

# درآمد میلیاردری سایت های همسر یابی



مرکز پژوهش های مجلس در گزارشی اعلام کرده است تنها ۲ درصد ازدواج ها در ایران، اینترنتی است. هرچند که سایت های همسر یابی این روزها متداول شده اند. به گزارش خبرنگاران، ازدواج پس از اشتغال، مهمترین دغدغه جوانان است. دغدغه ای که البته هر سال به دلیل افزایش سن ازدواج، کهنه تر می شود. در ایران جای خود را باز می کند، روابط دختر و پسر ابعاد جدیدی پیدا کرده است؛ اول از همه چیز چت روم ها کاربران ایرانی را به سمت خود کشیدند، سپس نوبت اورکات و شهرهای مجازی دیگری ماندن آن رسید و حالا فیس بوک. اما در کنار این دنیاهای مجازی، سایت های همسر یابی در ایران مشتری های خاص خودشان را دارند. سایتی هایی که البته تکلیفشان نه تنها با هیچ کس، حتی با خودشان معلوم نیست و هر کدام سازی می زنند. هرچند که آنها ظاهر از یک فرمول برای همسرگزینی و همسر یابی استفاده می کنند.

بیشتر جامعه شناسان و آسیب شناسان خانواده معتقدند ازدواج اینترنتی در ایران بیشتر ضرر دارد تا منفعت. هرچند که متولیان این سایت ها می گویند هدفشان تسهیل ازدواج جوانان است. همین آسیب ها به تحقیقی در مرکز پژوهش های مجلس منجر شده است. در بخشی از گزارش مرکز پژوهش های مجلس که ۹۲ متشدر شده، چنین آمده است: «این شیوه همسر یابی اگرچه می تواند به امکانی برای تسهیل ازدواج بدل شود، اما آسیب هایی از قبیل عدم آموزش، نظارت ضعیف، ناپایداری ارتباط در محیط مجازی و خلأ ضرورت لازم، تهدیداتی را از طرف اینترنت برای ازدواج بوجود آورده است. این گزارش می گوید که عمده سایت های همسر یابی فقط مشاوره های برزی دوست یابی و در برخی موارد متاسفانه روابط نامشروع هستند. ضمن اینکه فقط از خرید و فروش اطلاعات افراد به یکدیگر گاه درآمدهای میلیاردی دارند. در بخشی از این گزارش دربارن باره چنین آمده است: «در برخی موارد بررسی شده که در حکم قضایی پرنیت حساب ها مورد ارزیابی قرار گرفت، رقم های خیلی سنگین و با تارکاش مالی زیاد و حتی میلیاردی جابجا می شد. مثلا تارکاش مالی در یکی از

سایت ها روزانه حدود ۱۲ میلیون تومان بود.» آطور که در گزارش مرکز پژوهش های مجلس آمده است: براساس آمارهای مرکز آمار ایران، از مجموع کاربران اینترنت کشور، تعداد ۶.۴ میلیون نفر (۵۸.۱ درصد) مرد و ۴.۶ میلیون نفر (۴۱.۹ درصد) زن بوده اند. همچنین در سال ۱۳۸۹ کاربران اینترنت مرد، ۱۶.۶ درصد کل جمعیت مردان و کاربران زن، ۱۲.۷ درصد کل جمعیت زنان کشور را به خود اختصاص داده اند. ۵۵.۵ درصد کاربران تحصیلات عالی و ۳۴.۹ درصد در مقطع دبیرستان به سر می برند. مصرف اینترنت در جامعه جوان ایرانی به طور ویژه ای به سوی دوست یابی و روابط دوچشم مخالف میل کرده است و البته سایت های دوست یابی در ردیف سایت های پرمراجعه قرار دارند. مومن نسبی، کارشناس جرائم رایانه ای به استناد مستندات بانکی، درآمد گردانندگان یک سایت دوست یابی را از محل خرید و فروش اطلاعات اشخاص، روزانه بالغ بر ۱۲ میلیون تومان اعلام می کند. هریک از گردانندگان سایت های همسر یابی، برای گسترش دامنه جذب کاربر، ده ها سایت را به طور

پیش نویس آیین نامه ساماندهی و اعتبار بخشی مراکز مشاوره و هیات دولت ارائه شد. آیین نامه یاد شده با اصلاحات اندکی در مهرماه ۹۱ از طرف معاون اول رئیس جمهور ابلاغ شد. پس از ابلاغ آیین نامه، وزارت ورزش و جوانان براساس شیوه نامه اجرایی جهت ثبت نام از مراکز همسر یابی فراخوان داد. به گفته مسعود امینی، مدیرکل دفتر ازدواج و تعالی خانواده، ۱۸۳ مرکز تا پایان اردیبهشت ۹۲ مشمول دریافت مجوز بوده اند. براساس گفته های امینی، سایت های همسر یابی نیز به عنوان مرکز همسر یابی مشمول آیین آیین نامه قرار می گیرند. البته پیش از این مراکز همسر یابی به عنوان مراکز مشاوره از سازمان نظام مشاوره ای کشور مجوز می گرفتند. به طور کلی انواع کاربران از نظر کارشناسان چند دسته هستند

۱- افراد ساده لوح و درواقع پرتایاتی که به راحتی اطلاعات خانوادگی خود را به صورت دقیق وارد کرده و به راحتی هم ابراز علاقه می کنند که اکثریت را شامل می شود.

۲- افراد سودجو و کلاهبردار که غیر از مدیران سایت ها بوده و افرادی هستند که در سایت ها به نوعی عضو شده اند و به صورت حرفه ای ارتباط برقرار می کنند و از اطلاعات به دست آمده از اشخاص سوء استفاده می کنند. اخذی، باجگیری، دزدی در قبال اطلاعات شخصی افراد.

۳- افراد فاسدی که به جای رفتن به خیابان ها و پارک ها در این فضا دنبال موارد خود می گردند که بیشتر بین آقایان رایج است و با همین در مورد خانها.

۴- افراد معمولی که به دلایل مختلف از جمله معذری اجتماعی که دارند امکان برقراری ارتباط و معاشرت واقعی را ندارند و در این فضای مجازی به راحتی می توانند ارتباط برقرار کنند. عده ای با دارند که از طریق این سایت ها می توانند همسر ایده آل خود را بیابند. و ظاهر موجه بسیاری از این سایت ها این باور را تشدید می کند. در حالی که بررسی ها نشان می دهد، در اکثر موارد، این اطلاعات ابراز شده، متعلق به اشخاص حقیقی نیست و صحت و سقم اطلاعات دچار مشکل است؛ اکثرا یا به ازدواج نامی رسد یا پایان خوشی ندارد.