

بررسی تاثیر استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام بر تغییرات اجتماعی کاربران

حسن باقری^۱ و ثمینة بهادری جهرمی^{۲*}

۱ گروه علوم اجتماعی، واحد بندرعباس، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرعباس، ایران

۲ گروه علوم اجتماعی، واحد بندرعباس، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرعباس، ایران

* (نویسنده مسؤل)

چکیده

امروزه در قرن بیست و یک که با نام هزاره فناوری اطلاعات شناخته می‌شود، وسایل ارتباط جمعی نقش بسیار مهم و پر رنگی دارند، به نحوی که وظایف و نقش‌های زیادی را بر عهده گرفته‌اند و نهادهایی را نیز به مقابله می‌خوانند. در این بین نقش آگاهی‌سازی و پر کردن اوقات فراغت توده مردم و به ویژه نسل جوان (به طور خاص کشورهای جهان سوم که جمعیت جوان زیادی در اختیار دارند و کشور ما ایران نیز در زمره آنان به شمار می‌رود) به صورت آشکار و نقش همگن‌سازی عموم جامعه و حتی می‌توان گفت جامعه جهانی را می‌توان تحت عنوان نقش و وظیفه پنهان وسایل ارتباط جمعی می‌توان بر شمرد. در بین وسایل ارتباط جمعی در این هزاره آن که از همه تاثیر گذار تر و با اهمیت تر می‌باشد اینترنت است، که به صورت فراگیری استفاده از آن رو به گسترش می‌باشد. تحقیق پیش رو با هدف بررسی تاثیر استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام بر تغییرات اجتماعی کاربران به روش پیمایشی انجام پذیرفته است. حجم نمونه در این پژوهش از فرمول کوکران معادل ۳۷۷ به دست آمده است. نتایج نشان داد متغیر مدت زمان استفاده از تلگرام با بتای ۰/۲۹۱ توانست بر متغیر تغییرات اجتماعی کاربران موثر واقع شود.

واژه‌های کلیدی: شبکه‌های اجتماعی، تلگرام، تغییرات اجتماعی.

۱ - مقدمه

بی‌شک رشد روز افزون اینترنت فواید و اهمیت غیر قابل انکاری دارد. چندان که در دوران حاضر، نقش محوری اینترنت چنان اساسی است که بدون آن امکان برنامه‌ریزی، توسعه و بهره‌وری در زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و علمی در جهان آینده امکان‌پذیر نخواهد بود. اینترنت به عنوان رسانه‌ای قوی و تکنولوژی چند رسانه‌ای، اکثر نیازهای بنیادین بشر را تأمین می‌کند و همین مسأله موجب کشش افراد برای تأمین نیازهایشان به دنیای مجازی است. تا حدی که این وابستگی تبدیل به اعتیاد آن‌ها به این محیط می‌شود (فرشباغ، ۱۳۸۸).

اینترنت به مثابه یک تیغ دو لبه است که با آموزش صحیح و فرهنگ سازی می‌توان، استفاده‌های فراوانی از آن نمود. در غیر این صورت با استفاده نامناسب، آموزش غیر اصولی و عدم وجود فرهنگ کاربری، هویت اجتماعی و فردی انسان به وسیله آن از بین می‌رود (فتوره‌چی، ۱۳۸۵).

امروزه با گسترش کاربردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات در زندگی روزمره، شاهد شکل‌گیری نسل جدیدی از ابزارهای اینترنتی هستیم که امکانات بیشتری را برای روابط متقابل، مذاکره، گفتگو و به طور کلی، ارتباط دو سویه فراهم آورده است. وب، ناظر به شکل‌گیری اینترنت محاوره‌ای است که امکان برقراری ارتباط چندسویه میان کاربران شبکه جهانی اینترنت را فراهم ساخته است. در حالی که وب امکان استفاده افراد از منابع عظیم اطلاعاتی را از طریق شبکه جهانی اینترنت و ارسال و دریافت ایمیل فراهم می‌کرد، وب بر مبنای محاوره دائمی میان کاربران اینترنت شکل گرفت. شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، به عنوان مهم‌ترین مصادیق این امر، به محلی برای حضور اقشار مختلف جامعه به‌ویژه جوانان و مکان تبادل آرا و افکار و تأمین نیازهای متناسب با زندگی اجتماعی ایشان تبدیل شده‌اند. شبکه‌های اجتماعی اینترنتی علاوه بر این که مرجع تأمین بسیاری از نیازهای فرهنگی و اجتماعی اعضای خود هستند، این امکان را برای اعضا فراهم می‌کنند که همزمان با انجام سایر فعالیت‌های اجتماعی از طریق رایانه یا تلفن همراه، فعالیت خود را در این جوامع مجازی نیز پیگیری کنند. بر اساس تعریف صدیق بنای، «شبکه‌های اجتماعی، واژه‌ای است که برای نامیدن گروهی از افراد که در میان خود دارای ارتباطات وسیع و مستمر هستند و یک حلقه منسجم ارتباطاتی را تشکیل می‌دهند، به کار می‌رود (صدیق بنای، ۱۳۸۷).

وی معتقد است، این واژه امروزه بیشتر برای نامیدن پایگاه‌های اینترنتی به کار می‌رود که افراد با عضویت در آن‌ها امکان دستیابی به اطلاعات سایر اعضا، آشنایی با علایق آن‌ها، به اشتراک‌گذاری تولیدات متنی، صوتی و تصویری و نیز تشکیل گروه‌هایی بر اساس علایق مشترک با برخی از دیگر اعضای پایگاه را پیدا می‌کنند (صدیق بنای، ۱۳۸۷).

شبکه‌های دوست‌یابی در کشور ما به سرعت در میان جوانان ایرانی محبوب شده است و ایرانی‌ها رتبه سوم را در این شبکه‌ها کسب کرده‌اند. فرهنگ رسانه‌ای اینترنت، فضای ذهنی جوانان را اشغال کرده و مطالعات اخیر نشان می‌دهد که استفاده از اینترنت، سبب ایجاد احساس ناکامی، تنهایی، اضطراب و به‌طور کلی کاهش سلامت روانی می‌شود. اشخاصی که از اینترنت بیش‌تر استفاده می‌کنند علاوه بر آن که بر زندگی خانوادگی آن‌ها تأثیر منفی می‌گذارد، زمان کم‌تری با خانواده صحبت می‌کنند و احساس تنهایی، افسردگی، کمبود عزت نفس و... در آن‌ها بیش‌تر می‌شود. نسل جوان امروز نسبت به نسل گذشته با سرعت بیش‌تری از والدین خود رشد می‌کنند، برای جلوگیری از آسیب‌های احتمالی اینترنت، باید در جهت آگاه‌سازی خانواده‌ها تلاش کرد (امیدوار و همکاران، ۱۳۸۱).

بنابراین، جذابیت شبکه‌های اجتماعی اینترنتی از یک سو و سهولت فعالیت در این دسته از جوامع از سوی دیگر، سبب می‌شود تا رابطه میان عضویت و حضور در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و تغییرات مربوط به جوانان، به عنوان یک پرسش جدی برای پژوهشگران عرصه فرهنگ و ارتباطات مطرح شود. از این‌رو، لازم است ابتدا مروری بر پژوهش‌هایی داشته باشیم که تاکنون با این موضوع انجام گرفته است و در نهایت، با انجام پیمایشی اینترنتی در میان اعضای یک شبکه اجتماعی اینترنتی بومی که با برخورداری از وسعت اعضا تا حدودی بتواند نمونه‌ای از جامعه مجازی ایرانی با همان تنوع فرهنگی باشد، و تجزیه و تحلیل داده‌های ناشی از پیمایش تلاش خواهیم کرد درک درستی از رابطه میان عضویت و حضور در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و ارتباط بین فردی جوانان به دست آوریم. مسئله اساسی در این پژوهش این است که مشخص شود، افراد از محتوای ارائه شده

در شبکه اجتماعی تلگرام چه تأثیراتی را می‌پذیرند؟ یا به صورت واضح‌تر برنامه اجتماعی تلگرام چه آثار و پیامدهای بر روی تغییرات اجتماعی افراد دارد؟

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

فضای مجازی در واقع نامی است که تعداد زیادی از کاربردهای امروز فناوری‌های جدید ارتباطی را دربر می‌گیرد. این نام نخستین بار بوسیله ویلیام گیسون در رمان نورومانس (۱۹۸۴) ابداع شد (هولمز^۱، ۲۰۰۵). همان‌طور که کاترین هایلز (۱۹۹۶) نشان می‌دهد دیدگاه گیسون خود به خود به وجود نیامده بود و دگرگونی‌های مبتنی بر فناوری انجام شده در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ نقش زیادی در ظهور این اصطلاح داشت (به نقل از ویتاگر^۲، ۲۰۰۴).

فلیشی (۲۰۰۲) نشان می‌دهد که ظهور فضای مجازی در واقع درست بعد از پایان جنگ جهانی دوم و با راه افتادن موج فناوری‌های جدید کامپیوتری در فرم اولیه آن اتفاق افتاد (به نقل از ویتاگر، ۲۰۰۴).

فضای مجازی یک شبکه گسترده جهانی است که شبکه‌های مختلف رایانه‌ای در اندازه‌های متعدد و حتی رایانه‌های شخصی را با استفاده از سخت‌افزارها و نرم‌افزارهای گوناگون و با قراردادهای ارتباطی به یکدیگر وصل می‌کند. فناوری‌های ارتباط راه دور اساس فضای مجازی را تشکیل می‌دهند (دهقان، ۱۳۸۴).

هر چند برخی از این فناوری‌ها مانند تلگراف و تلفن در اوایل قرن نوزدهم اختراع شده بودند اما همه‌گیر و ارزان شدن این فناوری‌ها و بالارفتن توان فنی آن‌ها که شرط اصلی ظهور فضای مجازی است در چند سال اخیر اتفاق افتاده است. ویتاگر در توضیح این مسئله به رویداد تاجگذاری ملکه انگلستان اشاره می‌کند که حدود بیست میلیون نفر آن را از تلویزیون تماشا کردند. در حالی که تعداد تلویزیون‌ها در انگلستان تا قبل از چند ماه مانده به مراسم ۶۰۰۰۰۰ دستگاه برآورد می‌شد، در این چند ماه تقریباً همین تعداد تلویزیون در انگلستان خریداری شد. شیوع فناوری‌های ارتباطی در سال‌های بعد رفته رفته به شکل‌گیری و ظهور فضای مجازی منجر شد. کلمه فضای مجازی (سایبر اسپیس) از درون کلمه سایبرنتیکس که در سال ۱۹۴۸ بوسیله نوربرت وینر ابداع شده بود پدید آمد. سایبرنتیکس علم نظریه کنترل است و در مورد سیستم‌های پیچیده به کار می‌رود (ویتاگر، ۲۰۰۴).

یانگ و تانگ^۳ (۱۹۹۸)، در مطالعه‌ای که انجام داد، دریافت که ۸۰ درصد از پاسخ‌گویان، کاربران وابسته به اینترنت بودند که انگاره‌های رفتار معتادانه قابل توجهی را از خود بروز دادند. وی خاطر نشان می‌سازد که وابستگی به اینترنت، گسست‌ها و انقطاع‌های شدیدی در زندگی تحصیلی، اجتماعی، مالی و شغلی مشارکت‌کنندگان ایجاد کرده است.

موراهان و همکاران^۴ (۲۰۰۰)، برای سنجش میزان شیوع و رابطه آسیب‌شناختی استفاده از اینترنت بین دانشجویان دانشگاه تاپوان، به این نتیجه رسیدند که مردان به طور متوسط نمرات بالاتری را در علایم آسیب‌شناسی استفاده از اینترنت نسبت به زنان به دست آوردند.

آتش پور و نادى (۱۳۸۳)، مطالعه‌ای با عنوان «بررسی انزوای اجتماعی کاربران اینترنت شهر اصفهان» انجام دادند. نتایج تحقیق نشان داد که میزان سندرم اعتیاد به اینترنت در گروه سنی ۳۰-۲۰ سال از سایر گروه‌ها بیش‌تر است. هم‌چنین کاربران معتاد با نشانه‌های اختلال افسردگی و پارانوئید مشخص شدند و کار کردن با اینترنت را به هم‌نشینی با خانواده و گردش رفتن با دیگران ترجیح می‌دادند. به علاوه مشخص شد، نوع و سبک تفکر کاربران نیز می‌تواند عاملی در علاقه‌مندی آنان به اینترنت و نوع رفتارهای آنان باشد.

فیضی (۱۳۸۴)، در پژوهشی با عنوان «سبک فراغتی و استفاده از اینترنت در بین دانش‌آموزان ۱۸ - ۱۲ ساله شهر تهران» به بررسی رابطه بین استفاده از اینترنت و سبک‌های فراغتی دانش‌آموزان پرداخته است. نتیجه پژوهش فیضی نشان می‌دهد

1 Holmes

2 Whittaker

3 Yang Tung

4 Morahan and et al

افرادی که به میزان زیادی از اینترنت استفاده کرده‌اند، خود اظهار داشته‌اند که روابط خانوادگی‌شان دچار آفت و اختلال شده؛ اما روابط دوستانه آن‌ها، گسترده‌تر و مؤثرتر شده است. نگاه کاربران نسبت به اینترنت و استفاده زیاد از اینترنت، متفاوت است. کسانی که در مراحل اولیه استفاده از اینترنت هستند یا از آن به میزان کم استفاده می‌کنند، آن را ابزار اطلاعاتی و ارتباطی مهمی دانسته و برعکس بیشتر کاربرانی که مدت بیشتری از اینترنت استفاده کرده‌اند، استفاده از آن را برای سرگرمی دانسته‌اند.

فرضیه تحقیق

- به نظر می‌رسد بین مدت استفاده افراد از شبکه اجتماعی تلگرام و تغییرات اجتماعی رابطه وجود دارد.

روش تحقیق

در این پژوهش از معمولی‌ترین و متداولترین وسیله جمع‌آوری اطلاعات در حیطه علوم انسانی، همانا پرسشنامه استفاده شده است (عباس زاده، ۱۳۸۵). به همین لحاظ برای دستیابی به حقایق مربوط به گذشته، حال، و یا پیش‌بینی وقایع و شرایط آینده از پرسشنامه استفاده می‌کنند (سیف نراقی، ۱۳۸۵).

جامعه آماری این پژوهش را کلیه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندرعباس در سال تحصیلی ۱۳۹۵-۱۳۹۴ تشکیل می‌دهند. طبق آماري که از دایره آموزش دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندرعباس اخذ شده، جامعه آماری دانشجویان ۱۸۶۵۲ نفر می‌باشد. حجم نمونه در این پژوهش برای انتخاب دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندرعباس از فرمول کوکران به دست آمده است. که طبق فرمول کوکران حجم نمونه معادل ۳۷۷ به دست آمده است. در این تحقیق با استفاده از آلفای کرونباخ به بررسی این امر پرداخته شده است. ضریب آلفای کرونباخ هر چه به یک نزدیک باشد قابلیت اعتماد مقیاس بیشتر است. آلفای پرسشنامه (۳۵ پرسشنامه) متغیر وابسته (تغییرات اجتماعی) ۰/۷۶ درصد و آلفای پرسش‌نامه به‌طور کلی ۰/۷۴ درصد به‌دست آمد.

یافته‌های تحقیق

آمار توصیفی

موضوع آمار توصیفی^۵ تنظیم و طبقه‌بندی داده‌ها، نمایش ترسیمی و غیره می‌باشد که حاکی از مشخصات یکایک اعضای جامعه مورد بحث است. در آمار توصیفی اطلاعات حاصل از یک گروه، همان گروه را توصیف می‌کند و اطلاعات به دست آمده به دسته‌جات مشابه تعمیم داده نمی‌شود. به طور کلی از سه روش در آمار توصیفی برای خلاصه‌سازی داده‌ها استفاده می‌شود:

۱. استفاده از جداول

۲. استفاده از نمودار

۳. محاسبه مقادیری خاص که نشان‌دهنده خصوصیات مهمی از داده‌ها باشند.

با توجه به جدول شماره ۱، ۵۳/۸ درصد از پاسخگویان پسر و ۴۶/۲ درصد از پاسخگویان دختر هستند. بنابراین می‌توان گفت که اغلب پاسخگویان مرد هستند.

جدول ۱: توزیع فراوانی متغیر جنسیت

متغیر جنسیت	فراوانی	درصد فراوانی
پسر	۲۰۳	۵۳/۸
دختر	۱۷۴	۴۶/۲
جمع	۳۷۷	۱۰۰/۰

⁵ Descriptive statistics

با توجه به جدول شماره ۲، ۵۴/۶ درصد از پاسخگویان بین ۱ تا ۲ ساعت از تلگرام استفاده کرده‌اند و ۲۲/۰ درصد از پاسخگویان بین ۳ تا ۴ ساعت از تلگرام استفاده کرده‌اند و ۶/۱ درصد از پاسخگویان بین ۴ تا ۵ ساعت از تلگرام استفاده کرده‌اند و ۹/۵ درصد از پاسخگویان بین ۶ تا ۷ ساعت از تلگرام استفاده کرده‌اند و ۷/۴ درصد از پاسخگویان بالاتر از ۷ ساعت از تلگرام استفاده کرده‌اند. اغلب پاسخگویان بین ۱ تا ۲ ساعت از تلگرام استفاده کرده‌اند. ضمناً ۰/۳ درصد از پاسخگویان به این گویه پاسخ نداده‌اند.

جدول ۲: توزیع فراوانی متغیر مدت استفاده افراد از برنامه اجتماعی تلگرام

متغیر مدت استفاده افراد از برنامه اجتماعی تلگرام	فراوانی	درصد فراوانی
بین ۱ تا ۲ ساعت	۲۰۶	۵۴/۶
بین ۳ تا ۴ ساعت	۸۳	۲۲/۰
بین ۴ تا ۵ ساعت	۲۳	۶/۱
بین ۶ تا ۷ ساعت	۳۶	۹/۵
بالاتر از ۷ ساعت	۲۸	۷/۴
کل	۳۷۶	۹۹/۷
بی پاسخ	۱	۰/۳
جمع	۳۷۷	۱۰۰/۰

با توجه به جدول شماره ۳، ۵۲/۳ درصد از پاسخگویان به گزینه کاملاً موافقم و ۱۸/۳ درصد از پاسخگویان به گزینه موافقم و ۶/۹ درصد از پاسخگویان به گزینه نظری ندارم و ۱۱/۴ درصد از پاسخگویان به گزینه مخالفم و ۱۱/۱ درصد از پاسخگویان به گزینه کاملاً مخالفم پاسخ داده‌اند. اغلب پاسخگویان به گزینه کاملاً موافقم پاسخ داده‌اند.

جدول ۳: توزیع فراوانی متغیر تغییرات اجتماعی

متغیر تغییرات اجتماعی	فراوانی	درصد فراوانی
کاملاً موافقم	۱۹۷	۵۲/۳
موافقم	۶۹	۱۸/۳
نظری ندارم	۲۶	۶/۹
مخالفم	۴۳	۱۱/۴
کاملاً مخالفم	۴۲	۱۱/۱
جمع	۳۷۷	۱۰۰/۰

آمار استنباطی

روش‌های آمار استنباطی به منظور برآورد پارامترهای جامعه (میانگین جامعه) از طریق نمونه‌گیری علمی از جامعه مورد نظر بکار می‌رود. فرضیه آماری نقطه آغاز آزمون فرض است. فرضیه آماری یک بیان مقداری در باره پارامترهای جامعه است و اصولاً بدون داشتن فرضیه آماری امکان انجام یک آزمون دشوار است. فرضیه آماری به دو دسته فرض صفر (H_0) و فرض خلاف (H_A) بیان می‌شود. آزمون‌های آماری مورد استفاده جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات بدست آمده از یک گروه کوچک (نمونه) و تعمیم آن به جامعه مورد نظر با توجه به مقیاس اندازه‌گیری متغیرها به یک گروه پارامتری تقسیم می‌شوند. آزمون بکار رفته در این تحقیق شامل آزمون آنالیز واریانس یک طرفه و رگرسیون و در نهایت تحلیل مسیر می‌باشد. فرضیه تحقیق: به نظر می‌رسد بین مدت استفاده افراد از شبکه اجتماعی تلگرام و تغییرات اجتماعی رابطه وجود دارد.

با توجه به جدول شماره ۴، بر اساس نتایج حاصله از آزمون تحلیل واریانس بین مدت استفاده کاربران از تلگرام و تغییرات اجتماعی تفاوت معناداری وجود دارد بنابراین فرضیه فوق در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد تایید قرار می‌گیرد.

جدول ۴: آزمون آنالیز واریانس یک طرفه بین مدت استفاده افراد از شبکه اجتماعی تلگرام و تغییرات اجتماعی

متغیر	منبع تغییرات	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	آماره F	سطح معناداری
مدت استفاده افراد از شبکه اجتماعی تلگرام	میان گروهی	۲۵/۷۹۷	۴	۶/۴۴۹	۴/۴۴۹	۰/۰۰۲
	درون گروهی	۵۳۹/۲۳۸	۳۷۲	۱/۴۵۰		
	کل	۵۶۵/۰۳۴	۳۷۶			

با توجه به جدول شماره ۵ و همان‌گونه که در تحلیل رگرسیون مشاهده می‌گردد متغیر مدت زمان استفاده از تلگرام با بتای ۰/۲۹۱ توانست بر متغیر تغییرات اجتماعی موثر واقع شود.

جدول ۵: ضرایب آزمون تحلیل رگرسیون شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییرات اجتماعی

متغیرهای مستقل	b	S. E	beta	مقدار T	سطح معناداری
مقدار ثابت	۲/۲۶۲	۰/۳۶۱		۶/۲۵۶	۰/۰۰۰
استفاده از تلگرام	۰/۳۷۷	۰/۰۷۱	۰/۲۹۱	۵/۲۹۹	۰/۰۰۰

تحلیل مسیر

تحلیل مسیر^۶ یا روش آماری کاربرد ضرایب بتای استاندارد رگرسیون چند متغیری در مدل‌های ساختاری است. هدف تحلیل مسیر به دست آوردن برآوردهای کمی روابط علی (همکنشی یکجانبه یا کواریته) بین مجموعه‌ای از متغیرهاست. ساختن یک مدل علی لزوماً به معنای وجود روابط علی در بین متغیرهای مدل نیست بلکه این علیت بر اساس مفروضات همبستگی و نظر و پیشینه تحقیق استوار است. تحلیل مسیر بیان می‌کند که کدام مسیر مهمتر و یا معنادارتر است. ضرایب مسیر براساس ضریب استاندارد شده رگرسیون محاسبه می‌شود. همان‌گونه که در جدول تحلیل رگرسیون مشاهده می‌گردد متغیر مدت زمان استفاده از تلگرام با بتای ۰/۲۹۱ توانست بر متغیر تغییرات اجتماعی موثر واقع شود.



نمودار ۱: تحلیل مسیر

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

یکی از اتفاقات مهم در پایان هزاره دوم، ظهور فناوری‌های ارتباطی است که برجسته‌ترین آن اینترنت و شبکه‌های اجتماعی است. اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی، اصلی‌ترین عوامل تشکیل دهنده فضای مجازی، شناخته می‌شوند. شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یکی از مهمترین این ابزارها، با قابلیت‌ها و امکانات خود تأثیرات عمیقی بر جنبه‌های اجتماعی کاربران در

⁶ path analysis

جوامع گوناگون گذارده‌اند. استفاده جوانان ایرانی از شبکه‌های اجتماعی مجازی رو به گسترش می‌باشد و به طور گریزناپذیری، جوانان، پرجمعیت‌ترین و پرتعدادترین گروه نسلی ایران، در مواجهه با اینترنت و متأثر از فضای مجازی هستند. وابستگی متقابل دو جهان مجازی و واقعی باعث تعاملات فردی و اجتماعی در قلمروهای زیادی شده است. آن‌چنان که گفتیم، هویت در درون هر جامعه‌ای از عوامل ثبات و همبستگی است و هویت با ابعاد مختلف شخصی، اجتماعی، ملی و دینی، هر یک تأثیرات زیادی در دوام و بقا و استمرار جامعه دارند. بر اساس نتایج حاصله از آزمون تحلیل واریانس بین مدت استفاده کاربران از تلگرام و تغییرات اجتماعی تفاوت معناداری وجود دارد بنابراین فرضیه فوق در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد تایید قرار می‌گیرد. همان‌گونه که در تحلیل رگرسیون مشاهده گردید متغیر مدت زمان استفاده از تلگرام با بتای $0/291$ وانست بر متغیر تغییرات اجتماعی موثر واقع شود. همان‌گونه که از آزمون‌های آماری بر می‌آید فرضیه تحقیق همسو و هم جهت با پیشینه تحقیق که توسط میلوارد براون، یانگ و تانگ، ونگ، لی و چنگ، نلوا و اناند، چک و لیونگ، سندرز و همکاران، بولن و هری در خارج از ایران و ایرج فیضی، مسعود کوثری، مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران، خدیجه ناظری (ابراهیمی و همکارانش در ایران انجام پذیرفت، می‌باشد. در پایان، چند پیشنهاد کلی جهت مصون ماندن کاربران شبکه‌های اجتماعی از آسیب‌های احتمالی و بهره برداری از آثار مثبت این شبکه‌ها ارائه می‌گردد:

۱. پیشنهاد می‌شود که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به جای سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی برای مسدود و محدود کردن میزان دسترسی به شبکه‌های اجتماعی، نسبت به صرف هزینه و برنامه‌ریزی در جهت تولید محتوای متناسب با فرهنگ و ارزش‌های غنی ایرانی و اسلامی و با مشارکت و درگیر نمودن کاربران در تولید چنین محتوایی ضمن اشاعه‌ی ارزش‌های والای دینی و ملی، در تور جهان گستر فضای مجازی برنامه‌ریزی داشته باشد تا هم اعتماد داخلی بیشتری را کسب نموده و هم در جهت تقویت هویت دینی و ملی، گام‌های مؤثرتر و عملی‌تری برداشته باشد.
۲. راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی داخلی با ویژگی‌ها و جذابیت‌های لازم، می‌تواند در جهت تولید محتوای بومی و تأثیرگذاری مثبت در مخاطبان و کاربران مؤثر باشد.
۳. پیشنهاد می‌شود نهاد دولت نیز واحد پژوهش و برنامه‌ریزی در حوزه رسانه‌های نوین، به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی مجازی در سایر دستگاه‌های زیرمجموعه خود به منظور شناخت افکار عمومی و تأثیرگذاری مثبت بر آن را مورد توجه قرار دهد.

منابع

۱. امیدوار، احمدعلی و صارمی، علی اکبر. ۱۳۸۱. اعتیاد به اینترنت: توصیف، سبب شناسی، پیشگیری، درمان و مقیاس‌های سنجش اختلال اعتیاد به اینترنت، مرکز مشاوره و خدمات روان شناختی پردیس، مشهد: تمرین.
۲. آتش پور، سید حمید و نادی، مریم (۱۳۸۳). بررسی انزوای اجتماعی کاربران اینترنت شهر اصفهان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شاهرود، همایش کشوری اوقات فراغت.
۳. دهقان، علیرضا. ۱۳۸۴. قماربازی اینترنتی، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره پیاپی ۲ و ۳، صفحات ۷۲-۴۵.
۴. صدیق بنای، هلن (۱۳۸۷). آشنایی با شبکه‌های اجتماعی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ای روزانه همشهری.
۵. عباس زاده، میرمحمد (۱۳۸۵). وجدان کار، ارومیه: انتشارات آرشیوا.
۶. فتوره چی، محمد مهدی (۱۳۸۵). اعتیاد سایبری، اعتیاد نوظهور، تهران: نشر ویرایش.
۷. فرشباغ، ساحل (۱۳۸۸). اعتیاد اینترنتی، علل و انگیزه‌ها، تهران: مرکز تحقیقات و مطالعات رسانه‌ای همشهری.
۸. فیضی، ایرج (۱۳۸۴). سبک فراغتی و استفاده از اینترنت در بین دانش‌آموزان.
9. Holmes David, 2005. Communication theory, media, technology and society, London, Thousands oaks, Sage publications.

10. Morahan-Martin, J., & Schumacher, P. (2000). Incidence and correlates of pathological internet among college students. *Computers in Human Behavior* , 16, 13-29.
11. Whittaker, Jason. 2004. *The cyberspace handbook*, London and New York Routledge.
12. Yang, S. C., & Tung, C. J. (2007). Comparison of internet addicts and nonaddicts in Taiwanese high school. *Computers in Human Behavior* , 23(1), 79-96.