

ORIGINAL ARTICLE

A Cross-Cultural Study of the Speech Act of Advice in Persian and English Virtual Communication

Maryam Farnia^{*1}, Maryam Khabiri²

1. Associate Professor of Applied Linguistics, Department of English Language and Literature, Payame Noor University, Tehran, Iran.

2. MA in English Language Teaching, Department of English Language and Literature, Payame Noor University, Tehran, Iran.

Correspondence:

Maryam Farnia

Email: mfarnia@pnu.ac.ir

Received: 24/Jul/2025

Revised: 25/Sep/2025

Accepted: 29/Sep/2025

How to cite:

Farnia, M.; Khabiri, M. (2026). A Cross-Cultural Study of the Speech Act of Advice in Persian and English Virtual Communication, *Journal of Sociolinguistics*, 9 (36), 1-20.

(DOI: [10.30473/il.2025.75265.1706](https://doi.org/10.30473/il.2025.75265.1706))

ABSTRACT

The present study was conducted to investigate the advice strategies in comments posted in Persian and English in virtual communication. For this purpose, data were randomly collected from comments in response to Twitter posts seeking advice during the months of July 2023 to July 2024. About 787 comments in English and Persian collected from 40 Twitter posts were analyzed based on the Lucher (2006) advice speech act model for the use of discursive moves, relational work, and linguistic realization. The overall results show that the frequency of advice strategies in the Persian corpus is significantly higher than in the English corpus. Also, the most frequent discourse moves in both Persian and English corpora included advice, explanation, and assessment. In addition, in relational work, the strategies of boosters, use of humor, and hedges were most frequent in the Persian corpus, while the strategies of boosters, hedges, and criticism were most frequent in the English corpus. The results of the corpus analysis in the use of linguistic realization show that the use of imperative structures is most frequent in the Persian corpus, while in the English corpus, the conditional structure is most frequent.

KEYWORDS

virtual communication, speech act of advice, relational work, discursive moves, linguistic realization.



Introduction

The evolution of communication technologies, particularly computers and the Internet, has significantly transformed how individuals interact. Since the inception of computers in the 1950s and the public availability of the Internet in the 1990s, modes of communication have expanded beyond traditional forms such as e-mail to encompass a wide array of platforms including social networks. The Internet serves as a vital medium for social interaction, enabling users to connect globally through chat rooms, business communications, and online gaming.

The phenomenon of Internet-based social networking has grown exponentially, cutting across various age demographics (Eisenchlas, 2012). Users engage online for diverse reasons, including information exchange, social connection, and problem-solving. The participatory nature of the Internet facilitates communication among large groups, allowing for both individual and collective interactions. Research has focused on Computer Mediated Communication (CMC), which refers to human interactions facilitated by computers, encompassing various formats such as emails, chat rooms, and social media platforms.

CMC has emerged as a predominant mode of communication, characterized by its text-based nature and the ability to transcend geographical barriers. This form of communication has implications for advice-giving practices, which are often conducted in private settings (Locher, 2006). Advice, distinct from requests, involves recommendations for future actions and is intertwined with pragmatic studies (Locher&Limberg, 2012; Searle, 1976). The growing body of research on online social networks underscores their rapid expansion and the need for further investigation into their dynamics. Despite the existing literature on advice-giving strategies in face-to-face interactions, there is a notable gap regarding the influence of culture on online advice-giving practices. This study aims to explore the differences in advice-giving strategies between Persian and English speakers within social networks. By analyzing the communication practices of these two cultural groups, the research seeks to fill existing gaps in the literature on cross-cultural pragmatics in CMC. Specific research questions will guide the investigation:

What advice-giving strategies are employed in English and Persian comments?

Are there significant differences in the use of these strategies between the two languages in CMC?

Method

The study analyzed a corpus of over 40 Twitter posts, comprising 9,002 words in total, focusing on English and Persian comments. Twitter serves as a significant platform for sharing information and facilitating discussions, particularly in seeking and giving advice. The use of hashtags enables users to coordinate discussions across diverse groups, regardless of their existing connections. To conduct the analysis, 40 posts with over 60 meaningful comments were selected—20 in English and 20 in Persian. Comments were categorized based on Locher's (2006) framework, with each meaningful sentence analyzed separately. The study employed a quantitative approach to assess the frequency of various advice-giving strategies, presenting results in three tables to illustrate the strategies used in each corpus. The analysis included discursive moves, linguistic realizations, and relational work, with data evaluated using the Chi-Square test to compare the strategies employed in English and Persian comments. Ultimately, the research aimed to identify the frequency and percentage of each strategy, providing insights into the differences in advice-giving practices between the two linguistic communities.

Results

Table 1 illustrates the distribution of advice strategies in the corpus. The results revealed that "advice" was the most frequently employed discursive move, followed by "explanation" and "assessment" as the second and third most prevalent discursive moves, respectively, in both the English and Persian corpora. In the English corpus, the subsequent strategies ranked as follows (from most to least frequent): general information (7.3%), own experience (6.1%),

metacommentary (5.6%), disclaimer (4.1%), and referral (3.6%). Conversely, in the Persian corpus, the order shifted to meta-opinion (5.5%), disclaimer (4.2%), referral (3.1%), and general information (1.3%).

Table 1. Distribution of Discursive Moves across the Corpus

Discursive moves		English corpus		Persian corpus		χ^2	Sig
		F	P	F	P		
Advice		139	33.7	216	39.6	16.701	.001
Own experience		38	9.2	41	7.5	0.114	0.736
Assessment		25	6.1	16	2.9	1.976	0.160
General Information		30	7.3	7	1.3	14.297	.001
Disclaimer		17	4.1	23	4.2	0.900	0.343
Meta comment		23	5.6	30	5.5	0.925	0.336
Explanation		60	14.5	67	12.3	0.386	0.535
Referral		15	3.6	17	3.1	0.125	0.714
Open category	Other own experience	3	0.7	17	3.1	9.800	0.002
	Appreciation	18	4.4	37	6.8	6.564	0.010
	Future	16	3.9	17	3.1	0.030	0.862
	Goodwill wishes	7	1.7	27	4.9	11.765	0.001
	Question	22	5.3	31	5.7	1.528	0.216
Total		413	100.0	546	100.0	17.678	.001

The concept of relational work refers to "the relationships individuals invest in through negotiation and management of their interpersonal connections" (Locher & Watts, 2005, p. 10). As shown in Table 2, boosters (53.7% in the English corpus and 34.3% in the Persian corpus) were the most frequently employed interactional strategy in both corpora. Hedging (16.3%) constituted the second most prevalent strategy in the English corpus, while use of humor (23.3%) and hedging (21.3%) ranked as the second and third most utilized interactional strategies, respectively, in the Persian corpus.

Table 2. Distribution of Relational Work in this Corpus

	English		Persian		χ^2	Sig
	F	P	F	P		
Bonding	8	5.4	28	9.3	0.111	0.739
Empathizing	4	2.7	5	1.7	1.200	0.362
Criticizing	12	8.2	18	6.0	3.165	0.075
Boosting	79	53.7	103	34.3	18.182	.001
Hedging	24	16.3	64	21.3	41.024	.001
Use of Humor	12	8.2	70	23.3	0.800	0.503
Praising	8	5.4	12	4.0	52.369	.001
Total	147	100.0	300	100.0	11.111	0.001

Table 3 presents the frequency distribution of linguistic realization acts across both corpora. As evident from the data, declarative sentences demonstrate the highest frequency in both datasets. Notably, imperative constructions appear substantially more prevalent in the Persian corpus (18.28%) compared to the English corpus (6.10%). A chi-square test reveals statistically

significant differences ($p < 0.05$) in the deployment patterns of linguistic realization strategies between the two corpora, suggesting culture-specific preferences in directive speech act formulation. These quantitative findings align with qualitative observations regarding Persian speakers’ greater tolerance for directness within high-context communication frameworks, while English speakers systematically favor mitigated forms to reduce face-threatening potential.

Table 3. Distribution of Linguistic Realization across the Corpus

Linguistic Realization	English		Persian		X ²	Sig
	F	P	F	P		
Declarative	336	82.0	500	74.3	32.172	.001
Interrogative	24	5.9	34	5.1	1.724	0.189
Imperative	25	6.1	123	18.3	64.892	.001
Conditional	25	6.1	16	2.4	1.976	0.160
Total	410	100.0	673	100.0	63.868	.001

Discussion

The present study investigates cultural differences in managing advice within online contexts, specifically focusing on the strategies employed in Persian and English Twitter comments. The findings, compared with earlier research, reveal significant insights into the discourse of advice-giving across these two linguistic communities.

The analysis reveals that both English and Persian Twitter users employ indirect strategies when offering advice, predominantly utilizing declarative statements (82% in English, 74.29% in Persian) rather than direct imperatives. This aligns with broader pragmatic principles where indirectness serves to mitigate face-threatening acts, as theorized by Brown and Levinson (1987). Shared strategies include embedding advice within explanations, personal anecdotes, and disclaimers—a pattern consistent with Saranagi and Clarke’s (2002) framework for maintaining interpersonal harmony. For instance, users often contextualize advice through phrases like “In my experience...” or “One option could be...”, thereby positioning the advisee as an autonomous decision-maker rather than a passive recipient.

Cultural divergences emerge in the frequency and type of directness. Persian responses exhibit a marginally higher tolerance for imperative structures (e.g., “You should...”), which Pishghadam (2011) attributes to high-context cultural norms where relational hierarchies permit greater explicitness among peers. Additionally, Persian users disproportionately employ conditional constructions (“If I were you...”) as politeness markers—a strategy absent in English data. These findings suggest that indirectness manifests differently across linguistic systems: while English speakers favor depersonalized information-sharing (“Studies show...”), Persian advice-givers leverage relational bonding through shared narratives and humor to soften impositions.

Statistically, Persian responses utilized 23% more advice-related discourse acts than English counterparts, with a notable emphasis on gratitude and goodwill statements. Conversely, English replies prioritized neutral information (30 instances vs. 7 in Persian), reflecting a cultural inclination toward objectivity. This dichotomy underscores Locher and Hoffman’s (2006) observation that advice in Western contexts is often perceived as inherently face-threatening, necessitating strategies that depersonalize the act. The Persian corpus, however, reveals a counterbalance: direct advice is frequently tempered with mitigators like self-deprecation or emojis, illustrating how linguistic indirectness and relational cues coexist to preserve solidarity.

These patterns carry pedagogical implications. For Persian-speaking English learners, explicit instruction on indirect strategies (e.g., hedging with “might” or “could”) could reduce

pragmatic transfer errors. Conversely, English speakers engaging Persian audiences must recognize the nuanced role of conditionals and shared storytelling in building rapport. The findings also advocate for action-based language training (Martínez-Flor, 2006) tailored to digital contexts, where misaligned advice conventions risk misinterpretation. Future research could explore how advisees perceive these strategies cross-culturally, particularly whether indirectness enhances receptivity or obscures intent in algorithmically mediated spaces like Twitter.

Conclusion and Implications

The present study enhances the understanding of cross-cultural differences in online advice-giving practices, highlighting the impact of cultural context on communication strategies. The findings suggest that while both English and Persian speakers engage in advice-giving, the strategies employed reflect their respective cultural values—individualism in English-speaking contexts versus collectivism in Persian contexts.

Future research could further explore the dynamics of advice-giving in online forums, examining how various discursive moves are organized and their implications for intercultural communication. Additionally, the anonymity afforded by online platforms may influence the willingness of individuals to express dissent or provide advice, warranting further investigation into the nuances of online interaction across diverse cultural landscapes.

Keywords

virtual communication, speech act of advice, relational work, discursive moves, linguistic realization.

«مقاله پژوهشی»

مطالعه بینا فرهنگی کنش گفتار توصیه در ارتباط مجازی فارسی و انگلیسی

مریم فرنیا* ^۱iD، مریم خمیری ^۲iD

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی راهبردهای توصیه در نظرات ارسال شده به زبان‌های فارسی و انگلیسی در ارتباطات مجازی انجام شده است. بدین منظور، داده‌ها به‌طور تصادفی از میان نظراتی که در پاسخ به فرستاده‌های درخواست توصیه در شبکه توییتر بین تیرماه ۱۴۰۲ تا تیرماه ۱۴۰۳ جمع‌آوری شده، انتخاب شدند. حدود ۷۸۷ نظر به زبان‌های انگلیسی و فارسی، برگرفته از ۴۰ فرستنده توییتر، بر اساس الگوی کنش گفتاری توصیه لوجر (۲۰۰۶) از نظر سه مؤلفه «رفتارهای گفتمانی»، «تعامل ارتباطی» و «تبلور زبانی» تحلیل شدند. نتایج کلی نشان می‌دهد که فراوانی راهبردهای توصیه در پیکره فارسی به‌طور معناداری بیشتر از پیکره انگلیسی بوده است. همچنین، پرکاربردترین راهبردهای رفتارهای گفتمانی، در هر دو پیکره شامل «توصیه»، «توضیح» و «ارزیابی» بودند. در حوزه تعامل ارتباطی، راهبردهای «یقین‌نما»، «شوخی‌طبیعی» و «تردیدنما» بیشترین فراوانی را در پیکره فارسی داشتند، در حالی که در پیکره انگلیسی، راهبردهای «یقین‌نما»، «تردیدنما» و «انتقاد» پرتکرارترین بودند. همچنین نتایج تحلیل تبلور زبانی نشان داد که ساختار امری بیشترین فراوانی را در پیکره فارسی داشته، در حالی که در پیکره انگلیسی، ساختار شرطی پرکاربردترین بوده است.

واژه‌های کلیدی

ارتباطات با واسطه رایانه، کنش گفتار توصیه، کار ارتباطی، حرکت گفتمانی، تبلور زبانی.

۱. دانشیار زبان‌شناسی کاربردی، گروه زبان و ادبیات انگلیسی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

۲. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد آموزش زبان انگلیسی، گروه زبان و ادبیات انگلیسی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

نویسنده مسئول:

مریم فرنیا

رایانامه: mfarnia@pnu.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۵/۰۲

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۷/۰۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۷/۰۷

استناد به این مقاله:

فرنیا، مریم؛ و خمیری، مریم (۱۴۰۵). مطالعه بینا فرهنگی کنش گفتار توصیه در ارتباط مجازی فارسی و انگلیسی، فصلنامه زبان‌شناسی اجتماعی، ۹ (۳۶)، ۲۰-۱.

(DOI: [10.30473/IL.2025.75265.1706](https://doi.org/10.30473/IL.2025.75265.1706))



مقدمه

توصیه کردن^۱ فعالیتی رایج و روزمره میان اعضای خانواده، دوستان و همکاران است که به شیوه‌های مختلف همانند نوشتاری یا گفتاری، حضوری و مجازی صورت می‌گیرد (لوچر و لیمبرگ^۲، ۲۰۱۲). با ظهور شبکه‌های اجتماعی، چهره ارتباطات، از جمله توصیه کردن یا مشاوره دادن تغییر کرده است که به موجب آن، مشاوره‌جویان به راحتی می‌توانند مشکلات، چالش‌ها و مسائلی را که در حال حل آن هستند با سایر کاربران در میان بگذارند و حتی از کاربران ناشناس توصیه‌هایی در قالب نظر در پاسخ به فرستۀ مجازی دریافت کنند. به عنوان یکی از ویژگی‌های شناخته‌شده شبکه‌های اجتماعی، ناشناس بودن کاربران امکان تعامل با هویت آفلاین را فراهم کرده است که مشابه دیگر کنش‌های گفتاری، می‌تواند بر نحوه توصیه کردن یا مشاوره دادن به کاربران در ارتباط مجازی در مقایسه با تعامل حضوری تأثیر بگذارد. هدف پژوهش حاضر بررسی توصیه‌های کاربران در توییتر به عنوان سکوی مجازی می‌باشد. انتخاب موضوع به این دلیل است که مطالعات پیشین کنش‌گفتار توصیه در زبان فارسی بر روی داده‌هایی بوده که به روش‌های برانگیخته همچون پرسشنامه محقق شده است (به عنوان مثال علی‌اکبری و همکاران، ۲۰۱۵). از این رو در این پژوهش، داده‌های طبیعی در قالب نظرانی که کاربران به توصیه‌جویان ارائه کردند، به جای تکنیک‌های استخراجی (برای مثال پرسشنامه) استفاده شده است. علاوه بر این، به نظر می‌رسد پژوهش‌های تطبیقی میان زبان فارسی و انگلیسی پاسخ‌های کاربران در موقعیت‌های مشابه در رسانه‌های اجتماعی، دانش ما را از تعاملات مجازی بهبود می‌بخشد. سوالات پژوهشی به قرار زیر است:

الف) چه الگوهای رفتار گفتمانی، تعامل ارتباطی و تبلور زبانی توصیه در پیکره فارسی و انگلیسی در ارتباط مجازی وجود دارند؟

ب) چه تفاوت آماری در استفاده از راهبردهای توصیه بین دو پیکره وجود دارد؟

مبانی نظری

کنش‌گفتار توصیه

امروزه تعاملات مجازی چهره ارتباطات را تغییر داده‌اند،

طوری که افراد پیام‌هایی را ایجاد، مبادله و تفسیر می‌کنند. در ارتباط مجازی افراد از ویژگی‌های فرازبانی تعامل مانند ظاهر فیزیکی و لحن صدا محروم هستند و ارتباط فرد صرفاً مبتنی بر متن است (تروینو، لنگل و دافت^۳، ۱۹۸۷). ارتباط مجازی یا ارتباط با واسطه رایانه^۴، انواع مختلفی از تعامل مانند رایانامه، شبکه‌های اجتماعی، اتاق‌های گفتگو و غیره را در بر می‌گیرد.

امروزه چندین سایت شبکه اجتماعی به عنوان وسیله ارتباطی توسط میلیون‌ها کاربر در سراسر جهان استفاده می‌شود که محبوب‌ترین آن‌ها فیس‌بوک، توییتر، اینستاگرام و اخیراً ایکس هستند. توییتر، به عنوان میکرو بلاگی معروف که در سال ۲۰۰۶ راه‌اندازی شد، به کاربران خود اجازه می‌دهد تا پیام‌هایی با حداکثر ۱۴۰ کاراکتر در هر فرسته مبادله کنند (مک‌فدریز^۵، ۲۰۰۷). آن‌ها با ایجاد حساب مجازی رایگان می‌توانند به تبادل تجربیات، افکار و نظرات خود از طریق فرسته‌هایی بپردازند و با افزودن «هشتگ»^۶ به کلمات کلیدی موجود در فرسته خود، شانس دیده شدن را افزایش دهند. سایر کاربران نیز می‌توانند به صورت کلامی با نوشتن نظر در پاسخ به آن توییت، یا غیرکلامی با استفاده از شکلک، به فرسته ایکس واکنش نشان دهند.

کنش‌گفتار توصیه کردن در تعامل مجازی

از نظر عملی، تعاملات مجازی همانند آنچه در توییتر («ایکس») انجام می‌گیرد، شکلی از کنش‌گفتاری است که در دسته‌بندی‌های متفاوت سرل^۷ (۱۹۷۶) از کنش‌های منظوری^۸، مانند اظهاری^۹، اعلامی^{۱۰}، عاطفی^{۱۱}، ترغیبی^{۱۲} و تعهدی^{۱۳} قرار می‌گیرد. به عنوان محور این تحقیق، توصیه کردن در طبقه‌بندی سرل (۱۹۷۶) نوعی کنش‌گفتاری ترغیبی به حساب می‌آید و در اصطلاح ادبی براون و لوینسون^{۱۴} (۱۹۸۷) به طور ذاتی یک عمل تهدیدکننده وجهه^{۱۵} است. به همین دلیل، توصیه یا مشاوره ممکن است

3. Trevino, Lengel & Daft

4. Computer-mediate communication

5. McFedries

6. Hashtag

7. Searle

8. illocutionary act

9. assertive

10. declarative

11. expressive

12. directive

13. commissive

14. Brown and Levinson

15. An intrinsically face-threatening act

1. Advice

2. Locher & Limberg

با مخالفت مواجه شود (سیلورمن، ۱۹۹۷ به نقل از ون پاپل^۶، ۲۰۱۸). به گفته سرل (۱۹۷۶: ۲۹)، فعل «توصیه کردن» می‌تواند به دو کنش‌گفتار متفاوت، یعنی اظهاری و ترغیبی اشاره داشته باشد:

«توصیه ممکن است به شما بگوید که چیزی درست است (در رابطه با آنچه که به نفع شما هست یا نیست) یا کاری در مورد آن انجام دهید (زیرا به نفع شماست یا نیست). آنها می‌توانند باشند، اما لازم نیست، هر دو به یکباره باشند.»
لوچر و لیمبرگ (۲۰۱۲) خاطرنشان می‌کنند که توصیه کردن تحت تأثیر رابطه بین جوینده توصیه و گیرنده توصیه و زمینه‌ای است که در آن توصیه انجام می‌شود. به عنوان مثال، در یک محیط سازمانی، سلسله‌مراتب بین دو نفر و سطح تخصص آن‌ها بر شیوه و نوع توصیه تأثیر می‌گذارد. علاوه بر این، مانند سایر کنش‌های گفتاری، تحقق مناسب کنش‌گفتاری توصیه تحت تأثیر عوامل مختلفی مانند متغیرهای زمینه‌ای (مثلاً فاصله اجتماعی و قدرت اجتماعی)، خصوصی یا عمومی بودن آن، و میزان حساسیت و شدت آن به وجهه، و اینکه آیا کسی به دنبال درخواست توصیه بوده است یا به طور داوطلبانه توصیه دریافت کرده است، می‌باشد (لوچر و لیمبرگ، ۲۰۱۲). لوچر و لیمبرگ (۲۰۱۲) همچنین می‌گویند که ایدئولوژی و فرهنگ نیز می‌توانند نقش مهمی در زمینه توصیه کردن یا مشاوره دادن ایفا کنند. به عبارت دیگر، در تحلیل توصیه‌ها در زبان‌ها و فرهنگ‌ها، نباید از روش‌ها و هنجارهای آن‌ها غافل شد.

پیشینه پژوهش

مطالعات متعددی با هدف بررسی نحوه اجرای کنش‌گفتار توصیه در زبان‌های مختلف توسط گویشوران بومی آن انجام شده است (مانند زبان فارسی توسط علی‌اکبری و همکاران، ۲۰۱۵؛ زبان اسپانیایی توسط هرناندز-فلورس^۷، ۱۹۹۹)، یا به صورت تطبیقی، زبان‌های مختلفی مورد بررسی قرار گرفته‌اند (به عنوان مثال، مطالعه تطبیقی انگلیسی و اسپانیایی توسط پینتو^۸، ۲۰۱۰؛ عربی سعودی و انگلیسی استرالیایی توسط ال-داخس^۹، ۲۰۲۱)، یا تحقق آن توسط کاربران زبان دوم یا خارجی بوده است (مانند انگلیسی در غنا توسط همپل^۵،

۲۰۱۵). برخی مطالعات از روش‌های استخراج سنتی مانند پرسشنامه استفاده کرده‌اند (به عنوان مثال، آهنگر و همکاران، ۲۰۲۰؛ علی‌اکبری و همکاران، ۲۰۱۵) در حالی که برخی دیگر داده‌های خود را از سکوها تعامل مجازی یا داده‌های طبیعی مانند فیس‌بوک (همپل، ۲۰۱۵)، توییتر (ال-داخس، ۲۰۲۱) یا دیگر سکوها یا تارنماهای برخط (مورو^۶، ۲۰۱۷، ۲۰۱۸) گردآوری کرده‌اند.

به عنوان مثال، کوپر^۸ (۲۰۱۰) بر تعاملات توصیه با همتایان در LiveJournal.com که سکوی تعاملی برخط با قابلیت‌های شبکه‌ای اجتماعی و وبلاگ‌نویسی است، تمرکز کرد. کوپر پیکره‌ای از ۲۱۵ نظر انگلیسی در پاسخ به ۴۶ پیام بر اساس الگوی درخواست توصیه گلداسمیت^۹ (۲۰۰۰) جمع‌آوری و بر اساس الگوی تحلیلی هینکل^{۱۰} (۱۹۹۷) برای کنش‌گفتار توصیه، تجزیه و تحلیل کرد. یافته‌ها نشان می‌دهد که تعاملات اجتماعی آن‌ها در LiveJournal شامل راهبردهای تقاضا^{۱۱} و ارائه توصیه است. علاوه بر این، درخواست توصیه در قالب داستان‌هایی با کارکردهای متنوع رخ می‌دهد که مهم‌ترین آن به اشتراک‌گذاری تجربیات شخصی است.

در پژوهشی مشابه، آیزنکلاس^{۱۲} (۲۰۱۲) استراتژی‌های ارتباطی توصیه کردن را در تالارهای گفتگوی برخط آرژانتینی بررسی کرد. این پژوهش به بررسی محتوای ۲۶۰ فرستۀ جمع‌آوری شده در توصیه‌های قطع روابط عاطفی با دوستان صمیمی با کمترین آسیب از هشت سایت عمومی به زبان اسپانیایی مبتنی بر وب بین سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۰۹ می‌پردازد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد توصیه جسورانه، ارزیابی، توضیح، بیان تجربه مشترک، بحث در مورد تجربه خود، ابراز همدلی، سلب مسئولیت و ارجاع به متخصص از راهبردهای مورد استفاده کاربران بوده است. این رفتارهای گفتمانی در قالب جملات اظهاری، ترغیبی، عبارات پرسشی و ساخت‌های غیرکلامی یا غیرمتناهی^{۱۳} استفاده شدند. یافته‌های آیزنکلاس (۲۰۱۲) همچنین نشان داد که چگونه فرهنگ اسپانیایی می‌تواند بر راهبردهای ارتباطی در تالار گفتگو تأثیر بگذارد.

در پژوهشی دیگر، مورو (۲۰۱۷) به بررسی کنش‌گفتار

6. Morrow
7. van Popple
8. Kouper
9. Goldsmith
10. Hinkel
11. Soliciting
12. Eisenclas
13. non-finite constructions

1. Silverman, 1997, cited in van Popple, 2018
2. Hernández-Flores
3. Pinto
4. EL-Dakhs
5. Hampel

در سراسر جهان، این فرصت را در اختیار کاربران خود قرار می‌دهد تا انواع مختلف اطلاعات را به اشتراک بگذارند. در راستای اهداف این تحقیق، توییت‌هایی انتخاب شدند که از طریق جستجوی پیشرفته توییت با استفاده از «هشتگ» و به دنبال آن کلمات کلیدی مرتبط با درخواست توصیه، مانند #advice، #help و #consult به زبان انگلیسی و #توصیه، #کمک و #پیشنهاد به زبان فارسی، جمع‌آوری شده بودند. داده‌ها از ژوئیه ۲۰۲۳ تا ژوئیه ۲۰۲۴ به‌طور تصادفی جمع‌آوری و در نهایت، بیش از ۷۰۰ نظر مربوط به ۴۰ توییت توصیه‌جویانه گردآوری گردید. پس از حذف نظرات نامربوط و غیرکلامی، ۳۸۸ نظر به زبان فارسی و ۲۹۳ نظر به زبان انگلیسی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

شیوه جمع‌آوری داده‌ها و روش‌های تجزیه و تحلیل

پس از جمع‌آوری داده‌ها، تمام نظرات با دقت خوانده شد و نظرات نامربوط حذف گردید و در نهایت ۷۸۷ نظر انتخاب شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، هر جمله چندین بار خوانده شد تا اطمینان حاصل شود که معنای هر راهبرد با موضوع مرتبط است و سپس بر اساس مدل لوچر (۲۰۰۶) برچسب‌گذاری شد. واحد تجزیه و تحلیل، گزاره‌های معنادار^۴ بود. راهبردهای موجود در نظرات برای شناسایی رفتارهای گفتاری^۵، تیلور زبانی^۶ و تعامل ارتباطی^۷ تحلیل شدند. جدول شماره ۱، الگوی کنش گفتار توصیه لوچر (۲۰۰۶) را نشان می‌دهد.

بخش اول تحلیل شامل نوع و فراوانی رفتارهای گفتاری یا «ساختار محتوا»^۸ است که ممکن است تعدادی از آن‌ها در یک نظر ظاهر شوند (لوچر، ۲۰۰۶، ۵۱). حرکات‌های گفتاری در الگوی لوچر شامل موارد زیر است: توصیه، ارزیابی، تجربه شخصی، اطلاعات عمومی، سلب مسئولیت، فرانظر، توضیح و ارجاع. دسته «سایر موارد»، راهبردهایی را نشان می‌دهد که در پیکره مورد مطالعه ظاهر شده‌اند اما در فهرست هشت راهبرد پیشنهادی لوچر جای نگرفته‌اند. بخش دوم تجزیه و تحلیل به تعامل رابطه‌ای می‌پردازد؛ یا همان‌طور که لوچر و واتس^۹ (۲۰۰۸، ۹۶) بیان کرده‌اند، به «تمام جنبه‌های کار سرمایه‌گذاری شده توسط افراد در ساخت، نگهداری، بازتولید و دگرگونی روابط بین‌فردی در میان افرادی که درگیر عمل

توصیه در تارنماهای مرتبط با سلامت پرداخت و گزارش داد که توصیه، مشابه سایر اشکال ارتباط مجازی، در زبان و زمینه‌های فرهنگی خاصی ارائه می‌شود که بر این اساس بر نحوه توصیه کردن در فضای مجازی تأثیر می‌گذارد. علاوه بر این، توصیه کردن در فضای مجازی به دلیل ناشناس بودن آن تسهیل می‌شود: توصیه کردن در مورد برخی موضوعات حساسیت را افزایش می‌دهد که بر این اساس بر شکل انجام آن تأثیر می‌گذارد.

در مطالعه‌ای مشابه، ال-داحس (۲۰۲۱) پیام‌های مرتبط با توصیه کردن/گرفتن در توییت وزارت‌های بهداشت عربستان سعودی و استرالیا را بررسی کرد. برای این منظور، ال-داحس به بررسی پیکره‌ای از ۲۰۰ توییت سعودی و استرالیایی (۱۰۰ توییت در هر پیکره) برای تحقق راهبردهای توصیه مبتنی بر مدل مارتینز-فلور^۱ (۲۰۰۳) و تعدیل‌کننده‌های درونی^۲ بر اساس مدل تحلیلی تروسبورگ^۳ (۱۹۹۵) پرداخت. نتایج نشان داد که هم کاربران سعودی و هم استرالیایی استفاده از راهبردهای توصیه مستقیم را ترجیح می‌دهند. علاوه بر این، کاربران سعودی راهبردهای مستقیم بیشتری را به کارگرفتند در حالی که کاربران استرالیایی راهبردهای غیرمستقیم مرسوم و تعدیل‌کننده‌های درونی را بیشتر انتخاب کردند.

همان‌طور که پژوهش‌های بالا نشان می‌دهد، استفاده از کنش گفتار توصیه در زبان و شبکه‌های اجتماعی جمع‌آوری داده متفاوت بوده است. بدین منظور، مطالعه حاضر به تحلیل راهبردهای درخواست توصیه به زبان فارسی و انگلیسی در فضای مجازی می‌پردازد. همان‌طور که مورو (۲۰۱۷) اشاره کرده است، غالب مطالعات پیشین کنش گفتار توصیه بر روی زبان انگلیسی یا سایر زبان‌های اروپایی بوده است و مطالعات کمی بر روی این کنش گفتار در زبان‌ها و فرهنگ‌های کشورهای غیرغربی یا مقایسه با آن‌ها وجود دارد. در نتیجه، مطالعه حاضر برای پرکردن این شکاف انجام شده است.

روش پژوهش

پیکره پژوهش

این مطالعه بر اساس پیکره‌ای از ۷۸۷ نظر انگلیسی و فارسی در پاسخ به ۴۰ توییت (۲۰ توییت در هر زبان) انجام شده است. توییت به‌عنوان یکی از قدرتمندترین ابزارهای ارتباطی

4. Meaningful clauses
5. Discursive moves
6. Linguistic realization
7. Relational work
8. The content structure
9. Locher and Watts

1. Martínez-Flor
2. internal modifiers
3. Trosborg

اجتماعی هستند» می‌پردازد. سه نوع کار رابطهای وجود دارد: کارهایی که وجهه را حفظ می‌کنند (مانند استفاده از تردیدنماها، شوخ‌طبعی یا تعریف و تمجید)، کارهایی که وجهه را تهدید می‌کنند (مانند انتقاد) و کارهایی که وجهه را تقویت می‌کنند (مانند پیونددهنده‌ها) (لوچر، ۲۰۰۶).

بخش آخر تحلیل به تبلور زبانی یا چگونگی بیان فرآیند توصیه در قالب زبان واقعی (یعنی امری، پرسشی یا اظهاری)

می‌پردازد. برای ممانعت از اطالۀ کلام، تعریف کاربردی این راهبردها در بخش نتایج ارائه شده است. برای پیشگیری از ذهنیت در برچسب‌زنی و اطمینان از صحت دسته‌بندی، علاوه بر نویسندگان مقاله، ارزیاب دیگری نیز در کدگذاری داده‌ها مشارکت کرد. پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها، از آمار توصیفی (فراوانی) و آمار استنباطی (مجذور خی) به‌منظور پاسخ به پرسش‌های تحقیق استفاده شد.

جدول ۱: رفتارهای گفتمانی^۱ در الگوی تحلیلی لوچر (۲۰۰۶)

راهبرد	توضیح راهبرد	مثال
توصیه ^۲	پیشنهاد یا رهنمودی که به فردی ارائه می‌گردد تا وی را به انجام عمل خاصی یا اتخاذ نگرش و اندیشه‌ی معینی ترغیب کند.	You need not worry at all. Just follow doctor's instructions, eat well and sleep well. ولی توصیه‌ی من اینه به جای اینکه حرفه‌ای جز رشتون یاد بگیرید بهترش اینه که کار و شغل مورد نظر را به صورت علمی یاد بگیرید تا کاربردی باشه و در آینده مشکلی پیش نیاد.
ارزیابی ^۳	قضاوتی که درباره‌ی شرایط، موقعیت یا بیان مسئله‌ی فرد درخواست‌کننده‌ی توصیه صورت می‌گیرد.	If they don't scan or code, would I want to work there? شاید ممانعت شما حس بدی برآش ایجاد کنه. اگه داشته باشه ممکنه برآش عادی بشه و خودش کنار بزاره.
تجربه شخصی ^۴	اشاره‌ی مستقیم توصیه‌دهنده به رویدادها یا موقعیت‌های مرتبطی که خود وی در گذشته تجربه کرده است.	When I was young, my parents hid away my art school portfolio so I couldn't destroy it یادم می‌آد کارهایی رو که بلد نبودیم تکرار می‌کردیم تا یاد بگیریم. پدرم خدا بیامرز خیلی نصیحت‌م می‌کرد.
اطلاعات عمومی ^۵	انتقال واقعیت‌ها و اطلاعات کلی مرتبط با موضوع، بدون ایجاد پیوندی شخصی با شرایط فرد توصیه‌گیرنده.	The Rural payments service will be unavailable on wed 19 Dec from 6 pm until 7 pm. در واقع ما سه روش برا تخلیه خون داریم. ۱- زالو ۲- حجامت خون کثیف داریم دستی حجامت با لیوان و خمیر داریم و حجامت با تیزی برش پوس و خارج کردن خون کثیف ۳- خون دادن در سازمان خون.
سلب مسئولیت ^۶	به اظهاراتی اشاره دارد که توصیه‌دهنده با استفاده از آن‌ها، به محدودیت‌ها یا فقدان صلاحیت خود در زمینه خاصی اعتراف می‌کند.	Thanks a lot. About this novel, I am not sure. You can check website tomorrow. ممنون از راهنمایی‌تون. نه نمی‌خوام پنهان کاری کنم. و من با این نظر موافق نیستم و دانش کافی هم درباره اون ندارم. امیدوارم بتونم باهاش صحبت کنم.
فرانظر ^۷	به اظهاراتی اطلاق می‌شود که به ساختاردهی متن و راهنمایی‌گیرنده برای درک بهتر پیام می‌پردازند مانند: «در مورد سؤال دوم شما... اکنون به سؤال شما در مورد... می‌پردازم.»	It looks a lot better now think. But I still have a lot to change منم به عنوان یک آدم یه ادم ۱۸ ساله به نظرم مشکلی نداره. از نظر امنیت خودش کاملاً حق با شماست. موضوع بزرگیه اما وقتی فکر کنیم بیشتر پدر و مادرها این چالش را داشتند و نگران فرزند بودند.
توضیح ^۸	توضیح نکته‌ای که به تازگی بیان شد. می‌تواند توضیح یا تشریح توصیه، ارجاع، ارزیابی یا هر یک از مقوله‌های قبل از آن باشد.	Half turned heads are always difficult to do especially when starting out. I would re do not because it is bad. far from it, but because starting from scratch. using different techniques, will be good practice and help find what works for you. اگر شما کار را به درستی انجام بدید پاداش می‌گیرید (منظور از پاداش الزاماً هدیه و پول نیست). اگر انجام نشه جزا می‌شه (منظور شکایت و کسر حقوق) معمولاً درست می‌شه.
ارجاع ^۹	جهت‌دهی گیرنده‌ی توصیه به منابعی خارج از گفتمان جاری به منظور کسب راهنمایی یا اطلاعات تخصصی‌تر.	You may refer to: Page 136 – where Jana shared with us that she ate two eggs every day. برای اطلاعات بیشتر سایت @daily home مراجعه کنید.
سایر موارد ^{۱۰}	راهبردهایی خارج از دسته‌بندی‌های تعریف‌شده.	این دسته بندی در قسمت نتایج توضیح داده شده است.

1. Discursive moves
2. Advice
3. Assessment
4. Own experience
5. General information
6. Disclaimer
7. Meta comment
8. Explanation
9. Referral
10. Open category

جدول ۲. راهبردهای تعامل ارتباطی^۱

Don't try to run before you can walk. I can understand you were in difficult situation. عه پس این فصلو کامل و تقریبا نصف فصل بعدم از دست می‌دی. می‌دونم خیلی سخته برات الان.	درک و به اشتراک گذاشتن احساسات با دیگران جهت تقویت ارتباط و بیان شفقت	همدلی کردن ^۲
Good luck with your career. آرزوی موفقیت برا پسترت دارم. از خدا می‌خوام که اون در این کار راهنمایی کنه.	هر گونه کنش کلامی که با هدف ایجاد و تقویت یک رابطه مثبت با توصیه گیرنده انجام می‌پذیرد.	پیونددهنده ^۳
You bet, I will never give up. Yes, Absolutely. That it's so important to let the numbers rule or defy you. زالو خیلی مهم فقط خون آلوده شده را می‌خورد و درد هم ندارد.	واحد های زبانی هستند که برای افزایش قطعیت یا قدرت یک ادعا استفاده می‌شوند و به آن اعتبار بیشتری می‌بخشند (هولمز، ۱۹۹۵).	یقین‌نما ^۴
The length of tweet is a problem. The bottom of your brainstorm may be addressing what I alluded to. No I didn't see a video, sorry. دولت هم کاری برای ما انجام نمی‌ده. بهتر به معاون شکایت کنیم.	کنشی گفتاری که به طور مستقیم یا غیرمستقیم، وجهه مثبت (شایستگی) یا وجهه منفی (استقلال) توصیه گیرنده را تهدید می‌کند.	انتقاد ^۵
I think you need to start over might take a pick and just go for the change. احتمالا همینطور بشه. این حرکت می‌تونه عملی بشه.	عنصر زبانی با هدف کاهش بار تحمیل یک کنش گفتاری بر مخاطب و پاسداشت وجهه او استفاده می‌شود.	تردیدنما ^۶
hahaha, you are ugly. but not my style leave it. رفتم برا حجامت. بهم گفتن باید یک کیسه خون بهت تزریق کنن. چه برسه بیای خون بدی.	طنزی که محتوای تحمیلی را کاهش می‌دهد.	شوخ طبعی ^۷
Good clear advice- sensitive, sympathetic, firm and fair . خدا نکته گل قشنگم. این چه حرفیه! تو خیلی مهربون ودل ات مثل دریا صاف و زلال.	ستایش صفات یا عملکردهای مثبت طرف مقابل.	تعریف و تمجید ^۸

جدول ۳. تبلور زبانی^۹

راهبرد	مثال
امری ^{۱۰}	<u>Stop doing those damn voices that hurt after like 5 minutes of using them.</u> تاتو را با کسی مشورت نکن و خودت بشین ببین چی دوس داری بقیه فقط جو میدن اون لحظه.
پرسی ^{۱۱}	She is very anxious for my ET this Sunday. <u>Anything I need to worry or prepare for the IT?</u> چرا دارید حمایتش می‌کنید؟ می‌تونستید باهاش حرف بزنید و قانعش کنید. چرا نسبت به اون احساس مسئولیت می‌کنید؟
اظهاری ^{۱۲}	<u>I think it's pretty rare that a person actively tries to make another person doubt themselves. I think we all do most of that work ourselves based on how we perceive situation involving other people</u> گیتی چون نگرانی شما قابل درک ولی من بعید می‌دونم پسری که زیر نظر شما تربیت شده از علاقه‌اش در مسیر اشتباه و بیراهه استفاده کنه.
شرطی ^{۱۳}	<u>If people have life experience and have got through and use Instagram or any other social media, then why not?</u> بهترش اینه که کار و شغل مورد علاقه‌ات را به صورت علمی یاد بگیری. اگه این کار را نکنی و دنبال حرفه مورد نظرت نری یک عمر افسوس می‌خوری.

1. Relational work
2. Empathizing
3. Bonding
4. Boosting
5. Criticizing
6. Hedging
7. Use of humor
8. Praising
9. Linguistic realization
10. The imperatives
11. The interrogative
12. The declarative
13. Conditional

یافته‌ها

نتایج مربوط به رفتارهای گفتمانی

جدول ۴ توزیع راهبردهای توصیه را در پیکره نشان می‌دهد. نتایج نشان داد که در توزیع رفتارهای گفتمانی، «توصیه» پرکاربردترین حرکت گفتمانی در پیکره است و پس از آن، راهبردهای «توضیح» و «ارزیابی» به ترتیب به عنوان دومین و سومین حرکت‌های گفتمانی پر کاربرد در هر دو پیکره انگلیسی

و فارسی قرار دارند. همچنین نتایج حاکی از آن بود که در پیکره انگلیسی، اطلاعات عمومی (۷.۳٪)، تجربه شخصی (۶.۱٪)، فرانظر (۵.۶٪)، سلب مسئولیت (۴.۱٪) ارجاع (۳.۶٪) به ترتیب پرکاربردترین تا کم‌کاربردترین حرکت‌های گفتمانی بودند. این در حالی است که در پیکره فارسی، فرانظر (۵.۵٪)، سلب مسئولیت (۴.۲٪)، ارجاع (۳.۱٪) و اطلاعات عمومی (۱.۳٪) این رتبه‌ها را به خود اختصاص دادند.

جدول ۴. توزیع رفتارهای گفتمانی در پیکره

رفتارهای گفتمانی		پیکره فارسی		پیکره انگلیسی		Sig	x2
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد			
توصیه	۲۱۶	۳۹.۶	۱۳۹	۳۳.۷	۰.۰۰	۱۶.۷۰۱	
ارزیابی	۴۱	۷.۵	۳۸	۹.۲	۰.۷۳	۰.۱۱۴	
تجربه شخصی	۱۶	۲.۹	۲۵	۶.۱	۰.۱۶	۱.۹۷۶	
اطلاعات عمومی	۷	۱.۳	۳۰	۷.۳	۰.۰۰	۱۴.۲۹۷	
سلب مسئولیت	۲۳	۴.۲	۱۷	۴.۱	۰.۳۴	۰.۹۰۰	
فرانظر	۳۰	۵.۵	۲۳	۵.۶	۰.۳۳	۰.۹۲۵	
توضیح	۶۷	۱۲.۳	۶۰	۱۴.۵	۰.۵۳	۰.۳۸۶	
ارجاع	۱۷	۳.۱	۱۵	۳.۶	۰.۷۱	۰.۱۲۵	
سایر موارد	تجربیات شخصی دیگران	۱۷	۳.۱	۳	۰.۷	۰.۰۰	۹.۸۰۰
	قدردانی	۳۷	۶.۸	۱۸	۴.۴	۰.۰۱	۶.۵۶۴
	انتظارات آینده	۱۷	۳.۱	۱۶	۳.۹	۰.۸۶	۰.۰۳۰
	آزوی موفقیت	۲۷	۴.۹	۷	۱.۷	۰.۰۰	۱۱.۷۶۵
	سوال جهت اطلاع/ نظر	۳۱	۵.۷	۲۲	۵.۳	۰.۲۱	۱.۵۲۸
جمع		۵۴۶	۱۰۰	۴۱۳	۱۰۰	۰.۰۰۱	۱۷.۶۷۸

در دسته «سایر موارد»، سؤال جهت اطلاع/نظر (۵.۳٪)، قدردانی (۴.۴٪)، انتظارات آینده (۳.۹٪)، آزوی موفقیت (۱.۷٪) و تجربیات شخصی دیگران (۰.۷٪)، به ترتیب پرتکرارترین تا کم‌تکرارترین حرکت‌های گفتمانی مورد استفاده در پیکره انگلیسی بودند. این در حالی است که در پیکره فارسی، قدردانی (۶.۸٪) به دنبال آن سؤال جهت اطلاع/نظر (۵.۷٪)، آزوی موفقیت (۴.۹٪)، تجربیات شخصی دیگران (۳.۱٪) و انتظارات آینده (۳.۱٪)، پرکاربردترین تا کم‌کاربردترین رفتارهای گفتمانی را تشکیل دادند.

توصیه عبارت است از بیان صریح اینکه گیرنده باید چه کاری انجام دهد یا به چه چیزی فکر کند. این راهبرد معمولاً از طریق دستورات، افعال وجهی الزام‌آور (مانند باید، نیاز دارد، نباید) و واژه‌های مرتبط با توصیه (مانند نصیحت، کمک،

پیشنهاد) قابل شناسایی است. نتایج آزمون خی-دو نشان می‌دهد که تفاوت آماری معناداری در استفاده از راهبرد توصیه بین دو پیکره وجود دارد ($P < 0.05$, $Sig = 0.00$). به عبارت دیگر، کاربران فارسی‌زبان بیش از کاربران انگلیسی‌زبان از این راهبرد استفاده کردند.

در **ارزیابی**، توصیه‌دهنده وضعیت توصیه‌گیرنده را می‌سنجد. همان‌طور که در جدول ۴ نشان داده شده است، از راهبرد ارزیابی در ۷.۵٪ از موارد پیکره فارسی و ۹.۲٪ از موارد پیکره انگلیسی استفاده شده است. با این وجود، تفاوت آماری معناداری در کاربرد این راهبرد بین دو پیکره مشاهده نشد ($P > 0.05$, $Sig = 0.73$).

تجربه شخصی به بیان دیدگاه‌های مبتنی بر تجربه‌های فردی توصیه‌کننده اشاره دارد. همان‌طور که در

وجود ندارد ($\text{Sig}=0.71, P>0.05$).

سایر موارد

دسته «سایر موارد» برای حرکتهای گفتمانی محدودی به کار رفت که با هیچ یک از دسته‌بندی‌های اصلی ارائه شده در جدول مطابقت نداشتند (Locher, 2006, p. 62).

تجربیات شخصی دیگران

این حرکت گفتمانی شامل استفاده از تجربیات افراد دیگر (غیر از خود توصیه کننده) به عنوان پایه‌ای برای توصیه است. همان‌طور که در جدول ۴ نشان داده شده است، از این راهبرد در ۰.۷٪ از موارد پیکره انگلیسی و ۳.۱٪ از موارد پیکره فارسی استفاده شده است. نتایج آزمون خی دو تفاوت آماری معناداری را در استفاده از این راهبرد بین دو پیکره نشان داد ($\text{Sig}=0.00, P<0.05$). نمونه‌هایی از دو پیکره در ادامه ارائه شده است:

مثال ۱۷ (پیکره انگلیسی)

Jack said, he took vitamin and folic acid for several weeks. And now he has felt better.

مثال ۱۸ (پیکره فارسی): تو تمام ادارات دولتی آبدارچی

نفوذ زیادی دارن. آقای محمدی میگفت که یک بار یک جعبه شیرینی با قهوه ترک خریدم و بردم برای آبدارچی؛ کارم راه افتاد. به نظر منم این کار را بکنی موفق میشی.

قدردانی

در این راهبرد، کاربران سپاس خود را از توصیه‌های ارائه شده توسط دیگران ابراز می‌کنند. همان‌طور که در جدول ۴ آمده است، از قدردانی در ۴.۴٪ از موارد پیکره انگلیسی و ۶.۸٪ از موارد پیکره فارسی استفاده شده است. نتایج تحلیل خی دو تفاوت آماری معناداری را در استفاده از این راهبرد بین دو پیکره نشان داد ($\text{Sig}=0.01, P<0.05$). نمونه‌هایی از این راهبرد در ادامه ارائه شده است:

مثال ۱۹ (پیکره انگلیسی)

Thanks a lot. They are me emotes on twitch too.

مثال ۲۰ (پیکره فارسی): مرسی. فردا سعی می‌کنم از

راهنمایتون استفاده کنم.

کاربران از واژه‌ها یا عبارتهایی مانند «تشکر»،

«سپاسگزارم» و «مرسی» برای نشان دادن قدردانی خود استفاده کردند.

جدول ۴ آمده است، راهبرد تجربه شخصی در ۶.۱٪ از موارد پیکره فارسی و ۶.۱٪ از موارد پیکره انگلیسی به کار رفته است. افزون بر این، تفاوت آماری معناداری بین دو پیکره در استفاده از این راهبرد یافت نشد ($\text{Sig}=0.16, P>0.05$) این راهبرد عمدتاً ساختاری روایی دارد، زیرا به شرح تجربه مستقیم توصیه کننده می‌پردازد.

اطلاعات عمومی راهبردی است که در قالب

واقعیت‌های عینی و غیرشخصی ارائه می‌شود. چنان که در جدول ۴ ملاحظه می‌شود، از اطلاعات عمومی در ۱.۳٪ از موارد پیکره فارسی و ۷.۳٪ از موارد پیکره انگلیسی استفاده شده است. نتایج آزمون خی دو تفاوت آماری معناداری را در کاربرد این راهبرد بین دو پیکره نشان می‌دهد ($P<0.05$), به عبارت دیگر، کاربران انگلیسی زبان بیش از کاربران فارسی زبان از اطلاعات عمومی بهره برده‌اند.

سلب مسئولیت نشان دهنده آگاهی یا توانایی ناکافی

توصیه کننده برای کمک به گیرنده پیام است. همان‌طور که در جدول ۴ نشان داده شده است، از سلب مسئولیت در ۴.۲٪ از موارد پیکره فارسی و ۴.۱٪ از موارد پیکره انگلیسی استفاده شده است. نتایج آزمون خی دو حاکی از آن است که تفاوت آماری معناداری بین دو پیکره در استفاده از این راهبرد وجود ندارد ($\text{Sig}=0.34, P>0.05$).

فرانظر به گیرنده کمک می‌کند تا پیام را بهتر درک

کند. همان‌طور که در جدول ۴ آمده است، از فرانظر در ۵.۵٪ از موارد پیکره فارسی و ۵.۶٪ از موارد پیکره انگلیسی استفاده شده است. با این حال، تفاوت آماری معناداری بین دو پیکره مشاهده نشد ($\text{Sig}=0.33, P>0.05$).

توضیح به مورد یا گزاره پیش تر بیان شده اشاره می‌کند.

همان‌طور که در جدول ۴ نشان داده شده است، از راهبرد توضیح در ۱۲.۳٪ از موارد پیکره فارسی و ۱۴.۵٪ از موارد پیکره انگلیسی استفاده شده است. با این وجود، هیچ تفاوت آماری معناداری در کاربرد این راهبرد بین دو پیکره وجود نداشت ($\text{Sig}=0.53, P>0.05$).

ارجاع راهبردی است که در آن توصیه کننده، گیرنده را

برای دریافت اطلاعات، کمک یا توصیه به منابع دیگر راهنمایی می‌کند. جدول ۴ نشان می‌دهد که از ارجاع در ۳.۱٪ از موارد پیکره فارسی و ۳.۶٪ از موارد پیکره انگلیسی استفاده شده است. نتایج تحلیل خی دو نشان می‌دهد که از نظر آماری تفاوت معناداری در استفاده از ارجاع بین دو پیکره

انتظارات آینده

این راهبرد شامل ارائه توصیه بر اساس پیامدهای پیش‌بینی‌شده در آینده است. در اینجا از زبان آینده‌نگر برای برجسته‌سازی نتایج بالقوه استفاده می‌شود (مانند «اگر این کار را انجام دهی...»). کاربران با به کارگیری این راهبرد و با تأکید بر مزایای پیروی از توصیه و تأیید احساسات مخاطب، او را ترغیب می‌کنند و به این ترتیب، اعتماد و شفافیت در فرآیند تصمیم‌گیری را تقویت می‌نمایند. در مجموع، هدف این راهبرد، تأثیرگذاری بر اقدامات مخاطب از طریق مرتبط ساختن توصیه با اهداف آینده‌اوست. همان‌طور که در جدول شماره ۴ ارائه شده است، از انتظارات آینده در ۳۹٪ از موارد پیکره انگلیسی و ۳۱٪ از موارد پیکره فارسی استفاده شده است. نتایج تحلیل خی‌دو تفاوت آماری معناداری را در استفاده از این راهبرد بین دو پیکره نشان نداد ($P > 0.05$, $Sig = 0.86$). نمونه‌هایی از دو پیکره در ادامه ارائه شده است:

مثال ۲۱ (پیکره انگلیسی)

I said before I love making videos & the love for creating will never be lost for me. If you do the videos, you make many others do grow though.

مثال ۲۲ (پیکره فارسی): بلبه امیدوارم با انجام این کار روحیه دخترتون بهتر بشه.

آرزوی موفقیت

در این راهبرد، توصیه‌کننده برای گیرنده آرزوی توفیق و نیک‌بختی می‌کند. نتایج نشان می‌دهد که از این راهبرد در ۱۷٪ از موارد پیکره انگلیسی و ۴۹٪ از موارد پیکره فارسی استفاده شده است. نتایج تحلیل خی‌دو تفاوت آماری معناداری را بین دو پیکره نشان داد ($P < 0.05$, $Sig = 0.00$). نمونه‌هایی از دو پیکره در ادامه ارائه شده است:

مثال ۲۳ (پیکره انگلیسی)

The best wish for you.

مثال ۲۴ (پیکره فارسی): پیشنهاد خیلی خوبیه حتما بهش عمل می‌کنم. مراقب خودت باش عزیز دل.

پرسش

کاربران با استفاده از این راهبرد، درباره جنبه‌های مختلف توصیه پرسش می‌کنند. همان‌طور که در جدول شماره ۴ نشان داده شده است، در ۵۳٪ از موارد پیکره انگلیسی و

۵۷٪ از موارد پیکره فارسی از این راهبرد استفاده شده است. با این وجود، تفاوت آماری معناداری بین دو پیکره مشاهده نشد ($P > 0.05$, $Sig = 0.21$). نمونه‌هایی از دو پیکره در ادامه ارائه شده است:

مثال ۲۵ (پیکره انگلیسی)

If Twitter is so anti-China, why does it allow you to post?

مثال ۲۶ (پیکره فارسی): معیارتون برای تشخیص صلاحیت یک شخص چیه؟ درباره موضوع بیشتر توضیح بدید.

تعامل ارتباطی

تعامل ارتباطی به «رابطه‌ای اشاره دارد که افراد در مذاکره و مدیریت روابط خود با دیگران سرمایه‌گذاری می‌کنند.» (Locher & Watts, 2005, p. 10). همان‌طور که جدول ۵ نشان می‌دهد، **یقین‌نماها** (۵۳.۷٪) در پیکره انگلیسی و ۳۴.۳٪ در پیکره فارسی) پرکاربردترین صورت تعامل ارتباطی در هر دو پیکره بودند. **تردیدنماها** (۱۶.۳٪) دومین راهبرد پرکاربرد در پیکره انگلیسی و **شوخی‌طبیعی** (۲۳.۳٪) و **تردیدناها** (۲۱.۳٪) به ترتیب دومین و سومین صورت‌های پرکاربرد تعامل ارتباطی در پیکره فارسی بودند. شرح مبسوطی از کاربرد این صورت‌های تعامل ارتباطی در بخش‌های زیر ارائه شده است.

۱. **پیونددهنده:** هدف پیوند دادن، برقراری ارتباط با خوانندگان یا ایجاد گزارش مثبت است. همان‌طور که در جدول شماره ۵ نشان داده شده است، پیوند در ۵/۴٪ پیکره انگلیسی و ۹/۳٪ پیکره فارسی یافت شد. نتایج تجزیه و تحلیل خی‌دو نشان داد که از نظر آماری تفاوت معناداری در استفاده از پیوند در دو پیکره وجود دارد ($P < 0.05$, $Sig = 0.00$). به عبارت دیگر، کاربران فارسی‌زبان بیش‌تر از کاربران انگلیسی‌زبان از پیوند استفاده می‌کنند.

۲. **همدلی کردن:** همدلی عبارت است از «بیان درک همدلانه از شخص دیگری که باعث ایجاد نزدیکی می‌شود» (لوچر، ۲۰۰۶، ص ۲۷۳). یافته‌ها نشان داد که از همدلی در ۲/۷ پیکره انگلیسی و ۱/۷ پیکره فارسی استفاده شده است. تفاوت آماری معناداری بین دو پیکره وجود نداشت ($P > 0.05$, $Sig = 0.73$).

جدول ۵. توزیع تعامل ارتباطی در پیکره

x2	Sig	انگلیسی		فارسی		
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۱۱.۱۱۱	۰.۰۰۱	۵.۴	۸	۹.۳	۲۸	پیونددهنده‌ها
۰.۱۱۱	۰.۷۳	۲.۷	۴	۱.۷	۵	همدلی کردن
۱.۲۰۰	۰.۳۶	۸.۲	۱۲	۶	۱۸	انتقاد
۳.۱۶۵	۰.۰۷	۵۳.۷	۷۹	۳۴.۳	۱۰۳	یقین‌نما
۱۸.۱۸۲	۰.۰۰۱	۱۶.۳	۲۴	۲۱.۳	۶۴	تردیدنما
۴۱.۰۲۴	۰.۰۰۱	۸.۲	۱۲	۲۳.۳	۷۰	شوخی طبعی
۰.۸۰۰	۰.۵۰	۵.۴	۸	۴	۱۲	تعریف و تمجید
۵۲.۳۶۹	۰.۰۰۱	۱۰۰	۱۴۷	۱۰۰	۳۰۰	جمع

کند (هی^۱، ۲۰۰۰، ص ۷۱۶). می‌توان از آن برای حفظ وجهه در ارائه پیام‌های مشاوره استفاده کرد. همان‌طور که در جدول شماره ۵ نشان داده شده است، از طنز در ۸/۲ پیکره انگلیسی و ۲۳/۳ پیکره فارسی استفاده شده است. نتایج تجزیه و تحلیل‌های دو نشان داد که از نظر آماری تفاوت معناداری در استفاده از شوخی طبعی در دو پیکره وجود دارد ($Sig=0.00, P<0.05$).

۷. تعریف و تمجید: به‌عنوان یک راهبرد مشارکت، تمجید وسیله‌ای است برای توصیف جوینده تا نگرش‌ها یا اقدامات مثبت خود را به توصیه‌کننده بیان کند (لوچر، ۲۰۰۶). نتایج نشان داد که از تمجید در ۵/۴ پیکره انگلیسی و ۴ پیکره فارسی استفاده شده است. نتایج تحلیل‌های دو تفاوت معناداری را بین این دو پیکره نشان نداد ($Sig=0.05, P>0.05$).

تبلور زبانی

جدول ۶ فراوانی کنش تحقق زبانی در دو پیکره را نشان می‌دهد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، جملات اظهاری بیش‌ترین فراوانی را در هر دو پیکره داشته‌اند. همچنین، استفاده از ساختار امری در پیکره فارسی (۱۸/۲۸٪) بسیار معمول‌تر از پیکره انگلیسی (۶/۱۰٪) بوده است. نتیجه آزمون‌های دو تفاوت معناداری در استفاده از کنش تبلور زبانی بین دو پیکره نشان می‌دهد.

۳. انتقاد: بیان نارضایتی یا اظهار نظر منفی»

درباره‌ی یک متن است (هایلند، ۲۰۰۴، ص ۴۴). انتقاد به‌شیوه‌ای محتاطانه برای به‌حداقل‌رساندن از دست‌دادن وجهه استفاده شد. اگر فرد نصیحت‌جو ادعا کند که با عمل، نگرش یا دیدگاه‌های نصیحت‌کننده مخالف است، این عمل، عملی تهدیدآمیز برای وجهه او محسوب می‌شود (لوچر، ۲۰۰۶). نتایج نشان داد که در ۲/۸ پیکره انگلیسی و ۶ پیکره فارسی از انتقاد استفاده شده است. با این وجود، تفاوت آماری معناداری بین دو پیکره وجود ندارد ($Sig=0.36, P>0.05$).

۴. یقین‌نما: به‌عنوان عمل تهدیدکننده وجهه، از

یقین‌نماها برای تأکید بر محتوای یک کنش گفتمانی استفاده می‌شود. همان‌طور که جدول شماره ۵ نشان می‌دهد، از یقین‌نماها در ۵۳/۷ پیکره انگلیسی و ۳۴/۳ پیکره فارسی استفاده شد. با این وجود، تفاوت آماری معناداری بین این دو پیکره وجود ندارد ($Sig=0.07, P>0.05$).

۵. تردیدنما: مصون‌سازی یک کنش حفظ وجهه است

که هدف آن کاهش یک کنش تهدیدکننده وجهه با استفاده از برخی پوشش‌های واژگانی مانند شاید، احتمالاً و غیره است (لوچر، ۲۰۰۶). همان‌طور که در جدول شماره ۵ نشان داده شده است، از تردیدنماها در ۱۶/۳ پیکره انگلیسی و ۲۱/۳ پیکره فارسی استفاده شده است. نتایج نشان داد که تفاوت آماری معناداری در استفاده از تردیدنماها در دو پیکره وجود دارد ($Sig=0.00, P<0.05$).

۶. شوخی طبعی: طنز تلاش می‌کند «همبستگی خود را

با مخاطبان و ایجاد موقعیت احترام و جایگاه در گروه» بیان

جدول ۶: تبلور زبانی در پیکره

X2	Sig	انگلیسی		فارسی		
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۳۲.۱۷۳	۰.۰۰۱	۸۱.۹۵	۳۳۶	۷۴.۳۰	۵۰۰	اظهاری
۱.۷۲۴	۰.۱۸۹	۵.۸۵	۲۴	۵.۰۵	۳۴	پرسشی
۶۴.۸۶۹	۰.۰۰۱	۶.۱۰	۲۵	۱۸.۲۸	۱۲۳	امری
۱.۹۷۶	۰.۱۶۰	۶.۱۰	۲۵	۲.۳۷	۱۶	شرطی
۶۳.۸۹۸	۰.۰۰۱	۳۷.۹	۴۱۰	۶۲.۱	۶۷۳	جمع

۲/۳۷ (n = ۱۶) و در جملات انگلیسی ۶/۰۹ (n = ۲۵) بوده است. آزمون خی‌دو تفاوت معناداری در استفاده از این دو ساختار در دو پیکره نشان نمی‌دهد ($P > ۰.۰۵$ ، $Sig = ۰.۱۶$).

بحث

نتایج پژوهش حاضر در مورد کنش گفتار توصیه در پاسخ‌های تویتری انگلیسی و فارسی، شباهت‌های قابل توجه و تفاوت‌های ظریفی را در راهبردهای به‌کار رفته توسط کاربران هر زبان نشان می‌دهد. در پاسخ به اولین پرسش تحقیق در مورد انواع راهبردهای توصیه، نتایج نشان داد که هم کاربران انگلیسی و هم فارسی اغلب از توالی کنش‌های گفتمانی شامل نصیحت، توضیح، به‌اشتراک‌گذاری تجربیات شخصی، سلب مسئولیت و ارجاع استفاده می‌کنند. این الگوی سازماندهی کنش‌ها، تمایل مشترکی را به سمت غیرمستقیم‌بودن در توصیه کردن نشان می‌دهد، زیرا به نظر می‌رسد هر دو گروه ترجیح می‌دهند فرآیند تصمیم‌گیری جوینده نصیحت را تسهیل کنند تا اینکه به‌طور مستقیم دستورالعملی صادر کنند. این یافته با مشاهدات سارانگی و کلارک^۲ (۲۰۰۲) هم‌سوست که چنین استدلال می‌کنند که این دسته از راهبردها برای جلوگیری از تحمیل آشکار و حفظ هماهنگی بین‌فردی در زمینه‌های نصیحت‌آمیز به کار می‌روند.

استفاده از توضیحات و تجربیات شخصی به عنوان مکمل توصیه‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. همان‌طور که لوچر و هافمن (۲۰۰۶) اشاره می‌کنند، این کنش‌ها صرفاً فرعی نیستند؛ بلکه نقش محوری در «تسهیل فرآیند تصمیم‌گیری در ذهن خواننده» دارند (صفحه ۸۶). با ارائه اطلاعات پیش‌زمینه یا به‌اشتراک‌گذاری تجربیات مشابه، ارائه‌دهندگان توصیه، محیطی حمایتی ایجاد می‌کنند که به فرد جویای توصیه قدرت

۱. اظهاری: در ساختار اظهاری، راهبرد توصیه کردن به‌صورت استفاده از فاعل قبل از فعل در جمله و اتمام جمله با نقطه است (چیو^۱، ۲۰۱۷: ۱۶۳). همان‌طور که در جدول شماره ۶ نشان داده شده است، تفاوت معناداری در استفاده از ساختار اظهاری بین پیکره فارسی و انگلیسی وجود دارد ($P < ۰.۰۵$ ، $Sig = ۰.۰۱$). به عبارت دیگر، ساختار اظهاری در پیکره فارسی (۷۴/۳۰٪) بیش‌تر از پیکره انگلیسی (۸۱/۹۵٪) به کار رفته است.

۲. پرسشی: در این حالت، کاربر در قالب جمله پرسشی، به دنبال توصیه است. جدول شماره ۶ نشان می‌دهد که از بین ۳۹۸ تبلور زبانی، در پیکره فارسی ۵/۰۵ (n=۳۴) و در پیکره انگلیسی ۵/۸۵ (n=۲۴) از ساختار پرسشی استفاده شده است. نتایج آزمون خی‌دو نشان می‌دهد که بین این دو گروه تفاوت معناداری در استفاده از این راهبرد وجود نداشت ($P > ۰.۰۵$ ، $Sig = ۰.۱۸۹$).

۳. امری: جدول شماره ۶ نشان می‌دهد که از ۳۹۸ تبلور زبانی در پیکره فارسی از ساختار امری ۱۸/۲۷ (n=۱۲۳) و در پیکره انگلیسی ۶/۰۹ (n=۲۵) استفاده شده است. نتایج آزمون خی‌دو تفاوت معناداری در استفاده از ساختار امری بین پیکره فارسی و انگلیسی نشان می‌دهد. نسبت استفاده از این راهبرد در نظرات فارسی به‌طور معناداری از زبان انگلیسی بیش‌تر بوده است ($P < ۰.۰۵$ ، $Sig = ۰.۰۰$).

۴. شرطی: ساختار شرطی که با «اگر» آغاز می‌شود، مانند «اگر واقعاً چیزی را می‌خواهی، پس تو...»، در صورتی قابل اجرا است که برخی شرایط محقق شود. به بیان دیگر، «اگر» چیزی را بیان می‌کند که باید درست باشد یا قبل از اینکه چیز دیگری بتواند درست باشد، اتفاق بیفتد. با توجه به جدول شماره ۶، استفاده از این راهبرد در پیکره فارسی ۶۲/۱٪

مانند («اگر من جای تو بودم...») استفاده کنند که به عنوان نشانگرهای ادب مرسوم در گفتمان فارسی عمل می‌کنند. این یافته با چارچوب پروژه تحقیق کنش گفتاری بین فرهنگی^۲ سازگار است، که نقش هنجارهای فرهنگی را در شکل‌دهی به کاربردشناسی کنش‌های گفتاری در زبان‌های مختلف برجسته می‌کند.

این یافته‌ها همچنین پیامدهای مهمی برای ارتباطات بین فرهنگی و آموزش زبان دارند. به عنوان مثال، زبان‌آموزان فارسی‌زبانی که انگلیسی می‌آموزند ممکن است از آموزش صریح در مورد استفاده از راهبردهای غیرمستقیم و اجتناب از جملات امری در زمینه‌های نصیحت‌آمیز بهره‌مند شوند، در حالی که انگلیسی‌زبانانی که با مخاطبان فارسی‌زبان تعامل دارند باید از کارکردهای عملی جملات شرطی در فارسی آگاه باشند. علاوه بر این، این مطالعه بر نیاز به آموزش عملی مبتنی بر کنش (مارتینز-فلور، ۲۰۰۶) در ارتباطات دیجیتال تأکید می‌کند، جایی که تفاوت در قراردادهای نصیحت کردن به راحتی می‌تواند منجر به سوء تفاهم شود.

در پاسخ به سوال دوم تحقیق، مبنی بر اینکه چه تفاوت آماری در استفاده از راهبردهای توصیه بین دو پیکره وجود دارد، یافته‌ها نشان داد که از نظر آماری تفاوت معناداری در استفاده کلی از راهبردهای مشاوره در نظرات وجود دارد. از منظر رفتارهای گفتمانی، نتایج نشان داد که در مجموع، کاربران فارسی‌زبان از راهبردهای بیشتری نسبت به کاربران انگلیسی‌زبان استفاده می‌کنند. یافته‌ها همچنین نشان داد که کاربران فارسی‌زبان به طور معناداری بیشتر از کاربران انگلیسی‌زبان از راهبردهای مشاوره استفاده می‌کنند در حالی که کاربران انگلیسی‌زبان بیشتر از کاربران فارسی‌زبان از اطلاعات عمومی استفاده می‌کنند. فراوانی پایین استفاده از توصیه مستقیم توسط کاربران انگلیسی‌زبان در مقایسه با فارسی‌زبان را می‌توان در پرتو لوچر و هافمن^۳ (۲۰۰۶) توضیح داد که معتقدند توصیه در فرهنگ غربی یک کنش تهدیدکننده وجهه تلقی می‌شود.

بر اساس تئوری ادب براون و لوینسون (۱۹۸۷)، مشاوره‌دادن می‌تواند هم به توصیه‌جویان و هم به دریافت‌کنندگان توصیه آسیب برساند. با وجود این، یک نظرسنجی در مورد مشاوره از طریق ارتباطات برخط نشان داد که به دلیل ناشناس بودن که به آن‌ها امکان مدیریت

انتخابی آگاهانه می‌دهد. این رویکرد با شناسایی سه راهبرد اصلی توصیه غیرمستقیم توسط پادلینسکی^۱ (۱۹۹۸) هم‌سوست: گنجاندن راه‌حل‌ها در پرسش‌ها، به‌اشتراک‌گذاری مشکلات و راه‌حل‌های خود و صرفاً ارائه اطلاعات در مورد راه‌حل‌های ممکن. اگرچه پادلینسکی خاطرنشان می‌کند که به‌اشتراک‌گذاری داستان‌های «من هم» ممکن است همبستگی با فرد جویای توصیه را تقویت کند، اما اثربخشی این راهبرد را در هدایت واقعی تصمیم‌گیری زیر سؤال می‌برد. این نکته ظریف، زمینه بالقوه‌ای را برای تحقیقات آینده، به ویژه در مورد چگونگی درک و ارزیابی توصیه‌هایی که از طریق به‌اشتراک‌گذاری تجربیات شخصی ارائه می‌شود، توسط جویندگان توصیه، نشان می‌دهد.

در رابطه با تحقق زبانی توصیه، این مطالعه نشان داد که پیکره‌های انگلیسی و فارسی هر دو شکل خبری را بر افعال امری و پرسشی ترجیح می‌دهند. این ترجیح برای جملات خبری به جای دستورات یا سوالات مستقیم، نشان‌دهنده روند گسترده‌تری در نصیحت برخط است، همان‌طور که لوچر (۲۰۰۶) اشاره کرد. او دریافت که استفاده از جملات خبری و پرسشی در نصیحت، «کنش تهدیدآمیز گفتن به کسی که چه کاری انجام دهد» را کاهش می‌دهد (صفحه ۲۶۱). فراوانی بالای جملات خبری در انگلیسی (۸۲٪) و فارسی (۲۹/۷۴٪) از این استدلال پشتیبانی می‌کند که غیرمستقیم‌گویی راهبرد ارزشمندی در تعاملات نصیحتی دیجیتال است و به جویندگان نصیحت این استقلال را می‌دهد که نصیحت را بدون احساس فشار بپذیرند یا رد کنند. این یافته هم‌سو با نظریه ادب براون و لوینسون (۱۹۸۷) است، که مطابق آن افعال گفتاری غیرمستقیم اغلب برای کاهش تهدیدها برای وجهه منفی گیرنده به کار می‌روند.

علیرغم این شباهت‌های کلی، برخی تفاوت‌ها نیز مشاهده شد. برای مثال، پاسخ‌های فارسی در مقایسه با انگلیسی تمایل کمی بیشتری به استفاده از افعال امری نشان دادند که ممکن است بیانگر تفاوت‌های فرهنگی در پذیرش صراحت در نصیحت کردن باشد. این مشاهده با یافته‌های پیشقدم و شرف‌الدینی (۲۰۱۱) هم‌سوست که فارسی، به عنوان یک فرهنگ با زمینه بالا، گاهی اوقات راهبردهای پیشنهاد مستقیم‌تر را تحمل می‌کند، به ویژه هنگامی که همبستگی یا روابط سلسله‌مراتبی در میان باشد. علاوه بر این، کاربران فارسی بیشتر احتمال دارد از ساختارهای شرطی

2. CCSARP (Cross-Cultural Speech Act Realization Patterns)
3. Locher and Hoffman

1. Pudlinski

نتیجه‌گیری

این مطالعه به منظور بررسی چگونگی تحقق توصیه توسط کاربران انگلیسی و فارسی‌زبان در پاسخ به فرسته‌های توصیه‌جویانه در فضای مجازی انجام شد. نتایج نشان داد که کاربران فارسی و انگلیسی‌زبان از راهبردهای کنش‌های گفتمانی شامل نصیحت، توضیح، به‌اشتراک‌گذاری تجربیات شخصی، سلب مسئولیت و ارجاع استفاده کردند و الگوی استفاده از این راهبردها تمایل هر دو گروه به ابراز غیرمستقیم راهبردهای توصیه دلالت دارد.

توزیع متفاوت زیرراهبردهایی مانند اطلاعات عمومی، تجربه شخصی و نظرات مخالف بین کاربران انگلیسی و فارسی الگوهای فرهنگی شکل‌گرفته از کاهش کنش‌های تهدیدکننده وجهه و مدیریت روابط بین‌فردی در گفتار نصیحت‌آمیز را منعکس می‌کند. برای مثال، استفاده بیشتر کاربران انگلیسی از اطلاعات عمومی و تجربیات شخصی را می‌توان به هنجارهای فرهنگی غربی که صراحت و فردگرایی را ترجیح می‌دهند، مرتبط دانست، در حالی که تأکید کاربران فارسی‌زبان بر نظرات مخالف و سلب مسئولیت‌ها ممکن است نشان‌دهنده تمایلات جمع‌گرایانه‌ای باشد که هماهنگی و غیرمستقیم‌بودن را در ارائه توصیه در اولویت قرار می‌دهند.

از جمله محدودیت‌هایی که این پژوهش با آن مواجه بود این است که اگرچه استفاده از داده‌های طبیعی، برخلاف داده‌های جمع‌آوری‌شده از روش‌های دیگر مانند پرسشنامه تکلیف‌محور نوشتاری، اعتبار بیشتری دارد، اما نمی‌توان عواملی مانند وضعیت زبانی سخنوران را کنترل کرد. همچنین، در فضای مجازی متغیرهای زبانی، اجتماعی و هویتی کاربران قابل کنترل نیست. با این حال، همان‌طور که هاپکینسون^۴ اشاره کرد، بسیاری از شبکه‌های اجتماعی «منبعی ارزشمند است که محققان را قادر می‌سازد حجم زیادی از داده‌ها را جمع‌آوری کنند» (هاپکینسون، ۲۰۲۱، ۱۹۶)، اگرچه نتایج آن نمی‌تواند «بینشی از پیچیدگی‌های موجود در سطح فردی» ارائه دهد (همان، ۱۹۶).

تعامل بیشتری می‌دهد، مشاوره برخط نسبت به ارتباط حضوری ترجیح داده می‌شود (والتر و بوید^۱، ۲۰۰۲). اطلاعات عمومی^۲، به عنوان «گزارش خنثی حقایق و ارائه اطلاعات» (لوچر، ۲۰۰۶؛ صفحه ۶۴)، مورد علاقه کاربران انگلیسی‌زبان (n=30) در مقایسه با کاربران فارسی‌زبان (n=7) قرار گرفت. این یافته نشان می‌دهد که کاربران انگلیسی‌زبان ترجیح می‌دهند به جای شخصی‌سازی پاسخ‌ها حقایق را ارائه دهند. نتایج تغییرات بیشتری را در رده باز نشان داد: کاربران فارسی‌زبان از تجربیات، قدردانی و حسن نیت خود به طور محسوسی بیشتر از کاربران انگلیسی‌زبان استفاده کردند.

در رابطه با کنش ارتباطی، یافته‌ها نشان داد که پیوند به عنوان یک راهبرد مشارکت و پوشش و استفاده از شوخ‌طبعی و کاهنده‌ها به عنوان راهبردهای حفظ وجهه توسط کاربران فارسی‌زبان به طور معناداری بیشتر از کاربران انگلیسی‌زبان مورد استفاده قرار می‌گیرد. به عبارت دیگر، کاربران فارسی‌زبان با استفاده از ابزارهای کاهش‌دهنده اقدام به ملایمت و کمرنگ‌کردن این توصیه‌های تهدیدآمیز می‌کنند. این یافته ممکن است نشان دهد که کاربران فارسی‌زبان هنگام ارائه نصیحت سعی در برقراری ارتباط بین خود و مشاوره‌جویان داشته‌اند. در زمینه تبلور زبانی، کاربران فارسی‌زبان به طور قابل توجهی بیشتر از کاربران انگلیسی‌زبان استفاده از گزاره و دستور^۳ را ترجیح دادند. به گفته مورو استفاده از نصیحت مستقیم با امری می‌تواند بر نزدیکی بین نصیحت‌کننده و گیرنده دلالت داشته باشد، زیرا آن‌ها شکلی غیررسمی هستند که اغلب بین دوستان استفاده می‌شود (مورو، ۲۰۰۶، ۵۴۴).

این تفاوت‌ها در راهبردهای مشاوره‌دادن در فضای مجازی، اهمیت توجه به زمینه‌های فرهنگی و زبانی را در تحلیل تعاملات برخط نشان می‌دهد. همچنین، این یافته‌ها می‌تواند در آموزش زبان و ارتباطات بین‌فرهنگی به کار گرفته شود تا زبان‌آموزان و کاربران فضای مجازی با آگاهی بیشتری نسبت به تفاوت‌های فرهنگی در مشاوره‌دادن عمل کنند و از سوء تفاهم‌های احتمالی جلوگیری شود. به طور کلی، این تحقیق تأکید می‌کند که در بسترهای دیجیتال، علاوه بر زبان، فرهنگ نقش مهمی در شکل‌دهی راهبردهای گفتاری و تعاملات اجتماعی دارد.

1. Walther & Boyd

2. bonding

3. declarative and imperative

4. Hopkinson

منابع

- Ahangar, A. A., Mojahedi Rezaeian, S., & Esfandiarpour, F. (2020). Investigating the effect of addressee's power on the choice of politeness strategies in speech act of advice giving in Persian, *Journal of Sociolinguistic*, 2(10), 85-110 [in Persian].
- Aliakbari, M., Aghaee, R., & AzimiAmoli, F. (2015). Directness vs. indirectness: A study of the linguistic choices of Persian speakers when giving advice, *English Linguistics Research*, 4(2), 55-65. doi: 10.5430/elr.v4n2p55
- Brown, P., & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge University Press.
- Eisenschlas, S. A. (2012). Gendered discursive practices on-line. *Journal of Pragmatics*, 44, 335-345. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2012.02.001>
- El-Dakhs, D. A. S. (2021). #StayHome- A pragmatic analysis of COVID-19 health advice I in Saudi and Australian tweets. *Language & Dialogue*, 11(2), 223-245. <https://doi.org/10.1075/ld.00089.dak>
- Goldsmith, D. (2000). Soliciting advice: The role of sequential placement in mitigating face threat. *Communication Monograph*, 67(1), 1-19. <https://doi.org/10.1080/03637750009376492>
- Hampel, E. (2015). "Mama Zimbi, pls help me!"- Gender differences in (im)politeness in Ghanaian English advice-giving on Facebook. *Journal of Politeness Research*, 11(1), 99-103. <https://doi.org/10.1515/pr-2015-0005>
- Hay, J. (2000). Functions of humor in the conversations of men and women. *Journal of Pragmatics*, 32, 709-742. [https://doi.org/10.1016/S0378-2166\(99\)00069-7](https://doi.org/10.1016/S0378-2166(99)00069-7)
- Hernández-Flores, N. (1999). Politeness ideology in Spanish colloquial conversation: The case of advice. *Pragmatics*, 9(1), 37-49. <https://doi.org/10.1075/prag.9.1.04her>
- Hinkel, E. (1997). Appropriateness of advice: DCT and multiple choice data. *Applied Linguistics*, 18(1), 1-26. <https://doi.org/10.1093/applin/18.1.1>
- Hopkinson, C. (2021). Realizations of oppositional speech acts in English: A contrastive analysis of discourse in L1 and L2 settings. *Intercultural Pragmatics*, 18(2), 163-202. <https://doi.org/10.1515/ip-2021-2002>
- Hyland, K. (2004). *Disciplinary discourses*. University of Michigan Press. https://www.press.umich.edu/6719/disciplinary_discourses_michigan_classics_ed
- Kouper, I. (2010). The pragmatic of peer advice in a liveJournal Community. *Language@Internet*, retrieved online in November 2021 from <https://www.languageatinternet.org/articles/2010/2464>.
- Locher, M. A. (2006). Polite behavior within relational work: the discursive approach to politeness. *Multilingua* 25, 249-267. <https://doi.org/10.1515/MULTI.2006.015>
- Locher, M. A., & Hoffman, A. (2006). The emergence of the identity of a fictional expert advice-giver in an American internet advice column. *Text & Talk*, 26, 69-106. <https://doi.org/10.1515/TEXT.2006.004>
- Locher, M. A., & Limberg, H. (2012). Introduction to advice in discourse. In H. Limberg & M. A. Locher (Eds.), *Advice in discourse* (pp. 1-27). John Benjamins.
- Locher, M.A., & Watts, R. J. (2005). Politeness theory and relational work. *Journal of Politeness Research* 1, 9-33. <https://doi.org/10.1515/jplr.2005.1.1.9>
- Locher, M.A., & Watts, R. J. (2008). Relational work and impoliteness: Negotiating norms of linguistic behavior. In D. Bousfield, & M.A. Locher (eds.), *Impoliteness in Language: Studies on its Interplay with Power in Theory and Practice* (pp. 77-99). Mouton De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110208344.277>
- Martínez-Flor, A. (2003). Non-native speakers' production of advice acts: The

- effects of proficiency. *RESLA*, 16, 139–153. <https://rael.aesla.org.es/index.php/RAEL/article/view/92>
- McFedries, P. (2007). All a-Twitter. *IEEE Spectrum*, 44, 84. <https://doi.org/10.1109/MSPEC.2007.4337670>
- Morrow, P. R. (2006). Telling about problems and giving advice in an Internet discussion forum: some discourse features. *Discourse Studies*, 8, 531-548. <https://doi.org/10.1177/1461445606061876>
- Morrow, P. R. (2017). Requesting and advice giving. In C. R. Hoffman & W. Bublitz (Eds.). *Pragmatics and social media* (pp. 661-690). De Gruyter Mouton.
- Pinto, D. (2010). Lost in subtitle translations: The case of advice in the English subtitles of Spanish films. *Intercultural Pragmatics*, 7(2), 257–277. <https://doi.org/10.1515/iprg.2010.012>
- Pudlinski, C. (1998). Giving advice on a consumer-run warm line: implicit and dilemmatic practices. *Communication Studies*, 49(4): 322_341. <https://doi.org/10.1080/10510979809368542>
- Sarangi, S. & Clarke, A. (2002). Zones of expertise and the management of uncertainty in genetics risk communication. *Research on Language and Social Interaction* 35(2), 139-171. https://doi.org/10.1207/S15327973RLSI3502_2
- Searle, J. (1976). The classification of illocutionary acts, *Language and Society*, 5, 1–24. Doi: <https://doi.org/10.1017/S004740450006837>
- Silverman, D. (1997). *Discourses of counselling: HIV counselling as social interaction*. Sage.
- Trosborg, A. (1995). *Interlanguage pragmatics: Requests, complaints, and apologies*. De Gruyter Mouton.
- Trevino, L. K., Lenge, R. H., & Daft, R. L. (1987). Media symbolism and media choice in organizations: A symbolic interactionist perspective, *Communication Research*, 14, 553-574.
- van Popple, L. (2018). Anticipating resistance to health advice: A speech act perspective, *Discourse Processes*, 1-13. doi: 10.1080/0163853X.2018.1470440
- Walther, J. B., & Boyd, S. (2002). Attraction to computer-mediated social support. In C. A. Lin & D. Atkin (Eds.), *Communication technology and society: Audience adoption and uses* (pp. 153-188). Hampton Press.