

## بررسی پاسخ به تمجید دانشجویان ایرانی زبان انگلیسی در شبکه اجتماعی اینستاگرام در چارچوب میز-آره والو

عزیزه چالاک\*<sup>۱</sup>، علی درخشانی<sup>۲</sup>

۱. دانشیار گروه زبان انگلیسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان)، ایران

۲. دانشیار گروه زبان و ادبیات انگلیسی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه گلستان، گرگان، ایران

پذیرش: ۱۳۹۹/۰۹/۲۷

دریافت: ۱۳۹۹/۰۸/۱۶

### Response to Compliments Given by Iranian EFL Learners on the Social Network of Instagram Based on Maíz-Arévalo's Framework

Azizeh Chalak\*<sup>1</sup>, Ali Derakhshan<sup>2</sup>

1. Associate Professor, English Department, Islamic Azad University, Isfahan (Khorasgan) Branch, Iran

2. Associate Professor, Department of English Language and Literature, Faculty of Humanities and Social Sciences, Golestan University, Gorgan, Iran

Received: 2020/11/06

Accepted: 2020/12/17

#### Abstract

Among daily speech acts, compliments and their responses are of high frequency and carry a special cultural-sociological load. As such, the present study aimed at investigating compliment responses (CRs) employed by Iranian EFL learners on Instagram. In doing so, 360 CRs were collected from 60 Iranian male and female EFL students. Using Maíz-Arévalo's (2013) framework, students' compliment responses were analyzed. The findings indicated that the most frequently used response strategy in Instagram was acceptance, and was different from face-to-face CR. In addition, the study showed gender differences in the manifestation of CR. Females responded to compliments longer than their male counterparts did and they showed more emotions in responding to compliments. From a sociolinguistic vantage point, the results of examining such social relationships in online context enable EFL teachers to develop new patterns of social and cultural communication for their students and make them socially and culturally aware to avoid using inappropriate norms, impolite behaviors, and misunderstanding.

**Keywords:** Speech Act, Compliment, Compliment Response, Online Context, Sociolinguistics.

#### چکیده

در میان کنش‌های کلامی روزانه، تمجید و پاسخ به آن از جایگاه پربرسامد و از بار فرهنگی-جامعه‌شناختی ویژه‌ای برخوردار است. از این رو، پژوهش حاضر به بررسی پاسخ به تمجید از دیدگاه زبان‌شناسی اجتماعی می‌پردازد. بدین منظور، تعداد ۳۶۰ پاسخ به تمجید از ۶۰ دانشجوی ایرانی زن و مرد در رشته آموزش زبان انگلیسی از اینستاگرام جمع‌آوری گردید. با استفاده از چارچوب میز-آره والو (۲۰۱۳) پاسخ به تمجید مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت. یافته‌های پژوهش نشان داد که در فضای مجازی پاسخ به تمجید به طور قابل توجهی از نوع پذیرش بوده و تفاوت قابل توجهی بین این کنش کلامی در فضای رودررو و فضای مجازی وجود دارد. همچنین، زنان و مردان تفاوت مشخصی در این زمینه دارند. پاسخ زنان طولانی‌تر از مردان است و در پاسخ به تمجید احساسات بیشتری از خود نشان می‌دهند. از منظر زبان‌شناسی اجتماعی، بررسی ارتباطات اجتماعی در فضای مجازی و شناسایی الگوهای اجتماعی و فرهنگی جوامع مختلف می‌تواند اطلاعات مفیدی در اختیار کاربران قرار داده و نوعی خودآگاهی فرهنگی-اجتماعی در آنها ایجاد کند تا با استفاده از هنجارهای مناسب از برخورد نابجا و غیرمؤدبانه و ایجاد سوء تفاهم جلوگیری شود.

**کلیدواژه‌ها:** کنش کلامی، تمجید، پاسخ به تمجید، فضای مجازی، اینستاگرام، زبان‌شناسی اجتماعی.

## مقدمه

است، در حالی که رد تمجید نشان‌دهنده پایبندی به اصل حیا است. از این رو، مخاطب با معضلی رو به رو می‌شود که چگونه به پذیرش تعریف پردازد که خودستایی قلمداد نگردد. به منظور رهایی از این معضل، مخاطبان می‌توانند از راهبردهای مختلفی مانند تغییر مرجع<sup>۹</sup>، تنزل میزان ستایش<sup>۱۰</sup> و اجتناب از خودستایی<sup>۱۱</sup> استفاده کنند (پومرانتز<sup>۱۲</sup>، ۱۹۷۸، ۹۲).

با توجه به نقش برجسته کنش کلامی تمجید و پاسخ به آن در برقراری ارتباطات اجتماعی، ارتباطات بین‌فرهنگی و درون‌فرهنگی، بسیاری از پژوهشگران به بررسی کنش تعریف و تمجید در زبان‌های مختلف پرداخته‌اند. مرور نظام‌مندی که بر روی مطالعات تعریف و تمجید و پاسخ به آن در زبان فارسی توسط درخشان، اسلامی و چالاک (۲۰۲۰) انجام شده است نشان می‌دهد که در زبان فارسی نیز مطالعات زیادی به واکاوی این کنش کلامی و پاسخ به آن پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش مروری حاکی از آن است که برخی از این مقالات چگونگی پاسخ به تمجید توسط فارسی‌زبانان را با گویشوران سایر زبان‌ها مقایسه کرده و برخی دیگر به بررسی تأثیر عواملی مانند جنسیت، سن و سوابق تحصیلی در انتخاب استراتژی پاسخ به تعریف و تمجید پرداخته‌اند. در این میان، مطالعات مربوط به پاسخ به تمجید در فضاهای مجازی اندک است.

میز-آره والو<sup>۱۳</sup> (۲۰۱۳) معتقد است بررسی ارتباطات اجتماعی در فضای سایبری و مجازی می‌تواند به مدیریت و تدوین الگوهای ارتباطی اجتماعی جدید کمک کند. بر این اساس و با توجه به محبوبیت روزافزون ارتباطات آنلاین، بررسی الگوی تمجید و پاسخ به آن در فضاهای مجازی مانند تلگرام<sup>۱۴</sup>، واتساپ<sup>۱۵</sup>، توییتر<sup>۱۶</sup>، فیسبوک<sup>۱۷</sup> و اینستاگرام<sup>۱۸</sup> امری ضروری به نظر می‌رسد. به همین جهت، پژوهش حاضر به بررسی تمجید با محوریت پاسخ به آن در فضای مجازی اینستاگرام پرداخته و درصدد است که تفاوت‌های موجود و نوع پاسخ دانشجویان ایرانی آموزش زبان انگلیسی

بسیاری از محققان معتقدند که توانش کاربردشناختی در برقراری ارتباطی کارآمد نقش محوری و اساسی دارد (اسلامی و درخشان، ۲۰۲۰؛ ایشیهارا<sup>۱</sup> و کوهن<sup>۲</sup>، ۲۰۱۴؛ تاگوچی<sup>۳</sup>، ۲۰۱۹؛ درخشان و اسلامی، ۲۰۲۰؛ کوهن، ۲۰۱۸). به عنوان مثال، تاگوچی (۲۰۱۹) معتقد است که بهبود توانش کاربردشناختی از اهمیت بالایی برخوردار است زیرا نداشتن دانش کافی نسبت به حوزه کاربردشناسی، شکست ارتباطی را در پی خواهد داشت. وی معتقد است توانش کاربردشناختی دارای ابعاد مختلفی از جمله کنش‌های کلامی، مفاهیم گفتگو، و عروض است که در این میان، کنش‌های کلامی به علت نقش چشمگیری که در برقراری ارتباطات روزمره دارد، بیشتر از سایر جنبه‌ها مورد تحقیق و بررسی قرار گرفته است (تاگوچی، ۲۰۱۹). عملکرد کنش‌های کلامی متکی به دانش فرهنگی-اجتماعی و زبان‌شناسی اجتماعی است. در این میان، تمجید و پاسخ طیف گسترده‌ای از محققان را به خود جلب کرده است. چنگ<sup>۴</sup> (۲۰۱۱) در وصف اهمیت واکاوی کنش کلامی تمجید عنوان می‌کند که پژوهش در مورد این کنش کلامی می‌تواند اطلاعات ارزشمندی در مورد قوانین استفاده از زبان، سیستم ارزش فردی و بافت فرهنگی جوامع مختلف ارائه دهد. تعریف و تمجید کنشی کلامی است که فرد به واسطه آن ویژگی مثبتی را به صورت مستقیم یا غیرمستقیم به مخاطب خود نسبت می‌دهد (هولمز<sup>۵</sup>، ۱۹۸۶). کنش تعریف و تمجید معمولاً به صورت جفت مجاورتی<sup>۶</sup> به گونه‌ای سازمان می‌یابد که شخصی از شخص دیگر تعریف می‌کند و آن شخص پاسخ آن تمجید را می‌دهد (هربرت<sup>۷</sup>، ۱۹۹۰). پاسخ به تعریف و تمجید هم مانند کنش تمجید می‌تواند باعث حفظ روابط و همبستگی میان افراد گردد. لیچ<sup>۸</sup> (۱۹۸۳) معتقد است که پاسخ به تمجید برای مخاطبان همواره یک چالش بزرگ بوده است چرا که افراد را به ایجاد تعادل میان دو اصل متضاد فروتنی و توافق وادار می‌سازد. پذیرش تمجید نشانه پایبندی به اصل توافق

9. referent shift  
10. praise downgrade  
11. self-praise avoidance  
12. Pomerantz  
13. Maíz-Arévalo  
14. Telegram  
15. WhatsApp  
16. Twitter  
17. Facebook  
18. Instagram

1. Ishihara  
2. Cohen  
3. Taguchi  
4. Cheng  
5. Holmes  
6. adjacency pairs  
7. Herbert  
8. Leech

و میزان استفاده، کاربرد و دلیل استفاده، و همچنین شکل به کارگیری آنها ممکن است از فرهنگی به فرهنگ دیگر متفاوت باشد (براون<sup>۳</sup> و لوینسون<sup>۴</sup>، ۱۹۸۷). از جمله کنش‌های کلامی که در زبان فارسی بسیار مورد استفاده قرار می‌گیرد تمجید و تعریف و پاسخ به این کنش کلامی است. در فرهنگ‌های مختلف این پاسخ متفاوت و متمایز است، به شکلی که گاهی استفاده از یک پاسخ در جامعه‌ای دیگر موجب سوء تفاهم، کج فهمی، کج رفتاری، یا بی‌ادب جلوه کردن گوینده می‌شود. از این رو، مطالعه این گونه کنش‌های کلامی امری ضروری است.

پژوهش‌های زیادی بر روی این کنش کلامی در زبان‌ها و کشورهای مختلف و با در نظر گرفتن متغیرهای متفاوت صورت گرفته است. تمجید و پاسخ به تمجید از دیدگاه‌های مختلف از جمله قصد و منظور، کاربرد، موضوع، ساختار دستوری و واژگان به کار گرفته شده، فاصله اجتماعی، تأثیر سن و جنسیت بر استفاده از تمجید و فرهنگ‌های مختلف مورد بررسی قرار گرفته است. در زیر به تعدادی از این پژوهش‌ها پرداخته می‌شود.

از پژوهش‌هایی که بر روی استفاده مردان و زنان از تمجید و با محوریت تفاوت جنسیتی صورت گرفته می‌توان به (جاکر<sup>۵</sup>، ۲۰۰۹؛ حیدری، رضازاده، و اسلامی راسخ، ۲۰۰۹؛ ولفسون<sup>۶</sup>، ۱۹۸۱؛ ولفسون و مینز<sup>۷</sup>، ۲۰۰۹؛ و هولمز، ۱۹۸۶) اشاره کرد. به عنوان مثال، ولفسون (۱۹۸۱) که از پیشگامان مطالعات مربوط به تمجید است، دریافت که زنان و مردان آمریکایی نسبت به استفاده از این کنش کلامی متفاوت عمل می‌کنند و مردان حتی اگر زنی را شناسند بسیار راحت‌تر و آزادانه از او تعریف می‌کنند. مثلاً به راحتی از لبخند و نشاط یک زن در رستوران تعریف می‌کنند. پژوهش جاکر (۲۰۰۹) نشان داد که مردان در محل کار به تعریف از همکاران زن می‌پرداختند، حال آنکه زنان کمتر از همکاران مرد تعریف و تمجید می‌کردند. تحقیق مرادی‌مقدم (۲۰۱۷) نیز نشان می‌دهد که زنان نسبت به مردان با توجه به موضوع تمجید، محدودیت‌های فرهنگی، و جنسیت فردی که تمجید می‌کرد، به شیوه متفاوتی واکنش نشان داده و پاسخ می‌دهند. پژوهش اسلامی، جباری و کوا<sup>۸</sup> (۲۰۱۵) نشان داد که در فضای

را در چنین محیطی نشان دهد و نتایج آن را با پژوهش‌های موجود در فضای حضوری مقایسه کند. به منظور بررسی تفاوت احتمالی در نوع کاربرد و پاسخ کاربران، نقش جنسیت نیز مورد مطالعه قرار گرفت.

بنابراین، اهداف تحقیق حاضر عبارت است از (۱) بررسی پاسخ به تمجید به زبان انگلیسی و میزان پاسخ‌گویی به تمجید در اینستاگرام؛ (۲) بررسی بسامد و میزان استفاده دانشجویان زبان انگلیسی از راهبردهای کلامی و غیرکلامی در پاسخ به تمجید؛ (۳) بررسی راهبردهای کلامی و غیرکلامی مورد استفاده و کاربرد ایمیوجی برای پاسخ به تمجید؛ و (۴) تفاوت جنسیتی در استفاده از راهبردهای پاسخ به تمجید در صفحات اینستاگرام.

### پیشینه پژوهش

زبان دریچه‌ای است رو به فرهنگ که به واسطه آن مردم با یکدیگر گفتگو و تعامل می‌کنند. از دیدگاه زبان‌شناسی اجتماعی، زبان تنها شامل یک نظام قاعده‌مند دارای قوانین و منطق داخلی نیست، بلکه شامل مجموعه‌ای از ابزارها برای تشکیل زندگی و فرهنگ اجتماع است که هم به عنوان وسیله ارتباطی و هم به عنوان حامل فرهنگی مورد استفاده قرار می‌گیرد. زبان بدون فرهنگ غیرقابل تصور است، همان‌گونه که فرهنگ نیز بدون زبان معنا ندارد (وی<sup>۱</sup>، ۲۰۰۵).

مطالعات نشان می‌دهد که به منظور ایجاد ارتباط با دیگران علاوه بر دانستن زبان، درک عمیق از فرهنگ و تفاوت‌های بین فرهنگی لازم است (بایرام<sup>۲</sup>، ۲۰۱۲؛ پیش‌قدم، ۱۳۹۱). پیش‌قدم و عطاران (۱۳۹۲) معتقدند به منظور مطالعه دقیق‌تر فرهنگ در هر جامعه‌ای، باید به فرهنگ‌های پنهان آن جامعه دسترسی یافت و از آنجا که زبان و فرهنگ در حال تغییر مداوم هستند، تغییر محیط، شرایط، کاربرد، مکان و زمان، افراد و دلیل استفاده از زبان، هر کدام به نوبه خود می‌تواند موجب تسریع این دگرگونی و دستیابی به بخش‌های مختلف زبان شود. از بخش‌های زبان می‌توان به کنش‌های کلامی اشاره کرد که برای منظورهای مختلف از جمله عذرخواهی، سپاس‌گزاری، خوش‌آمدگویی، تمجید و تعریف، هشدار، تهدید، درخواست و غیره استفاده می‌شود. اگر چه بیشتر کنش‌های کلامی جهان شمول بوده و در همه زبان‌ها دیده می‌شوند، اما نحوه

3. Brown  
4. Levinson  
5. Jucker  
6. Wolfson  
7. Manes  
8. Kuo

1. Wei  
2. Byram

مردان تمایل کمتری به پذیرش تعریف داشتند. پژوهش دهکردی و چالاک (۲۰۱۵) و همچنین شریفیان و دیگران (۲۰۱۹) در شبکه‌های اجتماعی نشان می‌دهد که فراگیران ایرانی زبان انگلیسی از تمجید استقبال می‌کردند و آن را می‌پذیرفتند و بر خلاف فرهنگ سنتی ایرانی، بر حفظ الگوهای فرهنگی تأکید نداشتند.

همانطور که پیش‌تر اشاره شد، پژوهش‌های زیادی در دنیا در رابطه با تمجید، پاسخ به تمجید یا هر دو صورت گرفته، اما پژوهش‌های مربوط به این کنش کلامی در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی، به ویژه در ایران، محدود است و آنچه هست همه بر روی فیسبوک انجام گرفته است.

از آنجا که الگوهای مورد استفاده در فضای مجازی و رودررو همپوشانی نداشته و با یکدیگر متفاوتند (میز-آره و آلو، ۲۰۱۳) و محبوب‌ترین شیوه فعالیت برخط جهانی، دسترسی به سایت‌های شبکه اجتماعی است (استندایج، ۲۰۱۳) و اینستاگرام با قابلیت‌هایی که دارد این امکان را فراهم می‌کند که کاربران آن را برای موارد مختلف به کارگیرند، پژوهش حاضر، با تمرکز بر پاسخ به کنش کلامی تمجید، سعی دارد گامی باشد در راستای پر کردن خلأ موجود در پژوهش‌های مربوط به پاسخ به تمجید در شبکه‌های اجتماعی، مانند اینستاگرام.

### چارچوب نظری

در این پژوهش، به منظور دسته‌بندی کنش کلامی پاسخ به تمجید از مدل طبقه‌بندی و چارچوب میز-آره والو (۲۰۱۳)، که اقتباسی از مدل هولمز (۱۹۸۶) است، استفاده شد. بر اساس این طبقه‌بندی، واکنش به تمجید به دو دسته اصلی پاسخ و عدم‌پاسخ دسته‌بندی می‌شود. بخش پاسخ خود شامل دو بخش کلامی و غیرکلامی است. زیرمجموعه کلامی به چهار گروه پذیرش، رد، طفره رفتن و ترکیب تقسیم می‌شود و بخش غیرکلامی نیز سه گروه لایک، لایک و ایموجی با هم، و ایموجی تنها را شامل می‌شود. شکل شماره (۱) نشان‌دهنده این دسته‌بندی است.

به منظور افزایش روایی تحلیل داده‌ها، دو پژوهشگر داده‌ها را بررسی کردند. ابتدا همه داده‌ها دسته‌بندی و کدگذاری شد و با فاصله زمانی ۲ هفته مجدداً بررسی شد تا در صورت بروز خطا، اصلاح شود. پایایی دو بررسی برای پژوهشگران ۰/۹۸ بود که کاملاً بالا و موردقبول است.

سایبری، زنان آزادانه‌تر به بیان عقیده و اظهار نظر پرداخته و به تمجید پاسخ می‌دهند.

ارتباط سن با این موضوع در فرهنگ‌ها و زبان‌های مختلف نیز مد نظر پژوهشگران زیادی بوده است. به عنوان مثال، پژوهش یو<sup>۱</sup> (۲۰۰۵) نشان داد که بین سن و استفاده از تمجید و پاسخ و نحوه پاسخ ارتباط مستقیم وجود دارد. مطالعه شیرین بخش واسلامی راسخ (۲۰۱۳) نیز نشان می‌دهد که میان‌سال‌ها نسبت به جوان‌ترها در کاربرد این کنش کلامی، از الگوی فرهنگی رایج در جامعه بیشتر تبعیت می‌کنند.

گروه دیگری از پژوهشگران مانند نلسون<sup>۲</sup>، البکری<sup>۳</sup> و البطال<sup>۴</sup> (۱۹۹۳) تفاوت میان زبان‌های مختلف را در کاربرد کنش کلامی تمجید و چگونگی بیان این کنش کلامی بین گویشوران بومی و زبان‌آموزان انگلیسی بررسی کرده‌اند. پژوهش متقی تبری و بویزویل<sup>۵</sup> (۲۰۱۲) نشان می‌دهد که فارسی‌زبانان معمولاً تمجید را نمی‌پذیرند و هنگام پاسخ دادن به تمجید فرهنگ خود را به کار می‌گیرند. پژوهش مهاجرنیا و سلیمانی (۲۰۱۳) نیز بر این مورد تأکید می‌کند که ایرانیان در مقایسه با استرالیایی‌ها کمتر تمایل دارند تمجید را بپذیرند و تواضع و فروتنی بیشتری نشان می‌دهند، که این امر نشان از الگوهای فرهنگی و اجتماعی حاکم بر زبان آنها دارد. پژوهش کریم نیا و افق‌ری (۲۰۱۱) حاکی از آن است که ایرانیان بیشتر ترجیح می‌دهند از گزینه عدم‌پذیرش تمجید استفاده کنند که بیشتر به مفهوم شکسته‌نفسی (شریفیان، ۲۰۰۵) و تواضع ایرانیان در فرهنگ سنتی مربوط می‌شود. در حالی که در پژوهش یوسفوند (۲۰۱۰) اکثر شرکت‌کنندگان به پذیرش تمجید تمایل داشتند، ولی از ساختارهای سنتی و پاسخ‌های از پیش تعیین‌شده استفاده می‌کردند تا همچنان از تواضع و فروتنی فرهنگ ایرانی بی‌بهره نمانند.

پژوهش بر روی پاسخ تمجید و تمجید در صفحات مجازی و شبکه‌های اجتماعی در ایران نیز مورد بررسی تعدادی از پژوهش‌گران قرار گرفته است (حیدری و دیگران، ۲۰۰۹؛ دهکردی و چالاک، ۲۰۱۵؛ رهامی و نور، ۲۰۱۷؛ و شریفیان، چالاک و دهکردی، ۲۰۱۹). حیدری و دیگران (۲۰۰۹) با مقایسه پاسخ به تمجید دختران و پسران نوجوان ایرانی فراگیر زبان انگلیسی دریافتند که زنان در مقایسه با

1. Yu  
2. Nelson  
3. EL-Bakary  
4. Al-Batal  
5. Beuzeville

باشد و میزان استفاده از تمجید یا پاسخ به آن تغییر محتوایی خاصی داشته باشد. مثلاً در اعیاد و مناسبت‌های خاص میزان ارسال عکس از سوی کاربران افزایش می‌یابد و نوع کامنت‌ها و پاسخ آنها نیز می‌تواند متفاوت بوده و از تنوع کافی برخوردار نباشد.

### شرکت‌کنندگان

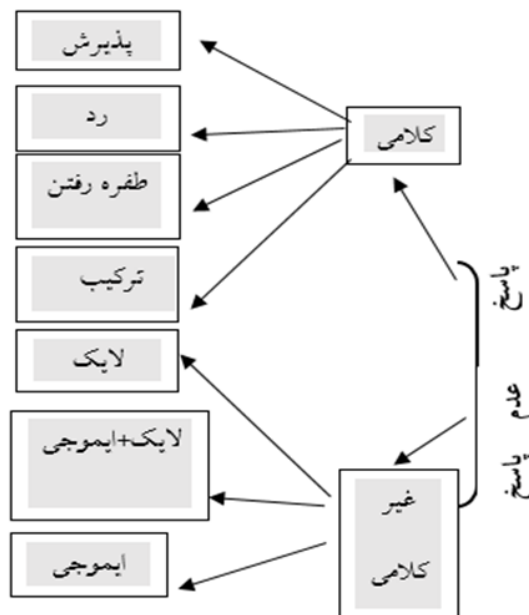
شرکت‌کنندگان در این پژوهش ۶۰ نفر دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد رشته آموزش زبان انگلیسی در دانشگاه آزاد واحد اصفهان (خوراسگان) بودند که از میان دنبال‌کنندگان پژوهشگر، ۳۰ دانشجوی زن و ۳۰ دانشجوی مرد، پس از کسب اجازه و دریافت رضایت‌نامه (از طریق ارسال پیام واتس‌آپ یا اینستاگرام و دریافت پاسخ آنها) در این پژوهش شرکت کردند. به این شرکت‌کنندگان اطلاع داده شد که اطلاعات فردی و مشخصه یا حساب کاربری آنها به هیچ‌وجه در معرض دید عموم گذاشته نخواهد شد و فقط به منظور بررسی و نتیجه‌گیری مورد استفاده قرار خواهد گرفت. روش نمونه‌گیری از نوع نمونه‌گیری در دسترس بود. رده سنی شرکت‌کنندگان بین ۲۵ تا ۴۰ سال با میانگین سنی ۲۹ سال، زبان مادری همگی فارسی و زبان خارجی که یاد می‌گرفتند انگلیسی و رشته تحصیلی آنها آموزش زبان انگلیسی بود. استفاده از جامعه آماری ناشناس و عمومی، از نظر اخلاقی امکان‌پذیر نبود زیرا با توجه به سوءاستفاده آسان‌تر در محیط‌های مجازی، نیاز بود شرکت‌کنندگان به پژوهشگر اعتماد داشته باشند. از این‌رو افراد شرکت‌کننده از گروه در دسترس انتخاب شدند و آشنایی متقابل پژوهشگر و شرکت‌کنندگان امکان اجرا کردن پژوهش را آسان‌تر نمود. جدول (۱) ویژگی‌های شرکت‌کنندگان را نشان می‌دهد.

جدول ۱. مشخصات شرکت‌کنندگان در پژوهش

تعداد شرکت‌کنندگان	۶۰
جنسیت	۳۰ زن، ۳۰ مرد
سن	۲۵-۴۰
زبان مادری	فارسی
رشته تحصیلی	آموزش زبان انگلیسی
زبان خارجی	انگلیسی
سطح زبان انگلیسی	متوسط به بالا

ابتدا فرم رضایت‌نامه به شکل پیام دایرکت از طریق اینستاگرام یا واتس‌آپ به شرکت‌کنندگان ارسال و پاسخ مثبت

سپس، یکی از همکاران دانشگاهی که با موضوع پژوهش و رشته زبان انگلیسی آشنایی کامل داشت، ۱۵٪ از داده‌ها را بر اساس چارچوب و ابزار پژوهش سنجید. پس از آن پایایی بین دو ارزیابی محاسبه شد و عدد ۰/۹۲ به دست آمد که عدد قابل‌قبولی است.



شکل ۱. راهبردهای پاسخ به تمجید در فضای مجازی (اسلامی و همکاران، ۲۰۱۵).

### روش پژوهش

#### طرح، زمان و مکان پژوهش

پژوهش حاضر غیرتجربی-توصیفی است. این پژوهش با جمع‌آوری داده‌های طبیعی از پاسخ به تمجید دانشجویان ایرانی رشته آموزش زبان انگلیسی در مقطع کارشناسی ارشد به زبان‌های انگلیسی و فارسی در زیر فرستاده‌های اینستاگرامی صورت گرفت. برای جمع‌آوری داده‌ها، اینستاگرام به عنوان یکی از محبوب‌ترین شبکه‌های اجتماعی در سراسر دنیا و به ویژه ایران انتخاب شد، زیرا این شبکه اجتماعی به شکل فراگیری میان کاربران ایرانی به خصوص جوانان کاربرد پیدا کرده است (پارساپور، ۱۳۹۹). ماهیت کاربرپسند، سادگی استفاده و قابلیت‌های آن از دلایل محبوبیت این نرم‌افزار است. جمع‌آوری داده‌ها در دوره زمانی ۲ ماهه اول زمستان ۱۳۹۸ صورت گرفت. دلیل انتخاب این دوره زمانی کوتاه و مشخص این است که با توجه به مناسبت‌های مختلف ممکن است استفاده از تصاویر متغیر

فراهم نیست. همچنین، به منظور همانندسازی نوع داده‌ها فقط داده‌هایی که شامل تصاویری از پروفایل شخصی و چهره افراد بود انتخاب شد و تصاویر مربوط به خانواده، حیوانات خانگی، گردشگاه‌ها، فعالیت یا هنر و موارد دیگر در میان داده‌ها منظور نشد.

### ابزار و شیوه جمع‌آوری داده‌ها

برای جمع‌آوری داده‌های پژوهش، ابتدا پژوهشی آزمایشی با تعداد ۶ نفر از دانشجویان (۳ زن و ۳ مرد) انجام گرفت. پاسخ به تمجید این افراد از شبکه اجتماعی آنها و از طریق درخواست مستقیم از شرکت‌کنندگان جمع‌آوری شد. پس از بررسی پژوهش آزمایشی، و حصول اطمینان از امکان‌پذیری تحقیق، داده‌های طبیعی از دانشجویان زن و مرد که دنبال‌کنندگان پژوهشگر بودند، با ثابت نگهداشتن کلیه متغیرها غیر از جنسیت و پس از کسب رضایت و شرکت داوطلبانه جمع‌آوری شد.

تمجید و پاسخ به تمجید توسط همه شرکت‌کنندگان به هر دو زبان فارسی و انگلیسی جمع‌آوری شد. دلیل بررسی دو زبان این بود که بسیاری از دانشجویان زبان انگلیسی ترجیح می‌دهند کامنت‌های خود را در شبکه‌های اجتماعی مانند فیسبوک یا اینستاگرام به انگلیسی بگذارند. از سوی دیگر، این امکان به وجود می‌آید که تفاوت‌های فرهنگی بین دو زبان فارسی و انگلیسی هم مورد بررسی قرار گیرد. به این منظور، کامنت‌هایی که به صورت تمجید و پاسخ به تمجید به اشکال مختلف دیده می‌شد به گونه‌ای که در جدول (۲) آمده است، دسته‌بندی و مورد بررسی قرار گرفت ولی به منظور بررسی دقیق‌تر و تحلیل آمار نهایی، فقط داده‌هایی که با پاسخ‌های هم‌زبان با تمجید بود (یعنی فارسی به فارسی و انگلیسی به انگلیسی) تحلیل شد. جدول زیر، نمونه داده‌های جمع‌آوری شده را نمایش می‌دهد.

به منظور بررسی داده‌ها، ابتدا داده‌های گردآوری‌شده رمزگذاری شد، به شکلی که نام، مشخصه و حساب شرکت‌کنندگان حذف و به جای آن عددی انتخاب شد. به عنوان مثال، شرکت‌کننده مرد (M) و شرکت‌کننده زن (F) و داده‌های جمع‌آوری شده از هر کدام با شماره مشخص شد. مثلاً M2C1 یعنی تمجید اول از شرکت‌کننده مرد شماره ۲، یا F5R1 یعنی پاسخ به تمجید از شرکت‌کننده زن شماره ۵. پس از جمع‌آوری، دسته‌بندی و کدگذاری، با استفاده از مدل میز-آره والو (۲۰۱۳) داده‌های کدگذاری شده مورد

آنها جهت اجازه استفاده از پاسخ‌هایشان به تمجید به عنوان داده‌های طبیعی، به صورت مکتوب اخذ و با حفظ مسائل اخلاقی داده‌ها جمع‌آوری و مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت.

### داده‌های پژوهش

داده‌های پژوهش شامل ۳۶۰ داده زبانی یعنی ۱۸۰ تمجید و ۱۸۰ پاسخ به تمجید بود که به صورت طبیعی جمع‌آوری شد. در شیوه گردآوری طبیعی داده‌ها مهم است که اطلاعات به صورت مصنوعی یا ساختگی تولید نشود تا کار پژوهشی دقیق‌تر باشد. داده‌ها از دو گروه زن و مرد و از هر شرکت‌کننده حداکثر ۴ تمجید و ۴ پاسخ به تمجید جمع‌آوری شد. دلیل محدود کردن داده‌های هر فرد ایجاد تنوع بود تا در صورتی که سبک خاصی توسط فردی استفاده می‌شد بر نتایج تحقیق تأثیر منفی نگذارد. از این رو، تنوع کافی شخصیتی از گروه سنی مد نظر حاصل شد.

در جمع‌آوری داده‌ها از ابتدا محدودیت‌هایی وضع شد تا بتوان متغیرهای پژوهش را کنترل نمود، به عنوان مثال، فقط داده‌هایی که در آن تمجید و پاسخ تمجید، هردو به یکی از زبان‌های فارسی، انگلیسی، یا استفاده از ایموجی بود جمع‌آوری و دسته‌بندی شد. بنابراین، تمجید یا پاسخ به تمجیدهایی که از ادغام رمزگانی استفاده شده بود در این دسته‌بندی قرار نگرفت. مثال زیر نمونه‌ای از داده‌هایی است که در دسته‌بندی کنار گذاشته شده است:

(۱) آخه چقدر cute!

- چشات cute مبینه!

از سوی دیگر با توجه به استفاده زیاد از ایموجی در اینستاگرام، داده‌های جمع‌آوری شده شامل داده‌های نوشتاری به صورت ایموجی هم شد. به عنوان مثال، کامنتی که در زیر یک عکس به عنوان تمجید گذاشته شده و پاسخ آن غیر کلامی و با استفاده از ایموجی به شکل زیر بوده است.

(۲) ♥️🌸🌸🌸🌸

- 🌸🌸🌸

دلیل حذف واژگان و عبارات ترکیبی فارسی و انگلیسی برای کنترل بهتر متغیرها و تعداد کم این نوع تمجیدها و پاسخ آنها بود. البته لازم به ذکر است که این موارد در تحقیق دیگری به موازات این مطالعه مورد بررسی قرار گرفته است. نکته دیگر اینکه داده‌ها از میان فرسته‌هایی انتخاب شد که کامنت آنها باز بود. زیرا در بعضی از فرسته‌ها، افراد کامنت خود را می‌بندند و امکان نظردهی برای دنبال‌کنندگان

پایایی تحقیق، از ارزیاب دیگری که با مفاهیم استفاده شده در این پژوهش آشنایی کامل داشت درخواست شد تا ۱۵ درصد از داده‌ها را با استفاده از ابزار استفاده شده بررسی کند تا اگر موارد اختلافی مشاهده می‌شود، رفع گردد. در موارد بسیار اندکی که اختلاف وجود داشت با همفکری و بررسی مجدد، ابهام رفع و دسته‌بندی‌ها و تحلیل آماری نهایی شد. با توجه به عدم اختلاف معنادار درصد بررسی شده، نیازی به بررسی همه داده‌ها توسط ارزیاب دوم نبود. از سوی دیگر، به منظور اطمینان از دقت پژوهشگر در دسته‌بندی، نمونه‌های تصادفی از داده‌ها با فاصله زمانی ۲ هفته مجدداً توسط خود پژوهشگر مورد بررسی قرار گرفت و پس از حصول اطمینان از عدم اختلاف معنادار، آمار جمع‌آوری و گزارش نهایی تنظیم شد. بررسی داده‌های جمع‌آوری شده نشان داد که زنان ترجیح می‌دهند تمجیدهای دریافتی خود را پاسخ دهند. این در حالی است که مردان، رویکردی یکسان داشتند یعنی تقریباً نیمی از کامنت‌های تمجید را پاسخ داده و نیمی دیگر را بی‌پاسخ گذاشته بودند. جدول شماره (۳) میزان پاسخ‌گویی به تمجید را توسط شرکت‌کنندگان نشان می‌دهد.

### جدول ۳. میزان پاسخ‌گویی به تمجید

جنسیت	پاسخ		عدم پاسخ		مجموع فراوانی
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
زن	۶۳/۴	۶۶	۳۶/۶	۱۸۰	۱۱۴
مرد	۵۱	۸۸	۴۹	۱۸۰	۹۲
مجموع	۲۰۶	۱۵۴		۳۶۰	

بررسی میزان پاسخ کلامی و غیرکلامی در داده‌ها نشان داد که هر دو جنسیت از پاسخ غیرکلامی بیشتر از کلامی استفاده می‌کردند، با این تفاوت که میزان استفاده زنان از پاسخ‌های غیرکلامی کمی بیشتر از مردان شرکت‌کننده بود. جدول شماره (۴) نمایانگر این تفاوت است.

### جدول ۴. پاسخ کلامی/غیر کلامی شرکت‌کنندگان

جنسیت	کلامی		غیر کلامی		مجموع فراوانی
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
زن	۳۸/۶	۷۰	۶۱/۴	۱۱۴	۴۴
مرد	۴۲/۴	۵۳	۵۷/۶	۹۲	۳۹
مجموع	۸۳	۱۲۳		۲۰۶	

جدول شماره (۵) درصد و فراوانی استفاده از راهبردهای کلامی برای پاسخ به تمجید را ارائه کرده است. پذیرش تمجید

بررسی قرار گرفت. سپس، به منظور بررسی تفاوت‌ها در زبان انگلیسی و فارسی کاربران ایرانی، و همچنین نقش جنسیت، داده‌های پژوهش مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت. در بخش بعد نحوه تحلیل آماری ارائه می‌شود.

### جدول ۲. دسته‌بندی پاسخ تمجید

سطح یک
الف. تمجید به زبان انگلیسی
ب. پاسخ به تمجید به زبان انگلیسی
- <i>Lovely picture</i>
- <i>Thanks a lot</i>
الف. تمجید به زبان فارسی
ب. پاسخ به تمجید به زبان فارسی
- <i>خوش به حال اونایی که تو خوش انرژری باهاشون همسفری</i>
- <i>خجالت‌م میدی بانو</i>
الف. تمجید به فارسی با حروف انگلیسی
ب- پاسخ به تمجید به فارسی با حروف انگلیسی
- <i>Agha Che khoshtip</i>
- <i>Ghorbune shoma</i>
الف. تمجید به فارسی با حروف انگلیسی
ب- پاسخ به تمجید به فارسی
- <i>Axet cheghadr ghashange</i>
مرسی عزیز
سطح دو
الف. تمجید به زبان انگلیسی
ب. پاسخ به تمجید به زبان فارسی
- <i>All the best</i>
لطیف داری
الف. تمجید به زبان انگلیسی
ب. پاسخ به تمجید به صورت ادغام رمزگانی (زبان انگلیسی + زبان فارسی)
- <i>Wow! Where is it?</i>
- در چین هست <i>Window of the world</i> مرسی -

### تحلیل داده‌ها

به منظور تحلیل آماری، پس از استخراج راهبردهای مورد استفاده دانشجویان رشته آموزش زبان انگلیسی در پاسخ به تمجید، این پاسخ‌ها بر اساس فراوانی در جدول شماره (۳) دسته‌بندی شد و درصد استفاده از هر کدام محاسبه شد. پژوهشگر خود به عنوان مشاهده‌کننده، کامنت‌های شرکت‌کنندگان را بررسی نمود و بر اساس سطوح تعریف شده محاسبات آماری انجام گرفت. به منظور جلوگیری از دخالت تعصب یا اعمال نظر شخصی و به منظور بالا بردن روایی و

غیر کلامی برای پاسخ به تمجید نشان داد که زنان تقریباً تمامی پیام‌های خود را لایک می‌کنند و استفاده از ایموجی به تنهایی کمتر از لایک یا لایک + ایموجی است. این حالت در مورد مردان متفاوت است، چون نیمی از پاسخ‌های آنها بدون لایک و فقط با استفاده از ایموجی است و میزان استفاده از لایک یا لایک + ایموجی تقریباً به یک اندازه دیده می‌شود. جدول شماره (۶) نشان‌دهنده این تفاوت جنسیتی است.

توسط هر دو جنسیت در رتبه اول راهبردها قرار دارد، به شکلی که تقریباً ۸۵ درصد از تمجیدها توسط مردان و تقریباً تمام تمجیدها توسط زنان پذیرفته شده‌است. زنان هیچ موردی را رد نکرده یا از ترکیب استفاده نکرده‌اند ولی در دو مورد از نوشتن پاسخ تمجید و تعریف طفره رفته‌اند. در حالی که مردان، در ۱۵ درصد موارد، از گزینه رد، طفره یا ترکیب راهبردها استفاده کرده‌اند. بررسی درصد و فراوانی استفاده از راهبردهای

**جدول ۵.** درصد و فراوانی راهبردهای کلامی مورد استفاده برای پاسخ به تمجید

مجموع فراوانی	راهبردهای کلامی						جنسیت		
	پذیرش		رد		طفره رفتن				
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی			
۴۴	۰	۰	۴/۵	۲	۰	۰	۹۵/۵	۴۲	زن
۳۹	۲/۶	۱	۷/۷	۳	۵/۱	۲	۸۴/۶	۳۳	مرد
۸۳		۱		۵		۲		۷۵	مجموع

**جدول ۶.** درصد و فراوانی راهبردهای غیر کلامی مورد استفاده برای پاسخ به تمجید

مجموع فراوانی	راهبردهای غیر کلامی						جنسیت		
	لایک		لایک + ایموجی		ایموجی				
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی			
۷۰		۲۹	۴۱/۴	۳۴	۸۶/۶	۷	۱۰	۷۰	زن
۵۳		۱۰	۱۸/۹	۱۶	۵۱	۲۷	۳۰/۱	۵۳	مرد
۱۲۳		۳۹		۵۰		۳۴		۱۲۳	مجموع

بررسی بسامد و میزان استفاده از تمجید و پاسخ به تمجید، در فارسی و انگلیسی نشان داد که شرکت‌کنندگان در پژوهش به استفاده از فارسی نسبت به انگلیسی تمایل بیشتری داشتند و گاهی حتی وقتی کامنت و تمجید به انگلیسی بود، پاسخ آنها فارسی بود. استفاده از حروف انگلیسی به جای حروف فارسی هم توسط دانشجویان زبان انگلیسی زیاد دیده می‌شد که البته در این بررسی، این موارد در محاسبه و تحلیل نهایی گنجانده نشد.

مقایسه این کنش کلامی در فضای مجازی و بررسی یافته‌های پیشینه تحقیق در استفاده از این کنش کلامی به صورت حضوری یا رودرو، نشان می‌دهد که افراد در فضای مجازی جسارت بیشتری برای اظهار نظر و ابراز وجود دارند و استفاده از ایموجی به عنوان تعریف بسیار متداول است، به شکلی که حتی وقتی پاسخ داده می‌شود، از یکی از اشکال متعارف مانند (❤️👍🌹😊👩🏻) در کنار تمجید یا پاسخ به آن به کار می‌رود. بررسی کیفی تفاوت جنسیتی در استفاده

از سوی دیگر، بررسی کیفی داده‌ها در مورد کاربرد مختلف تمجید و پاسخ آن نشان داد گاهی افراد فقط برای اینکه دوستی خود را به دوستانشان ثابت کنند، برای آنها کامنت می‌گذارند. این مورد گاهی با تکرار چندین کامنت تمجید زیر یک عکس واحد دیده می‌شد. مثال (۳) نمونه‌ای از این نوع کامنت‌ها است.

۳) مرد ۱ تمجید ۱: خیلی خوشگله

زن ۱ پاسخ به تمجید ۱: سپاسگزارم 🌹

مرد ۲ تمجید ۲: بی نظیر

زن ۱ پاسخ به تمجید ۲: 🌹🌹

گاهی، علاوه بر تشکر و پذیرش تمجید، پاسخ شامل اشاره به نکته مثبتی درباره تمجیدکننده نیز بود. در مثال (۴) نمونه‌ای از این گونه کامنت‌ها دیده می‌شود.

4) F3 C1: Very interesting picture 📷

F6 R1: Thanks. Your last picture is also very beautiful 📷





تمجید در شبکه‌های اجتماعی، به ویژه اینستاگرام، به شکل قابل توجهی نسبت به این کنش کلامی در زندگی روزمره و به صورت حضوری متفاوت شده‌است.

یافته‌های پژوهش همچنین نشان داد که رسانه‌های برخط، ارتباط و امکانات فن‌آوری در فضای مجازی، هنجارهای جدیدی در زمینه ارتباطات اجتماعی ایجاد کرده‌است. به عنوان مثال، زنان مجال بیشتر و محیط و بستر مناسب‌تری پیدا کرده‌اند تا آزادانه به شیوه‌ای که می‌خواهند و با بهره‌مندی از فضای مجازی، هویت زبانی خود را بدون آنکه نگران بازخورد آن باشند، به نمایش بگذارند و نظر یا پاسخ دهند.

زنان و مردان در اینستاگرام، از ظاهر یکدیگر بیشتر تعریف می‌کنند. به ویژه، زنان پاسخ مثبت بیشتری به تعریف و تمجید می‌دهند. این یافته کمی از نتایج حیدری و دیگران (۲۰۰۹) و دهکردی و چالاک (۲۰۱۵) متفاوت، اما با یافته اسلامی و دیگران (۲۰۱۵) و شریفیان و دیگران (۲۰۱۹) همسو است.

علاوه بر این، زنان چه به صورت کلامی و چه غیرکلامی، هرگاه مردان از آنها تعریف می‌کنند، میزان پذیرش بیشتری نشان می‌دهند. این یافته، با ارتباط رودرو کاملاً متمایز و متفاوت است، زیرا در فرهنگ، سنت و عرف موردپذیرش در ایران، محدودیت‌هایی برای زنان در نظر گرفته شده (کریم نیا و افق‌ری، ۲۰۱۱) که به واسطه آن ایرانیان در پاسخ به تمجید ترجیح می‌دهند از گزینه عدم‌پذیرش استفاده کنند. در حالی که یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد در فضای مجازی پذیرش بیشتر از عدم‌پذیرش کاربرد دارد.

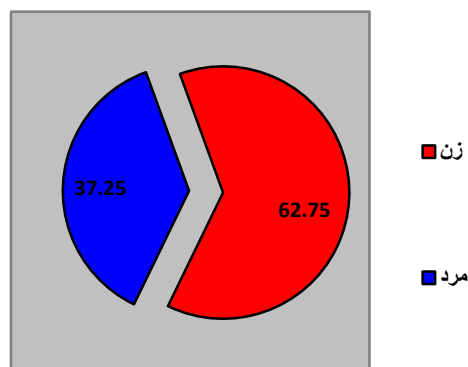
از سوی دیگر، رد یا عدم‌پذیرش تمجید در فضای مجازی توسط کاربران راحت‌تر از تعامل رودرو صورت می‌گیرد؛ یعنی پاسخ به تمجید با طرح‌واره فرهنگی شکسته‌نفسی (شریفیان، ۲۰۰۵) که بر رد یا عدم‌پذیرش تمجید به دلیل تواضع و فروتنی تأکید دارد، کاملاً متفاوت است. پژوهش‌های بیشتر در این زمینه می‌تواند نمایانگر تأثیر فن‌آوری، وسایل ارتباط جمعی و شبکه‌های اجتماعی بر هنجارها و ارزش‌های فرهنگی باشد.

پژوهش حاضر، مانند هر پژوهش دیگری با چالش‌ها و محدودیت‌هایی رو به رو است که با رفع آنها می‌توان به موضوعات جدیدی برای پژوهش‌های بیشتر دست یافت. به عنوان مثال، افزودن مصاحبه با افرادی که کامنت تمجید و پاسخ به تمجید می‌گذارند، و پرسش درباره نظر شخصی

13) F2C1: *I am proud of you my very dear friend* ☺☑♥☑

F8R1: *thanks my love* 🌸♥☑♥☑

آنچه در نگارش قابل توجه است، این است که در فضای اینستاگرام، بنابه ماهیت مجازی و سرعت عمل و آنی بودن بیشتر واکنش‌ها، استفاده از نشانه‌های سجاوندی بسیار کم و محدود است. با وجود این، در مقام مقایسه، زنان نسبت به مردان بیشتر از این علائم استفاده می‌کنند زیرا گاهی متن‌های طولانی‌تری می‌نویسند و بین جملات نقطه گذاری می‌کنند. بررسی طول پیام و تعداد کلمات استفاده‌شده توسط زنان و مردان نیز نشان داد که متن کامنت‌های زنان بلندتر از متن مردان بوده و از مترادف‌های بیشتر، با تنوع کلام و واژگان بیشتری استفاده می‌کردند. نمودار (۱) این تفاوت را نشان می‌دهد.



نمودار ۱. طول پیام توسط زنان در مقایسه با مردان.

در مجموع، یافته‌های این پژوهش نشان داد که تفاوت زیادی در نوع، ماهیت، طول پیام، شکل آوایی، نگارشی، استفاده از ایموجی و واژگان در کاربرد تمجید و پاسخ به تمجید بین زنان و مردان در فضای اینستاگرام وجود دارد. این تفاوت‌ها علاوه بر ساختار و بسامد، می‌تواند شامل تفاوت در نگرش و فرهنگ زنان و مردان در رابطه با زبان باشد؛ تغییرات کلامی و غیرکلامی متفاوت که گاه بسیار از کاربرد زبانی نسل گذشته متمایز است. در بخش بعد درباره این مقوله بیشتر بحث خواهد شد.

### بحث و نتیجه‌گیری

بنا به ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی، معیارها و قواعد جدیدی برای ایجاد ارتباط به وجود آمده است. یافته‌های این تحقیق نشان داد که عوامل فرهنگی-اجتماعی جدیدی در نوع گفتار شرکت‌کنندگان تأثیر گذاشته و تمجید و پاسخ به

از گروه‌های متفاوت توصیه می‌شود. پژوهش‌هایی مانند پژوهش حاضر می‌تواند در شناسایی و آشکار نمودن الگوهای اجتماعی و فرهنگی جوامع مختلف اطلاعات مفیدی در اختیار کاربران فضاهای مجازی در زبان‌ها و فرهنگ‌های مختلف قرار داده و نوعی خود آگاهی فرهنگی-اجتماعی در آنها ایجاد کند تا با استفاده از هنجارهای مناسب در فضای سایبری، از برخورد نابجا و غیر مؤدبانه و ایجاد سوء تفاهم جلوگیری کند.

آنها می‌تواند دقت و نتیجه‌گیری پژوهش را بیشتر کند. در نظر گرفتن عوامل محیطی، شرایط جمع‌آوری داده و رویدادها و مناسبات خاص و تکرار بررسی داده‌ها در دفعات و در بازه‌های زمانی متفاوت، احتساب شرایط اخلاقی، اجتماعی و فرهنگی نیز می‌تواند نتایج پژوهش را تغییر دهد. بررسی ادغام واژگانی و استفاده از هر دو زبان به صورت ترکیبی می‌تواند نتیجه جالبی را به نمایش بگذارد. از این‌رو، پژوهش‌های بیشتری در شرایط متفاوت و با افرادی

## منابع

- و ترجمه، دوره ۴۵، شماره ۴، ۴۷-۶۲  
پیش‌قدم، رضا و آتنا عطاران (۱۳۹۲). نگاهی جامعه‌شناختی به کنش گفتاری قسم: مقایسه زبان‌های فارسی و انگلیسی. *فصلنامه مطالعات زبان و ترجمه*، دوره ۴۶، شماره ۴، ۲۶-۵۰.
- Brown, P., & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. London: Cambridge University Press.
- Byram, M. (2012). Language awareness and (critical) cultural awareness—relationships, comparisons and contrasts. *Language Awareness*, 21(1), 5-13.
- Cheng, D. (2011). New insights on compliment responses: A comparison between native English speakers and Chinese L2 speakers. *Journal of Pragmatics*, 43(8), 2204-2214.
- Cohen, A. D. (2018). *Learning pragmatics from native and nonnative language teachers*. Bristol, England: Multilingual Matters.
- Dehkordi, Z., & Chalak, A. (2015). English compliment response strategies on social networks by Iranian EFL learners. *Journal of Language Teaching and Research*, 6(2), 452-459.
- Derakhshan, A., & Eslami, Z. (2020). The effect of meta-pragmatic awareness, interactive translation, and discussion through video-enhanced input on EFL learners' comprehension of implicature. *Applied Research on English Language*, 9(1), 25-52.
- Derakhshan, A., Eslami, Z., & Chalak (2020). A systematic review of compliments among Iranian Persian speakers: Past, present, and future directions. *Journal of English Language Teaching and Learning*, 12(26), 85-123.
- Eslami, Z., & Derakhshan, A. (2020). Responding to compliments in Persian: New patterns and new cultural schema. In A. R. Korangi & F. Sharifian (Eds.), *Persian linguistics in cultural contexts* (pp. 82-107). London: Routledge, Taylor and Francis Group.
- Eslami, Z., Jabbari, N., & Kuo, L. (2015). Compliment response behaviour on Facebook: A study with Iranian Facebook users. *International Review of Pragmatics*, 7, 244-277.
- Heidari, M., Rezazadeh, M., & Eslami Rasekh, A. (2009). A contrastive study of compliment responses among male & female Iranian teenage EFL Learners. *The International Journal of Language, Society and Culture*, 29, 18-31.
- Herbert, R. (1990). Sex-based differences in compliment behavior. *Language in Society*, 19(1), 201-224.
- Holmes, J. (1986). Compliments and compliment responses in New Zealand English. *Anthropological Linguistics*, 28, 485-508.
- Ishihara, N., & Cohen, A. D. (2014). *Teaching and learning pragmatics: پارساپور، آرش (۱۳۹۹). کاربران ایرانی در کدام شبکه‌های اجتماعی بیشترین فعالیت را دارند؟ دریافت از <https://dgto.ir/1qzd>*
- پیش‌قدم، رضا (۱۳۹۱). معرفی "زبانگ" به عنوان ابزاری تحول‌گرا در فرهنگ‌کاوی زبان. *فصلنامه مطالعات زبان*

- Where language and culture meet.* England: Routledge.
- Jucker, A. (2009). Speech act research between armchair, field, and laboratory: The case of compliments. *Journal of Pragmatics*, 41, 1611-1635.
- Karimnia, A., & Afghari, A. (2011). Compliment in English and Persian interaction: A cross-cultural perspective. *Jezikoslovlje*, 12(1), 27-50.
- Leech, G. N. (1983). Pragmatics, discourse analysis, stylistics, and "The Celebrated Letter." *Literariness and Linguistics*, 6(2), 142-157.
- Maíz-Arévalo, C. (2013). Just click 'Like': Computer-mediated responses to Spanish compliments. *Journal of Pragmatics*, 51, 47-67.
- Mohajernia, R., & Soleimani, H. (2013). Different strategies of compliment responses used by Iranian EFL students and Australian English speakers. *Journal of Language Teaching and Research*, 4(2), 340-347.
- Moradi Moghadam, M. (2017). Politeness at the extremes: Iranian women's insincere responses to compliments. *Language and Dialogue*, 7(3), 413-431.
- Motaghi Tabari, S., & Beuzeville, L. (2012). A contrastive study of compliment responses among Persians and Australians: The effect of exposure to a new speech community. *Applied Research in English*, 1(1), 21-42.
- Nelson, B. L., EL-Bakary, W., & AL-Batal, M. (1993). Egyptian and American compliments: A cross-cultural study. *International Journal of Relations*, 17(4), 293-313.
- Pomerantz, A. (1978). Compliment responses: Notes on the co-operation of multiple constraints. In J. Schenkein (Ed.), *Studies in the organization of conversational interaction* (pp. 79-109). New York: Academic Press.
- Rohami N, I., & Nur, F. R. (2017). The pattern of compliments in Instagram photo comments. *International Journal of Research Studies in Language and learning*, 2(3), 57-69.
- Sharifian, F. (2005). The Persian cultural schema of Shekasteh-nafsi: A study of compliment responses in Persian and Anglo-Australian speakers. *Pragmatics and Cognition*, 13(2), 337-361.
- Sharifian, F., Chalak, A., & Dehkordi, Z. (2019). Investigating choice of compliment response strategies on social networking sites by different gender. *Journal of New Advances in English Language Teaching and Applied Linguistics*, 1(2), 159-176.
- Shirinbakhsh, S., & Eslami Rasekh, A. (2013). The effect of age on cultural schema: The case of Shekaste-nafsi (Modesty) in Persian. *International Journal of Research Studies in Language Learning*, 2(3), 95-107.
- Standage, T. (2013). *Writing on the wall: Social media-the first 2,000 years*. New York: Bloomsbury Publishing.
- Taguchi, N. (2019). SLA and pragmatics: An overview. In N. Taguchi (Ed.), *The Routledge handbook of second language acquisition and pragmatics* (pp. 1-14). New York: Routledge.
- Wardhaugh, R., & Fuller, J. (2015). *An introduction to sociolinguistics* (7<sup>th</sup> ed.). Oxford: Blackwell.
- Wei, Y. (2005). Integrating Chinese culture with TEFL in Chinese classroom. *Sino-US English Teaching*, 2(7), 55-58.
- Wolfson, N. & Manes, J. (2009). The compliment as a social strategy. *Paper in Linguistics*, 13(3), 391-410.
- Wolfson, N. (1981). Compliments in cross-cultural perspective. *TESOL Quarterly*, 15(2), 117-124.
- Yousefvand, Z. (2010). Study of compliment speech act realization pattern across gender in Persian. *Arizona Working Papers in SLA & Teaching*, 17, 91-112.
- Yu, M. (2005). Sociolinguistic competence in the complimenting act of native Chinese and American English speakers: A mirror of cultural value. *Language and Speech*, 48(1), 91-119.