

تبیین جامعه‌شناختی عوامل مرتبط با عضویت کاربران در گروه‌های اینترنتی غیراخلاقی و بازدید از آن‌ها و ماندگاری در آن‌ها

حمید مسعودی*

حسین بهروان**

چکیده

نگارندگان در این پژوهش به بررسی عوامل مرتبط با میزان بازدید از محتویات پیام در گروه‌های اینترنتی غیراخلاقی یا پورنوگرافی می‌پردازند. روش پژوهش پیمایش و ابزار آن پرسش‌نامه بسته اینترنتی و جامعه آماری‌اش کلیه کاربران عضو گروه غیراخلاقی است و ۱۱۵ نفر پاسخ‌دهنده بوده‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد بیش‌تر کاربران عضو این گروه مردان مجرد ۲۶ ساله و دارای مدرک کارشناسی و شغل آزاد هستند. میانگین بازدید هفتگی ۷/۱۳ بار است و ۸۰٪ به موضوعات پورنوگرافی علاقه داشته و ۸۲٪ از مطالب پورنو رضایت‌مندند. ۶۰٪ کاربران از طرف اطرافیان نظارت نمی‌شدند. سن، تحصیلات، رضایت از گروه اینترنتی، و علاقه به موضوعات پورنوگرافی با میزان بازدید از محتویات غیراخلاقی گروه رابطه مستقیم و معنادار داشت. میانگین بازدید از محتویات غیراخلاقی گروه در مردان، مجردان، و بی‌کاران بیش‌تر از سایرین بود. درنهایت، بین میزان رضایت از محتویات پیام‌های گروه، میزان نظارت اطرافیان، و میزان عضویت افراد در سایر گروه‌ها با میزان بازدید آن‌ها از پیام‌های این گروه نیز رابطه وجود داشته است.

کلیدواژه‌ها: گروه‌های اینترنتی، پورنوگرافی، پرسش‌نامه اینترنتی.

* عضو پژوهشی جهاد دانشگاهی خراسان رضوی، دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی اقتصاد و توسعه، دانشگاه فردوسی مشهد (نویسنده مسئول)، massoudi@stu.um.ac.ir

** استاد جامعه‌شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد، behrovan@um.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۲/۰۴، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۰۵/۰۲

۱. مقدمه

با ظهور اینترنت و شبکه‌ها و گروه‌های اینترنتی، جامعه امروز با آسیب‌های فرهنگی و اجتماعی نوظهوری مواجه شده است. از جمله این آسیب‌ها می‌توان به ناامیدی از آینده، دوری از معنویات، سست شدن بنیان‌های خانواده، ایجاد شکاف ارزشی بین والدین و فرزندان، بحران هویت، اعتیاد، تجمل‌گرایی، تغییر الگوها، بحران ارزشی، اختلال در رفتار اجتماعی، دوری از ارزش‌های دینی، تعارض خانوادگی، و گرایش به ابتذال و انحراف اخلاقی در غریزه جنسی اشاره کرد (پرویزی و نیک‌بخت نصرآبادی ۱۳۸۳؛ Wu et al. 2004). کاربر اینترنت با گشت‌وگذار در جهان مجازی با روش‌های گوناگون زندگی جدید جهانی آشنا می‌شود و به این ترتیب شهروندان جامعه جهانی از اتخاذ یک موضع خاص یا به عبارتی هویت ثابت سر بازمی‌زنند، زیرا ارزش‌ها و روش‌های متنوعی در پیش رویشان وجود دارد. مردم در این فضا برای عبور از مرزها نیازمند گذرنامه نیستند؛ بنابراین، به راحتی در بازار فرهنگ‌های متنوع حضور می‌یابند و در کمال آزادی هر فرهنگی را که بخواهند برمی‌گزینند (صانع پور ۱۳۹۰: ۱۱۸).

اگرچه امروزه رشد روزافزون تکنولوژی موجبات رفاه و آسایش خانواده‌ها را فراهم آورده است، در عین حال می‌تواند برای خانواده‌ها عاملی تهدیدکننده محسوب شود. ویژگی‌های منحصربه‌فرد اینترنت از جمله محتوای تحریک‌آمیز، سهولت دسترسی، آسودگی و سادگی کار با رایانه، هزینه پایین و تحریک‌برانگیزی بصری همگی موجب استقبال عظیم مردم در سراسر جهان شده است (Caplan 2002: 75).

در همین زمینه، حوزه فرهنگ که نظام‌هایی از عقاید و رفتارها را شامل می‌شود و ساخته تاریخ است با ظهور تکنولوژی جدید دست‌خوش دگرگونی‌های بنیادین می‌شود و به دنبال آن ساختار مناسبات و ارتباطات انسانی نیز شکل جدیدی به خود می‌گیرد (کاستلز و واینس ۱۳۸۴: ۳۸۳). پی‌آمد این امر شکل‌گیری نوع جدیدی از تعاملات انسانی است که ضمن تمایز از الگوهای ارتباطی مرسوم در رسانه‌های ارتباط جمعی عملاً فرصت‌های جدیدی را در جهت تجلی خود و هویت به وجود آورده است (گرگی ۱۳۸۵: ۵۳). میزان استفاده از اینترنت در کشور در مقایسه با سال‌های پیش از رشد قابل توجهی برخوردار بوده است، چنان‌که براساس آمار جهانی از ۳/۸٪ کل جمعیت کشور در سال ۲۰۰۰ به ۴۳/۲٪ در سال ۲۰۱۰ رسیده است. این در حالی است که ۹۲۲ میلیون نفر در آسیا و ۲۰۸۷ میلیون نفر در جهان از اینترنت استفاده می‌کنند. بنابراین، دنیای اینترنت توانسته است جای خود را در میان نظام تعاملات اجتماعی و فردی و بنابراین برطرف کردن نیازهای بشر باز کند.

ماهیت منحصر به فرد اینترنت، نوع استفاده در خلوت، و همچنین فقدان نظارت والدین و بعضاً استفاده زیاد خود والدین از این ابزار جوانان ایرانی را به سمت استغراق در شبکه عظیم مجازی سوق داده و موجب ایجاد عوارض بسیاری شده است (نیک‌بخت نصرآبادی و همکاران ۱۳۸۴: ۳).

بررسی آسیب‌شناختی و تعیین آسیب‌پذیری‌های جوانان گام اساسی در مصون‌سازی آن‌ها در برابر تغییرات ارزشی و فرهنگی است (مردان‌پور ۱۳۷۸: ۱۰). لاپوز نشان داد بر اثر تهاجم فرهنگی غرب علیه کشور فیلیپین عمر ازدواج‌ها در این کشور از سی سال به هشت سال رسید، میزان تبعیت فرزندان از والدین و بزرگان به حداقل رسید، رفتارهای جنسی آزادتر شد، و سخت‌گیری در ارتباطات اخلاقی کاهش یافت (Lapuse 1987: 2).

یکی از نیازهایی که از طریق اینترنت نمی‌توان به صورت مثبت پاسخ داد بلکه پاسخ‌گویی بدان موجب خسران و نابودی روح و روان فرد می‌شود غریزه جنسی است. این نیاز از نیازهای ذاتی انسان است، به طوری که مازلو آن را در رده نیازهای فیزیولوژیک یا نیازهای حیاتی اولیه قرار داده و معتقد است افراد خود شکوفا اوج لذت جنسی را وسیله دستیابی به وحدت، پیوند، و عشق کامل و واقعی می‌دانند (Vandermassen 2004: 1).

هرچه قدر توجه به تربیت جنسی فرزندان کم‌تر باشد و از طرف دیگر دسترسی آنان به مطالب و تصاویر پورنوگرافی بیش‌تر باشد خطرات آن نیز افزایش خواهد یافت. به طوری که هکما (Hekma 2004) معتقد است والدین به علت مسائل اخلاقی به تربیت جنسی فرزندان خود توجه مطلوبی ندارند و فرزندان اطلاعات جنسی خود را از طریق تجربیات خود یا دوستان کسب می‌کنند. همچنین، ترکل (Turkel 2004) معتقد است ارائه آگاهی‌های جنسی به نوجوانان باید اندکی زودتر از زمانی که آن‌ها با مسائل مذکور به شدت درگیر می‌شوند آغاز شود.

بل معتقد است جهان مجازی، با تأثیر گرفتن از صنعت هم‌زمان ارتباطات، منشأ ظهور فرهنگ‌های آنی و به دنبال آن ظهور هویت‌های خلق‌الساعه شده است که در دوره محدودی شکل می‌گیرند و به سرعت از بین می‌روند (عاملی ۱۳۸۵: ۲۱). بیک‌فورد و رایت (Bickford and Wright 2006) استفاده از اینترنت را با سبک، فضا، و محیط زندگی فرد و فای (Fahy 2004) آن را با تولید محتوا، کیفیت از نظر چند رسانه‌ای بودن، فعالیت‌های تعاملی، فعالیت‌های جمعی، منابع علمی، سطح دسترسی به شبکه، طراحی و زیبایی صفحات، و جنبه‌های سرگرمی و هیجان‌برانگیز بودن محیط یادگیری مرتبط می‌داند. به بیان تاسی، پسران بیش از دختران به استفاده از رایانامه، خرید، جست‌وجوی اطلاعات، و پورنوگرافی تمایل دارند و

دختران با توجه به اعتماد کم‌تری که به اینترنت دارند به برقراری ارتباط عاطفی و عاشقانه علاقه‌مندترند (Taci 2001: 52).

شخصیت افراد در اینترنت انواع گوناگونی دارد، از جمله خودشیفته، انزواطلب، شکاک، بدبین، شیدا، ظاهرساز، مالیخولیایی، یا دارای عقده شخصیت. به‌عنوان مثال، در زمینه هویت جنسی، معمولاً دختران نوجوان در اتاق‌های چت خود را پسر و پسران خود را دختر معرفی می‌کنند و این حالت در دختران بیش‌تر اتفاق می‌افتد.

یکی از مهم‌ترین خطرات استفاده نوجوانان از اینترنت بازدید از سایت‌های پورنو و مشاهده هزینه‌نگاری‌هایی است که به‌سهولت از طریق اینترنت در دسترس افراد قرار می‌گیرد. تعداد این سایت‌ها در اینترنت، که به‌صورت تخصصی و با نامی مرتبط با مسائل جنسی فعالیت می‌کنند، حدود چهل هزار مورد است. چنان‌چه آمار برخی از سایت‌ها که حاوی مطالب و عکس‌های پورنوگرافیک هستند اما به‌طور مستقیم به آن نمی‌پردازند به این آمار اضافه شود، حجم غیرقابل‌باوری از این هزینه‌نگاری‌ها در اینترنت به‌دست خواهد آمد. تحقیقات در این زمینه نشان می‌دهد فقط در یک ماه ۷۲ میلیون نفر از سایت‌های هزینه‌نگاری بازدید کرده‌اند که بیش‌ترین آن‌ها نوجوانان دوازده تا هفده‌ساله بوده‌اند.

به‌بیان‌های، دختران نوجوانی که در معرض سایت‌های پورنوگرافی قرار می‌گیرند در سنین پایین‌تری بکارت خود را از دست می‌دهند. بنابه‌نظر او نوجوانان دوازده تا هفده سال که از این سایت‌ها بازدید کرده‌اند بسیار زودتر از سایرین ارتباط جنسی برقرار می‌کنند و دچار مشکلات بسیاری از جمله بیماری‌های مقاربتی و حاملگی ناخواسته می‌شوند (Hamil 2008: 2). از سوی دیگر، مردان اغلب بیش‌تر و علاقه‌مندانه‌تر از زنان به جست‌وجوی پورن و تماشای آن در اینترنت و رسانه می‌پردازند (Hammaren and Johansson 2007: 1). وندن‌بوش و همکاران (Vandenbosch et al. 2016) در پژوهش خود نقش پورنوگرافی اینترنتی را در عملکرد جنسی نوجوانان در یک مطالعه طولی بررسی کرده و نتیجه گرفته‌اند که این موضوع اولاً در ده سال اخیر افزایش یافته و ثانیاً تأثیرات منفی (ارتباطات منفی و اعتیاد به پورنوگرافی) و مثبت (افزایش دانش جنسی) داشته است. گرابز و همکاران (Grubbs et al. 2015) نیز در پژوهشی به این نتیجه می‌رسند که بازدید محتوای غیراخلاقی سبب شدت‌یافتن آن و در نتیجه اعتیاد می‌شود. از سوی دیگر، این اعتیاد به اضطراب، نگرانی، و پریشانی افراد دامن می‌زند.

بنابراین، با ظهور اینترنت دنیا به‌دنبال سرعت‌بخشیدن به ارتباطات خود بوده است و در این بین شبکه‌ها و گروه‌های اینترنتی نیز رونق زیادی پیدا کرد. شبکه‌هایی برای ارتباط و ارسال دریافت متن، تصویر، صدا، و همچنین مشاهده دیگری و صحبت‌کردن با هم در این فضا

گسترش پیدا کرد. میزان گشت‌وگذار مردم در فضای مجازی افزایش یافت و افراد برای سهولت کارهای خود نیز وابستگی دوچندان به اینترنت پیدا کردند. در این بین، به همان میزان که دسترسی به محتوای مثبت بیش‌تر و سریع‌تر شد، دسترسی به محتوای منفی و غیراخلاقی نیز افزایش یافت؛ به طوری که امروزه هرکس که با اینترنت و نوع کار با آن آشنایی دارد به راحتی می‌تواند از محتوای غیراخلاقی بازدید کند. شکل‌گیری شبکه‌ها و گروه‌های اینترنتی نیز به این مقوله افزوده شده است و در جنبه‌های گوناگونی شروع به کار کرده‌اند؛ گروه‌های اینترنتی که نحوه عضویت در آن‌ها با استفاده از رایانامه ممکن شده است. اگرچه اغلب این گروه‌ها محتوایی اخلاقی، علمی، آموزشی، و فرهنگی دارند، گروه‌هایی هستند که محتوای غیراخلاقی در آن‌ها پررنگ‌تر است. به‌راستی وضع این گروه‌ها چگونه است؟ چرا برخی در این گروه‌ها عضو می‌شوند و فعالیت می‌کنند؟ بررسی این مسائل هدفی است که در این پژوهش دنبال می‌کنیم و هم‌چنین می‌کوشیم پاسخ سؤالات زیر را نیز بیابیم:

۱. ویژگی‌های زمینه‌ای کاربران گروه‌های اینترنتی، وضعیت عضویتشان، میزان بازدیدشان از محتویات غیراخلاقی، نوع علاقه‌شان، و میزان رضایتشان از محتویات غیراخلاقی چگونه است؟
۲. میزان نظارت اطرافیان کاربران بر فعالیت آن‌ها در گروه‌های غیراخلاقی چه قدر است؟
۳. چه عواملی بر میزان بازدید کاربران از محتویات پیام‌های گروه‌های اینترنتی غیراخلاقی تأثیر دارد؟

از طرف دیگر، مرور یافته‌های این پژوهش براساس این سؤالات ما را در بررسی شبکه‌های اجتماعی و گروه‌های اجتماعی مجازی تازه‌تأسیس مبتنی بر شماره تلفن همراه کمک می‌کند. دسترسی به شبکه‌هایی که مبتنی بر شماره تلفن همراه هستند سریع‌تر، راحت‌تر، و جذاب‌تری از گروه‌های رایانامه‌ای است که در جای خود در پژوهشی دیگر بررسی می‌شود.

۲. چهارچوب نظری

۱.۲. نظریه کنش ارتباطی هابرماس

حوزه عمومی هابرماس عرصه‌ای است که در آن افراد به منظور مشارکت در مباحث باز و علنی گرد هم می‌آیند و کنش ارتباطی از طریق بیان و گفت‌وگو تحقق می‌یابد. در فضای

محیط‌های تعاملی اینترنت بحث شرایط آرمانی سخن موردنظر هابرماس تحقق می‌یابد و می‌توان آن را این‌گونه مطرح کرد: هابرماس معتقد است نیازهای اساسی یا اصیل معینی وجود دارد که تمامی افراد کاملاً آزاد آن‌ها را دارند و این نیازها را هرکس که صمیمانه وارد گفت‌وگویی عملی شود ضرورتاً کشف خواهد کرد.

محیط اینترنت فضایی را فراهم کرده است که شرایط حوزه عمومی موردنظر هابرماس را تا حدودی داراست و باتوجه‌به نظریه کنش ارتباطی هابرماس فرد به فضای گفت‌وگو وارد شده است و فضای صمیمت تنها بودن (نبود نظارت) را فراهم می‌کند. سپس به ابراز احساسات خود می‌پردازد و درانتها نیاز خود را ابراز می‌کند. بنابراین، می‌توان سخن را این‌گونه تکمیل کرد که تمایل نوجوانان و جوانان به رفتارهای غیراخلاقی، اعم از خواندن داستان‌ها و تماشای فیلم‌ها و تصاویر غیراخلاقی از یک‌سو و پس از آن گفت‌وگوی غیراخلاقی با فردی دیگر و تبادل دیدگاه و درنتیجه تعمیق هرچه بیشتر در این رویه می‌تواند با نبود نظارت والدین و همچنین کاهش فیلترینگ تارنماهای موجود تشدید شود.

۲.۲. نظریه کلی و ولخارت

کلی و ولخارت (Kelley and Volkhart) دریافته‌اند افرادی که از انگیزه بالایی برای حفظ عضویت فرد در گروه برخوردارند و بنابراین وابستگی بیش‌تری به تأیید دارند بعید به‌نظر می‌رسد که ارتباطات و پیام‌هایی را قبول کنند که نقطه مقابل در هنجارها و ارزش‌های گروه هستند. فرد باید موافقت و تأیید را به‌دست آورد (کلی و ولخارت، به‌نقل از کفاشی ۱۳۸۸: ۹). بنابراین، باتوجه‌به نظریات کلی و ولخارت، هرچه کاربر اینترنتی احساس کند در گروه اینترنتی (بالاخص گروه اینترنتی غیراخلاقی) بیش‌تر موردپذیرش واقع شده است و از طرف دیگر نوع پیام‌های دریافتی برای وی جذابیت بیش‌تری داشته باشد بیش‌تر رغبت دارد به عضویت خود ادامه دهد.

۳.۲. نظریه ارتباط جمعی

با نگاه به نظریه ارتباط جمعی نیز می‌توان گفت هرچه کاربر مدت‌زمان بیش‌تری در گروهی اینترنتی عضویت داشته باشد و از پیام‌های آن استفاده و برای اعضا پیام ارسال کند میزان تأثیرپذیری وی از آن گروه بیش‌تر خواهد بود. هال (Hall) از فرارپودن محتوای ارتباطی صحبت می‌کند، عاملی که احتمال تحصیل اثرات را کاهش می‌دهد. او معتقد است اثرات

درازدت بیش از اثرات کوتاه‌مدت مورد توجه قرار می‌گیرد. ازسوی دیگر، روکیچ و دی‌فلور (Rokeach and Defleur) در الگوی خویش درباره وابستگی به رسانه‌ها بر این باورند که شرط مهم برای بروز اثرات میزان وابستگی به بعضی رسانه‌های ارتباطی است. مجرای که مردم برای به‌دست آوردن اطلاعات مهم به آن احساس وابستگی می‌کنند توان بیش‌تری برای ایجاد اثرات دارد تا مجرای که تفاوتی با مجاری دیگر ندارد و اطلاعاتی که فراهم می‌کند فاقد اهمیت است (دی‌فلور و روکیچ، به نقل از ویندال و همکاران ۱۳۷۶: ۳۳۰).

۴.۲. نظریه یادگیری از طریق اینترنت

هم‌چنین در نظریات مربوط به یادگیری از طریق اینترنت (مانند Ally 2003) فناوری‌های جدید اطلاعاتی و ابزارها و شبکه‌های درون آن نظیر شبکه وب اشکال جدیدی از ابزارهای شناختی هستند که قادرند، با گذر از محدودیت‌های زمانی و مکانی، از آموزش‌های دانشگاهی تا یادگیری رفتارهای اجتماعی و فردی خاص را در همه‌جا و هر زمان میسر کنند و هوشمندانه تفکر انتقادی، حل مسئله، و یادگیری سطح بالاتر را تسهیل و امکان‌پذیر سازند.

۵.۲. اعتیاد به پورنوگرافی مجازی (internet sex addiction)

یانگ، ضمن بیان اهم خصوصیات کاربرانی که به پورنوگرافی اینترنتی اعتیاد دارند، فرایند اعتیاد به پورنوگرافی مجازی را در پنج مرحله بیان می‌کند. اولین مرحله در اعتیاد به این رفتار مرحله کشف (discovery) است که در آن کاربر پورنوگرافی و قابلیت دست‌رسی به آن را جویا می‌شود. در مرحله دوم، یعنی آزمایش (experimentation)، کاربر شروع به آزمون و خطا می‌کند و انواع رفتارهای مجازی پورنوگرافی را از خود نشان می‌دهد و اینترنت سرعت یادگیری فرد را در این مرحله افزایش می‌دهد. مرحله سوم افزایش متعادل (escalation) است که در آن کاربر به‌دور از کنترل و نظارت به رفتار خود ادامه می‌دهد و آن را شدت می‌بخشد. در این مرحله است که کاربر معتاد به این رفتار شناخته می‌شود (Young 2001: 1).

پس از افزایش هرچه بیش‌تر اعتیاد به این نوع رفتار است که فرد در خود نوعی اجبار به ادامه این رفتار را مشاهده می‌کند و وارد مرحله چهارم یعنی اجبار (compulsion) می‌شود و در نهایت مرحله پنجم ناامیدی (hopelessness) است که فرد از بازگشت خود به رفتار عادی ناامید و بیمار می‌شود (Young 2001; Carnes 2001; Barak and Fisher 2005). بنا بر این نظریه، اعتیاد به

پورنوگرافی مجازی انسان را به نابودی می‌کشاند و زیان‌های جبران‌ناپذیری به‌دنبال خواهد داشت. بسیاری از کاربران به این مسئله در حالات مختلف از خفیف تا قوی دچار می‌شوند. بنابر نظر یانگ ویژگی افرادی که به پورنوگرافی مجازی اعتیاد دارند به‌شرح زیر است:

۱. این کاربران معمولاً مدت‌زمان قابل‌توجهی را در اتاق‌های گفت‌وگوی اینترنتی (chat rooms) می‌گذرانند یا پیام‌های خصوصی خاصی با محتوای پورنوگرافی را برای دیگران ارسال می‌کنند؛

۲. به‌علت انجام‌دادن فعالیت‌های پورنوگرافی اینترنتی احساس گرفتاری شدیدی دارند، به‌طوری‌که به کارهای مهم زندگی خود نمی‌رسند؛

۳. به‌طور مداوم ارتباط مستعار (anonymous communication) و گم‌نامی را در تخیل پورنوگرافی خود به‌کار می‌برند که نوعاً در زندگی واقعی خود از آن استفاده نمی‌کنند؛

۴. مراجعه بعدی خود را با توجه به میزان انتظاری که از برانگیختگی و رضایت جنسی (sexual arousal or gratification) در هر بار پیدا کرده‌اند پیش‌بینی می‌کنند؛

۵. به‌کرات از پورنوگرافی مجازی به‌سمت تلفنی حرکت می‌کنند (یا در زندگی واقعی آن را دنبال می‌کنند)؛

۶. تعاملات آنلاین خودشان را از دیگر اشخاص مهم (significant others) پنهان می‌کنند؛

۷. درباره این نوع رفتار مجازی احساس شرم یا گناه می‌کنند؛

۸. حین ارتباط اینترنتی یا تماشای فیلم و عکس پورن استمنا می‌کنند؛

۹. وقت و هزینه کم‌تری را برای شریک جنسی خود در زندگی صرف می‌کنند و پورنوگرافی اینترنتی و مجازی را با رضایت جنسی اولیه آن به این رفتار ترجیح می‌دهند (Young 2001: 15). اگرچه این موارد در تمامی افراد مشاهده نمی‌شود، کسانی که به این نوع رفتار در فضای مجازی می‌پردازند یک یا چند مورد از این ویژگی‌ها را دارند.

لذا از مبانی نظری و تجربی پژوهش می‌توان نتیجه گرفت که اینترنت به‌تعبیر هابرماس حوزه‌ای عمومی است که ارتباطات را از تمامی جنبه‌های مثبت و منفی تسهیل می‌کند و بدان سرعت می‌دهد و به‌علت ارزان‌بودن آن در حال رشد است. این ارتباطات می‌تواند در زمینه پورنوگرافی و به‌تبع آن پورنوگرافی مجازی مورد توجه قرار گیرد. به این سبب کنش ارتباطی که بین کاربر و محتوای پورنوگرافی وجود دارد به‌دور از نظارت و کنترل در حال قوت گرفتن است و با ظهور گروه‌های اینترنتی این پدیده مدیریت شده و پورنوگرافی اینترنتی با دقت بیش‌تر

مدیران آن و در نتیجه افزایش استقبال کاربران آن همراه بوده است. گروه اینترنتی به تعبیر کلی و ولخارت فرد را تحت فشار هنجار گروهی قرار می‌دهد تا پیام گروه را دریافت کند و مورد تأیید گروه قرار گیرد. باتوجه به نظریه ارتباط جمعی، هرچه کاربر مدت زمان بیش‌تری در یک گروه اینترنتی عضویت داشته باشد و از پیام‌های آن استفاده کند و برای اعضا پیام ارسال کند میزان تأثیرپذیری وی از آن گروه بیش‌تر خواهد بود. گریسون و اندرسون بر یادگیری از طریق اینترنت تأکید داشته‌اند که یادگیری رفتارهای اجتماعی و فردی خاص را در همه‌جا و هر زمان میسر می‌کند. یانگ نیز به مسئله اعتیاد به اینترنت اشاره کرد که بر اثر آن کاربران مدت زمان قابل توجهی را در اتاق‌های گفت‌وگوی اینترنتی می‌گذرانند یا پیام‌های خصوصی خاصی با محتوای پورنوگرافی را برای دیگران ارسال می‌کنند. باتوجه به مباحث مطرح در بخش پیشین و رویکردهای نظری، فرضیات زیر مدنظر قرار گرفته است.

۶.۲. فرضیات پژوهش

۱. تفاوت معناداری از لحاظ متغیرهای فردی و گروهی در اعضای گروه اینترنتی غیراخلاقی وجود دارد؛
۲. هرچه قدر رضایت کاربران از پیام‌های گروه بیش‌تر باشد، میزان بازدید آن‌ها از این پیام‌ها بیش‌تر است؛
۳. هرچه قدر علاقه‌مندی به موضوعات گروه بیش‌تر باشد، میزان بازدید از پیام‌های گروه بیش‌تر است.
۴. هرچه قدر نظارت اطرافیان کم‌تر باشد، میزان بازدید از پیام‌های گروه بیش‌تر است.
۵. هرچه قدر عضویت کاربران در سایر گروه‌های اینترنتی بیش‌تر باشد، میزان بازدید از پیام‌های گروه بیش‌تر است.
۶. دلایل عضویت کاربران در این گروه با میزان بازدید آنان از پیام‌های گروه رابطه دارد.
۷. متغیرهای زمینه‌ای (سن، جنسیت، وضعیت تأهل، و نوع شغل) کاربران با میزان بازدید و رضایت آنان از پیام‌های گروه رابطه دارد.

۷.۲. تعریف عملیاتی مفاهیم پژوهش

گروه اینترنتی به وب‌گاه‌هایی گفته می‌شود که به فعالیت‌های مجازی در اینترنت می‌پردازند به طوری که ارتباط آن‌ها از طریق ارسال و دریافت رایانامه (E-mail) است و زیرمجموعه یکی از

سایت‌های بزرگ هستند. هم‌چنین از جمله ویژگی‌های آن‌ها این است که اعضا با ثبت‌نام از طریق رایانامه خود می‌توانند پیام‌های سازندگان گروه را دریافت یا پیام‌های الکترونیکی خود، شامل عکس، متن، موسیقی، و ... را برای مدیران گروه و سایر اعضا ارسال کنند.

قاعداً این گروه‌ها را مدیرانی می‌سازند و راه‌اندازی می‌کنند، ولی گروه اینترنتی مورد پژوهش هیچ‌گونه نظارتی بر فعالیت کاربران ندارد و بنابراین کاربران هر نوع پیامی را به راحتی در اختیار سایرین قرار می‌دهند. بنابراین، این گروه اگرچه محدودیت‌هایی برای عضویت دارد پس از عضویت به راحتی پیام‌ها را دریافت و ارسال می‌کند. این نوع گروه‌ها در دنیای اینترنت قابل توجه‌اند و در حال رشد نیز هستند.

هدف این پژوهش مطالعه نمونه‌ای از اعضای این گروه است. گروه مورد مطالعه یکی از چندین گروه اینترنتی است که فعالیت زیادی در ارسال پیام به رایانامه اعضا دارد. چون بیان نام این گروه به دور از اخلاق پژوهش است، پژوهش‌گران نامی از آن نمی‌برند. نوع فعالیت این گروه در این زمینه‌هاست: ارسال پیام‌های اینترنتی به رایانامه اعضا شامل فیلم و کلیپ و داستان پورنوگرافی، ارسال متون مباحثه بین اعضا در مورد مسائل پورن، و به‌میزان کم‌تر ارسال تبلیغات و موضوعات غیرپورن. افراد با وارد کردن آدرس رایانامه در سایت مربوط به این گروه می‌توانند به دور از فیلترینگ برای اعضای دیگر گروه پیام بفرستند و خود نیز به راحتی پیام‌های آنان را دریافت کنند. نظارت خاصی بر این گروه حاکم نیست و کلیه مطالب در اختیار کاربران قرار می‌گیرد.

منظور از رضایت کاربران از گروه و محتویات آن احساس شادمانی و خرسندی از نوع ذهنی است که کاربران از محتویات پیام‌های دریافتی گروه دارند. علاقه‌مندی نیز به احساس رضایت در رفتار کاربران مربوط است و بیش‌تر جنبه فعلیت دارد تا ذهنیت. در نهایت نظارت اطرافیان نیز میزان اطلاع و کنترلی است که اطرافیان کاربران اعم از خانواده و دوستان در مورد عضویت در گروه اینترنتی دارند.

۳. روش پژوهش

پژوهش حاضر به روش توصیفی-پیمایشی انجام شده است. با توجه به این‌که دسترسی به پاسخ‌گویان در این پژوهش ممکن نبوده است، نیاز به طراحی پرسش‌نامه اینترنتی و دریافت نظرات پاسخ‌گویان در نظر گرفته شده است. به این ترتیب، پرسش‌نامه پس از طراحی در قالب پرسش‌نامه اینترنتی به رایانامه گروه اینترنتی ارسال شد. روش‌های مختلفی برای

ارسال پرسش‌نامه اینترنتی وجود دارد. پژوهش‌گران از روش متداول گوگل‌دکس (Google documents) سود جست‌اند. در این روش، پرسش‌نامه در قالب تحت وب (Web Based: HTML) به رایانامه پاسخ‌گویان (کاربران) ارسال می‌شود یا این‌که می‌توان آن را در سایتی خاص قرار داد و منتظر مشاهده پاسخ‌های پاسخ‌گویان بود.

بنابراین، روش نمونه‌گیری به‌کاررفته در این پژوهش از نوع نمونه‌گیری اتفاقی است. بدین ترتیب که پرسش‌نامه اینترنتی در اختیار کلیه کاربران قرار گرفته است و از بین آن‌ها ۱۲۳ پاسخ‌گو که بیش از ده درصد جامعه آماری است به پرسش‌نامه پاسخ دادند. چون ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه مشابهت زیادی با تحقیقات دیگر دارد، لذا می‌توان به اعتبار بیرونی آن اطمینان یافت. از محدودیت‌های عمده این پژوهش عدم دسترسی به اعضا و لیست رایانامه آن‌ها بوده است و این باعث استفاده از این روش نمونه‌گیری شد.

به‌منظور جذب بیش‌تر پاسخ‌گویان به مشارکت در این نوع پیمایش‌ها، پرسش‌نامه‌ها به رایانامه اصلی گروه و در نتیجه به رایانامه همه اعضا ارسال شد. پاسخ‌ها اینترنتی دریافت شد. پس از آن داده‌ها وارد نرم‌افزار SPSS شد و با استفاده از آمار توصیفی شامل شاخص‌های گرایش مرکزی و پراکنندگی و آمار استنباطی برای آزمون فرضیات با استفاده از آزمون‌های آنالیز واریانس، پی‌رسون، و آزمون مقایسه میانگین مورد تحلیل قرار گرفت. به‌دلیل وجود نقص در برخی از پاسخ‌ها هشت پرسش‌نامه حذف و در نهایت ۱۱۵ پرسش‌نامه تحلیل شد.

روایی پرسش‌نامه با توجه به محتوای سؤالات و ارتباط آن‌ها با متغیرهای اصلی پژوهش به‌صورت صوری سنجیده شده و از نظر داوران (اساتید و صاحب‌نظران) این ابزار توانسته است در مورد متغیرها و مفاهیم پژوهش روا باشد. از سوی دیگر، در مقایسه با برخی از پژوهش‌هایی که راجع به تأثیر اینترنت بر رفتارهای غیراخلاقی افراد صورت گرفته است، برخی از متغیرهای زمینه‌ای هم‌چون سن، میزان تحصیلات، اشتغال، و برخی دیگر هم‌چون میزان استفاده از اینترنت با یافته‌های این پژوهش هم‌سویی دارد و این نشان روایی معیار (criterion validity) پژوهش است (بنگرید به نوابخش و همکاران ۱۳۸۹؛ کفاشی ۱۳۸۸). قابلیت اعتماد این ابزار نیز با توجه به ضریب آلفای کرونباخ بررسی شده است، که برای متغیرهای اصلی پژوهش میزان این ضریب در بعد رضایت ۰/۷۵، در بعد نظارت ۰/۶۶، در بعد علاقه‌مندی ۰/۸۱، در بعد میزان بازدید ۰/۶۴، و در نهایت در کل ابزار نیز ۰/۶۶ است. آزمون کولموگوروف-سمیرنوف (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Z Test) برای تمامی متغیرها انجام شد که از سطح ۰/۰۵ بالاتر بوده‌اند و بنابراین نرمال هستند ($P\text{-value} > 0/05$).

۴. یافته‌ها

۱.۴ یافته‌های توصیفی

جدول ۱ متغیرهای زمینه‌ای را نشان می‌دهد. ۸۶٪ از کل اعضا مرد و ۱۴٪ زن هستند. بیش‌تر اعضا در گروه سنی ۲۵ تا سی سال (۳۰٪) و کم‌ترین آن‌ها در گروه سنی ۱۰ تا ۱۵ سال (۳٪) قرار دارند و میانگین سنی ۲۵/۶ سال است. بیش‌تر اعضا مدرک تحصیلی کارشناسی (۴۱٪) و کم‌ترین آن‌ها مدرک راهنمایی (۴٪) دارند. تفاوت درصدهای مذکور باتوجه‌به سطح معناداری آماره کای اسکوتر معنادار است.

جدول ۱. توصیف جنسیت، سن، و تحصیلات پاسخ‌گویان

متغیر	جنسیت		سن						تحصیلات				درصد	Sig	
	مرد	زن	۱۰-۱۵	۱۶-۱۸	۱۹-۲۱	۲۲-۲۴	۲۵-۳۰	۳۰+	میانگین	راهنمایی	دیپلمات	کارشناسی			ارشد
	۸۶	۱۴	۲	۸	۱۵	۲۱	۲۰	۳۴	۶/۲۵	۴	۱۷	۲۸	۴۱	۱۰	
χ^2	۵۱/۸۴		۴۱/۳						۳۸/۷						
Sig	۰/۰۰۰		۰/۰۰۰						۰/۰۰۰						

هم‌چنین جدول ۲ نشان می‌دهد بیش‌تر اعضا شغل آزاد (۴۲٪) و کم‌ترین آن‌ها شغل دولتی (۲۰٪) دارند و ۸٪ شغلی ندارند. ۷۲٪ پاسخ‌گویان مجرد، ۲۵٪ متأهل، و ۳٪ مطلقه هستند. تفاوت درصدهای مذکور باتوجه‌به سطح معناداری آماره کای اسکوتر معنادار است.

جدول ۲. توصیف نوع شغل و وضعیت تأهل پاسخ‌گویان

متغیر	نوع شغل						وضعیت تأهل		درصد	Sig
	دولتی	آزاد	محصل	غیرشاغل	مجرد	متأهل	مطلقه			
	۲۰	۴۲	۳۰	۸	۷۲	۲۵	۳			
χ^2	۴۱/۴						۳۱/۶			
Sig	۰/۰۰۱						۰/۰۰۰			

جدول ۳ ویژگی‌های گروهی کاربران را نشان می‌دهد.

- مدت عضویت: ۸۲٪ کاربران کم‌تر از یک سال و ۱۸٪ آن‌ها بیش از یک سال است که به عضویت گروه درآمده‌اند. تفاوت درصدها از نظر آماری معنادار است.

- میل به تداوم عضویت در گروه: ۸۱٪ پاسخ‌گویان گفته‌اند تمایل دارند به عضویت خود ادامه دهند، ۴٪ نظر منفی در این زمینه داشته‌اند، و ۱۵٪ نیز نظری نداشته‌اند. تفاوت درصدها از نظر آماری معنادار است.

- روش آشنایی: روش آشنایی کاربران حاکی از آن است که ۸۰٪ آنان از طریق جست‌وجو در اینترنت، ۱۱٪ از طریق دوستان، و ۹٪ نیز از طریق تبلیغات با این گروه آشنا شده‌اند. تفاوت درصدها از نظر آماری معنادار است.

- میل به پیش‌نهاد دادن گروه به دیگران: ۵۷٪ کاربران ترجیح می‌دهند این گروه را به دیگران پیش‌نهاد دهند، ۱۸٪ تمایل به این کار ندارند، و ۲۵٪ در این زمینه نظری ندارند. تفاوت درصدها از نظر آماری معنادار است.

جدول ۳. توصیف ویژگی‌های گروه

متغیر	روش آشنایی با گروه			پیش‌نهاد دادن گروه			تداوم عضویت در گروه		مدت زمان عضویت در گروه		
	جست‌وجو در اینترنت	دوستان	تبلیغات	بلی	خیر	بی‌نظر	بلی	خیر	بی‌نظر	> ۱ سال	< ۱ سال
بعد	۸۰	۱۱	۹	۵۷	۱۸	۲۵	۸۱	۴	۱۵	۸۲	۱۸
درصد	۸۰	۱۱	۹	۵۷	۱۸	۲۵	۸۱	۴	۱۵	۸۲	۱۸
χ^2	۳۷/۲			۲۵/۷			۲۷/۲			۱۶/۹	
Sig	۰/۰۱			۰/۰۰۰			۰/۰۰۲			۰/۰۰۳	

- میزان بازدید: توصیف وضعیت پاسخ‌گویان برحسب میزان بازدید از پیام‌های گروه در رایانامه خود در جدول ۴ آمده است که نشان می‌دهد میانگین بازدید هفتگی کاربران از پیام‌های ارسالی گروه ۱۳/۷ بار است، یعنی به‌طور متوسط روزی دوبار. هم‌چنین جدول مذکور نشان از آن دارد که بیش‌ترین بازدیدها (۴۰٪) به میزان بیش از پانزده‌بار و کم‌ترین آن (۱۰/۴٪) یک تا پنج‌بار در هفته است. تفاوت درصدها از نظر آماری معنادار است.

جدول ۴. توصیف وضعیت پاسخ‌گویان برحسب میزان بازدید پیام‌های گروه

بازدید هفتگی (دفعه)	۵-۱	۱۰-۵	۱۵-۱۰	>۱۵	میانگین	انحراف معیار	χ^2	Sig	کمینه	بیشینه
فراوانی	۱۲	۲۷	۳۶	۴۹	۱۳/۷	۹/۷	۳۹/۳	۰/۰۰۰	۱	۶۰
درصد	۱۰/۴	۲۰	۲۹/۵	۴۰						

- نوع پیام‌های موردعلاقه گروه اینترنتی: پاسخ‌های کاربران در مورد این که کدام یک از بخش‌های گروه و پیام‌های ارسالی برای آن‌ها جذابیت داشته و از آن استقبال کرده‌اند در جدول ۵ آمده است. گفتنی است هر کاربر می‌توانست چندین گزینه را انتخاب کند. نتایج نشان از آن دارد که بیش‌ترین استقبال کاربران به ترتیب اهمیت از کلیپ‌های پورنوگرافی (۲۵٪)، عکس‌های حاوی پورنوگرافی (۲۴٪)، داستان‌های حاوی پورنوگرافی (۲۳٪)، مطالبی غیر از پورنوگرافی (۱۸٪)، صحبت‌ها و مباحث میان اعضا (۶٪)، و تبلیغات (۴٪) است. تفاوت درصدها از نظر آماری معنادار است.

جدول ۵. توصیف پاسخ‌گویان برحسب نوع پیام‌های موردعلاقه گروه اینترنتی

نوع پیام موردعلاقه	فراوانی	درصد
کلیپ‌های حاوی پورنوگرافی	۷۵	۲۵
عکس‌های حاوی پورنوگرافی	۷۲	۲۴
داستان‌های حاوی پورنوگرافی	۶۷	۲۳
مطالب خواندنی غیر از پورنوگرافی	۵۵	۱۸
صحبت‌ها و مباحث میان اعضا	۱۹	۶
تبلیغات	۱۲	۴
	۶۰/۷	χ^2
	۰/۰۰۰	Sig

- رضایت کاربران از عضویت در گروه و پیام‌های آن: جدول ۶ نشان می‌دهد ۸۵٪ کاربران از عضویت در گروه، ۸۲٪ کاربران از مطالب حاوی پورنوگرافی، ۶۸٪ کاربران از مطالبی غیر از پورنوگرافی، ۳۳٪ کاربران از تبلیغات، و ۳۴٪ از مباحثه رضایت متوسط به بالا دارند. تفاوت درصدها نیز معنادار است.

جدول ۶. میزان رضایت کاربران از عضویت در گروه و محتوای پیام‌های آن (ارقام به درصد)

عضویت در گروه	مطالب حاوی پورنوگرافی	مطالبی غیر از پورنوگرافی	مباحثه و گفت‌وگو	تبلیغات	
۴	۷	۱۴	۴۴	۴۲	خیلی کم
۵	۶	۱۱	۱۶	۱۸	کم
۳۶	۲۰	۲۷	۱۴	۱۷	متوسط
۲۵	۳۰	۲۵	۹	۹	زیاد

خیلی زیاد	۲۴	۳۲	۱۶	۱۱	۷
بی جواب	۶	۵	۷	۶	۷
χ^2	۴۲/۹		Sig	۰/۰۰۱	

- ارسال مطالب: جدول ۷ نشان می‌دهد ۱۷٪ کاربران به ارسال مطالب حاوی پورنوگرافی، ۲۱٪ مطالبی غیر از پورنوگرافی، ۶٪ تبلیغات، و ۱۰٪ به مباحثه و گفت‌وگو تمایل دارند. تفاوت درصدها معنادار است.

جدول ۷. علایق کاربران در ارسال مطالب گوناگون به اعضای گروه

Sig	χ^2	مباحثه و گفت‌وگو			تبلیغات			مطالبی غیر از پورنوگرافی			مطالب حاوی پورنوگرافی		
		بی نظر	خیر	بله	بی نظر	خیر	بله	بی نظر	خیر	بله	بی نظر	خیر	بله
۰/۰۰	۷۱/۳	۳۴	۵۶	۱۰	۳۲	۶۲	۶	۳۰	۴۹	۲۱	۲۸	۵۵	۱۷
		درصد											

- عضویت در سایر گروه‌ها: جدول ۸ نشان می‌دهد بیش‌تر کاربران یعنی ۴۸٪ در گروه‌های علمی، ۵۷٪ در گروه‌های سرگرمی، ۵۰٪ در گروه‌های خبری، ۳۷٪ در سایر گروه‌ها، ۲۲٪ در سایر گروه‌های مربوط به پورنوگرافی، ۲۳٪ در گروه‌های درسی، ۱۵٪ در گروه‌های تبلیغاتی، و ۲۷٪ در گروه‌های ادبی عضو هستند. تفاوت درصدها معنادار است.

جدول ۸. توصیف کاربران برحسب عضویت در سایر گروه‌ها (درصد)

عضویت	نوع گروه‌ها							
	پورنوگرافی	علمی	درسی	تبلیغاتی	سرگرمی	ادبی	خبری	سایر
ندارد	۶۵	۳۶	۵۸	۷۱	۳۱	۵۷	۳۶	۳۳
دارد	۲۲	۴۸	۲۳	۱۵	۵۷	۲۷	۵۰	۳۷
بی نظر	۱۳	۱۶	۱۹	۱۴	۱۲	۱۶	۱۴	۳۰
χ^2	۱۳/۱	۱۴/۶	۱۱/۸	۱۲/۹	۹/۴	۱۳/۳	۱۴/۲	۸/۲
Sig	۰/۰۰	۰/۰۱	۰/۰۲	۰/۰۰	۰/۰۳	۰/۰۴	۰/۰۵	۰/۰۰۰

- دلایل عضویت: جدول ۹ نشان می‌دهد ۸۰٪ کاربران به دلیل علاقه به موضوعات پورنوگرافی، ۴۹٪ به دلیل تنها بودن و نبود دوستی با جنس مخالف، ۶۳٪ به دلیل پرکردن اوقات فراغت، ۶۴٪ به دلیل آشنایی با پورن و یافتن شریک جنسی، و ۴۸٪ به سایر دلایل

عضویت در گروه را پذیرفته‌اند. گفتنی است کاربران می‌توانستند چندین دلیل را نام ببرند. تفاوت درصدها معنادار است.

جدول ۹. دلایل عضویت کاربران در گروه اینترنتی غیراخلاقی

درصد	علاقه به موضوعات پورنوگرافی	تنهابودن و نبود دوستی با جنس مخالف	پرکردن اوقات فراغت	آشنایی با پورن و یافتن شریک جنسی	سایر موارد
بله	۸۰	۴۹	۶۳	۶۴	۴۸
خیر	۹	۲۸	۱۴	۲۲	۱۴
بی‌نظر	۱۱	۲۳	۲۳	۱۴	۳۸
χ^2	۱۱/۶	۱۳/۴	۱۰/۵	۱۳/۴	۱۲/۹
Sig	۰/۰۰	۰/۰۲	۰/۰۲	۰/۰۳	۰/۰۰

– **نظارت اطرافیان:** جدول ۱۰ نشان می‌دهد ۷۹٪ والدین کاربران، ۷۰٪ برادران و ۷۷٪ خواهران آنان، ۴۳٪ دوستان نزدیک، و ۷۷٪ مشاوران کاربران از عضویت آنان در این گروه اطلاع ندارند و بنابراین بر آنان نظارت ندارند. قابل توجه این‌که در بین کسانی که از عضویت کاربر اطلاع دارند بیش‌ترین درصد یعنی ۴۰٪ مربوط به دوستان نزدیک است.

جدول ۱۰. میزان اطلاع اطرافیان از عضویت کاربر در این گروه و نظارتشان بر او (درصد)

والدین	برادر	خواهر	دوستان نزدیک	مشاوران
–	۹	۵	۴۰	۲
۷۹	۷۰	۷۷	۴۳	۷۷
۲۱	۲۱	۱۸	۱۷	۲۱

– **ارتباط دلایل عضویت:** یافته‌های جدول ۱۱ نشان می‌دهد میزان رضایت برحسب دلایل عضویت و میزان بازدید برحسب دلایل عضویت متفاوت است. کاربرانی که به دلیل علاقه به موضوعات پورنوگرافی اقدام به عضویت در گروه کرده‌اند ($4/3 \pm 0/2$) بیش‌ترین میانگین رضایت را از گروه دارند و کاربرانی که به علت پرکردن اوقات فراغت ($3/6 \pm 0/8$) اقدام به عضویت در گروه کرده‌اند کم‌ترین رضایت را. لذا می‌توان گفت دلایل عضویت بر میزان رضایت از گروه تأثیر معنادار دارد ($P\text{-value} < 0/05$).

۲.۴. یافته‌های استنباطی

هم‌چنین کاربرانی که به‌دلیل علاقه به موضوعات پورنوگرافی اقدام به عضویت در گروه کرده‌اند ($15/6 \pm 3/0$) بیش‌ترین بازدید را از محتویات گروه دارند و کاربرانی که به‌علت تنهایی بودن ($11/5 \pm 1/3$) اقدام به عضویت در گروه کرده‌اند کم‌ترین بازدید را. لذا می‌توان گفت دلایل عضویت بر میزان بازدید از محتویات گروه غیراخلاقی تأثیر معنادار دارد ($P\text{-value} < 0/05$).

جدول ۱۱. مقایسه میانگین رابطه بین متغیرهای دلایل عضویت و میزان رضایت از گروه و بازدید از پیام‌های گروه

میزان بازدید			دلایل عضویت
میانگین	معیار	F	
۱۵/۶	۰/۳		علاقه به موضوعات پورنوگرافی
۱۱/۵	۱/۳	۳/۹	تنهایی بودن و نبود دوستی با جنس مخالف
۱۳/۹	۰/۴		پرکردن اوقات فراغت
۱۴	۰/۷		آشنایی با پورن و یافتن شریک جنسی
۱۴/۱	۰/۶		سایر موارد

– ارتباط سن و تحصیلات: جدول ۱۲ رابطه هم‌بستگی اسپیرمن بین دو متغیر سن و تحصیلات با متغیر میزان بازدید را می‌سنجد:

جدول ۱۲. رابطه بین متغیرهای سن و تحصیلات با میزان رضایت از گروه و بازدید از پیام‌های گروه

متغیر سن	تحصیلات
۰/۲۷	۰/۱۸
۰/۰۳	۰/۰۴
۱۱۵	۱۱۵

چون رابطه یک‌متغیری است، می‌توان ضریب هم‌بستگی را به‌عنوان ضریب تأثیر پذیرفت. نتایج نشان می‌دهد بین سن ($R=0/27$) و تحصیلات ($R=0/18$) با متغیر میزان بازدید از پیام‌های گروه رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد ($P\text{-value} < 0/05$).

– ارتباط جنسیت، اشتغال، و وضعیت تأهل: برای سنجش تأثیر این عوامل از آزمون مقایسه میانگین در گروه‌های مستقل استفاده شد و نتایج تفاوت میانگین میزان بازدید از پیام‌های گروه و میانگین میزان رضایت از گروه را به تفکیک برحسب متغیرهای جنسیت، تأهل، و اشتغال نشان می‌دهد.

جدول ۱۳ نشان می‌دهد میانگین بازدید مردان (۱۴/۶) از پیام‌های گروه بیش‌تر از زنان (۱۲/۸) است. هم‌چنین میانگین بازدید مجردن (۱۳/۹) از پیام‌های گروه بیش‌تر از متأهلان (۱۰/۷) است. و نیز میانگین بازدید بی‌کاران (۱۴/۳) از شاغلان (۹/۷) بیش‌تر است (P-value < ۰/۰۵).

جدول ۱۳. آزمون تفاوت میانگین میزان بازدید از پیام‌های گروه برحسب جنسیت، تأهل، و اشتغال

متغیر اصلی	ابعاد	میزان بازدید از گروه		
		میانگین	انحراف معیار	T sig
جنسیت	مرد	۱۴/۶	۳/۶	۰/۰۲
	زن	۱۲/۸	۲/۳	
اشتغال	شاغل	۹/۷	۱/۲	۰/۰۱
	بی‌کار	۱۴/۳	۳/۱	
تأهل	مجرد	۱۳/۹	۱/۲	۰/۰۴
	متأهل	۱۰/۷	۱/۷	

– ارتباط میزان نظارت، رضایت، و عضویت در سایر گروه‌ها: پس از کدگذاری داشتن نظارت (۱) و نداشتن نظارت (۰) به ترکیب تمامی افرادی که بر پاسخ‌گویان نظارت داشته‌اند پرداخته شده است و بنابراین به هرکدام از پاسخ‌گویان نمره‌ای به معنای تعداد اطرافیان ناظر بر استفاده آن‌ها از گروه اینترنتی، که بین صفر تا ۵ است، داده شده است. هم‌چنین ابعاد رضایت پاسخ‌گویان نیز ترکیب شده و نمره هر فرد در بازه صفر تا پنج در نظر گرفته شده است. به هر پاسخ‌گو درمورد عضویت در سایر گروه‌ها نیز نمره‌ای اختصاص داده شد؛ به طوری که در صورت عضویت نمره یک و در صورت عدم عضویت نمره صفر حاصل می‌شد و میزان کل عضویت عددی بین صفر تا هشت به دست آمده است. هرچه این عدد بزرگ‌تر باشد نشان‌دهنده عضویت و در نتیجه بالابودن استفاده کاربر از گروه‌هاست. جدول ۱۴ تأثیر این سه شاخص را بر میزان بازدید کاربران از پیام‌های این گروه نشان می‌دهد.

جدول ۱۴. رابطه بین متغیرهای سن و تحصیلات با میزان رضایت از گروه و بازدید از پیام‌های گروه

میزان نظارت اطرافیان	میزان رضایت از پیام‌ها	عضویت در سایر گروه‌ها		
۰/۳۷-	۰/۴۲	۰/۲۷	میزان همبستگی	میزان بازدید از گروه
۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۴	معناداری	
۱۱۵	۱۱۵	۱۱۵	تعداد	

نتایج نشان می‌دهد بین متغیر میزان نظارت اطرافیان ($R = -0.37$)، متغیر میزان رضایت کاربران از پیام‌های گروه ($R = 0.42$)، و متغیر عضویت در سایر گروه‌ها ($R = 0.27$) با متغیر میزان بازدید از پیام‌های گروه رابطه معناداری وجود دارد ($P\text{-value} < 0.05$).

با اجرای آزمون رگرسیون بر روی داده‌های پژوهش، به بررسی میزان تأثیر عوامل مرتبط با میزان بازدید پرداخته شده است. جدول ۱۵ یافته‌های مربوط به این آزمون را نشان می‌دهد. گفتنی است متغیرهای مستقل در این آزمون عبارت‌اند از: میزان نظارت اطرافیان، میزان رضایت از پیام‌ها، عضویت در سایر گروه‌ها، سن، و تحصیلات. متغیر وابسته نیز میزان بازدید بوده و روش رگرسیونی مورد استفاده روش اینتر است.

جدول ۱۵. رگرسیون بین متغیر وابسته و مستقل پژوهش

متغیرها	بتا	میزان t ضرایب	Sig ضرایب	F مدل	Sig مدل	ضریب تبیین مدل
میزان رضایت از گروه	۰/۳۷	۳/۲	۰/۰۰			
میزان عضویت در سایر گروه‌ها	۰/۲۵	۳/۴	۰/۰۱			
میزان نظارت اطرافیان	-۰/۳۲	۲/۵	۰/۰۳	۷/۹	۰/۰۰	۰/۶۷
سن	۰/۲۴	۲/۳	۰/۰۳			
تحصیلات	۰/۱۵	۲/۵	۰/۰۴			

جدول ۱۵ نشان می‌دهد متغیرهای میزان رضایت از گروه ($\beta = 0.37$)، میزان عضویت در سایر گروه‌ها ($\beta = 0.25$)، میزان نظارت اطرافیان ($\beta = -0.32$)، متغیر سن ($\beta = 0.24$)، و میزان تحصیلات ($\beta = 0.15$) در کنار یک‌دیگر ۶۷٪ متغیر وابسته یعنی میزان بازدید کاربران از پیام‌های این گروه را تبیین کرده‌اند. با توجه به میزان آماره آنالیز واریانس و سطح معناداری آن نیز می‌توان مدل رگرسیونی را در حد مناسبی ارزیابی کرد ($P\text{-value} < 0.05$).

۵. نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر به دنبال واری و بررسی وضعیت اجتماعی اعضای گروه‌های اینترنتی غیراخلاقی بود. این موضوع از آن جهت حائز اهمیت است که این گروه‌ها از حالت رایانامه‌ای توسعه یافته و به گروه‌های موبایلی نیز رسیده‌اند. هم‌چنین دسترسی نوجوانان نیز به موبایل و وسایل الکترونیکی بیش‌تر و نظارت والدین بر آن‌ها کم‌تر شده است و این دو سبب رسوخ هرچه بیش‌تر محتویات این فضاها در اذهان و رفتار نوجوانان و جوانان گردیده است. در پژوهش حاضر سعی بر این بود تا ویژگی‌های چندگانه اعضای این گروه‌های اینترنتی روشن شود. براساس آخرین اطلاعات سایت مرور فیلترینگ اینترنت (IFR: Internet Filter Review) در هر ثانیه ۲۸۰۰۰ نفر در جهان از مطالب، صفحات، و محتواهای غیراخلاقی بازدید می‌کنند. سن بازدید از این صفحات و در معرض این نوع صفحات قرارگرفتن نیز یازده سال است (2016 "Internet Pornography Statistics").

یافته‌های توصیفی پژوهش نشان می‌دهد بیش‌تر کاربران مردان مجرد با میانگین سنی ۲۶ سال و مدرک کارشناسی و شغل آزاد هستند که با تحقیقات پیشین هم‌سویی دارد (Caplan 2007; Hammaren and Johansson 2002). بیش‌تر این کاربران کم‌تر از یک سال عضو گروه بوده و درصد بالایی از طریق جست‌وجو در اینترنت با این گروه آشنا شده‌اند. درصد بالایی عضویت در این گروه را به دیگران پیش‌نهاد می‌دهند و تمایل دارند به عضویت خود ادامه دهند. میانگین بازدید هفتگی کاربران از پیام‌های ارسالی گروه ۷/۱۳ است. بیش‌ترین استقبال کاربران از کلیپ‌های حاوی پورنوگرافی بوده و بیش‌ترین رضایت از مطالب حاوی پورنوگرافی بوده است و درصد بالایی از کاربران به موضوعات پورنوگرافی علاقه دارند و بیش‌تر آن‌ها نظارتی از اطرافیان مشاهده نمی‌کنند (Fahy 2004).

یافته‌های استنباطی پژوهش نیز نشان می‌دهد از آن‌جاکه هدف اصلی این گروه ارسال پیام‌هایی با محتوای پورنوگرافی است، بنابراین کاربرانی که به موضوعات پورنوگرافی علاقه‌مند هستند بیش‌ترین رضایت و بازدید را از این گروه داشته‌اند. لذا، می‌توان نتیجه گرفت هدف اصلی جست‌وجو و پیوستن به این گروه در نظر کاربران استفاده از این نوع پیام‌هاست. این موضوع به‌گونه‌ای است که در پاسخ به فرضیات پژوهش این نتایج عاید شد که تفاوت معناداری از لحاظ متغیرهای فردی و گروهی در اعضای گروه اینترنتی غیراخلاقی وجود دارد. هرچه قدر رضایت کاربران از پیام‌های گروه بیش‌تر باشد، میزان بازدید آن‌ها از این پیام‌ها بیش‌تر است. هرچه قدر علاقه‌مندی به موضوعات گروه بیش‌تر باشد، میزان

بازدید از پیام‌های گروه بیش‌تر است. هرچه قدر نظارت اطرافیان کم‌تر باشد، میزان بازدید از پیام‌های گروه بیش‌تر است. هرچه قدر عضویت کاربران در سایر گروه‌های اینترنتی بیش‌تر باشد، میزان بازدید از پیام‌های گروه بیش‌تر است. دلایل عضویت کاربران در این گروه با میزان بازدید آنان از پیام‌های گروه ارتباط دارد. و درنهایت متغیرهای زمینه‌ای (سن، جنسیت، وضعیت تأهل، و نوع شغل) کاربران با میزان بازدید و رضایت آنان از پیام‌های گروه رابطه دارد.

جوانان بین بیست تا سی سال مخاطب اصلی این گروه‌ها هستند و در اوج توان‌مندی جوانی خود با پیوستن به این گروه‌ها اوقات فراغت خود را با موضوعات غیراخلاقی می‌گذرانند. بنابراین، سن متغیر مهمی در این نوع پژوهش‌ها به‌شمار می‌رود. درنهایت، تحصیلات، که به سن وابسته است، تأیید دیگری بر این مدعاست. میانگین بازدید و رضایت مردان از پیام‌های گروه بیش‌تر از زنان و مجردها بیش‌تر از متأهلان است، ولی میانگین رضایت شاغلان از بی‌کاران بیش‌تر اما بازدید بالعکس است (Taci 2001; Kornblum 2007). بنابراین، باتوجه‌به یافته‌های این پژوهش می‌توان استنباط کرد سرعت بالا، سهولت، و ارزانی اینترنت و فضای مجازی در برقراری ارتباط بین‌فردی در آن مؤثر است.

یافته‌ها ازسوی دیگر لزوم تأکید هرچه بیش‌تر بر نظارت والدین را نشان داده است، به‌طوری‌که این مسئله هرچقدر قوت می‌گیرد میزان بازدید کاربران کاهش می‌یابد (Young 2001). رشد پدیده پورنوگرافی در اینترنت (ibid.) سبب شده است این گروه با تهدیدات جدی روانی و اخلاقی روبه‌رو شوند (هم‌سو با پرویزی و همکاران ۱۳۸۳؛ Wu et al 2004). اگرچه این پژوهش به بخشی از مفاسد غیراخلاقی در اینترنت می‌پردازد اما ضرورت مطالعه و شناخت عمق این مسئله اجتماعی، خانوادگی، و روانی بیش‌ازبیش احساس می‌شود و بنابراین لزوم توجه به این پدیده مهم جلوه می‌نماید و همت والای مدیران و دست‌اندرکاران فناوری اطلاعات و ارتباطات مجازی را می‌طلبد.

۶. پیش‌نهادهای پژوهش

۱.۶. پیش‌نهادهای کاربردی

باید در مسیر آموزش اخلاق استفاده از فضای مجازی گام برداشته شود و در مراکز ارائه خدمات اینترنتی نظارت بیش‌تری صورت گیرد. باتوجه‌به یافته‌های این پژوهش خانواده‌ها نیز نظارت کافی بر گشت‌زنی اینترنتی فرزندان خود ندارند و باید نظارت خود را افزایش

دهند و هشدارهای لازم در مورد عواقب این پدیده را به کودکان خود گوش زد کنند. تقویت وب‌سایت‌ها و پایگاه‌های مجازی اخلاقی، سرگرمی‌ساز، و تفریحی ویژه جوانان نیز باید در دستورکار مسئولان واقع شود و با گسترش این موارد بر میزان و نوع فراغت مجازی این قشر جامعه مدیریت کامل اعمال شود. از سوی دیگر، مهم‌ترین عنصر در کاهش این نوع رفتارها خانواده‌ها، گروه هم‌سالان، و اطرافیان هستند. به نظر می‌رسد هر نفر باید این مسائل را به اطرافیان خود متذکر شود و آن‌ها را به سمت رفتارهای مثبت سوق دهد. نبود محتواهای مناسب در اینترنت، وجود زمان فراغت، و همچنین ارتباطات خارج از قاعده و ضابطه نوجوانان نیز به این مسائل دامن می‌زند که لازم است برای مدیریت آن‌ها قدم‌های جمعی برداشته شود.

۲.۶. پیش‌نهادهای پژوهشی

آن‌گونه که آمد، این پژوهش از معدود پژوهش‌های مرتبط با رفتارهای غیراخلاقی در فضای مجازی است. براساس یافته‌ها و نقطه‌نظر محققان پیش‌نهادهای پژوهشی هم‌چون بررسی پورنوگرافی در شبکه‌های مبتنی بر شماره تلفن هم‌راه، سنجش تأثیر پایگاه اجتماعی و اقتصادی، پیشینه فرهنگی، سرمایه اجتماعی و فرهنگی، دین‌داری و پیشینه دینی بر رفتارهای غیراخلاقی در فضای مجازی، گروه‌های اینترنتی و گروه‌های موبایلی، نیازسنجی محتوای موردنیاز نوجوانان و جوانان، بررسی محتواهای آموزش رفتار سالم جنسی در فضاهای مجازی و گروه‌های اینترنتی، و تحلیل محتوای گروه‌های اینترنتی و موبایلی غیراخلاقی ارائه می‌شود.

کتاب‌نامه

- پرویزی س، ف احمدی، و ع. نیک‌بخت نصرآبادی (۱۳۸۳)، «اعتیاد از نگاه نوجوانان»، فصل‌نامه/ندیشه و رفتار، زمستان.
- صانع‌پور، مریم (۱۳۹۰)، «هویت در عصر رسانه‌های دیجیتال»، مطالعات میان‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، س ۱، ش ۲، پاییز و زمستان.
- عاملی، س. (۱۳۸۵)، «فردگرایی جدید و تلفن هم‌راه؛ تکنولوژی فردگرایی و هویت»، مجله اینترنتی رسانه جهانی: <<http://dcsfs.ut.ac.ir/gmj>>.
- کاستلز، م. و م. واینس (۱۳۸۴)، گفت‌وگوهای با امانوئل کاستلز، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نی.
- کفاشی م. (۱۳۸۸)، «بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده»، نشریه پژوهش اجتماعی، دوره دوم، ش ۳.

گرگی، ع. (۱۳۸۵)، «اینترنت و هویت»، فصل‌نامه مطالعات ملی ۲۵، س ۷، ش ۱.
مردان پور، ن. (۱۳۷۸)، «بحران هویت و انقطاع فرهنگی، با تأکید به بررسی تأثیر عملکرد نظام اجتماعی در پیدایش احساس بی‌هویتی اجتماعی و گرایش نوجوانان به الگوهای فرهنگی غربی»، پژوهشکده تحقیقات اسلامی، معاونت تحقیقات غیرصنعتی، اداره تحقیقات و خودکفایی.
نوابخش م.، ف. هاشم‌نژاد، و و. زادشم‌پور (۱۳۸۹)، «بررسی آثار اینترنت و موبایل در تغییر هویت جوانان ۱۵-۲۹ سال استان مازندران»، نشریه جامعه‌شناسی مطالعات جوانان، دوره اول، ش ۱.
نیک‌بخت نصرآبادی، ع و همکاران (۱۳۸۴)، «تجارب حرفه‌ای شدن پرستاران در آغاز ورود به مرحله بالینی پرستاری در ایران»، مجله حیات، زمستان، ش ۳.
ویندال، س. و همکاران (۱۳۷۶)، کاربرد نظریه ارتباطات، ترجمه علی‌رضا دهقان، تهران: مرکز مطالعات، تحقیقات، و رسانه‌ها.

- Ally, M. (2003), *Foundations of Educational Theory for Online Learning*, Athabasca: Saint and Paul University.
- Barak, A. and W. A. Fisher (2005), "The Future of Internet Sexuality", in A. Cooper (ed.), *Sex and the Internet; A Guidebook for Clinicians*, New York: Routledge.
- Bickford, D. J. and D. J. Wright (2006), "Community; The Hidden Context For Learning": <<http://www.educause.edu.learningpacesch4>>.
- Caplan, S. E. (2002), "Problematic Internet Use and Psychosocial Well-Being; Development of a Theory-Based Cognitive Behavioral Measurement Instrument", *Computers in Human Behavior*, vol. 18.
- Carnes, P. J. (2001), "Cybersex, Courtship, and Escalating Arousal; Factors in Addictive Sexual Desire", *Sexual Addiction and Compulsivity*, vol. 8.
- Fahy, P. (2004), "Media Characteristics and Online Learning Technology", in T. Anderson and F. Elloumi, *Theory and Practice of Online Learning*, Athabasca: Athabasca University Press.
- Grubbs, J. B. et al. (2015), "Internet Pornography Use; Perceived Addiction, Psychological Distress, and the Validation of a Brief Measure", *Journal of Sex and Marital Therapy*, vol. 41, no. 1.
- Hamill, J. (2008), "Internet Porn Encourages Teenagers to Have Sex Early", *Sunday Herald*, vol. 345.
- Hammaren, N. and T. Johansson (2007), "Hegemonic Masculinity and Pornography; Young People's Attitudes Toward and Relations to Pornography", *Journal of Men's Studies*, vol. 15.
- "Internet Pornography Statistics" (2016), Internet-Filter-Review: <toptenreviews.com/internet-pornography-statistics.html>.
- Kornblum, J. (2007), "Intersexes": <www.ustoday.com>.
- Lapuse L. V. (1987), *Philipino Marriages in Crisis*, Quezen City: New Day Pub.
- Taci, C. L. (2001), *Developing an Interment Attitude Scale for High School Student*, London: Black Coach Press.

- Turkel, A. R. (2004), "The Hand that Rocks the Cradle Rocks the Boat; the Empowerment of Women", *Journal of the American Academy of Psychoanalysis and Dynamic Psychiatry*, vol. 32, no.1.
- Vandenbosch, L., A. Van Oosten, and J. Peter (2016), *The Role of Internet Pornography in Adolescents' Orientation Towards Sexual Performance; A Longitudinal Study*, Amsterdam: German Communication Association.
- Vandermassen, G. (2004), "Sexual Selection; A Tale of Male Bias and Feminist Denial", *European Journal of Women's Studies*, vol. 11, no. 1.
- Wu, N. S. et al. (2004), "Family Environment Factors and Substance Abuse Severity in an HMO Adolescent Treatment Population", *Journal of Clin Pediatra (phila)*, vol. 43, no. 4.
- Young, K. S. (2001), *Tangled in the Web; Understanding Cybersex from Fantasy to Addiction*, Bloomington, IN: Authorhouse.