

## تبیین جامعه‌شناختی عوامل مرتبط با عضویت، بازدید و ماندگاری کاربران در گروه‌های اینترنتی غیراخلاقی

حمید مسعودی\*

حسین بهروان\*\*

### چکیده

پژوهش حاضر به بررسی عوامل مرتبط با میزان بازدید از محتویات پیام در گروه‌های اینترنتی غیراخلاقی یا پورنوگرافی می‌پردازد. روش پژوهش پیمایش و ابزار آن پرسش‌نامه بسته پاسخ اینترنتی و جامعه آماری کلیه کاربران عضو گروه غیراخلاقی تشکیل می‌دهد و ۱۱۵ نفر پاسخ‌دهنده بوده‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد، بیشتر کاربران عضو این گروه، مردان مجرد با ۲۶ ساله و با مدرک کارشناسی و شغل آزاد هستند. میانگین بازدید هفتگی ۷.۱۳ بار و ۸۰ درصد به موضوعات پورنوگرافی علاقه داشته و ۸۲ درصد از مطالب پورنو رضایت‌مندند. ۶۰ درصد کاربران از طرف اطرافیان نظارت نمی‌شدند. سن، تحصیلات و رضایت از گروه اینترنتی، علاقه به موضوعات پورنوگرافی با میزان بازدید از محتویات غیراخلاقی گروه رابطه مستقیم و معنادار داشت. میانگین بازدید از محتویات غیراخلاقی گروه در مردان، مجردین و بیکاران بیشتر از سایرین بود. در نهایت 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](mailto:massoudi@stu.um.ac.ir)

\*\* استاد جامعه‌شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد، [behraivan@um.ac.ir](mailto:behraivan@um.ac.ir)

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۲/۴، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۵/۲

## 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 نسبت به آینده، دوری از معنویات، سست شدن بنیان‌های خانوادگی، 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 گزینه جنسی اشاره نمود (پرویزی و همکاران، ۱۳۸۳؛ وو و همکاران، ۲۰۰۴- Wu N.s, Lu, Ysterling, S and Weisner. C). کاربر اینترنت با گشت و گذار 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 باز می‌زنند 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 بر می‌گزینند (صانع‌پور، ۱۳۹۰: ۱۱۸).

اگرچه امروزه رشد روزافزون تکنولوژی موجبات رفاه و آسایش خانواده‌ها را فراهم نموده است، در عین حال می‌تواند به عنوان عاملی تهدیدکننده برای خانواده‌ها محسوب شود، ویژگی‌های منحصر بفرد 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 (کاپلان، ۲۰۰۲: ۷۵- Caplan SE).

در همین رابطه، حوزه‌ی فرهنگ که نظام‌هایی از عقاید و رفتارها را شامل شده و ساخته‌ی تاریخ می‌باشد، با ظهور تکنولوژی جدید دستخوش دگرگونی‌های بنیادین می‌گردد و به دنبال آن ساختار مناسبات و ارتباطات انسانی نیز شکل جدیدی به خود می‌گیرد (کاستلز، 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 نوینی را در جهت تجلی خود و هویت بوجود آورده است (گرگی، ۱۳۸۵: ۵۳). میزان استفاده از اینترنت در کشور در مقایسه با سال‌های پیش از این، از رشد قابل توجهی برخوردار بوده است، چنان‌که بر اساس آمار جهانی از ۳۸ درصد کل جمعیت کشور در سال ۲۰۰۰ به ۴۳.۲ درصد 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 (منبع: IWS).

(Internet World Stats). بنابراین دنیای اینترنت توانسته است جای خود را در میان نظام تعاملات اجتماعی و فردی و بنابراین برطرف نمودن نیازهای بشر باز نماید.

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).

مطالعه آسیب‌شناسی و تعیین آسیب‌پذیری‌های جوانان گام اساسی در مصون‌سازی آنها در برابر تغییرات ارزشی و فرهنگی است (مردان‌پور، ۱۳۷۸: ۱۰). لاپوز (۱۹۸۷) نشان داد که در اثر تهاجم فرهنگی غرب علیه کشور فیلیپین عمر ازدواج‌ها در این کشور از ۳۰ سال به ۸ سال رسید، میزان تبعیت فرزندان از والدین و بزرگان به حداقل رسید، رفتارهای جنسی آزادتر و سخت‌گیری در ارتباطات اخلاقی کاهش یافت (لاپوز، ۱۹۸۷: ۲-۲). (Lapuse L.V)

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 گزینه جنسی است. این نیاز از نیازهای ذاتی انسان است، به طوریکه مازلو این نیاز را در رده‌ی نیازهای فیزیولوژیک یا نیازهای حیاتی اولیه قرار داده و معتقد است افراد خودشکوفای، اوج لذت جنسی را وسیله دستیابی به وحدت، پیوند و عشق کامل و واقعی می‌دانند (واندرماسن، ۲۰۰۴: ۱-۱). (Vandermassen, G)

هرچه قدر توجه به تربیت جنسی فرزندان کمتر بوده و از طرف دیگر دسترسی آنان به مطالب و تصاویر پورنوگرافی بیشتر باشد خطرات آن نیز افزایش خواهد یافت. بطوریکه، هکما (Hekma, G-۲۰۰۴)، معتقد است، والدین به علت مسائل اخلاقی به تربیت جنسی فرزندان خود توجه مطلوبی نداشته و فرزندان اطلاعات جنسی خود را از طریق تجربیات خود و یا دوستان کسب می‌کنند. همچنین، ترکل (Turkel, A.R-۲۰۰۴)، معتقد است، ارائه آگاهی‌های جنسی برای نوجوانان باید اندکی زودتر از زمانی که وی با مسائل مذکور به شدت درگیر می‌شود، آغاز گردد.

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 دوره‌ی محدودی شکل می‌گیرد و به سرعت از بین می‌روند (عاملی، ۱۳۸۵: ۲۱). بیک فورد و رایت (Bickford, D.J. & Wright, D.J.-۲۰۰۶) استفاده از اینترنت را با سبک، فضا و محیط

زندگی فرد و فای (Fahy, P. -۲۰۰۴) آن را با تولید محتوا، کیفیت از نظر چندرسانه‌ای بودن، فعالیت‌های تعاملی، فعالیت‌های جمعی، منابع علمی، سطح دسترسی به شبکه و طراحی و زیبایی صفحات و جنبه‌های سرگرمی و هیجان‌برانگیز بودن محیط یادگیری مرتبط می‌دانند. به بیان تاسی (۲۰۰۱)، پسران بیش از دختران از رایانامه، خرید، جستجوی اطلاعات و پورنوگرافی استفاده می‌نمایند و دختران با توجه به اعتماد کمتری که به اینترنت دارند، به برقراری ارتباط عاطفی و عاشقانه علاقه‌مندتر می‌باشند (تاسی، ۲۰۰۱: ۵۲ - Tacic, C. L.).

شخصیت افراد در اینترنت انواع گوناگونی دارد، از جمله، شخصیت خودشیفته، انزواطلب، شکاک، بدبین، شیدا، ظاهر ساز، مالیخولیایی، و یا افراد عقده شخصیت دارند. بعنوان مثال در زمینه هویت جنسی، معمولاً دختران نوجوان در اتاق‌های چت خود را پسر و پسران خود را دختر معرفی می‌نمایند و این حالت در دختران بیشتر اتفاق می‌افتد (سولر، ۲۰۰۷: ۱ - Suler, J.).

یکی از مهمترین خطرات استفاده‌ی نوجوانان از اینترنت، بازدید از سایت‌های پورنو و خواندن هزینه‌نگاری‌هایی است که به سهولت از طریق اینترنت در دسترس افراد قرار می‌گیرد. تعداد این سایت‌ها در اینترنت که به صورت تخصصی و با نامی مرتبط به مسائل جنسی فعالیت می‌نمایند حدود چهار هزار مورد است. چنانچه آمار برخی از سایت‌ها را که حاوی مطلب و عکس‌های پورنوگرافیک هستند، اما به طور مستقیم به آن نمی‌پردازند، به این آمار اضافه شود، حجم غیرقابل‌باوری از این هزینه‌نگاری‌ها در اینترنت بدست خواهد آمد (گزارش پژوهش ملی امریکا (Nation Research Council Report, US)، ۲۰۰۶). در تحقیقات صورت گرفته در این زمینه فقط در یک ماه ۷۲ میلیون نفر از سایت‌های هزینه‌نگاری بازدید نموده‌اند که بیشترین بازدیدکننده از این سایت‌ها را نوجوانان ۱۲ تا ۱۷ سال تشکیل می‌دادند (گزارش آماری رسانه امنیت خانواده (Family Safe Media, statistical) (Report of Nation Research Council Report, US)، ۲۰۰۵: ۱۸).

به بیان هامیل، دختران نوجوانی که در معرض سایت‌های پورنوگرافی قرار می‌گیرند در سنین پایین‌تری بکارت خود را از دست می‌دهند. بنا به نظر او نوجوانان ۱۲ تا ۱۷ سال که از این سایت‌ها بازدید نموده‌اند، بسیار زودتر از سایرین ارتباط جنسی برقرار کرده و دچار مشکلات بسیاری از جمله بیماری‌های مقاربتی و حاملگی ناخواسته می‌شوند (هامیل، ۲۰۰۸: ۲ - Hamill, j.). از سوی دیگر، مردان اغلب بیشتر و علاقه‌مندانه‌تر از زنان به جستجوی پورنو و تماشای آن در اینترنت و رسانه می‌پردازند (هامارن و جانسون، ۲۰۰۷: ۱-۱).

Vandenbosch, L., van Hammaran, N., & Johansson, T. (۲۰۱۶). وندن‌بوش و همکاران (۲۰۱۶). در پژوهش خود به بررسی نقش پورنوگرافی اینترنتی در عملکرد جنسی نوجوانان را در یک مطالعه طولی انجام داده و نتیجه می‌گیرند که این موضوع اولاً در ده سال اخیر افزایش یافته و از سوی دیگر تأثیر منفی (ارتباطات منفی و اعتیاد به پورنوگرافی) و اثر مثبت (افزایش دانش جنسی) را به دنبال داشته است. گرابز و همکاران (۲۰۱۵) (Grubbs, J. B., Volk, F., Exline, J. J., & Pargament, K. I.) نیز در پژوهشی به این نتیجه می‌رسند که بازدید محتوای غیراخلاقی سبب شدت یافتن آن و در نتیجه اعتیاد می‌گردد. از سوی دیگر این اعتیاد به اضطراب، نگرانی و پریشانی افراد دامن می‌زند.

بنابراین با ظهور اینترنت دنیا به دنبال سرعت بخشیدن به ارتباطات خود بوده است و در این بین و شبکه‌ها و گروه‌های اینترنتی نیز رونق بالایی پیدا کرد. شبکه‌هایی برای ارتباط و ارسال و دریافت متن، تصویر، صدا و همچنین مشاهده و صحبت کردن با هم در این فضا گسترش پیدا کرد. میزان گشت و گذار مردم در فضای مجازی افزایش پیدا کرد و اگرچه افراد برای سهولت کارهای خود نیز وابستگی دوچندان به اینترنت پیدا نمودند. اما در این بین به همان میزان که دسترسی به محتواهای مثبت بیشتر و سریعتر گردید دسترسی به محتوای منفی و غیراخلاقی نیز افزایش یافت. به طوریکه امروزه هر فردی که به اینترنت و نوع کار با آن آشنایی دارد به راحتی می‌تواند محتوای غیراخلاقی را بازدید نماید. شکل گیری شبکه‌ها و گروه‌های اینترنتی نیز به این مقوله افزوده شده و در جنبه‌های گوناگونی شروع به کار نمودند. گروه‌های اینترنتی که نحوه عضویت در آنها با استفاده از رایانامه ممکن شده است. اگرچه اغلب این گروه‌ها محتوای اخلاقی، علمی، آموزشی و فرهنگی دارند، ولی هستند گروه‌هایی که محتوای غیراخلاقی در آنها پررنگ‌تر است. به راستی وضعیت این گروه‌ها چگونه است؟ چرا برخی از افراد در این گروه‌ها عضو شده و فعالیت می‌کنند؟ هدفی که در این پژوهش با سؤالات زیر دنبال می‌کنیم:

- ۱- ویژگی‌های زمینه‌ای، وضعیت عضویت، میزان بازدید، نوع علائق و میزان رضایت کاربران گروه اینترنتی از محتویات غیراخلاقی چگونه است؟
- ۲- میزان نظارت اطرافیان کاربران بر فعالیت آنها در این گروه چقدر است؟
- ۳- چه عواملی بر میزان بازدید کاربران از محتویات پیام‌های گروه اینترنتی غیراخلاقی تأثیر دارد؟

از طرف دیگر مرور یافته‌های این پژوهش بر اساس این سؤالات ما را در بررسی شبکه‌های اجتماعی و گروه‌های اجتماعی مجازی تازه تأسیس مبتنی بر شماره تلفن همراه، کمک می‌کند. شبکه‌هایی که مبتنی بر شماره تلفن همراه می‌باشند، دسترسی سریعتر، راحت‌تر و جذاب‌تری نسبت به گروه‌های رایانامه‌ای دارند که در جای خود در پژوهشی بررسی می‌گردد.

## ۲. چارچوب 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، گفت و گو تحقق می‌یابد. در فضای محیط‌های تعاملی اینترنت بحث شرایط آرمانی سخن مورد نظر هابرماس تحقق می‌یابد و می‌توان آن را بدین گونه مطرح کرد: هابرماس معتقد است که نیازهای اساسی یا اصیل معینی وجود دارد که تمامی افراد کاملاً آزاد آنها را دارند و این نیازها توسط هرکس که صمیمانه وارد یک گفت و گوی عملی شود ضرورتاً کشف خواهد شد (استیون، ۱۳۸۰: ۷).

محیط اینترنت فضایی را که شرایط حوزه عمومی مورد نظر هابرماس را تا حدودی داراست، فراهم کرده و با توجه به نظریه کنش ارتباطی هابرماس، فرد به یک فضای گفت و گو وارد شده و فضای صمیمیت، تنها بودن (نبود نظارت) را فراهم می‌کند. سپس به ابراز احساسات خود پرداخته و در انتها نیاز خود را ابراز می‌نماید. بنابراین می‌توان این‌گونه تکمیل کرد که تمایل نوجوانان و جوانان به رفتارهای غیراخلاقی، اعم از: خواندن داستان‌ها، تماشای فیلم‌ها و تصاویر غیراخلاقی از یکسو و پس از آن گفتگوی غیراخلاقی با فردی دیگر و تبادل دیدگاه و در نتیجه 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, H. H., Volkhart, E. H.) دریافتند افرادی که از انگیزه‌ی بالایی برای حفظ عضویت فرد در گروه برخوردارند، و بنابراین وابستگی بیشتری به تأیید دارند، بعید به نظر می‌رسد که ارتباطات و پیام‌هایی را قبول نمایند که نقطه‌ی مقابل در هنجارها و

ارزش‌های گروه هستند. فرد باید موافقت و تأیید را به دست آورد (به نقل از کفاشی، ۱۳۸۸: ۹). بنابراین با توجه به نظریات کلی و ولخارت هر چه کاربر اینترنتی احساس نماید که در گروه اینترنتی (بالاخص گروه اینترنتی غیراخلاقی)، بیشتر مورد پذیرش واقع شده 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 نگرش به نظریه‌ی ارتباط جمعی نیز می‌توان گفت هر چه کاربر مدت زمان بیشتری از در یک گروه اینترنتی عضویت داشته و از پیام‌های آن استفاده نموده و برای اعضا پیام ارسال نماید میزان تأثیرپذیری وی از آن گروه بیشتر خواهد بود. هال (Hall, w.) از فراربودن محتوای ارتباطی صحبت می‌کند، عاملی که احتمال تحصیل اثرات را کاهش می‌دهد. او معتقد است اثرات درازمدت بیش از اثرات کوتاه‌مدت مورد توجه قرار می‌گیرد. از سوی دیگر دی‌فلور و روکیچ (Rokeach, B. & Melvin Defleur) در الگوی خویش درباره‌ی وابستگی به رسانه‌ها بر این باورند که شرط مهم برای بروز اثرات، میزان وابستگی به بعضی رسانه‌های ارتباطی است، مجرایی که مردم برای به دست آوردن اطلاعات مهم نسبت به آن احساس وابستگی می‌کنند، توان بیشتری برای ایجاد اثرات دارد، تا مجرایی که تفاوتی با مجاری دیگر ندارد و اطلاعاتی که فراهم می‌کند فاقد اهمیت است (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 گریسون و اندرسون (۲۰۰۵- Garrison, D.R. & Anderson, T.) و الی (۲۰۰۳- Ally, M.) فناوری‌های جدید اطلاعاتی و ابزارها و شبکه‌های درون آن نظیر شبکه‌ی 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 (Young, K. S) ضمن بیان اهم خصوصیات کاربرانی که به پورنوگرافی اینترنتی اعتیاد دارند، فرآیند اعتیاد به پورنوگرافی مجازی را در پنج مرحله بیان می‌نماید. اولین مرحله در اعتیاد به این رفتار، مرحله‌ی کشف (Discovery) است که در آن کاربر، پورنوگرافی و قابلیت دسترسی به آن را جویا می‌گردد. در مرحله دوم یعنی آزمایش (Experimentation)، کاربر شروع به آزمون و خطا نموده 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 به دور از کنترل و نظارت به رفتار پورنوگرافی خود ادامه داده و آنرا شدت می‌بخشد، در این مرحله است که کاربر به عنوان معتاد به این رفتار شناخته می‌شود (یانگ، ۲۰۰۱: ۱).

پس از افزایش هرچه بیشتر 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 گشته و بیمار می‌گردد (یانگ، ۲۰۰۱؛ کارنس، ۲۰۰۱- Carnes, P. J. و باراک و فیشر، ۲۰۰۵- Barak, A. & Fisher, W. A.). بنابراین نظریه اعتیاد به پورنوگرافی مجازی انسان را به نابودی کشانده و زیان‌های جبران‌ناپذیری را به دنبال خواهد داشت. بسیاری از کاربران به این مسئله در حالات مختلف از خفیف تا قوی دچار می‌گردند. بنابر نظر یانگ و یژگی افرادی که به پدیده پورنوگرافی مجازی اعتیاد دارند به شرح زیر است:

۱. این کاربران معمولاً مدت زمان قابل توجهی را در اتاق‌های گفتگوی اینترنتی ( chat rooms) گذرانده و یا پیام‌های خصوصی خاصی با محتوای پورنوگرافی را برای دیگران ارسال می‌کنند. ۲- آنها بعزت انجام فعالیت‌های پورنوگرافی اینترنتی احساس گرفتاری شدیدی دارند، به طوری که به کارهای مهم زندگی خود نمی‌رسند. ۳- آنها به طور مداوم ارتباط مستعار (anonymous communication) و گمنامی را در تخیل پورنوگرافی خود بکار می‌برند که نوعاً در زندگی واقعی خود از آن استفاده نمی‌کنند. ۴- آنها مراجعه بعدی خود را با توجه به میزان انتظاری که از برانگیختگی و رضایت جنسی (sexual arousal or gratification) در هر بار پیدا کرده‌اند، پیش بینی می‌کنند. ۵- آنها به کرات از پورنوگرافی مجازی به تلفنی حرکت می‌کنند (یا در زندگی واقعی دنبال می‌نمایند). ۶- آنها تعاملات آنلاین خودشان را از دیگران مهم (significant others) پنهان می‌کنند. ۷- آنها درباره این نوع



رفتار مجازی احساس شرمساری و یا گناه می‌کنند. ۸- آنها حین ارتباط اینترنتی و یا تماشای فیلم و عکس پورنوگرافی رفتار استمناء از خود نشان می‌دهند و ۹- آنها وقت و هزینه کمتری را با شریک جنسی خود در زندگی واقعی گذرانده و پورنوگرافی اینترنتی و مجازی را با رضایت جنسی اولیه آن به این رفتار ترجیح می‌دهند (یانگ، ۲۰۰۱: ۱۵). اگرچه این موارد در تمامی افراد مشاهده نمی‌شود، ولی کسانی که به این نوع رفتار در فضای مجازی می‌پردازند، یک یا چند ویژگی از موارد بالا را دارند.

لذا از مبانی نظری و تجربی پژوهش می‌توان نتیجه گرفت که، اینترنت به تعبیر هابرماس یک حوزه عمومی است که ارتباطات را از تمامی جنبه‌های مثبت و منفی تسهیل کرده بدان سرعت داده و به علت ارزان بودن آن در حال رشد می‌باشد. این ارتباطات می‌تواند در زمینه پورنوگرافی و به تبع آن پورنوگرافی مجازی مورد توجه قرار گیرد. به این سبب کنش ارتباطی که بین کاربر و محتوای پورنوگرافی وجود دارد به دور از نظارت و کنترل در حال قوت گرفتن است و با ظهور گروه‌های اینترنتی این پدیده مدیریت شده و پورنوگرافی اینترنتی با دقت بیشتری از سوی 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 نماید و مورد تایید گروه قرار گیرد. با توجه به نظریه‌ی ارتباط جمعی هر چه کاربر مدت زمان بیشتری از در یک گروه اینترنتی عضویت داشته و از پیام‌های آن استفاده نموده و برای اعضا پیام ارسال نماید میزان تأثیرپذیری وی از آن گروه بیشتر خواهد بود. نظریات گریسون و اندرسون به یادگیری از طریق اینترنت تاکید نمود که یادگیری رفتارهای اجتماعی و فردی خاص را در همه‌جا و هر زمان میسر می‌کند. یانگ نیز به مساله اعتیاد به اینترنت اشاره نمود که بر اثر آن کاربران مدت زمان قابل توجهی را در اتاق‌های گفتگوی اینترنتی گذرانده و یا پیام‌های خصوصی خاصی با محتوای پورنوگرافی را برای دیگران ارسال می‌کنند. با توجه به مباحث مطرح در بخش پیشین و رویکردهای نظری، فرضیات زیر مد نظر قرار گرفته است.

## ۶.۲ فرضیات پژوهش

۱- تفاوت معناداری از لحاظ متغیرهای فردی و گروهی در اعضای گروه اینترنتی غیراخلاقی وجود دارد.

- ۲- هر چقدر رضایت کاربران از پیام‌های گروه بیشتر باشد، میزان بازدید آنها از این پیام‌ها بیشتر است.
- ۳- هر چقدر علاقه‌مندی به موضوعات گروه بیشتر باشد، میزان بازدید از پیام‌های گروه بیشتر است.
- ۴- هر چقدر نظارت اطرافیان کمتر باشد، میزان بازدید از پیام‌های گروه بیشتر است.
- ۵- هر چقدر 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 که به فعالیت‌های مجازی در اینترنت بپردازند به طوریکه ارتباط آنها از طریق ارسال و دریافت رایانامه (E-mail) بوده و زیر مجموعه‌ی یکی از سایت‌های بزرگ باشد، گفته می‌شود. همچنین از جمله ویژگی‌های آنها این است که اعضا با ثبت‌نام از طریق رایانامه خود می‌توانند پیام‌های سازندگان گروه را دریافت و یا پیام‌های الکترونیکی خود را که شامل عکس، متن، موسیقی و ... باشد را برای مدیران گروه و سایر اعضا ارسال نمایند.

قاعداً این گروه‌ها را مدیرانی ساخته و راه‌اندازی می‌نمایند ولی گروه اینترنتی مورد پژوهش هیچ‌گونه نظارتی بر فعالیت کاربران نداشته و بنابراین کاربران هر نوع پیامی را به راحتی در اختیار سایرین قرار می‌دهند. بنابراین این گروه اگرچه از محدودیت‌هایی جهت عضویت برخوردار بوده است اما پس از عضویت بر راحتی پیام‌ها دریافت و ارسال می‌گردد. از این نوع گروه‌ها در دنیای اینترنت قابل توجه بوده و در حال رشد نیز می‌باشند. به افرادی که با عضویت خود در این گروه پیام‌های آنرا دریافت می‌نمایند، گفته می‌شود و هدف این پژوهش مطالعه‌ی نمونه‌ای از اعضای این گروه است. گروه مورد مطالعه یکی از چندین گروه اینترنتی است که فعالیت بالایی در ارسال پیام به رایانامه اعضا دارد. از آن رو که بیان نام این گروه به دور از اخلاق پژوهش است، پژوهشگران نامی از آن نمی‌برند.

نوع فعالیت این گروه در زمینه‌های زیر است: ارسال پیام‌های اینترنتی به رایانامه اعضا، شامل: فیلم، کلیپ و داستان پورنوگرافی، ارسال متون مباحثه بین اعضا در ارتباط با مسائل پورنو و به میزان کمتر ارسال تبلیغات و موضوعات غیر پورنو. افراد با وارد کردن آدرس رایانامه در سایت مربوط به این گروه می‌توانند بدور از فیلترینگ پیام برای اعضای دیگر گروه فرستاده و خود نیز به راحتی پیام‌های آنان را دریافت کنند. نظارت خاصی بر این گروه حکمفرما 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. و علاقه‌مندی نیز به احساس رضایت در رفتار کاربران داشته و بیشتر جنبه‌ی فعلیت دارد تا ذهنیت. در نهایت نظارت اطرافیان نیز میزان اطلاع و کنترلی است که اطرافیان کاربران اعم از خانواده و دوستان در ارتباط با عضویت در گروه اینترنتی دارند.

### ۳. روش پژوهش

پژوهش حاضر به روش توصیفی پیمایشی انجام شده است. با توجه به این که دسترسی به پاسخگویان در این پژوهش ممکن نبوده است، بنابراین نیاز به طراحی پرسشنامه اینترنتی و دریافت نظرات پاسخگویان در نظر گرفته شده است. به این ترتیب پس از طراحی پرسشنامه در قالب یک پرسشنامه اینترنتی به رایانامه گروه اینترنتی ارسال گردید. روش‌های مختلفی برای ارسال پرسشنامه اینترنتی وجود دارد. از این بین پژوهشگران از روش متداول گوگل داکس (Google documents) سودجسته‌اند. در این روش پرسشنامه در قالب تحت وب (Web based: HTML) به رایانامه پاسخگویان (کاربران) ارسال می‌شود و یا اینکه می‌توان در سایتی خاص قرار داده و منتظر مشاهده پاسخ‌های پاسخگویان بود.

بنابراین، روش نمونه‌گیری بکار برده شده در این پژوهش از نوع نمونه‌گیری اتفاقی است. بدین ترتیب که پرسشنامه اینترنتی در اختیار کلیه کاربران قرار گرفته است و از این بین ۱۲۳ پاسخگو که بیش از ده درصد جامعه آماری است به پرسشنامه پاسخ داده‌اند، چون ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه مشابهت بالایی با تحقیقات دیگر دارد، لذا می‌توان به اعتبار بیرونی آن اطمینان یافت، همچنین از محدودیت‌های عمده‌ی این پژوهش عدم دسترسی به اعضا و لیست رایانامه آنها بوده است و این باعث استفاده از این روش نمونه‌گیری بوده است.

به منظور جذب بیشتر پاسخگویان جهت مشارکت در این نوع پیمایش‌ها، پرسشنامه‌ها به رایانامه اصلی گروه و در نتیجه به رایانامه همه اعضا ارسال گردید. پاسخ‌ها در قالب اینترنتی دریافت گردید. پس از آن داده‌ها وارد نرم‌افزار Spss شد و با استفاده از آمار توصیفی شامل شاخص‌های گرایش مرکزی و پراکندگی و آمار استنباطی که برای آزمون فرضیات با استفاده از آزمون‌های آنالیز واریانس، پیرسون و آزمون مقایسه میانگین مورد تحلیل قرار گرفت. به دلیل وجود نقص در برخی از پاسخ‌ها تعداد ۸ پرسشنامه حذف و در نهایت ۱۱۵ پرسشنامه مورد تحلیل قرار گرفت.

روایی پرسشنامه با توجه به محتوای سؤالات و ارتباط آنها با متغیرهای اصلی پژوهش به صورت صوری سنجیده شده و از نظر داوران (اساتید و صاحب‌نظران) این ابزار توانسته است در رابطه با متغیرها و مفاهیم پژوهش روا باشد. از سوی دیگر در مقایسه با برخی از پژوهش‌هایی که در رابطه با 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 وجود دارد و این نشان روایی معیار (criterion validity) پژوهش است (رک. نوابخش و همکاران، ۱۳۸۹؛ کفاشی، ۱۳۸۸). قابلیت اعتماد این ابزار نیز با توجه به ضریب آلفای کربنباخ 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 بازدیدی (۰.۶۴) و در نهایت در کل ابزار نیز (۰.۶۶) باشد. آزمون کولموگروف سمیرنوف (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Z Test) برای تمامی متغیرها انجام شد که از سطح ۰/۰۵ درصد بالاتر بوده بنابراین نرمال می‌باشند (P-value > ۰/۰۵).

#### ۴. یافته‌ها

##### ۱.۴ یافته‌های توصیفی

جدول شماره (۱) توصیف متغیرهای زمینه‌ای را نشان می‌دهد، ۸۶ درصد از کل اعضا مرد و ۱۴ درصد زن است. بیشتر اعضا در گروه سنی بین ۲۵ تا سی سال (۳۰ درصد) و کمترین آنها در گروه سنی ۱۰ تا ۱۵ سال (۳ درصد) قرار دارند و میانگین سنی ۲۵.۶ سال است. بیشتر اعضا دارای مدرک تحصیلی کارشناسی (۴۱ درصد) و کمترین آنها دارای مدرک راهنمایی

(۴درصد) است. تفاوت درصدهای فوق با توجه به سطح معناداری آماره‌ی کای اسکوتر معنادار می‌باشد.

جدول شماره ۱. توصیف جنسیت، سن و تحصیلات پاسخگویان

پایه تحصیلی	جنسیت		سن							تحصیلات				
	مرد	زن	۱۰-۱۵	۱۶-۲۱	۲۲-۲۴	۲۵-۳۰	۳۰-۳۵	۳۵-۴۰	میانگین	راهبرانی	دیپلم	کارشناسی	کارشناسی ارشد	
درصد	۸۲	۱۲	۲	۷	۱۵	۲۱	۳۰	۳۳	۲۱.۵	۴	۱۷	۲۸	۴۱	۱۰
$\chi^2$	۵۱.۸۴		۴۱.۳							۳۸.۷				
Sig	۰.۰۰۰		۰.۰۰۰							۰.۰۰۰				

همچنین جدول شماره (۲) نشان می‌دهد که بیشتر اعضا دارای شغل آزاد (۴۲ درصد)، و کمترین آنها دارای شغل دولتی (۲۰ درصد) می‌باشند و ۸ درصد شغلی ندارند. ۷۲ درصد پاسخگویان مجرد، ۲۵ درصد متأهل و ۳ درصد مطلقه هستند. تفاوت درصدهای فوق با توجه به سطح معناداری آماره‌ی کای اسکوتر معنادار می‌باشد.

جدول شماره ۲. توصیف نوع شغل و وضعیت تأهل پاسخگویان

متغیر	نوع شغل						وضعیت تأهل	
	دولتی	آزاد	محصل	غیر شاغل	مجرد	متأهل	مطلقه	
درصد	۲۰	۴۲	۳۰	۸	۷۲	۲۵	۳	
$\chi^2$	۴۱.۴						۳۱.۶	
Sig	۰.۰۰۱						۰.۰۰۰	

جدول شماره (۳) ویژگی‌های گروهی کاربران را نشان می‌دهد. مدت عضویت: ۸۲ درصد کاربران کمتر از یکسال و ۱۸ درصد 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 درصد پاسخگویان بیان داشته‌اند که تمایل دارند به عضویت خود ادامه دهند، ۴ درصد نظر منفی در این زمینه داشته و ۱۵ درصد نیز نظری ندارند. تفاوت درصدها از نظر آماری معنادار است.

۱۲۲ تبیین جامعه‌شناختی عوامل مرتبط با عضویت، بازدید و ماندگاری کاربران در گروه‌های ...

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

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

جدول شماره ۳. توصیف ویژگی‌های گروه

متغیر	روش آشنایی با گروه			پیشنهاد دادن گروه			تداوم عضویت در گروه		مدت زمان عضویت در گروه		
	جستجو در اینترنت	دوستان	تبلیغات	بلی	خیر	بی‌نظر	بلی	خیر	بی‌نظر	< ۱ سال	> ۱ سال
درصد	۸۰	۱۱	۹	۵۷	۱۸	۲۵	۸۱	۴	۱۵	۱۸	۸۲
$\chi^2$	۳۷.۲			۲۵.۷			۳۷.۲		۱۶.۹		
Sig	۰.۰۱			۰.۰۰۰			۰.۰۰۲		۰.۰۰۳		

**میزان بازدید:** توصیف پاسخگویان برحسب میزان بازدید از رایانامه خود در ارتباط با پیام‌های گروه در جدول شماره (۴) آمده است که نشان می‌دهد، میانگین بازدید هفتگی کاربران از پیام‌های ارسالی گروه ۱۳.۷ بار می‌باشد یعنی بطور متوسط روزی دوبار. همچنین جدول فوق نشان از آن دارد که بیشترین بازدیدها (۴۰ درصد) به میزان بیش از ۱۵ بار و کمترین آن (۴. درصد) یک تا ۵ بار در هفته است. تفاوت درصدها از نظر آماری معنادار است.

جدول شماره ۴. توصیف پاسخگویان برحسب میزان بازدید پیام‌های گروه

بازدید هفتگی (دفعه)	۵-۱	۱۰-۵	۱۰-۱۵	> ۱۵	میانگین	انحراف معیار	$\chi^2$	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 رابطه با اینکه کدامیک از بخش‌های گروه و پیام‌های ارسالی برای آنها جذابیت داشته و استقبال کرده‌اند، در جدول شماره پنج آورده شده است. گفتنی است هر کاربر می‌توانست چندین گزینه را انتخاب

نماید. نتایج نشان از آن دارد که بیشترین استقبال کاربران به ترتیب اهمیت از کلیپ‌های پورنوگرافی (۲۵ درصد)، عکس‌های پورنوگرافی (۲۴ درصد)، داستان‌های پورنوگرافی (۲۳ درصد)، مطالب غیر پورنوگرافی (۱۸ درصد)، مباحث اعضا (۶ درصد) و تبلیغات (۴ درصد) می‌باشد. تفاوت درصدها از نظر آماری معنادار است.

جدول شماره (۵): توصیف پاسخگویان بر حسب نوع پیام‌های موردعلاقه گروه اینترنتی

نوع پیام موردعلاقه	فراوانی	درصد
کلیپ‌های پورنوگرافی	۷۵	۲۵
عکس‌های پورنوگرافی	۷۲	۲۴
داستان‌های پورنوگرافی	۶۷	۲۳
مطالب خواندنی غیر پورنوگرافی	۵۵	۱۸
صحبت‌ها و مباحث اعضا	۱۹	۶
تبلیغات	۱۲	۴
	۶۰.۷	
		χ <sup>2</sup>
		۰.۰۰۰
		Sig

رضایت کاربران از عضویت در گروه و پیام‌های آن: جدول شماره شش نشان می‌دهد ۸۵ درصد کاربران از عضویت در گروه، ۸۲ درصد کاربران از مطالب پورنو، ۶۸ درصد کاربران از مطالب غیر پورنو، ۳۳ درصد کاربران از تبلیغات و ۳۴ درصد از مباحثه رضایت متوسط به بالا دارند. تفاوت درصدها نیز معنادار است.

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

عضویت در گروه	مطالب پورنوگرافی	مطالب غیر پورنوگرافی	مباحثه و گفتگو	تبلیغات	
خیلی کم	۷	۱۴	۴۴	۴۲	
کم	۶	۱۱	۱۶	۱۸	
متوسط	۲۰	۲۷	۱۴	۱۷	
زیاد	۳۰	۲۵	۹	۹	
خیلی زیاد	۳۲	۱۶	۱۱	۷	
بی جواب	۵	۷	۶	۷	
	۴۲.۹	Sig	۰.۰۰۱		χ <sup>2</sup>

**ارسال مطالب:** جدول شماره هفت نشان می‌دهد ۱۷ درصد کاربران تمایل به ارسال مطالب پورنوگرافی، ۲۱ درصد مطالب غیر پورنوگرافی، ۶ درصد تبلیغات و ۱۰ درصد مباحثه و گفتگو برای اعضا دارند. تفاوت درصدها معنادار است.

جدول شماره (۸): علایق کاربران در ارسال مطالب گوناگون به اعضای گروه

Sig	$\chi^2$	مباحثه و گفتگو			تبلیغات			مطالب غیر پورنوگرافی			مطالب پورنوگرافی		
		بی‌نظر	خیر	بله	بی‌نظر	خیر	بله	بی‌نظر	خیر	بله	بی‌نظر	خیر	بله
.۰۰	۳	۳۴	۵۶	۱۰	۳۲	۶۲	۶	۳۰	۴۹	۲۱	۲۸	۵۵	۱۷
۰	۷۱												درصد

**عضویت در سایر گروه‌ها:** جدول شماره هشت نشان می‌دهد، بیشتر کاربران یعنی ۴۸ درصد در گروه های علمی، ۵۷ درصد در گروه‌های سرگرمی، ۵۰ درصد در گروه‌های خبری و ۳۷ درصد نیز در سایر گروه‌ها، ۲۲ درصد در سایر گروه‌های پورنوگرافی، ۲۳ درصد در گروه‌های درسی، ۱۵ درصد در گروه‌های تبلیغاتی، ۲۷ درصد ادبی عضو می‌باشند. تفاوت درصدها معنادار است.

جدول شماره (۹): 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
بی‌نظر	۱۳	۱۶	۱۹	۱۴	۱۲	۱۶	۱۴	۳۰
$\chi^2$	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 شماره نه نشان می‌دهد، ۸۰ درصد کاربران به دلیل علاقه به موضوعات پورنوگرافی، ۴۹ درصد به دلیل تنها بودن و نبود دوستی با جنس مخالف، ۶۳ درصد به دلیل پرکردن اوقات فراغت، ۶۴ درصد به دلیل آشنایی با پورنو و یافتن شریک جنسی و ۴۸ درصد به سایر دلایل عضویت در گروه را پذیرفته‌اند. گفتنی است کاربران می‌توانستند چندین دلیل را نام ببرند. تفاوت درصدها معنادار است.



جدول شماره (۱۰): دلایل عضویت کاربران در گروه اینترنتی غیراخلاقی

درصد	علاقه به موضوعات پورنوگرافی	تنها بودن و نبود دوستی با جنس مخالف	پرکردن اوقات فراغت	آشنایی با پورنو و یافتن شریک جنسی	سایر موارد
بله	۸۰	۴۹	۶۳	۶۴	۴۸
خیر	۹	۲۸	۱۴	۲۲	۱۴
بی نظر	۱۱	۲۳	۲۳	۱۴	۳۸
$\chi^2$	۱۱.۶	۱۳.۴	۱۰.۵	۱۳.۴	۱۲.۹
Sig	۰.۰۰	۰.۰۲	۰.۰۲	۰.۰۳	۰.۰۰

**نظارت اطرافیان:** جدول شماره (۱۱) نشان می‌دهد، ۷۹ درصد والدین کاربران، ۷۰ درصد برادران و ۷۷ درصد خواهران آنان، ۴۳ درصد دوستان نزدیک و ۷۷ درصد مشاورین کاربران از عضویت آنان در این گروه اطلاع نداشته و بنابراین بر آنان نظارت ندارند. قابل توجه این که در بین کسانی که از عضویت کاربر اطلاع دارند بیشترین درصد یعنی ۴۰ درصد مربوط به دوستان نزدیک است.

جدول شماره (۱۱): میزان اطلاع و نظارت اطرافیان در رابطه با عضویت کاربر در این گروه (درصد)

والدین	برادر	خواهر	دوستان نزدیک	مشاورین	
-	۹	۵	۴۰	۲	بله اطلاع دارند
۷۹	۷۰	۷۷	۴۳	۷۷	خیر اطلاع ندارند
۲۱	۲۱	۱۸	۱۷	۲۱	بی جواب

**ارتباط دلایل عضویت:** یافته‌های جدول شماره (۱۲) نشان می‌دهد میزان رضایت دلایل عضویت و میزان بازدید برحسب، دلایل عضویت متفاوت است. کاربرانی که به دلیل علاقه به موضوعات پورنوگرافی اقدام به عضویت در گروه نموده‌اند (۲.  $۰.۳ \pm ۰.۴$ ) بیشترین میانگین رضایت را از گروه داشته و کاربرانی که به علت پر کردن اوقات فراغت (۸.  $۰.۶ \pm ۰.۳$ ) اقدام به عضویت در گروه نموده‌اند کمترین رضایت را از این گروه دارند. لذا می‌توان گفت دلایل عضویت بر میزان رضایت از گروه تاثیر معنادار دارد ( $P\text{-value} < ۰.۰۵$ ).

## ۲.۴ یافته‌های استنباطی

همچنین کاربرانی که به دلیل علاقه به موضوعات پورنوگرافی اقدام به عضویت در گروه نموده‌اند ( $15.6 \pm 3.0$ ) بیشترین بازدید را از محتویات پیام گروه داشته و کاربرانی که به علت تنها بودن ( $11.5 \pm 1.3$ ) اقدام به عضویت در گروه نموده‌اند کمترین بازدید را از این گروه دارند. لذا می‌توان گفت دلایل عضویت بر میزان بازدید از محتویات پیام گروه غیراخلاقی تأثیر معنادار دارد ( $P\text{-value} < 0.05$ ).

جدول شماره (۱۲): مقایسه میانگین بین متغیرهای دلایل عضویت و میزان رضایت از گروه و بازدید از پیام گروه

میزان بازدید		دلایل عضویت	
میانگین	معیار F	میانگین	معیار F
۱۵.۶	۰.۳	علاقه به موضوعات پورنوگرافی	
۱۱.۵	۱.۳	تنها بودن و نبود دوستی با جنس مخالف	۰.۰۱
۱۳.۹	۰.۴	پرکردن اوقات فراغت	
۱۴	۰.۷	آشنایی با پورنو و یافتن شریک جنسی	
۱۴.۱	۰.۶	سایر موارد	

ارتباط سن و تحصیلات: جدول شماره (۱۳) رابطه همبستگی اسپیرمن بین دو متغیر سن و تحصیلات با متغیر میزان بازدید

جدول شماره (۱۳): رابطه بین متغیرهای سن و تحصیلات با میزان رضایت از گروه و بازدید از پیام گروه

میزان بازدید	معیار F	میانگین	معیار F
میزان همبستگی	۰.۲۷	سن	۰.۱۸
میزان بازدید	۰.۰۳	معیار F	۰.۰۴
تعداد	۱۱۵	تعداد	۱۱۵

را می‌سنجد. چون رابطه یک متغیری است لذا می‌توان ضریب همبستگی را به عنوان ضریب تأثیر پذیرفت. نتایج نشان می‌دهد، بین سن ( $R=0.27$ )، 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 تاثیر 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 شماره (۱۴)، نشان می‌دهد، میانگین بازدید از پیام‌های گروه به ترتیب توسط مردان (۱۴.۶) از زنان (۱۲.۸) بیشتر است. همچنین میانگین بازدید از پیام‌های گروه به ترتیب توسط مجردین (۱۳.۹) از متأهلین (۱۰.۷) بیشتر است. و نیز میانگین بازدید بیکاران (۱۴.۳) از شاغلین (۹.۷) بیشتر است ( $P\text{-value} < 0.05$ ).

جدول شماره (۱۴): آزمون تفاوت میانگین میزان بازدید پیام‌ها از گروه برحسب جنسیت، تأهل و اشتغال

متغیر اصلی	ابعاد	میزان بازدید از گروه		
		میانگین	انحراف معیار	T
جنسیت	مرد	۱۴.۶	۳.۶	۳.۴
	زن	۱۲.۸	۲.۳	۰.۰۲
اشتغال	شاغل	۹.۷	۱.۲	۴.۲
	بیکار	۱۴.۳	۳.۱	۰.۰۱
تأهل	مجرد	۱۳.۹	۱.۲	۰.۰۴
	متأهل	۱۰.۷	۱.۷	۲

**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 هر کدام از پاسخگویان نمره‌ای به معنای تعداد اطرافیان ناظر بر استفاده آنها از گروه اینترنتی که بین صفر تا ۵ می‌باشد، داده شده است. همچنین ابعاد رضایتی پاسخگویان نیز ترکیب شده و نمره‌ی هر فرد در بازه‌ی صفر تا پنج در نظر گرفته شده است.

برای هر پاسخگو در رابطه با عضویت در سایر گروه‌ها نیز نمره‌ای اختصاص داده شد. به طوریکه در صورت عضویت نمره یک و در صورت عدم عضویت نمره صفر گرفته و میزان کل عضویت وی عددی بین صفر تا هشت بدست آمده است. هر چه این عدد بزرگتر باشد نشان دهنده‌ی عضویت و در نتیجه بالا بودن استفاده کاربر از گروه‌ها می‌باشد.

جدول شماره (۱۵)، تأثیر این سه شاخص را بر میزان بازدید کاربران از پیام‌های این گروه نشان می‌دهد.

جدول شماره (۱۵): رابطه بین متغیرهای سن و تحصیلات با میزان رضایت از گروه و بازدید از پیام گروه

میزان نظارت اطرافیان	میزان رضایت از پیام‌ها	عضویت در سایر گروه‌ها		
میزان همبستگی	۰.۳۷-	۰.۴۲	۰.۲۷	میزان بازدید از گروه
معناداری	۰.۰۱	۰.۰۰	۰.۰۴	
تعداد	۱۱۵	۱۱۵	۱۱۵	

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 شد است. جدول شماره (۱۶) یافته‌های مربوط به این آزمون را نشان می‌دهد. گفتنی است متغیرهای مستقل در این آزمون عبارتند 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 نیز روش اینتر می‌باشد.

جدول شماره (۱۶): 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 شماره (۱۶) نشان می‌دهد، متغیرهای میزان رضایت از گروه ( $\beta=0.37$ )، میزان عضویت در سایر گروه‌ها ( $\beta=0.25$ ) و میزان نظارت اطرافیان ( $\beta=-0.32$ )، متغیر سن ( $\beta=0.24$ ) و میزان تحصیلات ( $\beta=0.15$ ) در کنار یکدیگر ۶۷ درصد متغیر وابسته یعنی میزان

بازدید کاربران از پیام‌های این گروه را تبیین نموده‌اند. با توجه به میزان آماره‌ی آنالیز واریانس و سطح معناداری آن نیز می‌توان مدل رگرسیونی را در حد مناسبی ارزیابی نمود ( $P\text{-value} < 0/05$ ).

## ۵. نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر به دنبال واریسی و کنکاش در وضعیت اجتماعی اعضای گروه‌های اینترنتی غیر اخلاقی بود. این موضوع از آن جهت حائز اهمیت است که این گروه‌ها از حالت رایانامه‌ای توسعه یافته و به گروه‌های موبایل نیز رسیده‌اند. همچنین دسترسی نوجوانان نیز به موبایل و وسایل الکترونیکی بیشتر شده و نظارت والدین نیز بر آنها کمتر شده است و این دو سبب رسوخ هرچه بیشتر این فضاها در اذهان و رفتار نوجوانان و جوانان گردیده است. پژوهش حاضر سعی نمود ویژگی‌های چندگانه اعضای این گروه‌های اینترنتی را روشن سازد. بر اساس آخرین اطلاعات سایت مرور فیلترینگ اینترنت (IFR: Internet filter review) در هر ثانیه ۲۸ هزار نفر در جهان از مطالب، صفحات و محتواهای غیر اخلاقی بازدید می‌کنند. سن بازدید از این صفحات و در معرض قرار گرفتن این نوع صفحات نیز ۱۱ سال است (آمار پورنوگرافی اینترنتی، ۲۰۱۶).

یافته‌های توصیفی پژوهش نشان می‌دهد، بیشتر کاربران، مردان مجرد با میانگین سنی ۲۶ سال دارای مدرک کارشناسی و شغل آزاد هستند که با تحقیقات پیشین همسویی دارد (کاپلان، ۲۰۰۲ و هامان و جانسون، ۲۰۰۷). بیشتر این کاربران کمتر از یک سال عضو گروه بوده و درصد بالایی از طریق جستجو 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، بیشتر استقبال کاربران از کلیپ‌های پورنوگرافی بوده و بیشترین رضایت از مطالب پورنو بوده و درصد بالایی از کاربران علاقه به موضوعات پورنوگرافی داشته و بیشتر آنها نظارتی از طرف اطرافیان مشاهده نمی‌کنند (همسو با سولر، ۲۰۰۷ و فای، ۲۰۰۴).

یافته‌های استنباطی پژوهش نیز نشان می‌دهد، از آن رو که هدف اصلی این گروه ارسال پیام‌هایی با محتوای پورنوگرافی است بنابراین کاربرانی که موضوعات پورنوگرافی علاقه‌مند هستند بیشترین رضایت و بازدید را از این گروه داشته‌اند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت

هدف اصلی جستجو و پیوستن به این گروه در نظر کاربران استفاده از این نوع پیام‌هاست. این موضوع به گونه‌ایست 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. هر چقدر رضایت کاربران از پیام‌های گروه بیشتر باشد، میزان بازدیدی آنها از این پیام‌ها بیشتر است. هر چقدر علاقه‌مندی به موضوعات گروه بیشتر باشد، میزان بازدیدی از پیام‌های گروه بیشتر است. هر چقدر نظارت اطرافیان کمتر باشد، میزان بازدیدی از پیام‌های گروه بیشتر است. هر چقدر عضویت کاربران در سایر گروه‌های اینترنتی بیشتر باشد، میزان بازدیدی از پیام‌های گروه بیشتر است. دلایل عضویت کاربران در این گروه با میزان بازدیدی آنان از پیام‌های گروه ارتباط دارد. و در نهایت متغیرهای زمینه‌ای (سن، جنسیت، وضعیت تأهل و نوع شغل) کاربران با میزان بازدیدی و رضایت آنان از پیام‌های گروه رابطه دارد.

جوانان بین ۲۰ تا ۳۰ سال مخاطب اصلی این گروه‌ها هستند و در اوج توانمندی جوانی خود به پیوستن به این گروه‌ها اوقات فراغت خود را با موضوعات غیراخلاقی می‌گذرانند، بنابراین سن متغیر مهمی در بررسی این نوع پژوهش‌ها به شمار می‌رود. در نهایت تحصیلات که به سن وابسته است تأیید دیگری بر این مدعاست. میانگین بازدیدی و رضایت از پیام‌های گروه توسط مردان از زنان و مجردین از متأهلین بیشتر ولی میانگین رضایت شاغلین از بیکاران بیشتر اما بازدیدی بالعکس می‌باشد (همسو با تاسی، ۲۰۰۱ و کرونبلم، ۲۰۰۷). بنابراین با توجه به یافته‌های این پژوهش می‌توان استنباط نمود، سرعت بالا، سهولت و ارزانی اینترنت و فضای مجازی و برقراری ارتباط بین فردی در آن (هکما، ۲۰۰۴).

یافته‌ها از سوی دیگر لزوم تأکید هرچه بیشتر بر نظارت والدین را نشان داده است به طوری که این مسئله هرچقدر قوت می‌گیرد میزان بازدیدی کاربران کاهش می‌یابد (همسو با یانگ، ۲۰۰۱). رشد پدیده‌ی پورنوگرافی در اینترنت (یانگ، ۲۰۰۱)، سبب گردیده است این گروه با تهدیدات جدی روانی و اخلاقی روبرو شوند (همسو با پرویزی و همکاران، ۱۳۸۳؛ وو و همکاران، ۲۰۰۴). اگرچه این پژوهش به بخشی از مفاسد غیر اخلاقی در اینترنت می‌پردازد اما، مطالعه و شناخت عمق این مسئله‌ی اجتماعی، خانوادگی و روانی بیش از پیش احساس شده و بنابراین لزوم توجه به این پدیده مهم جلوه نموده و همت والای مدیران و دست‌اندرکاران فناوری اطلاعات و ارتباطات مجازی را می‌طلبد.

## ۶. پیشنهادهای پژوهش

### ۱.۶ پیشنهادهای کاربردی

بایستی در مسیر آموزش اخلاق استفاده از فضای مجازی گام برداشته و در مراکز ارائه خدمات اینترنتی نظارت بیشتری صورت گیرد. با توجه به یافته‌های این پژوهش خانواده نیز نظارت کافی بر گشت‌زنی اینترنتی فرزندان خود ندارند و بایستی نظارت خود را بالا برده و هشدارهای لازم در رابطه با عواقب این پدیده را به کودکان خود گوشزد نمایند. تقویت وبسایت‌ها و پایگاه‌های مجازی اخلاقی، سرگرمی و تفریحی ویژه‌ی جوانان نیز بایستی در دستور کار مسئولین واقع گردد 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 می‌باشند، به نظر می‌رسد هر نفر اطرافیان خود را نسبت به این مسائل متذکر شده و آنها را به سمت و سوی رفتارهای مثبت سوق دهد. نبود محتوای مناسب در اینترنت، وجود زمان فراغت و همچنین ارتباطات خارج از قاعده و ضابطه نوجوانان نیز به این مسائل دامن می‌زند که لازم است در راستای مدیریت آنها قدم‌های جمعی برداشته شود.

### ۲.۶ پیشنهادهای پژوهشی

آنگونه که آمد این پژوهش از محدود پژوهش‌های مرتبط با رفتارهای غیراخلاقی در فضای مجازی است. بر اساس یافته‌ها و نقطه نظر 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 مورد نیاز نوجوانان و جوانان، بررسی محتواهای آموزش رفتار سالم جنسی در فضاهای مجازی و گروه‌های اینترنتی، تحلیل محتوای گروه‌های اینترنتی و موبایلی غیراخلاقی ارائه می‌گردد.

## کتاب‌نامه

پرویزی س. احمدی ف. و نیکبخت نصرآبادی ع. (۱۳۸۳). اعتیاد از نگاه نوجوانان، فصلنامه‌ی اندیشه و رفتار زمستان، صص ۲۵ تا ۲۵۷.

- صانع پور، مریم (۱۳۹۰)، هویت در عصر رسانه‌های دیجیتال، مطالعات میان‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال اول، شماره دوم، پاییز و زمستان ۱۳۹۰، صص ۱۱۵ - ۱۳۰
- عاملی، س. (۱۳۸۵). فردگرایی جدید و تلفن همراه تکنولوژی فردگرایی و هویت، مجله‌ی اینترنتی رسانه‌ی جهانی <http://dcsfs.ut.ac.ir/gmj>
- کاستلز، م. و واینس، م. (۱۳۸۴). گفتگوهای با امانوئل کاستلز، ترجمه‌ی حسن چادوشیان، تهران: نشر نی.
- کفاشی، م. (۱۳۸۸). بررسی تاثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده، نشریه‌ی پژوهش اجتماعی تابستان؛ ۲(۳): ۵۵-۷۶.
- گرگی، ع. (۱۳۸۵). اینترنت و هویت، فصلنامه مطالعات ملی ۲۵، سال هفتم، شماره یک.
- 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، پژوهش، پژوهشکده تحقیقات-اسلامی، معاونت تحقیقات غیر صنعتی، اداره تحقیقات و خودکفایی.
- نوابخش، م. هاشم‌نژاد ف. و زادشم‌پور و. (۱۳۸۹). بررسی آثار اینترنت و موبایل در تغییر هویت جوانان ۱۵-۲۹ سال استان مازندران، نشریه‌ی جامعه‌شناسی مطالعات جوانان تابستان؛ ۱(۱): ۱۴۵-۱۷۰.
- نیکبخت نصرآبادی، ع و همکاران. (۱۳۸۴). تجارب حرفه‌ای شدن پرستاران در آغاز ورود به مرحله بالینی پرستاری در ایران، مجله حیات. زمستان؛ ۳(۳): ۸.
- ویندال، س. و همکاران. (۱۳۷۶). کاربرد نظریه ارتباطات، ترجمه علی‌رضا دهقان، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات و رسانه‌ها.

- Ally, M. (2003). Foundations of Educational Theory for Online Learning, in T. Anderson, T & Elloumi, F. (2007). Theory and Practice of Online Learning, Athabasca, Athabasca University.
- Barak, A., & Fisher, W. A. (2005). The future of Internet sexuality. In A. Cooper (Ed.), Sex and the Internet: A guidebook for clinicians (pp. 263-280). New York: Rutledge.
- Bickford, D.J. & Wright, D.J. (2006). Community: The Hidden Context For Learning Available at <http://www.educause.edu.learningspacesch4>.
- Caplan SE. (2002). Problematic internet use and psychosocial well-being: Development of a theory-based cognitive behavioral measurement instrument. *Compute Hum Beh*; 18:553-75.
- Carnes, P. J. (2001). Cybersex, courtship, and escalating arousal: Factors in addictive sexual desire. *Sexual Addiction & Compulsivity*, 8, 45-78.
- Fahy, P. 2004. Media Characteristics and Online Learning Technology, in T. Anderson & F. Elloumi, Theory and Practice of Online Learning, Athabasca: Athabasca University press.
- Hamill, j. (2008). Internet porn encourages Teenagers to have sex early, Sunday Herald, v.345.



- Hammaren, N., & Johansson, T. (2007). Hegemonic masculinity and pornography: Young people's attitudes toward and relations to pornography. *Journal of Men's Studies*, 15, 57-71.
- Hekma, G. (2004). *Sexualities*. Free university Amsterdam.
- Internet Pornography Statistics,(2016), [internet-filter-review.toptenreviews.com/internet-pornography-statistics.html](http://internet-filter-review.toptenreviews.com/internet-pornography-statistics.html)
- Kornblum, J. (2007). Intersexes, us today: [www.ustoday.com](http://www.ustoday.com)
- Lapuse L.V, (1987). *Philipino marriages in crisis*, Quezen city: New Day Pub.
- Suler, J. (2007), "psychology of cyberspace", *Science Monitor*.
- Taci, C. L. (2001). *Developing an Interment attitude scale for high school student*" Black Coach press, London.
- Turkel, A.R. (2004). The hand that rocks the cradle rocks the boat: the Empowerment of women. *Journal of the American Academy of Psychoanalysis & Dynamic psychiatry*, 32(1), 41-53.
- Vandermassen, G. (2004). Sexual selection: A tale of male bias and feminist denial. *European journal of Women's studies*. 11(1), 2-26.
- Wu N.s, Lu, Y: sterling, S and Weisner. C, (2004). family environment factors and substance abuse severity in an HMO adolescent treatment population, *Journal of clin pediaatra (phila)*; 43 (4): 323-333.
- Young, K. S. (2001). *Tangled in the Web: Understanding cybersex from fantasy to addiction*. Bloomington, IN: Author house.
- Vandenbosch, L., van Oosten, A., & Peter, J. (2016). The role of Internet pornography in adolescents' orientation towards sexual performance: A longitudinal study.
- Grubbs, J. B., Volk, F., Exline, J. J., & Pargament, K. I. (2015). Internet pornography use: Perceived addiction, psychological distress, and the validation of a brief measure. *Journal of sex & marital therapy*, 41(1), 83-106.