

## زندگی روزمره در تلگرام: کاربران ایرانی و استفاده از رسانه‌های اجتماعی

حسین کرمانی\*

(تاریخ دریافت ۹۶/۰۴/۱۵، تاریخ پذیرش ۹۷/۰۴/۱۵)

**چکیده:** هدف این مقاله، شناخت و تحلیل زندگی روزمره کاربران ایرانی در تلگرام است. تلگرام در چند سال اخیر به محبوب‌ترین برنامه پیام‌رسان در ایران تبدیل شده است و بنابراین تحقیق درباره ابعاد مختلف کاربری در این برنامه ضروری است. من در این تحقیق با استفاده از بستر نظری زندگی روزمره و خصوصاً نظرات شوتر درباره زیست - جهان امر روزمره به تحلیل زندگی روزمره کاربران در تلگرام پرداخته‌ام. برای انجام این تحقیق از تلفیقی از روش‌های مشاهده مشارکتی و مصاحبه کیفی استفاده کردم. علاوه بر مشاهده مشارکتی که به صورت مستمر انجام می‌شد، با ۸ نفر از کاربران پرمصرف تلگرام مصاحبه انجام گرفته است. بر اساس یافته‌های تحقیق، عناصر معرفی شده توسط شوتر برای زیست جهان را برای تلگرام نیز در نظر گرفته شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که مفهوم زمان در تلگرام تغییر کرده است و همچنین "تو- جهت" و "ما - رابطه"ها ساده‌تر شکل می‌گیرد. همچنین، تلگرام بخشی از جهان بالقوه فرد را به جهان بالفعل تبدیل کرده است و دایره هم‌قطاران را نیز گسترانیده است. علاوه بر این‌ها، تلگرام باعث تغییر سطوح مختلف موقعیت‌ها بر اساس میزان ربط شده و موقعیت‌ها با میزان ربط کم را به موقعیت‌های مربوط تبدیل کرده است. این امر خود به پیش‌روی آرام مردم عادی منجر شده که نوعی از مقاومت است. نوع دیگر مقاومت که در تلگرام شکل می‌گیرد، استفاده از این بستر برای بروز تکنیک‌هاست. تکنیک‌های مقاومت که عمدتاً در متن‌ها رخ می‌دهد.

**مفاهیم کلیدی:** تلگرام، زندگی روزمره، زیست - جهان، تکنیک و تاکتیک، پیش‌روی آرام.

\*. دانشجوی دکترای دانشگاه تهران h.kermani@ut.ac.ir

## مقدمه

هدف این مقاله، شناخت و تحلیل زندگی روزمره کاربران ایرانی در تلگرام است. دلیل انتخاب پیام‌رسان تلگرام برای این تحقیق، تعداد بالای کاربران ایرانی آن است. در واقع، هرچند کاربران ایرانی سابقه طولانی در استفاده از رسانه‌های اجتماعی دارند، اما درصد کاربران ایرانی تلگرام نسبت به رسانه‌های اجتماعی پیشین بسیار بالاتر است. کاربران ایرانی بعد از کاربران برزیلی و آمریکایی در رتبه سوم بزرگترین جمعیت استفاده کننده از سایت اورکات بودند (کوثری، ۱۳۸۶؛ رحمان داد و دیگران، ۲۰۰۶) و حدود ۱۲ میلیون نفر نیز کاربر ایرانی در سال ۱۳۹۲ از فیسبوک استفاده می‌کردند (مشرق نیوز، ۱۳۹۲). همچنین کاربران ایرانی برای ماه‌ها، بیشترین استفاده‌کنندگان از برنامه پیام‌رسان فوری وایبر بوده‌اند (کرمانی، ۱۳۹۴) و تنها پس از ایجاد اختلال در این برنامه و کندی سرعت آن وادار به ترک برنامه شده و به تلگرام پیوستند (سراب پور، ۱۳۹۴). با وجود این‌که تعداد دقیق کاربران ایرانی تلگرام مشخص نیست، اما آمار مربوطه ثابت می‌کند که افراد زیادی از این پیام‌رسان فوری تلفن همراه استفاده می‌کنند. در آذر ۱۳۹۵ (زمان نوشتن این مقاله)، ۴۲٫۴ درصد از بازدیدکننده‌های سرور مربوط به گفت‌وگوهای شخصی این پیام‌رسان ایرانی بودند (telegram.org, December 10, 2016). این در حالی است که در اردیبهشت ۱۳۹۴، این آمار تنها ۱۲ درصد بود (کرمانی، ۱۳۹۴). همچنین استفاده کاربران ایرانی از گروه‌ها و کانال‌های تلگرام نشان‌دهنده اهمیت این برنامه برای آن‌ها است. در همین زمان ۷۴٫۹ درصد از ترافیک گروه‌ها و کانال‌های تلگرامی به کاربران ایرانی اختصاص داشت (telegram.me, December 10, 2016). البته در بین این دو بازه زمانی درصد بازدید کاربران ایرانی از تلگرام با نوسان همراه بود ولی همواره بالاترین میزان در بین کل کشورها بود. اقبال کاربران به تلگرام، موجب تشدید بحث‌هایی درباره فیلتر شدن این برنامه و همچنین فواید و مضرات آن در سطح جامعه شد اما در نهایت بر خلاف اغلب رسانه‌های اجتماعی، تلگرام به فعالیت خود در ایران ادامه داد (کرمانی، ۱۳۹۵). علاوه بر این، برخلاف برخی از رسانه‌های اجتماعی، مانند فیسبوک و توئیتر، که در ایران فیلتر شده اند یا وایبر که با اخلال مواجه شد، تلگرام به راحتی در دسترس کاربران قرار دارد و حتی سازمان‌های رسمی و نهادهای محافظه‌کار که با رسانه‌های اجتماعی پیشین مخالف بودند، در این پیام‌رسان فوری تلفن همراه حضور داشته و کانال‌های خود را مدیریت می‌کنند.

تعداد بالای کاربران ایرانی تلگرام، تحقیق در این مورد را ضروری می‌سازد. در واقع این میزان استفاده از تلگرام، دارای جوانب، آثار و ابعاد مختلفی است که هرچند اخیراً برخی مقالات در این مورد منتشر شده اند (فرامرزیانی و دیگران، ۱۳۹۵؛ فتحی و دیگران، ۱۳۹۵؛ صفا و ادیبی، ۱۳۹۵؛ شیرینی و رحمانی، ۱۳۹۴) اما هم این مقالات دارای مشکلاتی است که استفاده از آن‌ها را با چالش مواجه می‌کنند و هم زندگی روزمره کاربران ایرانی در این پیام رسان کماکان ناشناخته مانده است.

در تلاش برای رفع این خلاء، در این تحقیق کوشیده‌ایم تا با کنکاش در زندگی روزمره کاربران ایرانی در تلگرام، داده‌ها و تحلیل‌هایی برای شناخت و درک بهتر آن ارائه نماییم. برای رسیدن به این هدف از زمینه نظری زندگی روزمره و خصوصاً نظرات شوتز ( شوتز و لاکمن، ۱۹۷۳؛ ریتزر، ۱۳۹۴) استفاده شده است. نکته مهم در این‌جا این است که هدف این تحقیق، مشخص کردن تاثیر تلگرام در زندگی روزمره کاربران نیست (گرچه در جاهایی به آن نزدیک می‌شود)، بلکه هدف من تحقیق درباره زندگی روزمره کاربران در تلگرام است. گرچه مورد اول نیز می‌تواند در تحقیقی جداگانه مورد توجه قرار گیرد اما تمرکز بر محور دوم ما را برای شناخت انگیزه‌ها، دلایل و جنس کنش‌های کاربران در تلگرام تواناتر می‌سازد. هر چند، این تفکیک محکمی نیست، اما در این تحقیق به‌جای پاسخ به این پرسش که تلگرام با کاربران چه می‌کند، به پرسش کاربران در تلگرام چه می‌کند خواهیم پرداخت.

پاسخ به این پرسش می‌تواند به ما در یافتن جواب سوالات دیگری هم کمک کند. ما با انجام این تحقیق می‌توانیم دلیل استفاده بالای کاربران ایرانی از تلگرام را مشخص سازیم و این عاملی مهم در پیش‌بینی رفتار کاربران در انتخاب رسانه‌های اجتماعی بعدی خواهد بود. علاوه بر این کیفیت و کمیت زندگی روزمره کاربران در تلگرام، می‌تواند پایه‌ای مناسب برای بحث درباره نگرانی‌های اخلاقی یا دیگر نگرانی‌هایی که بر اثر استفاده از این پیام رسان بوجود آمده است باشد و موارد مربوط به این مباحث که اغلب ذهنی و تجربه محور هستند را بیشتر عینی و مبتنی بر یافته‌های علمی‌نماید. در نهایت، رابطه زندگی روزمره در تلگرام با سیاست و جامعه نیز به ما در ارائه تحلیل‌هایی غنی‌تر از تاثیر رسانه‌های اجتماعی بر سیاست و جامعه کمک خواهد کرد.

همچنین، مبهم بودن رابطه کاربری تلگرام با زندگی روزمره، دلیل دیگری است که اهمیت تحقیق حاضر را نشان می‌دهد. رابطه رسانه‌ها (انواع مختلف آن) و زندگی روزمره یکی از موضوعات مورد علاقه محققان بوده است (لستر و دیگران، ۲۰۰۹؛ سیلورستون، ۱۹۹۴)، به‌طور خاص پیدایش اینترنت و افزایش روزافزون تعداد کاربران آن که بالطبع نشانه‌های مبنی بر عجز شدن اینترنت در بافت زندگی کاربران بود، موجب شد تحقیقات متعددی درباره رابطه اینترنت و زندگی روزمره انجام شود (ولمن و هایتورن وایت، ۲۰۰۲). لستر و دیگران (۲۰۰۹) معتقدند که هر رسانه جدیدی از ساعت و اختراع تلگراف گرفته تا رادیو و تلویزیون در زندگی روزمره مردم درهم تنیده شده اند و با مداخله در الگوهای فضایی-زمانی زندگی مردم، فضاها و فرباهنگ‌های جدیدی خلق کرده‌اند. به اعتقاد آن‌ها، خروج کامپیوترها از مراکز صنعتی و تحقیقاتی و ورود آن به خانه‌ها، باعث تشدید این روند بوده است. در حال حاضر می‌توان این ایده را به رسانه‌های اجتماعی گسترش داد، رسانه‌هایی که تعداد بالایی از کاربران را سراسر دنیا جذب کرده و با موبایلی شدن اینترنت (کارنوسکی و جاندورا، ۲۰۱۴) سرعت و شدت عجز شدن آن در زندگی روزمره مردم افزایش یافته است. لکن با وجود این مسئله، تحقیقی درباره

رابطه زندگی روزمره و تلگرام، به عنوان محبوب‌ترین رسانه اجتماعی در ایران در حال حاضر، وجود ندارد و هدف این مقاله نیز مشخص کردن چنین رابطه‌ای است.

### مبانی نظری: زندگی روزمره و رسانه‌های اجتماعی

زندگی روزمره را می‌توان بطور بسیار ساده، به‌عنوان مجموعه کنش‌های یک فرد در هر روز در نظر گرفت. این کنش‌ها از رفتار و گفتار تا آشپزی، خانه‌داری، رانندگی و همه اعمالی که فرد به‌صورت روزانه انجام می‌دهد را شامل می‌شود. در این تحقیق منظور من از زندگی روزمره در تلگرام، مجموعه کنش‌های کاربر در تلگرام است. بنابراین همانگونه که در جهان فیزیکی، ویژگی‌هایی زندگی روزمره ما را محدود می‌سازند، ویژگی‌های تلگرام نیز زندگی روزمره در این پیام‌رسان را محدود می‌کنند. اما این تعریف بسیار ساده از زندگی روزمره راضی‌کننده نیست، کفایت لازم را ندارد و جوانب مختلف و پیچیده این مفهوم را در بر نمی‌گیرد.

آن‌گونه که ویتز (۱۹۸۹) می‌گوید، اصطلاح زندگی روزمره تاریخ پیچیده‌ای در علوم اجتماعی دارد و در نظریات مختلف، معانی متفاوتی را اتخاذ کرده است. کالکین- فیشمن (۲۰۱۳) مجموعه کاملی از نظریات مربوط به زندگی روزمره را گردآوری کرده و این مفهوم را در چهار سنت جامعه‌شناختی آلمانی، انگلیسی، فرانسوی و آمریکایی بطور کامل ریشه‌یابی کرده است. وی در این مقاله نشان می‌دهد که زندگی روزمره چه ابعاد و تعاریف مختلفی دارد. همچنین، هایمور (۲۰۰۲) می‌گوید زندگی روزمره دارای دو جنبه است: از یک طرف، بدون هیچگونه پیش‌داوری این مفهوم به فعالیت‌هایی که بیش از همه تکرار می‌شوند اشاره می‌کند؛ مثلاً به سفرهایی که بیشتر از همه انجام می‌شود یا فضاهایی که از همه جا پرجمعیت‌تر است. اما از سوی دیگر، زندگی روزمره به‌عنوان ارزش و کیفیت این ابعاد کمی و شمارش پذیر مطرح می‌شود. ممکن است سفرهایی که بیش از همه تکرار می‌شود چیزی جز خستگی نباشد یا یک مکان بسیار پرجمعیت، زندان باشد یا یک فعالیت پرتکرار، تنها کنشی بر اثر اجبار و سرکوب‌گری باشد. لی و سورنسن (۱۹۹۶) معتقدند که زندگی روزمره را نمی‌توان به حوزه شخصی و فرایند مصرف محدود کرد. بلکه قدرت این مفهوم در توانایی آن برای به‌کار گرفته شدن برای تحلیل فعالیت‌های مختلف در مختصات چندگانه است. نظریه پردازانی چون بوردیو و فوکو نیز به زندگی روزمره از رهگذر تاثیر آن بر بدن پرداخته‌اند (کالکین- فیشمن، ۲۰۱۳). اما در این تحقیق، با اتخاذ رهیافتی پدیدارشناسانه، نظرات شوتز به‌عنوان بنیان نظری تحقیق انتخاب شده چون به‌نظر می‌رسد وی تحلیل دقیق و نظام‌مند از زندگی روزمره ارائه داده و تنها بعد از شناخت نظرات وی است که می‌توانیم دیگر نظرات در این حوزه را درک و فهم کنیم.

شوتز از اصطلاح «زیست-جهان امر روزمره»<sup>۱</sup> استفاده می‌کند. از نظر او «زیست-جهان» امر روزمره، بخشی از حقیقت است که فرد می‌تواند همان‌طور که به‌وسیله اندام جاندارش در آن عمل می‌کند، خود را درگیر آن کرده یا آن را تغییر دهد (شوتز و لاکمن، ۱۹۷۳). در واقع این‌جا ناحیه‌ای است که فرد، دیگر افراد (هم‌قطاران)<sup>۲</sup> و کسانی که با آن‌ها دنیای مشترکی دارد را تجربه می‌کند. این دو بخش با همدیگر اساس زیست-جهان روزمره و حقیقت برتر فرد را تشکیل می‌دهند (همان). شوتز همچنین معتقد است که زندگی روزمره بدیهی انگاشته شده و سوالی ایجاد نمی‌کند مگر این‌که مشکلی پیش بیاید. وی همچنین تاکید می‌کند که مسئله کنش و انتخاب باید در مرکز تحلیل درباره زیست-جهان روزمره قرار بگیرد (همان). به عبارت دیگر، زیست-جهان، حقیقتی که از طریق آن کنش‌هایمان را اصلاح کرده و همچنین به آن‌ها شکل می‌دهیم است (باکاردیوا، ۲۰۰۵). اصلاح دیگری که شوتز به‌کار می‌برد، «سهم معرفتی» است که کنش‌های ما توسط آن تعیین می‌شود. این سهم، از تلفیق تمام تجارب قبلی ما، چه آن‌ها که بی‌واسطه تجربه کرده‌ایم و چه آن‌ها که توسط هم‌قطاران (والدین، معلمان، هم‌کلاسی‌ها و ...) به ما منتقل شده است، به‌وجود می‌آید و در نقش مرجعی مناسب که برای سازمان‌دهی جهان اطراف‌مان نیاز داریم عمل می‌کند (همان).

شوتز سه نوع نظم برای زیست-جهان امر روزمره قائل می‌شود: نظم فضایی، زمانی و اجتماعی. در نظم فضایی، شوتز تفکیکی بین جهانی که بالفعل به آن دسترسی داریم و جهانی که به‌صورت بالقوه به آن دسترسی داریم ایجاد می‌کند. جهان بالفعل، جایی است که در لحظه آن را تجربه می‌کنیم اما جهان بالقوه، مجموعه‌ای از چیزهایی است که قبلاً در جهان بالفعل وجود داشته و فرد آن‌ها را تجربه کرده است و حالا «حیطه قابل بازیابی» را شکل داده‌اند. جهان بالقوه ما از محدودیت‌های جهان بالفعل برخوردار نیست و همچنین جهتش به سوی آینده است (شوتز و لاکمن، ۱۹۷۳). جهان بالقوه، در دسترس فرد قرار ندارد اما در مواقع نیاز یا خواست فرد می‌تواند بازخوانی شود. این نظم فضایی باعث به‌وجود آمدن دو ناحیه عمل می‌شود: ناحیه اولیه و ثانویه. در ناحیه عمل اولیه یا مرجح، کنش به بدن فیزیکی فاعل وابسته است اما در ناحیه عمل ثانویه، کنش تنها با کمک رسانه‌های مختلف می‌تواند انجام شود و طبیعتاً این ناحیه به شرایط رسانه‌ها در هر جامعه وابسته است.

سه بعد مهم نظم زمانی در کار شوتز عبارتند از: دوام/بی‌دوامی، جنبه‌های ثابت شرایط گذرا/اولین‌ها و تاریخیت/موقعیت. این جنبه‌ها همگی از دوام جهان و فناپذیری سوژه درون آن ناشی شده‌اند (همان). آگاهی فرد از فناپذیری خودش در واقع، اساس طرح‌هایی است که فرد برای زندگی خودش می‌ریزد. دومین بعد، از طبقه‌بندی‌های مختلف زمان عینی (جریان خودآگاهی) - زمان بیولوژیکی (ریتم بدن)، جهانی (فصل‌ها) و اجتماعی (تقویم) به‌وجود آمده است. سومین جنبه

1. The everyday life-world
2. Fellow men

هم ناظر به آگاهی فرد از این واقعیت است که در موقعیت تاریخی خاصی به دنیا آمده اما قادر به تغییر آن نیست.

شوتز، تعریف نظم اجتماعی را با تجربه بی‌واسطه ما از دیگری که در زمانی خاص بخشی از زیست-جهان مان را با وی به اشتراک می‌گذاریم آغاز می‌کند. در اینجا شوتز مفهوم «ما-رابطه<sup>۱</sup>» را تعریف می‌کند. هم‌قطاران افرادی هستند که ما با آن‌ها رابطه چهره به چهره داریم اما هنگامی که وجود دیگری را درک کنیم، پیش از خود ما در فوریت زمانی و فضایی، یک «تو-جهت<sup>۲</sup>» شکل می‌گیرد. هنگامی که تو-جهت دوطرفه باشد، «ما-رابطه» پدید می‌آید. «ما-رابطه» در سطوح مختلفی از نزدیکی، عمق، درگیرشدگی، همکاری، اشتراک یا در مجموع فوریت شکل می‌گیرد. شوتز در ادامه نظراتش درباره این درجه‌بندی‌های مختلف فوریت، ناحیه‌ای از جهان اجتماعی که توسط «هم‌عصران» اشغال شده است را معرفی می‌کند. منظور وی از هم‌عصران، افرادی است که فرد با آن‌ها در «ما-رابطه» نیست اما زندگی آن‌ها در همان زمان فرد رخ می‌دهد. تجربه ما از هم‌عصران از نظر کیفی کاملاً با هم‌قطاران متفاوت است. ما هم‌عصران را در گونه‌های مختلف براساس میزان گم‌نامی دسته‌بندی می‌کنیم، میزان گم‌نامی نیز به این بسته است که چگونه رابطه ما با آن‌ها می‌تواند به یک «ما-رابطه» تبدیل شود.

شوتز در ادامه دو مفهوم دیگر معرفی می‌کند که می‌تواند به تحلیل زندگی روزمره کاربران تلگرام کمک کند: موقعیت و میزان ربط (ریتزر، ۱۳۹۴). با طرح «موقعیت» شوتز به تحلیل آزادی بشر و محدودیت‌هایش می‌پردازد، در واقع در اینجا یک بازی درونی بین عناصر اجباری و آزادانه هر موقعیت وجود دارد. در این موقعیت‌های کنش، علایق و اهداف فرد از طریق معناهایی که توسط فرهنگ ساخته شده شکل می‌گیرد. شوتز بر انگیزه‌های عمل‌گرایانه که به کنش‌های فرد در هر موقعیت شکل می‌دهد به‌طور خاص تأکید می‌کند. از نظر او، هر موقعیت و عناصر مرتبطش، معنایی که از علایق کارکردگرایانه‌ای که سوژه دنبال می‌کند، نشأت می‌گیرد اخذ می‌کنند. خود این علایق هم حاصل ساختار پیچیده‌ای از طرح‌های فرد برای زندگی‌اش هستند که شوتز آن‌ها را «علایق مشخص شده توسط طرح‌ها» می‌نامد. این علایق که هر موقعیت را شکل می‌دهند، میزان ربط هر موقعیت را هم مشخص می‌کنند.

منظور شوتز از میزان ربط، کلیت عناصر، ویژگی‌ها و مفاهیمی است که به یک موقعیت خاص مربوطاند (شوتز و لاکمن، ۱۹۷۳). شوتز چهار ناحیه ربط را تشخیص می‌دهد: اول ناحیه مرجح است که عبارت است از بخشی از جهان که بی‌واسطه و بلافاصله در دسترس ما قرار دارد و به‌صورت جزئی توسط کنش‌های ما تغییر می‌کند. ناحیه دوم، بخشی است که بطور غیر مستقیم به ناحیه

- 
1. We-relation
  2. Thou-orientation

مرجح مرتبط است. این ناحیه که ناحیه با حداقل ربط نامیده می‌شود به‌طور کامل تحت کنترل ما نیست و می‌تواند ابزار لازم برای تحقق اهداف ما را تامین کند. ناحیه بعدی، نواحی غیر مرتبطی است که در آن میزان ربط مستقیمی به اهداف و طرح‌های ما ندارد و ما آن‌ها را نادیده می‌گیریم مگر اینکه تغییراتی مرتبط با علایق ما در آن‌ها رخ دهد. در نهایت، نواحی مطلقاً نامرتب و وجود دارد که هیچ تغییری در آن‌ها نمی‌تواند به ما و اهداف و علایقمان مرتبط باشد. شوتز تاکید می‌کند که این نواحی مستقل نیستند و با یکدیگر هم‌پوشانی و رابطه دارند. از زاویه‌ای دیگر، شوتز موقعیت‌ها را به موقعیت‌های مرتبط اجباری و اختیاری تقسیم می‌کند.

ما از نظریات شوتز، به‌دلیل این که ساختاری شفاف و دقیق از زندگی روزمره در اختیارمان می‌گذارد و همچنین توانایی بالایی برای تحلیل زندگی در تلگرام دارد استفاده می‌کنیم. با این همه نظرات شوتز یک بعد زندگی روزمره را نادیده می‌گیرد. در واقع، ساختار زندگی روزمره در نگاه شوتز، جنبه سیاسی ندارد و وی بیشتر بر جنبه‌های فضایی، زمانی و اجتماعی این مفهوم تاکید کرده است. اما برخی دیگر بعد سیاسی نیز برای زندگی روزمره قائلند.

به‌عنوان مثال، لفور (۱۹۹۱)، با دیدگاهی انتقادی نسبت به زندگی روزمره و از موضعی مارکسیستی می‌پرسد: زندگی روزمره در کجا یافت می‌شود؟ در کار یا اوقات فراغت؟ در زندگی خانوادگی یا لحظات خاصی که بیرون از فرهنگ زیسته می‌شود؟ به اعتقاد وی، با وجود بدهی به‌نظر رسیدن پاسخ این سوالات به این عنوان که زندگی روزمره همه این‌هاست، اما این پاسخ قانع‌کننده نیست. لفور به زندگی روزمره به‌عنوان محلی برای کنکاش درباره از خودبیگانگی به‌عنوان یک بعد کلیدی در زندگی تحت کنترل سرمایه‌داری نگاه می‌کند (سیلورستون، ۱۹۹۴) و با در نظر گرفتن زندگی روزمره به‌عنوان یک پدیده شهری، می‌گوید که افراد در این محل به‌وسیله سرمایه‌داری قربانی می‌شوند (کالکین - فیشمن، ۲۰۱۳). در واقع وی برخلاف بسیاری از مارکسیست‌ها که به موضوعات کلانی چون حکومت، مجلس و سیاست‌های حزبی توجه نشان می‌دادند، اعلام می‌کند که می‌خواهد بر پایه‌های بی‌ارزش زندگی روزمره در سیاست تمرکز کند (لفور، ۱۹۹۱). در واقع، می‌توان با توجه به کارهای لفور گفت زندگی روزمره بعدی سیاسی دارد. بعد سیاسی زندگی روزمره مورد توجه دو سرتو (۱۹۸۴) نیز بوده است. وی رویه‌های زندگی روزمره را تاکتیک‌هایی می‌داند که توسط مصرف‌کنندگان، در درون استراتژی‌های رسمی نهادهای قدرتمند اعمال می‌شود. تاکتیک‌ها (رویه‌های مصرف‌کننده) و استراتژی‌ها (شرکت‌ها)، هر یک نوعی کنش و در جست‌وجوی اشغال زمان و مکان هستند. استراتژی‌ها برای کسب دارایی و مالکیت، در صدد غلبه مکان بر زمان هستند. مکان‌ها به‌عنوان جایگاه قدرت، کارکرد سراسر بین دارند. در مقابل، تاکتیک‌ها در صدد غلبه زمان بر مکان هستند؛ لذت تاکتیک وابسته به زمان و کنشی است که در درون فراز و فرودهای

مختلط و پیچیده زندگی روزمره شکل می‌گیرد. تاکتیک، هوشیارانه از شکاف‌ها در بخش نظارت و کنترل، بهره‌برداری می‌کند.

یکی از فرضیه‌های تحقیق این است که این بعد سیاسی زندگی روزمره را در امتزاج با استفاده از رسانه‌های اجتماعی، می‌توان به تاسی از بیات (۲۰۱۳) پیشروی آرام مردم عادی نامید. بیات این اصطلاح را برای تبیین واکنش فرودستان رو به رشد شهری در جهان سوم به فرایندهای اجتماعی و سیاسی بزرگ‌تری که زندگی آن‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد بکار برده و آن را این‌گونه توضیح می‌دهد: پیشروی آرام به کنش‌های مستقیم غیرجمعی بادوام افراد و خانواده‌های پراکنده برای دستیابی به ضروریات اولیه زندگی‌شان (زمین برای داشتن سرپناه، مصرف جمعی شهری خدمات شهری، شغل غیررسمی، فرصت‌های شغلی، و فضای عمومی) به شیوه غیرقانونی خاموش و بی‌تکلف اطلاق می‌شود. البته منظور ما در اینجا برخلاف بیات، صرفاً حاشیه‌نشینان و فقرا نیست. بلکه کاربران رسانه‌های اجتماعی در ایران را در نظر داریم و هدف آن‌ها نیز صرفاً دستیابی به ضروریات اولیه زندگی‌شان نیست. بنابراین یکی از اهداف این تحقیق، پاسخ دادن به این پرسش است که آیا استفاده کاربران ایرانی از تلگرام را می‌توان نوعی پیشروی آرام دانست؟

### روش تحقیق

برای انجام این تحقیق از تلفیقی از روش‌های مشاهده مشارکتی و مصاحبه کیفی مبتنی بر سنت مردم‌نگاری استفاده شده است. مشاهده مشارکتی به صورت غیر نظام‌مند انجام گرفت که با آغاز استفاده نویسنده از تلگرام در آذر ۱۳۹۳ همراه بود. البته در آن زمان مشاهده من هدف مشخصی نداشت و بیشتر صرف آشنایی و کسب تجربه در تلگرام بود. برنامه‌ریزی برای انجام این تحقیق در آبان ۱۳۹۴ انجام شد و مشاهده مشارکتی من از همان زمان به صورت نظام‌مند و برنامه‌ریزی شده آغاز شد. این برنامه مشاهده مشارکتی در تلگرام بیشتر نقش ایجاد زمینه برای فهم مناسب و بیشتر کنش‌ها در این فضا را داشت و نتایج آن عمدتاً به صورت مستقل ارائه نشده و در قالب نتایج مربوط به مصاحبه‌ها آمده است. تنها در برخی موارد که مصاحبه‌شوندگان به مسائلی که در مشاهده مشارکتی تجربه نویسنده بود، اشاره نمی‌کردند، آن‌ها را بر اساس مشاهده مشارکتی تطبیق داده‌ایم.

برای انجام مصاحبه کیفی، با توجه به اینکه اغلب کاربران حساب کاربری تلگرام خود را فضایی شخصی می‌دانند و به راحتی در مورد آن اطلاعات نمی‌دهند، نیاز به افرادی بود که به پژوهشگر اعتماد کرده و با صراحت و صداقت به پرسش‌ها پاسخ دهند. به همین دلیل اعضای نمونه به دو صورت انتخاب شدند. در وهله اول، از تعدادی از افرادی که آشنا بودند و اطلاع داشتیم که جزو کاربران فعال تلگرام هستند درخواست شد که با انجام مصاحبه موافقت کنند و هم‌زمان پیامی در



چند گروه تلگرامی به اشتراک گذاشته شد که در مورد هدف تحقیق توضیح می‌داد و از اعضا می‌خواست که در صورت تمایل به شرکت در تحقیق، موافقت خود را اعلام کنند. در نهایت ۸ نفر از طریق فراخوان اعلام آمادگی کردند. سپس در گفت‌وگوهای شخصی توضیحات بیشتری برای آن‌ها ارائه شد. از این ۸ نفر، ۵ نفر را پیش از انجام تحقیق به هیچ عنوان نمی‌شناختم و ۳ نفر نیز جزو افرادی بودند که از طریق تلگرام (۲ نفر) و واتس آپ (۱ نفر) با آن‌ها آشنائی حاصل شده بود اما تا آن زمان به صورت حضوری با آن‌ها دیدار نکرده بودیم. ۳ نفر از ۵ نفر گروه اول، بدون هیچ دلیلی در اواسط تحقیق و پیش از انجام مصاحبه حساب کاربری<sup>۱</sup> خود را پاک کرده و به پیام‌های پژوهشگر پاسخ ندادند. از افرادی نیز که شخصاً برای مشارکت دعوت کردیم ۳ نفر برای شرکت در تحقیق اعلام آمادگی کردند و در مجموع ۸ نفر مصاحبه شونده برای تحقیق باقی ماند که با توجه به روش کیفی تصمیم گرفته شد که روند تحقیق را با این افراد آغاز کنیم و در صورت نرسیدن به اشباع بعد از مصاحبه‌ها با افراد دیگری نیز مصاحبه کنیم. روند آشنایی و گفت‌وگو با این افراد در تلگرام نیز به-عنوان بخشی از مشاهده مشارکتی در نظر گرفته شده و در تحلیل‌ها دخالت داده شده است. نکته بعدی این است که تمام این ۸ نفر جزو کاربران با مصرف بالا هستند و همچنین جزو اولین افرادی بودند که از تلگرام استفاده کردند، بنابراین بر اساس نظریه اشاعه، آن‌ها جزو اقتباس گران اولیه و بعضاً نوآوران هستند. انتخاب عمدی این نمونه به این دلیل بود که این کاربران علاوه بر تجربه خود، شناخت مناسبی از تجارب و کنش‌های دیگران نیز دارند و علاوه بر گزارش فعالیت خود تحلیل‌هایی درباره دیگر کاربران نیز ارائه می‌دهند که می‌تواند مفید باشد. از طرف دیگر تجارب این کاربران جامعیت بیشتری دارد به طوری که می‌توان فرض کرد تجارب کاربران عادی و با مصرف کم‌تر، زیر مجموعه این تجربه‌ها قرار می‌گیرد و ما با شناخت این کاربران، به احتمال زیاد از تجارب دیگران نیز شناخت خوبی به دست می‌آوریم. مشخصات شرکت‌کنندگان در مصاحبه کیفی در جدول ۱ آمده است. لازم به توضیح است که برخی از اسامی واقعی است و با رضایت شرکت‌کنندگان استفاده شده و برخی نیز اسامی مستعار است.

نام و نام خانوادگی	نوع اسم	سن	جنسیت	تحصیلات
شایان	مستعار	۲۸	مرد	کارشناسی
بهنام	واقعی	۲۷	مرد	کارشناسی
نقیسه	واقعی	۳۷	زن	کارشناسی
مینو	مستعار	۳۲	زن	کارشناسی ارشد
پیام	واقعی	۳۳	مرد	کارشناسی ارشد
محمد	واقعی	۲۵	مرد	کارشناسی

## 1. Account

نام و نام خانوادگی	نوع اسم	سن	جنسیت	تحصیلات
علی‌رضا	واقعی	۳۶	مرد	کارشناسی
سمیرا	واقعی	۳۱	زن	کارشناسی ارشد

با استفاده از دو روش مشاهده و مصاحبه به صورت هم‌زمان و موازی سعی شد تا میزان قابلیت اعتماد و اعتبار تحقیق را تا حد ممکن افزایش داده و به شناختی هر چه دقیق‌تر از زندگی روزمره کاربران ایرانی در تلگرام دست پیدا کنیم. همچنین تلاش شد تا هم مشاهده و مصاحبه‌ها در محیط‌های طبیعی و با حداقل دخالت محقق صورت بگیرد. برای کدگذاری نیز از چند روش استفاده شد اما کدگذاری‌ها عمدتاً بر اساس روش ساختاری و هم‌زمان (سالدانا، ۱۳۹۵) صورت گرفت.

### تحلیل یافته‌ها

فضای تلگرام در این تحقیق خود به منزله زیست-جهان به شمار آمده است. زیست-جهانی که کنش‌های کاربران در آن جای عمل در جهان فیزیکی به وسیله اندام جاندار را می‌گیرد و بستری برای رخ دادن امر روزمره است؛ امر روزمره‌ای که هر چند از زندگی افراد در جهان فیزیکی مجزا نیست اما مختص تلگرام است. کاربران در تلگرام با کنش‌ها و انتخاب‌هایشان، زیست-جهان خود را تنظیم داده و تغییر می‌دهند. تلگرام چیزی به زیست-جهان افراد در دنیای فیزیکی هم اضافه کرده است و نقشی در زندگی روزمره آن‌ها ایفا می‌کند اما این نقش در این‌جا مورد توجه من نیست هر چند در تحلیل‌ها، برخی اوقات خواه ناخواه به این مسئله نیز خواهیم پرداخت. در ادامه این بخش، هر یک از جنبه‌هایی که شوترز برای زیست-جهان امر روزمره تعریف کرده است را با توجه به نتایج تحقیق در مورد کاربری در تلگرام تحلیل می‌کنیم.

سهم معرفتی: سهم معرفتی به دو طریق با زیست-جهان امر روزمره و تلگرام در رابطه است. اولاً، سهم معرفتی فرد که در زندگی‌اش پیش از استفاده از تلگرام شکل گرفته (سهم معرفتی پیشینی) بر استفاده‌اش از تلگرام اثر می‌گذارد و علاوه بر این، سهم معرفتی‌ای مربوط به تلگرام (سهم معرفتی تلگرامی) بر اثر حضور و کاربری در این پیام‌رسان شکل می‌گیرد که کنش‌های آتی فرد را شکل می‌بخشد. این سهم معرفتی پیشینی است که در ابتدا نوع کاربری فرد را تعیین می‌کند و پس از آن تلفیق این سهم با سهم معرفتی تلگرامی این نقش را ایفا می‌کند. هر کنش فرد در تلگرام ساخت دهنده به و ساخت یافته از هر دو نوع سهم معرفتی اوست.

در مورد تاثیر سهم معرفتی پیشینی بر کاربری تلگرام می‌توان به مینو و شایان اشاره کرد. این دو نفر سهم معرفتی مشابهی قبل از استفاده از تلگرام داشته‌اند که نوع کاربری آن‌ها را تحت تاثیر قرار داده و به یکدیگر نزدیک کرده است. به عنوان مثال، این دو بیش از دیگر مصاحبه‌شوندگان بر

استفاده مفید و هدفمند از تلگرام تاکید می‌کنند و به دنبال اهداف شغلی هستند. همچنین تنها این دو نفر خواستار استفاده از نام مستعار در تحقیق شدند که بر تشابهات آن‌ها تاکید دارد. شایان در مورد استفاده از تلگرام از واژه «تلف کردن وقت» استفاده می‌کند که مشخصاً جهت گیری منفی او را نشان می‌دهد: ممکن است برای خواندن پیام‌ها وارد تلگرام شوم و یک دفعه ببینم دو ساعت وقت تلف کرده‌ام. می‌خوام مانع این اتفاق شوم.<sup>۱</sup> مینو هم می‌گوید: سال ۹۲ که ارشد قبول شدم در پس استفاده از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی برای استفاده‌های علمی برآمدم چون افراد مدام در دسترس نیستند ... هم کلاسی‌هایم گروه‌های وایبری راه انداختن و من تا آنجا که شد سعی کردم وارد شبکه‌های اجتماعی موبایلی نشوم به خاطر اینکه احساس کردم تمام وقتم را می‌گیرد و نمی‌توانم روی درس خواندم تمرکز کنم ... به همین خاطر ابتدا خیلی گارد داشتم نسبت به این شبکه. ولی زمانی که به این جا رسیدم که باید یک سری اطلاعیه‌ها را از طریق افراد مختلف پی‌گیری کنم در خصوص دانشگاه و بعد پی‌گیری امور علمی، مجبور شدم که وارد این حوزه شوم. همچنین این دو نفر در طول مصاحبه پیاپی به استفاده هدفمند و یافتن افرادی که برای فرد مفید باشند تاکید کردند. مینو تاکید داشت که در گروه‌ها و گفت‌وگوهایش بدنیا یافتن افرادی است که برای شرکتش بتواند از آن‌ها استفاده کند. این نوع کاربران را می‌توان «شکارچی» نامید. همچنین بهترین خاطرات شایان به انجام معاملات شغلی در تلگرام برمی‌گشت.

اما پس از حضور در تلگرام، دو نوع سهم معرفتی فرد با هم تلفیق شده و کاربری او را شکل می‌دهند. مثلاً سمیرا، توجه خاصی به قابلیت بلاک کردن دیگر کاربران دارد که این امر مستقیماً از سهم معرفتی و تجربه او از مزاحمت افراد ناخواسته ناشی شده است. سمیرا می‌گوید: من میتونم بگم تا الان ۲۰ تا شماره بلاک<sup>۲</sup> کردم. آدمایی که اصلاً نمی‌دونم کی هستن. در نهایت می‌توان گفت، تلگرام عنصر جدیدی است که با اضافه شدن به سهم معرفتی فرد، آن را توسعه می‌دهد و همچنین سهم معرفتی ای مربوط به خودش را به وجود می‌آورد. سهمی که هم در کاربری تلگرام و هم رسانه‌های اجتماعی آتی نقش ایفا می‌کند.

*نظم فضایی:* نظم فضایی به دو جهان بالقوه و بالفعل تقسیم می‌شود. جهان‌های بالقوه و بالفعل فرد در دنیای واقعی رابطه‌ای دو سویه، پویا و مستمر با جهان بالقوه و بالفعل کاربر در تلگرام دارند. تلگرام در وهله اول، جهان بالقوه فرد را توسعه می‌بخشد و بخشی از آن را به جهان بالفعل تبدیل می‌کند. افراد زیادی که کاربر در تلگرام با آن‌ها رابطه برقرار می‌کند در دنیای واقعی در جهان بالقوه‌اش قرار دارند اما این‌ها در تلگرام در جهان بالفعل قرار می‌گیرند چرا که کاربر در تلگرام با

۱. نقل قول‌های مصاحبه‌شوندگان عیناً و بدون هیچ تغییری در مقاله آورده شده است.

۲. Block: مسدود

افراد جدیدی آشنا می‌شود که اگر این پیام رسان نبود با آن‌ها آشنا نمی‌شد. به عنوان مثال به این قسمت گفت‌وگو با شایان دقت کنید: آدم‌هایی هم هستند که به لطف تلگرام باهاشون آشنا شدم/ مثلاً؟! خیلی از دوستانم، که مثلاً توی گروه‌های مختلف آشنا شدیم/ این آشنایی در چه حدی هستش؟! بعضاً در حد شدید، رفتیم بیرون گشتیم/ اولاً نمی‌شناختی؟! نه، توی تلگرام آشنا شدم. این مسئله در مورد نویسنده نیز صدق می‌کند و آشنایی ما با مصاحبه‌شوندگان، پیش از آغاز مقاله از طریق تلگرام بوده که آن‌ها را وارد جهان بالفعل من کرده است. همچنین برخی افراد هستند که کاربر آن‌ها را به دست فراموشی سپرده و تنها با نصب تلگرام و به‌وسیله پیام‌های تلگرامی از حضورشان آگاه شده است. این افراد که در جهان بالقوه حضور دارند، از طریق تلگرام به جهان بالفعل او راه می‌یابند. مثلاً سمیرا می‌گوید: خیلی از دوستایی که قبلاً داشتم توی تلگرام منو پیدا کردن، به این طریق که من یه مطلبی گذاشتم توی گروه بعد توی گروه‌های دیگه دست به دست شده و رسیده به اون‌ها بعد اومدن توی خصوصی گفتن سمیرا تویی؟ بعد از سال‌ها من رو پیدا می‌کردن و من حتی دوتا از دوستای دوره ابتداییم رو از طریق تلگرام پیدا کردم.

تلگرام علاوه بر توسعه جهان بالقوه و تبدیل بخشی از آن به جهان بالفعل، جهان بالقوه خودش را دارد. تمام افرادی که از این برنامه استفاده می‌کنند در جهان بالقوه تلگرامی فرد قرار می‌گیرند. برخی از این افراد در بعضی از گروه‌ها و کانال‌ها با فرد شریک هستند و برخی دیگر اصلاً با فرد در ارتباط مستقیم یا غیرمستقیم نیستند اما هر لحظه ممکن است برحسب تصادف یا عضویت در گروه یا کانالی مشابه به جهان بالفعل او راه پیدا کنند. البته میزان شدت رابطه با این افراد متفاوت است اما امکان حضور افراد جهان بالقوه در جهان بالفعل همواره وجود دارد. بنابراین تمام کاربران تلگرام، جهان بالقوه فرد در تلگرام را تشکیل می‌دهند. تلگرام نظم فضایی جدیدی را ایجاد می‌کند که در آن معنا و حضور جهان‌های بالقوه و بالفعل فرد بازتعریف و بازتنظیم می‌شود.

نظم اجتماعی، هم‌قطاران و هم‌عصران: تغییرات جهان‌های بالقوه و بالفعل فرد بر اثر حضور و استفاده در تلگرام، رابطه‌ای دو سویه با تغییراتی دارد که در هم‌قطاران و هم‌عصران وی رخ می‌دهد. ما می‌توانیم هم‌قطاران را در تلگرام افرادی بدانیم که فرد با آن‌ها گفت‌وگوی شخصی - چه در قالب گفت‌وگوی خصوصی و چه در گروه‌ها- دارد. این افراد اعم از خانواده و آشنایان وی و همچنین افرادی است که تنها در تلگرام با آن‌ها آشنا شده است. هم‌عصران نیز تمام کسانی هستند که در همان دوره‌ای که کاربر از تلگرام استفاده می‌کند، از آن استفاده می‌کنند. این تغییرات، ناگزیر با نظم اجتماعی شکل گرفته در تلگرام در ارتباطند. در این جا "تو-جهت‌ها" و "ما-رابطه‌ها" ساده‌تر پدید می‌آید و از نظر عمق، شدت و گستردگی نیز دست‌خوش تغییر شده است. فرد در تلگرام در گروه‌ها با افراد جدیدی آشنا می‌شود و این آشنایی می‌تواند بدون آگاهی طرف مقابل باشد (تو-جهت) اما هنگامی که این آشنایی به گفت‌وگوی دو طرفه بیانجامد، "ما-رابطه" پدید می‌آید. هر چه فعالیت

فرد در گروه‌ها بیشتر باشد، بسامد شکل‌گیری "تو-جهت" و "ما-رابطه"‌های جدید بیشتر می‌شود. یک شیوه برای بالا رفتن تعداد گروه‌های کاربر، الگوی زنجیره‌ای است. بدین‌صورت که فرد در یک گروه عضو شده و سپس از طریق اعضای آن گروه در گروه‌های دیگر عضو شده یا با افراد دیگر آشنا می‌شود و این زنجیره می‌تواند تا عدم تمایل کاربر ادامه پیدا کند. این الگو نشان می‌دهد چگونه دایره هم‌قطاران گسترش می‌یابد و حتی موقعیت‌های دیگر به فرد مربوط می‌شود که در ادامه توضیح داده خواهد شد. گسترده شدن دایره هم‌قطاران و موقعیت‌ها خود باعث این می‌شود که "تو-جهت"‌ها و "ما-رابطه"‌های بیشتری به‌صورت بالقوه امکان شکل‌گیری داشته باشند. سمیرا در این مورد توضیح می‌دهد: من دوست اجتماعی زیاد دارم که از طریق همین تلگرام اومدن توی زمره دوستانم قرار گرفتن/ ببینید همون دوستاتون که اومدن تلگرام با همونا چه جور آشنا شدین؟/ توی گروه‌های مختلف/ چه جور؟/ مثلاً دنبال به خبرنگاری بودم که بتونه خبر منو توی رسانه‌اش منتشر کنه، توی گروه می‌نوشتیم بچه‌ها همچین خبری دارم کی میتونه توی این حوزه کمک کنه، حالا مدیر گروه یا بچه‌ها می‌گفتن فلانی توی این حوزه کار می‌کنه. می‌رفتم توی شخصی پیام می‌دادم یا حالا اون ارتباط برقرار می‌شد یا این که نه و اون ارتباط برقرار نمی‌شد. پیام هم می‌گوید: تو به گروه خبری عضو شده بودم اسمش کیوسک بود. تو اون گروه من هرروز پیام می‌دادم که اگر گروه کتاب‌خوانی خوب سراغ دارید منو اد<sup>۱</sup> کنید. البته الان از تو کیوسک اومدم بیرون. من ۲۰-۳۰ بار این پیامو گذاشتم تا بالاخره یکی اومد گفت من ادت می‌کنم. بعد که تو اون گروه کتاب اد شدم بهشون گفتم هرکی هرچی گروه کتاب می‌شناسه منو اد کنه. دیگه آن‌قدر گروه به گروه کردم تا به چیزی رسیدم که می‌خواستم. بهنام هم در این مورد می‌گوید: من خودم حدود ۵۰ تا گروه الان عضوم و خودم وقتی تلگرام اومد چنتا گروه خبری زدم و خبرای اقتصادی و بورسی رو اون‌جا منتشر می‌کردم. که مثلاً حدود ۱۲۰۰ نفر می‌شدن بعد من شماره همه این ۱۲۰۰ نفر رو داشتم. وقتی تو این همه گروه بودم مرتب تو گروه‌های دیگه اضافه میشدم و آدما که تو گروه‌ها فعالیت منو می‌دیدن هم منو به گروه‌هاشون اضافه می‌کردن و هم بعضی رابطه‌های شخصی و کاری شکل گرفت اونجا.

"تو-جهت"‌های شکل گرفته در تلگرام می‌تواند به شناخت عمیق منجر شود. افراد با دیدن پست‌ها و صحبت‌های دیگر کاربران در گروه‌های مختلف به شناختی از یک فرد دست پیدا می‌کنند و بر این اساس تصمیم می‌گیرند با وی وارد "ما-رابطه" شوند یا خیر. این امکانی است که در زندگی روزمره فرد در جهان واقعی به این شکل وجود ندارد. مثلاً به این قسمت گفت‌وگو با علی‌رضا توجه کنید: چه جور فهمیدین می‌تونین دوست باشین؟/ خب فازمون به هم می‌خورد، وقتی مراوده داشته باشیم می‌فهمیم که فلانی آدم خوبیه یا نه، همین جور روابط شکل می‌گرفت/ قبلاً همو نمی‌شناختید؟/ نه اصلاً. او

۱. Add: اضافه

همچنین از دیدن یکی از افرادی که در تلگرام با وی آشنا شده می‌گوید: گروه‌هایی که اد می‌شدی شد با آدم‌هایی که نمی‌شناختی جمع بشین برین بیرون؟/آره، دو سه باری این کار رو کردیم، اولین بار بود هم‌دیگه رو می‌دیدیم ولی این قدر صمیمانه که خیلی اطلاعات راجع به هم داشتیم که چیو دوست داره از چی بدش میاد، تسهیل شکل‌گیری "توجهت"ها منجر به برخی روابط ناخواسته نیز شده است. سمیرا می‌گوید: آقایون و خانوم‌ها توی گروه‌ها آدم‌های جدیدی رو پیدا کردن و به راحتی رفتن پیام دادن و رابطه ای شروع شد. بعدشم که... جدی میگم من بهش اعتقاد دارم که تلگرام برای این که تو راحت می‌تونی توی هر گروهی اد بشی، آدم‌های عادی حتی مثلا یارو راننده تاکسی هستش، بعد می‌تونه بیاد توی گروه اد بشه، بعد توی اون گروه هم چندتا خانم دیگه باشند با هم دیگه ارتباط بگیرند در صورتی که اگر تلگرام نبود این اتفاق نمی‌افتاد.

البته "توجهت"ها همیشه عمق زیادی ندارد و ممکن است با حذف گروه یا حساب کاربری طرف مقابل از بین برود. اگر روابط موجود ریشه در جهان واقعی داشته باشد احتمال شکل‌گیری مجدد "ما-رابطه"های تلگرامی زیاد است اما اگر این "توجهت" یا "ما-رابطه" صرفاً در تلگرام به وجود آمده باشد می‌تواند کاملاً از بین برود. سمیرا تعریف می‌کند: یه گروه خانمانه داریم که یه بار دچار تنش شده. یکی از بچه‌ها اومد یه مطلبی رو هی کپی کرد، پیست کرد. شاید ۲۰۰ بار انجام داد که ادمین<sup>۱</sup> بهش گفت چه خبرته؟ اونم گفت برو تو این جووری اون اونجوری. بدفعه اصلاً دعوا شد و گروه منحل شد و همه بوووووف! از بین رفت. بعد دوباره یه هفته بعدش ما یه گروه‌هایی داشتیم که همه آشتی کردن و دوباره گروه تشکیل شد. این بُعد فناپذیری در تلگرام را نشان می‌دهد که در نظریه شوتر تحت مفهوم نظم زمانی قرار دارد. افراد از این فناپذیری آگاه هستند و نگرانی‌ای دائمی از آن دارند. آن‌ها در سطح فردی تلاش می‌کنند با گرفتن شماره تلفن افرادی که نیاز دارند و کشاندن روابط از تلگرام به دنیای واقعی با فناپذیری مقابله کنند اما بعد بزرگتر فناپذیری در مورد خود تلگرام است که می‌تواند فیلتر شده یا تعطیل شود و فرد دسترسی‌اش را به آن از دست بدهد. این موردی است که موجب می‌شود افراد به‌طور کامل به این پیام رسان اعتماد نکنند.

نظم زمانی: مفهوم زمان در تلگرام دستخوش تغییر شده است و زمانی خاص در این پیام‌رسان شکل گرفته که لزوماً با مفاهیم شوتر قابل توضیح نیست چرا که آن مفاهیم خاص جهان فیزیکی است، بنابراین دوران شوتر ما تنها از مفهوم کلی نظم زمانی شوتر در این قسمت استفاده می‌کنیم. تغییر مفهوم زمان هم در سطح فردی رخ داده است و هم در سطح جمعی. در سطح فردی، زمان-هایی که فرد از تلگرام استفاده می‌کند نظم جدیدی به وجود آورده و همچنین به مداخله در نظم زمانی واقعی او منجر شده است. در این سطح، تلگرام چنان با زندگی افراد عجین شده که آن‌ها

۱. Admin: مدیر گروه

اغلب اوقات در حال استفاده از تلگرام هستند. محمد می‌گوید: من صبح که بیدار می‌شوم چک می‌کنم، بعد می‌رم مغازه. هر وقت دستم خالی بشه دوباره می‌رم تلگرام. ظهر میرم ناهار، قبل از این که به چرتی بزوم نیم ساعت میرم تلگرام باز می‌رم دوباره مغازه. هر وقت دستم خالی بشه دوباره می‌رم تلگرام. استفاده همیشگی از تلگرام محدودیت زمان در شکل‌گیری روابط را برای افراد از بین برده است. نفیسه نیز در مورد مسئله زمان و استفاده از تلگرام از گفت‌وگویش با یکی از دوستانش می‌گوید: می‌گفت من خیلی با این پدیده‌های جدید روی موبایل ارتباط ندارم ولی تلگرام دارم روی گوشیم ولی همین به دونه اپلیکیشن هم برام مزاحمت ایجاد می‌کنه. گفتم چرا؟ گفت برای اینکه که همه همیشه ازم انتظار دارند که مدام در دسترس شون باشم. میگن تو که تلگرام داری چرا جواب نمی‌دی؟ تو که تلگرام داری چرا ما فلان کردیم مثلا فلان کار رو نکردی؟ یعنی این به اجبار ایجاد کرده. همه فک می‌کنن تو که تلگرام داری پس همیشه هستی. بنابراین برخلاف زمان در دنیای واقعی، در تلگرام زمان محدودیت ندارد و افراد از یکدیگر انتظار حضور دائمی دارند. این مسئله بنوعی دیگر نیز وجود دارد. سمیرا می‌گوید: به نظر من تلگرام در دسترس تر هستش و تو در هر لحظه از شبانه‌روز می‌تونی پیام بفرستی، مثلا تو ۴ صبح نمی‌تونی زنگ بزنی دیالوگی داشته باشی ولی توی تلگرام می‌تونی بنویسی.

در سطح جمعی نیز، زمان خاصی مربوط به گروه‌ها و کانال‌ها شکل گرفته است. مشاهده مشارکتی من در گروه‌ها نشان می‌دهد که از ساعت ۱ نیمه شب تا ۶ صبح به‌ندرت پیامی در گروه‌ها منتشر می‌شود، این بدین معناست که روز در گروه‌ها از ۶ صبح آغاز شده و ۱ نیمه شب پایان می‌پذیرد. بنابراین مفهوم زمان در تلگرام، در سطح فردی و جمعی بازتعریف شده و نوع جدیدی از زمان شکل گرفته است.

موقعیت: تغییراتی که در سهم معرفتی، جهان بالقوه و بالفعل، نظم اجتماعی و زمانی رخ داده است، لاجرم موقعیت‌ها را نیز دست‌خوش تغییر کرده است. تلگرام هم مفهوم موقعیت را در جهان فیزیکی فرد تغییر داده و هم موقعیت‌های خاص خود را ساخته است. در واقع تلگرام سطوح موقعیت را از طریق تغییر میزان ربط دست‌خوش تغییر کرده و موقعیت‌هایی که پیش از این به فرد مربوط نمی‌شد را مربوط ساخته است. یکی از وجوه این امر، پیدا شدن روابط جدید برای فرد و همان به فعلیت درآمدن بخشی از جهان بالقوه است. در واقع، موقعیت‌های نامربوط با ورود افراد به دایره هم‌قطاران و جهان بالفعل کاربر به وی مرتبط شده‌اند. همچنین گستردگی نواحی دوم و سوم نیز دچار تغییر شده است. ناحیه دوم، یعنی جایی که ربطش به فرد غیر مستقیم است و ناحیه سوم یعنی جایی که تنها با تغییراتی به فرد مربوط می‌شود گسترش یافته‌اند. یکی از مجراهای گسترش این نواحی کانال‌ها و گروه‌های تلگرامی هستند. هر لحظه ممکن است فرد در تلگرام از کسی که اصلا او را نمی‌شناسد و در نواحی دوم، سوم و حتی چهارم قرار دارند پیامی دریافت کند و وی به ناحیه

اول یا مرجع او راه پیدا کند. این که فرد در گروه‌های متعددی عضویت دارد که افراد زیادی در آن عضو هستند این احتمال را به شدت بالا می‌برد. این موقعیت‌ها همچنین قدرت انتخاب و کنش فرد را هم تقویت کرده و توسعه داده است. این دو موضوع، تغییر سطوح و گسترش موقعیت‌ها و آزادی فرد، با یکدیگر در ارتباطند و برهم اثر متقابل دارند.

تلگرام همچنین موجب تصادم موقعیت‌ها شده است. در این جا منظور از تصادم، تداخل روی صحنه و پشت صحنه<sup>۱</sup> است که باعث می‌شود موقعیتی که میزان ربطش به فرد کم است با موقعیتی که میزان ربط بالایی دارد تداخل کند. این مسئله هنگامی رخ می‌دهد که فرد پیامی که مربوط به یک موقعیت دیگر است را اشتباهی برای گروهی یا شخصی ارسال کند که در موقعیتی دیگر با وی به سر می‌برد. مثلا علی‌رضا می‌گوید: *یه خانومی توی روزنامه الف می‌خواستند جک بفرستند توی گروه خبرنگاران خانم، می‌فرستند توی این گروه، بعد جک هم کش‌دار بود و اون جک رو هیچ وقت یادم نمیره. البته تلگرام با ویژگی تکامل تدریجی و در اختیار گذاشتن امکان حذف پیام، باعث شده که افراد کنترل بیشتری روی موقعیت‌ها داشته باشند. این مسئله در مورد عکس نمایه کاربران هم دیده می‌شود. کاربر ممکن است عکسی شخصی برای نمایه‌اش انتخاب کند که اگر این عکس توسط افرادی که در موقعیت دیگری قرار دارند دیده شود تصادم موقعیت‌ها رخ خواهد داد.*

به هم خوردن موقعیت‌ها و گسترده شدن نواحی با ربط بالا تنها به افراد محدود نمی‌شود. فرد در تلگرام در گروه‌ها و کانال‌هایی عضویت دارد که شاید در ابتدا ساختار خاصی داشته باشند و به دلیل مشخصی که ربطش به وی زیاد است، وارد آن‌ها شده باشد اما بعد از مدتی مطالب دیگری نیز ارسال شود. این موضوع باعث می‌شود، فرد مطالبی که ممکن است هیچ جای دیگر نبیند را در تلگرام ببیند و بنابراین موقعیت‌های نامربوط به او ربط پیدا کنند. علی‌رضا در این مورد می‌گوید: *مثلا مادرم یا خانومم یه سری سوال‌ها از ما می‌پرسن. مثلا میگن علی‌رضا این یعنی چی یا مثلا مادرم خبر دزدی یکی از حضرات رو آورد نشون داد/ یعنی قبلا به این چیزا بر نمی‌خورد؟! نه، با وجود این که ماهواره هم داره ولی این خبرو جایی ندیده بود. سمیرا هم در این مورد می‌گوید: پیام‌های تلگرامی که توی گروه‌ها دست به دست می‌چرخه باعث شده الان خیلی‌ها از مسائل با خبر باشند. شاید توی گروه نتونند ولی توی کانال به راحتی می‌تونند عضو بشن و خبردار. فقط کافیه لینک کانال رو داشته باشند و یه کلیک کنند و اد بشند، حالا توی هر کانالی خبری، فرهنگی، هنری، سیاسی و حالا هر چیزی. مثلا اگه تلگرام نبود هیچ موقع فیش‌های حقوقی مطرح نمی‌شد، یه زن خونه‌دار چه جوری می‌شد بفهمه که این اتفاق افتاده. زن خونه‌داری بوده که متوجه بشه!/?*

۱. به تعبیر گافمن در نظریه نمایش



آره/کی؟! زن عمومی خودم، خاله خودم. اینا خونه دار هستند ولی از همه چی اطلاع دارند. از فیش‌های نجومی، کلیپ فلانی و ...

مربوط شدن موقعیت‌های با ربط پایین، باعث می‌شود که افرادی که پیش از این از بسیاری مسائل که ربط آن‌ها را کم می‌دانستند، با خبر شده و این موضوع کم‌کم به تغییر در نگرش‌ها و رفتار آن‌ها نیز می‌انجامد. این همان چیزی است که می‌توان آن را پیشروی مردم عادی نامید. به عنوان مثال، اغلب نمونه‌های ذکر شده توسط مصاحبه‌شوندگان که افراد ناخواسته با آن‌ها روبرو شده‌اند به مواردی برمی‌گردد که در راستای اخبار رسمی نیست و در رسانه‌های رسمی منتشر نمی‌شود. سمیرا توضیح می‌دهد: به سری مسائلی پشت پرده هستش که تلگرام باعث رو شدن نشون شد، مثلا همین مسئله سعید طوسی. اگه تلگرامی نبود به نظر من هیچ موقع مردم عادی اطلاعی پیدا نمی‌کردن. اگه تلگرام نبود واقعا هیچ آمد نیوزی نبود که یه سری خبرها رو چه کذب چه راست توی تلگرام بفرسته و خیلی از مردم عادی اطلاع پیدا نمی‌کردن. شاخص دیگری که این موضوع را نشان می‌دهد واکنش مقامات رسمی به این‌گونه مسائل است. این موضوع نشان می‌دهد که تعداد قابل توجهی از مردم از یک مورد باخبر شده‌اند و بنابراین مقامات رسمی نیاز به توضیح می‌بینند. علی‌رضا می‌گوید: توی تلگرام جریان سازی خیلی موفق هستش چون همه به راحتی دسترسی دارن و می‌بینن. مثلا یه جریانی مثل سعید طوسی رو به کانال به نام آمدنیوز با ۴۰۰۰۰ ممبر مطرح کرد، تا سخنگوی قوه قضائیه واکنش نشون داد یا مثلا حساب‌های قوه قضائیه رو که آمد نیوز مطرح کرد و باعث اون همه اتفاقات شد. یا مثلا کمپین بین خطوط برانیم که کانال مملکت مطرح کرد و پلیس اومد/اینو استفاده کرد. با توجه به گفته‌های علی‌رضا می‌توان گفت همیشه این جریان‌سازی در جهت مقاومت در برابر قدرت نیست و در برخی موارد هم سو با هنجارهای رسمی است اما در اکثر موارد این‌گونه نیست. بهنام هم به چند مورد دیگر از جریان‌ها اشاره می‌کند: از فیش حقوقی که ریشه‌اش از شبکه‌های اجتماعی بود، بحث لباس کمیته ملی المپیک که بحثش از شبکه‌های اجتماعی بود یا مثلا عکس سردخانه حبیب که مردم واکنش نشون دادند و به نیم ساعت نکشید که عکس از کل شبکه‌ها پاک شد و خودجوش بود یا مثلا طارمی که از ترکیه برگشت.

جریان‌های شکل گرفته در تلگرام به دلیل اینکه تعداد زیادی را از اتفاقی باخبر می‌کنند در درازمدت یا حتی کوتاه‌مدت به واکنش‌های افراد منجر می‌شوند. این واکنش‌ها، چه در نگرش چه در رفتار، هنگامی که بُعد سیاسی به خود می‌گیرد موجب پیشروی آرام می‌شود. سمیرا می‌گوید: من یکی از زن عموهام خیلی آدم مذهبییه و بچه‌اش هم شاید تا چند وقت پیش کلاس‌های قرآن می‌رفته ولی از اون موقع که موضوع سعید طوسی مطرح شد از طریق تلگرام فهمید، گفت خدا لعنتش کنه دیگه نمی‌دارم بچه‌ام بره. اگه این این‌طوری باشه بقیه‌ام این‌طوری باشند چی؟ ببین اگه تلگرام نبود هیچ موقع اطلاع پیدا نمی‌کرد یه زن خونه‌دار چچوری متوجه می‌شه توی تلویزیون که

نمیاد اینارو بگه بواسطه تلگرام توی روزنامه‌ها اومد مسئله سعید طوسی، دید من این طوریه که اگه تلگرام نبود خیلی از خبرها رو مردم عادی در جریانش نبودند. شایان هم در این مورد مثال می‌زند: یه نفر رو دیدم، یه بچه بسیج و این تیبی بوده الان پر از تناقض هست براش/ باهش حرف زدی؟! معتقد بود شرایط یه چیز دیگه بود و حرف‌هایی که تلویزیون می‌زنه خیلی درست نیست/ نتیجه تلگرام هستش؟! آره، نتیجه همین شبکه‌های اجتماعی هستش، توی یه گروه‌هایی بود که فضای جدیدی رو بهش دادن. علی‌رضا هم از موردی تعریف می‌کند که تاییدکننده این بحث است اما لزوما در حوزه سیاسی تغییرات رخ نداده است: یه نفر گوشی منو توی تهران خرید برد یزد قسطی فروخت به اون آقا، بعد گفت می‌توننی تلگرام داشته باشی. گفت تلگرام چیه؟ گفت تلگرام همه چی هست، گروه داره کانال داره/ یعنی قبلاً فیسبوک اینا نداشته این آدمی که میگه؟! نه هیچی، آدم فوق‌العاده مذهبی. بعد پهلو شد تلگرام باز، حالا میره پورن نگاه می‌کنه، گروه خبری و هرچی که دلش می‌خواست و با دخترا چت می‌کرد همه کاری میکرد. خب همچین آدمی عقایدشم دیگه متزلزل می‌شه، مثلاً اگه طرف حکومت بوده ممکنه الان نظرش برگشته باشه. بهنام هم می‌گوید: همون صدف طاهریان رو خیلی‌ها دیدند، چه مذهبی چه غیر مذهبی. شاید اگه مجله بود نگاه نمی‌کردن ولی حالا با این ابزار خیلی از همون مذهبی‌ها هم دیدند. یعنی می‌خوام بگم باعث تلطیف عقاید افراد شده.

پیشروی آرام اغلب در مورد افرادی رخ می‌دهد که این موقعیت‌ها را به خود مربوط نمی‌دانند، اما تلگرام برای افراد با نگرش‌های متفاوت با قدرت رسمی هم بستری برای بروز و ظهور مقاومت از طریق تکنیک‌هاست. در واقع افرادی که با نگرش‌های رسمی، پیش از استفاده از تلگرام، مخالف هستند و امکان ابراز مخالفت در رسانه‌های رسمی ندارند از تلگرام به مثابه زمینه‌ای برای تولید تکنیک‌ها استفاده می‌کنند. یکی از این تکنیک‌ها، بازی با روایت‌های رسمی است. این روایت‌ها در متون تولید شده توسط کاربران تغییر می‌کنند و معنایی برخلاف معنای هژمونیک خود می‌گیرند. متون طنز تولید شده در ماجرای مربوط به سعید طوسی مثال خوبی از این وضعیت است. تکنیک دیگر ساختارشکنی حکایات و روایت‌های رسمی و سنتی است. در این نوع، کاربران یک حکایت رسمی را تولید می‌کنند اما با تغییر نتیجه‌گیری آن را به متنی دارای معنای تقابلی به‌دلیل می‌کنند. به‌عنوان مثال به این متن دقت کنید: از شیخی پرسیدند کشور سوئیس که دریا نداره وزیر دریا داری به چه دردشان می‌خوره؟ شیخ پس از کمی تأمل و تفکر فرمود به همان دلیل که ما وزیر رفاه داریم! یا این پست: شیخی را پرسیدند ترمیمیل چیست؟ پاسخ داد: نمونه کوچک شده ایران است که هر چه در آن سگ دو بزنی به جایی نمی‌رسی! البته تحلیل متون تولید شده در تلگرام و پیام‌رسان‌های قبلی و دسته‌بندی آن‌ها خود موضوعی جداگانه است که باید در تحقیقی دیگر به آن پرداخت.

## بحث

هدف این مقاله، تحلیل زندگی روزمره کاربران ایرانی در تلگرام بود. با توجه به بستر نظری زندگی روزمره و خصوصاً تعریف شوتز از زیست-جهان امر روزمره، پژوهشگر تلاش کرد تا چنین تحلیلی را ارائه دهد. علاوه بر مباحث شوتز، از برخی مفاهیم ارائه شده توسط دوسرتو و بیات نیز در این تحلیل‌ها استفاده شده است.

این تحقیق نشان می‌دهد که تلگرام خود به یک "زیست-جهان" تبدیل شده و دنیای خاص خودش را برای کاربران ساخته است. در این دنیا، زندگی روزمره خاصی شکل می‌گیرد که هر چند با زندگی روزمره کاربران در دنیای واقعی در ارتباط است اما ویژگی‌های مخصوص به خودش را هم دارد. کاربر قبل از استفاده از تلگرام، سهم معرفتی‌ای دارد اما پس از استفاده از تلگرام، هم این استفاده با سهم معرفتی پیشینی تلفیق شده و آن را تغییر می‌دهد هم سهم معرفتی پسینی مختص تلگرام به وجود می‌آید. این سهم معرفتی نوع کنش‌های فرد در تلگرام را تعیین کرده، به کاربری او شکل می‌بخشد. به عنوان مثال، کاربرانی که سهم معرفتی غنی‌تری دارند سریع‌تر از امکانات تلگرام باخبر می‌شوند یا ارتباطات بیشتری برقرار می‌کنند بنابراین جهان بالقوه آن‌ها با سرعت و شدت بیشتری به جهان بالفعل تبدیل می‌شود. تبدیل جهان بالقوه به بالفعل بر اثر استفاده از تلگرام برای همه کاربران رخ می‌دهد اما دامنه و عمق آن یکسان نیست. همچنین تلگرام جهان بالفعل و بالقوه خودش را می‌سازد. در جهان بالفعل تلگرام، کاربر با هم‌قطاران و هم‌عصران در ارتباط است. اما هم‌قطاران دیگر لزوماً کسانی نیستند که با آن‌ها برخورد چهره به چهره دارد، بلکه افرادی هستند که با کاربر گفت‌وگوی شخصی دارند. هم‌قطاران کسانی هستند که کاربر نسبت به آن‌ها "توجهت" پیدا کرده و این بعداً به "ما-رابطه" تبدیل شده و سپس عمق بیشتری یافته است. هم‌قطاران شامل هم‌قطاران دنیای واقعی و همچنین افرادی هستند که در تلگرام با آن‌ها آشنا شده است. استفاده از تلگرام به قشر بندی هم‌قطاران نیز انجامیده است، فرد با کسانی که رابطه‌اش با آن‌ها شدت بیشتری دارد نه تنها از طریق تلگرام که از طرق دیگر هم رابطه برقرار می‌کند اما با برخی دیگر تنها در تلگرام در رابطه است که می‌توان آن‌ها را هم‌قطاران تلگرامی نامید. همچنین رابطه با هم‌قطاران تلگرامی هر زمان ممکن است از بین برود اما رابطه با هم‌قطاران اصلی بدون تلگرام هم وجود دارد. قشر بندی هم‌قطاران از آگاهی سوژه از فناپذیری "توجهت" و "ما-رابطه" های تلگرامی ناشی شده است. در واقع هر چند تلگرام همیشه حاضر است و مفهوم جدید زمان در تلگرام به معنای از بین رفتن اهمیت و محدودیت زمانی است اما فرد می‌داند که هر آن ممکن است دسترسی‌اش به تلگرام از بین برود. این مسئله موجب شده همان‌طور که "توجهت" و "ما-رابطه" در "زیست-جهان" تلگرام ساده تر شکل می‌گیرد اما اعتماد به آن کم باشد.

تغییر "زیست-جهان" امر روزمره در تلگرام، موقعیت و میزان ربط را هم دست‌خوش تغییر کرده است. موقعیت‌هایی از نواحی سوم و چهارم که قبلاً ربط کمی به فرد داشتند حالا به او مربوط می‌شوند. همچنین افرادی که در این موقعیت‌ها قرار داشتند، با ورود به دنیای بالفعل کاربر در تلگرام وارد نواحی مرجح و یا با ربط غیرمستقیم او می‌شوند. تلگرام نه تنها به تغییر سطوح موقعیت‌ها که به تصادم موقعیت‌ها نیز منجر شده است. علاوه بر این، ربط موقعیت‌های نامربوط باعث ایجاد جریان‌های مختلف و پیشروی مردم عادی شده است. افراد با گرایش‌های ذهنی مشخص که پیش از این آگاهانه یا ناآگاهانه از مواجهه با پیام‌های مخالف طرز فکرشان اجتناب می‌کردند، حالا خواه ناخواه با این پیام‌ها مواجه می‌شوند و این مسئله به تغییر نگرش و حتی رفتار آن‌ها منجر می‌شود. تغییراتی که در راستای مقاومت در برابر قدرت است. این نوع مقاومت که در دل پیشروی آرام قرار دارد مختص افرادی است که از پیش نگرش‌شان با پیام‌های دریافتی مخالف بود، اما تلگرام بستری برای تکنیک‌های مقاومت هم برای افرادی که از ابتدا با پیام‌های هژمونیک مخالفند فراهم کرده است. این افراد با استفاده از تکنیک‌های مختلف در تلگرام، اقدام به تولید معانی تقابلی یا متضاد می‌کنند. البته از آنجا که تحلیل این پیام‌ها، هدف پژوهشگر در این مقاله نبود تنها به آن اشاره شد و ارائه چنین تحلیل موضوعی برای تحقیقی دیگر است.

## منابع

- ریتزر، جورج (۱۳۹۴)، *نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر*، ترجمه: محسن ثلاثی، تهران: نشر علمی.
- سالدانا، جانی (۱۳۹۵)، *راهنمای کدگذاری برای پژوهشگران کیفی*، ترجمه: عبدالله گیویان. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- سراب‌پور، سونیتا (۱۳۹۴) عبور امن تلگرام، روزنامه دنیای اقتصاد، دریافت شده در تاریخ ۱۴ فروردین ۱۳۹۵ از: <http://www.donya-e-eqtasad.com/news/> /۱۰۲۵۹۹۹
- شیری، طهمورث و رحمانی، الناز (۱۳۹۴) تاثیر استفاده از وسایل نوین ارتباطی (لاین، تلگرام) بر وضعیت انسجام خانواده در سال ۱۳۹۴ (مطالعه موردی: منطقه ۱ شهر تهران)، *فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، سال هشتم، شماره ۱.
- صفا، لیلا و ادیبی، منصوره (۱۳۹۵) اثر تعدیل‌گری متغیر جنسیت بر قصد استفاده دانشجویان از شبکه اجتماعی تلگرام در فعالیت‌های آموزشی (مطالعه موردی: دانشگاه فردوسی مشهد)، *فصلنامه زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان)*، سال چهاردهم، شماره ۱.
- فتحی، آیت اله؛ موسویفر، بابک؛ رضایی، نورمحمد و نوری، ابراهیم (۱۳۹۵) تاثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مولفه‌های احساس امنیت اجتماعی و هویت ملی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی تبریز، *پژوهش نامه نظم و امنیت انتظامی*، شماره ۳۳.

- فرامرزیانی، سعید؛ هاشمی، شهناز و فرهنگی، علی اکبر (۱۳۹۵)، نقش رسانه‌های مجازی در تغییرات ارزش‌های اجتماعی با تأکید بر شبکه‌های اجتماعی تلگرام و فیس‌بوک، *فصلنامه توسعه اجتماعی*، سال دهم، شماره ۱.
- کرمانی، حسین (۱۳۹۴)، مطالعه رابطه سرمایه اجتماعی با استفاده از وایبر در بین کاربران ایرانی، *فصلنامه جامعه، فرهنگ، رسانه*، شماره ۱۵.
- کرمانی، حسین (۱۳۹۵)، مشاهده مشارکتی در گروه‌های تلگرامی؛ راهنمای عمل و نمونه موردی، *فصلنامه مطالعات فرهنگ-ارتباطات*، دوره ۱۷، شماره ۳۵.
- کوثری، مسعود (۱۳۸۶)، *جهان فرهنگی کاربران ایرانی اورکات*، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- مشرق نیوز (۱۳۹۲)، چند میلیون ایرانی کاربر فیسبوک هستند؟ دریافت شده در تاریخ ۲۵ آبان ۱۳۹۵ از: <https://goo.gl/ysQueX>

- Bakardjieva, Maria (2005), *Internet Society: The Internet in Everyday Life*, London: SAGE Publications.
- Bayat, Asef (2013) *Life as Politics: How Ordinary People Change the Middle East*, Stanford University Press.
- De Certeau M (1984), *The Practice of Everyday Life*, trans. T Conley. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Highmore, Ben (2002), *Everyday life and cultural theory: an introduction*. London, New York: Routledge.
- Kalekin-Fishman, Devorah (2013), *Sociology of everyday life*, *Current Sociology*, Vol 61, Issue 5-6, pp. 714 – 732.
- Karnowski, V., & Jandura, O. (2014), When lifestyle becomes behavior: A closer look at the situational context of mobile communication. *Telematics and Informatics*, 31(2), 184-193. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.tele.2013.11.001>
- Lefebvre, Henri (1991), *Critique of everyday life*. Vol.1: introduction. London, New York: Verso.
- Lie, Murette, and Sorensen, Knut H. (1996), *Making technology our own? Domesticating technology into everyday life*. In Murette Lie and Knut H. Sorensen (Eds), *Making technology our own? domesticating technology into everyday life*. (pp. 1–30). Oslo, Stockholm, Copenhagen, Oxford, Boston: Scandinavian University Press.
- Lister, Martin; Jon Dovey, Seth Giddings, Iain Grant and Kieran Kelly (2009), *New Media: A Critical Introduction*, London ; New York : Routledge.
- Rahmandad, Hazhir, Sara Sarkhili, Mohammad Hafezi, Ali Mostashari, Farzan Parsinejhad, Nima Saeidi and Ali Khademhosseini (2006), *Iranians on Orkut: Trends and Characteristics*, ISG research report.

- Schutz, Alfred, and Luckmann, Thomas (1973), *The structures of the life-world*. Evanston, IL: North-Western University Press.
- Silverstone, Roger (1994), *Television and everyday life*. London and New York: Routledge.
- Telegram.me. (2016), Retrieved December 10, from:  
<http://www.alexa.com/siteinfo/telegram.me>
- Telegram.org. (2016), Retrieved December 10, from:  
<http://www.alexa.com/siteinfo/telegram.org>
- Waites, Bernard (1989), *Everyday life and the dynamics of technological change*. In Colin Chant (Ed.), *Science, technology and everyday life 1870–1950* (pp. 9–20). London, New York: Routledge in association with The Open University.
- Wellman, Barry, and Haythornthwaite, Caroline (2002), *The internet in everyday life*. Oxford, Malden, MA: Blackwell Publishers.

