایت‌های مربوط به خیانت در شبکه‌های اجتماعی، موجب تقویت این باور شده است که خیانت در روابط عاطفی به پدیده‌ای رایج و فراگیر تبدیل شده است. به‌عنوان مثال مشارکت‌کنندهٔ کد ۴ بیان کرد: «*خب چیزایی که فضای مجازی داره نشون میده رو همین مردم عادی مثل من و شما منتشر می‌کنن به خاطر همین واقعیه و الان داره نشون میده که چقدر خیانت زیاد شده.*»

ب. بایدها و نبایدها در رابطهٔ عاطفی

بازنمایی روابط عاطفی در فضای مجازی موجب شد تا افراد عدم یکنواختی و هیجان زیاد، فاصله از تجمل، بی‌نقص بودن و عدم وجود هرگونه مشکل، تساوی در رابطه، همراهی خانواده و لزوم سواد رابطهٔ عاطفی را لازمهٔ یک رابطهٔ عاطفی سالم و مطلوب در نظر می‌گرفتند.

عدم یکنواختی و هیجان زیاد: برخی مشارکت‌کنندگان اشاره کردند روابط عاطفی در شبکه‌های اجتماعی موجب شد تا به این نتیجه برسند که وجود هیجان، تازگی و تنوع در تجربه‌های مشترک، ازجمله مؤلفه‌های ضروری یک رابطه عاطفی سالم است. به اعتقاد آنان، روابطی که فاقد

تغییر، هیجان و پویایی هستند، در بلندمدت به احساس خستگی یا دلزدگی منجر می‌شوند. در این راستا مشارکت‌کنندهٔ کد ۶ بیان کرد: «*از چیزایی که توی اینستا دیدم فهمیدم که توی رابطه باید هیجان باشه نه اینکه همش یه روند تکرار بشه. مثلا باید توش شوخی و مسخره بازی باشه. مثل اینکه توی فضای مجازی نشون میده که زن و شوهرا تشت آب میریزن سرهم بعد اون برای اینکه تلافی کنه یه کار دیگه میکنه.*»

فاصله از تجمل: برخی مشارکت‌کنندگان نیز بیان کردند که مواجهه با روابط عاطفی در فضای مجازی آنان را به این باور رسانده بود که سادگی و دوری از تجمل، به افزایش صمیمیت در روابط عاطفی کمک خواهد کرد. مشارکت‌کنندهٔ کد ۱۴ در این راستا اظهار داشت: «*اینکه می‌بینم پارتنرا پست میذارن که میرن توی طبیعت و باهام جوج می‌زدن یا اینکه یه ساندویچ ساده، کنار خیابون باهم می‌خورن برام باحاله. این به نظرم از رستوران‌های لاکچری خیلی بهتره و سادگی، صمیمیت رو بیشتر می‌کنه.*»

بی‌نقص‌بودن و عدم وجود هرگونه مشکل: برخی از مشارکت‌کنندگان اظهار داشتند مواجهه با بازنمایی‌های ایده‌آل و بدون نقص از روابط عاطفی در فضای مجازی، موجب شکل‌گیری این باور در آنان شده بود که یک رابطهٔ خوب باید از هر نظر بدون مشکل، تعارض یا نقص باشد. به‌عنوان مثال مشارکت‌کننده کد ۵ بیان کرد: «*فضای مجازی باعث شده که به خودم بگم رابطه‌ای خوبه که از همه نظر بی نقص و بدون مشکل باشه. مثلا هردوتاشون از نظر ظاهری خوبن، خیلی بهم میان.*

پدر و مادراشون همراهن، پارتنرشون اصلا اخلاق بد نداره، اصلا باهم دعوا نمیکنن.»

تساوی در رابطه: برخی از مشارکت‌کنندگان اظهار داشتند مواجهه با الگوهای روابط عاطفی در فضای مجازی، موجب شکل‌گیری این باور در آنان شده بود که یک رابطه عاطفی موفق، مبتنی بر برابری و مشارکت متقابل است. به‌عنوان مثال مشارکت‌کنندهٔ کد ۳ اظهار داشت: «*وقتی رابطه‌ها رو توی سوشیال میدیا دیدم فهمیدم که باید بین منو و پارتنرم توی رابطه تناسب وجود داشته باشه مثلا این‌که اون میره سرکار منم باید برم، نذارم تمام بار بیوفته روی دوش یه نفر، تا اذیت بشه. اگر قراره تفریح کنیم باهم تفریح کنیم اگه قراره کار کنیم هردوتامون کار کنیم نه اینکه یکی بشینه و کاری نکنه.*»

همراهی خانواده: تعدادی از افراد حاضر در پژوهش بیان کردند شبکه‌های اجتماعی این باور را در آنان شکل داده که همراهی خانواده در تمامی مراحل از آشنایی تا ازدواج، لازمه یک رابطهٔ عاطفی موفق است. در این راستا مشارکت‌کنندهٔ کد ۸ اظهار داشت: «*توی این پیج‌ها می‌بینم که مادر و پدرا روشن‌فکر شدن، بچه‌هاشون خیلی راحت پارتنرشون رو با پدر و مادرشون آشنا می‌کنن. اونا هم که پذیرا هستن. اینکه خانوادشون کنارشون هستن توی هر شرایطی، صد درصد حال خودشون و رابطشونو بهتر میکنه.*»

لزوم سواد رابطهٔ عاطفی: برخی از مشارکت‌کنندگان بیان کردند مواجهه با محتواهای آموزشی منتشرشده در فضای مجازی، آنان را به این درک رسانده بود که برخورداری از سواد رابطه برای داشتن یک رابطه عاطفی سالم و پایدار، لازم و ضروری است. به‌عنوان مثال مشارکت‌کنندهٔ کد ۷ بیان کرد: «*از وقتی که این پیج‌های روان‌شناسی که راجب سواد رابطه محتوا تولید می‌کنن رو دنبال می‌کنم، فهمیدم که چقدر سواد رابطه مهمه و لازمه یه رابطه خوب سواد هست. داریم میبینیم چقدر تو فضای مجازی نشون میده خیانت زیاد شده، تعارض زیاد شده، رابطه‌ها کوتاه مدت شدن، خب همه اینا بخاطر نداشت سواد رابطه هست.*»

انتظارات شکل‌گرفته بر اساس مفهوم‌سازی جدید از رابطهٔ عاطفی

در مضمون اصلی دوم به انتظارات شکل‌گرفته در افراد که ناشی از مفهوم‌سازی جدید آن‌ها از رابطه عاطفی می‌باشد، پرداخته شد که در دو طبقه «انتظار از خود» و «انتظار از شریک عاطفی» قرار گرفت.

الف. انتظار از خود

مشارکت‌کنندگان اظهار داشتند مواجهه با روابط عاطفی در فضای مجازی، افزایش سطح انتظار آن‌ها از خودشان را در جنبه‌های گوناگون به همراه داشته که این انتظارات شامل افزایش توقع در ابراز علاقه و توجه به علایق و خواسته‌های شریک عاطفی می‌باشد.

افزایش توقع در ابراز علاقه: افراد حاضر در پژوهش اشاره کردند فضای مجازی موجب ایجاد این انتظار در آنان شده که بتوانند به شیوه‌های جدید و مؤثرتری علاقه خود را نسبت به شریک عاطفی‌شان ابراز کنند. به‌عنوان مثال مشارکت‌کنندهٔ کد ۸ اشاره کرد: «*توقع دارم براش یه تولد بزرگ مثل این بلاگرا بگیرم. یا اینکه توی اینستا میدیدم بعضی از خانم‌ها خیلی بهتر از من میتونستن احساساتشون رو رو به پارتنرشون نشون بدن.*» همچنین مشارکت‌کننده کد ۶ نیز اظهار داشت: «*توی فضای مجازی می‌بینم که پارتنرا خیلی قشنگ قربون صدقه هم میرن. منم خب انتظار دارم که بتونم مثل اونا بهش نشون بدم که چقدر دوستش دارم. می‌خوام‌مثل اونا بتونم ذوق خودمو از اینکه پارتنرم پیشمه نشون بدم یا دوست دارم بتونم سوپرایزش کنم.*»

توجه به علایق و خواسته‌های شریک عاطفی: تعدادی از افراد حاضر در پژوهش اظهار داشتند مواجهه با روابط عاطفی منتشرشده در فضای مجازی موجب شد تا نسبت به علایق و نیازهای طرف مقابل خود، حساسیت بیشتری داشته باشند. به‌عنوان مثال مشارکت‌کنندهٔ کد ۵ بیان کرد: «*دختره غذای مورد علاقه پارتنرش رو درست میکنه و اونو خوشحال میکنه و دوست دارم حتما خودم امتحان کنم. یا اینکه می‌بینم چی دوست داره اونو براش میخرم. با این کارم توجه خودمو می‌رسونم بهش که چقدر برام مهمه.*»

ب. انتظار از شریک عاطفی

فضای مجازی موجب شد انتظارات مشارکت‌کنندگان از شریک عاطفی خود تغییر کند. مشاهدهٔ مدل‌های مختلف رفتار و روابط در این فضا، باعث بازتعریف معیارها و توقعات آن‌ها نسبت به نقش‌ها، رفتارها و ویژگی‌های شریک عاطفی گردید که این انتظارات شامل کمک به بهبود اعتماد به نفس، استقلال مالی و شخصیتی، مراقبت، توقع و توجه زیاد و دائمی و مدیریت احساس و رفتار در بحران می‌باشد.

کمک به بهبود اعتماد به نفس: برخی از افراد اشاره کردند شبکه‌های اجتماعی موجب شده است تا آن‌ها از شریک عاطفی خود انتظار داشته باشند که به بهبود و تقویت اعتماد به نفس و احساس ارزشمندی آنان کمک کند. به‌عنوان مثال مشارکت‌کنندهٔ کد ۶ اظهار داشت: «*یه توییتی رو دیدم که یه خانمی میگفت پارتنرم خیلی بهم اعتماد به نفس میده، از خودم از کارم خیلی تعریف میکنه بهم قوت قلب میده و خب منم انتظار دارم که پارتنرم نقاط قوتم رو ببینه و اعتماد به نفسم رو قوی‌تر کنه.*»

استقلال مالی و شخصیتی: تعدادی از افراد حاضر در پژوهش نیز اظهار داشتند که شبکه‌های اجتماعی موجب شد تا آنان از شریک عاطفی خود انتظار داشته باشند از استقلال مالی برخوردار باشد و بدون وابستگی و دخالت خانواده بتواند در ابعاد مختلف زندگی، تصمیم‌گیری‌های مؤثری داشته باشد. به‌عنوان مثال مشارکت‌کنندهٔ کد ۵ بیان کرد: «*می‌خوام پسری که دوستش دارم از اینا باشه که گوش به فرمان مادر و پدرش باشه یا اینکه از نظر مالی به خودش متکی نباشه. باید در کل به استقلال رسیده باشه. می‌بینم تمام بلاگرای پسری که از خودشون فیلم میذارن عملا استقلال دارن حتی خونه جداگانه دارن. اینا رو عادی نشون میدن و این باعث شده به خودم بگم وقتی این همه ادم اینجوری هستن، چرا پارتنر من نباید اینجوری باشه.*»

مراقبت، توقع و توجه زیاد و دائمی: تعداد قابل‌توجهی نیز اشاره کردند از شریک عاطفی خود انتظار دارند با درک دقیق خواسته‌ها و علایق آن‌ها برای بهبود کیفیت رابطه، زمان و انرژی کافی را اختصاص دهد. در این راستا مشارکت‌کنندهٔ کد ۱۵ بیان کرد: «*یه کلیپی دیدم که دو طرف رابطه از هم دورن و پسره اون همه راه میومد از شیراز تا فقط چند دقیقه پیش دختره باشه. این انرژیی که میذاره برای رابطش خیلی جذابه و رابطه اونا بهتر میکنه. منم مثلاً توقع دارم تحت هر شرایطی یه تایمی رو بذاره تا باهم بیرون بریم. اینکه از روزش برام بگه از اتفاقای روزش برام بگه بعد ازم بپرسه تو چیکارا کردی.*» همچنین مشارکت‌کنندهٔ کد ۸ نیز اظهار داشت: «*وقتی اونا رو می‌بینم حس می‌کنم توقعات من خیلی پایینه. یاد این ضرب المثله میفتم که میگه زنی که خرج داره، ارج داره. پرتوقع‌تر شدم از لحاظ تایم و هزینه‌ای که طرف برام میذاره، کلا باید مناسبتی شد حواسش باشه و کادو بگیره. وقتی میبینم برای بقیه این خرج‌ها هست میگم به خودم پس چرا برای من نشه.*»

مدیریت احساس و رفتار در بحران: برخی از افراد بیان کردند در اثر مشاهدهٔ الگوی روابط عاطفی افراد در شبکه‌های اجتماعی، انتظار دارند شریک عاطفی‌شان از توانایی مدیریت مؤثر مشکلات و بحران‌های احتمالی در رابطه برخوردار باشد. به‌عنوان مثال مشارکت‌کنندهٔ کد ۱۰ بیان کرد: «*توی فضای مجازی از این کلیپ‌ها می‌دیدم که طرف میاد یهو به پارتنرش یه خبری میده که ممکنه برای هرکسی باعث عصبی شدنش بشه اما توی کلیپ‌ها خیلی منطقی واکنش میده و عصبانی نمیشه این باعث شده این توقع رو داشته باشم اگه من یهو خطایی کردم، طرف مقابلم یهو عصبانی نشه.*»

آثار و پیامدهای مفهوم‌سازی جدید از رابطهٔ عاطفی

افراد حاضر در پژوهش بیان کردند دستیابی به مفهوم‌سازی جدید از رابطهٔ عاطفی با پیامدهایی همراه بوده که برخی از آن‌ها بر جنبه فردی افراد و برخی نیز مربوط به رابطه آن‌ها با شریک عاطفی‌شان می‌باشد.

الف. آثار مربوط به خود

احساس ناکافی بودن و خودسرزنشی، احساس فقدان و تنهایی، افزایش انگیزه برای پیشرفت، سردرگمی در برقراری رابطهٔ عاطفی، تعارض درونی، افزایش جرات‌مندی در بیان احساسات و اجتناب از برقراری رابطه عاطفی آثار فردی شکل‌گیری مفهوم‌سازی جدید از رابطه عاطفی می‌باشد که افراد به آن‌ها اشاره کردند.

افزایش انگیزه برای پیشرفت: مواجهه افراد با روابط عاطفی در فضای مجازی می‌تواند با افزایش انگیزه در جهت رشد و پیشرفت فردی و تلاش در جهت بهبود کیفیت رابطه عاطفی همراه باشد؛ البته این تلاش‌ها در برخی موارد سازنده و مثبت بوده و گاهی نیز به شیوه‌ای ناسازگار و غیرسازنده بروز می‌یابند. به‌عنوان مشارکت‌کنندهٔ کد ۷ بیان کرد: «*وقتی می‌بینم که با کمک هم دارن رشد میکنن و از هر نظر وضعیت مالی، تحصیلی و شغلی پیشرفت کردن منم انگیزه پیدا میکنم که ما هم در آینده پیشرفت کنیم.*» همچنین مشارکت‌کنندهٔ کد ۳ نیز اظهار داشت: «*از فضای مجازی به این نتیجه رسیدم که اگه از ظاهری بهتر بشم، کیس‌های بهتری میاد سراغم؛ یه سری کارا کردم مثلا بینی‌مو عمل کردم، ژل لب تزریق کردم، می‌خوام برم سراغ کانتورینگ صورت و زاویه فک هم می‌خوام بذارم.*»

احساس ناکافی بودن و خودسرزنشی: تعداد قابل‌توجهی از افراد حاضر در پژوهش بیان کردند مواجهه با روابط عاطفی در فضای مجازی که در آن به‌نظر می‌رسد دیگران در مقایسه با آنان در وضعیت مطلوب‌تری قرار دارند، می‌تواند به تقویت احساس ناکافی بودن و افزایش خودسرزنشگری منجر شود. در این راستا شرکت‌کننده کد ۱۳ اظهار داشت: «*وقتی می‌بینم این پسرا اینقدر پول دارن و راحت برای پارتنرشون خرج میکنن خیلی ناراحت می‌شم و حس می‌کنم بی‌عرضه‌م اما خب سریع برمی‌گردم به حالت منطقیم و به خودم میگم بابا پسر درسته این بچه پولداره ولی این عرضه تو رو نداره. من دارم تلاش می‌کنم کار می‌کنم.*» مشارکت‌کنندهٔ کد ۱۲ نیز عنوان کرد: «*اینطوریم که توقع از خودم میره بالا و حالا که نمیتونم از پس اون انتظارات بربیام به خودم میگم حالا تو به چه دردی میخوری اصلا؟ دیگه خودمو دوست ندارم. با خودم سرجنگ دارم.*»

احساس فقدان و تنهایی: برخی از شرکت‌کنندگان اشاره کردند مواجهه با روابط عاطفی دیگران در شرایطی که خود در رابطه‌ای قرار ندارند، منجر به تشدید احساس تنهایی در آن‌ها می‌شود. به‌عنوان مثال مشارکت‌کنندهٔ کد ۱ بیان کرد: «*اینکه رابطه‌ها رو توی فضای مجازی میبینم اما خودم رابطه‌ای ندارم و پارتنری ندارم که همو دوست داشته باشیم باعث شده که یه احساس نبود و فقدانی رو تجربه کنم.*»

سردرگمی در برقراری رابطه عاطفی: برخی از مشارکت‌کنندگان اظهار داشتند شبکه‌های اجتماعی موجب شده تا آنان نسبت به برقراری روابط عاطفی، دچار تردید و سردگمی شوند؛ بدین‌گونه‌که مشاهده روابط عاطفی موفق دیگران می‌تواند انگیزه‌ای برای تمایل به تجربه روابط عاطفی را در افراد ایجاد کند و از سوی دیگر، مواجهه با ناپایداری روابط عاطفی و افزایش خیانت، می‌تواند منجر به بروز تردید و سردرگمی در آن‌ها گردد. در این راستا مشارکت‌کننده کد ۴ بیان کرد: «*وقتی بعضی رابطه‌ها رو توی فضای مجازی می‌بینم که خیلی خوبن دلم میخواد منم رابطه داشته باشم اما وقتی می‌بینم یهویی کات می‌کنن یا وقتی خیانت رو می‌بینم، میترسم طرد بشم و نمیخوام وارد رابطه بشم. یه جوری شدم انگار که هم رابطه میخوام هم نمیخوام.*»

تعارض درونی: برخی مشارکت‌کنندگان بیان کردند فضای مجازی با عادی‌سازی برخی الگوهای رابطه، آن‌ها را به رفتاری سوق دهد که با باورهای درونی‌شان در تعارض است؛ این تضاد درونی منجر به احساس گناه در افراد می‌شود. به‌عنوان مشارکت‌کنندهٔ کد ۸ بیان کرد: «*یه احساس عذاب وجدانی دارم که بر خلاف اون چیزی که پس ذهنمه عمل میکنم اما خب اینستا داره یه سری چیزا رو عادی نشون بده و این عادی‌سازی باعث شده منم تو رابطه برخلاف باورام عمل کنم ولی واقعا برام سخته و یه حس بدی دارم.*»

افزایش جرات مندی در بیان احساسات: تعدادی از افراد حاضر در پژوهش نیز اشاره کردند فضای مجازی موجب شده تا آنان به‌تدریج شیوه‌های ابراز هیجانات و احساسات را نسبت به شریک عاطفی‌شان بیاموزند و جرأت و اطمینان بیشتری برای بیان آن‌ها پیدا کنند. به‌عنوان مثال مشارکت‌کنندهٔ شماره ۱۵ بیان کرد: «*فضای مجازی این تأثیر روی من گذاشت که به جای اینکه غر بزنم، انتقاد کنم و الکی گیر بدم، بیشتر از قبل عاطفه و احساسم رو بهش نشون بدم.*»

اجتناب از برقراری رابطه عاطفی: برخی از مشارکت‌کنندگان نیز اظهار داشتند مواجهه مکرر با روایت‌هایی مانند خیانت، ناپایداری روابط و نمایش روابط عاطفی ایده‌آل دیگران منجر به شکل‌گیری نگرش منفی نسبت به روابط عاطفی شده است؛ به‌گونه‌ای که تصمیم می‌گیرند از برقراری روابط عاطفی اجتناب کنند. در این راستا مشارکت‌کنندهٔ کد ۱۳ بیان کرد: «*وقتی تو این فضا می‌بینم که چقدر آدمایی هستن که شرایطشون از هر نظر از من بهتره، می‌ترسم اگه به دختری پیشنهاد بدم منو ریجکت کنه، به خاطر همین اصلا وارد رابطه نمیشم.*» همچنین مشارکت‌کنندهٔ کد ۷ نیز مطرح کرد: «این نگرانی و ترس رو شبکه‌های اجتماعی توی من ایجاد کرده که نکنه وارد رابطه‌ای بشم که به انتها نرسه یا اینکه اون رابطه پایدار نباشه، نکنه وقتی بهش وابسته شدم بهم خیانت کنه به‌خاطر همین جور چیزا پا توی رابطه نذاشتم تا حالا.»

ب. آثار مربوط به شریک عاطفی و رابطه

ناامیدی و عدم تلاش برای بهبود کیفیت رابطه، افزایش تعارض در رابطه، نگرش منفی نسبت به شریک عاطفی و احساس بی‌اعتمادی، پیامدهایی هستند که مربوط به رابطه فرد با شریک عاطفی می‌باشد و به‌تدریج در اثر شکل‌گیری مفهوم‌سازی جدید از رابطه عاطفی ایجاد می‌شود.

ناامیدی و عدم تلاش برای بهبود کیفیت رابطه: برخی از مشارکت‌کنندگان بیان کردند باورها و انتظارات غیرواقع‌بینانه‌ای که در اثر مواجهه با بازنمایی‌روابط عاطفی در فضای مجازی در ذهن آنان شکل می‌گیرد، می‌تواند موجب نارضایتی از رابطه فعلی و در نهایت منجر به احساس

ناامیدی و کاهش انگیزه برای بهبود کیفیت رابطه عاطفی گردد. به‌عنوان مثال مشارکت‌کنندهٔ کد ۱۵ بیان کرد: «*یه منبع اطلاعاتی (منظور شبکه‌های اجتماعی) که من روزی ۳/۲ ساعت وقتم رو صرفش می‌کنم، داره به من میگه نباید مشکلی وجود داشته باشه. توی مغزم این‌جوریه که پس این رابطه یه چیزش میلنگه که ما دائم داریم دعوا می‌کنیم، به خودم میگم این رابطهٔ آخر خوبی نداره، بخاطر همین خیلی احساس ناامیدی دارم نسبت به رابطم.*» مشارکت‌کننده کد ۱ نیز اظهار داشت: « *فضای مجازی این حسو بهم داده که رابطه‌ها موندگار نیستن بخاطر همین، روی رابطم حساب باز نمی‌کنم و بهش بدبینم؛ برای همین دلم به رابطه خوش نیست، سعی می‌کنم درگیرش نشم و دل نبندم.*»

افزایش تعارض در رابطه: تعداد قابل‌توجهی از افراد حاضر در پژوهش اشاره کردند مقایسه رابطه عاطفی خود با روابط ایده‌آلی که در فضای مجازی به نمایش گذاشته می‌شود، می‌تواند منجر به شکل‌گیری احساس نارضایتی، انتظارات غیرواقع‌بینانه و در نتیجه افزایش تعارض در رابطه شود. به‌عنوان مثال مشارکت‌کنندهٔ کد ۱۵ اظهار داشت: «*توی اینستا همش دارن این پیامو میرسونن که مردا دنبال کنترل کردن و محدود کردن زناشون هستن. بخاطر همین منم خیلی حساس شدم به هر رفتار پارتنرم و تا اون یه چیزی میگه من بخاطر این‌که کوتاه نیام و اون محدودم نکنه، جلوش گارد می‌گیریم و و لجبازی می‌کنم.*» همچنین مشارکت‌کنندهٔ کد ۵ نیز بیان کرد: «خب وقتی می‌بینم پارتنر من نمی‌تونه از هر نظری مثل ظاهر و هیکل و پول و وقت گذاشتن برای رابطمون یا هر چیز دیگه‌ای که بگم، شبیه اونایی باشه که توی اینستا می‌بینم حرصم می‌گیره و شروع می‌کنم به گیر دادن و بعدش حسابی دعوامون میشه.»

نگرش منفی نسبت به شریک عاطفی: تعدادی از افراد حاضر در پژوهش اشاره کردند فضای مجازی موجب شکل‌گیری نگرش منفی در آنان نسبت به شریک عاطفی‌شان شده است. در این راستا مشارکت‌کنندهٔ کد ۱ بیان کرد: «*توی فضای مجازی نشون میده که دخترا فقط توی رابطه دنبال پول، ماشین، خرس و پاستیلن و دوست داشتن براشون مهم نیست، به نظرم راست میگن.*» مشارکت‌کنندهٔ کد ۸ نیز اشاره کرد: «*در کل شبکه‌های اجتماعی منو نسبت به پسرا خیلی ترسوندن و همش فکر می‌کنم اونا می‌خوان منو گول بزنن. آخه خودشون میان کلیپ و استوری میذارن که به دختره که حالا باهاشن میگن من دیگه دورامو زدم الان فقط تو رو دوست دارم تو با همه فرق داری و کلی با هم لا و می‌ترکونن. بعدش آدم می‌بینه که بعد یه مدت راحت رفتن سراغ یه دختر دیگه.*»

احساس بی‌اعتمادی: برخی از مشارکت‌کنندگان نیز بیان کردند مواجهه مکرر با خیانت و بی‌وفایی در روابط عاطفی که در فضای مجازی به نمایش گذاشته می‌شود به تضعیف اعتماد آن‌ها نسبت به شریک عاطفی‌شان منجر شده است؛ ازاین‌رو در روابط خود با احتیاط رفتار می‌کنند. به‌عنوان مثال شرکت‌کننده کد ۹ اظهار داشت: «*اینکه توی فضای مجازی خیلی خیانت توی رابطه‌ها دیدم باعث شده خیلی بدبین و بی‌اعتماد بشم. شاید بشه گفت وقتی توی رابطم، منتظرم تا بهم خیانت بشه. به‌خاطر همین حواسم رو جمع کنم و محتاط‌تر عمل میکنم و زود دل نمی‌بندم.*»

بحث

روابط عاطفی به‌عنوان یکی از مولفه‌های اساسی در رشد روانی–اجتماعی انسان، نقش تعیین‌کننده‌ای در بهبود کیفیت زندگی و تقویت احساس رضایت در افراد ایفا می‌کند. عوامل مختلفی در نگرش افراد نسبت به این روابط نقش دارند که شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یکی از ابزارهایی که افراد از طریق آن، روابط عاطفی خود را به نمایش می‌گذارند، می‌تواند به شیوه‌های گوناگون دیدگاه و نگرش افراد را نسبت به این نوع روابط تحت تأثیر قرار دهد. از این رو مطالعه حاضر به بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی بر نگرش افراد نسبت به روابط عاطفی با تمرکز بر دورهٔ ظهور بزرگسالی پرداخت. نتایج به‌دست آمده در سه طبقه اصلی مفهوم‌سازی جدید از رابطه عاطفی، انتظارات شکل‌گرفته بر اساس مفهوم‌سازی جدید از رابطهٔ عاطفی و آثار مفهوم‌سازی جدید از رابطهٔ عاطفی قرار گرفتند و در ادامه توصیف و تبیین هر یک مضامین اصلی ارائه خواهد شد.

اولین مضمون اصلی، مربوط به مفهوم‌سازی جدید افراد از رابطهٔ عاطفی بود. براساس نتایج پژوهش حاضر، مواجهه افراد با روابط عاطفی گوناگون در فضای مجازی، دیدگاه و نگرش آن‌ها را نسبت به این روابط تحت تأثیر قرار داده است. این یافته با پژوهش‌های (Fitzpatrick, 2023; Fejes-Vékássy et al., 2020) همسو است که بر اساس گزارش آن‌ها، تصاویر ایده‌آل و بی‌نقصی که از روابط عاشقانه در فضای مجازی ارائه می‌شود، تصور و نگرش افراد از واقعیت روابط عاطفی و انتظاراتی که شریکان عاطفی از یکدیگر دارند را به میزان قابل‌توجهی تغییر می‌دهند. همچنین براساس دیدگاه فیسک (Fiske, 2010)، افراد از طریق رسانه‌ها با تجربیات مختلفی، مواجهه می‌شوند و پس از تفکر درباره تجربیات آن‌ها به دیدگاه جدیدی دست می‌یابند؛ این امر موجب می‌شود تا اصول و معیارهایی جدید برای خود تعیین کنند؛ ازاین‌رو در جهت تبیین داده مربوطه می‌توان گفت شبکه‌های اجتماعی، بستری را فراهم کرده‌اند تا افراد به شیوه‌های گوناگون تجربیات عاطفی خود را به دیگران منتقل کنند و کاربران با تجزیه و تحلیل تجربیات آنان، به بازاندیشی دربارهٔ باورها و انتظارات خود می‌پردازند. آن‌ها به تدریج به دیدگاهی جدید دربارهٔ روابط عاطفی دست می‌یابند که این فرآیند منجر به بازتعریف استانداردها و معیارهایی جدید در جهت بهبود کیفیت روابط عاطفی می‌شود؛ بدین‌گونه‌که محتواهای منتشرشده در شبکه‌های اجتماعی موجب‌شده بود تا آنان به این باور برسند که وجود روابط دوستانه قبل از ازدواج و باقی‌ماندن فرصت پیشرفت فردی بعد از ازدواج با افزایش صمیمیت و تقویت احساس رضایت زناشویی همراه است. علاوه بر این شرکت‌کنندگان اشاره کردند که در فضای مجازی با

روابط عاطفی متعددی مواجهه شده‌اند که طرفین آن، مدتی پس از شکل‌گیری رابطه به دلایلی گوناگون از جمله خیانت از یکدیگر جدا شده‌اند که این امر منجر به شکل‌گیری باور به افزایش خیانت و پایداری کم در روابط عاطفی شده بود. همچنین بر اساس نتایج پژوهش حاضر، مفهوم‌سازی جدید از روابط عاطفی موجب شده تا افراد استانداردهای جدیدی را برای روابط خود تعیین کنند. افراد در اثر مواجهه با روابط عاطفی گوناگون در شبکه‌های اجتماعی به این نتیجه رسیده بودند که پرهیجان بودن و عدم یکنواختی در رابطه، فاصله از تجمل، وجود سواد رابطهٔ عاطفی، بی‌نقص بودن و عدم وجود هرگونه مشکل در رابطه خود با طرف مقابل، برقراری تعادل و توازن در رابطه و همراهی خانواده برای ایجاد و حفظ یک رابطه عاطفی مطلوب و موفق امری ضروری می‌باشد.

دومین مضمون اصلی پژوهش دربرگیرنده انتظارات افراد نسبت به خود و طرف مقابل می‌باشد که در اثر مفهوم‌سازی جدید از رابطه عاطفی در افراد ایجاد شده است که این نتایج با یافته‌های پژوهش (Yacoub et al., 218; Gala & Ghadiyali, 2020) همخوان است که براساس گزارش آنان، مواجهه با روابط عاطفی افراد در فضای مجازی انتظارات و خواسته‌های افراد از یکدیگر را در رابطه عاطفی تحت‌تأثیر قرار می‌دهد. همچنین براساس نظریه کاشت (Cultivation theory)، رسانه‌ها از طریق تصاویر و روایت‌هایی که از واقعیت‌های اجتماعی ارائه می‌دهند با گذشت زمان تأثیری عمیق بر باورها و نگرش مخاطبان خود می‌گذارند و انتظارات آنان را تحت‌تأثیر قرار می‌دهند (Morgan & Shanahan, 2010)؛ بنابراین در راستای تبیین یافته مربوطه می‌توان گفت، مواجهه مداوم افراد با تصاویر، ویدیوها و روایت‌های ایده‌آل و مختلفی که کاربران شبکه‌های اجتماعی از رابطه عاطفی خود در فضای مجازی منتشر می‌کنند، موجب می‌شود تا افراد به تدریج به تعریف جدیدی از رابطه عاطفی دست یابند که این امر با تعیین انتظارات جدید برای خود و شریک عاطفی همراه است؛ بدین‌گونه‌که مواجهه افراد با روابط عاطفی در فضای مجازی موجب می‌شود تا سطح توقع افراد از خودشان افزایش یابد و به صورت غیرواقع‌بینانه‌ای از خود انتظار دارند برای بهبود کیفیت رابطه، زمان، انرژی و هزینه بیشتری را اختصاص دهند. آن‌ها در اثر مشاهده شیوه‌های متنوعی که افراد در فضای مجازی به‌کار می‌گیرند تا علاقه و محبت خود را نسبت به یار عاطفی‌شان نشان دهند، تلاش می‌کنند تا با الگوگیری از آنان، احساسات خود را به طرف مقابل خود ابراز کنند. همچنین سعی می‌کنند تا به‌طور مؤثرتری پاسخگوی خواسته‌ها و نیازهای شریک عاطفی خود باشند. همچنین فضای مجازی انتظاراتی که افراد از شریک عاطفی خود دارند را نیز دستخوش تغییرات چشمگیری کرده است؛ بدین‌گونه از طرف مقابل خود انتظار دارند تا مانند افرادی که در فضای مجازی با آن‌ها مواجهه شده‌اند با تشویق و تحسین نقاط قوت آنان به تقویت احساس ارزشمندی و اعتماد به نفس آن‌ها کمک کرده و همواره نسبت به نیازها و علایق آنان حساس و آگاه باشد. همچنین آن‌ها از طرف مقابل مقابل خود به عنوان شریک عاطفی‌شان انتظار دارند تا دارای استقلال مالی و شخصیتی مستقل باشد و در مواجهه با مسائل و مشکلات به شیوه‌ای بالغانه به حل مسئله بپردازد.

آخرین مضمون پژوهش حاضر به بررسی آثار و پیامدهای مربوط به مفهوم‌سازی جدید از رابطه عاطفی پرداخت که برخی از این پیامدها بر جنبه فردی افراد و برخی از آثار نیز بر رابطه افراد با شریک عاطفی‌شان، متمرکز است. این نتایج با پژوهش‌های (Fitzpatrick, 2023; Pakkhesal et al., 2019) همسو است که گزارش کردند فضای مجازی می‌تواند در افزایش انگیزه زوجین در جهت پیشرفت خود و بهبود کیفیت روابطشان، نقش قابل‌توجهی را ایفا کند. همچنین یاکوب و همکاران (Yacoub et al., 2018) نیز به این نتیجه دست یافتند که افراد در اثر مشاهده صحنه‌های دستکاری شده از روابط عاطفی افراد در شبکه‌های اجتماعی، برای روابط خود نیز استانداردها و چارچوب دست‌نیافتنی را تعیین و مشخص می‌کنند که ناتوانی در دستیابی به آن‌ها، موجب می‌شود تا افراد نسبت به روابط خود دچار احساس ناامیدی شوند. همچنین نورتون و همکاران (Norton et al., 2018) و گالا و غدیالی (Gala & Ghadiyali, 2020) گزارش کردند که فضای مجازی در ایجاد احساس بی‌اعتمادی نقش قابل‌توجهی دارد و این امر موجب اجتناب افراد از برقراری روابط صمیمانه و افزایش حساسیت نسبت به رفتارهای شریک عاطفی، افزایش درگیری و تعارض و در نتیجه کاهش چشمگیر رضایت زناشویی می‌شود.

براساس نظریه مقایسه اجتماعی، افراد به‌طور طبیعی تمایل دارند برای سنجش و ارزیابی شرایط و وضعیت‌شان به مقایسه خود با دیگران بپردازند که این امر با پیامدهای مثبت و منفی متعددی همراه است (Festinger, 1954). براساس این دیدگاه، مقایسه با دیگران به‌عنوان ابزاری درجهت تنظیم رفتار درنظرگرفته می‌شود (Haferkamp & Krämer, 2011). از این رو در تبیین یافته مذکور می‌توان گفت، فضای مجازی با فراهم ساختن دسترسی مستمر و دائمی به حجم گسترده‌ای از اطلاعات در زمینه ابعاد گوناگون زندگی دیگران از جمله روابط عاطفی آن‌ها، موجب شده تا افراد بیش از گذشته به مقایسه خود با دیگران بپردازند. گاهی اوقات مقایسه وضعیت رابطهٔ عاطفی خود با سایرین منجر به افزایش انگیزه افراد در جهت تلاش برای رشد شخصی و بهبود کیفیت رابطه می‌شود؛ از این رو برخی افراد به شیوه‌های سازنده درصدد رفع ضعف‌های خود و رابطه‌شان هستند و تلاش می‌کنند با الگوگیری از روابط عاطفی افراد در فضای مجازی نسبت به طرف مقابل خود، عواطف مثبت بیشتری را ابراز کنند. با این وجود برخی نیز با به‌کارگیری از روش‌های ناکارآمد (مانند عمل‌های زیبایی مکرر به‌منظور جبران نواقص ظاهری، استفاده نادرست از مکمل‌های بدنسازی، سرمایه‌گذاری‌های مالی پرریسک در جهت بهبود وضعیت مالی) به‌دنبال پیشرفت شخصی و بهبود رابطه خود هستند که درنهایت با احساس ضعف و ناتوانی بیشتری مواجه می‌شوند. در بسیاری از موارد نیز زمانی که افراد احساس می‌کنند توانایی دستیابی به معیارها و استانداردهای روابط عاطفی

ترسیم‌شده در فضای مجازی را ندارند، به میزان چشمگیری دچار احساس بی‌کفایتی و خودسرزنشی می‌شوند و این احساس ناتوانی و بی‌کفایتی می‌تواند منجر به احساس ناامیدی در افراد شود؛ به‌گونه‌ای‌که ممکن است به علت احساس ناتوانی در بهبود کیفیت روابطشان از تلاش در جهت حل مشکلات و مسائل مربوط رابطه اجتناب کنند. همچنین ممکن است افرادی که در برقراری و حفظ رابطه عاطفی موفق نبوده‌اند، با مقایسه وضعیت خود با کسانی که در شبکه‌های اجتماعی تصاویری ایده‌آل و خوشایند از روابط عاطفی خود به اشتراک می‌گذارند، به‌میزان چشمگیری با احساس تنهایی و فقدان مواجه شوند. علاوه بر این، مشاهده خیانت‌ها و ناپایداری‌های روابط عاطفی دیگران در فضای مجازی و مقایسهٔ آن‌ها با وضعیت روابط خود، می‌تواند موجب شکل‌گیری نگرش منفی و بی‌اعتمادی نسبت به شریک عاطفی گردد که این امر در بسیار از موارد با افزایش تعارض در رابطه عاطفی همراه است. همچنین نگرش منفی ایجاد شده می‌تواند موجب ایجاد شک و تردید یا اجتناب از برقراری رابطه عاطفی نیز شود.

نتیجه‌گیری

مطالعهٔ حاضر به شناسایی نگرش جوانان در دورهٔ ظهور بزرگسالی نسبت به روابط عاطفی، براساس بازنمایی آن در شبکه‌های اجتماعی پرداخت. نتایج این مطالعه بیانگر آن بود که بازنمایی روابط عاطفی در فضای مجازی بر نگرش جوانان از رابطه عاطفی تأثیر گذار است و به موجب آن به تدریج مفهوم‌سازی جدیدی از رابطه عاطفی برای جوانان شکل می‌گیرد. این مفهوم‌سازی جدید جوانان نسبت به خود، شریک عاطفی و رابطهٔ عاطفی، انتظارات و خواسته‌های تازه‌ای را برای آن‌ها ایجاد می‌کند و به تبع با شکل‌گیری چنین نگرش و انتظارات جدیدی، افکار، احساسات و رفتار جوانان تحت تأثیر قرار گرفته و این موضوع نگرش آن‌ها را در برقراری، حفظ و پایان یک رابطه عاطفی دگرگون ساخته و به طور چشمگیری تحت تأثیر قرار می‌دهد. این نگرش برای جوانان ابعاد مثبت و منفی مختلفی، در زمینه‌های فردی و به ویژه بین فردی را شامل می‌شود و به نظر می‌رسد افراد در رابطه عاطفی از شریک عاطفی خود، انتظارات بیشتری دارند و نسبت به خود، انتظارات کمتری را مورد توجه قرار می‌دهند. در نهایت فضای مجازی به طور خودآگاه و ناخودآگاه نگرش جوانان را نسبت به روابط عاطفی تحت تأثیر قرار می‌دهد و این موضوع فرآیند شکل‌گیری نوع روابط عاطفی و الگوهای ارتباطی جوانان در روابط عاشقانه را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در رابطه با محدودیت پژوهش حاضر باید گفت که عوامل مختلفی مانند سن، جنسیت، فرهنگ، و وضعیت اجتماعی–اقتصادی می‌توانند بر نظرات افراد درباره شبکه‌های اجتماعی تأثیر بگذارند و این متغیرها در تحقیق حاضر به‌خوبی مورد کنترل واقع نشده است؛ لذا پیشنهاد می‌شود که در پژوهش های آتی این عوامل مورد توجه و بررسی پژوهشگران قرار گیرد. نتایج این تحقیق می‌تواند مبنایی برای کار روان‌شناسان و مشاوران باشد؛ به عبارتی دیگر، زمانی که مراجعین با چالش‌هایی در روابط عاطفی خود مواجه می‌شوند و با این هدف برای درمان اقدام می‌کنند، متخصصان سلامت روان می‌توانند با آگاهی از مؤلفه‌های تأثیر گذار فضای مجازی بر روابط عاطفی افراد به برخی از علل مشکلات، تعارضات و چالش‌های به وجود آمده در روابط عاطفی افراد پی ببرند و مراجعین را نسبت به این مسئله بیشتر آگاه کنند و متناسب با این نتایج و شرایط مراجع اقدامات لازم را انجام دهند. علاوه بر این، روان‌شناسان، مشاوران و متخصصان حوزه خانواده و روابط می‌توانند شبکه‌های اجتماعی را به عنوان یکی از عوامل مؤثر در بهبود و آسیب به روابط عاطفی در نظر بگیرند و در مسیر درمانی و در زمان تدوین برنامه‌های کارگاه روابط بین فردی از نتایج این مطالعه بهره ببرند.

ملاحظات اخلاقی پژوهش

باتوجه به این موضوع که در پژوهش کیفی تجارب عمیق و بخشی از زندگی خصوصی شرکت‌کنندگان مورد بررسی قرار می‌گیرد، رعایت اصول اخلاقی امری ضروری و پراهمیت است. بدین منظور اقداماتی از جمله، ارائه توضیحی جامع در زمینه اهداف و روند پژوهش به شرکت‌کنندگان، ضبط جلسه مصاحبه در صورت کسب اجازه از شرکت‌کنندگان، استفاده از کد برای نام مشارکت‌کنندگان، حضور داوطلبانه در تحقیق و امکان انصراف از ادامه همکاری، صورت گرفت.

حمایت مالی

برای انجام این مطالعه از هیچ سازمان و نهادی کمک مالی دریافت نشده است.

تعارض منافع

این پژوهش هیچ گونه تعارض منافعی با منافع شخصی یا سازمانی ندارد.

سهم نویسندگان

در این پژوهش، تمامی نویسندگان در اجرا، نگارش، تجزیه و تحلیل و طراحی، نقش یکسانی داشته‌اند.

سپاسگزاری

از دانشجویان شهر تهران که ما را در انجام این پژوهش یاری نمودند کمال تشکر را داریم.

Reference

Abbasi, I. S. (2019). Social media and committed relationships: What factors make our romantic relationship vulnerable?. *Social Science Computer Review*, 37(3), 425-434. (Persian). https://doi.org/10.1177/0894439318770609

Akbari, H., & Teimouri, M. (2018). A Meta-Analysis of Lifestyle Researches with an Emphasis on the Effectiveness of Persian-Language Satellite Channels (2001-2017). *Communication Research*, 25(94), 9-28. (Persian). https://doi.org/10.22082/cr.2018.78432.1514

Anderson, M., Vogels, E. A., & Turner, E. (2020). *The virtues and downsides of online dating*. https://coilink.org/20.500.12592/q2dgn9

Arikewuyo, A. O., Efe-Özad, B., Dambo, T. H., Abdulbaqi, S. S., & Arikewuyo, H. O. (2021). An examination of how multiple use of social media platforms influence romantic relationships. *Journal of Public Affairs*, *21*(3), e2240. https://doi.org/10.1002/pa.2240

Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American psychologist*, 55(5), 469. https://psycnet.apa.org/buy/2000-15413-004

Banaag, M. E. K. G., Rayos, K. P., Malabanan, M. G. A., & Lopez, E. R. (2014). The Influence of media on young people's attitudes towards their love and beliefs on romantic and realistic Relationships. *International Journal of Academic Research in Psychology*, 1(2), 7-16. http://dx.doi.org/10.6007/IJARP/v1-i1/7390

Benjet, C., Borges, G., Miah, S., Albor, Y., Gutiérrez-García, R. A., Zavala Berbena, A., ... & Mortier, P. (2022). One-year incidence, predictors, and accuracy of prediction of suicidal thoughts and behaviors from the first to second year of university. *Depression and anxiety*, *39*(12), 727-740. https://doi.org/10.1002/da.23278

Cowan-Pyle, A. E., Bailey, R. L., Gao, J., Hess, J. M., Ademu, L. O., Smith, J. L., ... & Racine, E. F. (2024). Dietary quality and diet-related factors among emerging adults (18–23 y) in the United States are a cause for concern: National Health and Nutrition Examination Survey 2015–2018. *The Journal of Nutrition*, 154(8), 2524-2533. https://doi.org/10.1016/j.tjnut.2024.06.015

Colaizzi, P. F. (1978). *Psychological research as the phenomenologist views it*. Existential Phenomenological Alternatives for Psychology/Oxford University Press Inc. http://dx.doi.org/10.5172/conu.2011.163

De Castro, A. (2018). Introduction to Giorgi's existential phenomenological research method. *Revista Pesquisa Qualitativa*, 6(11), 136-144. https://doi.org/10.33361/RPQ.2018.v.6.n.11.228

Fejes-Vékássy, L., Ujhelyi, A., & Faragó, L. (2020). From# RelationshipGoals to Heartbreak–We use Instagram differently in various romantic relationship statuses. *Current Psychology*, 1-13. https://doi.org/10.1007/s12144-020-01187-0

Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human relations*, 7(2), 117-140. https://doi.org/10.1177/001872675400700202

Fiske, J. (2010). *Television culture*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203837153

Fitzpatrick, D. (2023). *The Impact of Social Media on Romantic Relationships: A Qualitative Multiple Case Study* (Doctoral dissertation, Northcentral University). https://www.proquest.com/openview/39269e93ce5886c9377e1060cea39218/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y

Gala, J., & Ghadiyali, N. N. (2020). Romantic memes and beliefs: influence on relationship satisfaction. *Psychological Studies*, *65*(4), 394-407. https://doi.org/10.1007/s12646-020-00585-5

Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1989). Fourth generation evaluation (1th ed). Sage. https://psycnet.apa.org/record/1989-98594-000

Haferkamp, N., & Krämer, N. C. (2011). Social comparison 2.0: Examining the effects of online profiles on social-networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(5), 309-314. https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0120

Hochberg, Z. E., & Konner, M. (2020). Emerging adulthood, a pre-adult life-history stage. *Frontiers in endocrinology*, 10, 918. https://doi.org/10.3389/fendo.2019.00918

Hudson, N. W., Lucas, R. E., & Donnellan, M. B. (2020). The highs and lows of love: Romantic relationship quality moderates whether spending time with one's partner predicts gains or losses in well-being. *Personality and social psychology bulletin*, *46*(4), 572-589. https://doi.org/10.1177/0146167219867960

Luciano, E. C., & Orth, U. (2017). Transitions in romantic relationships and development of self-esteem. *Journal of personality and Social Psychology*, *112*(2), 307. https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/pspp0000109

Mahadi, S. R. S., Jamaludin, N. N., Johari, R., & Fuad, I. N. F. M. (2016). The impact of social media among undergraduate students: Attitude. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 219, 472-479. (Persian). https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.022

Morgan, M., & Shanahan, J. (2010). The state of cultivation. *Journal of broadcasting & electronic media*, *54*(2), 337-355. https://doi.org/10.1080/08838151003735018

Norton, A. M., Baptist, J., & Hogan, B. (2018). Computer-mediated communication in intimate relationships: Associations of boundary crossing, intrusion, relationship satisfaction, and partner responsiveness. *Journal of marital and family therapy*, 44(1), 165-182. https://doi.org/10.1111/jmft.12246

Pakkhesal, A., Seyfollahi, S., & Mirzaei, K. (2019). A qualitative study of spouse relationships and negative consequences of using virtual social networks in Tehran. *Bi-Quarterly Journal of Social-Political Research on Women and Family* 7, (1), 48-61 (Persian). https://sid.ir/paper/363765/fa

Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research & evaluation methods.* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in human Behavior*, *58*, 89-97. https://psycnet.apa.org/record/2016-12704-010

Tanner, J. L., & Arnett, J. J. (2016). The emergence of emerging adulthood: The new life stage between adolescence and young adulthood. In *Routledge handbook of youth and young adulthood* (pp. 50-56). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315753058

Tartakovsky, E. (2024). Emerging Adults' Attitudes Toward Romantic Relationships: The Effects of Parental Bonding and Personal Value Preferences. *Emerging Adulthood*, 21676968241248543. https://doi.org/10.1177/21676968241248543

Watkins, N. K., & Beckmeyer, J. J. (2020). Assessing young adults' beliefs regarding the importance of romantic relationships. *Journal of Family Issues*, *41*(2), 158-182. https://doi.org/10.1177/0192513X19871080

Weisskirch, R. S. (2017). Abilities in romantic relationships and well-being among emerging adults. *Marriage & Family Review*, 53(1), 36-47. https://doi.org/10.1080/01494929.2016.1195471

Yacoub, C., Spoede, J., Cutting, R., & Hawley, D. (2018). The impact of social media on romantic relationships. *Journal of Education and Social Development*, 2(2), 53-58. https://doi.org/10.5281/zenodo.1490763

© 2024 The Author(s). Published by Shahid Chamran University of Ahvaz. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited