

# اخلاق در فضای مجازی: بررسی عوامل مرتبط با عضویت، میزان بازدید و ماندگاری افراد در گروه‌های اینترنتی غیر اخلاقی

حمید مسعودی، دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد

عده دار مکاتبات Massoudi@stu.um.ac.ir

حسین بهروان، استاد گروه علوم اجتماعی، دانشگاه فردوسی مشهد

تاریخ دریافت مقاله: مرداد ۹۳ تاریخ پذیرش نهایی: مهر ۹۳

## چکیده

پژوهش حاضر به بررسی عوامل مرتبط با میزان بازدید از محتوای پیام در گروه‌های اینترنتی غیراخلاقی یا پورنوگرافی می‌پردازد. این هدف با توجه به ورود اینترنت به دنیای ارتباطی جوانان و در نتیجه دسترسی سریع، آسان و متنوع آنان به تصاویر، فیلم‌ها و داستان‌های پورنوگرافی در نظر گرفته شده است. روش پژوهش پیمایش و ابزار آن پرسشنامه بسته پاسخ اینترنتی بود. جامعه آماری را کلیه کاربران عضو اینترنتی غیراخلاقی تشکیل داده و پس از ارسال پرسشنامه به رایانامه این کاربران، تعداد ۱۱۵ کاربر پاسخ‌های خود را برای پژوهشگران ارسال نمودند. یافته‌ها نشان می‌دهد، بیشتر کاربران عضو این گروه غیر اخلاقی، مردان مجرد با میانگین سنی ۲۶ سال بوده و بیشتر دارای مدرک کارشناسی و شغل آزاد هستند. ۸۲ درصد کاربران کمتر از یک سال عضو گروه بوده و ۸۰ درصد از طریق جستجو در اینترنت با این گروه آشنا شده‌اند. ۵۷ درصد کاربران عضویت در این گروه را به دیگران پیشنهاد می‌دهند و ۸۱ درصد نیز تمایل دارند به عضویت خود ادامه دهند. میانگین بازدید هفتگی کاربران از پیام‌های ارسالی گروه ۷.۱۳ بار است. ۸۰ درصد به موضوعات پورنوگرافی علاقه داشته و ۸۲ درصد از مطالب پورنو رضایت‌مندند. ۶۰ درصد کاربران از طرف اطرافیان نظارت نمی‌شدند. همچنین نتایج نشان داد کاربرانی که به موضوعات پورنوگرافی بیشتر علاقه‌مند هستند، بیشترین بازدید از محتوای غیراخلاقی را دارند. سن، تحصیلات و رضایت از گروه اینترنتی با میزان بازدید از محتوای غیراخلاقی گروه رابطه مستقیم و معنادار داشت. میانگین بازدید از محتوای غیراخلاقی گروه در مردان بیشتر از زنان، و مجردین بیشتر از متأهلین، در بیکاران بیشتر از شاغلین بود. در نهایت بین میزان رضایت از محتوای 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.

## واژگان کلیدی

گروه‌های اینترنتی، پورنوگرافی، پرسشنامه اینترنتی، اخلاق در فضای مجازی.

## 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<sup>۱</sup>، ۲۰۰۴)

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 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 موجب رفاه و آسایش خانواده‌ها را فراهم نموده است، در عین حال می‌تواند به عنوان عاملی تهدیدکننده برای خانواده‌ها محسوب شود، ویژگی‌های منحصربفرد 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)

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 به‌وجود 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، چنان که بر اساس آمار جهانی از ۳۸ درصد کل جمعیت کشور در سال ۲۰۰۰ به ۴۳.۲ درصد در سال ۲۰۱۰ رسیده است. این درحالی است که ۹۲۲ میلیون نفر در آسیا و ۲۰۸۷ میلیون نفر در جهان از اینترنت استفاده می‌کنند. (منبع: IWS)<sup>۲</sup> بنابراین دنیای اینترنت توانسته است جای خود را در میان نظام تعاملات اجتماعی و فردی و بنابراین برطرف‌نمودن 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)

مطالعه آسیب‌شناسی و تعیین آسیب‌پذیری‌های جوانان گام اساسی در مصون‌سازی آنها در برابر تغییرات ارزشی و فرهنگی است. (مردان‌پور، ۱۳۷۸) لاپوز<sup>۳</sup> (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)

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<sup>۴</sup>، ۲۰۰۴)

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. به طوری که، هکما<sup>۵</sup> (۲۰۰۴)، معتقد است، والدین به‌علت مسائل اخلاقی به

2. <http://www.internetworldstats.com.me.ir.htm>

3. Lapuse L.V

4. Vandermassen, G.

5. Hekma, G.

1. Wu N.s, Lu, Ysterling, S and Weisner. C

حجم غیرقابل باوری از این هرزه‌نگاری‌ها در اینترنت بدست خواهد آمد. (گزارش پژوهش ملی امریکا، ۲۰۰۶) در تحقیقات صورت گرفته در این زمینه فقط در یک ماه ۷۲ میلیون نفر از سایت‌های هرزه‌نگاری بازدید نموده‌اند که بیشترین بازدیدکننده از این سایت‌ها را نوجوانان ۱۲ تا ۱۷ سال تشکیل می‌دادند. (گزارش آماری رسانه امنیت خانواده<sup>۷</sup>، ۲۰۰۵)

مسئله اصلی در بازدید از سایت‌های پورنو و عضویت در این نوع گروه‌ها، مسائل اخلاقی و خطراتی است که پیامدهای این رفتار در فضای مجازی دارد. در شرایطی که ابزارهای تولید و توزیع تفکر، دانش و فرهنگ در اشکال جدید و با موارد مصرف چندگانه‌ای که دارند، افق جدیدی را در اخلاق مدرن پیش روی افراد می‌گشایند، تزلزل در همه مبانی سنتی و مذهبی گذشته و عدم وابستگی به یک نظام هنجاری الهی و متافیزیکی در حال گسترش می‌باشد. استیلا سیاسی و اقتصادی بر فضاهاى مجازی به مفهوم دخالت منظم طبقه حاکم بر توده‌ها، نظم‌دهی ارزش‌ها، رفتارها و هویت ملت‌هاست و در جامعه اطلاعاتی، تحت تاثیر فرهنگ غرب، تبعیض خاصی را در تبادل عناصر فرهنگی - اخلاقی ایجاد نموده که با تغذیه جوامع و تاثیر بر ذهنیت‌ها نوع جدیدی از مناسبات اخلاقی را طراحی می‌کند. (بختیاری، ۱۳۹۱)

از طرف دیگر، پیشرفت فناوری و در راستای توسعه و سال ارتباطی و اطلاعاتی که رابطه‌ای مستقیم با جامعه دارند و بر افکار عمومی مؤثر هستند، بیانگر اهمیت آن در تمامی ابعاد جامعه جهانی است و قرن حاضر عصر تبادل اطلاعات است. بنابراین امروزه کشورها برای دستیابی به اهداف و منابع خود در سایر نقاط جهان از این فناوری‌ها، بهره‌های فراوانی می‌برند. وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، سازمان نظام صنفی رایانه‌ای کشور، دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی به‌عنوان عرضه کنندگان و تبیین‌کنندگان سیاست کلی فناوری اطلاعات در کشور نقش اساسی در تعیین جایگاه اخلاق و مسائل اخلاقی کاربران و تأثیرات آن در جامعه دارند. (پورنقدی، ۱۳۸۸)

تربیت جنسی فرزندان خود توجه مطلوبی نداشته و فرزندان اطلاعات جنسی خود را از طریق تجربیات خود و یا دوستان کسب می‌کنند. همچنین، ترکل<sup>۶</sup> (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)

بیک فورد و رایت (۲۰۰۶) استفاده از اینترنت را با سبک، فضا و محیط زندگی فرد و فای (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 ایمیل، 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 و کرونبوم، ۲۰۰۷)

شخصیت افراد در اینترنت انواع گوناگونی دارد، از جمله، شخصیت خودشیفته، انزواطلب، شکاک، بدبین، شیدا، ظاهر ساز، مالیخولیایی، و یا افراد عقده شخصیت دارند. به‌عنوان 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)

یکی از مهم‌ترین خطرات استفاده‌ی نوجوانان از اینترنت، بازدید از سایت‌های پورنو و خواندن هرزه‌نگاری‌هایی است که به سهولت از طریق اینترنت در دسترس افراد قرار می‌گیرد. تعداد این سایت‌ها در اینترنت که به‌صورت 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 به‌طور مستقیم به آن نمی‌پردازند، به این آمار اضافه شود،

7. Nation Research council Report, US  
8. Family Safe Media, statistical Report

6. Turkel, A.R.

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<sup>۹</sup> 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) 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.

## ۲-۳- 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<sup>۱۰</sup> 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<sup>۱۱</sup> در الگوی خویش درباره‌ی وابستگی به رسانه‌ها بر این باورند که شرط مهم برای بروز اثرات، میزان وابستگی به بعضی رسانه‌های ارتباطی است، مجرای که مردم برای به دست آوردن اطلاعات مهم نسبت به آن احساس وابستگی می‌کنند، توان بیشتری برای ایجاد اثرات دارد، تا مجرای که تفاوتی با

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) 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)

بنابراین پژوهش حاضر به این سؤالات می‌پردازد، که:

- 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؟

## ۲- چهارچوب نظری

### ۲-۱- 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 گفت‌وگوی 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 گفت‌وگو وارد شده و فضای صمیمت، 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:

9. Kelley, H. H., Volkhart, E. H.

10. Hall. w.

11. Rokeach, B. & Melvin Defleur

ناامیدی<sup>۲۰</sup> است که فرد از بازگشت خود به رفتار عادی ناامید گشته و بیمار می‌گردد. (یانگ، ۲۰۰۱؛ کارنس<sup>۲۱</sup>، ۲۰۰۱ و بریک و فیشر<sup>۲۲</sup>، ۲۰۰۵) 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 ویژگی 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<sup>۲۳</sup> گذرانده و یا پیام‌های خصوصی خاصی با محتوای پورنوگرافی را برای دیگران ارسال می‌کنند. ۲- آن‌ها بعلت انجام فعالیت‌های پورنوگرافی اینترنتی احساس گرفتاری شدیدی دارند، به طوری که به کارهای مهم زندگی خود نمی‌رسند. ۳- آن‌ها به طور مداوم ارتباط مستعار<sup>۲۴</sup> و گمنامی را در تخیل پورنوگرافی خود به کار 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<sup>۲۵</sup> در هر بار پیدا کرده‌اند، پیش‌بینی می‌کنند. ۵- آن‌ها به کرات از پورنوگرافی مجازی به تلفنی حرکت می‌کنند. (با در زندگی واقعی دنبال می‌نمایند). ۶- آنها تعاملات آنلاین خودشان را از دیگران مهم<sup>۲۶</sup> 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)

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

مجازی دیگر ندارد و اطلاعاتی که فراهم می‌کند فاقد اهمیت است. (به نقل از ویندال و همکاران، ۱۳۷۶: ۳۳۰)

## ۲-۴- نظریه یادگیری از طریق اینترنت

همچنین در نظریات مربوط به یادگیری از طریق اینترنت مانند گریسون و اندرسون<sup>۱۳</sup> (۲۰۰۵) و الی<sup>۱۴</sup> (۲۰۰۳) 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.

## ۲-۵- اعتیاد به پورنوگرافی مجازی<sup>۱۴</sup>

یانگ<sup>۱۵</sup>، 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<sup>۱۶</sup> است که در آن کاربر، پورنوگرافی و قابلیت دسترسی به آن را جویا می‌گردد. در مرحله دوم یعنی آزمایش<sup>۱۷</sup>، 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<sup>۱۸</sup>، 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 به‌عنوان معتاد به این رفتار شناخته می‌شود. (یانگ، ۲۰۰۱)

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<sup>۱۹</sup> می‌شود و در نهایت مرحله پنجم

12. Garrison, D.R. & Anderson, T.
13. Ally, M.
14. Internet sex addiction
15. Young, K. S.
16. Discovery
17. Experimentation
18. Escalation
19. Compulsion

20. Hopelessness
21. Carnes, P. J.
22. Barak, A. & Fisher, W. A.
23. chat rooms
24. anonymous communication
25. sexual arousal or gratification
26. significant others

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.

گروه اینترنتی به وب‌گاه‌هایی که به فعالیت‌های مجازی در اینترنت پردازند به طوری که ارتباط آن‌ها از طریق ارسال و دریافت رایانامه<sup>۳۷</sup> 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. قاعدتاً 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 بدون از فیلترینگ پیام برای اعضای دیگر گروه فرستاده و خود نیز به راحتی پیام‌های

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 مدنظر قرار گرفته است.

## ۲-۶- 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 نظرات اطرافیان کمتر باشد، میزان بازدید از پیام‌های گروه بیشتر 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 Excel دریافت گردید. پس از آن داده‌ها وارد نرم افزار Spss20 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، پرسون 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<sup>۳۰</sup> پژوهش است. (ر.ک. نوابخش و همکاران، ۱۳۸۹؛ کفاشی، ۱۳۸۸) قابلیت اعتماد این ابزار نیز با توجه به ضریب آلفای کربناخ 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) باشد. آزمون کولموگوروف سمیرنوف<sup>۳۱</sup> برای تمامی متغیرها انجام شد که از سطح ۰/۰۵ درصد بالاتر بوده بنابراین نرمال می‌باشند. (۰/۰۵ > P-value).

#### ۴- یافته‌ها

##### ۴-۱- ویژگی‌های فردی

جدول (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

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<sup>۲۸</sup> سود جستند. در این روش پرسشنامه در قالب تحت وب<sup>۲۹</sup> به رایانامه پاسخگویان (کاربران) ارسال می‌شود و یا این که 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، چرا که پژوهش پیرامون مسائل غیراخلاقی آن هم در فضای مجازی بسیار مشکل است.

30. criterion validity

31. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Z Test

28. Google documents

29. HTML

**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.

#### ۴-۳- پیام‌های دریافتی گروه

**میزان بازدید:** توصیف پاسخگویان برحسب میزان بازدید از رایانامه خود در ارتباط با پیام‌های گروه در جدول (۴) آمده است که نشان می‌دهد، میانگین بازدید هفتگی کاربران از پیام‌های ارسالی گروه ۱۳.۷ بار می‌باشد یعنی به‌طور متوسط روزی دوبار همچنین جدول فوق نشان از آن دارد که بیشترین بازدیدها (۴۰ درصد) به میزان بیش از ۱۵ بار و کمترین آن (۴.۱۰ درصد) یک تا ۵ بار در هفته است. تفاوت درصدها از نظر آماری معنادار است.

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 (۴ درصد) است. تفاوت درصدهای فوق با توجه به سطح معناداری آماری کای اسکور معنادار می‌باشد. همچنین جدول (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 آماری کای اسکور معنادار می‌باشد.

#### ۴-۲- ویژگی‌های گروهی

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.

جدول ۱: توصیف جنسیت، سن و تحصیلات پاسخگویان

متغیر	جنسیت		سن						توصیلات	
	زن	مرد	۱-۱۵	۱۶-۱۸	۱۹-۲۱	۲۲-۲۴	۲۵-۲۸	۲۹-۳۱		
گزینه‌ها	۱۴	۸۶	۳	۸	۱۵	۲۱	۳۰	۲۳	۶.۲۵	
درصد	۱۴	۸۶	۳	۸	۱۵	۲۱	۳۰	۲۳	۶.۲۵	
$\chi^2$	۵۱.۸۴		۴۱.۳						۳۸.۷	
Sig	۰.۰۰۰		۰.۰۰۰						۰.۰۰۰	

جدول ۲: توصیف نوع شغل و وضعیت تأهل پاسخگویان

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



جدول ۳: توصیف ویژگی‌های گروه

متغیر	روش آشنایی با گروه	پیشنهاد دادن گروه	تداوم عضویت در گروه	مدت زمان عضویت در گروه
بعد	جستجو در اینترنت	تبلیغات	بله	< ۱ سال
درصد	۸۰	۹	۸۱	۱۸
$\chi^2$	۳۷.۲		۲۷.۲	۱۶.۹
Sig	۰.۰۱		۰.۰۰۲	۰.۰۰۳

جدول ۴: توصیف پاسخگویان برحسب میزان بازدید پیام‌های گروه

بازدید هفتگی (دفعه)	۱-۵	۱۰-۱۵	> ۱۵	میانگین	انحراف معیار	$\chi^2$	Sig	کمینه	بیشینه
فراوانی	۱۲	۲۷	۴۹	۱۳.۷	۹.۷	۳۹.۳	۰.۰۰۰	۱	۶۰
درصد	۱۰.۴	۲۰	۴۰						

**عضویت در سایر گروه‌ها:** جدول 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.

**دلایل عضویت:** جدول 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.

**نظارت اطرافیان:** جدول ده 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.

**نوع پیام‌های موردعلاقه گروه اینترنتی:** پاسخ‌های کاربران در رابطه با این که کدامیک از بخش‌های گروه و پیام‌های ارسالی برای آن‌ها جذابیت داشته و استقبال کرده‌اند، در جدول 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.

**رضایت کاربران از عضویت در گروه و پیام‌های آن:** جدول 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.

**ارسال مطالب:** جدول 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 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
$\chi^2$		۶۰.۷
Sig		۰.۰۰۰

جدول 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	۴	۱۴	۴۴	۴۲
کم	۵	۱۱	۱۶	۱۸
متوسط	۳۶	۲۷	۱۴	۱۷
زیاد	۲۵	۲۵	۹	۹
خیلی زیاد	۲۴	۱۶	۱۱	۷
بی‌جواب	۶	۷	۶	۷
$\chi^2$	۴۲.۹			۰.۰۰۱
Sig				

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

Sig	$\chi^2$	مطالب پورنوگرافی		مطالب غیر پورنوگرافی		تبلیغات		مباحثه و گفتگو						
		بله	خیر	بله	خیر	بله	خیر	بله	خیر					
۰.۰۰۰	۷۱.۳	۱۷	۵۵	۲۸	۲۱	۴۹	۳۰	۶	۶۲	۳۲	۱۰	۵۶	۳۴	بی‌نظر

جدول ۸: توصیف کاربران بر حسب 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	۰.۰۰۰	۰.۰۰۱	۰.۰۰۲	۰.۰۰۰	۰.۰۰۳	۰.۰۰۴	۰.۰۰۵	۰.۰۰۰

جدول ۹: 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
بی‌نظر	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

جدول ۱۰: میزان اطلاع و نظارت اطرافیان در رابطه با عضویت کاربر در این گروه (درصد)

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

عضویت بر میزان رضایت از گروه تاثیر معنادار دارد. ( $P\text{-value} < ۰.۰۵$ )

همچنین کاربرانی که به دلیل علاقه به موضوعات پورنوگرافی اقدام به عضویت در گروه نموده‌اند ( $۱۵.۶ \pm ۳.۰$ ) بیشترین بازدید را از محتویات پیام گروه داشته و کاربرانی که به علت تنها بودن ( $۳.۰ \pm ۱.۵$ ) 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 تاثیر معنادار دارد. ( $P\text{-value} < ۰.۰۵$ )

#### ۴-۴- عوامل مرتبط با میزان بازدید از محتویات پیام‌های گروه اینترنتی

**ارتباط دلایل عضویت:** یافته‌های جدول (۱۱) نشان می‌دهد میزان رضایت دلایل عضویت و میزان بازدید بر حسب دلایل عضویت متفاوت است. کاربرانی که به دلیل علاقه به موضوعات پورنوگرافی اقدام به عضویت در گروه نموده‌اند ( $۴.۳ \pm ۰.۲$ ) بیشترین میانگین رضایت را از گروه داشته و کاربرانی که به علت پر کردن اوقات فراغت ( $۳.۶ \pm ۰.۸$ ) اقدام به عضویت در گروه نموده‌اند کمترین رضایت را از این گروه دارند. لذا می‌توان گفت دلایل

جدول ۱۱: مقایسه میانگین بین متغیرهای دلایل عضویت و میزان رضایت از گروه و بازدید از پیام گروه

میزان بازدید			دلایل عضویت
میانگین	معیار	F	
۱۵.۶	۰.۳		علاقه به موضوعات پورنوگرافی
۱۱.۵	۱.۳	۳.۹	تنها بودن و نبود دوستی با جنس مخالف
۱۳.۹	۰.۴		پرکردن اوقات فراغت
۱۴	۰.۷	۰.۰۱	آشنایی با پورنو 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. 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 (۱۳)، نشان می‌دهد، میانگین بازدید از پیام‌های گروه به ترتیب توسط مردان ( $14.6$ ) از زنان ( $12.8$ ) بیشتر است. همچنین میانگین بازدید از پیام‌های گروه به ترتیب توسط مجردین ( $13.9$ ) از متأهلین ( $10.7$ ) بیشتر است و نیز میانگین بازدید بیکاران ( $14.3$ ) از شاغلین ( $9.7$ ) بیشتر است. ( $P\text{-value} < 0.05$ )

**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. به‌طوری‌که در صورت عضویت نمره یک و در صورت عدم عضویت نمره صفر گرفته و میزان کل عضویت وی عددی بین صفر تا هشت به‌دست آمده است. هر چه این عدد بزرگتر باشد نشان دهنده‌ی عضویت و در نتیجه بالا بودن استفاده کاربر از گروه‌ها می‌باشد. جدول (۱۴)، تأثیر این سه شاخص را بر میزان بازدید کاربران از پیام‌های این گروه نشان می‌دهد.

جدول ۱۲: رابطه بین متغیرهای سن و تحصیلات با میزان رضایت از گروه و بازدید از پیام گروه

متغیر سن	تحصیلات	
۰.۲۷	۰.۱۸	میزان همبستگی
۰.۰۳	۰.۰۴	میزان بازدید معناداری
۱۱۵	۱۱۵	تعداد

جدول ۱۳: آزمون تفاوت میانگین میزان بازدید پیام‌ها از گروه برحسب جنسیت، تأهل و اشتغال

میزان بازدید از گروه				متغیر اصلی	ابعاد
میانگین	انحراف معیار	T	sig		
۱۴.۶	۳.۶	۳.۴	۰.۰۲	جنسیت	مرد
۱۲.۸	۲.۳				زن
۹.۷	۱.۲	۴.۲	۰.۰۱	اشتغال	شاغل
۱۴.۳	۳.۱				بیکار
۱۳.۹	۱.۲	۲.۹	۰.۰۴	تأهل	مجرد
۱۰.۷	۱.۷				متأهل

جدول ۱۴: 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 همبستگی
۰.۰۱	۰.۰۰	۰.۰۴	میزان بازدید از گروه معناداری
۱۱۵	۱۱۵	۱۱۵	تعداد

عضویت در سایر گروه‌ها، سن و تحصیلات. متغیر وابسته نیز میزان بازدید بوده و روش رگرسیونی مورد استفاده نیز روش اینتر می‌باشد.

جدول شماره (۱۵) 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. ( $P\text{-value} < 0.05$ )

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. ( $P\text{-value} < 0.05$ )

#### ۴-۵- عوامل مؤثر بر میزان بازدید کاربران از محتویات گروه اینترنتی غیر اخلاقی

با اجرای آزمون رگرسیون بر روی داده‌های پژوهش، به بررسی میزان تأثیر عوامل مرتبط با میزان بازدید پرداخته شد است. جدول (۱۵) یافته‌های مربوط به این آزمون را نشان می‌دهد. گفتنی است متغیرهای مستقل در این آزمون عبارتند از: میزان نظارت اطرافیان، میزان رضایت از پیام‌ها،

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			

**۵- بحث و نتیجه‌گیری**

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.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد 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 بازدید و رضایت از پیام‌های گروه توسط مردان از زنان و مجردین از متأهلین بیشتر ولی میانگین رضایت شاغلین از بیکاران بیشتر اما بازدید 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 هر چقدر قوت می‌گیرد میزان بازدید 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 بیش‌از بیش 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.

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.

## فهرست منابع

- 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.
- 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 pediatra (phila)*; 43 (4): 323-333.
- Young, K. S. (2001). *Tangled in the Web: Understanding cybersex from fantasy to addiction*. Bloomington, IN: Author house.
- بختیاری، آ.(۱۳۹۱)، بررسی هنجارهای اخلاقی در فضای مجازی(اینترنت)، مطالعات رسانه‌ای، سال هفتم؛ شماره نوزدهم: صص ۴۵-۵۴
- پرویزی س. احمدی ف. و نیکبخت نصرآبادی ع. (۱۳۸۳). اعتیاد از نگاه نوجوانان، فصل‌نامه‌ی اندیشه و رفتار زمستان، صص ۲۵ تا ۲۵۷.
- پورنقدی، ب.(۱۳۸۸)، اخلاق در فناوری اطلاعات و آسیب‌شناسی اخلاق ارتباطات، فصل‌نامه اخلاق در علوم و فناوری، سال چهارم، شماره‌های ۱ و ۲: صص ۲۱-۲۹.
- 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: نشرنی.
- کفایشی 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 زادشم پور و. (۱۳۸۹). بررسی آثار اینترنت و موبایل در تغییر هویت جوانان ۲۹-۱۵ 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.

