

مفهوم‌سازی و عملیاتی کردن کنش ارتباطی هابرماس در فیس‌بوک

حمید عبداللهیان*

مهین شیخ‌انصاری**

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 داده‌های تحقیق مفاهیم گفتگوی بی‌قید و بند، عقلانیت ارتباطی و انواع کنش‌گفتارها در فیس‌بوک مفهوم‌سازی و عملیاتی شدند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که انواع کنش-گفتارهای نمایشنامه‌ای، گفتگو و راهبردی در بین کاربران ایرانی در فیس‌بوک صورت می‌گیرد. اما کنش-گفتارهای نمایشنامه‌ای (خودافشایی) در صفحه‌های خصوصی بیشتر از صفحه‌های عمومی انجام می‌پذیرد. همچنین اکثر کاربران به گفتگوی بی‌قید و شرط در فیس‌بوک معتقدند و عقلانیت ارتباطی لازم برای تعامل و گفتگو را دارند. بنابر این امکان تشکیل حوزه‌های 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 می‌شدند که نشان می‌دهد آنها هنوز به عقلانیت ارتباطی لازم برای تعامل و گفتگو نرسیده‌اند.

کلیدواژه‌ها: حوزه عمومی، کنش‌گفتار، عقلانیت ارتباطی، فیس‌بوک، هابرماس.

* استاد ارتباطات و جامعه‌شناسی، دانشگاه تهران (نویسنده مسئول)، habdolah@ut.ac.ir

** دکترای جامعه‌شناسی تاریخی، دانشگاه تهران، mahin.sh.ansari@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۲/۰۲، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۰۶/۱۲

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 می‌کند (هابرماس، ۱۳۸۴، ترجمه پولادی، ص ۱۷۱، ج ۲). هابرماس معتقد است هنگامی حوزه عمومی و گفتمان آرمانی صورت می‌پذیرد که امکان گفتگوی بی‌قید و بندی را پیش فرض بگیریم که همه سخنگویان دسترسی برابر به آن دارند و در آن فقط نیروی

استدلال بهتر حکم می‌کند" (ویت، ۱۳۸۶، ترجمه افشانی، چاوشیان، ص ۶۴). هابرماس بحث نظری در باره عقلانیت ارتباطی را با یک پرسش شروع می‌کند: "وقتی می‌گویم که فلان کس در فلان موقع عاقلانه رفتار کرد یا حرف او را می‌توان عقلانی ارزیابی کرد منظور چیست؟" او مطرح می‌کند عقلانی بودن کنش کنشگر را شیوه طرح ادعای او مطرح می‌کند مثلاً اگر فرد با عصبانیت و برخورد تند قصد دارد توافق دیگران را جلب کند روش او غیر عاقلانه محسوب می‌شود (هابرماس، ۱۳۸۴، ترجمه پولادی، ج ۱). بر این اساس برای مفهوم سازی و عملیاتی کردن الگوی کنش ارتباطی هابرماس در فیس‌بوک باید مفاهیم امکان‌گفتگوی بی‌قید و بند، عقلانیت ارتباطی و انواع کنش‌گفتارها به شرحی که در جدول ۱ آمده است مفهوم سازی و عملیاتی شوند.

جدول ۱. انواع کنش‌ها از دیدگاه هابرماس

روابط جهانی	داعیه‌های اعتبار	ایستارهای اساسی	جهت گیرهای کنش	کارکردهای گفتار	کنش‌های گفتاری ویژه	خصوصیات کاربردی صورتی	
						انواع کنش	
دنیای عینی	اثر بخشی	عینیت بخشی	در پی موفقیت	تاثیرگذاری بر جبهه‌ی مقابل	احکام از طریق بیانی	کنش استراتژیک	
دنیای اجتماعی	حقیقت	عینیت بخشی	در پی دستیابی به فهم	باز نمود وضع امور	داعیه‌ها	کنش گفتگو	کنش ارتباطی
						کنش تنظیم شده‌ی هنجاری	
						کنش نمایشنامه‌ای	
دنیای ذهنی	صداقت	ابرازگر	در پی دستیابی به فهم	خود-بازنمود	ابرازها		

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

در اینجا اهداف و پرسش اصلی تحقیق را بیان می‌کنیم.

۱.۲ اهداف تحقیق

۱. طراحی و ارائه مدل تحلیلی صوری گرا (مدل ۱) بر اساس نظریه هابرماس برای تحلیل اظهارنظر کاربران فیس‌بوک در نمونه‌های مورد مطالعه (جدول ۲)
۲. مفهوم‌سازی و عملیاتی کردن مفاهیم "گفتگوی بدون قید و بند"، "عقلانیت ارتباطی" و "کنش‌گفتار" در فیس‌بوک و ارزیابی امکان وجود آنها در فیس‌بوک
۳. مفهوم‌سازی و عملیاتی کردن انواع کنش‌گفتار هنجاری، نمایشنامه‌ای، 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 می‌شود؟
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 (آزادی‌گفتمان) در فیس‌بوک وجود دارد؟
۲. آیا کاربران فیس‌بوک به عقلانیت ارتباطی لازم برای تعامل و گفتگو رسیده‌اند؟

۳. ملاحظات روش‌شناختی کاربرد نظریه کنش ارتباطی در فیس‌بوک

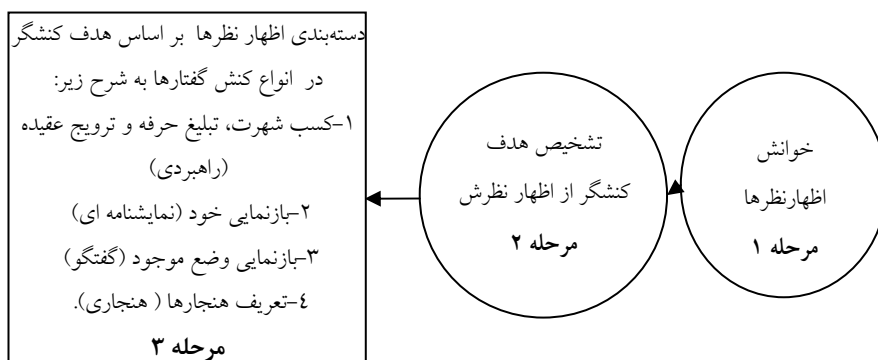
داده‌های این تحقیق با استفاده از روشهای مشاهده مشارکتی و مشاهده مستقیم جمع‌آوری شده‌اند. در روش مشاهده مشارکتی، محققان مقاله عضو فیس‌بوک شده و صفحه‌های خصوصی خود را در فیس‌بوک تشکیل داده‌اند و به مدت بیش از یکسال به مشاهده مشارکتی در فیس‌بوک پرداخته‌اند. در روش مشاهده مستقیم محققان مقاله با استفاده از سایت سوشیال بکرز، گزینه فایند فریندز در فیس‌بوک و گوگل صفحه‌های 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 نمونه‌ها پرداختند (جدول ۲). علاوه بر آن پست‌های عمومی دانشجویان هنر و جامعه‌شناسی در صفحه‌های خصوصی شان در فیس‌بوک که قابل رویت برای محققان مقاله بودند مورد مطالعه قرار گرفته‌اند.

اظهارنظرهای کاربران در صفحه‌های 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 کرده‌اند که لازم است در اینجا به شرح آن پردازیم.

۱.۳ شرح مدل تحلیلی صوری گرای تحقیق

در کنش ارتباطی هابرماس، جنبه عملی و صوری زبان در نظر گرفته می‌شود 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 می‌شود 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 می‌شوند و تنها در وهله دوم از طریق جای گرفتن می‌توانند استقلال کسب کنند را از کنشها متمایز می‌داند (هابرماس، ۱۳۸۴، ترجمه پولادی، ص ۱۶۹، ج ۱). در نتیجه رویکرد کنش ارتباطی رویکردی معناگرا نیست و عدم حضور فیزیکی نمی‌تواند 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. نمونه‌های 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 حجاب اسلامی	۸ مرداد		۲۹۸۴۵	۲۹۹۷۱	۳۰۶۳۶	۲ نوامبر عکس با عنوان صلوات را فراموش نکن	در ارتباط با حجاب
۵	فروغ فرخزاد	۸ مرداد	فرهنگی	۷۳۰۹۹۲	۷۳۱۰۳۳	۶۶۶۳۳۷	۲۲ سپتامبر یک عکس و شعر از فروغ	اشعار فروغ
۶	بمب خنده	۹ مرداد	سرگرمی	۱۰۳۱۲۴۷	۱۰۳۱۵۰۵	۹۷۰۳۴۸	۱۲۵ اکتبر عکس یک کودک	ویدئو یا عکسهای خنده دار
۷	کارتون های زمان ما	۹ مرداد		۷۱۸۳۹۷	-	۶۵۳۱۷۳	۱۶ اکتبر ویدئو از دو کودک	کارتونهای دهه ۶۰

حمید عبداللهیان و مهین شیخ‌انصاری ۱۰۳

۸	پرسپولیس	۹ مرداد	ورزشی	۳۹۸۶۹۰	۳۹۸۸۹۹	۳۷۴۱۳۳	۲ نوامبر بازی پرسپولیس	پرسپولیس
۹	استقلال	-	-	-	-	۲۴۰۷۵۵	۳۰ اکتبر داوری باز استقلال و پرسپولیس	
۱۰	کافه جامعه شناسی	۹ مرداد	فرهنگی	۱۱۱۶۵	۱۱۲۰۲	۱۱۷۶۵	۳۰ سپتامبر یک اطلاع‌رسانی در باره تشکیل شبکه جامعه‌شناسی در تلگرام	پیرامون جامعه‌شناسی
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 گوشی‌های بلک‌بری هستند؟	بازیهای کامپیوتری و فناوری
۱۶	شیعه مذهب حق	۹ مرداد	مذهبی	۱۵۵۲	۱۵۶۸	۳۱۳۰	۲۰ ژوئیه یک روایت در باره عمر	مناظره بین شیعه و سنی
۱۷	دانشکده فنی دانشگاه آزاد تبریز	۱۰ مرداد	انجمن	۳۸۲۴	۳۸۳۰	۳۸۵۸	۸ سپتامبر قبولیهای ارشد	انجمن
۱۸	شبهای تبریز	۱۰ مرداد		۱۱۵۶۷	۱۱۵۷۸	۱۰۶۳۵	۲۰ مارس یک شعر ترکی	

۱۰۴ مفهوم‌سازی و عملیاتی کردن کنش ارتباطی هابرماس در فیس‌بوک

خاطرات مشترک متولدین دهه ۶۰	۱۶ سپتامبر یک عکس در باره کارتون هاج که در دهه ۶۰ پخش می شد	۱۸۳۴۴۲	۲۰۱۵۵۹	۲۰۱۵۱۶	انجمن	۹مرداد	متولدین دهه ۶۰	۱۹
تلویزیون و سینما	۱۷ نوامبر ۲۰۱۴ (یکسال پیش)	۶۵۹۷۶	۷۱۱۷۶	۷۱۱۶۱		۱۱مرداد	خانه سینما	۲۰
فیلمهای مهران مدیری	۱۳ اکتبر یک عکس از بازیگران سریال در حاشیه	۱۴۱۵۱۵۴	۱۴۹۳۹۱۲	۱۴۹۳۷۷۸	هنرپیشه	۱۲مرداد	مهران مدیری	۲۱
کودکان سرطانی	۲ نوامبر سفال گری پدران کودکان محک در اقامتگاه	۴۵۸۹۹۱				انجیو	محک	۲۲
طرح مسائل اجتماعی در مورد زنان و خانواده و مشاوره با وکیل	۳۱ اکتبر خودکشی کودک اشنویه ای	۱۱۰۰۱۷				آموزشی	خانه امن	۲۳
نوجوانان زندانی و کمک به آنها	۲ نوامبر بخشش حلقه ازدواج دو زوج جوان برای آزادی یک زندانی	۸۵۴۸۳				انجیو	جمعیت دانشجویی امام علی	۲۴

۴. تحلیل و تفسیر یافته‌ها

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 گفتارها. در اینجا ما این مفاهیم را بر اساس نظریه هابرماس و نتایج زمینه‌ای به شرح زیر در فیس‌بوک، مفهوم سازی، عملیاتی و ارزیابی کرده ایم.

۱.۴ مفهوم‌سازی و عملیاتی کردن گفت‌وگوی بی‌قید 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 می‌خواهد طرح کند. بر اساس این تعریف و داده‌های تحقیق عواملی که در فیس‌بوک می‌تواند 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 صفحه‌های خصوصی و عمومی نشان می‌دهند که کاربران در باره موضوعات مورد بحث در فیس‌بوک با یکدیگر اختلاف نظر دارند اما اکثر آنها آزادانه نظرات خود را بیان می‌کنند. اظهار نظرهای کاربران در صفحه‌های عمومی "دکتر ظریف"، "صفحه رسمی دکتر روحانی"، "حامیان حجاب"، "شیعه مذهب حق" و "پرسپولیس" بیشتر از نمونه‌های 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 می‌کنند. همچنین اظهار نظر کاربران در صفحه‌های خصوصی هم نشان می‌دهد 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 نمونه‌هایی از اظهار نظرهای کاربران را در صفحه‌های 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 می‌دانید 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 به پیگیری بفرمائید خیلی سختگیرانه شده. تشکر.

احمد کاربر دیگر نوشته است:

سلام آقای دکتر لطفا پیگیر ایجاد کنسولگری عراق در ایلام باشید مرز مهرا ن مهمترین امنترین 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 بزارین کاری که صفحات رسمی همه باشگاهای دنیا میکنن مثل آرستال، 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 بخوام 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 می‌کنند، عده‌ای از کاربران لایک زیاد نوشته‌های او را به دلیل جنسیتش می‌دانند او از این "دید جنسی" به فعالیت‌هایش شدیداً انتقاد می‌کند. او می‌نویسد:

روزی نیست که پیغامی، پسغامی، کامنتی، متلکی دریافت نکنم برای اینکه به اصطلاح لایک خورم بالاست. دوست و دشمن هم فرقی نمی‌کند، اما دلیل این توجه دیگران به تعداد لایک‌های من از کجا می‌آید؟ از اینجا که من زن هستم. بله به همین دلیل. نه قربان، قبول ندارم. اول اینکه معلوم است که فکر می‌کنم خوب می‌نویسم، همه‌ی آنهایی که می‌نویسند اگر فکر کنند که بد می‌نویسند که خب، یا دست از نوشتن می‌کشند یا اینکه طور دیگری خواهند نوشت.

۲.۴ مفهوم‌سازی و عملیاتی کردن کنش گفتار در فیس‌بوک

قبل از عملیاتی کردن انواع کنش-گفتارها در فیس‌بوک ابتدا لازم است "کنش متقابل نمادین" و "کنش گفتار" را در فیس‌بوک تعریف کنیم. "کنش متقابل نمادین" در فضای مجازی شامل تمامی فعالیت‌هایی هستند که کاربران در فیس‌بوک انجام می‌دهند از قبیل قرار دادن نوشتارها، اظهار نظرها، عکسها، ترول و ویدئو‌ها بر پست و همچنین لایک کردن، پوکه کردن، بلوکه کردن، ریموو کردن و اد کردن (عبداللهیان، زاهدی، شیخ انصاری، ۱۳۹۲). اما "کنش گفتار" در فیس‌بوک عبارت از نوشتارها، اظهار نظرها، ترول، ویدئو و عکسهایی هستند که کاربران بر پست‌های خود می‌گذارند و موجب "همکنشی" (هابرماس، ۱۳۸۴، ترجمه پولادی، ص ۴۰۰، ج ۱) بین کاربران می‌شوند و کاربران پیرامون آنها با یکدیگر به تعامل و گفتگو می‌پردازند. باید متذکر شد که لایک کردن، پوکه کردن، نوشته‌ها و عکسهایی که "همکنشی" کاربران را در پی ندارد کنش گفتار محسوب نمی‌شوند.

۳.۴ مفهوم‌سازی و عملیاتی کردن و ارزیابی کنش گفتارهای هنجاری و عقلانیت ارتباطی در فیس‌بوک

نتایج تحقیق نشان می‌دهند که، کنشهای کاربران ایرانی در فیس‌بوک تعاملی است. در نتیجه می‌توان گفت کنش گفتارهای هنجاری، هنجارهای تعامل و گفتگو را در بین کاربران

فیس‌بوک تنظیم می‌کنند و کارکردشان "استقرار روابط" بین کاربران است (هابرماس، ۱۳۸۴، ترجمه پولادی، ص ۱۵۶-۱۷۴، ج ۱). لازم به ذکر است که رویکرد این مقاله در ارزیابی هنجارها ارزشی نیست بلکه "روا" (همان) بودن یا ناروا بودن هنجارها مطرح است و هنجارهای ناروا در فیس‌بوک، هنجارهایی هستند که از عقلانیت ارتباطی به معنی "کنار زدن جنبه‌ها و ابعادی از ارتباط که موجب مخدوش‌سازی ارتباطات می‌شود" (هولاب، ۱۳۷۸، ترجمه بشیریه، ص ۱۴۷) پیروی نمی‌کنند. بر این اساس می‌توان گفت که دو مفهوم عقلانیت ارتباطی و کنش‌گفتارهای هنجاری با هم همپوشانی معنایی دارند. در اینجا بر اساس نظریه الگوی کنش ارتباطی و داده‌های تحقیق این دو مفهوم را به شرح زیر در فیس‌بوک مفهوم‌سازی و عملیاتی می‌کنیم. برای عملیاتی کردن کنش‌گفتارهای هنجاری در فیس‌بوک، ابتدا باید ارزیابی درستی از فعالیتهای روتین در فیس‌بوک داشته باشیم. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که فعالیتهای روتین کاربران در فیس‌بوک شامل گذاشتن یک عکس، اظهار نظر، تروپ و یا ویدئو در صفحه خصوصی و یا صفحه عمومی است که پست نامیده می‌شود. در پاسخ به این پست دوستان فیس‌بوکی کاربر یا اعضای صفحه عمومی توضیحاتی می‌نویسند که آنرا کامنت می‌نامند و یا آنرا لایک یا به اشتراک می‌گذارند. نتایج تحقیقات رایت (۲۰۰۴) (نقل از هیو، ۲۰۱۱) و عبداللهیان، زاهدی، شیخ‌انصاری (۱۳۹۲) نشان می‌دهند شیوه‌های حفظ روابط شامل انجام فعالیتهای روزانه، درگیر شدن در فعالیتها و موارد دیگر که در روابط چهره به چهره توسط کنشگران بکار می‌روند (کنری (Canary) و استافورد (Stafford)، ۱۹۹۴؛ دیندیا و بکستر (Baxter) ۱۹۸۷؛ دیندیا و کنری، ۱۹۹۳: نقل در هیو، ۲۰۱۱) در فیس‌بوک هم توسط کاربران رعایت می‌شوند. در جمع بندی کنش‌گفتارهای هنجاری در فیس‌بوک به شرح زیر هستند:

- اظهارنظرهایی که کاربران در آنها هنجارهای تعامل و گفتگو را تعریف کرده‌اند.
- اظهار نظرهایی که کاربران در آنها هنجارهای تعامل و گفتگو را رعایت کرده‌اند و با رعایت آنها به این هنجارها عینیت بخشیده‌اند.
- اظهارنظرهایی که در آن کاربران از برخورد ناسنجیده خود عذر خواهی کرده‌اند یا به حلقه‌آشنایان خود در این باره تذکر داده‌اند.

در فیس‌بوک عقلانی بودن کنش یک کاربر در شیوه طرح ادعا و استدلال‌هایی است که می‌آورد (هولاب، ۱۳۷۸: ۱۴۷). همچنین در شیوه پاسخ کاربر به انتقاداتی است که دوستان فیس‌بوکی اش به ادعای او می‌کنند. 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 می‌شود و بین او و دوستانش تنش بوجود می‌آورد. به نظر می‌رسد که کاربران فیس‌بوک از شیوه‌های "رفع تنش" برای حفظ روابط با دوستان فیس‌بوکی خود استفاده می‌کنند (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 حلقه‌آشنایان با استدلال
- و بر طرف کردن ابعادی که روند تعامل و گفتگو را مختل می‌کند که شامل موارد زیر است:
- عذرخواهی کاربر از حلقه‌آشنایان به دلیل برخورد تند به جای بیان استدلال (رفع تنش)
- برخورد با طنز و کنایه حلقه‌آشنایان کاربر برای آرام‌سازی و همچنین تذکر به کاربر که برخوردش نابجا بوده است (رفع تنش).
- تذکر به حلقه‌آشنایان که توضیحات باید با اظهارنظرها مرتبط باشند.

در اینجا نمونه‌هایی از کنش گفتارهای هنجاری و عقلانیت ارتباطی در فیس‌بوک را برای مستند شدن آوردیم. ارزیابی اظهارنظرهای کاربران فیس‌بوک در صفحه‌های عمومی کافه کتاب، کافه جامعه‌شناسی، خانه سینما، فروغ فرخزاد، کارتونه‌های زمان ما، دانشکده فنی دانشگاه آزاد اسلامی تبریز، بام تهران، مهران مدیری و متولدین ۶۰ نشان می‌دهد 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 کرده‌اند. اظهار نظرهای این کاربران از نوع کنش گفتارهای هنجاری است. در حالیکه ارزیابی اظهارنظرهای کاربران فیس‌بوک در صفحه‌های عمومی ظریف، شیعه مذهب حق، حامیان حجاب، و شبهای شیراز نشان می‌دهد که با وجود اینکه اکثر کاربران هنجارهای تعامل و گفتگو را رعایت می‌کنند اما بعضی از کاربران به این دلیل که نظرات مخالف نظر خود را بر نمی‌تابند به جای طرح استدلال به فحاشی و ناسزاگویی پرداخته‌اند که نشان می‌دهد هنوز آنها به عقلانیت ارتباطی نرسیده‌اند. همچنین نتایج تحقیق نشان می‌دهد مروارید، زینب، طاهره، مجتبی، افروز، سانا، فرشته، آدینه، بیتا، کتایون و کاربران دیگر در صفحه‌های خصوصی خود با دوستان فیس‌بوکی‌شان در باره مسائل مختلف تعامل و گفتگو می‌کنند.

تمامی آنها هنجارهای تعامل و گفتگو را رعایت کرده و در بعضی از موارد این هنجارها را تعریف می‌کنند و یا رعایت این هنجارها را به حلقه‌آشنایان خود تذکر می‌دهند. در اینجا چند نمونه از اظهارنظرهای کاربران را در فیس‌بوک آورده ایم.

یکی از کاربران، فیس‌بوک را رسانه تعاملی می‌داند و از تک‌گویی حلقه‌آشنایان خود انتقاد می‌کند. او هنجارهای تعامل و گفتگو را برای حلقه‌آشنایان خود اینگونه تعریف می‌کند: "در این فضا هنوز در گفتگومندی راه نیافته ایم. زیرا هنوز تک‌گویی می‌کنیم و هنوز به جهان رسانه‌های 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 جامعه‌ای الگوی خودش را می‌طلبد." همچنین ارزیابی اظهارنظرهای کاربران نشان می‌دهد اگر یکی از کاربران برخورد تند و نابجای بکند (هنجار ناروا) با برخورد کنایه‌آمیز کاربران دیگر، متوجه برخورد اشتباهش شده و روش خود را اصلاح می‌کند. مریم از قضاوت اندام ناراحت شده است و از او می‌خواهد در بحث شرکت نکند، او می‌نویسد: "بهتر است در همان حد یک ناظر دور بمانید و وقتی درجایی با چیزی درگیر نشدید اجازه‌ی صحبت کردن به خود ندهید!" اندام به او هنجارهای درست تعامل را یادآوری می‌کند و وظیفه مریم می‌داند که نکات مبهمی که برای حلقه‌آشنایانش پیش آمده را روشن کند، همچنین به او تذکر می‌دهد که اگر بخواهد اینگونه برخورد کند دیگر در بحث‌های او شرکت نمی‌کند او می‌نویسد: "اما اگر حداقل خودتان پای بند آنچه از دیگران توقع دارید بودید. گام به گام بحث را پیش می‌برید و نقاط مبهم را می‌پرسیدید و روشن می‌شدید و یا می‌شدم. 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 می‌داند عقلانی رفتار نکرده است برای رفع دلخوری و تنش از اندام معذرت‌خواهی می‌کند و می‌نویسد: "اگر هم در کامنت بالا کمی صریح حرف زدم عذر می‌خواهم... ممنون از اینکه وقت گذاشتید و ممنون از حضورتان." ریحان از ابراز صمیمیت یکی از حلقه‌آشنایانش ناراحت شده و اظهارنظری در این مورد بر پست خود می‌گذارد او می‌نویسد: "آن دسته از دوستانی که در طول زندگی فقط دو یا سه بار همدیگر را دیده‌اند، لطف کنند و به اندازه‌ی همان دو سه بار از دوستی مشترکشان خاطره تعریف کنند." لحن گفتار ریحان موجب رنجش دوستان فیس‌بوکی او می‌شود و آنها با طنز و کنایه در جواب پست او کامنت‌های می‌گذارند و او را متوجه ناروا بودن و غیر عقلانی بودن برخوردش می‌کنند. رها به کنایه

به ریحان می‌فهماند که برخوردش بسیار بد بوده است او می‌گوید: "زندگی، خودش عضوی از همین مردم زود صمیمی شونده است عزیزم " ریحان که متوجه می‌شود با برخورد ناسنجیده اش موجب دلخوری دوستان صمیمی اش شده است. برای رفع دلخوری اظهار تواضع در برابر دوستان می‌کند و با اشاره به خاطره مشترکش با دوستان می‌نویسد:

اون روز جز عمرمون محسوب نمیشه.

مریم مرتبط نبودن کامنت‌ها با اظهار نظرها را روا نمی‌داند و اعتقاد دارد که باعث اختلال در روند تعامل و گفتگو می‌شود. او می‌نویسد:

چیزی که به چشم می‌آید عدم بحث در کامنت‌ها 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 می‌داند او هر گونه اعمال نظری در باره مضمون نوشته دیگران را جایز نمی‌داند. آرمن هنجارهای تعامل و گفتگو در فیس‌بوک را که از نظر او روا است اینگونه تعریف می‌کند:

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 نوشته‌ها باعث مرکزگی در فیس‌بوک می‌شود و معتقد است که کاربر باید کامنت همه حلقه‌آشنایان خود را مطالعه کند، حتی کامتهایی که با اظهار نظر او مرتبط نیستند. او در این باره می‌نویسد:

و اما این ناهمخوانی استاتوس و کامنت‌ها، از نظر من اتفاقاً باید این به ظاهر ناهمخوانی را با هم خوانده و تحلیل کرد. نه با جدا کردن که خوب‌ها 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 نمایش نامه ای در فیس بوک

کنش گفتارهایی که کاربران در آنها به ابراز احساسات، تمایلات و عقاید خود در فیس بوک می پردازند از نوع کنش گفتارهای نمایشنامه ای (ویت، ۱۳۸۶، ترجمه افشانی، چاوشیان، ص ۷۷ نقل از هابرماس، ۱۹۸۴) در فیس بوک 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 فیس بوک شامل موارد 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 فیس بوک با حلقه آشنایانشان تعامل می کنند که تمامی این موارد خود افشایی است. به نظر می رسد که خود افشایی در فیس بوک 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 فروشند کتاب است برخورد خود با یک خانم را برای اعضای صفحه شرح می‌دهد او بر پست خود می‌نویسد:

خانمی با ظاهری آراسته، درخواست کتاب «...راز زیبایی...» را کرد؛ ناخودآگاه و بدون تامل گفتم زیره به کرمان می‌برند....

شب‌نم در صفحه بام تهران می‌نویسد:

امشب بام بودم واقعا وقتی فکر میکنی چقدر قصه، چقدر سختی تو این خونه‌ها هست چه کسانی که خیلی وقته ندیدیشون دلت خیلی میگیره همه زیر این سقف و چه دوریم از هم!

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که خودافشایی در صفحه‌های خصوصی بیشتر از صفحه‌های عمومی انجام می‌گیرد. در اینجا چند نمونه از اظهارنظر کاربران در پستهای عمومی را آورده‌ایم.

پاسخ مهدی به مریم، تاییدی بر خود افشایی در فیس‌بوک است او در این باره می‌نویسد:

عزیزم وقتی در صفحه ی فیس بوکت از ساعتی که میخوابید یا از نوع غذایی که میل میکنید از درونیتترین 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 می‌دهد اشاره به خودافشایی در مورد عقاید، نگرشها و همچنین مسائل شخصی در فیس‌بوک دارد او می‌نویسد:

این فضا تنها محل بازنشر افکار و اعتقادات و هرآنچه را که می‌دانیم و می‌توانیم انتقال بدهیم هست و فیس بوک هم یک رسانه است نه خانه شخصی.

تعداد حلقه‌آشنایان مه‌ران ۴۵۰۰ نفر است او در مورد بیان احساسات (خود افشایی) دوستان خود در فیس‌بوک می‌نویسد:

کچل شدم از دست این دوستان عزیزم چرا حرف عاشقانتو به خودش نمیزنی؟ برایش 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.

۵.۴ مفهوم‌سازی، عملیاتی کردن و ارزیابی کنش گفتارهای گفت‌وگو 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 می‌کنند 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.

- اظهارنظرهایی در باره بازنمایی وضع امور دنیای واقعی در فیس‌بوک: مسائل اجتماعی سیاسی و مشکلات اقتصادی
- اظهارنظرهایی 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 می‌دهد که کاربران با یکدیگر در باره آسیب‌های اجتماعی فضای مجازی (بازنمود وضع امور در دنیای مجازی) تعامل و گفتگو می‌کنند و برای آنها نام انتخاب می‌کنند. همچنین کاربران در باره مسائل اجتماعی و سیاسی جامعه با یکدیگر تعامل می‌کنند (بازنمایی وضع امور دنیای واقعی) و در بعضی از موارد در باره مسئله مشخصی به تفاهم می‌رسند. در اینجا چند نمونه از اظهار نظرها را برای مستند شدن آورده‌ایم.

بعضی از کاربران که اکثراً خانم هستند، با ژستهای خاص عکس می‌گیرند و بر پروفایلشان قرار می‌دهند و از گزینه عمومی استفاده می‌کنند. در نتیجه آن عکس قابل رویت برای کاربران دیگر فیس‌بوک است. ارزیابی اظهارنظر بعضی از کاربران نشان می‌دهد که تعداد این عکسها در فیس‌بوک زیاد شده است. احمد و دوستان فیس‌بوکی اش این پدیده اجتماعی را "تب مدلینگ در فضای مجازی" نامیده‌اند و به تحلیل ریشه‌های این پدیده در فیس‌بوک پرداخته‌اند. مهدی علت زیاد شدن این عکسها را کمبود تحمیلی می‌داند که خانمها در جامعه احساس می‌کنند، او می‌نویسد:

این عکس‌ها ناشی از کمبود تحمیلی به زنان جامعه ما طی سالیان دراز است.

احمد ریشه این پدیده اجتماعی را اعتماد به نفس پایین زنان می‌داند او در این باره می‌نویسد:

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 می‌نویسد:

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 پوک شدن توسط مردی مسن و پیام او که چندش آور نامیده است اظهار ناراحتی می‌کند و آنرا آزار جنسی در فضای مجازی می‌داند.

مهران به نازیلا می‌گوید که از این موارد در فضای مجازی زیاد اتفاق می‌افتد ولی دیگران آن را علنی نمی‌کنند، او می‌نویسد:

این حرفا گفتن نداره، واسه خیلای دیگه غیر شما هم هست، کاملاً مشخصه ولی دیگران بیان نمی‌کنند، نگاه کنو بگذر، خیلی راحت.... این چیزها ارزش نداره.

همچنین کاربران فیس‌بوک در باره مسائل اجتماعی دنیای واقعی با یکدیگر به تعامل و گفتگو می‌پردازند، در بعضی از موارد هم به تفاهم می‌رسند.

یکی از موضوع‌هایی که کاربران ایرانی در باره آن به تعامل و گفتگو می‌پردازند 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 می‌کنند. 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 گفت‌وگو 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 هر کدام 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 خواندن 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 فیس بوک انجام می شود. با آوردن اظهار نظر نازیلا با حلقه آشنایش 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 بینم 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 گفתי 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).

۶.۴ مفهوم‌سازی، عملیاتی کردن و ارزیابی کنش گفتارهای راهبردی در

فیس‌بوک

کنش گفتارها راهبردی از "قواعد انتخاب عقلانی پیروی می‌کنند و کارایی آنها در تاثیرگذاری بر تصمیم‌هایی یک حریف عاقل دیگر سنجش می‌شود" (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 می‌گذارند.
- اظهار نظرها و عکس‌هایی که کاربران به منظور تبلیغ حرفه و جلب مشتری بر پست خود در صفحه‌های خصوصی یا عمومی می‌گذارند.
- اظهار نظرها و عکس‌هایی که کاربران برای ترویج یک ایده و عقیده بر پست خود می‌گذارند.

فیس‌بوک این امکان را برای کاربران فراهم آورده است تا بتوانند صفحه‌هایی برای تبلیغ کسب و کارهای محلی و برند ایجاد کنند. تمامی کنش گفتارهایی که در این صفحه‌ها برای تبلیغ کسب و کار صورت می‌گیرد 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 کیفیت کارت با تحویل لحظه‌ای فروش اینترنتی اپل آیدی با تحویل لحظه‌ای..

این اظهار نظرها از نوع کنش گفتارهای راهبردی هستند. نکته قابل توجه این است که با وجود اینکه این صفحه‌ها به منظور تبلیغ کسب و کار ایجاد شده‌اند اما رابطه بین صاحبان مشاغل و مشتریان در این صفحه‌ها تعاملی است. همچنین در این صفحه‌ها امکان تعامل بین مشتریان با مشتریان فراهم آمده است. پست ادمین صفحه "بروزرسانی" را ۱۲۰ نفر لایک کرده‌اند و علی، سینا، پوریا، شهین، پری، رضا و ساسان در این باره سؤالاتی را مطرح کرده یا تجارب خود را با کاربران دیگر در میان گذاشته‌اند. برای نمونه رضا دو تا بازی جدید را معرفی می‌کند. در صفحه‌های عمومی بام تهران، شیراز هم دیده

می‌شود که بعضی از کاربران به تبلیغ یا معرفی صفحه تجاری فیس‌بوک خود می‌پردازند. که تمامی اینگونه اظهارنظرها از نوع کنش گفتارهای راهبردی هستند.

تعداد لایک‌های یک عکس و اظهارنظر، نشان‌دهنده 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 می‌آورد. همین مسئله باعث می‌شود که صفحه‌ها با لایک بالا بین کاربران مبادله شود یا به فروش برسد. در بعضی از صفحه‌ها این نوشته دیده می‌شود که "این صفحه با این تعداد لایک فروخته می‌شود" یا اینکه آگاهی و تبلیغات را برای این صفحه بفرستید. همچنین بعضی از کاربران از گزینه عمومی استفاده می‌کنند تا عکس یا اظهار نظری که بر پروفایلشان گذاشته‌اند تعداد لایک بیشتری بگیرد. بعضی از کاربران صفحه‌های عمومی برای ترویج عقایدشان ایجاد کرده‌اند 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 نمونه‌هایی را برای مستند شدن می‌آوریم.

کوهیار یکی از کاربران به عکسی اشاره می‌کند که یکی از کاربران زن از ساق پای خود بر پروفایلش گذاشته است و تعداد لایک‌ها و کامنت‌های آن به ۴۰۰ تا رسیده است. این کنش از نوع کنش گفتارهای راهبردی است. کوهیار در این باره می‌نویسد: "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" صفحه‌های عمومی خود را برای ترویج و تبلیغ عقاید خود ایجاد کرده‌اند. اظهارنظرهایی که آنها بر صفحه خود می‌گذارند از نوع کنش گفتارهای راهبردی هستند.

۷.۴ ارزیابی امکان تشکیل حوزه‌های عمومی در فیس‌بوک

هابرماس معتقد است هنگامی حوزه عمومی و گفت‌وگو آرمانی صورت می‌پذیرد که امکان گفتگوی بی‌قید و بندی را پیش فرض بگیریم که همه سخنگویان دسترسی برابر به آن دارند و در آن فقط نیروی استدلال بهتر حکم می‌کند" (ویت، ۱۳۸۶، ترجمه افشانی، چاوشینان، ص ۶۴). بنابر این برای تشکیل حوزه عمومی در فیس‌بوک باید دو شرط "امکان گفتگوی بی‌قید 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 فیس بوک دیدی جنسی است. اما کاربران زن با این "دید جنسی" به فعالیتهایشان در فیس بوک 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 فیس بوک وجود دارد.

اما در باره اینکه آیا تمامی کاربران ایرانی فیس بوک 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، دکتر ظریف 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 فیس بوک مکان مناسبی برای این است که افراد با نظرات مختلف بتوانند با یکدیگر به مناظره پردازند به همین دلیل اختلاف نظرها در فیس بوک 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. 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 مهرا ن 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" تقریبا 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 گروههای کافه کتاب، کافه جامعه شناسی، بام تهران و صفحه

های خصوصی که کاربران با استدلال ادعاهای خود را طرح می‌کنند و یا پاسخ منتقدان خود را می‌دهند. اما در صفحه‌های 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 می‌دهند. همچنین نتایج نشان داد رعایت نکردن هنجارهای تعامل و گفتگو در صفحه‌های عمومی مانند حامیان حجاب یا شیعه مذهب حق که به منظور تبلیغ و ترویج عقیده خاصی ایجاد شده اند بیشتر است. می‌توان گفت فیس‌بوک مکان مناسبی برای این است که افراد با نظرات مختلف بتوانند با یکدیگر به مناظره پردازند به همین دلیل اختلاف نظرها در فیس‌بوک بازتاب بیشتری دارد. همچنین می‌توان 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 موضوع‌های مختلف نظرات خود را بیان می‌کنند و گاهی پیرامون بعضی از موضوع‌ها به تفاهم می‌رسند. در جمع بندی می‌توان گفت در فرآیند هر تعامل یا گفتگو که طی آن کاربران در صفحه‌های خصوصی خود (که تعداد این صفحه‌ها تقریباً به یک میلیون و هفتصد هزار نفر می‌رسد) با دوستان فیس‌بوکی‌شان یا در صفحه‌های عمومی با اعضای صفحه انجام می‌دهند "در حقیقت بخشی از حوزه عمومی تشکیل یا ایجاد می‌گردد" (نوذری، ۱۳۸۶، ص ۴۶۶، نقل از هابرماس).

پی‌نوشت

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

کتاب‌نامه

- اباذری، یوسف. (۱۳۷۷). خرد جامعه‌شناسی. تهران: طرح نو، چاپ اول.
- شفرز، برنارد. (۱۳۸۴). مبانی جامعه‌شناسی (ترجمه، کرامت الله راسخ). چاپ دوم، تهران: نشر نی.
- کلاتری، عبدالحسین. (۱۳۹۱). گفتمان از سه منظر زبان‌شناختی، فلسفی و جامعه‌شناسی. تهران: نشر جامعه‌شناسان، چاپ اول.
- عبداللهیان، حمید. شیخ‌انصاری، مهین. (۱۳۹۲). تبیینی بر همبستگی بین شدت استفاده از فیس‌بوک و سرمایه اجتماعی. مجله جامعه‌شناسی کاربردی اصفهان، دوره ۲۴ شماره ۴ زمستان ۹۲، شماره پیاپی ۵۲، ۱۱۹-۱۳۸.

- عبداللهیان، حمید. زاهدی، محمد جواد. شیخ انصاری، مهین (۱۳۹۲)، ارزیابی ساختار، کنش‌های 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.

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.