

## The Role of Social Networks in Youth Social Indifference (Case Study: Male Students of Allameh Tabataba'i University)

Saeed Moradi<sup>1</sup>, Hadi Khaniki<sup>2</sup>

Received: April. 24, 2024; Accepted: May. 27, 2024

DOI: 10.22034/scm.2024.204338

### Abstract

This study seeks to examine whether mobile-based social networks in Iranian society reduce sensitivity toward social issues and lead individuals or communities into a state of social indifference. In other words, does increased use of social networks, instead of generating appropriate reactions, result in greater indifference among citizens, where individuals refrain from active engagement and merely observe events? The research employed a survey method using questionnaires, with data collected from undergraduate and graduate students across six faculties of Allameh Tabataba'i University in 2023. A sample of 375 students was selected through multi-stage random sampling with a margin of error below 0.05. The collected data were analyzed using inferential statistics and Pearson correlation tests. The findings indicate a positive and significant relationship between the use of mobile social networks and four dimensions of social indifference: cultural aversion, self-aversion, collective negligence, and social isolation. However, no significant relationship was found with the dimension of social powerlessness. Overall, both the level of mobile social network usage and the four dimensions of social indifference were moderate. This suggests that mere usage of mobile social networks does not necessarily cause social indifference (cultural aversion, self-aversion, social isolation, and collective negligence with dispersed social responsibility); rather, excessive use of these networks contributes to the emergence of social indifference .

**Keywords:** Social indifference, indifferent society, participatory society, mobile social networks.

---

<sup>1</sup> M.A at Allameh Tabataba'i University moradi9797@gmail.com

<sup>2</sup> Faculty member at Allameh Tabataba'i University khaniki@atu.ac.ir

### **Introduction and Statement of the Problem**

Contemporary Iranian society is witnessing two parallel trends: on the one hand, signs of declining civic participation and growing social indifference among citizens, particularly the youth; and on the other hand, the widespread and increasing use of mobile social networks within this group. Social indifference refers to the diminishing sensitivity of individuals toward collective issues and the replacement of active engagement with passive observation. This phenomenon stands in contrast to the longstanding tradition of altruism and cooperation in Iranian culture .

This study is designed to examine the relationship between these two phenomena. The central research question is: Is there a significant correlation between the extent of mobile social network usage and social indifference among students? Investigating this relationship contributes to a deeper understanding of the social impacts of modern communication technologies and provides insights for developing strategies to mitigate their negative consequences.

### **Theoretical Framework**

#### **Guy Debord's Theory of the Society of the Spectacle**

Guy Debord argues that in modern societies, the spectacle has replaced reality. Individuals no longer engage with life through direct experience but rather through images and media representations. This shift leads to alienation, transforming active participants into passive spectators and fragmenting the unity of lived experience. Mobile social networks exemplify the society of the spectacle in the digital age, where life becomes a continuous performance and being seen emerges as the ultimate goal .

#### **The Theory of Media Narcotization**

Lazarsfeld and Merton, through the concept of the "narcotizing dysfunction" of media, contend that the overwhelming flood of information can lead not to action but to social numbness and lethargy. In this process, individuals develop an illusion of participation by consuming vast amounts of information, yet in practice, due to feelings of helplessness, they turn toward passivity and indifference. Social networks intensify this process even further .

#### **Conceptualization of Social Apathy**

Social apathy (from the Greek *apatheia*) originally referred in Stoic philosophy to indifference toward matters beyond one's control. In contemporary social sciences,

social apathy denotes a condition in which individuals become disengaged from public issues and refrain from collective participation. This study examines social apathy through five key dimensions :

**Sense of Powerlessness** – the belief that one’s actions cannot bring about social change .

**Social Isolation** – feelings of detachment and withdrawal from society and social groups.

**Cultural Alienation** – devaluation of societal norms, values, and cultural symbols.

**Self-Alienation** – low self-esteem and a sense of personal inadequacy .

**Collective Neglect and Diffusion of Responsibility** – diminished individual responsibility in collective situations.

### **Research Methodology**

This study was conducted using a survey method and a researcher-designed questionnaire. The statistical population consisted of all male undergraduate and graduate students from six faculties of Allameh Tabataba’i University in 2023 (approximately 8,000 students). Using Cochran’s formula, the sample size was determined to be 375 students, selected through multi-stage sampling. In the second stage, the sample size was proportionally distributed among the faculties according to the number of students in each. In the third stage, students were chosen randomly from each faculty .

The questionnaire comprised three sections: demographic information use of mobile social networks, and a 30-item scale measuring social apathy based on the Likert scale. The overall reliability of the questionnaire was calculated with a Cronbach’s alpha of 0.69, while the reliability of the components ranged between 0.67 and 0.71. Data analysis was performed using descriptive and inferential statistics (Pearson correlation, multiple regression, and chi-, questions related to the square test) with SPSS software .

### **Data Collection Instrument**

The primary tool for data collection in this study was a researcher-designed questionnaire consisting of three sections:

**Section One:** Demographic information, including age, level of study, and faculty.

**Section Two:** Questions related to the use of mobile social networks, (including Membership in social networks (Yes/No)

Duration of membership (less than 6 months, 6 months to 1 year, 1–2 years, 2–3 years, more than 3 years)

–Daily usage time (less than 1 hour, 1–2 hours, 2–3 hours, 3–4 hours, more than 4 hours)

**Section Three:** A social apathy scale consisting of 30 items measuring five dimensions:

–Sense of powerlessness (6 items)

–Social isolation (6 items)

–Cultural alienation (6 items)

–Self-alienation (6 items)

–Collective neglect and diffusion of responsibility (6 items)

The items were designed based on a five-point Likert scale (from Strongly Disagree = 1 to Strongly Agree = 5) .

### Research Hypotheses

- There is a significant relationship between the extent of mobile social network usage and social apathy (self-alienation) .
- There is a significant relationship between the extent of mobile social network usage and social apathy (social isolation) .
- There is a significant relationship between the extent of mobile social network usage and social apathy (cultural alienation)
- There is a significant relationship between the extent of mobile social network usage and social apathy (collective neglect and diffusion of responsibility)
- There is a significant relationship between the extent of mobile social network usage and social apathy (sense of powerlessness)

### Descriptive Findings

- 93.3 % of respondents reported using mobile social networks .
- The largest age group among participants was under 25 years old (44.3%), and the majority held a bachelor's degree (65.6%).
- The average score of social apathy was at a moderate level (3.21 out of 5). The highest mean was related to the dimension of cultural alienation (3.92), while the lowest mean was associated with sense of powerlessness (2.84).

### Out of the 375 respondents

**By age:** 44.3% were under 25 years, 38.1% were between 25–30 years, 17.3% were between 31–35 years, and 0.3% were over 35 years old. These values indicate an acceptable level of reliability for the research instrument.

**By level of study:** 65.6% were enrolled in undergraduate programs, while 34.4% were in graduate programs and above.

**By faculty:** The highest number of respondents came from the Faculty of Management and Accounting (81 students), while the lowest number came from the Faculty of Economics (43) students.

### Inferential Findings

- The results of the Pearson correlation test showed
- There is a positive and significant relationship between the use of social networks and cultural alienation ( $r = 0.465$ )
- There is a positive and significant relationship between the use of social networks and social isolation ( $r = 0.455$ )
- There is a positive and significant relationship between the use of social networks and self-alienation ( $r = 0.241$ )
- There is a positive and significant relationship between the use of social networks and collective neglect ( $r = 0.217$ )
- No significant relationship was observed between the use of social networks and sense of powerlessness .

### Validity and Reliability of the Research Instrument

To determine the content validity of the questionnaire, after the initial design, it was reviewed by 10 professors and experts in social sciences and communication. Following their corrective feedback, .

To assess reliability, Cronbach's alpha method was used. The alpha coefficient for the entire questionnaire was 0.69, and for the individual components it was calculated as follows. :

Sense of powerlessness: 0.71

Social isolation: 0.70

Cultural alienation: 0.67

Self-alienation: 0.68

Collective neglect: 0.67

Using Cochran's formula, with a confidence level of 95% and an estimation accuracy of 5%, the sample size was calculated as 375 participants. The samples were selected through multi-stage sampling.

#### **Status of Mobile Social Network Usage**

93.3% of respondents reported using mobile social networks, while only 5.9% did not use them . .

**By membership duration:** 18.4% had been members for less than 1 year, 18.7% for 1–2 years-, 28.3% for 2–3 years, 22.9% for 3–4 years, and 11.7% for more than 5 years . .

**–By daily usage:** 12.8% used social networks for less than 1 hour per day, 31.2% for 1–2 hours, 26.1% for 2–3 hours, 20.3% for 3–4 hours, and 9.6% for more than 5 hours per day .

#### **Status of Social Apathy and Its Dimensions**

The average score of social apathy among the sample was at a moderate **level (3.21 out of 5)**. The mean scores of the dimensions were as follows :

**Cultural alienation:** 3.92 (highest mean)

**–Social isolation:** 3.62

**–Self-alienation:** 3.31

**–Collective neglect:** 3.33

Sense of powerlessness: 2.84 (lowest mean) **hypothesis testing section**

#### **Hypothesis Testing**

**Hypothesis 1:** There is a significant relationship between the extent of mobile social network usage and social apathy (self-alienation)

The results of the Pearson correlation test showed a positive and significant relationship between these two variables ( $r = 0.241$ ,  $p < 0.01$ ). Therefore, Hypothesis 1 is confirmed .

**Hypothesis 2:** There is a significant relationship between the extent of mobile social network usage and social apathy (social isolation)

The results indicated a positive and significant relationship between these two variables ( $r = 0.455$ ,  $p < 0.01$ ). Therefore, Hypothesis 2 is confirmed .

**Hypothesis 3:** There is a significant relationship between the extent of mobile social network usage and social apathy (cultural alienation .(

This relationship was also found to be positive and significant ( $r = 0.465$ ,  $p < 0.01$ ). Therefore, Hypothesis 3 is confirmed .

**Hypothesis 4:** There is a significant relationship between the extent of mobile social network usage and social apathy (collective neglect and diffusion of responsibility)

The results showed a positive and significant relationship between these two variables ( $r = 0.217$ ,  $p < 0.01$ ). Therefore, Hypothesis 4 is confirmed .

**Hypothesis 5:** There is a significant relationship between the extent of mobile social network usage and social apathy (sense of powerlessness .(

The results showed no significant relationship between these two variables ( $p = 0.089$ ). Therefore, Hypothesis 5 is rejected

#### **Multiple Regression Analysis**

To determine the contribution of each dimension of social apathy in predicting the level of mobile social network usage, multiple linear regression analysis was employed .

**The Model Summary** table showed that the coefficient of determination ( $R^2$ ) was 0.073, meaning that the dimensions of social apathy collectively explained 7.3% of the variance in mobile social network usage. The adjusted  $R^2$  was 0.060 .

The **ANOVA** table indicated that the regression model was significant ( $F = 5.791$ ,  $p < 0.001$ )

According to the **Coefficients** table :

-The dimension of **cultural alienation** had the greatest impact on mobile social network usage, with a standardized coefficient of **0.189** .

-The dimension of **collective neglect** ranked second, with a standardized coefficient of **0.167** .

-The dimension of **self-alienation** ranked third, with a standardized coefficient of **0.116** .

-The dimension of **social isolation** had a smaller effect, with a standardized coefficient of **0.018** .

enter the model The dimension of sense of powerlessness did not

### **Discussion and interpretation of findings**

The findings of this study indicate that there is a significant relationship between the use of mobile

social networks and social apathy among students. This result is consistent with previous research, including the study by Jamshidzadeh et al. (2019), as well as international studies such as Norland et al. (2017) .

#### **Interpretation of the Relationship with the Dimension of Cultural Alienation**

The strongest relationship observed in this study was between mobile social network usage and cultural alienation. This finding can be explained through Guy Debord's theory of the society of the spectacle. Social networks, by showcasing lifestyles, values, and norms of other cultures (particularly Western culture), can gradually diminish interest in and respect for local culture. Continuous exposure to idealized representations of life in other cultures may lead users to perceive their own culture as devalued or even develop feelings of aversion toward it. This process can result in an identity crisis and a sense of cultural alienation, which in turn becomes an obstacle to active social participation. .

#### **Interpretation of the Relationship with Social Isolation**

The significant relationship between mobile social network usage and social isolation is another important finding of this study. Although social networks seemingly provide opportunities to connect with a larger number of people, these connections are often superficial, short-term, and lacking emotional depth. As Dean (1961) noted, social isolation refers to a sense of separation from the group and its standards. When virtual interactions replace face-to-face communication and deep social relationships, individuals gradually distance themselves from the real social fabric and experience isolation. This isolation, in turn, can lead to indifference toward social issues .

#### **Interpretation of the Relationship with Collective Neglect**

The confirmation of the relationship between mobile social network usage and collective neglect can be explained through Darley and Latané's theory of diffusion of responsibility. In the virtual space, users are exposed to vast amounts of content related to social problems and crises. This constant exposure can lead to collective neglect in two ways: first, due to the overwhelming volume of information, individuals may feel that responsibility for solving these problems lies with everyone, thereby perceiving their own role as insignificant. Second, observing the indifference

of others (both in virtual and real contexts) can normalize apathy and justify one's own passive behavior .

#### **Interpretation of the Relationship with Self-Alienation**

The positive relationship between mobile social network usage and self-alienation is also a noteworthy finding of this study. Social networks often serve as platforms for showcasing idealized lives, achievements, and happiness of others. Constant comparison of oneself with these curated images can reduce self-esteem and foster feelings of inadequacy. Social psychologists such as Greenwald and Breckler emphasize that low self-esteem is associated with reduced willingness to engage in social issues, as individuals feel incapable of exerting influence .

#### **Interpretation of the Lack of Relationship with the Dimension of Sense of Powerlessness**

The rejection of the hypothesis regarding the relationship between mobile social network usage and sense of powerlessness can be interpreted in several ways. First, social networks may serve as a platform for some users to express themselves and voice dissent, thereby creating a false sense of empowerment. Second, feelings of powerlessness may be more strongly influenced by structural and political factors rather than communicational ones. Third, the measurement scale used for this dimension in the present study may not have been fully aligned with the context of social network usage. .

#### **Conclusion**

This study demonstrates that the use of mobile social networks is associated with increased social apathy among students. This relationship is particularly pronounced in the dimensions of cultural alienation, social isolation, collective neglect, and self-alienation. The findings suggest that social networks can contribute to the reinforcement of social apathy through several pathways. :

1. **Spectacle Pathway:** By turning life into a continuous performance, they transform individuals from active participants into passive spectators .
2. **Narcotizing Pathway:** Through information overload, they desensitize individuals and normalize social problems. .
3. **Comparative Pathway:** By enabling constant comparison with others, they reduce self-esteem and weaken motivation for participation. .

4. **Substitution Pathway:** By offering superficial virtual connections, they increase social isolation in real life. .

Nevertheless, it should be noted that this relationship is not deterministic. Social networks are inherently neutral tools that can both create opportunities for communication and participation, as well as lead to passivity and indifference. What ultimately matters is how these tools are used, the level of media literacy among users, and the cultural-social context in which they operate .

### **Bibliography**

- Afrasiabi, Mohammad Sadeq (2013). *Studies of Social Networks and Youth Lifestyle*. Tehran: Simaye Shargh Publications. (In Persian )
- Ameli, Seyed Reza (2009). *Dual Globalization and Dual Spatialization of Culture*. In: *Cultural Studies, Cultural Consumption, and Everyday Life of Iranians*. Tehran: Jahad Daneshgahi Publications. (In Persian )
- Aronson, Elliot (1994). *Social Psychology*. Translated by Hossein Shokrkon. Tehran: Roshd Publications. (In Persian )
- Boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2007), "Social network sites: definition, history, and scholarship", *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1): 210-230.
- Castells, Manuel (2011). *The Information Age: Economy, Society, and Culture (Rise of the Network Society)*. Translated by Ahmad Aliqolian & Afshin Khakbaz. 7th edition. Tehran: Tarh-e No Publications. (In Persian )
- Celikkol, S. C., Akyurek.S, Uyar. M, Cavunt. N, Altin. H, Aytin.I, Toros.Y. E., Ozkan. Y, Gerek.H,G. (2024), " Is there a relationship between problematic Internet use and attachment styles, self-esteem, and loneliness in medical school students?", *Annales Medico-Psycologiques, Revue Psychiatrique*, Vol. 182, No. 3, pp: 266-272. Doi: /10.1016/j.amp.2024.02.001
- Chen, j & Zhong -Y (1999) *Mass political Interest (Or Apathy) in Urban CHINA. Communist and post - Communist*
- Dean, D.G. (1960): "Alienation and Political Apathy", *Social Forces*, Vol.38 No.3, pp:185-189
- Debord, Guy (2016). *The Society of the Spectacle*. Translated by Behrouz Safdari. Tehran: Agah Publications, 3rd edition. (In Persian)
- Jamshidzadeh, Ehsan; Kafashi, Majid & Mirzaei, Khalil (2021). *A Sociological Study of the Role of Social Networks in Social Indifference: Case Study of Districts 1*

- and 2 of Tehran (2019). *Urban Sociological Studies Quarterly*, Vol. 11, No. 39, Summer 2021. (In Persian )
- Kalantari, Samad; Adibi, Mehdi; Rabani, Rasoul & Ahmad, Sirus (2007). Examining Indifference and Altruism in Iranian Urban Society and Its Influencing Factors. *Shahed University Bimonthly*, Vol. 4, New Series, No. 22, May 2007. (In Persian )
- Kaplan, Harold & Sadock, Benjamin (n.d.). *Comprehensive Dictionary of Psychiatry and Psychology*. Translated by a group of translators. Tehran: Pedar Publications. (In Persian )
- Kohn, L. M. (1976)"Occupational structure and Alienation", *American Journal Of Sociology*, vol. 82, NO, 1, PP: 111-13
- Mahdavi Kani, Saeed (2008). *Religion and Lifestyle*. Tehran: Imam Sadiq University Press, 2nd edition. (In Persian )
- Mahdizadeh, Seyed Mohammad (2016). *Media Theories: Common Ideas and Critical Perspectives*. Tehran: Hamshahri Publications, 5th edition. (In Persian )
- Mahdizadeh, Sharareh & Anbarin, Zeinab (2009). Examining the Relationship between Internet Use and Youth Cultural Identity. *Iranian Association for Cultural and Communication Studies*, No. 17, pp. 1–28. (In Persian )
- McQuail, Denis (2003). *Introduction to Mass Communication Theories*. Translated by Parviz Ejlali. Tehran: Ministry of Culture and Islamic Guidance, Center for Media Studies and Research. (In Persian )
- Mohammadpour, Ahmad; Naqdi, Asadollah & Behzad, Nader Nejad (2010). The Impact of Satellite on Cultural Identity in Iranian Kurdistan. *Youth, Culture and Society Research*, No. 4, pp. 131–156. (In Persian )
- Mohseni Tabrizi, Alireza & Sadaqati Fard, Mojtaba (1991). Alienation: Conceptualization and Categorization of Theories in Sociology and Psychology. *Social Sciences Letter*, pp. 25–74. (In Persian )
- Mohseni Tabrizi, Alireza & Sadaqati Fard, Mojtaba (2011). A Study on Social Indifference in Iran: Case Study of Tehran Citizens. *Applied Sociology*, No. 3, Autumn 2011, pp. 1–22. (In Persian )
- Mohseni Tabrizi, Alireza (1991). Alienation. *Social Sciences Letter*, Vol. 2, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, No. 2, Summer 1991. (In Persian )

- Mohseni, Manouchehr et al. (2006). Examining the Effects of Internet Use on Social Isolation among Internet Café Users in Tehran. *Iranian Journal of Sociology*, Vol. 7, No. 4, Winter 2006. (In Persian )
- Moshir Estakhareh, Zahra & Kalhori, Mohammad Javad (2022). The Role of Social Media Consumption Styles in Social Isolation: Case Study of Youth Aged 18–30 in Tehran. *Contemporary Research in Science and Studies Journal*, Vol. 4, No. 36, July 2022. (In Persian )
- Naderi, Hamdollah; Bani Fatemeh, Hossein & Hariri Akbari, Mohammad (2009). *Social Sciences Journal*, Faculty of Social Sciences, Faculty of Literature and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad. Autumn and Winter 2009, pp. 25–29. (In Persian)
- Nowlandi, R. Necka, E. Cacippo, J. (2017). Loneliness and Social Internet Use: Pathways to Reconnection in a Digital World?, *Perspectives on Psychological Science*, 13(1), pp 70-87.
- Orum, Anthony M. (1989) Introduction to Political Sociology, *The Social Anatomy Of The Body Politic*, Third edition.
- Pempek, T. & et al. (2009), "College students' social networking experiences on Facebook", *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30: 227–238.
- Rezaeian, Majid (2014). Social Networks: A Challenge in Defining Public Opinion. *Media Quarterly*, Vol. 25, No. 94, pp. 79–91. (In Persian )
- Rocheblave, Anne-Marie & Bourion, Edile (1992). *Social Psychology: An Introduction to Theories and Rituals in Social Psychology*. Translated by Seyed Mohammad Dadgaran. Tehran: Morvarid Publishing, 2nd edition. (In Persian )
- Rouse, M. (2003). Learn IT: Instant messaging in the workplace. Retrieved July 12, 2013
- Saroukhani, Baqer (1997). Introduction to the Encyclopedia of Social Sciences (Vol. 1). Tehran: Keyhan. (In Persian )
- Seaman, M. 1959 "On the Meaning Of Alienation", *American sociological Review*, VOL.24, PP:783-791
- Severin, Werner & Tankard, James (2006). *Communication Theories*. Translated by Alireza Dehghan. Tehran: University of Tehran Press. (In Persian)
- Sotoudeh, Hedayatollah (1994). *Social Psychology*. Tehran: Avaye Noor Publications. (In Persian )

- Tyler, T(2012) "Social networking and Globalization", *Mediterranean Journal of Social Sciences*,VOL. 4,NO.6,July2013
- Webster, Frank (2001). *Theories of the Information Society*. Translated by Esmail Ghadimi. Tehran: Qasideh Sara Publications, 2nd edition, 2010. (In Persian )
- Wellman, Barry & Quan-Haase, Anabel (2008). *Social Networks, Participation, and Social Commitment*. Translated by Shirzad Fallah Azad. *Culture and Technology Journal*. (In Persian)



سال چهاردهم / پاییز ۱۴۰۴

## مقاله پژوهشی

# نقش شبکه‌های اجتماعی در بی‌تفاوتی اجتماعی جوانان (نمونه مورد مطالعه: دانشجویان پسر دانشگاه علامه طباطبائی) سعید مرادی<sup>۱</sup>، هادی خانیکی<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۰۳/۲/۹۰، تاریخ تایید: ۰۳/۳/۷۰  
DOI: 10.22034/scm.2024.204338

### چکیده

مقاله حاضر در پی مطالعه این موضوع است که آیا شبکه‌های موبایلی در جامعه ایران باعث می‌شوند حساسیت نسبت به مسائل اجتماعی کاهش یابد و افراد یا جامعه به‌نوعی به بی‌تفاوتی اجتماعی گرفتار شوند؟ یعنی افزایش استفاده از شبکه‌های اجتماعی به‌جای واکنش مطلوب بیشتر منجر به بی‌تفاوتی شهروندان شود و افراد، دیگر کنشی از خود نشان ندهند و تنها نظاره‌گر اتفاقات باشند. این پژوهش با استفاده از روش پیمایش و ابزار پرسشنامه و جمع‌آوری داده‌های تحقیق از دانشجویان مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد در بین ۶ دانشکده دانشگاه علامه طباطبائی در سال ۱۴۰۲ مطابق با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و با نمونه آماری ۳۷۵ نفر از طریق نمونه‌گیری چندمرحله‌ای با سطح خطای کمتر از ۰۵/۱ داده‌ها و اطلاعات مورد نیاز جمع‌آوری گردید. اطلاعات به‌دست‌آمده با استفاده از آمار استنباطی و آزمون همبستگی پیرسون مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد رابطه مثبت و معناداری بین میزان استفاده از شبکه‌های موبایلی و چهار مؤلفه بی‌تفاوتی اجتماعی (تنفر فرهنگی، تنفر از خود، غفلت جمعی و انزوای اجتماعی) وجود دارد؛ و بین مؤلفه دیگر بی‌تفاوتی اجتماعی که بی‌قدرتی اجتماعی است رابطه معناداری وجود ندارد. به‌طور کلی میزان استفاده از شبکه‌های موبایلی و چهار مقوله بی‌تفاوتی اجتماعی در حد متوسط است؛ یعنی میزان استفاده از شبکه‌های موبایلی به‌نوبه خود باعث بی‌تفاوتی اجتماعی (تنفر فرهنگی، تنفر از خود، انزوای اجتماعی و غفلت جمعی و پراکنش مسئولیت اجتماعی) نمی‌شود بلکه استفاده زیاد از این شبکه‌ها منجر به بی‌تفاوتی اجتماعی می‌شود.

moradi9797@gmail.com

۱ کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی؛

khaniki@atu.ac.ir

۲ استاد دانشکده ارتباطات علامه طباطبائی؛

فصلنامه علمی جامعه، فرهنگ و رسانه / سال چهاردهم، شماره ۵۶، پاییز ۱۴۰۴ / ص ۵۱-۹۵

کلید واژگان: بی تفاوتی اجتماعی، جامعه بی تفاوت، جامعه‌ی مشارکتی، شبکه‌های موبایلی.

## مقدمه

بی تفاوتی اجتماعی نسبت به واقعیات بیرونی از عناصر نامطلوب فرهنگ است و همچون مانعی در برقراری ارتباطات مثبت اجتماعی می‌شود و یا باعث کاهش مشارکت شهروندان می‌شود. جامعه شناسان عوامل زیادی را در زمان‌های اخیر موجب بروز این کاهش مشارکت در روابط انسانی و بی تفاوتی نسبت به مسائل اجتماعی می‌دانند. به نظر نگارنده یکی از متغیرهای تأثیرگذار بر بی تفاوتی اجتماعی شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام، یوتیوب و تلگرام... است و محتوایی است که این شبکه به مخاطبان عرضه می‌کنند. عدم توجه به این آسیب‌ها و ناهنجاری‌های که فضای مجازی به وجود آورده است مترادف است با افزایش بی تفاوتی و بی قیدی نسبت به حوادث، هنجارها و اتفاقات اجتماعی. پس شناخت و بررسی این آسیب‌ها تنها راهی است که می‌توان با تکیه بر آن به تصمیم‌گیری و تعیین خط‌مشی برای پیشگیری و مقابله با آن‌ها پرداخت. آسیب‌شناسی شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام، تلگرام، یوتیوب و... در ایران که از یک فرهنگ غنی و نوع‌دوست برخوردار است ضرورت دارد. چون اولاً طبق آمار جهانی منتشرشده در ژانویه ۲۰۲۱، تعداد کاربران تلفن هوشمند در ایران ۵۸,۲ میلیون نفر برآورد شده و از این منظر در جایگاه پانزدهم جهان قرار گرفته است. این میزان در مقایسه با سال قبل حدود ۲۸ درصد رشد داشته است. و این آمار نشان می‌دهد افزایش استفاده از تلفن همراه هوشمند در ایران به شدت در حال افزایش است که بالاتر از استاندارد جهانی است (خبر گذاری تسنیم)

این پدیده‌های ارتباطی روح و جان جامعه ایران را با یک چرخش پارادایمی متفاوت نسبت به گذشته روبرو می‌کند. پس باید علاوه بر نگاه به آینده به حال نیز توجه کنیم. باید ببینیم چه اتفاقی در حال رخ دادن است. چون این شبکه‌ها قدرت انتخاب فرد را در گزینش و دریافت اطلاعات بالا می‌برند. سؤال این است که آیا این شبکه‌ها را با تغییراتی که در فرهنگ نوع‌دوستی و مشارکتی افراد جامعه می‌گذارند باید به‌عنوان تهدید در نظر بگیریم یا فرصت؟ نگرانی اولیه این است که وقتی تغییر پرشتاب است اگر قدرت انطباق شهروندان و جامعه بالا نرود، یعنی جامعه در برابر این فناوری توانمند نشود طبیعتاً باید نگرانی از عوارض منفی این فن‌آوری را مثل هر فناوری دیگر پررنگ‌تر دید.

جامعه ایرانی یک جامعه نوع دوست است که افراد آن نسبت به همدیگر احساس مسئولیت می کنند؛ اما متأسفانه آنچه در سال های اخیر حداقل در جوامع شهری ایران و بخصوص در شهرهای بزرگ، می بینیم این است که در برابر حادثه های که رخ می دهد، دیگران به جای این که به یاری حادثه دیده بشتابند، یا از کنار حادثه می گذرند یا در برابر آن، به یک تماشاگر مبدل می شوند. البته یادآور می شویم که وقتی از جامعه بی تفاوت صحبت می کنیم، منظور این نیست که کل جامعه بی تفاوت شده است، بلکه منظور این است که جامعه به یک اکثریت منفعل و یک اقلیت فعال، قابل تفکیک است؛ یعنی عده کمی برای کم کردن رنج دیگران، تلاش می کنند و اکثریت کاری انجام نمی دهند. اکثریتی که فقط فیلم گرفته شده را به نمایش می گذارند. به این مردم اکثریت خاموش هم گفته می شود که اشاره به مردمی دارد که نسبت به مسائل جامعه خود بی تفاوت و بی اعتنا هستند. در واقع از جمله مهم ترین شروط تحقق مطالبات مردم در جامعه، محتوایی از غنای فرهنگ عمومی است که در آن انفعال و بی تفاوتی، به مشارکت و سهیم شدن در سرنوشت خود به مثابه یک ارزش و باور اجتماعی - سیاسی تبدیل شده است (محسنی و صداقتی فرد، ۱۳۹۰).

انگار جامعه ی ما به سوی کرخت شدن و بی حس شدن پیش می رود به بیانی دیگر جامعه دچار پدیده اسلکتیویزم<sup>۱</sup> می شود. این واژه به معنای ترکیبی از آدم سست و آدم کنشگر است. اسلکتیویزم در لغت به معنای مبارزه از زیر لحاف است و در اصطلاح به فعالیت اجتماعی مجازی گفته می شود که به فرد احساس رضایت انجام عملی مثبت می دهد، در حالی که عملی صورت نگرفته است و مشارکت افراد تأثیر واقعی ندارد.

سیدنی وربا و سایر دانشمندان حوزه علوم سیاسی، شکل گیری اجتماع و فرآیندهای داده و ستانده در ارتباط با آن را درگرو وجود افرادی می دانند که به عنوان عاملان اجتماع شناخته می شوند. آن ها متذکر می شوند در هر شبکه اجتماعی بخشی از افراد نسبت به مسائل جامعه کمتر اظهار علاقه می کنند و با کناره گیری از مشارکت، به شکل منزوی ظاهر شده و با عنوان بی تفاوت شناخته می شوند (چن وزانگ، ۱۹۹۹: ۲۸۲-۲۸۳). در مجموع در این مطالعه کناره گیری و سهیم نشدن در مسائل اجتماعی، دلسردی و بی علاقهگی به مباحث اجتماعی و عدم درگیری مدنی به عنوان یک شهروند و بی اعتنایی نسبت به موضوعات اجتماعی سیاسی و فرهنگی تحت عنوان بی تفاوتی اجتماعی تعریف شده است. بر این اساس هدف مطالعه حاضر شناخت این موضوع

<sup>۱</sup>.slacktivism

است که آیا بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی و بی تفاوتی اجتماعی همبستگی یا رابطه معنایی مثبتی وجود دارد؟ آیا استفاده از شبکه‌های اجتماعی باعث می‌شود بی تفاوتی اجتماعی (عدم مشارکت، بی‌حالی، بی‌عاطفگی اجتماعی) به وجود بیاید و یا این‌که ارائه مطالب در دنیای مجازی باعث ایجاد مشارکت بیشتر افراد در پدیده‌های اجتماعی می‌شود؟

### سؤال و فرضیه‌های تحقیق

- ۱) آیا استفاده از شبکه‌های موبایلی با بی تفاوتی اجتماعی دارای رابطه معناداری است؟ فرضیه‌های موردبررسی در این تحقیق عبارت‌اند از:
  - ۱) بین میزان استفاده از شبکه‌های موبایلی و بی تفاوتی اجتماعی (انزوای اجتماعی) رابطه معنادار وجود دارد.
  - ۲) بین میزان استفاده از شبکه‌های موبایلی و بی تفاوتی اجتماعی (تنفر فرهنگی) رابطه معنادار وجود دارد.
  - ۳) بین میزان استفاده از شبکه‌های موبایلی و بی تفاوتی اجتماعی (تنفر از خود) رابطه معنادار وجود دارد.
  - ۴) بین میزان استفاده از شبکه‌های موبایلی و بی تفاوتی اجتماعی (غفلت جمعی و پراکنش مسئولیت) رابطه معنادار وجود دارد.
  - ۵) بین میزان استفاده از شبکه‌های موبایلی و بی تفاوتی اجتماعی (احساس بی‌قدرتی) رابطه معنادار وجود دارد.

### تحقیقات پیشین

با تبیین ارتباط میان شبکه‌های اجتماعی و بی تفاوتی اجتماعی در چارچوب نظریه‌های مرتبط مناسب است تا با مروری بر پژوهش‌های انجام‌شده در این زمینه مطالعات مرتبط با موضوع را معرفی کنیم و نتایج آن‌ها را مورد واکاوی قرار دهیم. جستجو در پژوهش‌های مرتبط با موضوع بی تفاوتی اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی به‌طور مستقیم وجود ندارد ولی موضوع‌هایی هستند که به‌طور غیرمستقیم با موضوع این تحقیق ارتباط دارند.

مقاله‌ای با عنوان "نقش سبک مصرفی شبکه‌های اجتماعی مجازی بر انزوای اجتماعی" توسط زهرا سادات مشیر استخاره و محمدجواد کلهری در تیرماه ۱۴۰۱ نوشته شد و به نتایج

ذیل رسیده که با یکی از فرضیه‌های این تحقیق همخوانی دارد در واقع بین استفاده زیاد از شبکه‌های اجتماعی و انزوای اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد و کاربرانی که زیاد از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند در جامعه منزوی‌تر می‌شوند و بیشتر احساس تنهایی، یاس و انزوا می‌شوند (مشیر استخاره، ۱۴۰۱)

تحقیقی در سال ۱۳۹۸ توسط احسان جمشید زاده و سایرین با عنوان (مطالعه جامعه‌شناختی نقش شبکه‌های اجتماعی بر بی‌تفاوتی اجتماعی) انجام شده که نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که میزان بی‌تفاوتی در حد متوسط رو به بالاست و بین متغیرهای نگرش نوع‌دوستانه، نگرش مدنی، تنوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی، میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی، متغیرهای زمینه‌ای (سن، جنس، پایگاه اجتماعی) رابطه وجود دارد. در این بین میزان همبستگی اجتماعی به‌عنوان متغیر واسطه بیشترین اهمیت را در تبیین بی‌تفاوتی اجتماعی دارد. (جمشید زاده، ۹۸)

سلیکول سادیک و همکاران (۲۰۲۴) مقاله‌ای با موضوع "آیا ارتباطی بین مشکل استفاده از اینترنت و سبک‌های دل‌بستگی، عزت‌نفس و تنهایی در دانشجویان دانشکده پزشکی وجود دارد یا خیر؟" انجام دادند و به این نتیجه دست یافتند که دانشجویانی که از اینترنت زیاد استفاده می‌کنند و قادر به خودکنترلی در استفاده از اینترنت نمی‌باشند نسبت به سایر هموعان خود، دارای عزت‌نفس پایین و منزوی‌تر هستند.

نورلند و همکاران (۲۰۱۷) در مقاله‌ای با عنوان "نهای و استفاده از اینترنت اجتماعی: مسیرهای اتصال مجدد در دنیای دیجیتال" با بررسی اسناد دریافتند، افراد تنها ترجیح می‌دهند از اینترنت برای تعامل اجتماعی استفاده کنند وقتی حمایت را از سوی خانواده و دوستان دریافت نمی‌کنند و این امر باعث افزایش انزوای اجتماعی می‌شود و تمایلی به شرکت در مشارکت‌های جمعی ندارد.

### مرور مفاهیم پژوهش

شبکه‌های اجتماعی<sup>۱</sup>؛ این شبکه‌ها زیرمجموعه رسانه‌های اجتماعی به شمار می‌روند؛ که حاصل تحولات در فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی به‌ویژه ظهور و گسترش وب ۲ به‌عنوان فناوری‌ای است که قابلیت و امکان فعالیت و مشارکت کاربر در فرایند تولید محتوا و به اشتراک‌گذاری

۱. در گفتمان عمومی به‌جای «شبکه‌های اجتماعی» یا «سایت‌های شبکه اجتماعی» عمدتاً اصطلاح شبکه‌های اجتماعی مجازی به کار می‌رود. این واژه‌ها اغلب به‌جای یکدیگر استفاده می‌شوند

اطلاعات را فراهم آورده است. در واقع شبکه های اجتماعی مجموعه برنامه های مبتنی بر وب هستند که از اصول وب ۲ استفاده می برند و به عنوان رسانه های اجتماعی نیز محسوب می شود. وب ۲ یک نمونه توسعه یافته وب سنتی است. وب ۲ آن دسته از وبسایت های را دربر می گیرد که برای موارد زیر طراحی شده اند: (الف) تکیه بر مشارکت دسته جمعی کاربران به جای کنترل مرکزی ارائه دهندگان محتوا، (ب) ترکیب و ادغام محتوا از منابع مختلف و (ج) به هم پیوستن و درآمیختگی کاربران و محتوای شبکه با یکدیگر. نرم افزارهای مبتنی بر وب (وب ۲)، محیط وب را از صفحات ساده، تبدیل به دنیایی کردند که امکان ارتباط فردی و کارهای گروهی در آن فراهم شد. این بستر، محیط مناسبی برای ایجاد شبکه های اجتماعی فراهم آوردند.

همانند سایر پدیده های نوظهور، در مورد شبکه اجتماعی نیز تعریف جامعی که مورد قبول همگان باشد وجود ندارد. آنچه مورد توافق است امکان برقراری ارتباط و به اشتراک گذاری محتوا در این گونه شبکه ها از طریق ایجاد یک پروفایل و مرتبط نمودن آن با دیگران به منظور ساختن یک شبکه تخصصی است. هرچند ماهیت، فهرست علائم و اصطلاحات هر سایت ممکن است با دیگری متفاوت باشد (نیل آمالار و چیتا، ۲۰۰۹ به نقل از شهابی و بیات، ۱۳۹۱: ۵).

شبکه های اجتماعی از نظر ساختاری دارای قابلیت هایی هستند که عبارت اند از؛ چند سوئیگی به جای دوسوییگی در مقایسه با وب؛ نمایش تولید محتوا؛ اشتراک گذاشتن پیام؛ مشارکت کردن در پیام دیگران؛ تشکیل کلوب های پیام؛ تشکیل کلوب های تصویر؛ به رأی گذاشتن پیام. این ویژگی ها جدای از سه عنصر ساختاری «تولید»، «مبادله» و «تعامل» است که در وب ۱ یعنی سایت های اینترنتی وجود داشت، اما می بینیم که وب ۲ یا شبکه های اجتماعی و حتی در تعریف اغراق آمیز کاپلانو و باتلر<sup>۲</sup> «رسانه های اجتماعی»، عناصر ساختاری دیگر به آن افزوده شده است و جهان شیشه ای اینترنت، گامی به جلو در حد یک انقلاب برداشته است. شاید «ادبارت» استاد دانشگاه ام. ای. تی که در سال ۹۰ عنوان رسانه های اجتماعی را مطرح کرد، خود باور نمی کرد که این رسانه ها که در اصل همان مخاطبان شبکه ای هستند تا این اندازه، جهان را تحت تأثیر خود قرار دهند و مناسبات اجتماعی، معادلات قدرت و تعریف افکار عمومی را دچار دگردیسی عمیقی کنند (رضاییان، ۵۷: ۱۳۹۳).

<sup>1</sup>. Web 2

<sup>2</sup>. Capilano & Bottler

**بی‌تفاوتی اجتماعی:** بی‌تفاوتی معادل کلمه «آپاتی»<sup>۱</sup> در زبان انگلیسی است که از ریشه «آپاتیا»<sup>۲</sup> در زبان یونانی گرفته شده که در ادبیات فلاسفه رواقی برای نشان دادن بی‌تفاوتی نسبت به چیزی که فرد مسئول آن نیست به کار برده می‌شود (محسنی تبریزی و صداقتی فرد، ۱۳۹۰). افزودن پسوند "اجتماعی" به واژه بی‌تفاوتی، اصطلاحی مهم در ادبیات علوم اجتماعی را به‌عنوان بی‌تفاوتی اجتماعی مطرح ساخته است که ترجمه فارسی اصطلاح انگلیسی «سوسیال آپاتی»<sup>۳</sup> است. در زبان فارسی از این اصطلاح ترکیبی نیز ترجمه‌های گوناگونی شده است، چنانکه دادگران این اصطلاح را "بی‌قیدی اجتماعی" ترجمه کرده است (روش‌بلا و بورونیون، ۱۳۷۱). این اصطلاح را "بی‌احساسی" ترجمه کرده و در معنای روان‌شناختی آن گنجانده‌اند. ساروخانی (۱۳۷۶) نیز آن را بی‌حالی یا بی‌عاطفگی اجتماعی ترجمه کرده و به‌عنوان یکی از مظاهر و مسائل خاص جامعه جدید شهری تعریف کرده است و به‌عنوان یک مثال خاص تاریخی، واقعه سال ۱۹۶۴ ایالت متحده که در جریان آن اتفاق حداقل ۳۸ نفر شاهد کشتار زنی در شهر نیویورک بودند، بدون آن‌که کوچک‌ترین واکنشی نشان بدهند بیان کرده است. با تمام این‌ها اشاره‌ها به بی‌تفاوتی اجتماعی در ایران در همین حدود بوده و به‌ندرت در مورد آن کاوش‌های نظری عمیقی صورت گرفته است. از این‌رو بی‌تفاوتی با عزلت‌گزیدن و فقدان مشارکت در حد انتظار، هم‌معنی شده است. برخی دیگر نیز نوع‌دوستی را در مقابل بی‌تفاوتی قرار داده و به تحلیل و پژوهش در باب آن پرداخته‌اند (کلانتری و همکاران، ۱۳۸۶).

بی‌تفاوتی اجتماعی بیانگر بی‌احساسی، بدینی، بی‌میلی و به عبارت بهتر نوعی افسردگی اجتماعی است. از این‌رو در منظر آسیب‌شناسی اجتماعی، بی‌تفاوتی در جامعه نوعی بیماری اجتماعی شناخته می‌شود همان‌گونه که در نقطه مقابل آن، هرگونه اعتنای اجتماعی و نوع‌دوستی در حیات فردی و اجتماعی، نشانه پویایی و سلامت اجتماعی است. بسیاری از متخصصان علم اجتماعی، با در نظر داشتن کارکردهای منفی بی‌تفاوتی اجتماعی، به بیان اهمیت مسئله بی‌تفاوتی اجتماعی در این رابطه پرداخته‌اند (محسنی تبریزی و صداقتی فرد: ۱۳۹۰). بی‌تفاوتی اجتماعی به دوری و امتناع اجتماع از اتخاذ موضعی مشخص و دوری از مداخله و مشارکت در امور اجتماعی و سیاسی اشاره دارد. این امر با احساس عدم تعهد، بی‌مسئولیتی و فقدان درک مسائل

<sup>۱</sup>. apathy

<sup>۲</sup>. apathia

<sup>۳</sup>. Social apathy

اجتماعی، به شکل بارزی نمود یافته و مردم با خودداری از مشارکت سیاسی، به امور روزمره مشغول می‌شوند. اگر این روند ادامه یابد منجر به انفعال اجتماع و پایین آمدن مشارکت خودجوش مردم در مسائل اجتماعی و سیاسی خواهد شد (تقوی، ۱۳۹۲).

در این تحقیق عنوان «جامعه بی تفاوت» برای توصیف جامعه‌ای به کار می‌رود که در حالت انفعالی به سر می‌برد که در برابر رخداد‌های مختلف اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و... بی تفاوت است. به عبارت دیگر، حساسیت جامعه نسبت به مسائل پیرامونی کاهش یافته است، به نوعی به بی تفاوتی گرفتار می‌شود و به جای واکنش مطلوب، رفتار گزینشی را انتخاب می‌کند و در واقع، تماشاگر می‌شود. عوامل عدیده اجتماعی، سیاسی، ارتباطی و... زمینه‌ساز وقوع چنین وضعیتی هستند. این عوامل زمینه‌ای، مثل تحولات فناورانه و ارتباطی که گاهی جامعه را به واکنش‌های حاشیه‌ای و گزینشگرانه می‌کشاند.

#### عوامل اثرگذار بر بی تفاوتی و مشارکت شهروندان: عواملی که موجب بی تفاوتی

می‌شود و یا زمینه‌های مشارکت مردم می‌شود ممکن است جنبه روانشناسی یا اقتصادی و یا جامعه‌شناختی داشته باشد. گاهی ممکن است هر سه عامل باهم ترکیب شوند و زمینه‌های بی تفاوتی یا مشارکت را به وجود آورند و نحوه اثرگذاری این‌ها در زمان‌ها و مکان‌های مختلف متفاوت است. در این پژوهش بیشتر به تأثیری که شبکه‌های اجتماعی از لحاظ روان‌شناختی بر روی مشارکت و بی تفاوتی می‌گذارند مدنظر قرار می‌گیرد.

**۱) عزت نفس (تنفر از خود):** افرادی که عزت نفس پایینی دارند نسبت به حوادث و مسائل اطرافشان بی تفاوت‌ترند و معمولاً به شدت از خود انتقاد می‌کنند، زود شکست می‌خورند و در حاشیه قرار می‌گیرند. روانشناسان اجتماعی معتقدند افرادی که از میزان بالایی از عزت نفس برخوردارند و تمایل بیشتری به درگیری در مسائل اجتماعی و سیاسی دارند و در مقابل آن‌هایی که از عزت نفس کمی برخوردارند از درگیر شدن هراسانند و گوشه‌گیر و بی تفاوت باقی می‌مانند. گرین وارد<sup>۱</sup> وبرکلر<sup>۲</sup> عزت نفس را شامل احساس خوشایند داشتن درباره خود، دوست داشتن و دوست داشته شدن، رفتار خوب دیگران با فرد احساس موفقیت، احساس توانایی و راحتی و تأثیر گذاشتن بر دیگران می‌دانند (ستوده، ۱۳۷۳: ۲۶۸).

<sup>۱</sup>. Greenward

<sup>۲</sup>. Brecler

**۲) احساس بی‌قدرتی:** در روانشناسی اجتماعی احساس بی‌قدرتی یک فرآیند و به‌عبارت‌دیگر یک فرآیند یادگیری است زیرا فرد در این فرآیند یاد می‌گیرد که هر فعالیتی محکوم به شکست است. هرگاه فرد در عرصه سیاسی یا اجتماعی احساس کند که تلاش‌ها راه به‌جایی نمی‌برد دست از تلاش برمی‌دارد و بی‌تفاوت می‌شود. چون در این حالت فرد دچار درماندگی می‌شود (اورم، ۱۹۸۹: ۲۵۵). احساس بی‌قدرتی به حالتی گفته می‌شود که فرد احساس می‌کند در وضعیت‌های اجتماعی و کنش متقابل خود تأثیرگذار نیست و در واقع عمل خودرایی تأثیر می‌یابد، به‌گونه‌ای که نتایج مورد انتظار را برآورده نمی‌سازد و در جامعه فعالیت گسترده‌ای ندارد. در این حالت، فرد به این باور رسیده است که جامعه به‌وسیله گروه دیگری از افراد جامعه اداره می‌شود که این گروه از جامعه در نظر دارند به هر ترتیبی قدرت خود را حفظ کنند. فردی که چنین احساسی دارد، در مواردی کل فرآیند جامعه را نوعی توطئه می‌داند که هدف از آن فقط بهره‌برداری از مردم و بازی کردن با سرنوشت آن‌هاست؛ و از نشانه‌های احساس بی‌قدرتی عدم مشارکت است (نادری و همکاران، ۱۳۸۸).

**۳) پراکنش مسئولیت و غفلت جمعی:** در این مورد می‌توان به ماجرای قتل کیتی جنویس دریکی از خیابان‌های نیویورک در حضور عده کثیری (۳۸ خانوار) که در موقع شب شاهد گلاویز شدن مردی ناشناس با او بودند که قصد کشتن او را داشت و حدود نیم ساعت طول کشید در این مدت ۳۸ خانوار فقط نظاره می‌کردند و هیچ‌یک به کمک او نشتافتند و حتی به پلیس هم اطلاعی ندادند. یا مثالی که نگارنده شاهد آن بود این است که چند موقع پیش دریکی از خیابان‌های تهران (میدان ولیعصر) که شاهد آن بودم که یک آقایی دست یک خانم رو گرفته بود بازور به دنبال خود می‌کشید و همه مردم با این برداشت که احتمالاً این خانم یا همسر وی است یا از اطرافیان نزدیک در ماجرا دخالت نمی‌کردند. یا ماجرای الینور بردلی که بر اثر لغزش پایش در خیابان پنجم نیویورک به زمین خورده و حدود ۴۰ دقیقه در حالت اغما افتاده بود و در این فاصله صدها رهگذر از کنارش رد شدند و توجهی به او ننمودند. روانشناسان اجتماعی اغلب معتقدند یکی از دلایل بی‌تفاوت شدن نسبت به این حوادث در موقعیت‌های اضطراری وقتی شخصی بداند که افراد دیگری نیز حضور دارند بار مسئولیت تنها بر دوش او نمی‌افتد، به عبارتی مسئولیت کار و مداخله بین آن‌ها پخش می‌شود و از طرفی با همرنگی و تقلید کردن از کسانی که کاری انجام نمی‌دهند، افراد کاری نمی‌کنند

جان دارلی و بیب لاتانه برای این بی تفاوتی فرضیه‌ای ساختند که فرضیه آن‌ها تأیید شد "حضور تماشاگران دیگر باعث پراکندگی مسئولیت بین آنان شده است؛ و عامل دیگر غفلت جمعی است در چنین حالتی ممکن است ناظران حادثه مذکور را اضطراری تلقی نکنند؛ و فکر کنند حادثه مهمی نبوده است و هرکسی آن را به گردن دیگر بیندازد و احساس بی تفاوتی بکند (ارونسون، ۱۳۷۳: ۴۳-۴۶).

**۴) انزوای اجتماعی:** دوایت دین با الهام از دیدگاه دورکهایم، انزوای اجتماعی را احساس جدایی فرد از گروه یا انزوا از استانداردهای گروهی تعریف می‌کند به عبارتی تماس‌های عاطفی بین فرد و گروه‌های مهم و حامی در این مؤلفه از بین می‌رود (دین، ۱۹۶۱: ۷۵۵). از طرفی احساس انزوای اجتماعی را وضعیتی تعریف می‌کنند که در آن فرد انفصال تامه‌ای را در رابطه با ارزش‌های مرسوم جامعه پیدا کرده است. در این حالت فرد دارای باور یا اعتقاد نازلی نسبت به مکانیسم ارزش‌گذاری و سیستم پاداش اجتماعی است و با هر آنچه از نظر جامعه معتبر و ارزشمند باشد خود را هم‌عقیده و همسو نمی‌بیند (محسنی تبریزی، ۱۳۷۰: ۶۸). سیمن نیز در تعریف انزوای اجتماعی چنین می‌گوید: انزوای اجتماعی احساسی تلقی می‌شود که فرد با زمینه‌های اجتماعی خویش سازگاری نداشته و از ارزش‌ها و اهداف مطرح در جامعه منفک باشد (سیمن، ۱۹۵۹: ۷۸۹).

**۵) تنفر فرهنگی:** از نظر سیمن احساسی است که طی آن فرد نسبت به باورها و اهدافی که در یک جامعه خاص ارزشمند و دارای پاداش اجتماعی است، اعتقاد نازلی دارد. به عبارتی آنچه در نزد سایر مردم مهم و با ارزش است در نظر فرد دارای یک چنین احساس، بی‌ارزش یا دارای ارزش کمتری است (سیمن، ۱۹۵۹: ۷۸۸-۷۸۹). شاید بهترین راه تعریف بی‌تفاوتی استفاده از مفاهیم مقابل آن یعنی "مشارکت"<sup>۱</sup> و "درگیری" در مسائل جامعه باشد (مسعودنیا، ۱۳۸۰).

**جامعه مشارکتی:** از نظر بسیاری از صاحب‌نظران، شناخت مردمی که حاضر می‌شوند به نامزد موردنظر خود در انتخابات ملی رأی دهند شاخص مشارکت شهروندان محسوب می‌شود. ولی چنین شاخصی نمی‌تواند بیانگر مشارکت واقعی مردم باشد؛ زیرا باید بین مشارکت آگاهانه و واقعی مردم با مشارکت اجباری و برانگیخته تمایز قائل شد. برای نمونه در یک جامعه توده‌ای

<sup>۱</sup> participation

که ممکن است شهروندان از سوی رهبران و جنبش‌های توده‌ای برانگیخته و بسیج شوند و به‌آسانی تحت تأثیر نخبگان سیاسی قرار گیرند. یا در جامعه‌ای که حضور افراد در پای صندوق‌های رأی اجباری باشد، مشارکت شهروندان واقعی نخواهد بود (اروم، ۱۹۸۹: ۲۴۷).

ایران به‌واسطه پیشینه نوع‌دوستی در دنیا شهره هست. در فرهنگ سنتی ایران بی‌تفاوتی اصلاً مقبول نیست؛ و مخصوصاً در فرهنگ دینی ما باید رنج دیگران را رنج خود دانست و رویکرد تعاملی داشت «تعاونوا علی البر و التقوی» یک دستورالعمل قرآنی است. حتی در فرهنگ عرفانی نیز عرفا به بذل توجه به دیگر انواع کم‌توجهی به وجود خود، شهره‌اند. مثل جمله معروف «بوالحسن خرقانی» آنجا که می‌گوید: «اگر از ترکستان تا به شام کسی را خاری در انگشت شود، آن از آن من است و اگر از ترکستان تا شام کسی را قدم در سنگ آید، زیان آن مراست و اگر اندوهی در دلی است، آن دل از آن من است.» یا سخن معروف سعدی که می‌گوید «چو عضوی به درد آورد روزگار، دگر عضوها را نماند قرار».

مهم‌ترین خصوصیت جامعه مشارکتی این است که افراد در نظام مشارکتی به امور جامعه علاقه‌مند هستند آن‌ها به‌نوعی دل‌بسته به همه امور جامعه هستند کشور را از خود می‌دانند و همه کارها مثل زندگی خصوصی، همسر و فرزند برایشان بسیار اهمیت دارد؛ این مشارکت مزایای بی‌نهایت مثبتی از لحاظ اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی دارد. تولید را بالا می‌برد؛ از مدیریت نابجا و هدر رفت منابع جلوگیری می‌کند؛ حاکم بودن نظام مشارکتی در جامعه به‌علاوه درآمد را در حوزه‌های کشاورزی، صنعت و خدمات ارتقا می‌دهد و نهایتاً کشور را در مسیر توسعه پیش می‌برد. نظام مشارکتی به مردم یاد می‌دهد که در تعیین سرنوشت کشور، خود را مسئول بدانند؛ از لحاظ اجتماعی کوشش کنند امور مربوط به خودشان را دلسوزانه انجام دهند در جامعه مشارکتی مردم به هم دیگر اعتماد می‌کنند و به عقیده فوکویاما، جامعه‌شناس ژاپنی، اعتماد اساسی‌ترین سرمایه جامعه مشارکتی است و این اعتماد به‌واسطه روحیه مشارکتی در جامعه ایجاد می‌شود. امروز یکی از شاخص‌های توسعه‌یافتگی مشارکت است و انتخابات یکی از مهم‌ترین نمادهای مشارکت مردم در جامعه است. دولت‌ها در حال حاضر تلاش می‌کنند که جامعه به سمت مشارکت فعالانه همه مردم در امور اجتماعی پیش بروند (ولمن، ۱۳۸۵: ۱۵۸).

**شبکه‌های اجتماعی و تغییر سبک زندگی:** به اعتقاد عاملی (استاد ارتباطات دانشگاه تهران) امروزه فناوری‌ها و صنایع ارتباطات به‌طور هم‌زمان همه‌چیز را دستخوش تغییر کردند و به بازتعریف آن‌ها پرداخته‌اند. جامعه امروز به یمن صنعت ارتباطات، در حال تجربه‌ی نوع تازه‌ای از شبکه‌ای شدن و شبکه‌ای بودن است (عاملی، ۱۳۸۸: ۵)

عاملی معتقد است شبکه‌ای شدن جامعه امروز، معنای همه‌چیز و هر چیزی را مورد بازاندیشی قرار داده و همچنین مفاهیم تازه‌ای را ایجاد کرده است. اقتصاد، فرهنگ، اجتماع و حتی مفاهیم عام‌تری همچون مکان و زمان نیز در این فرآیند دگرگون شده یا همچنان در حال دگرگونی هستند و معانی و تعاریف نو و جدیدی به خود گرفته‌اند (عاملی، ۱۳۸۸: ۴)؛ بنابراین نظریه جامعه شبکه‌ای ادعا می‌کند که شبکه‌های اجتماعی بر همه ابعاد زندگی تأثیر دارند. حال باید این سؤال را مطرح کنیم که شبکه‌های اجتماعی چگونه باعث تغییر در نحوه رفتار و نهایتاً واکنش انسان‌ها می‌شود می‌شوند.

به اعتقاد کاستلز بهایی که باید برای ورود به این سیستم (جامعه مجازی) پرداخت تطابق یافتن با منطق، زبان، ورودی‌ها و سیستم رمزگذاری رمزگشایی آن‌هاست. از همین رو است که این سیستم چنان نقش مهمی در تأثیرات اجتماعی مختلف دارد که به‌جای یک سیستم رسانه‌ای مرکزی، باید یک شبکه ارتباطی افقی دارای کانون‌های متعدد همچون اینترنت ایجاد شود (کاستلز، ۱۳۹۰: ۴۳۳) این بیان کاستلز را می‌توان تأکیدی بر وجود ارتباط میان عضویت و حضور در شبکه‌های اجتماعی نمادهای فرهنگی مرتبط با شیوه‌های زندگی دانست. کاستلز معتقد است نتیجه گسترش جوامع مجازی و دگرگون شدن زندگی بشری به‌گونه‌ای است که مناطق از معنای فرهنگی، تاریخی و جغرافیایی خود تهی شده و در شبکه‌های کارکردی یا کلاژهای تصویری گنجانده می‌شوند (کاستلز، ۱۳۹۰: ۴۳۴)

### چارچوب نظری

در این تحقیق با تأکید بر نظریات تأثیر رسانه‌ها که فرض را بر این می‌گذاریم که رسانه‌ها دارای تأثیراتی هستند و نظریه تخدیر ذهنی مخاطبان، نظریه جامعه نمایشی گی دبور به چارچوب مورد نظر دست‌یافتیم. استفاده زیاد از شبکه‌های اجتماعی باعث کاهش فعالیت‌ها و تعاملات اجتماعی افراد می‌شود. از این پدیده میشل دوسرتو تحت عنوان "جامعه تماشایی" نام می‌برد. جامع‌هایی که محصول تحولات فناورانه جدید است که به‌جای اضافه کردن کنشگران، نظاره

گران را اضافه می‌کند. این دو نظریه در واقع به این سؤال پاسخ می‌دهند که چرا حساسیت به مسائل پیرامونی کاهش پیدا کرده و چرا بی‌تفاوتی تا این حد بالا رفته است؟ چرا رسانه‌های ما به جای کنشگر، تماشاگر تربیت می‌کنند؟ چرا سست کوشی به‌عنوان نوعی از مصرف رسانه‌ای مخاطبان ما را گرفتار می‌کند. در جواب همه این سؤال‌ها و با استفاده از نظریه‌های ذیل می‌خواهیم به این مطلب برسیم که آیا با افزایش میزان استفاده کاربران شبکه‌های مجازی، کنشگری در عرصه اجتماعی رو به کاهش است؟

### نظریه جامعه‌نمایشی از دیدگاه گی‌دبور

این نظریه در دهه ۹۰ میلادی توسط گی‌دبور گفته شده است. گی‌دبور اذعان داشته که جامعه‌نمایشی جامعه‌ای است که همه‌چیز آن می‌خواهد دیده شود. در جامعه‌نمایشی تصاویری از جنبه‌های مختلف زندگی برداشته می‌شوند و در مجرای عمومی به اشتراک گذاشته می‌شوند. این تصاویر و فیلم‌ها باعث می‌شود که یک رابطه‌ای اجتماعی به وجود بیاید که جهان‌بینی خاص خود را دارد. در این جهان‌بینی واقعیات به‌طور مادی زیر هجوم نمایش و نظاره است که وارونه می‌شود. این تصاویر و نمایش به علت جدا بودن از واقعیات جامعه نوعی آگاهی کاذب هست که افراد جامعه را با واقعیات اجتماعی بیگانه می‌کند؛ مانند از خودبیگانگی و جدایی کارگران از محصول تولیدی خود (ارتباط بین تولیدکنندگان و مناسبات اجتماعی آن‌ها از بین می‌رود). از خودبیگانگی اساس جامعه‌نمایشی است. از خودبیگانگی از نظر گی‌دبور یعنی که او هرچه بیشتر نظاره می‌کند کمتر زندگی می‌کند و هر چه بیشتر می‌پذیرد که خود را غرق در تصاویر بکند کمتر هستی و حقیقت جهان خود را می‌فهمد. چون نمایش یک واقعیت بیرون است که به دست انسان‌ها خلق می‌شود حرکات شخص نه از آن خودش بلکه از آن شخص دیگری است این همان از خودبیگانگی است که گی‌دبور آن را با بیگانگی با جهان حقیقی مطرح می‌کند نمایش در جامعه بر یک بیگانگی سازی ملموس قابل لمس است؛ و نهایتاً انسان از جهان و از فراورده‌های تولیدی‌اش جدا می‌شود و هرچه بیشتر غرق در نمایش بشود بیشتر از زندگی‌اش جدا می‌شود (گی‌دبور، ۱۳۹۵، ۵۷ الی ۷۰).

. در جامعه‌نمایشی مردم دچار انزوا، سست کوشی و بی‌حسی می‌شوند که توان عملی و کنش اجتماعی از چنین جامعه‌ای کنده شده است و به‌جای اضافه شدن کنشگران نظاره‌گران افزایش می‌یابد در جامعه‌نمایشی انسان اسیر نمایش فیلم‌ها و تصاویر می‌شود و هنرنمایشی

جای هنر آیینی را می‌گیرد. مردم نسبت به آن بی تفاوت‌اند و حتی در تضاد با خود قرار داشته و این سؤال پیش آمده است که آیا دخالت بکنند یا خیر. در این جهان‌نمایشی ممتازترین حس را حس بینایی می‌داند که انتزاعی‌ترین و فریب خورنده‌ترین حس هست برای دریافت جامعه کنونی است. در واقع خواستگاه جامعه نمایشی تضعیف وحدت جهان است (همان)

یکی از آشکارترین دلایل به وجود آمدن جامعه نمایشی تحولات فناورانه جدید، رسانه‌ای شدن و مجازی شدن زندگی اجتماعی است. اگرچه ممکن است نمایش آنگاه که از جنبه‌های محدود وسایل ارتباط جمعی یا توده گیر که کوبنده‌ترین نمود سطحی آن است در نظر گرفته شود. این وسایل صرفاً کاربرد ابزاری دارند که بر جامعه هجوم آورده‌اند. این وسایل ارتباطی در عین حال خنثی نیستند و فراخور و مورد نیاز جامعه نمایش هستند. همه نعمت‌های منتخب نظام نمایشی مانند تلویزیون و اینترنت در کل برای تقویت شرایط تنهای و منزوی کننده پیش می‌روند که به قول دیوید رایزمن "انبوه تنها" را می‌سازند (گی دبور، ۱۳۹۵: ۵۷ الی ۷۰).

#### نظریه تخدیر ذهنی

"لازار سفلد" و "مرتن" معتقدند که رسانه‌ها علاوه بر ایفای نقش و کارکرد مثبت در مواقعی دارای کژ کارکردهایی هستند که برای جامعه و مخاطبان تبعات منفی دارد. در ایفای کارکرد خبری و اطلاع‌رسانی و نظارت بر محیط چنانچه رسانه‌ها به خطرات و تهدیدهای احتمالی بیش از حد تأکید کنند و با انتشار بیش از حد اخبار و اطلاعات و جذب این اطلاعات توسط مردم، باعث تخدیر ذهنی، رخوت و بی‌اعتنایی مخاطبان می‌شوند. همچنین ارائه بیش از حد اخبار خارق‌العاده احتمال دارد که ارتباط مخاطبان را با آنچه معمول و واقعی است کاهش دهد. در واقع تخدیر خواننده یا شنونده در اثر سیل محرک‌های رسانه‌ها است؛ یعنی رسانه‌های جمعی محترم‌ترین و کاراترین تخدیر کننده اجتماعی هستند و افزایش میزان استفاده از این حوادث ممکن است توان ما را از مشارکت‌کننده به صورت آگاهی انفعالی تغییر دهد (مهدی زاده، ۱۳۹۵: ۵۲) یعنی می‌توانیم بگوییم که در اثر تکرار آسیب‌های اجتماعی و عادت شدن دیدن این قبیل مسائل، نوعی حساسیت‌زدایی و بی‌تفاوتی در شهروندان می‌شود. و این حساسیت‌زدایی به صورت، کرخت شدن و بی‌حسی جامعه است. اگر از کسانی که در حال فیلم گرفتن از یک حادثه هستند، دلیل بی‌تفاوتی آن‌ها را بپرسیم، خواهند گفت که بی‌تفاوت نیستند، فیلم می‌گیرند و آن را با دیگران به اشتراک می‌گذارند. پس رسانه‌ای شدن، بی‌تفاوت

بودن افراد را از شکل سنتی آن، خارج کرده است؛ و به بی‌حسی و بی‌مسئولیتی تبدیل کرده است. حالتی که از آن به بی‌حسی یاد می‌شود، همان چیزی است که در حوزه روانشناسی به دلیل تکرار مواجهه با حادثه‌های عادی می‌شود. یعنی مثلاً از بس که فقر را در جامعه می‌بینیم، دیدن فقرا و نیازمندان برایمان عادی می‌شود و دیگر احساس ترحم ما برانگیخته نمی‌شود. یا این‌که شبکه‌های اجتماعی آن‌قدر حوادث و آسیب‌های اجتماعی مانند خودکشی، اعدام ضرب و شتم و غیره را که هیچ رسانه‌ای به خاطر حفظ هنجارها و قانون رسانه‌ای پخش نمی‌کنند ولی در این شبکه‌ها منتشر می‌شود و باعث می‌شوند که حساسیت ما نسبت این حوادث کم می‌شود و افراد جامعه بی‌حس و کرخت می‌شوند و قبح دروغ، دل‌خراشی حادثه و زشتی ناهنجاری، به دلیل تکرار از بین می‌رود.

### روش تحقیق

در این پژوهش از روش تحقیق پیمایشی استفاده شده و جمع‌آوری داده‌ها از طریق پرسش‌نامه صورت گرفته است. فرضیه‌های تحقیق از طریق جدول فراوانی و با استفاده از تحلیل توصیفی و آزمون‌های همبستگی برای بررسی و روابط بین متغیرها استفاده به بررسی متغیرها می‌پردازیم. از پرسشنامه‌ای که حاوی ۳۰ سؤال است عنوان ابزار اندازه‌گیری در این پژوهش استفاده شده است. اعتبار گویه‌های پرسشنامه، از طریق روش اعتبار محتوایی و از نوع صوری برآورد شده است. یعنی سؤالات پرسشنامه بعد از طراحی در اختیار چندین کارشناس و متخصص علوم اجتماعی قرار گرفته و بعد از گردآوری نظر آن‌ها به‌عنوان داور پرسشنامه نهایی طراحی گردیده است. قابلیت اعتماد گویه‌های پرسشنامه نیز به تفکیک هر یک از سازه‌ها و متغیرها، با استفاده از تکنیک آلفای کرون باخ به‌دست‌آمده در این پژوهش آلفای کل گویه‌ها برابر با ۰/۶۹ است که بیانگر قابلیت اعتماد بالای پرسشنامه است. با توجه به مقدار به‌دست‌آمده ۰/۶۹ می‌توان گفت که پرسشنامه مورد استفاده در این پژوهش از مطلوبیت مناسبی برخوردار است و می‌توان از همبستگی درونی سؤالات اطمینان حاصل کرد

جدول ۱. خروجی آلفای کرون باخ

متغیرها	تعداد	میانگین	انحراف معیار	آلفا	
تفاوتی اجتماعی	بی قدرتی اجتماعی	۲۸	۲/۸۴	۱/۱۲۱	۰/۷۱
	بی مسئولیتی	۲۸	۳/۳۳۴	۱/۱۵۵	۰/۶۷
	تنفر فرهنگی	۲۸	۳/۹۱۷	۱/۰۶۴	۰/۶۷
	تنفر از خود	۲۸	۳/۳۱۲	۱/۰۵۲	۰/۶۸
	انزوای اجتماعی	۲۸	۳/۶۲۲	۳/۱۴۴	۰/۷۰
بی تفاوتی اجتماعی				مقدار آلفا: ۰/۶۹	

### متغیر وابسته

میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی: این متغیر عبارت است از مدت زمانی که فرد به عضویت شبکه‌های اجتماعی درآمده است که در پژوهش حاضر مدت زمان عضویت کاربران در پنج طبقه: ۱- کمتر از شش ماه، ۲- از شش ماه تا یک سال، ۳- از یک سال تا کمتر از دو سال، ۴- از دو سال تا کمتر از سه سال، ۵- از سه سال تا بیشتر؛ و همچنین از میزان زمانی که در شبانه‌روز فرد از این شبکه‌های موبایلی استفاده می‌کند که شامل ۱- کمتر از یک ساعت، ۲- یک ساعت تا دو ساعت، ۳- دو تا سه ساعت، ۴- سه تا چهار ساعت، ۵- پنج ساعت و بیشتر. همه این گویه‌ها نشانگر آن است که مخاطب چقدر مشارکت فعال دارد

### متغیرهای مستقل

بی تفاوتی اجتماعی: بی تفاوتی اجتماعی به وضعیتی اشاره دارد که در آن فرد دانشجو نسبت به فعالیت‌های علمی، دانشگاهی، زندگی اجتماعی و سیاسی و اتفاقاتی که در اطرافش می‌افتد بی تفاوت می‌گردد یعنی فرد نسبت به خود و جامعه دچار احساس بی قدرتی، انزوای اجتماعی، تنفر فرهنگی و تنفر از خود و پراکنش مسئولیت و غفلت جمعی می‌شود. در این مطالعه برای اندازه‌گیری بی تفاوتی اجتماعی از دانشجویان پسر در دانشگاه علامه در سطح اندازه‌گیری رتبه‌ای و بر اساس طیف لیکرت نظرسنجی شده است. شاخص‌های بی تفاوتی شامل:

- (۱) احساس بی قدرتی: فرد قادر به تعیین یا نظارت بر نتایج مورد انتظار نبوده و توانایی تقویت و یا تحکیم اهداف مورد نظر خود را که در پی آن است ندارد.
- (۲) انزوای اجتماعی: فرد یا افراد از نظر روابط پیوندهای بین فردی، اطمینان و اعتماد در محیط و محل زندگی خود دچار اختلال و نقصان شده و به دلیل فقدان و تماس مداوم یا ارتباط اجتماعی، از اجتماع خود کناره‌گیری کرده و تنها می‌شوند.

- ۳) **تنفر فرهنگی:** افراد نسبت به آنچه در محیط دانشگاه یا محیط بیرون و جامعه با ارزش و دارای پاداش، است متفاوت ظاهر شده و متمایز از سایر دانشجویان عمل می‌کنند.
- ۴) **تنفر از خود:** حالتی که فرد یا افراد در رابطه با زندگی فردی خود دچار تنفر و بی‌هدفی می‌شوند.
- ۵) **پراکنش مسئولیت و غفلت جمعی:** یعنی این‌که اگر واقعه و یا رویدادی در جامعه اتفاق بیفتد شخص یا به دلیل این‌که یا این رویداد کم‌اهمیت است و یا این‌که چرا دیگران دخالت نمی‌کنند من هم دخالت نمی‌کنم به راحتی از کنار آن واقعه با بی‌تفاوتی می‌گذرد.

### جامعه آماری و شیوه نمونه‌گیری

جامعه آماری پژوهش حاضر، شامل کلیه دانشجویان پسر ۶ دانشکده در دانشگاه علامه طباطبایی در دوره‌های کارشناسی و کارشناسی ارشد است که در حدود ۸۰۰۰ نفر بوده است و جهت برآورد حجم نمونه با استفاده از فرمول نمونه‌گیری کوکران صورت گرفته که تعداد پرسش‌شونده ۳۷۵ نفر در ۶ دانشکده محاسبه شده است. در این مطالعه، با توجه به ماهیت موضوع تحقیق و جامعه آماری مورد مطالعه از روش نمونه‌گیری متناسب به شکل چندمرحله‌ای استفاده شده است. برای تحت پوشش قرار دادن جامعه آماری مورد نظر مراحل زیر مورد توجه قرار گرفت:

الف) تقسیم کل حجم نمونه به نسبت تعداد کل دانشجویان در میان دانشکده‌ها.

ب) توزیع ابزار گردآوری اطلاعات در هر یک از دانشکده‌ها

پ) انتخاب پاسخگویان به شکل تصادفی ساده.

جدول ۲. نمونه آماری دانشجویان کارشناسی و کارشناسی ارشد مرد دانشگاه علامه در

سال ۱۳۹۸-۱۳۹۹

تعداد کل دانشجویان	تعداد حجم نمونه	دانشکده
۷۱۴ نفر	۵۴ نفر	علوم اجتماعی و ارتباطات
۴۸۴ نفر	۴۳ نفر	اقتصاد
۷۶۴ نفر	۶۱ نفر	ادبیات
۸۱۴ نفر	۶۸ نفر	حقوق و علوم سیاسی
۱۳۳۷ نفر	۸۱ نفر	مدیریت و حسابداری
۸۳۶ نفر	۶۸ نفر	روانشناسی
۴۹۴۶ نفر	۳۷۵ نفر	جمع

## یافته های توصیفی

جدول ۳. توزیع نسبی متغیرهای توصیفی نقش شبکه های موبایلی در بی تفاوتی اجتماعی جوانان

متغیرها	مقادیر/ارزش	فراوانی	درصد
سن	کمتر از ۲۵ سال	۱۶۶	۴۴/۳
	بین ۲۵-۳۰ سال	۱۴۳	۳۸/۱
	بین ۳۱-۳۵	۶۵	۱۷/۳
	بیشتر از ۳۵ سال	۱	۰/۰۳
	مجموع	۳۷۵	۱۰۰
تحصیلات	لیسانس	۲۴۶	۶۵/۶
	فوق لیسانس و بالاتر	۱۲۹	۳۴/۴
	مجموع	۳۷۵	۱۰۰
استفاده از شبکه های موبایلی اجتماعی	عدم استفاده	۲۲	۵/۹
	استفاده	۳۵۳	۹۳/۹
	مجموع	۳۷۵	۱۰۰
چند سال است که از شبکه های موبایلی اجتماعی استفاده کرده اند؟	کمتر از یک سال	۶۹	۱۸/۴
	بین ۱ تا ۲ سال	۷۰	۱۸/۷
	بین ۲ تا ۳ سال	۱۰۶	۲۸/۳
	بین ۳ تا ۴ سال	۸۶	۲۲/۹
	بیش از ۵ سال	۴۴	۱۱/۷
	مجموع	۳۷۵	۱۰۰
در طول روز چند ساعت از شبکه های موبایلی اجتماعی استفاده کرده اند؟	کمتر از یک ساعت	۴۸	۱۲/۸
	بین ۱ تا ۲ ساعت	۱۱۷	۳۱/۲
	بین ۲ تا ۳ ساعت	۹۸	۲۶/۱
	بین ۳ تا ۴ ساعت	۷۶	۲۰/۳
	بیش از ۵ ساعت	۳۶	۹/۶
	مجموع	۳۷۵	۱۰۰

یافته های توصیفی این پژوهش حاکی از آن است که از مجموع ۳۷۵ نفر پاسخگو، بر اساس متغیر سن ۴۴/۳ درصد از پاسخگویان کمتر از ۲۵ سال سن داشته، ۳۸/۱ درصد بین ۲۵-۳۵ سال سن داشته، ۱۷/۳ درصد بین ۳۱-۳۶ سال سن و در نهایت ۱/۳ درصد بیشتر از ۳۶ سال سن

داشتند. به لحاظ تحصیلات ۶۵/۶ درصد از پاسخگویان لیسانس و ۳۴/۴ درصد نیز مدرک فوق و بالاتر دارند. در زمینه استفاده از شبکه‌های موبایلی اجتماعی ۹۳/۹ درصد از پاسخگویان استفاده می‌کرده و ۵/۹ درصد نیز مطرح کرده که از شبکه‌های اجتماعی موبایلی استفاده نکرده‌اند.

در مورد متغیر این که چند سال است از شبکه‌های موبایلی استفاده می‌کنید؟ از مجموع ۳۷۵ نفر پاسخگو ۱۸/۴ درصد کمتر از یک سال است که از شبکه‌های موبایلی استفاده می‌کنند، ۱۸/۷ درصد بین یک تا دو سال است که استفاده می‌کنند، ۲۸/۳ درصد بین دو تا سه سال است که در شبکه‌های اجتماعی موبایلی فعالیت دارند، ۲۲/۹ درصد بین سه تا چهار سال و در نهایت ۱۱/۷ درصد از پاسخگویان گفته‌اند که بیش از پنج سال است که از شبکه‌های موبایلی استفاده می‌کنند. در مورد متغیر در طول روز چند ساعت از شبکه‌های موبایلی استفاده می‌کنید؟ از مجموع ۳۷۵ نفر پاسخگو ۱۲/۸ درصد کمتر از یک ساعت، ۳۱/۲ درصد بین یک تا دو ساعت استفاده کرده، ۲۶/۱ درصد از پاسخ‌دهندگان بین دو تا سه ساعت استفاده می‌کردند. ۲۰/۳ درصد بین سه الی چهار درصد و در نهایت ۹/۶ درصد بیش از پنج ساعت از شبکه‌های موبایلی استفاده نموده‌اند.

### یافته‌های استنباطی

با توجه به این که متغیرهای مستقل و وابسته ما در مقیاس فاصله‌ای بودند در تحلیل استنباطی برای تحلیل یافته‌ها از ضریب همبستگی پیرسون استفاده کردیم.

فرضیه اول: بین میزان استفاده از شبکه‌های موبایلی و بی‌تفاوتی اجتماعی (تنفر از خود) رابطه معنادار وجود دارد. به‌منظور سنجش این فرضیه با توجه به سطح سنجش متغیرها، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است. نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد با توجه به سطح معناداری ۰/۰۰۰ که از ۰/۰۵ کوچک‌تر است، بین استفاده از شبکه‌های موبایلی و تنفر از خود همبستگی معناداری وجود دارد. در نتیجه رابطه این دو متغیر مورد تأیید قرار گرفت. همچنین مقدار ضریب همبستگی ۰/۲۴۱ شده است که رابطه متوسط و مثبتی را نشان می‌دهد.

فرضیه دوم: بین میزان استفاده از شبکه‌های موبایلی و بی‌تفاوتی اجتماعی (انزوی اجتماعی) رابطه معنادار وجود دارد. جهت سنجش رابطه بین استفاده از شبکه‌های موبایلی و

انزوای اجتماعی با توجه به سطح سنجش متغیرها، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است. نتایج به دست آمده با توجه به سطح معناداری ۰/۰۰۲ که از ۰/۰۵ کوچک تر است که حاکی از تأیید فرضیه مذکور را دارد. بدین معنا که در جامعه مورد مطالعه ما ارتباط معناداری بین استفاده از شبکه های اجتماعی موبایلی و انزوای اجتماعی مشاهده می شود و با توجه به مقدار ضریب همبستگی ۰/۴۵۵ رابطه همبستگی متوسط و مثبتی وجود دارد.

فرضیه سوم: بین میزان استفاده از شبکه های موبایلی و بی تفاوتی اجتماعی (تنفر فرهنگی) رابطه معنادار وجود دارد. با توجه به سطح معناداری ۰/۰۰۰ که از ۰/۰۵ کوچک تر است، بین استفاده از شبکه های موبایلی و تنفر فرهنگی همبستگی معناداری وجود دارد و فرضیه مورد اشاره در این پژوهش نشان از تأیید رابطه استفاده از شبکه های اجتماعی موبایلی و تنفر فرهنگی دارد. همچنین با توجه به مقدار ضریب همبستگی ۰/۴۶۵ رابطه متوسط و مثبتی برقرار است بدین صورت که با استفاده بیشتر از شبکه های موبایلی تنفر فرهنگی نیز در بین کاربران مذکور افزایش یافته است.

جدول ۴. بررسی رابطه بین میزان استفاده از شبکه های اجتماعی موبایلی با متغیرهای مستقل

متغیرهای مستقل	سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون	تعداد نمونه
تنفر از خود	۰/۰۰۰	۰/۲۴۱	۳۷۵
انزوای اجتماعی	۰/۰۰۲	۰/۴۵۵	۳۷۵
تنفر فرهنگی	۰/۰۰۰	۰/۴۶۵	۳۷۵
غفلت جمعی و پراکنش مسئولیت	۰/۰۰۰	۰/۲۱۷	۳۷۵
احساس بی قدرتی	۰/۰۸۹	۰/۰۸۸	۳۷۵

فرضیه چهارم: بین میزان استفاده از شبکه های موبایلی و بی تفاوتی اجتماعی (غفلت جمعی و پراکنش مسئولیت) رابطه معنادار وجود دارد. جهت سنجش این فرضیه نیز با توجه به سطح سنجش متغیرها، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است. نتایج به دست آمده نشان از تأیید ارتباط بین استفاده از شبکه های اجتماعی موبایلی و غفلت جمعی و پراکنش مسئولیت اجتماعی دارد. با توجه به مقدار ضریب همبستگی ۰/۲۱۷ رابطه متوسط و مثبتی را بین این دو متغیر در پژوهش حاضر مشاهده می شود.

فرضیه پنجم: بین میزان استفاده از شبکه‌های موبایلی و بی‌تفاوتی اجتماعی (احساس بی‌قدرتی) رابطه معنادار وجود دارد. جهت سنجش این فرضیه نیز از همبستگی پیرسون استفاده شد. با توجه به سطح معناداری  $0/089$  که بزرگ‌تر از  $0/05$  است، بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی و احساس بی‌قدرتی همبستگی معناداری وجود ندارد. بدین معنا که فرضیه مذکور رد شده است.

### تحلیل چند متغیره

اولین خروجی رگرسیون جدول Model Summary به معنای خلاصه مدل است. در این جدول مقادیر R و R2 را نشان می‌دهد. مقدار R برابر است با  $0/270$ ، اشاره دارد به همبستگی ساده بین متغیرها و به عبارتی شدت همبستگی بین دو متغیر را نشان می‌دهد. مقدار R2 نشان می‌دهد که چه مقدار از متغیر وابسته یعنی استفاده از شبکه‌های موبایلی، می‌تواند توسط متغیر مستقل‌های مستقل تحقیق یعنی تنفر از خود، انزوای اجتماعی، تنفر اجتماعی، غفلت جمعی و احساس بی‌قدرتی تبیین شود. در این پژوهش مقدار کمی از تغییرات متغیر وابسته یعنی استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی بر بی‌تفاوتی اجتماعی توسط متغیرهای مستقل تبیین شد که نشان از آن دارد که عوامل مهم دیگری در این زمینه تأثیر بیشتر دارد که در این پژوهش مورد بررسی قرار نگرفته است.

جدول بعدی ANOVA نام دارد. این جدول نشان می‌دهد که آیا مدل رگرسیون می‌تواند به‌طور معناداری (و مناسبی) تغییرات متغیر وابسته را پیش‌بینی کند. برای بررسی معناداری به ستون آخر جدول (sig) نگاه می‌کنیم. این ستون معناداری آماری مدل رگرسیون را نشان می‌دهد که چنانچه میزان به‌دست‌آمده کمتر از  $0/05$  باشد نتیجه می‌گیریم که مدل به‌کاررفته، پیش‌بینی کننده خوبی برای متغیر وابسته یعنی استفاده از شبکه‌های موبایلی است. میزان معناداری در این پژوهش برابر با  $0/000$  از آنجاکه کمتر از  $0/05$  است در نتیجه می‌توان گفت که مدل رگرسیونی مذکور ما معنادار است

### خلاصه مدل رگرسیون

مدل	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
۱	$0/270$	$0/073$	$0/060$	$1/369$

ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	54.330	5	10.866	5.791	.000 <sup>a</sup>
Residual	692.406	369	1.876		
Total	746.736	374			

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.629	.649		5.594	.000
1 تنفر فرهنگی	.074	.022	.189	3.312	.001
تنفر از خود	.063	.028	.116	2.222	.027
انزوای اجتماعی	.010	.031	.018	.305	.007
غفلت جمعی	.070	.024	.167	2.876	.004
احساس بی قدرتی	.033	.028	.067	-1.178	.239

a. Dependent Variable: shabakeh

جدول بالا Coefficients، اطلاعاتی را در مورد متغیرهای پیش‌بین به ما می‌دهد. این جدول اطلاعات ضروری برای پیش‌بین متغیر وابسته را در اختیار ما قرار می‌دهد. مشاهده می‌کنیم که مقدار ثابت (constant) در مدل معنادار شده‌اند به ستون سطح معناداری نگاه کرده پس از تعیین معنادار بودن مقدار ثابت و متغیرها، ستون Standardized Coefficients بیانگر ضریب رگرسیونی استاندارد شده یا مقدار بتا است. ضریب رگرسیونی استاندارد شده یا Beta نشانگر میزان تأثیر متغیرهای مستقل بر وابسته (استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی) است. بتا (Beta) به ما کمک می‌کند که سهم نسبی هر متغیر را در پیش‌بینی متغیر وابسته مقایسه کنیم و به عبارتی بتوانیم تعیین کنیم که کدام متغیرها بیشترین تأثیر را بر متغیر وابسته دارند

که در این پژوهش بیشترین تأثیر را تنفر اجتماعی داشت که توانسته ۰/۱۸۹ از تغییرات متغیر وابسته را تبیین کند.

همچنین برای نشان دادن این که به صورت کلی نقش شبکه‌های موبایلی در بی‌تفاوتی اجتماعی جوانان تفاوت ایجاد کرده است یا خیر از آزمون خی دو استفاده شده است که اطلاعات آن در جدول زیر ارائه شده است:

کاربران در پنج طبقه: ۱- کمتر از یک سال، ۲- از یک سال تا دو سال، ۳- از دو سال تا سه سال، ۴- از سه تا چهار سال، ۵- پنج سال بیشتر

جدول ۵. نتایج آزمون خی دو برای بررسی نقش شبکه‌های موبایلی در بی‌تفاوتی اجتماعی

Df	$\chi^{2**}$	زمان			
		زیاد	متوسط	خیلی کم	
۴	۳۱/۴۲۹	۱۶	۰	۰	کمتر از یک سال
		۳	۱۲	۱	یک سال تا دو سال
		۲	۱۲	۲	دو تا سه سال
		۴	۳	۲	سه تا چهار سال
		۱	۲	۱	پنج سال و بیشتر

$$0/01^{**}P < 0/05^{*}P <$$

همان‌گونه که در جدول بالا مشاهده می‌شود مقدار خی دو مشاهده شده برابر با ۳۱/۴۲۹ بوده و سطح معناداری آن نیز کوچک‌تر از ۰/۰۱ است. با توجه به نتایج جدول نقش شبکه‌های موبایلی در بی‌تفاوتی اجتماعی جوانان در حد متوسط است.

### بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر باهدف بررسی نقش شبکه‌های موبایلی در بی‌تفاوتی جوانان در میان دانشجویان پسر در دانشگاه علامه طباطبایی انجام گرفته است. در این پژوهش متغیرهایی مانند انزوای اجتماعی، غفلت جمعی و پراکنش مسئولیت، تنفر از خود، بی‌قدرتی اجتماعی و تنفر اجتماعی که از مؤلفه‌های بی‌تفاوتی اجتماعی هستند با میزان استفاده و مدت‌زمان استفاده از شبکه‌های

موبایلی مورد بررسی قرار گرفت. یافته‌ها حاکی از آن است کسانی که زیاد با این شبکه‌ها سروکار و مشارکت فعال دارند بی تفاوت‌تر از افرادی هستند که کمتر از این شبکه‌های استفاده می‌کنند. به نظر می‌رسد که خصوصیات یک جامعه "نظاره‌گر" مدتی است که در اجتماع ما شکل گرفته و در حال توسعه است؛ یعنی از خصوصیات یک جامعه نظاره‌گر سست کوشی است که در آن فرد تصور می‌کند جنب جوش زیادی دارد ولی کاری انجام نمی‌دهد و یا به فعالیت فرهنگی و هنری می‌پردازد. در این مواقع کنش در عرصه‌های اجتماعی رو به کاهش است. با وقوع حادثه‌ای، مردم به جای این که به شخص مصدوم کمک کنند، اغلب با استفاده از گوشی همراه خود فیلم و عکس می‌گیرند. نمونه‌های متعددی را مانند، حادثه پل مدیریت و غیره را می‌توان نام برد؛ به عبارت دیگر حساسیت جامعه نسبت به مسائل پیرامونی کاهش یافته و به نوعی به بی تفاوتی گرفتار می‌شوند و به جای واکنش مطلوب، رفتار گزینشی را انتخاب می‌کنند و این موضوع تا حدودی با مباحث کتاب "جامعه‌نمایشی" نوشته گی دوبور و که افراد تماشاگر می‌شوند مرتبط است که پدیده‌ای برآمده از تحولات جامعه جدید است که به جای افزودن به کنشگران فقط صحن خیابان‌ها را پر می‌شود و تماشا گردن، فیلم گرفتن و در معرض نمایش قرار دادن بر هر کنش یا آیینی مقدم می‌شود. به عبارت دیگر تماشا و رسانه‌ای شدن تبدیل به هدف می‌شود.

شاید عوامل مختلف اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و ارتباطی زمینه‌ساز وقوع چنین وضعیتی باشند. جامعه دچار نوعی خلأ سازمان‌یافتگی و بی‌سامانی می‌شود و در برابر یک حادثه یا بحران طبیعی افراد به جای آن که به یاری حادثه‌دیده بشتابند، یا از کنار حادثه می‌گذرند و یا به یک تماشاگر مبدل می‌شوند وعده کمی برای کم کردن رنج دیگران تلاش می‌کنند و اکثریت هیچ کاری نمی‌کنند و بی‌حس و بی تفاوت ظاهر می‌شوند. این پدیده بی تفاوتی دلایل مختلفی دارد ولی به نظر می‌رسد آشکارترین دلیل آن رسانه‌ای شدن و مجازی شدن زندگی اجتماعی است چون نتایج سایر پژوهش‌ها هم نشان می‌دهد که رسانه‌ها فضای ارتباطی و صمیمیت‌های درون خانواده و جامعه را از بین می‌برند چراکه اعضای خانواده به جای هم‌صحبتی چهره به چهره محو برنامه‌های تلویزیون و سایر رسانه‌ها می‌شوند. حالا همین اتفاق در مواجهه با اینترنت، شبکه‌های موبایلی و تلفن همراه به وقوع پیوسته است؛ یعنی به خاطر ورود شبکه‌های موبایلی و فناوری‌های نوین هر یک از ما صاحب یک فضای کاملاً شخصی شده‌ایم که هیچ فرد دیگری در آن راه پیدا نمی‌کند و این فضا در همه جا مانند اتوبوس، مترو، خیابان‌ها، رستوران‌ها و غیره

وجود دارد که همان رسانه‌های شدن زندگی روزمره است. زندگی روزمره نوعی زندگی است که در فضای رسانه‌ای و مجازی از الزامات واقعی خود، فاصله گرفته است؛ یعنی برخوردها مجازی شده و فاقد عواطف و احساسات جاری در فضای واقعی است و رودربایستی‌ها و علایق افراد، یک جایگزین پیدا کرده و همین امر به سهم خود، دنیای حساسیت‌ها و کنش‌های قبلی را تغییر داده است؛ مانند کسانی که در حال فیلم گرفتن از یک حادثه هستند و نسبت به اصل حادثه بی تفاوت هستند ولی این بی تفاوتی را احساس نمی‌کنند و اگر از آن‌ها پرسیم چرا بی تفاوتید خواهند گفت که بی تفاوت نیستند، فیلم می‌گیرند و آن را با دیگران به اشتراک می‌گذارند! و این فیلم گرفتن و در معرض نمایش قرار دادن را مهم‌تر از مشارکت کردن می‌دانند. به این ترتیب می‌توان گفت که رسانه‌های شدن بی تفاوتی افراد را به نحوی افزایش می‌دهد و باعث کرخت شدن وبی حسی جامعه می‌شود.

از سوی دیگر شاید بتوان ادعا کرد که این فیلم‌هایی که از حوادث اجتماعی گرفته می‌شود و در معرض نمایش قرار می‌گیرد در اثر تکرار این حوادث در شبکه‌های موبایلی و عادت شدن دیدن این قبیل مسائل، نوعی حساسیت‌زدایی و بی تفاوتی در شهروندان اتفاق می‌افتد و به‌طور ناخودآگاه افراد را از صحنه دور می‌کند. در واقع با افزایش استفاده از شبکه‌های موبایلی، نظاره‌گری تشدید می‌شود. به میزانی که پدیده‌های جدید وارد زندگی ما می‌شوند- خواه فضای مجازی، اینترنت و ماهواره باشد، خواه نوع جدید زیست اقتصادی یا نسخه تازه زندگی سیاسی- یافتن مبانی اخلاقی مربوطه و حرکت به دنبال این بنیادها اهمیت بیشتری می‌یابد؛ یعنی یک عامل مهم تماشاگری و بی تفاوتی می‌تواند معلول، عادت کردن به نوعی زندگی مختل و معیوب باشد.

در این مقاله، رابطه میان افزایش میزان استفاده از شبکه‌های موبایلی و غفلت جمعی و پراکنش مسئولیت نیز معنادار بود. به نظر می‌رسد دلیل این امر آن است که اگر در خیابان یا هر مکان دیگری اتفاقی بیفتد افراد بیشتر سعی می‌کنند که از حادثه فیلم‌برداری نکنند و آن را به نمایش بگذارند و همین مسئله باعث می‌شود که بی تفاوت بمانند؛ یعنی حضور تماشاگران دیگر باعث پراکندگی مسئولیت بین آن‌ها می‌شود. نتایج آمار توصیفی بی تفاوتی اجتماعی و ابعاد آن نشان می‌دهد که قشر تحصیل کرده جامعه به دلیل جدا افتادگی و دل‌زدگی از اجتماع و مسائل پیرامون جامعه، زمینه را برای شکل‌گیری بحران مشارکت و جهت‌گیری‌های مثبت و منفی این افراد نسبت به فرایندهای مختلف اجتماعی فراهم کرده است.

یافته‌های این تحقیق مؤکد این مطلب است که انزوای اجتماعی یا احساس تنهایی با افزایش استفاده از شبکه‌های موبایلی افزایش می‌یابد و رابطه معناداری بین آن‌ها وجود دارد. در واقع شبکه‌های موبایلی به‌ظاهر زندگی شاد و امنی را برای تعداد کثیری از افراد مهیا می‌کند که در دنیای واقعی انکار شده‌اند. اینترنت و شبکه‌ها می‌توانند مکان امنی برای افرادی باشد که در دنیای واقعی رها شده‌اند و از طرف دیگر کسانی که بیشتر با این شبکه‌ها سروکار دارند دچار احساس تنهایی و انزوا می‌کنند و در نهایت نسبت به اجتماع و حوادث اطرافشان بی‌تفاوت می‌شوند. اسلوین و سایر محققان نیز بر این باورند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی و اینترنت مانع توجه افراد به اجتماع واقعی می‌شود و در نهایت مانع دوستی با سایر افراد جامعه و ارائه کمک مادی و معنوی می‌شود. این یافته با نتایج تحقیق محسنی و همکاران (۱۳۸۵) همسوست.

متغیر دیگری که مورد پژوهش قرار گرفته رابطه میان مدت‌زمان استفاده از شبکه‌های موبایلی و تنفر فرهنگی است. ورود برنامه‌های ماهواره‌ای و اینترنتی در جهان در حال توسعه، باعث پذیرش افکار جدید و روش‌های زندگی وارداتی در بین قشر جوان می‌شود و همین باعث می‌شود که جوانان از عمل به بسیاری از عادات و رسوم سنتی جامعه خود سرباز زنند و دائم به تقلید فرهنگ غربی پرداخته و به قول فرانتس فانون باوجود پوست سیاهشان به دنبال صورتک‌های سفید باشند. امروزه ارتباطات نقش تعیین‌کننده‌ای در فرهنگ و شکل‌دهی هویت‌های ملی و فرهنگی و تغییر سبک زندگی ایفا می‌کند. در این ارتباط، نوع محتوای برنامه‌های رسانه باعرضه هنجرهای متفاوت و بعضاً متعارض، آثار متفاوتی در هویت شهروندان دارد. هم‌چنان‌که نتایج پژوهش حاضر نشان داده است در زمینه تأثیر پیامدهای شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی می‌توان گفت که میزان و مدت‌زمان استفاده از این شبکه‌ها با تغییر سبک زندگی رابطه معنادار وجود دارد. یافته‌های پژوهش مهدی زاده و عنبرین (۱۳۸۸) محمد پور و همکارانش (۱۳۸۹) و عدلی پور (۱۳۹۱) نیز حاکی از این امر است که حضور و تعامل در فضای مجازی اینترنت و شبکه‌های اجتماعی سایبری باعث تضعیف هویت فرهنگی و دلسردی نسبت به مسائل اجتماعی می‌شود.

در تحلیل نقش شبکه‌های اجتماعی در به وجود آوردن تنفر فرهنگی کاربران باید گفت که احتمالاً استفاده آزاد از امکاناتی چون شبکه‌های اجتماعی مجازی در خانواده‌هایی بیشتر رواج دارد که اعتقادات، باورها و در نهایت هویت دینی آن‌ها ضعیف‌تر از دیگر خانواده‌ها است؛ اما این مسئله از عامل دیگری نیز سرچشمه می‌گیرد و آن این است که چون در جامعه ما از اینترنت،

شبکه‌های اجتماعی مجازی و ماهواره اکثراً به صورت منطقی استفاده نمی‌شود و این رسانه‌ها و امکانات اطلاعاتی و ارتباطی، بیشتر مروج فرهنگ مادی و لذت‌جو و فردگرایانه غربی هستند، یکی از جنبه‌های آسیب‌زای آن کاهش تعلقات دینی و اخلاقی نوجوانان و جوانان است به همین خاطر بین افزایش استفاده از این شبکه‌های موبایلی و تنفر فرهنگی رابطه معناداری وجود دارد.

در زمینه‌ی رابطه شبکه‌های اجتماعی و تنفر فرهنگی می‌توان به بحران هویت و اختلال در شکل‌گیری شخصیت و پنهان‌سازی هویت با امکانات و گزینه‌های فراوانی که رسانه‌های عمومی از جمله اینترنت در اختیار جوانان می‌گذارد اشاره کرد. آنان به طور دائم با محرک‌های جدید و انواع مختلف رفتار آشنا می‌شوند. این فضا هویت نامشخص و متحولی را می‌آفریند، بخصوص برای نسلی که در مقایسه با نسل قبل با محرک‌های فراوانی مواجه است. هرچند ارتباطات در فضای مجازی را به عنوان نسل جدیدی از ارتباطات جدید باید پذیرفت، اما این فضا ذاتاً کاربران را به داشتن یک هویت مجازی سوای هویت اصلی خود ترغیب می‌کند که متأسفانه در اغلب موارد شاهد آن هستیم که رفته‌رفته هویت مجازی بر هویت اصلی غلبه پیدا می‌کند. درواقع حضور بیش‌ازاندازه و بدون برنامه‌ریزی کاربران در فضای مجازی که عمدتاً از آموزش اولیه در مدارس برخوردار نبوده‌اند می‌تواند رفته‌رفته آنان را از فضای حقیقی دور کند که این دور شدن از دنیای واقعیت‌ها، به تدریج بر تمام لایه‌های زندگی افراد در آینده اثرگذار خواهد بود.

گسترش شبکه‌های مجازی به طور عام و استفاده از شبکه‌های تلفن هوشمند را به طور خاص، باید هم به عنوان تهدید در نظر گرفت وهم به عنوان تغییر. در جامعه ایران با گسترش استفاده از شبکه‌های موبایلی تهدید در بطن تغییر قرار دارد؛ زیرا ما به سبب استفاده از این فناوری با جهان متفاوتی نسبت به گذشته مواجه هستیم و فناوری بر فرهنگ تأثیر می‌گذارد، البته این امر بستگی به قدرت یا ضعف فرهنگی و اجتماعی ما دارد که فناوری تبدیل به تهدید شود تا فرصت. در تحلیل نهایی باید گفت وقتی تغییر پرشتاب است و قدرت انطباق شهروندان و جامعه با این تغییر فناوری بالا نرفته است یعنی جامعه در برابر این فناوری توانمند نشده است، طبیعتاً باید نگران عوارض منفی این فناوری هم بود. اگر افراد توانمندتر بشوند و دانش و مهارت لازم برای استفاده درست از این فناوری را پیدا کنند، آموزش‌های لازم را ببینند و قدرت لازم را داشته باشند، طبیعتاً می‌توان از فرصت‌های به وجود آمده در چارچوب سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی به‌درستی بهره برد.

## منابع

- ارونسون، الیوت (۱۳۷۳) *روانشناسی اجتماعی*، ترجمه دکتر حسین شکر کن، تهران انتشارات رشد.
- افراسیابی، محمدصادق (۱۳۹۲) *مطالعات شبکه‌های اجتماعی و سبک زندگی جوانان*، تهران، انتشارات سیمای شرق.
- تقوی، هدیه (۱۳۹۲) بررسی رواج مبانی نظری بی تفاوتی اجتماعی در دوره حاکمیت سفیانیان، تاریخ فرهنگ و تمدن اسلامی، سال چهارم، شماره ۱۰، صص ۱۳۰-۱۱۵.
- دبور، گی (۱۳۹۵) *جامعه‌نمایش*، ترجمه بهروز صفدری، تهران: انتشارات آگه (چاپ سوم)
- دنیس مک کوایل (۱۳۸۲) *درآمدی بر نظریه‌های ارتباط‌جمعی*، ترجمه پرویز اجلائی، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز مطالعات تحقیقات رسانه‌ها.
- رضاییان، مجید (۱۳۹۳). *شبکه‌های اجتماعی؛ چالش در تعریف افکار عمومی*. فصلنامه رسانه. سال بیست و پنجم، شماره ۹۴، صبح ۷۹-۹۱.
- روشبلو، آن‌ماری و ادیل بورونیون (۱۳۷۱) *روانشناسی اجتماعی*، مقدمه‌ای بر نظریه‌ها، آیین‌ها در *روانشناسی اجتماعی*، ترجمه سید محمد دادگران. تهران، نشر مروارید (چاپ دوم).
- ساروخانی، باقر (۱۳۷۶) *درآمدی بر دایره المعارف علوم اجتماعی (جلد اول)*. تهران: کیهان.
- ستوده، هدایت الله (۱۳۷۳). *روانشناسی اجتماعی*، تهران انتشارات آوای نور
- سوروین وتانکارد (۱۳۸۵) *نظریه‌های ارتباط‌جمعی*، ترجمه، علیرضا دهقان، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
- شهبایی، محمود و بیات، قدسی (۱۳۹۱) اهداف و انگیزه‌های عضویت کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی، تهران: *فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات*، سال سیزدهم شماره بیستم، تابستان ۱۳۹۱.
- عاملی، سید رضا (۱۳۸۸) *دوجبهانی شدن و دو فضایی شدن فرهنگ*، از مجموعه *مطالعات فرهنگی*، مصرف فرهنگی و مطالعات روزمره ایرانیان، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
- جمشیدزاده، احسان و کفاشی، مجید و میرزایی، خلیل (۱۳۹۸) مطالعه جامعه‌شناختی نقش شبکه‌های اجتماعی بر بی تفاوتی اجتماعی. مطالعه موردی: (شهروندان منطقه ۱ و ۲ شهر تهران در سال ۱۳۹۸). فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی شهری، سال یازدهم - شماره سی و نهم - تابستان ۱۴۰۰.
- کاپلان، هارولد و بنیامین سادوک (بی‌تا) *واژه‌نامه جامع روان‌پزشکی و روانشناسی*، گروه مترجمان تهران انتشارات پدر.

- کاستلز، مانوئل (۱۳۹۰) *عصر اطلاعات، اقتصاد، جامعه و فرهنگ (ظهور جامعه شبکه‌ای)*، ترجمه احمد علیقلیان و افشین خاکباز، چاپ هفتم، تهران، انتشارات طرح نو.
- کلاتری، صمد؛ ادیبی، مهدی؛ ربانی، رسول؛ و سیروس احمدی (۱۳۸۶) بررسی بی‌تفاوتی و نوع‌دوستی در جامعه شهری ایران و عوامل مؤثر بر آن. *دوماهنامه دانشگاه شاهد*، سال چهارم. دوره جدید. شماره ۲۲ اردیبهشت‌ماه.
- مشیر استخاره، زهرا و کلهری، محمدجواد (۱۴۰۱): نقش سبک مصرفی شبکه‌های اجتماعی مجازی بر انزوای اجتماعی (مورد مطالعه: جوانان ۱۸ تا ۳۰ سال ساکن شهر تهران)، *مجله پژوهش‌های معاصر در علوم و تحقیقات*، سال چهارم شماره ۳۶ تیر ۱۴۰۱
- محسنی تبریزی، علیرضا (۱۳۷۰): بیگانگی، نامه علوم اجتماعی، جلد دوم، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، شماره ۲ (تابستان)
- محسنی تبریزی، علیرضا و صداقتی فرد مجتبی (۱۳۷۰) بیگانگی: مفهوم‌سازی و گروه‌بندی تئوری‌ها در حوزه‌های جامعه‌شناسی و روان‌شناسی، *نامه علوم اجتماعی*، صص ۷۴-۲۵.
- محسنی تبریزی، علیرضا و صداقتی فرد، مجتبی (۱۳۹۰). پژوهشی درباره بی‌تفاوتی اجتماعی در ایران (مورد پژوهش: شهروندان تهرانی)، *جامعه‌شناسی کاربردی*، شماره سوم، پاییز ۹۰، صص ۲۲-۱.
- محسنی، منوچهر و دیگران (۱۳۸۵)، بررسی اثرات استفاده از اینترنت بر انزوای اجتماعی (در میان کاربران کافی‌نت‌های تهران)، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره هفتم شماره ۴ (زمستان).
- محمد پور، احمد، نقدی، اسدالله و بهزاد، نادر نژاد (۱۳۸۹) تأثیر ماهواره بر هویت فرهنگی در کردستان ایران، *پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه*، شماره ۴، صص ۱۳۱-۱۵۶.
- مهدوی کنی، سعید (۱۳۸۷)، *دین و سبک زندگی*، تهران، دانشگاه امام صادق (ع)، چاپ دوم.
- مهدی زاده، سید محمد (۱۳۹۵)، *نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*، تهران، انتشارات همشهری، چاپ پنجم
- مهدی زاده، شراره و زینب عنبرین (۱۳۸۸)، بررسی رابطه میزان و نحوه استفاده از اینترنت و هویت فرهنگی جوانان، *انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، شمار ۱۷، صص ۱-۲۸.
- نادری، حمدالله، بنی فاطمه، حسین و حریری اکبری، محمد (۱۳۸۸)، *مجله علوم اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد*، پاییز و زمستان ۱۳۸۸، صص ۲۵-۲۹
- ویستر، فرانگ (۱۳۸۰): ترجمه اسماعیل قدیمی، تهران، انتشارات قصیده‌سرا، چاپ دوم ۱۳۸۹.
- ولمن، باری، وکوان هاس، آنابل (۱۳۸۷)، *شبکه‌های اجتماعی و مشارکت و تعهد اجتماعی*، ترجمه شیرزاد فلاح آزاد، نشریه فرهنگ و فن‌آوری.

- Afrasiabi, Mohammad Sadeq (2013). *Studies of Social Networks and Youth Lifestyle*. Tehran: Simaye Shargh Publications. (In Persian )
- Ameli, Seyed Reza (2009). *Dual Globalization and Dual Spatialization of Culture*. In: *Cultural Studies, Cultural Consumption, and Everyday Life of Iranians*. Tehran: Jahad Daneshgahi Publications. (In Persian )
- Aronson, Elliot (1994). *Social Psychology*. Translated by Hossein Shokrkon. Tehran: Roshd Publications. (In Persian )
- Boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2007), "Social network sites: definition, history, and scholarship", *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1): 210-230.
- Castells, Manuel (2011). *The Information Age: Economy, Society, and Culture (Rise of the Network Society)*. Translated by Ahmad Aliqolian & Afshin Khakbaz. 7th edition. Tehran: Tarh-e No Publications. (In Persian )
- Celikkol, S. C, Akyurek.S, Uyar. M, Cavunt. N, Altin. H, Aytin.I, Toros.Y. E., Ozkan. Y, Gerek.H.G. (2024), " Is there a relationship between problematic Internet use and attachment styles, self-esteem, and loneliness in medical school students?", *Annales Medico-Psychologiques, Revue Psychiatrique*, Vol. 182, No. 3, pp: 266-272. Doi: /10.1016/j.amp.2024.02.001
- Chen, j & Zhong -Y (1999) *Mass political Interest (Or Apathy) in Urban CHINA. Communist and post - Communist*
- Dean, D.G. (1960): "Alienation and Political Apathy", *Social Forces*, Vol.38 No.3, pp:185-189
- Debord, Guy (2016). *The Society of the Spectacle*. Translated by Behrouz Safdari. Tehran: Agah Publications, 3rd edition. (In Persian)
- Jamshidzadeh, Ehsan; Kafashi, Majid & Mirzaei, Khalil (2021). *A Sociological Study of the Role of Social Networks in Social Indifference: Case Study of Districts 1 and 2 of Tehran* (2019). *Urban Sociological Studies Quarterly*, Vol. 11, No. 39, Summer 2021. (In Persian )
- Kalantari, Samad; Adibi, Mehdi; Rabani, Rasoul & Ahmad, Sirius (2007). *Examining Indifference and Altruism in Iranian Urban Society and Its Influencing Factors*. *Shahed University Bimonthly*, Vol. 4, New Series, No. 22, May 2007. (In Persian )
- Kaplan, Harold & Sadock, Benjamin (n.d.). *Comprehensive Dictionary of Psychiatry and Psychology*. Translated by a group of translators. Tehran: Pedar Publications. (In Persian )
- Kohn, L, M. (1976)"Occupational structure and Alienation", *American Journal Of Sociology*, vol. 82, NO, 1, PP: 111-13
- Mahdavi Kani, Saeed (2008). *Religion and Lifestyle*. Tehran: Imam Sadiq University Press, 2nd edition. (In Persian )

- Mahdzadeh, Seyed Mohammad (2016). Media Theories: Common Ideas and Critical Perspectives. Tehran: Hamshahri Publications, 5th edition. (In Persian)
- Mahdzadeh, Sharareh & Anbarin, Zeinab (2009). Examining the Relationship between Internet Use and Youth Cultural Identity. Iranian Association for Cultural and Communication Studies, No. 17, pp. 1–28. (In Persian )
- McQuail, Denis (2003). Introduction to Mass Communication Theories. Translated by Parviz Ejlali. Tehran: Ministry of Culture and Islamic Guidance, Center for Media Studies and Research. (In Persian )
- Mohammadpour, Ahmad; Naqdi, Asadollah & Behzad, Nader Nejad (2010). The Impact of Satellite on Cultural Identity in Iranian Kurdistan. Youth, Culture and Society Research, No. 4, pp. 131–156. (In Persian )
- Mohseni Tabrizi, Alireza & Sadaqati Fard, Mojtaba (1991). Alienation: Conceptualization and Categorization of Theories in Sociology and Psychology. Social Sciences Letter, pp. 25–74. (In Persian )
- Mohseni Tabrizi, Alireza & Sadaqati Fard, Mojtaba (2011). A Study on Social Indifference in Iran: Case Study of Tehran Citizens. Applied Sociology, No. 3, Autumn 2011, pp. 1–22. (In Persian )
- Mohseni Tabrizi, Alireza (1991). Alienation. Social Sciences Letter, Vol. 2, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, No. 2, Summer 1991. (In Persian )
- Mohseni, Manouchehr et al. (2006). Examining the Effects of Internet Use on Social Isolation among Internet Café Users in Tehran. Iranian Journal of Sociology, Vol. 7, No. 4, Winter 2006. (In Persian )
- Moshir Estakhareh, Zahra & Kalhori, Mohammad Javad (2022). The Role of Social Media Consumption Styles in Social Isolation: Case Study of Youth Aged 18–30 in Tehran. Contemporary Research in Science and Studies Journal, Vol. 4, No. 36, July 2022. (In Persian )
- Naderi, Hamdollah; Bani Fatemeh, Hossein & Hariri Akbari, Mohammad (2009). Social Sciences Journal, Faculty of Social Sciences, Faculty of Literature and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad. Autumn and Winter 2009, pp. 25–29. (In Persian)
- Nowlandi, R. Necka, E. Cacippo, J. (2017). Loneliness and Social Internet Use: Pathways to Reconnection in a Digital World?, *Perspectives on Psychological Science*, 13(1), pp 70-87.
- Orum, Anthony M. (1989) Introduction to Political Sociology, *The Social Anatomy Of The Body Politic*, Third edition.
- Pempek, T. & et al. (2009), “College students' social networking experiences on Facebook”, *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30: 227–238.

- Rezaeian, Majid (2014). Social Networks: A Challenge in Defining Public Opinion. *Media Quarterly*, Vol. 25, No. 94, pp. 79–91. (In Persian )
- Rocheblave, Anne-Marie & Bourion, Edile (1992). *Social Psychology: An Introduction to Theories and Rituals in Social Psychology*. Translated by Seyed Mohammad Dadgaran. Tehran: Morvarid Publishing, 2nd edition. (In Persian )
- Rouse, M. (2003). Learn IT: Instant messaging in the workplace. Retrieved July 12, 2013
- Saroukhani, Baqer (1997). *Introduction to the Encyclopedia of Social Sciences* (Vol. 1). Tehran: Keyhan. (In Persian )
- Seaman, M. 1959 "On the Meaning Of Alienation", *American sociological Review*, VOL.24,PP:783-791
- Severin, Werner & Tankard, James (2006). *Communication Theories*. Translated by Alireza Dehghan. Tehran: University of Tehran Press. (In Persian)
- Sotoudeh, Hedayatollah (1994). *Social Psychology*. Tehran: Avaye Noor Publications. (In Persian )
- Tyler, T(2012) "Social networking and Globalization", *Mediterranean Journal of Social Sciences*,VOL. 4,NO.6,July2013
- Webster, Frank (2001). *Theories of the Information Society*. Translated by Esmail Ghadimi. Tehran: Qasideh Sara Publications, 2nd edition, 2010. (In Persian )
- Wellman, Barry & Quan-Haase, Anabel (2008). Social Networks, Participation, and Social Commitment. Translated by Shirzad Fallah Azad. *Culture and Technology Journal*. (In Persian)