

مفهوم سازی و عملیاتی کردن کنش ارتباطی هابرماس در فیسبوک

حمید عبداللهیان^۱

مهین شیخ انصاری^۲

چکیده:

با استفاده از روشهای مشاهده مشارکتی و مشاهده مستقیم به مطالعه اظهار نظرهای کاربران در صفحه خصوصی محققان مقاله و ۲۲ صفحه عمومی با موضوعهای سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، سرگرمی و ورزشی در فیسبوک پرداختیم. بر اساس نظریه هابرماس و داده های تحقیق مفاهیم گفتگوی بی قید و بند، عقلانیت ارتباطی و انواع کنش گفتارها در فیسبوک مفهوم سازی و عملیاتی شدند. نتایج تحقیق نشان می دهد که انواع کنش-گفتارهای نمایشنامه ای، گفتگو و راهبردی در بین کاربران ایرانی در فیسبوک صورت می گیرد. اما کنش-گفتارهای نمایشنامه ای(خودافشایی) در صفحه های خصوصی بیشتر از صفحه های عمومی انجام می پذیرد. همچنین اکثر کاربران به گفتگوی بی قید و شرط در فیسبوک معتقدند و عقلانیت ارتباطی لازم برای تعامل و گفتگو را دارند. بنابر این امکان تشکیل حوزه های عمومی در فیسبوک وجود دارد. البته بعضی از کاربران که بردباری اجتماعی نداشتند در پاسخ به اظهار نظرهایی که با عقاید آنها مغایرت داشت به جای بیان استدلال به فحاشی و ناسزاگویی متوسل می شدند که نشان می دهد آنها هنوز به عقلانیت ارتباطی لازم برای تعامل و گفتگو نرسیده اند.

واژه های کلیدی: حوزه عمومی، کنش گفتار، عقلانیت ارتباطی، فیسبوک، هابرماس.

^۱ استاد ارتباطات و جامعه شناسی دانشگاه تهران، نویسنده مسئول، habdolah@ut.ac.ir

^۲ پست دکترا جامعه شناسی تاریخی دانشگاه تهران، mahin.sh.ansari@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۲/۲، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۶/۱۲

۱. مقدمه و طرح مسئله تحقیق

فیسبوک یک رسانه اجتماعی (کری، ۲۰۱۲، ص ۱) با بیش از ۱/۴ میلیارد کاربر فعال در جهان در سال ۲۰۱۵ است.^۱ تخمین زده می‌شود که تعداد کاربران ایرانی فیسبوک حدوداً هفده میلیون نفر باشند و فیسبوک بخشی از زندگی روزمره آنها را تشکیل می‌دهد. نتایج تحقیق عبداللهیان، شیخ انصاری (۱۳۹۲) نشان می‌دهد که کاربران ایرانی صفحه‌های خصوصی و عمومی خود را در فیسبوک تشکیل می‌دهند و با کاربران دیگر با دیدگاه‌های متفاوت در باره مسائل مختلف به تعامل و گفتگو می‌پردازند. پرسشی که مطرح می‌شود این است که آیا کاربران ایرانی به عقلانیت ارتباطی لازم برای گفتمان رسیده‌اند؟ آیا امکان گفتگوی بی‌قید و بند در بین کاربران ایرانی فیسبوک وجود دارد؟ به عبارتی آیا حوزه‌های عمومی در بین کاربرانی ایرانی فیسبوک تشکیل می‌شود؟ این مقاله در این راستا با مفهوم‌سازی و عملیاتی کردن الگوی کنش ارتباطی هابرماس در فیسبوک سعی دارد که انواع کنش‌گفتارها را در بین کاربران ایرانی فیسبوک ارزیابی کند و پاسخی برای این پرسشها پیدا کند. به همین دلیل ابتدا توضیحاتی در باره الگوی کنش ارتباطی هابرماس ارائه می‌دهیم.

۲. ملاحظات نظری: هابرماس و کاربرد نظریه کنش ارتباطی در فیسبوک

هابرماس کنشها را به دو نوع کنش ارتباطی و استراتژیک دسته‌بندی کرده است (جدول ۱). فلسفه کنش ارتباطی هابرماس "فلسفه دیالوگ و گفتگو است" (اباذری، ۱۳۷۷، ص ۷۴). کنش ارتباطی به معنای "نوع هم‌کنشی که در آن همه مشارکت‌کنندگان نقشه‌های فردی کنش خود را با یکدیگر هماهنگ می‌کنند و لذا هدفهای ارتباطی خود را فارغ از قیود عارضی دنبال می‌کنند" انجام می‌پذیرد (هابرماس، ۱۳۸۴، ترجمه پولادی، ص ۴۰۰، ج ۱). هدف کنشگران در کنش ارتباطی حصول تفاهم است و هرگونه علت دیگری به جزء این، اگر در کنش ارتباطی مداخله داشته باشد، کنش از حالت ارتباطی در می‌آید. "حصول تفاهم" به این معنای است که مشارکت‌کنندگان در ارتباط با اعتبار یک پاره‌گفتار به تفاهم برسند و توافق، به رسمیت شناختن دعوی اعتباری است که گوینده برای گفتار خود طرح

می کند (هابرماس، ۱۳۸۴، ترجمه پولادی، ص ۱۷۱، ج ۲). هابرماس معتقد است هنگامی حوزه عمومی و گفتمان آرمانی صورت می پذیرد که امکان گفتگوی بی قید و بندی را پیش فرض بگیریم که همه سخنگویان دسترسی برابر به آن دارند و در آن فقط نیروی استدلال بهتر حکم می کند" (ویت، ۱۳۸۶، ترجمه افشانی، چاوشینان، ص ۶۴). هابرماس بحث نظری در باره عقلانیت ارتباطی را با یک پرسش شروع می کند: "وقتی می گویم که فلان کس در فلان موقع عاقلانه رفتار کرد یا حرف او را می توان عقلانی ارزیابی کرد منظور چیست؟" او مطرح می کند عقلانی بودن کنش کنشگر را شیوه طرح ادعای او مطرح می کند مثلاً اگر فرد با عصبانیت و برخورد تند قصد دارد توافق دیگران را جلب کند روش او غیر عاقلانه محسوب می شود (هابرماس، ۱۳۸۴، ترجمه پولادی، ۶۱، ج ۱). بر این اساس برای مفهوم سازی و عملیاتی کردن الگوی کنش ارتباطی هابرماس در فیسبوک باید مفاهیم امکان گفتگوی بی قید و بند، عقلانیت ارتباطی و انواع کنش گفتارها به شرحی که در جدول ۱ آمده است مفهوم سازی و عملیاتی شوند.

روابط جهانی	داعیه های اعتبار	ایستارهای اساسی	جهت گیرهای کنش	کارکردهای گفتار	کنش های گفتاری ویژه	خصوصیات کاربردی صوری	
						انواع کنش	
دنیای عینی	اثر بخشی	عینیت بخشی	در پی موفقیت	تأثیر گذاری بر جبهه ی مقابل	احکام از طریق بیانی	کنش استراتژیک	
دنیای عینی	حقیقت	عینیت بخشی	در پی دستیابی به فهم	باز نمود وضع امور	داعیه ها	کنش گفتگو	کنش ارتباطی
دنیای اجتماعی	حقانیت	همنوایی با هنجار	در پی دستیابی فهم	استقرار روابط بین شخصی	تنظیم کننده ها	کنش تنظیم شده ی هنجاری	
دنیای ذهنی	صداقت	ابرازگر	در پی دستیابی به فهم	خود-بازنمود	ابرازها	کنش نمایشنامه ای	

جدول ۱. انواع کنش ها از دیدگاه هابرماس

منبع: ویت، ۱۳۸۶، ترجمه افشانی، چاوشیان، ص ۷۷؛ هابرماس، ۱۳۸۴، ترجمه پولادی، ص ۴۴۰ ج ۱

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

در اینجا اهداف و پرسش اصلی تحقیق را بیان می کنیم.

۱-۲ اهداف تحقیق:

- ۱- طراحی و ارائه مدل تحلیلی صوری گرا (مدل ۱) بر اساس نظریه هابرماس برای تحلیل اظهارنظر کاربران فیسبوک در نمونه های مورد مطالعه (جدول ۲)
- ۲- مفهوم سازی و عملیاتی کردن مفاهیم "گفتگوی بدون قید و بند"، "عقلانیت ارتباطی" و "کنش گفتار" در فیسبوک و ارزیابی امکان وجود آنها در فیسبوک
- ۳- مفهوم سازی و عملیاتی کردن انواع کنش گفتار هنجاری، نمایشنامه ای، گفتگو و استراتژیک در فیسبوک و ارزیابی امکان وجود آنها در فیسبوک

۲-۲ پرسش تحقیق:

پرسش اصلی تحقیق به شرح زیر است:

- ۱- آیا حوزه عمومی در بین کاربران ایرانی فیسبوک تشکیل می شود؟
برای ارزیابی این پرسش بر اساس مباحث نظری تحقیق آنرا به دو پرسش زیر عملیاتی کرده ایم:
۱- آیا امکان گفتگوی بی قید و بند (آزادی گفتمان) در فیسبوک وجود دارد؟
- ۲- آیا کاربران فیسبوک به عقلانیت ارتباطی لازم برای تعامل و گفتگو رسیده اند؟

۳. ملاحظات روش شناختی کاربرد نظریه کنش ارتباطی در فیسبوک

داده های این تحقیق با استفاده از روشهای مشاهده مشارکتی و مشاهده مستقیم جمع آوری شده اند. در روش مشاهده مشارکتی، محققان مقاله عضو فیسبوک شده و صفحه های خصوصی خود را در فیسبوک تشکیل داده اند و به مدت بیش از یکسال به مشاهده مشارکتی در فیسبوک پرداخته اند. در روش مشاهده مستقیم محققان مقاله با استفاده از

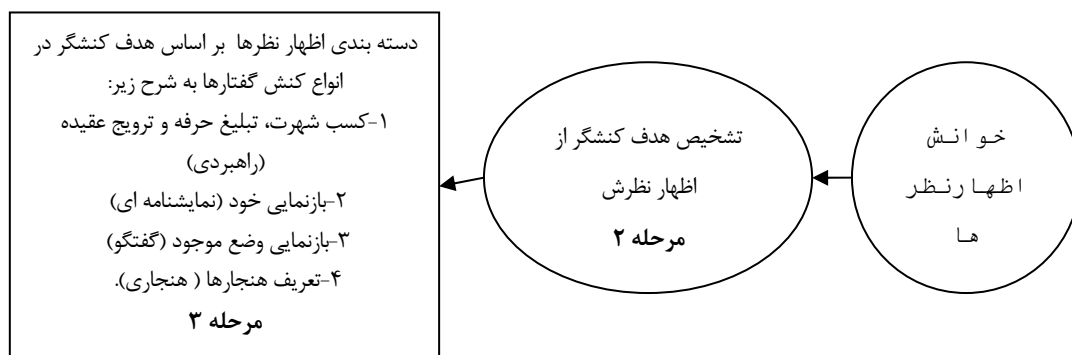
سایت سوشیال بکرز، گزینه فایند فریندز در فیسبوک و گوگل صفحه های عمومی با بیشترین لایک را مشخص کردند و ۲۲ نمونه با موضوعهای سیاسی، ورزشی، فرهنگی، اجتماعی و سرگرمی را که فعال بودند به شکل هدفمند از بین آنها انتخاب کردند و به مشاهده مستقیم در این نمونه ها پرداختند (جدول ۲). علاوه بر آن پست های عمومی دانشجویان هنر و جامعه شناسی در صفحه های خصوصی شان در فیسبوک که قابل رویت برای محققان مقاله بودند مورد مطالعه قرار گرفته اند.

اظهارنظرهای کاربران در صفحه های عمومی در سه مقطع زمانی مرداد و آبان ۱۳۹۳ و آبان ۱۳۹۴ انتخاب شدند و با روش تحلیلی صوری گرای (مدل شماره ۱) ارزیابی شدند. لازم به ذکر است محققان مقاله برای تحلیل اظهار نظرهای کاربران، بر اساس نظریه هابرماس مدل تحلیلی صوری گرا را که -یکی از اهداف تحقیق است- طراحی کرده اند که لازم است در اینجا به شرح آن پردازیم.

۳-۱ شرح مدل تحلیلی صوری گرای تحقیق

در کنش ارتباطی هابرماس، جنبه عملی و صوری زبان در نظر گرفته می شود و نظام نحوی یا معنای آن مورد نظر نیست (هابرماس، ۱۳۸۴، ترجمه پولادی، ص ۱۷۱-۱۷۲، ج ۲؛ ویت، ۱۳۸۶، ترجمه افشانی، چاوشیان، ص ۸۳؛ کلانتری، ۱۳۹۱، ص ۷۵). هابرماس اعتقاد دارد شنونده در یک کنش از پاره گفتار گوینده متوجه می شود هدف او حصول تفاهم است؟ یا هدف او معطوف به موفقیت است؟ یا قصد تاثیر و سوء استفاده را دارد؟ همچنین هابرماس، حرکت‌های بدنی معنادار و عملیات جسمانی را که همزمان کنش انجام می شوند و تنها در وهله دوم از طریق جای گرفتن می توانند استقلال کسب کنند را از کنشها متمایز می داند (هابرماس، ۱۳۸۴، ترجمه پولادی، ص ۱۶۹، ج ۱). در نتیجه رویکرد کنش ارتباطی رویکردی معناگرا نیست و عدم حضور فیزیکی نمی تواند مانعی برای کنش ارتباطی در فضای مجازی باشد. بر اساس این دو اصل، مدل تحلیلی صوری گرای شماره ۱ را طراحی و بر اساس آن اظهار نظر کاربران فیسبوک را ارزیابی کردیم.

مدل شماره ۱- مدل تحلیلی صوری گرای



جدول ۲- نمونه های مورد ارزیابی در این مقاله

تعداد	نام صفحه	تاریخ ارزیابی	موضوع	تعداد لایکها در مرداد ۱۳۹۳	تعداد لایک در ماه آبان ۱۳۹۳	آبان ۱۳۹۴	تاریخ آخرین پست بر صفحه ۱۳۹۴ ارزیابی ۲ نوامبر	توضیحات
۱	صفحه فیسبوک محققان پایان نامه	-	تعامل و گفتگو	-	-		صفحه خصوصی	
۲	پستهای عمومی (دانشجویان هنر و جامعه شناسی)	-	تعامل و گفتگو				صفحه خصوصی	بیش از ۲۰ نمونه از اظهار نظر کاربران فیسبوک با دوستان فیسبوکیشان (به تعداد پنج تا ده نفر) در باره یک مساله مشخص
۳	کافه کتاب	۸ مرداد (۹۳)	فرهنگی	۳۰۴۵۹۴	۳۰۵۹۵۱	۳۲۱۶۶۰	۱ نوامبر تصویر روی جلد یک کتاب و آدرس تلگرام این صفحه	وابسته به انتشارات فیروزی

۴	حامیان اسلامی	حجاب	۸مرداد	۲۹۸۴۵	۲۹۹۷۱	۳۰۶۳۶	۲نومبر عکس با عنوان صلوات را فراموش نکن	در ارتباط با حجاب
۵	فروغ فرخزاد	فرهنگی	۸مرداد	۱۳۰۹۹۲	۱۳۱۰۳۳	۶۶۶۳۳۷	۲۲سپتامبر یک عکس و شعر از فروغ	اشعار فروغ
۶	بمب خنده	سرگرمی	۹مرداد	۱۰۳۱۲۴۷	۱۰۳۱۵۰۵	۹۷۰۳۴۸	۱۲۵اکتبر عکس یک کودک	ویدئو یا عکسهای خنده دار
۷	کارتون های زمان ما		۹مرداد	۷۱۸۳۹۷	-	۶۵۳۱۱۳	۱۱۶اکتبر ویدئو از دو کودک	کارتونهای دهه ۶۰
۸	پرسپولیس	ورزشی	۹مرداد	۳۹۸۶۹۰	۳۹۸۸۹۹	۳۷۴۱۳۳	۲نومبر بازی پرسپولیس	پرسپولیس
۹	استقلال		-	-	-	۲۴۰۷۵۵	۳۰اکتبر داوری باز استقلال و پرسپولیس	

۱۰	کافه جامعه شناسی	۹ مرداد	فرهنگی	۱۱۱۶۵	۱۱۲۰۲	۱۱۷۶۵	۳۰ سپتامبر یک اطلاع رسانی در باره تشکیل شبکه جامعه شناسی در تلگرام	پیرامون جامعه شناسی
۱۱	جواد ظریف	۹ مرداد	سیاسی	۹۰۷۴۰۴	۹۱۶۴۴۸	۹۳۳۸۹۳	۲۴ اکتبر عکس صفحه را عوض کرده اند	صفحه دکتر ظریف
۱۲	صفحه رسمی دکتر روحانی	-	سیاسی	-	-	۲۵۶۳۴۹	۳۰ اکتبر سیل در لرستان	
۱۳	شیراز ما پرچمش همیشه بالاست	۹ مرداد	مکان	۹۹۶۸۶	۹۹۷۵۰	۹۶۴۵۳	۲ نوامبر یک جوک	در باره شهر شیراز
۱۴	بام تهران	۹ مرداد	مکان	۳۸۰۶۰۸	۳۸۱۲۶۴	۳۵۶۷۶۵	۲۷ اکتبر یک ویدئو	در باره بام تهران
۱۵	بروز رسانی	۹ مرداد	اینترنت/کامپیوتر	۴۴۸۶۶۹	۴۵۶۶۱۰	۶۱۲۰۱۱	۲ نوامبر چه افراد مشهوری از مشتریان گوشی های بلک بری هستند؟	بازیهای کامپیوتری و فناوری

۱۶	شیعه مذهب حق	۹مرداد	مذهبی	۱۵۵۲	۱۵۶۸	۳۱۳۰	۲۰ژوئیه یک روایت در باره عمر	مناظره بین شیعه و سنی
۱۷	دانشکده فنی دانشگاه آزاد تبریز	۱۰مرداد	انجمن	۳۸۲۴	۳۸۳۰	۳۸۵۸	۸ سپتامبر قبولیه‌های ارشد	انجمن
۱۸	شبهای تبریز	۱۰مرداد		۱۱۵۶۷	۱۱۵۷۸	۱۰۶۳۵	۲۰مارس یک شعر ترکی	
۱۹	متولدین دهه ۶۰	۹مرداد	انجمن	۲۰۱۵۱۶	۲۰۱۵۵۹	۱۸۳۴۴۲	۱۶ سپتامبر یک عکس در باره کارتون هاچ که در دهه ۶۰ پخش می شد	خاطرات مشترک متولدین دهه ۶۰
۲۰	خانه سینما	۱۱مرداد		۷۱۱۶۱	۷۱۱۷۶	۶۵۹۷۶	۱۷ نوامبر ۲۰۱۴ (یکسال پیش)	تلویزیون و سینما
۲۱	مهران مدیری	۱۲مرداد	هنرپیشه	۱۴۹۳۷۷۸	۱۴۹۳۹۱۲	۱۴۱۵۱۵۴	۱۳ اکتبر یک عکس از بازیگران سریال در حاشیه	فیلمهای مهران مدیری
۲۲	محک	انجیو				۴۵۸۹۹۱	۲ نوامبر سفال گری پدران کودکان محک در اقامتگاه	کودکان سرطانی

۲۳	خانه امن	آموزشی				۱۱۰۰۱۷	۳۱ اکتبر خودکشی کودک اشنویه ای	طرح مسائل اجتماعی در مورد زنان و خانواده و مشاوره با وکیل
۲۴	جمعیت امام علی	دانشجویی انجیو				۸۵۴۸۳	۲ نوامبر بنخشد حلقه ازدواج دو زوج جوان برای آزادی یک زندانی	نوجوانان زندانی و کمک به آنها



۴. تحلیل و تفسیر یافته ها:

همچنانکه در بخش ملاحظات نظری مطرح شد، مفاهیم اصلی نظریه کنش هابرماس عبارتند از ۱- امکان گفتگوی بی قید و بند ۲- کنش گفتار ۳- عقلانیت ارتباطی و ۴- انواع کنش گفتار ها. در اینجا ما این مفاهیم را بر اساس نظریه هابرماس و نتایج زمینه ای به شرح زیر در فیسبوک، مفهوم سازی، عملیاتی و ارزیابی کرده ایم.

۴-۱ مفهوم سازی و عملیاتی کردن گفتگوی بی قید و بند در فیسبوک و امکان

وجود آن در فیسبوک

گفتگوی بی قید و بند در فیسبوک به این معنی است که ۱- هر کاربری مجاز است هر ادعایی را مورد پرسش قرار دهد و ۲- هر کاربری مجاز است هر ادعایی را که می خواهد طرح کند. بر اساس این تعریف و داده های تحقیق عواملی که در فیسبوک می تواند مانع از گفتگوی بی قید و بند شود را به شرح زیر تقسیم کرده ایم:

- اعمال نظر بعضی از کاربران بر فرآیند تعامل و گفتگو در بین دوستان فیسبوکی.
- "دید جنسی" بعضی از کاربران مرد به فعالیتهای زنان در فیسبوک (شفرز، ۱۳۸۲، ترجمه راسخ، ص ۹۱).

نتایج مشاهده مشارکتی و مستقیم در صفحه های خصوصی و عمومی نشان می دهند که کاربران در باره موضوعات مورد بحث در فیسبوک با یکدیگر اختلاف نظر دارند اما اکثر آنها آزادانه نظرات خود را بیان می کنند. اظهار نظرهای کاربران در صفحه های عمومی "دکتر ظریف"، "صفحه رسمی دکتر روحانی"، "حامیان حجاب"، "شیعه مذهب حق" و "پرسپولیس" بیشتر از نمونه های دیگر گویای این ادعا است که کاربران با عقاید متفاوت نظرات خود را آزادانه در باره پستهای صاحب صفحه یا اظهار نظر کاربران دیگر بیان می کنند. همچنین اظهار نظر کاربران در صفحه های خصوصی هم نشان می دهد که آنها این حق را برای خود و دیگران قائل هستند که آزادانه اظهار نظرهای خود را در باره مسائل

مطرح شده بیان کنند. در اینجا برای مستند شدن نمونه هایی از اظهار نظر های کاربران را در صفحه های عمومی و خصوصی آورده ایم.

رضا در صفحه رسمی دکتر روحانی نوشته است: " آقای روحانی در جریان کارگاههای کوچک تولیدی هستید در جریان هستید که طبق آمار خود دولت در ۴ سال پیش بالای ۶ میلیون نفر از جوانان ایران به کشورهای مختلف پناهنده شدن آیا می دانید آمار ازدواج و طلاق را به خاطر مشکلات اقتصادی آمار چکهای برگشتی "

حسن کاربر دیگر بر صفحه رسمی دکتر روحانی نوشته است: " فقط به کارمند ادارات دولتی هم رسیدگی شه مخصوصا اداره ثبت اسناد شهری "

فرشید کاربر دیگر نوشته است: " جناب ریس جمهور عزیز خواهشا تردد موتورسیکلت های حجم بالا رو آزاد کنید با قیمتی که مالیات هم معاف کنید که ما بتونیم بخریم به خدا مشکل ترافیک هم حل خواهد شد خسته شدیم از هوندا ۵۰ سال پیش "

هومان کاربر دیگر نوشته است " زمانش فرا رسیده است که ان دولت ارزشمند بتواند پروژه جاده هراز را بعد از ۳۸ سال که از انقلاب میگذرد فعال کند بی توجهی به توریسم بزرگترین خطاست .. "

علی در صفحه دکتر ظریف نوشته است : "دکتر عزیز سلام لطف کنید این قانون جدید صدور روادید سفارت تایلند را یه پیگیری بفرمائید خیلی سختگیرانه شده .تشکر "

احمد کاربر دیگر نوشته است: "سلام آقای دکتر لطفا پیگیر ایجاد کنسولگری عراق در ایلام باشید مرز مهران مهمترین امتترین و نزدیکترین مرز به شهرهای کربلا و نجف و فکر کنم بغداد هست ولی کنسولگری نداره! بیشترین حجم صادرات و تردد زوار ولی کنسولگری نداره."

فرزاد نوشته است: " دکتر داستان فرودگاه جده واقعا فاجعه بود و مردم رو ناراحت کرد...انتظار واکنش محکم داریم."

در صفحه طرفداران پرسپولیس مهرداد نوشته است: " در مورد صحبت های آقای رهبری فرد باید گفت که ایشان با تعصب هستند اما متأسفانه در بین ورزشکاران ما از دیر باز

دانش جایی نداشته. فوتبال امریکایی که یکی از خشن ترین ورزشهاست از دبیرستان ها آغاز میشه و لیگ مهمی در سطح کالج ها دارند و بعد از آن به لیگ".

مهدی در صفحه استقلال نوشته است: "به جای عکس ویدئو بزاین کاری که صفحات رسمی همه باشگاهای دنیا میکنن مثل آرسنال، لیور، بارسا و..".

کوهیار به عکسی که یکی از کاربران بر پروفایل خود گذاشته است، معترض است اما به آزادی بیان در فیسبوک معتقد است او در صفحه خود می نویسد: "به هر حال مهم آن است که آزادی در این فضای مجازی باشد دوم بی احترامی نباشد." کاربر دیگر از رفتار بعضی دوستان فیسبوکی خود انتقاد می کند ولی او نیز به آزادی در فضای مجازی اقرار می کند و می نویسد: "هر کس آزاد است هر گونه می خواهد در فیس بوک رفتار کند." کارن به دوستان فیسبوکی خود متذکر می شود که کسی حق ندارد برای دیگران تصمیم بگیرد که در باره چه چیز بنویسد دیگران فقط می توانند نوشته او را نقد یا از آن دفاع کنند، او می گوید: "... در ضمن، اینکه افراد در صفحه خود از "قرمه سبزی" مینویسن یا اسطوره و یا سیاست و هر یا چرت و پرت دیگر امر انتخابی و کاملاً خصوصی است." همچنانکه گفته شد دید بعضی از کاربران مرد به فعالیتهای زنان در فیسبوک دیدی جنسی است. اما کاربران زن با این دید جنسی به فعالیتهایشان در فیسبوک شدیداً مخالفت می کنند. مریم در پاسخ به یکی از کاربران، از نگاه جنسی او به نوشته هایش انتقاد کرده است و می گوید: "چون الان من یک «زن» هستم، هرکاری بخواهم بکنم در صدد جلب توجه هستم! پس بهتر است متین باشم و خفه شم!" ریحان قلم قوی دارد و به همین دلیل هم نوشته هایش را تعداد زیادی از کاربران لایک می کنند، عده ای از کاربران لایک زیاد نوشته های او را به دلیل جنسیتش می دانند او از این "دید جنسی" به فعالیتهایش شدیداً انتقاد می کند. او می نویسد: "روزی نیست که پیغامی، پسغامی، کامنتی، متلکی دریافت نکنم برای اینکه به اصطلاح لایک خورم بالاست. دوست و دشمن هم فرقی نمی کند، اما دلیل این توجه دیگران به تعداد لایک های من از کجا می آید؟ از اینجا که من زن هستم. بله به همین دلیل. نه قربان، قبول ندارم. اول اینکه معلوم است که فکر می کنم خوب می نویسم، همه ی

آنهايي که مي نويسند اگر فکر کنند که بد مي نويسند که خب، يا دست از نوشتن مي کشند يا اينکه طور ديگري خواهند نوشت."

۴-۲ مفهوم سازي و عملياتي کردن کنش گفتار در فيسبوك

قبل از عملياتي کردن انواع کنش-گفتارها در فيسبوك ابتدا لازم است "کنش متقابل نمادين" و "کنش گفتار" را در فيسبوك تعريف كنيم. "کنش متقابل نمادين" در فضاي مجازي شامل تمامی فعاليتهايي هستند که کاربران در فيسبوك انجام مي دهند از قبيل قرار دادن نوشتارها، اظهار نظرها، عكسها، ترو ل و ويدئو ها بر پست و همچنين لايك کردن، پوکه کردن، بلوکه کردن، ريموو کردن و اد کردن (عبداللهيان، زاهدي، شيخ انصاري، ۱۳۹۲). اما "کنش گفتار" در فيسبوك عبارت از نوشتارها، اظهار نظرها، ترو ل، ويدئو و عكسهاي هستند که کاربران بر پست هاي خود مي گذارند و موجب "همکنشي" (هابرماس، ۱۳۸۴، ترجمه پولادي، ص ۴۰۰، ج ۱) بين کاربران مي شوند و کاربران پيرامون آنها با يکديگر به تعامل و گفتگو مي پردازند. بايد متذکر شد که لايك کردن، پوکه کردن، نوشته ها و عكسهاي که "همکنشي" کاربران را در پي ندارد کنش گفتار محسوب نمي شوند.

۴-۳ مفهوم سازي و عملياتي کردن و ارزيابي کنش گفتارهاي هنجاري و عقلا نيت

ارتباطي در فيسبوك

نتايج تحقيق نشان مي دهند که، کنشهاي کاربران ايراني در فيسبوك تعاملی است. در نتيجه مي توان گفت کنش گفتارهاي هنجاري، هنجارهاي تعامل و گفتگو را در بين کاربران فيسبوك تنظيم مي کنند و کارکردشان "استقرار روابط" بين کاربران است (هابرماس، ۱۳۸۴، ترجمه پولادي، ص ۱۵۶-۱۷۴، ج ۱). لازم به ذکر است که رويکرد اين مقاله در ارزيابي هنجارها ارزشي نيست بلکه "روا" (همان) بودن يا ناروا بودن هنجارها مطرح است و هنجارهاي ناروا در فيسبوك، هنجارهاي هستند که از عقلا نيت ارتباطي به معني "کنار زدن جنبه ها و ابعادي از ارتباط که موجب مخدوش سازي ارتباطات مي شود" (هولاب، ۱۳۷۸،

ترجمه بشیریه، ص ۱۴۷) پیروی نمی کنند. بر این اساس می توان گفت که دو مفهوم عقلانیت ارتباطی و کنش گفتارهای هنجاری با هم همپوشانی معنایی دارند. در اینجا بر اساس نظریه الگوی کنش ارتباطی و داده های تحقیق این دو مفهوم را به شرح زیر در فیسبوک مفهوم سازی و عملیاتی می کنیم. برای عملیاتی کردن کنش گفتارهای هنجاری در فیسبوک، ابتدا باید ارزیابی درستی از فعالیتهای روتین در فیسبوک داشته باشیم. نتایج تحقیق نشان می دهد که فعالیتهای روتین کاربران در فیسبوک شامل گذاشتن یک عکس، اظهار نظر، ترول و یا ویدئو در صفحه خصوصی و یا صفحه عمومی است که پست نامیده می شود. در پاسخ به این پست دوستان فیسبوکی کاربر یا اعضای صفحه عمومی توضیحاتی می نویسند که آنرا کامنت می نامند و یا آنرا لایک یا به اشتراک می گذرانند. نتایج تحقیقهای رایت (۲۰۰۴) (نقل از هیو، ۲۰۱۱) و عبداللهیان، زاهدی، شیخ انصاری (۱۳۹۲) نشان می دهند شیوه های حفظ روابط شامل انجام فعالیتهای روزانه، درگیر شدن در فعالیتها و موارد دیگر که در روابط چهره به چهره توسط کنشگران بکار می روند (کنری^۲ و استافورد^۳، ۱۹۹۴؛ دیندیا و بکستر^۴، ۱۹۸۷؛ دیندیا و کنری، ۱۹۹۳: نقل در هیو، ۲۰۱۱) در فیسبوک هم توسط کاربران رعایت می شوند. در جمع بندی کنش گفتارهای هنجاری در فیسبوک به شرح زیر هستند:

- اظهارنظرهایی که کاربران در آنها هنجارهای تعامل و گفتگو را تعریف کرده اند.
- اظهار نظرهایی که کاربران در آنها هنجارهای تعامل و گفتگو را رعایت کرده اند و با رعایت آنها به این هنجارها عینیت بخشیده اند.
- اظهارنظرهایی که در آن کاربران از برخورد ناسنجیده خود عذر خواهی کرده اند یا به حلقه آشنایان خود در این باره تذکر داده اند.

در فیسبوک عقلانی بودن کنش یک کاربر در شیوه طرح ادعا و استدلال هایی است که می آورد (هولاب، ۱۳۷۸: ۱۴۷). همچنین در شیوه پاسخ کاربر به انتقاداتی است که دوستان فیسبوکی اش به ادعای او می کنند. مثلاً اگر کاربری با عصبانیت و برخورد تند ادعایی را مطرح و یا به انتقادهای دوستان فیسبوکی خود پاسخ دهد روش او غیر

عاقلانه محسوب می شود و بین او و دوستانش تنش بوجود می آورد. به نظر می رسد که کاربران فیسبوک از شیوه های "رفع تنش" برای حفظ روابط با دوستان فیسبوکی خود استفاده می کنند (رایت ۲۰۰۴؛ عبداللهیان، زاهدی، شیخ انصاری، ۱۳۹۲). با این توضیحات عقلانیت ارتباطی در فیسبوک را به شرح زیر عملیاتی کرده ایم:

- طرح ادعا یا پاسخ به انتقادهای حلقه آشنایان با استدلال
- و بر طرف کردن ابعادی که روند تعامل و گفتگو را مختل می کند که شامل موارد زیر است: #
- عذرخواهی کاربر از حلقه آشنایان به دلیل برخورد تند به جای بیان استدلال (رفع تنش)
- برخورد با طنز و کنایه حلقه آشنایان کاربر برای آرام سازی و همچنین تذکر به کاربر که برخوردش نابجا بوده است (رفع تنش). #
- تذکر به حلقه آشنایان که توضیحات باید با اظهارنظرها مرتبط باشند. #

در اینجا نمونه هایی از کنش گفتارهای هنجاری و عقلانیت ارتباطی در فیسبوک را برای مستند شدن آوردیم. ارزیابی اظهارنظرهای کاربران فیسبوک در صفحه های عمومی کافه کتاب، کافه جامعه شناسی، خانه سینما، فروغ فرخزاد، کارتونهای زمان ما، دانشکده فنی دانشگاه آزاد اسلامی تبریز، بام تهران، مهران مدیری و متولدین ۶۰ نشان می دهد که کاربران در ارتباط با پستی که ادمین (مالک صفحه) بر صفحه قرار داده است اظهار نظرهای خود را نوشته و از توهین و ناسزاگویی پرهیز کرده و هنجارهای تعامل و گفتگو را رعایت کرده اند. اظهار نظرهای این کاربران از نوع کنش گفتارهای هنجاری است. در حالیکه ارزیابی اظهارنظرهای کاربران فیسبوک در صفحه های عمومی ظریف، شیعه مذهب حق، حامیان حجاب، و شبهای شیراز نشان می دهد که با وجود اینکه اکثر کاربران هنجارهای تعامل و گفتگو را رعایت می کنند اما بعضی از کاربران به این دلیل که نظرات مخالف نظر خود را بر نمی تابند به جای طرح استدلال به فحاشی و ناسزاگویی پرداخته اند که نشان می دهد هنوز آنها به عقلانیت ارتباطی نرسیده اند. همچنین نتایج تحقیق نشان می دهد مروارید،

زینب، طاهره، مجتبی، افروز، سانا، فرشته، آدینه، بیتا، کتابون و کاربران دیگر در صفحه های خصوصی خود با دوستان فیسبوکی اشان در باره مسائل مختلف تعامل و گفتگو می کنند. تمامی آنها هنجارهای تعامل و گفتگو را رعایت کرده و در بعضی از موارد این هنجارها را تعریف می کنند و یا رعایت این هنجارها را به حلقه آشنایان خود تذکر می دهند. در اینجا چند نمونه از اظهارنظرهای کاربران را در فیسبوک آورده ایم.

یکی از کاربران، فیسبوک را رسانه تعاملی می داند و از تک گویی حلقه آشنایان خود انتقاد می کند. او هنجارهای تعامل و گفتگو را برای حلقه آشنایان خود اینگونه تعریف می کند. "در این فضا هنوز در گفتگومندی راه نیافته ایم. زیرا هنوز تک گویی می کنیم و هنوز به جهان رسانه های دوجانبه و تعاملی نرسیده ایم مثل زندگی اجتماعی مان فقط آمده ایم که بگوییم "من"؛ "مرا ببینید" کمی اجازه بدهیم دیگری هم بگوید و این "من" بشنود کمی متعادل باشیم. هر جامعه ای الگوی خودش را می طلبد." همچنین ارزیابی اظهارنظرهای کاربران نشان می دهد اگر یکی از کاربران برخورد تند و نابجای بکند (هنجار ناروا) با برخورد کنایه آمیز کاربران دیگر، متوجه برخورد اشتباهش شده و روش خود را اصلاح می کند. مریم از قضاوت اندام ناراحت شده است و از او می خواهد در بحث شرکت نکند، او می نویسد: "بهتر است در همان حد یک ناظر دور بمانید و وقتی درجایی با چیزی درگیر نشدید اجازه ی صحبت کردن به خود ندهید!" اندام به او هنجارهای درست تعامل را یادآوری می کند و وظیفه مریم می داند که نکات مبهمی که برای حلقه آشنایانش پیش آمده را روشن کند، همچنین به او تذکر می دهد که اگر بخواهد اینگونه برخورد کند دیگر در بحث های او شرکت نمی کند او می نویسد: "اما اگر حداقل خودتان پای بند آنچه از دیگران توقع دارید بودید. گام به گام بحث را پیش می برید و نقاط مبهم را می پرسیدید و روشن می شدید و یا می شدم. اما این طرز برخورد همان به که برویم به قورمه سبزی مان برسیم، شاید که در حین پختن به درک شهودی این واقعه برسیم." مریم که می داند عقلانی رفتار نکرده است برای رفع دلخوری و تنش از اندام معذرت خواهی می کند و می نویسد: "اگر هم

در کامنت بالا کمی صریح حرف زدم عذر می خواهم... ممنون از اینکه وقت گذاشتید و ممنون از حضورتان. "ریحان از ابراز صمیمیت یکی از حلقه آشنایانش ناراحت شده و اظهارنظری در این مورد بر پست خود می گذارد او می نویسد: "آن دسته از دوستانی که در طول زندگی فقط دو یا سه بار همدیگر را دیده اند، لطف کنند و به اندازه ی همان دو سه بار از دوستی مشترکشان خاطره تعریف کنند." لحن گفتار ریحان موجب رنجش دوستان فیسبوکی او می شود و آنها با طنز و کنایه در جواب پست او کامنت های می گذارند و او را متوجه ناروا بودن و غیر عقلانی بودن برخوردش می کنند. رها به کنایه به ریحان می فهماند که برخوردش بسیار بد بوده است او می گوید: "زندگی، خودش عضوی از همین مردم زود صمیمی شونده است عزیزم" ریحان که متوجه می شود با برخورد ناسنجیده اش موجب دلخوری دوستان صمیمی اش شده است. برای رفع دلخوری اظهار تواضع در برابر دوستان می کند و با اشاره به خاطره مشترکش با دوستان می نویسد: "اون روز جز عمرمون محسوب نمیشه." مریم مرتبط نبودن کامنت ها با اظهار نظرها را روا نمی داند و اعتقاد دارد که باعث اختلال در روند تعامل و گفتگو می شود. او می نویسد: "چیزی که به چشم می آید عدم بحث در کامنت ها حول آن موضوع است و اگر هم بحثی شود در حد این است که «تو در حال قورمه سبزی درست کردن به این نتیجه رسیدی؟» یا «من فدای تو شم که یکی هستی»."

آرمن هم اعتقاد دارد کامنت باید با موضوع اظهار نظر مرتبط باشد اما آزادی در فیسبوک را مهمتر می داند او هر گونه اعمال نظری در باره مضمون نوشته دیگران را جایز نمی داند. آرمن هنجارهای تعامل و گفتگو در فیسبوک را که از نظر او روا است اینگونه تعریف می کند: "انتخاب موضوع امر و انتخابی کاملاً خصوصی است و به همان شکل که خود دوست دارند و ترجیح میدن خود را "بیان" میکنند. و البته ما هم به همان اندازه حق داریم که آنرا نقد کنیم یا دفاع کنیم و یا از کنارش بگذریم."

اندام هم اعتقاد دارد اعمال نظر در باره مضمون نوشته ها باعث مرزکشی در فیسبوک می شود و معتقد است که کاربر باید کامنت همه حلقه آشنایان خود را مطالعه کند، حتی

کامتهایی که با اظهارنظر او مرتبط نیستند. او در این باره می نویسد: "و اما این ناهمخوانی استاتوس و کامنت ها، از نظر من اتفاقا باید این به ظاهر ناهمخوانی را با هم خوانده و تحلیل کرد. نه با جدا کردن که خوب ها یک طرف و بدها طرف دیگر. همه یک مجموعه هستند." می توان گفت اکثر کاربران در نمونه های مورد ارزیابی هنجارهای تعامل و گفتگو را رعایت می کنند که ما در بخش کنش گفتارهای تعامل و گفتگو نمونه های بیشتری را برای مستند شدن می آوریم.

۴-۴ مفهوم سازی و عملیاتی کردن و ارزیابی کنش گفتارهای نمایشنامه ای در

فیسبوک

کنش گفتارهایی که کاربران در آنها به ابراز احساسات، تمایلات و عقاید خود در فیسبوک می پردازند از نوع کنش گفتارهای نمایشنامه ای (ویت، ۱۳۸۶، ترجمه افشایی، چاوشیان، ص ۷۷ نقل از هابرماس، ۱۹۸۴) در فیسبوک هستند. این اظهار نظرها در جهت دستیابی به تفاهم هستند و کارکرد آنها بازنمایی خود است (هابرماس، ۱۳۸۴، ترجمه پولادی، ص ۱۵۶-۱۷۴، ج ۱). کنش گفتار نمایشنامه ای (خودافشایی) در فیسبوک شامل مورد زیر است:

○ اظهار نظرهایی در باره احساسات، آرزوها

○ اظهار نظرهایی در باره کارهایی که کاربر انجام داده است. #

○ اظهار نظرهایی در باره عقاید کاربر #

نتایج تحقیق نشان می دهد که کاربران در مورد ایده ها، تمایلات و احساسات و کارهایی که کرده اند در فیسبوک با حلقه آشنایانشان تعامل می کنند که تمامی این موارد خود افشایی است. به نظر می رسد که خود افشایی در فیسبوک بیشتر از دنیای واقعی انجام می گیرد.

دکتر ظریف در صفحه خود کارهایی را که انجام می دهد برای حلقه آشنایان خود شرح می دهد. او در پست خود نوشته است: "سلام دوستان ساعت ۵ و ۴۰ دقیقه صبح پنجشنبه به وقت وین (۸ و ۱۰ دقیقه صبح به وقت ایران عزیز) است. دور جدید مذاکرات از دیروز

شروع شد و در دو هفته آینده به صورت فشرده ادامه خواهد داشت...قبل از رفتن به وین یک پیام ویدیویی به زبان انگلیسی تهیه کردم که با زیرنویس به زبان های مختلف در فضای مجازی منتشر شد."

ادمین صفحه کافه کتاب که فروشنده کتاب است برخورد خود با یک خانم را برای اعضای صفحه شرح می دهد او بر پست خود می نویسد: "خانمی با ظاهری آراسته، درخواست کتاب «...راز زیبایی...» را کرد؛ ناخودآگاه و بدون تامل گفتم زیره به کرمان می برند..." شبنم در صفحه بام تهران می نویسد: "امشب بام بودم واقعا وقتی فکر میکنی چقدر قصه، چقدر سختی تو این خونه ها هست چه کسانی که خیلی وقته ندیدیشون دلت خیلی میگیره همه زیر این سقف و چه دوریم از هم!"

نتایج تحقیق نشان می دهد که خودافشایی در صفحه های خصوصی بیشتر از صفحه های عمومی انجام می گیرد. در اینجا چند نمونه از اظهارنظر کاربران در پستهای عمومی را آورده ایم.

پاسخ مهدی به مریم، تاییدی بر خود افشایی در فیسبوک است او در این باره می نویسد: "عزیزم وقتی در صفحه ی فیسبوکت از ساعتی که میخوابید یا از نوع غذایی که میل میکنید از درونترین لحظات و احساسهایت، صحبت میکنی، اینکار مثل شریک کردن دیگران در حریم خصوصی روحیه و خلوت خودت است."

تعریفی که هوشنگ از فیسبوک به دوستان فیسبوکی اش ارائه می دهد اشاره به خودافشایی در مورد عقاید، نگرشها و همچنین مسائل شخصی در فیسبوک دارد او می نویسد: "این فضا تنها محل بازنشر افکار و اعتقادات و هرآنچه را که می دانیم و می توانیم انتقال بدهیم هست و فیس بوک هم یک رسانه است نه خانه شخصی." تعداد حلقه آشنایان مهران ۴۵۰۰ نفر است او در مورد بیان احساسات (خود افشایی) دوستان خود در فیسبوک می نویسد: "کچل شدم از دست این دوستان عزیزم چرا حرف عاشقاتو به خودش نمیزنی؟ براش پیغام بفرست، به خدا بهتره، چهار هزارو پونصد تا دوست، دویست تاشون ناله کنن، صد تاشون بد و بیراه بگن و سیصد تاشون هم که کلا همیشه دپرسن."

۴-۵ مفهوم سازی، عملیاتی کردن و ارزیابی کنش گفتارهای گفتگو در فیسبوک

کنش گفتارهایی که کاربران در آن ادعاهایی را در باره وضع امور فیسبوک یا دنیای واقعی در فیسبوک (ویت، ۱۳۸۶، ترجمه افشانی، چاوشیان، ص ۷۷ نقل از هابرماس، ۱۹۸۴ مطرح می کنند از نوع کنش گفتارهای گفتگو هستند. این کنش گفتارها در جهت دستیابی به تفاهم هستند و کارکرد آن بازنمایی وضع موجود است.

کنش گفتارهای گفتگو در فیسبوک شامل موارد زیر است.

○ اظهارنظری در باره بازنمایی وضع امور دنیای واقعی در فیسبوک: مسائل

اجتماعی سیاسی و مشکلات اقتصادی

○ اظهارنظری در باره بازنمایی وضع امور دنیای مجازی

○ و در بعضی از موارد حصول تفاهم و توافق بین کاربران فیسبوک در باره یک

مسئله مشخص #

نتایج تحقیق نشان می دهد که کاربران با یکدیگر در باره آسیب های اجتماعی فضای مجازی (بازنمود وضع امور در دنیای مجازی) تعامل و گفتگو می کنند و برای آنها نام انتخاب می کنند. همچنین کاربران در باره مسائل اجتماعی و سیاسی جامعه با یکدیگر تعامل می کنند (بازنمایی وضع امور دنیای واقعی) و در بعضی از موارد در باره مسئله مشخصی به تفاهم می رسند. در اینجا چند نمونه از اظهار نظرها را برای مستند شدن آورده ایم.

بعضی از کاربران که اکثراً خانم هستند، با ژستهای خاص عکس می گیرند و بر پروفایلشان قرار می دهند و از گزینه عمومی استفاده می کنند. در نتیجه آن عکس قابل رویت برای کاربران دیگر فیسبوک است. ارزیابی اظهار نظر بعضی از کاربران نشان می دهد که تعداد این عکسها در فیسبوک زیاد شده است. احمد و دوستان فیسبوکی اش این پدیده اجتماعی را "تب مدلینگ در فضای مجازی" نامیده اند و به تحلیل ریشه های این پدیده در فیسبوک پرداخته اند. مهدی علت زیاد شدن این عکسها را کمبود تحمیلی می داند که خانمها در جامعه احساس می کنند، او می نویسد: "این عکس ها ناشی از کمبود تحمیلی به

زنان جامعه ما طی سالیان دراز است. " احمد ریشه این پدیده اجتماعی را اعتماد به نفس پایین زنان می داند او در این باره می نویسد: "فقط ناشی از آگاهی درونی به این واقعیت که "جذاب نیستم ، زیبا هم نیستم" و به خاطر عدم باور خودآگاه به عقده ای تبدیل میشه که امروز تو مدلینگ نمود پیدا کرده."

علی اکبردر مورد تب مدلینگ و شایع شدن آن در فضای مجازی به طنز می نویسد: "دیگه کم مونده مادر بزرگ من هم لباس گل گلی بپوشه بره بالا پشت بوم از خودش عکس بی حجاب بگیره بذاره فیس بوک."

نازیلا که از گزینه خصوصی استفاده نکرده و عکسهایش قابل رویت برای عموم کاربران فیسبوک است از پوکه شدن توسط مردی مسن و پیام او که چندش آور نامیده است اظهار ناراحتی می کند و آنرا آزار جنسی در فضای مجازی می داند.

مهران به نازیلا می گوید که از این موارد در فضای مجازی زیاد اتفاق می افتد ولی دیگران آن را علنی نمی کنند، او می نویسد: "این حرفا گفتن نداره، واسه خیلای دیگه غیر شما هم هست، کاملاً مشخصه ولی دیگران بیان نمی کنند، نگاه کنو بگذر، خیلی راحت.... این چیزها ارزش نداره." همچنین کاربران فیسبوک در باره مسائل اجتماعی دنیای واقعی با یکدیگر به تعامل و گفتگو می پردازند، در بعضی از موارد هم به تفاهم می رسند.

یکی از موضوع هایی که کاربران ایرانی در باره آن به تعامل و گفتگو می پردازند هنجارهای مردسالارانه است. اظهار نظر یک کاربر در مورد پست یا عکسی کافی است که به بحث در مورد جایگاه زنان یا رابطه بین دختران و پسران در جامعه کشانده شود. در صفحه "شیراز پرچمش بالاست"، ادمین صفحه یک عکس از ماشینی که در شهر تصادف کرده است را بر صفحه گذاشته است و نوشته است " شیراز بولوار چمران و هنر نمایی خانم راننده " بعضی از کاربران فیسبوک به قضاوت ادمین صفحه در باره رانندگی زنان اعتراض می کنند. اسمائیل نوشته است: "من به عنوان یک مرد بارها تصادف کردم ولی یک زن منو تحقیر نکرد ، ادمین عزیز لطفاً به زن ان جامع و شهروندان شیرازی احترام

بگذار. " عباد می نویسد: " منم رانندگی ام خوب نیست دلیل نمی شود زنان را مسخره کرد."

تعاملاتی که در فیسبوک در باره تفاوت‌های جنسیتی، آسیب‌های اجتماعی روابط بین دختران و پسران و عمل‌های زیبایی زنان انجام می شود از چند جنبه قابل توجه است. یکی اینکه زنان و مردان بر اساس تجربه زیسته خود، دیدگاه و نگرش‌های خود را در باره موضوع مورد بحث ابراز می کنند و این موجب شناخت زنان و مردان با دیدگاهها و تجارب زیسته یکدیگر می شود. این شناخت به ایجاد تفاهم بین دو جنس کمک می کند (حصول تفاهم). نکته قابل توجه دیگر این است که دانشجویان در روند تعامل و گفتگو در باره مسائل اجتماعی، سیاسی و اقتصادی در فیسبوک بر دایره معلومات خود اضافه می کنند. در اینجا چند نمونه را برای مستند شدن آوردیم.

مریم از قضاوت هادی ناراحت شده است و ریشه قضاوت او را در هنجارهای مردسالارانه جامعه می داند، او از تجربه زیسته خود به عنوان یک زن در اجتماع صحبت می کند که باید همیشه به خاطر جنسیتش مراقب رفتار و اعمالش باشد. سینا در پاسخ مریم علت را نه در هنجارهای مردسالارانه بلکه در نگرش زنان و رخنه تفکر مردسالارانه در زبان می داند او در این باره می نویسد: "در بازی های زبانی زنان خودشان، خودشان را تحقیر می کنند و الفاظ زنانه و دخترانه برای موضوعی حمل بر بی احترامی ست که این خود البته حاکی از رخنه تفکر مرد سالار در جامعه است [زنان باید] با جنس مخالف نه حمله و تحقیر که با دیالوگ و گفت و گو این موضوع را بیان کنند. کمک گرفتن از فلسفه زبان ویتگنشتاین بسیار راهگاست."

مریم از سینا به دلیل تحلیل علمی ای که ارائه داده است و او را با دیدگاه جدیدی به هنجارهای مردسالارانه آشنا کرده است تشکر می کند. مریم می نویسد: " ممنونم سینا جان از کامنت و راهنمایی"

کاربران در گروه متولدین ۶۰ با بیان خاطرات خود که به صورت نوشته هایی کوتاه مطرح می شوند به فهم مشترکی از خود به عنوان یک نسل رسیده اند. زری یکی از کاربران در

گروه ۶۰ می نویسد: "ما ماهواره نداشتیم ما را رستوران نمی بردند که بدانیم جوجه کباب چه شکلی است ما خیلی قانع بودیم به خدا... موبایل نداشتیم که اس ام اس بدهیم ما خودمان خودمان را شناختیم ... " یکی از کاربران فیسبوک در صفحه دهه ۶۰ عکسی از قصه گوی دهه ۶۰ در تلویزیون، آقای حکایتی گذاشته و نوشته است: آقای حکایتی اسم قصه گوی ماست زیر گنبد کبود شهر خوب قصه هاست. " بیش از ۲۳۲۰ نفر آنرا لایک کرده اند. کاربران دیگر هم در پاسخ به این پست هرکدام اشاره ای به خاطرات دوران بچگی خود کرده اند.

نگار، علی رضا، سهیلا، محمدرضا، محدثه، امین، شیوا، محسن، سانا ... در صفحه بمب خنده در باره پیروزی تیم والیبال ایران در مقابل برزیل با یکدیگر گفتگو می کنند. مستانه، ساحل، مسعود، میترا، سهیلا، سمانه، میثم با بیش از ۴۵ نفر دیگر در صفحه فروغ فرخزاد در باره این شاعر ایرانی و شعرهایش با هم گفتگو می کنند.

دکتر ظریف پستی در تاریخ ۲ جولای ۲۰۱۴ در صفحه اش به شرح زیر گذاشته است: "سلام دوستان ساعت ۵ و ۴۰ دقیقه صبح پنجشنبه به وقت وین (۸ و ۱۰ دقیقه صبح به وقت ایران عزیز) است. ... " بیش از ۴۰ نفر در ارتباط با این پست نظرات خود را بیان کرده و گفتگو کرده اند. در صفحه "شبهای تبریز" در باره یک بانوی تبریزی که مکانی را برای نگهداری از سگهای ولگرد ایجاد کرده است عکسی گذاشته اند که یازده نفر آنرا به اشتراک گذاشته و ۱۴۳ نفر آنرا لایک کرده اند. لاله، کورش، پاشا، المیرا، حسام، سحر، ملیکا، سهیل و ... در باره آن کامنت گذاشته اند. در صفحه پرسپولیس، علی کریمی نوشته است (۱۳۹۳): "سالهای زیادی را در این فوتبال داشتم، سالهایی که پر از خاطرات تلخ و شیرین بود، خاطرات خوب و بد... " ۱۳۴۲ نفر آنرا لایک کرده و ۱۲ نفر آنرا به اشتراک گذاشته اند و یازده نفر در باره آن کامنت گذاشته اند. در صفحه "حامیان حجاب" ادمین صفحه عکسی از دخترانی که ساپورت پوشیده اند گذاشته و نوشته است (۱۳۹۳) "تویی که دنبال زندگی خوب و سالم هستی: اینو بدون خیلی از جوونها هنوز نتونستن ازدواج کنند و به خدا و دین هم اعتقاد دارند وقتی این لباسهای تحریک کننده رو میپوشی اونها واقعا

اذیت میشن و رو ذهن و فکرشون اثر بد میزاره " او از اعضای صفحه خواسته است که آنهایی که مخالف اینگونه پوشش هستند این عکس را لایک کنند. ۲۲۰ نفر این عکس را لایک کرده اند. مهدی، رضا، فاطمه، امیر، امیرعلی، حمید، حسین، شهین، الهه و... در مخالفت و موافقت با این پست کامنت گذاشته اند. در صفحه محک کاربران در باره کمک به بچه های سرطانی با یکدیگر تعامل می کنند. جواد نوشته است (۱۳۹۴): "من هر موقع بخوام کارخیر کنم یه مبلغی میریزم به حساب محک...مستحق تر از اینا وجودنداره...بزاربگن گفتنش ریاست.. ولی من میگم تبلیغه". سارا نوشته است: " شماره حسابتون چنده؟ و شیراز کجا مخصوص نگهداری بچه های سرطانی هست؟ لطفا هرکی میدونه جواب من رو بده چون مدتهاست دنبالشم خوشحال شدم اینجا دیدم. چون من کمک مثل ملافه و خرید مایحتاج برام راحتتره اگر مکانی هست که تو شیراز میشناسید بگید که برم بینم ممنونم".

ادمین صفحه دانشکده فنی دانشگاه تبریز از دانشجویانی که کار می کنند خواسته است نظر خودشان را در مورد مرتبط بودن کار و رشته اشان بگویند او بر پستش نوشته است: "از دوستان کسانی هستند که در کنار درس خوندن کار هم بکنند؟؟ لطفا بگین که آیا با رشتتون مرتبط هست یا نه و آیا به کاری که انجام میدید علاقه مند هستید؟؟". ۵۰ نفر این پست را لایک کرده اند و مهدی، حمید، امید، سالار، اکبر، بابک، نیکولاس، رامین، معصومه و ... تجارب و نظرات خود را در این باره نوشته اند.

در باره جراحی های زیبایی زنان بحث های فراوانی در فیسبوک انجام می شود. با آوردن اظهار نظر نازیلا با حلقه آشنایانش نشان می دهیم که در بعضی از موارد کاربران به فهم مشترکی در باره مسائل اجتماعی می رسند. نازیلا در مخالفت با عمل های زیبایی می نویسد: "من با بعضی از تغییرات موافقم. گاهی ولی موضوع اینجاست که امروزه داستان روتین شده چندی پیش می خواستم از دوستان عکاسی کنم و دلم می خواست بنویسم از کسانی عکس می گیرم که هیچ جراحی زیبایی انجام نداده باشند، بعد دیدم به بیش از نیمی

از دوستان مجازی بر می خوره ...!! دلم می خواد بینی ببینم که نافرمه. لبی که باریکه ولی ترکیب زیبایی داره. واقعا دلم واسه دیدن چهره های معمولی ولی یونیک تنگ شده..." علی علت جراحی های زیبایی زنان را در سلیقه ایرانی می داند او می نویسد: "کاملا موافقم. حرف دل من و خیلی هارو زدید. نازیلا جان مشکل خیلی عمیقه و آرایش و ملاک زیبایی چهره یکی از نمود های مشکل اصلیه."

کارن به هنر پست مدرن اشاره می کند و سعی می کند یک تحلیل علمی از این مسئله اجتماعی ارائه دهد: "مشکل اصلی چیزیه که اسمشو میزارم سلیقه آماتور، سبک، جلف. شما براحتی میتونید همین سلیقه جلف رو در موسیقی پاپ ایرانی هم ببینید. نه؟ در سینما هم در قالب فیلم فارسی و کمدی های آبکی که هنوزم با جدیت تمام ساخته میشه، وجود داره. در رنگ بندی های بیشتر قالی های ایرانی هم این زندگی و استفاده از رنگهای زنده به بچشم میاد و ... " نازیلا به اصطلاح "کیچ" لیوتار در مورد هنر کوچه بازاری اشاره می کند و می نویسد: "دقیقا چقدر خوب گفتی کارن جان سلیقه ی کیچ پسند." کارن در تایید اظهار نظر نازیلا این مشکل را مختص تمام کشورهای جهان سوم می داند او می گوید: "این مشکل مختص ایران هم نیست. کلا ملت ها و فرهنگ های جهان سوم تو این داستان شریکن. فرهنگ عمومی خاورمیانه، آمریکای لاتین رو بررسی کنید." کارن راه حل مسائل اجتماعی را مهندسی جامعه می داند و "پدرا" معتقد است باید قبل از مهندسی جامعه، مهندسی ارزشها در جامعه انجام شود. نمونه اینگونه بحث های جدی اجتماعی، علمی در هر زمینه ای در فیسبوک بسیار است. نتایج تحقیق نشان می دهد که کاربران ایرانی در باره مسائل اجتماعی جامعه تعامل و گفتگو می کنند و در بعضی موارد به درک و فهم مشترکی از علل مسائل اجتماعی می رسند (هابرماس، ۱۳۸۴، ترجمه محمدی، ص ۵۳).

۴-۶ مفهوم سازی، عملیاتی کردن و ارزیابی کنش گفتارهای راهبردی در فیسبوک

کنش گفتارها راهبردی از "قواعد انتخاب عقلانی پیروی می کنند و کارایی آنها در تاثیرگذاری بر تصمیم هایی یک حریرف عاقل دیگر سنجش می شود" (هابرماس، ۱۳۸۴،

ترجمه پولادی، ص ۳۹۰، ج ۱). کنش گفتارهای راهبردی در فیسبوک شامل اظهار نظرهای زیراست:

- اظهار نظرها و عکسهایی که کاربران با نیت بدست آوردن تعداد لایک بیشتر برای کسب شهرت و محبوبیت بر پست خود می گذارند.
- اظهار نظرها و عکسهایی که کاربران به منظور تبلیغ حرفه و جلب مشتری بر پست خود در صفحه های خصوصی یا عمومی می گذارند.
- اظهار نظرها و عکسهایی که کاربران برای ترویج یک ایده و عقیده بر پست خود می گذارند.

فیسبوک این امکان را برای کاربران فراهم آورده است تا بتوانند صفحه هایی برای تبلیغ کسب و کارهای محلی و برند ایجاد کنند. تمامی کنش گفتارهایی که در این صفحه ها برای تبلیغ کسب و کار صورت می گیرد از نوع کنش گفتارهای راهبردی هستند. در صفحه "بروزرسانی" ادمین صفحه بر پست خود نوشته است: "تعطیلات تابستون با چندتا بازی جذاب حسابی سرگرم بشین!! فروش اینترنتی گیفت کارت با تحویل لحظه ای فروش اینترنتی اپل آیدی با تحویل لحظه ای..". این اظهار نظرها از نوع کنش گفتارهای راهبردی هستند. نکته قابل توجه این است که با وجود اینکه این صفحه ها به منظور تبلیغ کسب و کار ایجاد شده اند اما رابطه بین صاحبان مشاغل و مشتریان در این صفحه ها تعاملی است. همچنین در این صفحه ها امکان تعامل بین مشتریان با مشتریان فراهم آمده است. پست ادمین صفحه "بروزرسانی" را ۱۲۰ نفر لایک کرده اند و علی، سینا، پوریا، شهین، پری، رضا و ساسان در این باره سوالاتی را مطرح کرده یا تجارب خود را با کاربران دیگر در میان گذاشته اند. برای نمونه رضا دو تا بازی جدید را معرفی می کند. در صفحه های عمومی بام تهران، شیراز هم دیده می شود که بعضی از کاربران به تبلیغ یا معرفی صفحه تجاری فیسبوک خود می پردازند. که تمامی اینگونه اظهارنظرها از نوع کنش گفتارهای راهبردی هستند. #

تعداد لایک های یک عکس و اظهارنظر، نشان دهنده این است که آن اظهارنظر یا عکس مورد پسند کاربران دیگر قرار گرفته است و برای کاربر و یا صفحه محبوبیت یا اعتبار به همراه می آورد. همین مسئله باعث می شود که صفحه ها با لایک بالا بین کاربران مبادله شود یا به فروش برسد. در بعضی از صفحه ها این نوشته دیده می شود که "این صفحه با این تعداد لایک فروخته می شود" یا اینکه آگاهی و تبلیغات را برای این صفحه بفرستید. همچنین بعضی از کاربران از گزینه عمومی استفاده می کنند تا عکس یا اظهار نظری که بر پروفایلشان گذاشته اند تعداد لایک بیشتری بگیرد. بعضی از کاربران صفحه های عمومی برای ترویج عقایدشان ایجاد کرده اند و هدف آنها تعامل و گفتگو برای رسیدن به تفاهم نیست. تمامی اظهارنظرهایی که با هدف دستیابی به تفاهم انجام نگرفته است، از نوع کنش گفتارهای راهبردی هستند. در اینجا نمونه هایی را برای مستند شدن می آوریم.

کوهیار یکی از کاربران به عکسی اشاره می کند که یکی از کاربران زن از ساق پای خود بر پروفایل اش گذاشته است و تعداد لایک ها و کامنت های آن به ۴۰۰ تا رسیده است این کنش از نوع کنش گفتارهای راهبردی است. کوهیار در این باره می نویسد: "شاید بعضی توجه به خانمها برایشان بسیار مهم باشد که حتما هست و حقیقت را نباید انکار کرد، خانمی یک عکس از ساق پاش گذاشته چهارصد تا کامنت گذاشتن "ادمین صفحه حامیان حجاب و "شیعه مذهب حق" صفحه های عمومی خود را برای ترویج و تبلیغ عقاید خود ایجاد کرده اند. اظهارنظرهایی که آنها بر صفحه خود می گذارند از نوع کنش گفتارهای راهبردی هستند.

۴-۷ ارزیابی امکان تشکیل حوزه های عمومی در فیسبوک

هابرماس معتقد است هنگامی حوزه عمومی و گفتمان آرمانی صورت می پذیرد که امکان گفتگوی بی قید و بندی را پیش فرض بگیریم که همه سخنگویان دسترسی برابر به آن دارند و در آن فقط نیروی استدلال بهتر حکم می کند" (ویت، ۱۳۸۶، ترجمه افشانی، چاوشینان، ص ۶۴). بنابر این برای تشکیل حوزه عمومی در فیسبوک باید دو شرط "امکان گفتگوی بی قید و بند" و "عقلانیت ارتباطی" وجود داشته باشد.

در بخش های قبلی ما به این دو پرداخته ایم و در اینجا فقط به بیان نتایج اکتفا می کنیم. ارزیابی اظهار نظرهای کاربران در صفحه های عمومی "دکتر ظریف"، "صفحه رسمی دکتر روحانی" و "پرسپولیس" بیشتر از نمونه های دیگر گویای این ادعا است که کاربران با عقاید متفاوت آزادانه نظرات خود را در باره پستهای ادمین صفحه یا اظهار نظر کاربران دیگر بیان می کنند. همچنین ارزیابی اظهار نظرهای کاربران در صفحه های خصوصی هم نشان می دهد که آنها این حق را برای خود و دیگران قائل هستند که اظهار نظرهای خود را در باره مسائل مطرح شده، بیان کنند. همچنین نتایج تحقیق نشان داد دید بعضی از کاربران مرد به فعالیتهای زنان در فیسبوک دیدی جنسی است. اما کاربران زن با این "دید جنسی" به فعالیتهایشان در فیسبوک شدیداً مخالفت می کنند. در جمع بندی می توان گفت که امکان گفت و گوی بی قید و بند که اولین شرط برای تشکیل حوزه های عمومی است در فیسبوک وجود دارد.

اما در باره اینکه آیا تمامی کاربران ایرانی فیسبوک به عقلانیت ارتباطی برای تعامل و گفتگو رسیده اند، نمی توان قاطعانه نظر داد. ارزیابی اظهار نظرهای کاربران نشان می دهد در گروههای کافه کتاب، کافه جامعه شناسی، بام تهران و صفحه های خصوصی کاربران با استدلال ادعاهای خود را طرح می کنند و یا پاسخ منتقدان خود را می دهند. اما در صفحه های حامیان حجاب، شیعه مذهب حق، دکترظریف و شبهای تبریز بعضی از کاربران پاسخ منتقدان خود را نه با استدلال، بلکه با فحش و ناسزا پاسخ می دهند. در اینجا چند نمونه برای مستند شدن می آوریم.

حمید در گروه "حامیان حجاب" در پاسخ علی می گوید: "مضخرف نگو مستر خارجی فیلم هالیوودی کمتر ببین" یا در صفحه "شیعه مذهب حق" علی اکبر به ناسزاگویی به عمر می پردازد. نتایج تحقیق نشان می دهد رعایت نکردن هنجارهای تعامل و گفتگو در صفحه های عمومی مانند "حامیان حجاب" یا "شیعه مذهب حق" که به منظور تبلیغ و ترویج عقیده خاصی ایجاد شده اند بیشتر است. می توان گفت فیسبوک مکان مناسبی برای این است که افراد با نظرات مختلف بتوانند با یکدیگر به مناظره بپردازند به همین دلیل

اختلاف نظرها در فیسبوک بازتاب بیشتری دارد. در جمع بندی می توان گفت در اکثر صفحه های خصوصی و عمومی کاربران پیرامون موضوع های مختلف نظرات خود را بیان می کنند و در بعضی از موضوع ها به تفاهم می رسند.

۵. بحث و نتیجه گیری

نتایج تحقیق نشان داد که تعداد لایک بیشتر گروههای مورد مطالعه، مانند پرسپولیس، کافه جامعه شناسی، فروغ فرخزاد، بمب خنده، کارتون های زمان ما، "شیراز ما پرچمش همیشه بالا است"، بام تهران، متولدین دهه ۶۰، خانه سینما و مهران مدیری بعد از یکسال کاهش یافته است. افزایش تعداد لایک در گروههای دیگر نیز بسیار اندک بوده است. یکی از علل این کاهش می تواند گسترش شبکه های اجتماعی تلفن همراه باشد. چنانچه بر روی صفحه بعضی از گروهها آدرس لینک تلگرام گروه قرار داشت که حاکی از این بود این گروه در شبکه های اجتماعی تلفن همراه تشکیل شده است. در بعضی گروهها مانند پرسپولیس، استقلال، بروز رسانی، محک و "جمعیت دانشجویی امام علی" تقریباً هر روز یا با تاخیر چند روز، پست های جدید گذاشته می شد. اما بعضی از گروهها مانند متولدین دهه ۶۰، شیعه مذهب حق و شبهای تبریز چندین ماه از تاریخ آخرین پست آنها می گذشت.

همچنین نتایج تحقیق نشان داد که کاربران در نمونه های مورد مطالعه، در باره رویدادهای اجتماعی، سیاسی، ورزشی و فرهنگی روز با یکدیگر تعامل و گفتگو می کنند. از قبیل، تبریک روز عید فطر، روزه خواری، نوع پوشش زنان در تهران، خداحافظی علی کریمی، موفقیت تیم والیبال، انتخاب علی دایی به عنوان سرپرست تیم، کتابهای جدید منتشر شده، تجاوز خانگی جنگ غزه، سالروز مرگ خسروشکیبایی در سال ۱۳۹۳ و همچنین در باره مسابقه داربی تیم استقلال و پرسپولیس، فوت نابهنگام هادی نوروزی، توافق هسته ای و عزاداری در ایام محرم در سال ۱۳۹۴.

بر اساس نظریه هابرماس و داده های تحقیق انواع کنش گفتار را در فیسبوک مفهوم سازی و عملیاتی کردیم و نتایج تحقیق نشان داد که سه نوع کنش گفتار هنجاری، نمایشنامه ای،

راهبردی و گفتگو در فیسبوک وجود دارد و اکثر کاربران به گفتگوی بی قید و بند در فیسبوک معتقدند. در باره اینکه آیا کاربران ایرانی فیسبوک به عقلانیت ارتباطی برای تعامل و گفتگو رسیده اند، نمی توان قاطعانه نظر داد. نتایج تحقیق نشان داد در بعضی از صفحه های عمومی مانند گروه های کافه کتاب، کافه جامعه شناسی، بام تهران و صفحه های خصوصی که کاربران با استدلال ادعاهای خود را طرح می کنند و یا پاسخ منتقدان خود را می دهند. اما در صفحه های دیگر مانند حامیان حجاب، شیعه مذهب حق، دکترظریف و شبهای تبریز بعضی از کاربران پاسخ منتقدان خود را نه با استدلال، بلکه با فحش و ناسزا پاسخ می دهند. همچنین نتایج نشان داد رعایت نکردن هنجارهای تعامل و گفتگو در صفحه های عمومی مانند حامیان حجاب یا شیعه مذهب حق که به منظور تبلیغ و ترویج عقیده خاصی ایجاد شده اند بیشتر است. می توان گفت فیسبوک مکان مناسبی برای این است که افراد با نظرات مختلف بتوانند با یکدیگر به مناظره بپردازند به همین دلیل اختلاف نظرها در فیسبوک بازتاب بیشتری دارد. همچنین می توان گفت علیرغم اینکه گاهی مناظره بین کاربران با ناسزا و توهین همراه است اما فیسبوک این امکان را بوجود آورده است که این افراد در باره عقاید خود مناظره کنند و مناظره به شیوه مجاب سازی یا حداقل بدور از خشونت فیزیکی را در فضای مجازی تجربه کنند. نتایج تحقیق نشان داد که کاربران پیرامون موضوع های مختلف نظرات خود را بیان می کنند و گاهی پیرامون بعضی از موضوع ها به تفاهم می رسند. در جمع بندی می توان گفت در فرآیند هر تعامل یا گفتگو که طی آن کاربران در صفحه های خصوصی خود (که تعداد این صفحه ها تقریباً به یک میلیون و هفتصد هزار نفر می رسد) با دوستان فیسبوکی شان یا در صفحه های عمومی با اعضای صفحه انجام می دهند "در حقیقت بخشی از حوزه عمومی تشکیل یا ایجاد می گردد" (نوذری، ۱۳۸۶، ص ۴۶۶، نقل از هابرماس).

- اباذری، یوسف. (۱۳۷۷). *خرد جامعه شناسی*. تهران: طرح نو، چاپ اول.
- شفرز، برنارد. (۱۳۸۴). *میانی جامعه شناسی* (ترجمه، کرامت الله راسخ). چاپ دوم، تهران: نشر نی.
- کلانتری، عبدالحسین. (۱۳۹۱). *گفتمان از سه منظر زبان شناختی، فلسفی و جامعه شناسی*. تهران: نشر جامعه شناسان، چاپ اول.
- عبداللهیان، حمید. شیخ انصاری، مهین. (۱۳۹۲). تبیینی بر همبستگی بین شدت استفاده از فیسبوک و سرمایه اجتماعی. *مجله جامعه شناسی کاربردی اصفهان*، دوره ۲۴ شماره ۴ زمستان ۹۲، شماره پیاپی ۵۲، ۱۱۹-۱۳۸.
- عبداللهیان، حمید. زاهدی، محمد جواد. شیخ انصاری، مهین (۱۳۹۲)، ارزیابی ساختار، کنش های متقابل و بازنمایی خود در چهار شبکه اجتماعی مجازی. *مجله رسانه و فرهنگ پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی*، سال سوم، شماره دوم، پاییز و زمستان ۱۳۹۲، ص ۱۰۳-۱۲۲.
- ویت، اوت ویلیام. (۱۳۸۶). *هابرماس* (ترجمه، لیلا جو افشانی، حسن چاوشیان). تهران: نشر اختران، چاپ اول.
- نوذری، حسینعلی. (۱۳۸۶). *بازخوانی هابرماس*. تهران: انتشارات چشمه، چاپ دوم.
- هابرماس، یورگن. (۱۳۸۴). *نظریه کنش ارتباطی* (ترجمه، پولادی)، تهران: روزنامه ایران، چاپ اول، جلد اول.
- هابرماس، یورگن. (۱۳۸۴). *نظریه کنش ارتباطی* (ترجمه پولادی). تهران: روزنامه ایران، چاپ اول، جلد دوم.
- هابرماس، یورگن. (۱۳۸۴). *دگرگونی ساختاری حوزه عمومی*، (ترجمه جمال محمدی). تهران: افکار، چاپ اول.
- هولاب، رابرت. (۱۳۷۸). *نقد در حوزه عمومی* (ترجمه حسین بشیریه). تهران: نشرنی، چاپ اول.

منابع انگلیسی:

- Cannry, D.J. and L. Stafford. (1994). **Maintaining Relationships Through Strategic and Routine Interaction**, in D. J. cannry and L. Stafford (Eds.), *Communication and relational maintenance* (pp. 3-22). San Diego, CA: Academic Press.
- Cray, Emily.(2012). **The Social ROI: Successful Social Media Measurement From an Agency Standpoint** . The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications, Vol. 3, No. 1, Spring 2012.
- Dindia. K. and I. A. Baxter. (1987). **Strategies for Maintaining and Repairing Marital Relationships**, *Journal of social and personal relationships*, 4, pp. 143-158.
- Dindia, K. and D. J. Cannry. (1993). **Definitions and Theoretical Perspectives on Relational Maintenance**. *Journal of social and personal relationships*, 10, pp. 163-
- Hew, Khe Foon. (2011). **Students' and Teachers' Use of Facebook**. *Computers in Human Behavior*, 27 (2): 662-676. Also available at: www.elsevier.com/locate/comphumbeh
- Wright, Kevin B. (June 2004). **On-line Relational Maintenance Strategies and Perceptions of Partners Within Exclusively Internet Based and Primarily Internet Based Relationships"**. *Communication Studies*, 55 (2): pp. 239–253.

¹ <http://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>

² Canary

³ Stafford

⁴ Baxter